

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**



DISEÑO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD CON EL PROPOSITO DE ADECUAR Y REORDENAR LAS INSTALACIONES EN LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO, S. A. DE C. V., UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.

**TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:
GARCÍA DE MENDOZA, CINDY ARLEN
IPIÑA NOLASCO, ROMEO ALCIDES
PÉREZ SÁNCHEZ, DAYANARA JUDITH**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SEPTIEMBRE 2019

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Msc. Roger Armando Arias Alvarado.

Secretario General: Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez.

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez.

Vice – Decano: Lic. Mario Wilfredo Crespín Elías.

Secretaria: Lcda. Vilma Marisol Mejía Trujillo.

Director de Escuela de Administración: Lic. Roberto Orlando Rodríguez Lindo.

Coordinador de Seminario de Graduación: Lic. Rafael Arístides Campos.

Director General: Lic. Mauricio Ernesto Magaña.

TRIBUNAL CALIFICADOR

Lic. Rafael Arístides Campos.

Ing. Gilberto del Rosario Figueroa Trejo.

Lic. Eduardo Antonio Delgado Ayala (Docente Asesor)

SEPTIEMBRE 2019

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero agradecer a Dios por que sin Él nada soy, con su inmenso amor me ha dado las posibilidades y las fuerzas para terminar mi trabajo de grado; él es el centro de mi vida y me bendice a diario ayudándome en todo lo que me propongo. A mi esposo, siendo la mayor motivación en mi vida encaminada al éxito, te agradezco por tantas ayudas y tantos aportes no solo para el desarrollo de este trabajo, sino también para la vida, eres mi inspiración y mi ayuda idónea.

Mi madre, sin ella no hubiera podido terminar mi trabajo de grado ya que es mi gran ayuda con mi pequeña hija, gracias por ser tan entregada a mí y por dar todo por tu nieta.

Mi hija, es la inspiración más grande que tengo para salir adelante en la vida, con ella a mi lado sé que puedo todo, y con su amor y ternura me ha ayudado a tener más fuerzas cada día y culminar con mi trabajo de grado.

Cindy Arlen García de Mendoza.

A Dios por darme la Fe, Salud y Amor en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio. A mi madre Francisca Nolasco. Por haberme apoyado en todo momento y ante la adversidad me ha brindado su apoyo incondicional, por sus consejos, sus valores y por su amor. A mi padre Arcid Ipiña (Q.D.D.G.). Por los ejemplos de perseverancia y constancia. A mis hermanas. Julieta Nolasco, Blanca Nolasco, Elba Nolasco, quienes me han apoyado incondicionalmente a lo largo de mi carrera, y quienes me han impulsado a ser un ejemplo de que se puede seguir adelante. Agradezco a mi esposa Dolly de Ipiña por creer en mi e impulsarme a ser cada día la mejor versión de mí. Agradezco a todos quienes forman parte de la Universidad de El Salvador, de manera especial a la Facultad de Ciencias Económicas. A Lic. /das, quienes han contribuido en mi formación profesional y enseñándome a ser mejor persona con valores humanos.

Romeo Alcides Ipiña Nolasco

Agradezco a Dios por todo lo bueno y fiel que es conmigo puedo decir: ¡Hasta aquí me ayudo Jehová!, le agradezco a mis padres María del Carmen, y Danilo Antonio por su apoyo y comprensión a mis hermanos y a Patricia que ha sido una motivación para mí, a mis amigos, compañeros que siempre me mostraron su amor y paciencia, gracias a ustedes porque he podido concluir con éxito esta etapa de mi vida.

Dayanara Judith Pérez Sánchez.

Agradecemos especialmente a nuestro asesor, Lic. Eduardo Antonio Delgado Ayala por su paciencia, dedicación, apoyo y orientación profesional e incondicional para hacer posible el presente trabajo de grado.

Grupo de Trabajo de Investigación

ÍNDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCION.....	iii
CAPITULO I. GENERALIDADES DE LAS DISTRIBUIDORAS Y ASPECTOS GENERALES SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	1
A. ANTECEDENTES DEL MUNICIPIO DE SAN MARCOS.....	1
1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE SAN MARCOS.....	1
2. INDUSTRIA.....	1
B. GENERALIDADES DE LAS DISTRIBUIDORAS.....	2
1. DEFINICION DE UNA DISTRIBUIDORA.....	2
C. GENERALIDADES DE DISTRIBUIDORA EL BARATAZO.....	2
1. HISTORIA DE LA DISTRIBUIDORA.....	2
2. SERVICIOS QUE BRINDA.....	3
D. .ASPECTOS GENERALES DE INVENTARIOS Y DE DISTRIBUCION EN PLANTA DE ALMACENES, REORDENAMIENTO Y ADECUAMIENTO.....	3
1. INVENTARIOS.....	4
2. DISTRIBUCION EN PLANTA.....	8
3. DEFINICION DE ADECUAMIENTO.....	18
4. DEFINICION DE REORDENAMIENTO.....	18
E. GENERALIDADES SOBRE ESTUDIOS DE PROYECTOS.....	18
1. CONCEPTO.....	18
2. IMPORTANCIA.....	19
3. CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO.....	19
a. PREINVERSION.....	20
b. INVERSION.....	22
c. OPERACIÓN.....	22
F. GENERALIDADES SOBRE ESTUDIOS PARA LA FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS.....	23
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	23
a. DEFINICION.....	23
b. ESTRUCTURA DE ANALISIS.....	23
i. DEMANDA.....	24
ii. OFERTA.....	25
iii. PRECIOS.....	26

iv. COMERCIALIZACION.	26
2. ESTUDIO TECNICO.	27
a. TAMAÑO OPTIMO DE LA PLANTA.	27
b. LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO.	31
c. INGENIERIA DEL PROYECTO.	31
3. ESTUDIO FINANCIERO	33
a. DETERMINACION DE LOS COSTOS.	33
b. COSTOS DE PRODUCCION.	33
c. COSTOS DE ADMINISTRACION.	33
d. COSTOS DE VENTA.	34
e. COSTOS FINANCIEROS.	34
4. EVALUACION FINANCIERA O ECONOMICA.	36
a. DEFINICION	36
b. METODO DE EVALUACION DE PROYECTOS.	37
i. VALOR ACTUAL NETO.	37
CAPITULO II - DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA ADECUACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS.	38
A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.	38
1. Objetivo General.	38
2. Objetivos Específicos.	38
B. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.	38
1. Procesos de la investigación científica	38
2. Clasificación de la investigación.	39
4. Método de investigación	40
5. Técnica para la recolección de datos.	41
6. Instrumentos de recolección.	41
7. Fuentes de información.	42
8. Determinación de universo y muestra.	43
C. TABULACION, ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS ENCUESTAS, REALIZADO A LOS EMPLEADOS DE LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO, S. A DE C.V.	44
D. RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE ENTREVISTA REALIZADA AL SEÑOR JUAN PABLO APARICIO, ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO, S. A. DE C. V.	58

E. DESCRIPCION DE LA SITUACION ACTUAL EN BASE AL DIAGNOSTICO REALIZADO.....	60
1. Área de mercado actual.....	60
2. Área Técnica Actual.....	62
3. Área Económica y Financiera Actual	64
4. Análisis FODA	65
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES.....	67
CAPITULO III PROPUESTA DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ADECUACIÓN Y REORDENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS.	68
A. IMPORTANCIA	68
B. OBJETIVOS.....	68
1. Objetivo General	68
2. Objetivo Específicos.....	68
C. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA	68
D. PROPUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO	69
1. Productos.....	69
a. Nombre de los productos.....	69
b. Definición y características del producto.....	69
2. Precios.....	70
3. Canales de Comercialización	71
a. Distribución.....	71
b. Propuesta Canal de Distribución.....	72
4. Promoción.....	72
a. Mercado de proyecto	72
E. PROPUESTA ESTUDIO TECNICO.....	73
1. Localización optima del proyecto.....	73
a. Descripción de la ubicación geográfica del proyecto.....	73
2. Determinación del tamaño del proyecto.	73
a. Capacidad Instalada	73
3. Determinación de los costos para Adecuamiento y Reordenamiento	74
a. Especificaciones de maquinaria y equipos	74
b. Especificaciones de adecuamiento.....	75

c.	Especificaciones para el Reordenamiento	76
4.	Identificación y descripción del proceso de servicio dentro de la Distribuidora y Propuesta de Adecuamiento y Reordenamiento de las instalaciones.....	78
a.	Distribución de la Planta	78
i.	Diagrama de Bloques, Ciclo del servicio.....	79
ii.	Situación Actual.....	82
iii.	Propuesta.....	84
5.	Propuesta de la Filosofía Organizacional	86
a.	Objetivos Dentro de La Distribuidora El Baratazo.....	86
-	Objetivo General.....	86
-	Objetivos Específicos	86
b.	Misión	86
c.	Visión	86
d.	Valores.....	86
e.	Políticas de la Distribuidora El Baratazo.....	87
f.	Organización y funcionamiento	87
	F.PROPUESTA DE ESTUDIO ECONOMICO - FINANCIERO	94
1.	Determinación de los costos.	94
a.	Gastos de Administración.....	96
b.	Gasto de Venta.....	97
2.	Capital de Trabajo.....	97
3.	Determinación de los Flujos de Cajas Operativos	98
	G.Evaluación Económica - Financiera.	99
1.	Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR)	99
2.	Valor Actual Neto	100
3.	Tasa Interna de Rendimiento	100
	Referencias Bibliográficas.....	102
	ANEXOS	

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación surge la necesidad de reordenar y adecuar las instalaciones de la Distribuidora El Baratazo S.A. de C.V. a partir de las necesidades de los empleados, así como también de la organización; tales como la mala distribución de los productos, ningún tipo de equipo de protección para los empleados, mala distribución de los anaqueles y así mismo mala distribución de los distintos departamentos de la empresa esto genera atraso en las actividades de trabajo y disminución en las ventas por retraso de despacho de productos. Dado esto se propone un estudio de factibilidad que contribuye a identificar la rentabilidad del proyecto y los beneficios que genera el reordenar y adecuar las instalaciones de la Distribuidora.

El método utilizado en la investigación es el científico y las técnicas para recolectar datos fueron: la encuesta, la entrevista y la observación directa. Ya recopilada la información necesaria se procedió a tabular los datos, interpretar y elaborar el diagnóstico de la situación actual de la distribuidora; dando como resultado que la mayor parte de la población encuestada coincide con que es necesario reordenar y adecuar las instalaciones de la distribuidora para mejorar sus actividades de trabajo, aumentar la seguridad con equipo de protección, así como también incrementar las ventas.

Por consiguiente, la propuesta que se elaboro fue con el fin de terminar con las necesidades detectadas de la distribuidora, con el objetivo de incrementar la eficiencia de la misma, agilizar los procesos de carga y descarga para las ventas, mantener un lugar adecuado y seguro para realizar las actividades de los empleados dentro de la bodega, mejorar la calidad en los servicios que se ofrecen de despacho de productos y por lo tanto una mejora en las ganancias para la distribuidora y un empleo seguro para los trabajadores.

A fin de cuentas un estudio de factibilidad no define en su totalidad la creación o no de un proyecto, pero si nos permite conocer a fondo los problemas y necesidades

de una empresa así como también parte de la solución a dichos problemas; por lo tanto, también se logró establecer el tipo de materiales a utilizar para el reordenamiento de las instalaciones, el equipo para la seguridad de los empleados, la inversión inicial, los gastos totales y los flujos que se esperan obtener en el futuro.

También es de suma importancia recalcar que los resultados obtenidos en la evaluación financiera como lo es el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), y la relación costo beneficio reflejaron cifras positivas y favorables que indican la factibilidad de la creación del proyecto de reordenamiento y adecuamiento de las instalaciones de la Distribuidora. Pero la decisión final de poner en marcha o no el proyecto serán de la dirección general administrativa y financiera de la Distribuidora el Baratazo; ya finalizado el documento y entregado ellos procederán a analizar los pros y contras de la propuesta y así buscar el financiamiento más adecuado para las necesidades de su organización.

INTRODUCCION

Pocas veces en nuestro país al desempeñar un emprendimiento o la creación de una empresa se toma en cuenta la distribución, el orden, y adecuamiento de los locales esto trae consigo repercusiones, ya que para muchos las dificultades se dan al momento en que se da el crecimiento y la expansión de los negocios, y no cuentan con el espacio necesario para maquinaria, o son poco eficiente ya que los productos se encuentran en desorden o no poseen más espacio; es por ello que con el siguiente Estudio de Factibilidad para el adecuamiento y reordenamiento, el que se pretende dar una opción de solución a dicho inconveniente que se ha presentado en la Empresa Distribuidora El Baratazo, S. A de C. V.

El presente documento está formado por tres capítulos, los cuales se describen a continuación:

En el primer capítulo se define la base teórica la cual se estructura con las características de las Distribuidoras, los aspectos generales de la Distribución en planta de los almacenes con respecto a adecuamiento y reordenamiento, también se describen las generalidades sobre estudios de factibilidad para la formulación y evaluación de proyectos que es lo que se pretende lograr.

En el capítulo dos se describen los métodos y técnicas de investigación, fuentes de recolección de datos, determinación del universo y la muestra con la cual se realizó el diagnóstico de la situación actual de la distribuidora el Baratazo S.A. DE C.V. Mismo que permitió conocer las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, El desarrollo de las técnicas de recolección de datos permitió formular conclusiones y recomendaciones con la que se elaboró de forma objetiva la propuesta la cual constituye el capítulo tres.

El capítulo tres detalla la propuesta de adecuamiento y reordenamiento de las instalaciones, el área técnica de la propuesta, una nueva estructura organizativa propuesta, los costos de operación, la respectiva evaluación Económica – Financiera y el impacto que genera el mejoramiento del área de trabajo, dichos análisis permitieron determinar la factibilidad del proyecto, el cual servirá para la toma de decisiones.

CAPITULO I. GENERALIDADES DE LAS DISTRIBUIDORAS Y ASPECTOS GENERALES SOBRE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

A. ANTECEDENTES DEL MUNICIPIO DE SAN MARCOS.

1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE SAN MARCOS.

Población De San Marcos:

La población de la Ciudad de San Marcos, ha crecido en los últimos años aceleradamente debido a la migración de otros municipios y al desarrollo industrial logrado.

Según el censo realizado por la Dirección de Estadísticas y Censos en el año 1992 San Marcos tenía una población total de 52, 570 habitantes, ya para el año 2000 la población había crecido un 41% o sea que la población creció en 21,950 estimando la población al año 2002 en 85,000 habitantes.

2. INDUSTRIA.

En el municipio la industria está enfocada más que todo a la “maquila” de las cuales hay una gran cantidad de ellas, aunque existe también la industria de la panadería, esponjas, escobas, productos plásticos, embolsado de arroz en menor escala, la industria de postes de cemento y tubos.

Las maquilas son la industria más generalizada en el municipio, teniendo la zona Franca de San Marcos como su principal exponente, en el cual trabajan en su mayoría mujeres, distribuidas en 6 maquilas de ropa.

La industria del pan en San Marcos es uno de los rubros que tienen mayor auge ya que en un 90% de las colonias y comunidades hay una panadería en la que se elabora tanto pan francés como pan dulce.¹

¹ Alcaldía Municipal de San Marcos

B. GENERALIDADES DE LAS DISTRIBUIDORAS.

1. DEFINICION DE UNA DISTRIBUIDORA.

“Una distribuidora es un arreglo en el que el fabricante gana su dinero en la venta de bienes que son distribuidos y no de la venta del derecho de distribuir sus bienes. Así, normalmente un distribuidor no tiene que pagar cuotas por el derecho a distribuir los productos y/o servicios del fabricante, a diferencia de un arreglo en una franquicia. La distribuidora cae bajo las leyes aplicables a las distribuidoras, así como las leyes sobre contratos y otros negocios. Las leyes sobre distribuidoras varían de Estado a Estado y son muy complejas, por lo que usted debería consultar con un abogado antes de comprometerse en un arreglo de distribución.”²

C. GENERALIDADES DE DISTRIBUIDORA EL BARATAZO.

1. HISTORIA DE LA DISTRIBUIDORA.

La empresa surge el 19 de junio de 2017, contaba con el supervisor de ventas, cuatro vendedores, dos facturadores, un motorista, un ayudante y el encargado del supermercado que atendía toda la parte administrativa y contable, en este tiempo existían los dos negocios el supermercado en la parte grande de la bodega y la distribuidora en la parte pequeña. El supermercado cerró por la inseguridad de la zona y por la mala ubicación de la empresa que no atraía a los clientes, eso provoco perdidas en los ingresos, el supermercado cerro definitivamente el 17 de julio de 2017 quedando así solo la distribuidora. En este tiempo se compraron cuatro camiones Kia para la mejor distribución de los productos y se contrató personal.

Cuando la distribuidora se establece como negocio único fueron diecinueve vendedores, cinco por cada camión y cuatro para el último camión, un

² <https://www.abogado.com/recursos/negocios-de-franquicias/qu-es-una-distribuidora.html>

motorista y un ayudante por camión, tres facturador, el Gerente de ventas, uno en bodega y el jefe de logística y operaciones.

Las rutas de ventas que eran de nuestra prioridad eran dieciséis en los departamentos de San Salvador, La Paz y La Libertad.

Las compras se realizaban a proveedores locales, operaciones que juegan papel importante para el manejo de los niveles de existencia de productos.

La recepción de mercaderías es indispensable ya que a través de ella se verifica que el producto recibido cumpla con lo requerido, así como las cantidades exactas y que sus fechas estén de acuerdo a los plazos establecidos.³

2. SERVICIOS QUE BRINDA.

Distribuidora El Baratazo ofrece a su público en general una variedad de 155 productos los cuales son distribuidos hasta el propio negocio de sus clientes.

D. ASPECTOS GENERALES DE INVENTARIOS Y DE DISTRIBUCION EN PLANTA DE ALMACENES, REORDENAMIENTO Y ADECUAMIENTO.

Antes de poner en marcha una empresa es necesario conocer las instalaciones en las que se pretenden comenzar las labores, por lo que el empresario o los socios verifican si el lugar cumple con los requisitos para la puesta en marcha del negocio, como:

- Condiciones de trabajo aceptables para los empleados
- Condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.
- Realización de operaciones más económicas

Este proceso de análisis que determina como se ordenaran o adecuaran las instalaciones para la finalidad de la empresa se le conoce como Distribución

³ Información proporcionada por Distribuidora El Baratazo

en planta, por ello es necesario conocer a profundidad en que consiste y los tipos de Distribución en almacenes que se podrían utilizar.

1. INVENTARIOS.

El inventario de servicios a varias funciones que agregan flexibilidad a las operaciones de la empresa. Los cuatros funciones del inventario son:

- a. Desarticular o separar varias partes del proceso productivo. Por ejemplo las existencias de una empresa fluctúan, quizás sea necesario un inventario adicional para desarticular los procesos de producción de los proveedores.
- b. Separar a la empresa de las fluctuaciones en la demanda y proporcionar un inventario de bienes que ofrezca variedad a los clientes. Este tipo de inventario son típicos de las tiendas.
- c. Aprovechar los descuentos por cantidad, ya que las compras de grandes cantidades disminuyen el costo de los bienes y su entrega.
- d. Protegerse contra la inflación y el aumento de precios.

i. TIPOS DE INVENTARIOS:

Con el propósito de adaptar las fluctuaciones de inventarios, las empresas mantienen cuatro tipos de inventarios:

- Inventario de materia prima.
- Inventario de materia en proceso.
- Inventario de mantenimiento, reparación y operaciones (MRO)
- Inventario de productos terminados.

El inventario es materia prima que se compró, pero no se ha procesado. Este inventario se usa para desarticular (es decir, separar) a los proveedores del proceso de producción. No obstante, el enfoque más común consiste en eliminar la variabilidad en cantidad, calidad o tiempo de entrega por parte de proveedor, lo cual hace innecesario la separación.

ii. ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS.

Los administradores de operaciones establecen sistemas para el manejo de inventarios. En esta sección analizaremos brevemente varios aspectos de estos sistemas:

- Como clasificar los artículos de los inventarios (conocidos como análisis ABC).
- Como mantener registros precisos de inventarios.

a. Análisis ABC

El análisis ABC divide el inventario que se tiene en tres grupos según su volumen actual en dólares; el análisis ABC es una aplicación de lo que conocemos como principio de Pareto. Este principio establece que hay “pocos artículos importantes y muchos triviales”.

La idea consiste en establecer políticas de inventario que centre sus recursos en los pocos artículos importantes del inventario y no en los muchos triviales. Resulto, poco realista dar seguimientos a los artículos baratos con el mismo cuidado que a los artículos costosos.⁴

Otros criterios, además de volumen anuales en dólares, determina la clasificación de los artículos. Por ejemplo, cambios anticipados de ingeniería, problemas de entrega, problemas de calidad o alto costo unitario, señala la necesidad de cambiar los artículos a una clasificación más alta. La ventaja de dividir en clases los artículos del inventario es que permite establecer políticas y controles de cada clase.

Políticas que se basan en el sistema ABC incluyen:

1. Los recursos de compra que se dedican al desarrollo de proveedores deben ser mucho mayores para los artículos A que para los artículos C.

⁴ Render Heizer, (2004) Principios de administración de operaciones, (quinta edición), México: Pearson educación de México S.A. de C.V.

2. Los artículos A, a diferencia de los B y C deben tener un control físico mucho más riguroso, quizás deban colocarse en áreas más seguras y tal vez la exactitud de los registros de los artículos deben verificarse con más frecuencia.
3. El pronóstico de los artículos A merece más cuidado que el de otros.

Los mejores pronósticos, control físico confiabilidad en el proveedor y, en última instancia una reducción de los inventarios de seguridad sería el resultado de políticas de una administración de inventario adecuada. El análisis ABC sirve de guía para desarrollar estas políticas.

b. Exactitud en los registros

Las buenas políticas de inventario pierden sentido si la administración no sabe que hay en su inventario la exactitud de los registros es un elemento esencial de todo sistema de producción e inventario. Esta precisión de los registros permite a las organizaciones centrarse en los artículos que necesitan, en lugar de aceptar que haya un poco de todo en su inventario. Sólo cuando la organización sabe con exactitud con que cuenta toma decisiones concretas de orden, programas y embarques.

Para asegurar la precisión, el registro de entradas y salidas debe ser bueno, como tiene que serlo la seguridad del almacén. Un almacén bien organizado se caracteriza por acceso restringido, un buen manejo y seguridad del almacenamiento para alojar cantidades fijas de existencia. Los cajones los espacios en los anaqueles y las partes se etiquetan con exactitud.

c. Conteo cíclico

Aunque la organización haya realizado esfuerzos considerables para registrar con precisión su inventario dicho registro deben verificarse mediante una auditoría continua. Esas auditorías se conocen como conteo cíclico. Históricamente muchas empresas llevaban a cabo inventarios físicos anuales. No obstante, esta práctica suele significar el cierre temporal de las instalaciones y qué personas sin experiencia cuenten en partes y materiales. En su lugar, los registros de inventarios deben verificarse con una comprobación del ciclo. Esta técnica utiliza la clasificación del inventario desarrollada en el análisis ABC. Con los procedimientos de conteo

cíclico periódicamente se cuentan los artículos, se verifican los registros y se documentan las imprecisiones se rastrea la causa de las imprecisiones y se toman las medidas correctivas para asegurar la integridad del sistema de inventario. Los artículos A se cuentan con frecuencia, quizás una vez al mes; los artículos B se cuentan con menos frecuencia tal vez cada trimestre y los artículos C se cuentan es probable que una vez cada seis meses.

d. Control de inventarios para servicios

Administración del inventario de los servicios merece consideración especial. Aun cuando se piensa que no hay inventario en los servicios, en realidad no es así. Por ejemplo, los negocios de venta al mayoreo y menudeo mantienen grandes inventarios que hacen la administración de inventarios un elemento esencial y a menudo un factor de Progreso para la administradora. En el caso de los negocios servicio de comida el control de inventario marca la diferencia entre el éxito y el fracaso. Aún más un inventario en tránsito u ocioso en un almacén significa valor que se pierde. De manera similar, el inventario robado o dañado antes de su venta también es una pérdida. En las tiendas el inventario por el que nadie es responsable entre la recepción y la venta se conoce como merma. Las mermas se deben a daños o robos, así como a documentación descuidada. El inventario robado también se conoce como robo. Se considera buena una pérdida de 1% en las ventas en el inventario de una tienda y muchas de ellas las pérdidas exceden el 3%. Como el impacto de la rentabilidad es significativo, la precisión y el control del inventario son determinantes. Entre las técnicas aplicables se incluyen las siguientes:

- 1- Buena selección del personal, capacitación y disciplina.
- 2- Control estricto de los envíos que llegan.
- 3- Control efectivo de todos los artículos que salen de la instalación.

El éxito de la operación de una tienda requiere un buen control dentro de la tienda misma con inventarios precisos en el lugar adecuado.

2. DISTRIBUCION EN PLANTA.

La distribución o disposición del equipo (instalaciones, máquinas, etc.) y áreas de trabajo, es un problema ineludible para todas las plantas industriales; no es posible evitarlo. Aun el mero hecho de colocar el equipo en el interior del edificio ya representa un problema de ordenación. La pregunta no es, por lo tanto: ¿debemos tener una distribución? Mejor preguntarnos: ¿es buena la distribución que tenemos? La respuesta a estas preguntas es quizá la más importante de las cuestiones industriales. Tanto es así, que un preeminente ingeniero ha comentado recientemente: «La distribución en planta es un fundamento de la industria. Determina la eficiencia y, en algunos casos, la supervivencia de una empresa». Así es; un equipo costoso, un utillaje complicado, un máximo de ventas y un producto bien diseñado, puede ocurrir que se vean sacrificados por una reciente distribución en planta. Una encuesta entre directores de compañías, llevada a cabo por una revista nacionalmente conocida «Modern Industry» indica que, de todos los planes de mejora, «la mejora de la distribución en planta» era el segundo en importancia — después de la «instalación de nueva maquinaria y equipo de producción»— entre todas las técnicas de reducción de costos. Por lo tanto, la distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye, tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores indirectos y todos los casos actividades o servicios, como el equipo de trabajo y el personal de taller. Cuando usamos el término distribución en planta, aludimos, a veces, a la disposición física ya existente; otras veces, a una nueva distribución proyectada; y, a menudo, nos referimos al área de estudio o al trabajo de realizar una distribución en planta. De aquí que una distribución en planta pueda ser, una instalación ya existente, un plan o un trabajo. No obstante, el término se usa tan frecuentemente que rara vez podemos confundirlo en su significado. El trabajo de proyectar una distribución en planta, cubre un amplio campo. Puede comprender, solamente, un lugar de trabajo individual, o la ordenación completa de muchos acres de propiedad industrial. Pero en todos los casos, debemos planearlo para lograr una distribución eficiente.

Método de trabajo para el estudio de la Distribución de Almacenes

La distribución de almacenes debe ser estudiada con vistas a permitir un almacenaje que responda a las condiciones principales que se citan a continuación:

- Economía de Espacios;
- Facilidad de Acceso al material almacenado;
- Facilidad de ordenación;
- Distribución que facilite la rotación física del Stock;
- Facilidad de contabilización.⁵

Distribución Interior

Para estudiar la distribución interior de un almacén, ante todo es necesario reunir todos los datos relativos a:

- Los materiales a almacenar;
- Los locales de que se dispone.

Se elegirán a continuación:

- Los equipos de almacenaje a utilizar;
- Los medios de manutención a emplear.

Se podrá entonces diseñar el plan de ordenación del almacén. En caso de que el local no exista y deba ser construido; el plano del edificio se hará en un último lugar⁶

⁵ Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I, pg. 76

⁶ Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I, pg. 77 y 78

Métodos de ordenación en almacenes.

Hay varios métodos posibles de ordenación:

- 1- Asignar a cada artículo un emplazamiento de almacenaje bien determinado. Este método permite localizar fácilmente los artículos, a la vez puede traer consigo una mala utilización del sitio y dificultades de ordenamiento cuando la composición del almacén sea variable.
- 2- En el momento de cada recepción, colocar los artículos donde exista lugar disponible sin otras consideraciones. Este método permite la utilización máxima del lugar disponible. De esta forma se llevará a almacenar artículos de una misma referencia en diversos lugares del almacén. Esto obliga a tener un fichero para conocer la situación de los artículos
- 3- Una solución intermedia consiste en destinar a groso modo, algunas zonas del almacén al stock de ciertos artículos, preferentemente. A cada recepción, según este esquema general, se colocan los artículos en el espacio disponible. En este caso generalmente es necesario anotar los artículos para poderlos volver a localizar
- 4- Cuando el almacén reciba artículos en grandes cantidades y lo distribuya unitariamente o en diferentes cantidades; otra solución es la siguiente: un almacén de distribución en el que se encuentre un pequeño stock de cada artículo ordenado en un lugar determinado, siempre el mismo, y un almacén de reservas en el que se almacene y ordene la mayor parte del artículo dentro de las posibilidades del momento de las recepciones.⁷

Ejemplos de planes de ordenación:

- Planes de ordenación de almacenes en paletas
Tomando en cuenta que un stock es el conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o su comercialización.

⁷ Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I, pg. 82, 83

1- Stock de reserva y de distribución.

Se trata de almacenar mercancías recibidas en grandes cantidades, generalmente en varias paletas completas en cada artículo y expedidas generalmente en cantidades muy inferiores al contenido de una paleta

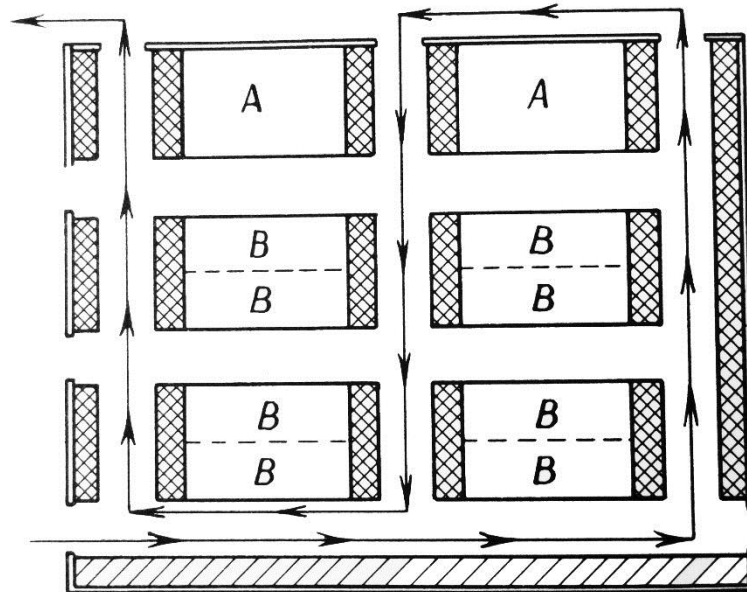


FIGURA 1 Stock de Reserva y Distribución

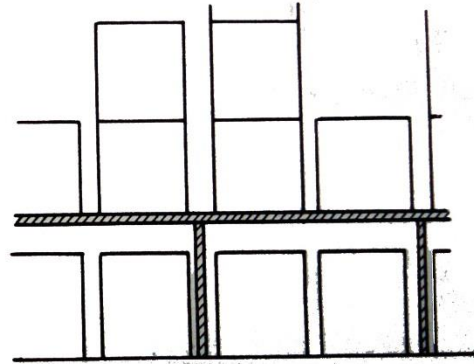
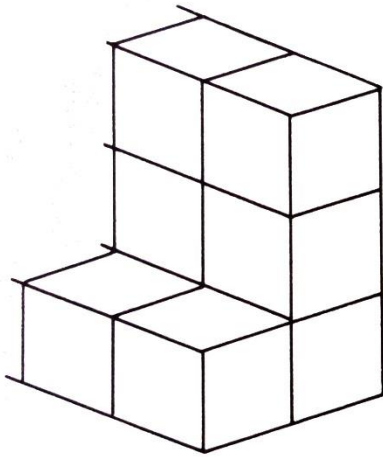
Fuente: Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I,

En la figura 1 se representa un plan de almacenaje adecuado para este caso, en el cual un stock de distribución de fácil acceso, es realimentado por un stock de reserva.

2- Stock único

Cuando el stock de reserva de cada artículo no es muy importante se puede tener un único emplazamiento para cada artículo

FIGURA 2 y 3 Stock Único



Fuente: Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I,

En la figura 2 la reserva de un artículo esta apilada y, al pie de la pila, una paleta empezada permite la distribución al detalle.

En la figura 3 se utilizan estantes de un piso. La paleta de distribución se almacena en el suelo y la reserva esta apilada sobre el estante.

3- Almacenaje Alternativo

Para artículos que entren y salgan en paletas completas, puede resultar cómodo tener, para cada artículo, dos emplazamientos de almacenaje.

El almacenaje y la recepción y la descarga para él envío, se hace alternativamente en cada uno de estos dos emplazamientos.

Este método de ordenación permite, sacar el material tomándolo siempre del stock más antiguo.

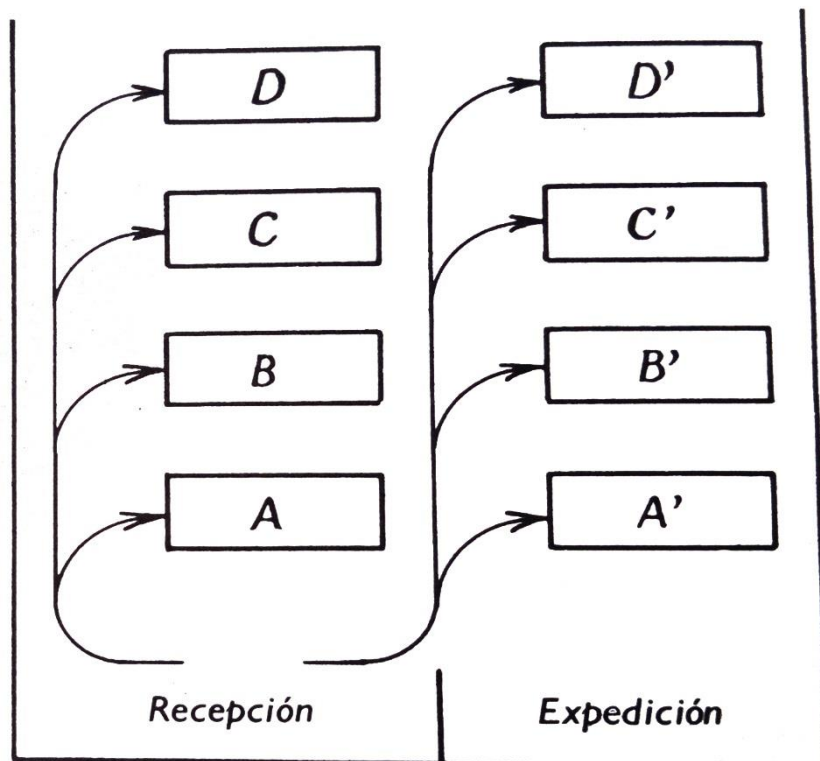


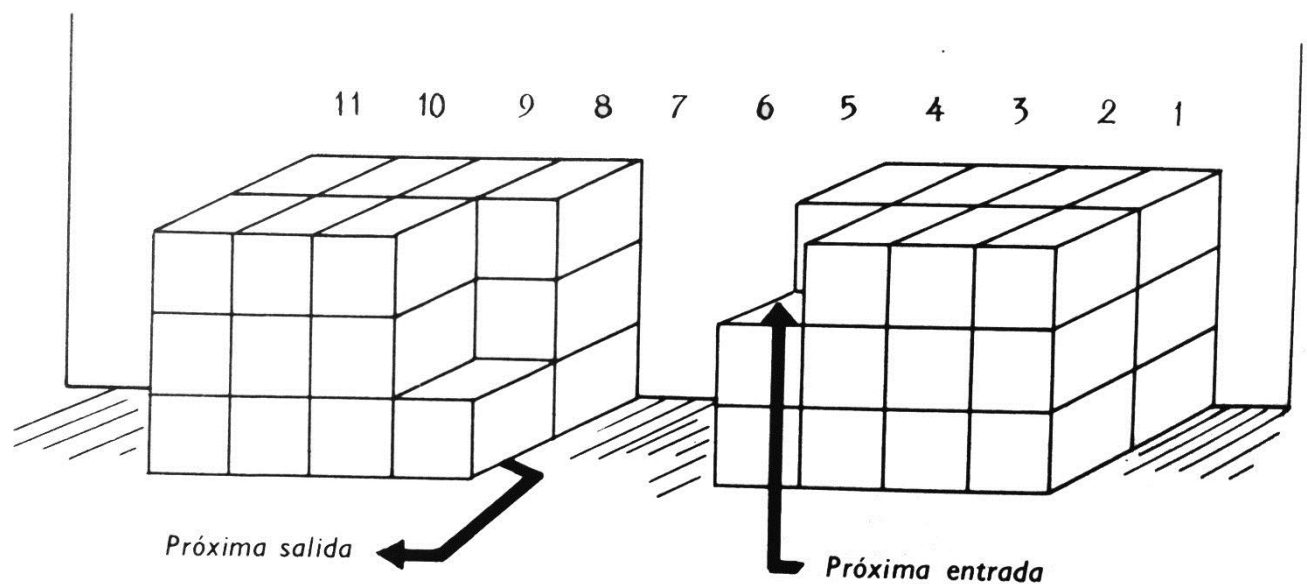
Figura 4 Almacenaje Alternativo

Fuente: Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I,

4- Almacenaje de Tipo “Primera Entrada – Primera Salida

“Cuando se tiene un stock homogéneo bastante importante y se desea utilizar siempre en primer lugar el paquete más antiguo de stock, se puede utilizar el modo de ordenación en la figura 5.

Figura 5 Almacenaje Primeras Entradas, Primeras Salidas



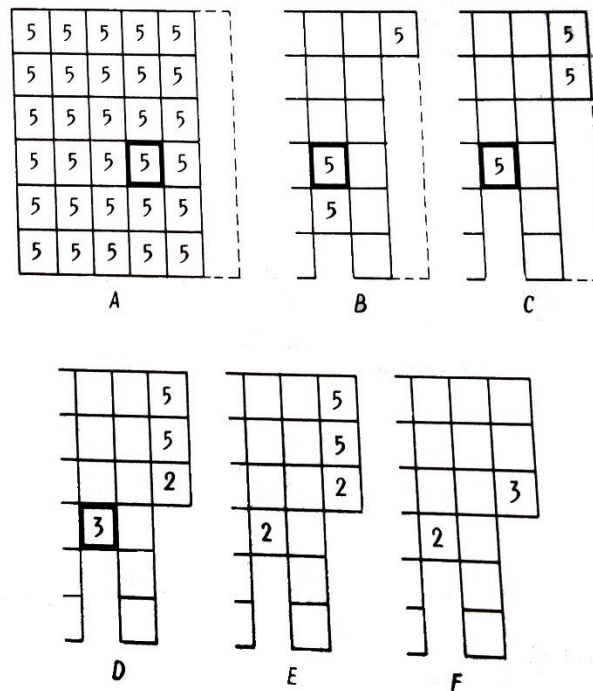
Fuente: Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I

5- Almacenaje en Bloque

Interesa este tipo de almacenaje cuando se dispone de muy poco sitio y, a la vez, se tiene una gran variedad de artículos, las paletas se almacenan en pilas unidas formando un bloque compacto de unas 500 paletas. Basta con que sea accesible un lado del bloque.

Un fichero anexo lleva una casilla por cada emplazamiento de almacenaje. Cada paleta está representada por una ficha en la casilla correspondiente a su emplazamiento. Cualquier movimiento concerniente a la paleta y a los bloques da lugar al movimiento correspondiente en el fichero.

Figura 6 Almacenaje En Bloque

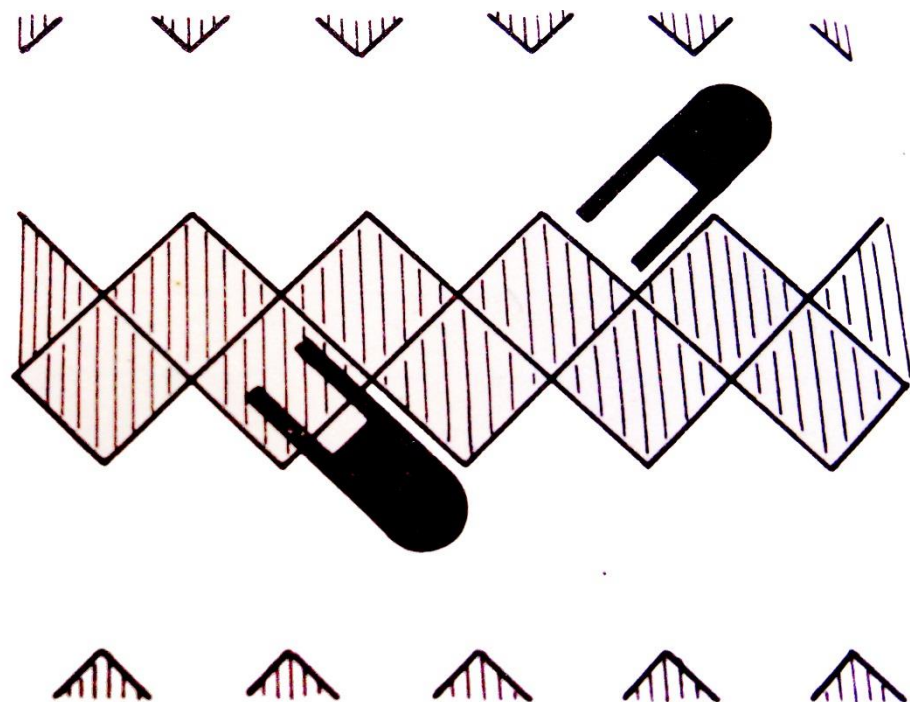


Fuente: Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I

6- Almacenaje en espiga

Esta disposición facilita las maniobras de la carretilla elevadora que, para coger o disponer una paleta, no tiene que efectuar una rotación de 90° el inconveniente de esta disposición es que, para una superficie dada, el número posible de pilas es inferior a la disposición normal.

Figura 7 Almacenaje en Espiga



Fuente: Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I

Esquemas de ordenación de almacenajes y distribución

a) Estanterías

i. Altura

La altura ideal de los estantes depende esencialmente de los medios de manutención disponibles en el almacén. Salvo en el caso de necesidad absoluta y para artículos poco empleados, un almacenero no debería tener que utilizar nunca una escalera para alcanzar un artículo cualquiera del stock.

Las alturas máximas son aproximadamente las siguientes:

- Manutención manual: 2.20 metros
- Elevador ligero: 3.50 metros
- Elevador pesado: 4.50 metros
- Grúa puente apiladora: 7.00 metros

Cuando se requiere emplear la superficie superior del estante como plano de trabajo, se utilizan estantes mostradores de 1 metro de altura aproximadamente.

ii. Plan de un almacén equipado con estanterías

Las estanterías se colocan generalmente adosadas por la parte posterior con un pasillo a cada lado. En este caso para definir los emplazamientos de almacenaje, se suele utilizar la regla siguiente: cada balda se designa con un símbolo constituido por una letra una cifra y otra letra.

Cuando se utilizan estanterías de distribución abiertas a ambos lados, se deja un pasillo a cada lado: una para poder aprovisionarlas y el otro para efectuar las salidas.

iii. Estanterías no desmontables

Salvo caso particular, los estantes no desmontables deben evitarse incluso si en el momento de la compra se adaptan perfectamente al almacenaje que se va a realizar: se corre el riesgo, que en el futuro no se utilice adecuadamente el volumen del estante.

iv. Estanterías desmontables

Existen en el comercio numerosos modelos de estanterías desmontables y extensibles de madera, de tubos, de perfiles perforados, de chapas, de cemento, otros. Y se adaptan a cualquier tipo de necesidad.

v. Modelos especiales

- Estanterías abiertas por ambos lados
- Estanterías rotativas

- Estanterías sin pasillo
- Estanterías automáticas⁸

3. DEFINICION DE ADECUAMIENTO.

“Es un sustantivo masculino que tiene como significado la acción y efecto de adecuar o de adecuarse de acomodar, acoplar, adaptar, habituar, aclimatar, acostumbrar, instalar, poner y colocar una cosa a otra.”⁹

4. DEFINICION DE REORDENAMIENTO.

“volver a poner en orden algo que estaba desordenado.”¹⁰

E. GENERALIDADES SOBRE ESTUDIOS DE PROYECTOS.

1. CONCEPTO.

- Unidad operativa del plan o instrumento del desarrollo económico. Constituye el elemento operativo del plan, ya que mediante la implementación de los diversos proyectos se logran los objetivos contemplados en los planes de desarrollo económico. En otras palabras, el plan se materializa mediante la ejecución de los proyectos.¹¹
- Es el plan prospectivo de una unidad de acción, capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social, esto implica desde el punto de vista económico, proponer la producción de un bien o la prestación de algún servicio, con el empleo de ciertas técnicas y con mira a obtener un determinado resultado o ventaja económica o social.¹²

⁸ Pierre Michel, (1968), Distribución en Planta Tomo I, pg. 89 - 104

⁹ <https://definiciona.com/adecuamiento/>

¹⁰ <http://es.thefreedictionary.com/reordenar>

¹¹ Rodríguez, V. C., García, R. B., & Lucero, L.C. (2010) Formulación y Evaluación de Proyectos, México: Ji suma

¹² Pimentel, Edmundo (2008) Formulación y Evaluación de Proyectos

- Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente, el planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas una necesidad.¹³

2. IMPORTANCIA.

La importancia de un proyecto radica, en lograr poner en marcha una inversión, sobre la producción de bienes y servicios que están destinados a satisfacer necesidades humanas, siempre que exista una necesidad humana es indispensable invertir.

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general.¹⁴

3. CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO

Es el conjunto de etapas a través de las cuales pasa un proyecto, desde que se propone una idea para resolver un problema o una necesidad, pasando por sucesivas etapas de estudio, formulación y priorización, hasta la ejecución de la inversión, su puesta en funcionamiento y operación, donde se generan los beneficios previstos para la población objetivo de dicha inversión

Según Briceño (2015), existen etapas en la vida del proyecto: pre inversión, inversión, operación

El ciclo de vida de un proyecto es un conjunto de etapas que se llevan a cabo a través del tiempo a lo largo de su vida. Las etapas que pueden identificarse en el ciclo de vida de un proyecto son: pre inversión, inversión, y operación

¹³ Chain, N. S., & Chain, R. S. (200) Preparación y Evaluación de Proyectos, (Cuarta Edición) Colombia: McGraw – Hill Interamericana.

¹⁴ Urbina, G. B. (2007) Evaluación de Proyectos (Quinta Edición) México: McGraw – Hill/ Interamericana Editores.

a. PREINVERSION.

Comprende el proceso que va desde la idea hasta que esta toma la forma suficiente para saber si vale la pena llevarla adelante. Dependiendo de la complejidad de la propuesta y del volumen de recursos que su realización puede demandar, se puede requerir solo un perfil de proyecto, un estudio de Pre factibilidad o incluso factibilidad. Comprende tanto la formulación de estos documentos como la evaluación de los mismos y la declaración de viabilidad de la propuesta.¹⁵

En esta etapa se llevan a cabo los diferentes estudios de viabilidad los cuales son: identificación de la idea, diseño del perfil, estudio de pre factibilidad, estudio de factibilidad, diseño final o estudios complementarios. Los cuales se detallan a continuación:

- Identificación de la idea

En esta etapa donde comienza el ciclo de cada proyecto, su finalidad es de identificar los proyectos que sean adecuados a las necesidades económicas y sociales.¹⁶

La identificación de la idea se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios solo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos sin entrar a investigaciones de terreno.¹⁷

- Diseño del perfil

En esta etapa se evalúan las diferentes alternativas, partiendo de información técnica, y se descartan las que no son viables. Se especifica y describe el proyecto con base en la alternativa seleccionada. Por lo general, la información en que se apoya la elaboración del perfil proviene de fuentes de origen secundario.

¹⁵ Cabada, A. E. (2004) Metodología de Formulación de proyectos de Inversión. Perú: Grupo Pachamaca/ InWEnt/DED pg. 11

¹⁶ Pimentel, Edmundo (2008) Formulación y Evaluación de Proyecto. Pg. 14

¹⁷ Urbina, G. B. (1989) Evaluación de Proyectos (Tercera Edición) México: McGraw – Hill/Interamericana Editores.

Este estudio conduce a realizar un análisis de los resultados, que muestren si el proyecto es realizable o económicamente viable, el perfil conducirá a dar varias alternativas de solución y se debe de optar por aquella que requiera menor cantidad de recursos y menos costos.

- Estudio de pre factibilidad

La etapa de pre factibilidad constituye el paso final del estudio de pre - inversión.

Por tal motivo, entre las responsabilidades del evaluador, más allá del simple estudio de viabilidad, está la de velar por la optimización de todos aquellos aspectos que dependen de una decisión de tipo económica, por ejemplo: el tamaño, la tecnología o la localización del proyecto.

En esta etapa, se realiza una evaluación más profunda de las alternativas encontradas viables, y se determina la bondad de cada una de ellas.¹⁸

- Estudio de Factibilidad.
- Diseño final o estudios complementarios

Una vez decidida la ejecución del proyecto, en esta etapa se elabora el diseño definitivo. En las etapas anteriores se pueden haber elaborado diseños preliminares, pero los diseños definitivos e ingeniería de detalle especialmente en el caso de los proyectos más complejos y de mayor monto de inversión solo se justificará efectuarlos a partir del momento en que se cuente con el dictamen de viabilidad y con la decisión favorable del financiamiento.

La información presentada en el anteproyecto definitivo no debe alterar la decisión la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hechos en el anteproyecto sean confiables y hayan sido bien evaluados.

¹⁸ Chain, N. S. (2011) Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación (Segunda Edición) Chile: McGraw – Hill.

b. INVERSION.

Contempla dos momentos: la formulación del estudio definitivo o expediente técnico y la ejecución de las acciones de evaluación y aprobación de los estudios y expedientes, la asignación de los recursos y el seguimiento y monitoreo de las acciones previstas y del uso de los recursos desembolsados.¹⁹

La evaluación de un proyecto es una herramienta, la cual, al comparar los flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto o no; es decir, si es o no rentable.²⁰

En esta fase se realiza el proyecto. Como producto de la ejecución del proyecto, se genera la capacidad para resolver el problema. Surge de la necesidad de crear bienes y servicios que satisfagan a las personas.

Esta etapa está compuesta según Fernando Fuentes Mohr, por tres elementos:

- La planificación de la ejecución del proyecto y diseño definitivo.
- La realización de licitaciones, negociaciones, trámites y contratos.
- La ejecución y equipamiento de obras, y la capacitación para la operación del proyecto.

c. OPERACIÓN.

Contempla la evaluación de los resultados, la que puede hacerse al concluir la inversión y entrar a la vida útil del proyecto, o transcurrido un cierto tiempo de concluida la fase de inversión. Los resultados de la evaluación deben darnos elementos nuevos para la formulación de nuevos proyectos.²¹

¹⁹Cabada, A. E. (2004) Metodología de Formulación de Proyectos de Inversión, Perú: Grupo Pachamacac/ InWent/DED, Pg. 12

²⁰

Eco – Finanzas (2006) Recuperado el 28 de abril de 2017, de http://www.ecofinanzas.com/economia/evaluacion_de_proyectos.htm

²¹ Cabada, A. E. (2004) Metodología de Formulación de Proyectos de Inversión, Perú: Grupo Pachamacac/ InWent/DED, Pg. 12

F. GENERALIDADES SOBRE ESTUDIOS PARA LA FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS.

1. ESTUDIO DE MERCADO.

a. DEFINICION.

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.²²

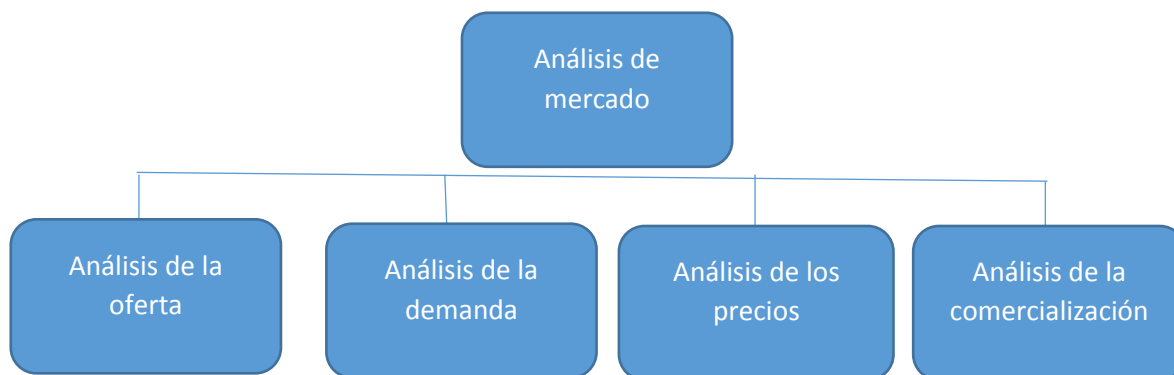
b. ESTRUCTURA DE ANALISIS.

Para el análisis de mercado se reconocen cuatro variables fundamentales que conforman la estructura mostrada en la figura 2.1.

La investigación que se realice debe proporcionar información que sirva de apoyo para la toma de decisiones, y en este tipo de estudios la decisión final está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son obstáculo para llevar a cabo el proyecto.

Figura 1.

Estructura de análisis del mercado.



Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos, Gabriel Baca Urbina, 4ta. Edición

²² Chain, N. S. (2011) Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación (Segunda Edición) Chile: McGraw – Hill.

i. DEMANDA.

Definición.

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica o un precio determinado.

Como se analiza la demanda.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afecta los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto en el proyecto para la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace referencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo).

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

$$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$$

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda, aquí la investigación de campo servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, conocer un poco más a fondo cuales son las preferencias y los gustos del consumidor. Cuando no existen estadísticas, lo cual es

frecuente en muchos productos, la investigación de campo queda como el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda.

ii. OFERTA.

Definición.

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores), está dispuesto a poner a disposición en el mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es, determinar y medir las cantidades y las condiciones en que una economía quiere y puede poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etcétera. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollara el proyecto.

Como analizar la oferta.

Aquí también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Consiste en recabar datos de fuentes primarias y secundarias.

Respecto a las fuentes secundarias externas, se tendrá que realizar un ajuste de puntos, con alguna de las técnicas descritas, para proyectar la oferta.

Sin embargo, habrá datos muy importantes que no aparecerán en las fuentes secundarias y, por tanto, será necesario realizar encuestas. Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- Número de productores.

- Localización.

- Capacidad instalada y utilizada.
- Calidad y precio de los productos.
- Planes de expansión.
- Inversión fija y número de trabajadores.

Proyección de la oferta.

Al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber; que, de cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno.

iii. PRECIOS.

Definición:

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.

iv. COMERCIALIZACION.

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

Es el aspecto de la mercadotecnia más vago y, por esa razón, el más descuidado. Al realizar la etapa de pre factibilidad en la evaluación de un proyecto, muchos investigadores simplemente informan en el estudio que la empresa podrá vender directamente el producto al público o al consumidor, con lo cual evitan toda la parte de comercialización. Sin embargo, al enfrentarse a la realidad, cuando la empresa ya está en marcha, surgen todos los problemas que la comercialización representa.

A pesar de ser un aspecto poco favorecido en los estudios, la comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa. Se puede producir el mejor artículo en su género al mejor precio, pero si no se tienen los medios para hacerlo llegar al consumidor en forma eficiente, esa empresa ira a la quiebra.

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

2. ESTUDIO TECNICO.

a. TAMAÑO OPTIMO DE LA PLANTA.

Definición:

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

Además de definir el tamaño de un proyecto, en otro tipo de aplicaciones existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de sus efectos sobre la economía.

Esta parte de la metodología de evaluación de proyectos, es donde más se requiere de ingenieros, en el sentido de las personas que utilizan su ingenio para resolver problemas. Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto, diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas. Si no se conoce de estos elementos, el diseño de la planta viene a ser más un arte que un acto de ingeniería.

Para determinar y optimizar la capacidad de una planta, es necesario conocer a detalle la tecnología que se empleara. Después de esto se entra a un proceso iterativo donde intervienen, al menos, los siguientes factores:

-La cantidad que se desea producir, la cual, a su vez, depende de la demanda potencial que se calculó en el estudio de mercado y de la disponibilidad del dinero. Además, determina en gran medida el proceso de manufactura a seleccionar.

-La intensidad en el uso de la mano de obra que se quiera adoptar: procesos automatizados, semiautomatizados o con abundante mano de obra en las operaciones. Esta decisión también depende, en buena medida del dinero disponible, ya que un proceso totalmente automatizado requiere de mayor inversión.

-La cantidad de turnos de trabajo. Puede ser un solo turno de trabajo con una duración de diez horas, dos turnos con una duración de nueve horas, tres turnos diarios de ocho horas, o cualquier otra variante. No es lo mismo producir diez toneladas trabajando uno, dos o tres turnos diarios; la decisión afecta directamente la capacidad de la maquinaria que se adquiera. Desde luego, esta consideración se evita en procesos continuos de manufactura.

-La optimización física de la distribución del equipo de producción dentro de la planta. Mientras más distancia recorra el material, ya sea como materia prima, producto en proceso o producto terminado, la productividad disminuirá. Para lograrlo, es muy importante considerar las técnicas de manejo de materiales.

-La capacidad individual de cada máquina que interviene en el proceso productivo y del llamado equipo clave, es decir, aquel que requiere de la mayor inversión y que, por tanto, se debe aprovechar al 100% de su capacidad. Si no se hace así, disminuirá la optimización del proceso, lo cual se reflejará en una menor rentabilidad económica de la inversión al tener instrumentos muy costosos y ociosos.

-La optimización de la mano de obra. Si se calcula mal la mano de obra requerida habrá problemas. Con una estimación mayor, habrá mucha gente ociosa y se pagarán salarios de más; si sucede lo contrario, los trabajadores no alcanzarán a cubrir todas las tareas que es necesario realizar, retrasando el programa de producción.

Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta.

En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuales se puede escoger se reducen a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados, los cuales se analizan detalladamente a continuación.

-El tamaño del proyecto y la demanda:

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual que la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, este debe ser tal que solo cubra un bajo porcentaje de la primera, no más de 10%, siempre y cuando haya mercado libre. Cuando el régimen sea oligopólico no se recomienda tratar de introducirse al mercado, al menos que existan acuerdos previos con el propio oligopolio acerca de la repartición del mercado existente o del aseguramiento del abasto en materias primas.

-El tamaño del proyecto y los suministros e insumos:

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Muchas grandes empresas se han visto frenadas

por la falta de este insumo. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto, se deberían listar todos los proveedores de materias primas e insumos y se anotarían los alcances de cada uno para suministrar estos últimos. En etapas más avanzadas del proyecto se recomienda presentar tanto las cotizaciones como el compromiso escrito de los proveedores para abastecer las cantidades de material necesario para la producción. En caso de que el abasto no sea totalmente seguro se recomienda buscar en el extranjero dicha provisión, cambiar de tecnología, en caso de ser posible, o abandonar el proyecto.

-El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos:

Hay ciertos procesos y técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser aplicables, ya que, por debajo de ciertos niveles, los costos serían tan elevados que no se justificaría la operación de la planta.

Las relaciones entre el tamaño y la tecnología, influirán a su vez en las relaciones, entre tamaño, inversiones y costo de producción. En efecto, dentro de ciertos límites de operación y a mayor escala, dichas relaciones propiciarán un menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada y un mayor rendimiento por persona ocupada; lo anterior contribuirá a: disminuir el costo de producción, aumentar las utilidades y elevar la rentabilidad del proyecto.

En términos generales se puede decir que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables.

-El tamaño del proyecto y el financiamiento:

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de la inversión de la planta del tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existen una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejará escoger

aquel que se define con mayor comodidad y seguridad, que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital.

-El tamaño del proyecto y la organización:

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuente con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa; Aquí se hace una referencia sobre todo al personal técnico de cualquier nivel, el cual no se puede obtener fácilmente en lagunas localidades del país.

b. LOCALIZACION ÓPTIMA DEL PROYECTO.

Definición:

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

c. INGENIERIA DEL PROYECTO.

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

Técnicas de análisis del proceso de producción. Diagrama de bloques. Diagrama de flujo. Cursograma analítico.

Ya que se ha descrito con palabras la manera en que se desarrolla el proceso productivo, viene una segunda etapa en la que, en forma integral, se analice el proceso o la tecnología. La utilidad de este análisis es básicamente que cumple dos objetivos: facilitar la distribución de la planta aprovechando el espacio disponible en forma óptima, lo cual, a su vez, optimiza la operación de la planta mejorando los tiempos y movimientos de los hombres y las maquinas.

Para representar y analizar el proceso productivo existen varios métodos, por lo que cualquier proceso productivo, por complicado que sea, puede ser representado por medio de un diagrama para su análisis. El empleo de cualquiera de ellos dependerá de los objetivos del estudio; Algunos son muy sencillos, como el diagrama de bloques, y hay otros muy completos, como el Cursograma analítico.

Diagrama de bloques. Es el método más sencillo para representar un proceso. Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.

Diagrama de flujo de procesos. Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalles e información como el diagrama de flujos de procesos, donde se utiliza una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas.

Cursograma analítico. Es una técnica más avanzada que las anteriores, pues presenta información más detallada, que incluye la actividad, el tiempo empleado, la distancia recorrida, el tipo de acción efectuada y un espacio para anotar observaciones. Esta técnica se puede emplear en la evaluación de proyectos, siempre que se tenga un conocimiento casi perfecto del proceso de producción y el espacio disponible. En la industria, su uso más común tiene lugar

en la realización de estudios de redistribución de plantas, pues es posible comparar por medio del Cursograma analítico el tiempo transcurrido y la distancia recorrida con la distribución actual y con la distribución propuesta.

3. ESTUDIO FINANCIERO

a. DETERMINACION DE LOS COSTOS.

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud, debido a su amplia aplicación, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

También es importante señalar que la evaluación de proyectos es una técnica de planeación, y la forma de tratar el aspecto contable no es tan rigurosa, lo cual se demuestra cuando por simplicidad, las cifras se redondean al millar más cercano.

b. COSTOS DE PRODUCCION.

Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico.

El método de costeo que se utiliza en la evaluación de proyectos se llama costeo absorbente.

c. COSTOS DE ADMINISTRACION.

Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen para realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos de oficina en general; o una empresa de cierta envergadura que puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal, relaciones públicas, finanzas o ingeniería (aunque este costo podría cargarse a producción); Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás

departamentos o áreas (como los mencionados) que pudieran existir en una empresa se cargaran a administración y costos generales. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.

d. COSTOS DE VENTA.

En ocasiones, el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido, vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de la estratificación de mercado; las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado; la adecuación de la publicidad que usa la empresa; la tendencia de ventas, etcétera.

e. COSTOS FINANCIEROS

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo; Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos.

Inversión total inicial:

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

Estado de resultados pro-forma:

La finalidad del análisis del estado de resultados de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta y los impuestos que debe pagar. Esta

definición no es muy completa, pues habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no solo de la venta de los productos.

Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento:

Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: solo de personas físicas (inversionistas), de estas con personas morales (otras empresas), de inversionistas e instituciones de crédito (bancos) o de una mezcla de inversionistas, personas morales y bancos. Como sea que haya sido la aportación de capitales, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.

Financiamiento.

Tabla de pago de la deuda:

Una empresa está financiada cuando ha perdido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudara a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse por dinero barato los capitales perdidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias.

En cualquier país, las leyes tributarias permiten deducir de impuestos los intereses pagados por deudas adquiridas por la propia empresa. Este implica que cuando se pide un préstamo, hay que saber hacer el tratamiento fiscal adecuado al interés y el pago a principal, lo cual es un aspecto vital en el momento de realizar la evaluación económica.

Balance general:

Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial. Pasivo, significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

Capital, significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

La igualdad fundamental del balance:

Activo = Pasivo + Capital

Significa, por tanto, que todo lo que tiene de valor la empresa (activo fijo, diferido y capital de trabajo) le pertenece a alguien. Este alguien puede ser terceros (tales como instituciones bancarias o de crédito), y lo que no debe, entonces, es propiedad de los dueños o accionistas. Por esto es que la igualdad siempre debe cumplirse. Todo lo que hay en la empresa siempre le pertenecerá a alguien.

Por otra parte, los balances tienen como objetivo principal determinar anualmente cual se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Aquí surge el problema de la revaluación de activos. Se ha generalizado la práctica en muchos países de revaluar los activos de acuerdo con la inflación del año anterior, lo cual ayuda a tener un valor más real de la empresa año con año.

4. EVALUACION FINANCIERA O ECONOMICA

a. DEFINICION

La evaluación de un proyecto en términos de oportunidades, consiste en comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversión con su correspondiente corriente proyectada de desembolsos.²³

La evaluación económica describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica.²⁴

²³ Sapag, N. C. (1998) Evaluación de Inversiones en la Empresa, Santiago, Universidad de Chile.

²⁴ Urbina, G. B. (2010). Evaluación de proyectos (Sexta Edición) México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, pág. 7.

b. METODO DE EVALUACION DE PROYECTOS

i. VALOR ACTUAL NETO.

Es un método de evaluación que toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto; Sino han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominara el proceso de producción, así como todos los costos que incurrirán en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros 5 años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

En este momento surge el problema sobre el método de análisis que se empleara para comprobar la rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor con el paso del tiempo, a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real del dinero a través del tiempo. En esta parte se analizará las ventajas y desventajas de los métodos de análisis que no toman en cuenta este hecho.²⁵

²⁵ Gabriel Baca Urbina (2001) Evaluación de Proyectos 4ta Edición, McGraw – Hill/Interamericana Editores, S. A de C. V., México D. F.

CAPITULO II - DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA ADECUACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS.

A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.

1. Objetivo General.

Desarrollar un estudio de factibilidad que contribuya en el adecuamiento y reordenamiento de las instalaciones de la empresa “Distribuidora El Baratazo, S. A de C. V.” Ubicada en el municipio de San Marcos, Departamento de San Salvador.

2. Objetivos Específicos.

- a. Realizar un estudio de factibilidad que contribuya al adecuamiento y reordenamiento de las instalaciones de la distribuidora el Baratazo, S.A. de C.V.
- b. Determinar mediante un estudio técnico el tamaño y localización optima de la distribuidora El Baratazo, S.A. de C.V.
- c. Evaluar a través de un estudio económico la rentabilidad para el adecuamiento y reordenamiento de las instalaciones.

B. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

1. Procesos de la investigación científica

Enfoque teórico: para ello el investigador procede a realizar una revisión de la literatura que se refiere a los hallazgos científicos entorno al problema que se va a investigar. Esto se constituye en el marco teórico.

Enfoque empírico: este enfoque contiene toda aquella información recopilada por observación natural, por estudios de campo o por experimentación, y que constituye los hallazgos hechos por el investigador al abordar el problema en la realidad actual y local. Esto se constituye en el marco conceptual.

Análisis: con el análisis el investigador pretende establecer el grado de aproximación que existe entre el enfoque teórico y el enfoque empírico, tomando como puntos de referencia los objetivos, las interrogantes, o las predicciones o expectativas, si se ha planteado hipótesis.

2. Clasificación de la investigación.

Se consideró el criterio para clasificar la investigación:

Por el propósito o meta de alcance las investigaciones pueden ser de dos tipos: básica y aplicada.

Investigación bibliográfica: este tipo de investigación, por ser común a todo tipo de investigación, merece ser tratada de una manera más amplia. Algunos autores la llaman bibliográfica y documental, pero en esta obra solo utilizaremos el término; investigación bibliográfica.

Investigación de campo: consiste en una observación de los hechos, tal como ocurre en la realidad, en el ambiente natural. Se vale instrumentos como cuestionarios, guías de observación, lista de cotejo, test o prueba, otros equipos y aparatos.

Investigación exploratoria: Es la búsqueda de la información para familiarizarse con el entorno y las variables. Es el repaso y la reconstrucción del trabajo realizado por otros y consiste en la búsqueda de información de manera general sobre las variables de un estudio, por ejemplo, de fuentes escritas, de informantes clave (personas importantes capaces de dar información idónea), visitas al campo.

Investigación no experimental: aquí no hay manipulación de variables. Se basa en la observación de las variables que interesan al investigador.

3. Metodología de investigación

Existen dos tipos de enfoques: investigación cuantitativa e investigación cualitativa.

Se utilizará la investigación cualitativa, las cuales posee las siguientes características:

- Es subjetiva (los datos son filtrados por el criterio del investigador).
- Las reglas de procedimiento no son precisas, ya que no se especifica previamente el método de recogida de los datos. Se basa más en la intuición.
- Es Holística, ya que abarca el fenómeno que estudia, en su conjunto. No estudia las variables por separado.
- Es recursiva, ya que el diseño de investigación es emergente, pues se va elaborando a medida que va avanzando la investigación. En ese sentido es constructivista, es inductiva (va de las partes al todo).
- El análisis estadístico que emplea no es riguroso, ya que a lo sumo solo llega a hacer recuentos de frecuencias y categorizaciones o clasificaciones.
- Las conclusiones no son generalizables.
- No se puede replicar.

4. Método de investigación

La investigación se realizará utilizando el Método Científico.

Ya que se realizará un proceso sistemático con el cual se obtendrán conocimientos objetivos de los fenómenos a través de la observación directa, recopilación de información junto con su ordenamiento, experimentación y el análisis de los resultados obtenidos en la investigación.

De manera que el estudio realizado brinde las pautas lógicas para dar respuestas a las hipótesis, y objetivos formulados sobre el problema en estudio.

El método auxiliar a utilizar es **El método analítico**: consiste en la descomposición de un todo en sus partes.

El método analítico, en la práctica es más una operación mental, que tiene por objeto dividir un todo en sus respectivas partes, pero como operación mental es necesario haber percibido antes aisladamente los elementos que es necesario separar del todo (diferenciación de las partes).

5. Técnica para la recolección de datos

Para llevar a cabo la recolección de información necesaria para el desarrollo de la investigación se recurrieron a las siguientes técnicas.

a. Encuesta.

Permite recopilar información en el lugar de los hechos mediante las opciones de las personas involucradas de alguna manera con la problemática que se investiga, el personal al que se dirigirá la encuesta será:

- Gerencia.
- Personal Administrativo.
- Personal Operativo.

b. Entrevista.

Esta técnica permitirá recopilar información de primera mano con respecto a la realidad del mercado dentro de la Distribuidora, esta consistirá en una reunión con el Administrador de la Empresa se espera conocer opiniones, comentarios que consoliden la investigación

c. Observación.

Se utilizará en nuestro estudio debido a que se realizarán visitas exploratorias para reconocer y delimitar el área de estudio con el fin de obtener información general que servirá para la estructura del marco teórico y conceptual.

Con el cual facilitara la observación de los diferentes problemas que ocurren dentro de la empresa, para realizar propuestas acertadas, y solucionar dichos problemas.

6. Instrumentos de recolección.

Como parte de la investigación se procedió al diseño y validación del instrumento que sirvió como herramienta técnica para el levantamiento de la información.

a. Cuestionario.

Contiene una serie de preguntas formuladas cuidadosamente y congruentes a la información proveniente de las variables o indicadores que corresponden a los supuestos o hipótesis de un problema de estudio. (Ver Anexo 2)

b. Guía de Entrevista

Es un instrumento que permite recopilar información suficiente y fundamental sobre un tema determinado, caracterizado por estandarizar las preguntas en su contenido.

El instrumento contiene diez preguntas diseñadas para obtener información acerca del mercado, el área económica y financiera actual. (Ver Anexo 3).

c. Guía de observación

Es un instrumento empleado por los investigadores para obtener información para la descripción de objetos, situaciones o fenómenos o para conocer objetivamente la forma en que se conducen personas o grupos.

Muchas investigaciones utilizan este procedimiento de observación para establecer lo que determinadas personas hacen en sus labores habituales, la forma en que emplean su tiempo, las funciones que ejecutan en circunstancias específicas, etc. Con los resultados que se obtengan, es posible medir el rendimiento de un recurso, planificar acciones o modificar la marcha de un programa.

Solo observando y mirando cómo se desarrollan las acciones y acontecimientos en su propio medio, puede el investigador tener una visión más real y objetiva de cómo ocurren las cosas, quién las realiza, cuándo, dónde y cómo se hacen. El observador, por su parte, debe ser capaz de observar lo que realmente interesa, y debe registrar los hechos tal cual ocurran.²⁶

7. Fuentes de información.

a. Primaria.

Constituye toda la información obtenida directamente de la población a través de la utilización de la técnica de investigación como la observación directa, la encuesta y la entrevista personal para el caso de todos los empleados.

²⁶ R. Muñoz Campos (2004) La investigación científica paso a paso, Cuarta Edición, Talleres Gráficos UCA, San Salvador, impreso en El Salvador.

b. Secundaria

Las fuentes secundarias estarán constituidas por la información cuyo contenido esté constituido en obras originales y resúmenes de diferentes fuentes bibliográficas relacionadas al procedimiento para la generación de planes de negocio administración de empresas organización y marketing documentos proporcionados por la comunidad productora, tesis y documentos virtuales.

8. Determinación de universo y muestra

Cuando se habla de población o Universo se refiere al total de los individuos o elementos que presentan determinadas características o manifestaciones que ameritan ser sujetas a un estudio de investigación con el propósito de darle validez o invalidez a las causas que generan estas manifestaciones por muestra se refiere a una parte de la población que es tomada para el estudio de investigación.

a. Determinación del universo

La empresa Distribuidora El Baratazo, S. A de C. V. Cuenta con un personal clasificado de la siguiente manera:

Cuadro n°1 - Número de empleados según su cargo.

Cargo	N° de personas
Administrativos	2
Facturadores	2
Repartidores	2
Motoristas	4
Vendedores	12
Total	22

FUENTE: Elaborado por grupo de investigación.

Por lo que el universo de nuestra investigación está determinado por 22 personas.

b. Determinación de la Muestra.

Se entiende por muestra al “subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. Es decir, representa una parte de la población objetos de estudio. Se tomó el total de la población a los 22 empleados de la Distribuidora.

C. TABULACION, ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS ENCUESTAS, REALIZADO A LOS EMPLEADOS DE LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO, S. A DE C.V.

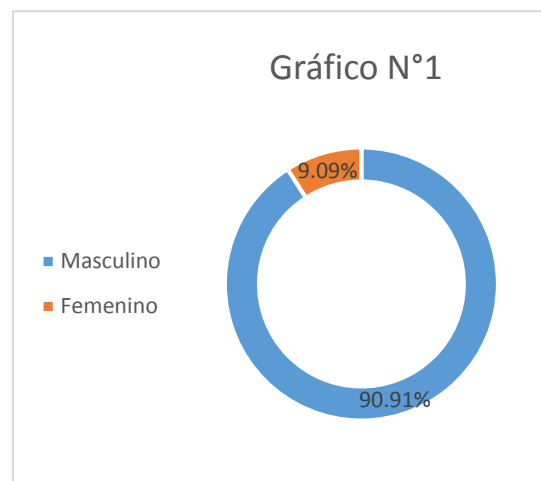
DATOS GENERALES

Pregunta No 1:

SEXO

Cuadro No 1.

Sexo		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	20	90.91
Femenino	2	9.09
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

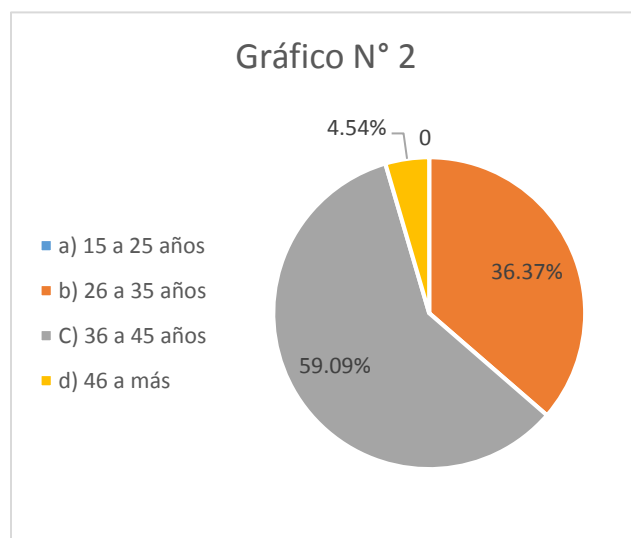
Del total de encuestados un 90.91% es de sexo masculino, esto nos dice que el trabajo que se hace en la distribuidora es mayormente desempeñado por hombres ya que es un trabajo de esfuerzo físico y por esa razón se requiere personal del sexo masculino; y un 9.09% es del sexo femenino, esta cantidad de personas que son mujeres desempeñan un cargo como facturadoras dentro de la distribuidora.

Pregunta N°2:

EDAD

Cuadro No 2.

Edad		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
a) 15 a 25 años	0	0
b) 26 a 35 años	8	36.37
C) 36 a 45 años	13	59.09
d) 46 a más	1	4.54
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Los datos indican que, un 59.09% poseen una edad de 36 a 45 años, esto significa que los empleados de la distribuidora son adultos en su mayoría, además con un 36.37% correspondiente a los más jóvenes y su edad oscila entre los 26 a los 35 años, y con una minoría del 4.54% que representa a los adultos de edad de 46 a más, significando para la empresa que sus empleados son mayormente adultos jóvenes con esto la empresa esta adecuadamente con el personal para las actividades físicas que requiere el trabajo dentro de la distribuidora.

CONTENIDO

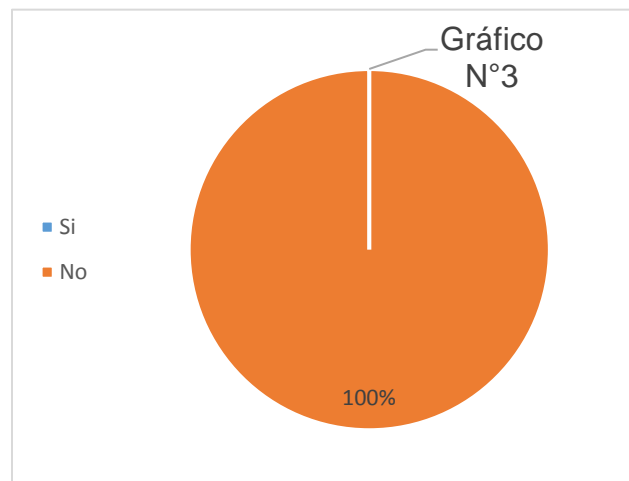
Pregunta No 3:

¿Cree usted que las medidas de seguridad laboral dentro de su empresa son las adecuadas?

Objetivo: Conocer el nivel de seguridad laboral dentro de la empresa, para determinar las necesidades a solventar.

Cuadro No 3.

¿Cree usted que las medidas de seguridad laboral dentro de su empresa son las adecuadas?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

El 100% de los encuestados respondió que no son adecuadas las medidas de seguridad laboral dentro de la distribuidora, esto nos indica que la empresa no tiene ningún tipo de seguridad industrial que proteja al trabajador dentro de sus horas laborales; y esto puede llevar a que ocurran incidentes no deseados como accidentes laborales.

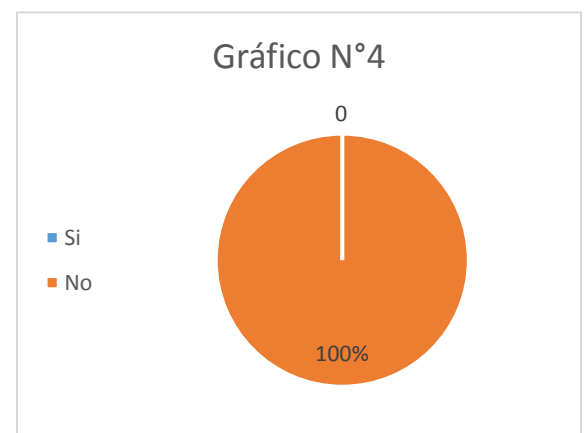
Pregunta No 4:

¿Posee usted herramientas de seguridad laboral?

Objetivo: Identificar las necesidades de herramientas de seguridad laboral para los trabajadores con el fin de salvaguardar sus vidas.

Cuadro No 4.

¿Posee usted herramientas de seguridad laboral?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Los datos indican que un 100% de los encuestados respondieron que no poseen herramientas de seguridad laboral; esto significa que dentro de la empresa los empleados no cuentan con ningún tipo de protección para realizar sus labores diarias, para dichas actividades se requiere diferentes tipos de herramientas laborales por ejemplo el cinturón de seguridad, de carga y el casco de seguridad, por lo visto no poseen nada de esas herramientas necesarias.

Pregunta No 5:

¿Dentro del almacén se encuentra debidamente las diferentes señalizaciones de seguridad industrial?

Objetivo: Distinguir la señalización de seguridad industrial para proteger a los trabajadores de accidentes laborales.

Cuadro No 5.

¿Dentro del almacén se encuentra debidamente las diferentes señalizaciones de seguridad industrial?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

El 100% respondió que no se encuentra debidamente la señalización de seguridad industrial dentro del almacén; esto nos dice que la distribuidora necesita de urgencia colocar la debida señalización de seguridad industrial para poder identificar las rutas de evacuación, las zonas de carga y descarga de los productos, así como también para evitar accidentes de trabajo.

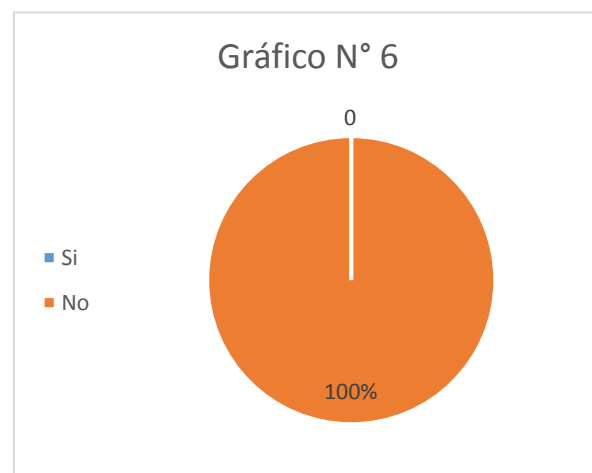
Pregunta No 6:

¿Están debidamente señaladas las áreas de carga y descarga de los productos?

Objetivo: Identificar de qué forma está señalado para la carga y descarga de los productos con el fin de agilizar el trabajo dentro de la empresa.

Cuadro No 6.

¿Están debidamente señaladas las áreas de carga y descarga de los productos?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Del total de los encuestados un 100% contestó que no están debidamente señaladas las áreas de carga y descarga de los productos, esto nos dice que la distribuidora necesita la señalización de la carga y descarga de los productos para agilizar el trabajo, también para cuidar los productos dependiendo de su naturaleza a la hora de cargar y descargar.

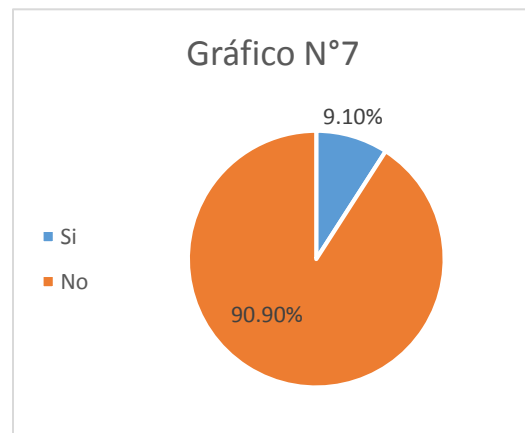
Pregunta No 7:

¿Se encuentran los productos debidamente ubicados de acuerdo a su naturaleza?

Objetivo: Conocer la preservación de los productos con el fin de no generar pérdidas innecesarias para la empresa.

Cuadro No 7.

¿Se encuentran los productos debidamente ubicados de acuerdo a su naturaleza?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	9.10
No	20	90.90
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Los datos recolectados indican que un 90.9% respondieron que no se encuentran los productos debidamente ubicados de acuerdo a su naturaleza, esto nos dice que los productos pueden estar en riesgo por su mala ubicación dentro del almacén y los anaqueles, y también pueden ocasionar accidentes de trabajo si la mala colocación de los productos hace que se deslicen de los anaqueles en cualquier emergencia de temblores o al estar colocados los productos; mientras que un 9.10% respondió que se encuentran ubicados los productos de acuerdo a su naturaleza.

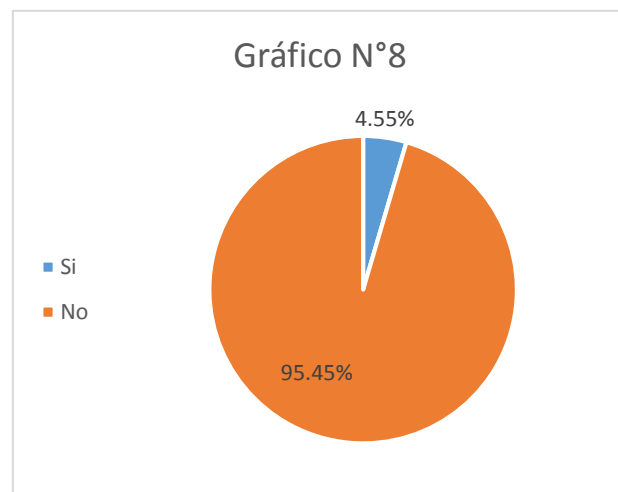
Pregunta No 8:

¿Los productos dentro de los anaqueles están ubicados de una manera segura?

Objetivo: Saber si los productos están ubicados de manera segura para el bienestar de los trabajadores así mismo para los productos en sí.

Cuadro No 8.

¿Los productos dentro de los anaqueles están ubicados de una manera segura?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	4.55
No	21	95.45
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Del total de los encuestados un 95.45% opina que no están colocados de manera segura los productos dentro de los anaqueles; esto significa que los productos no poseen seguridad al estar colocados dentro de los estantes y esto puede ocasionar accidentes laborales así como pérdida innecesaria de los productos al caerse al suelo o al golpearse entre sí en un temblor o algún movimiento brusco que sufra el anaquel, y con un 4.55% de respuesta, opinan que si están de manera segura colocados los productos.

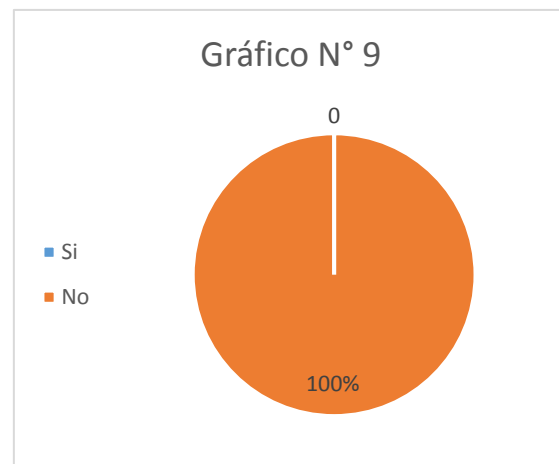
Pregunta No 9:

¿Considera que la distribución del almacén, facilita el despacho de los productos con más demanda?

Objetivo: Identificar si el despacho de productos de más demanda se está haciendo de manera eficaz y si la distribución de los productos esta de una manera adecuada para la demanda de dichos productos.

Cuadro No 9.

¿Considera que la distribución del almacén, facilita el despacho de los productos con más demanda?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Con un 100% de respuesta, los empleados de la distribuidora consideran que la distribución del almacén no facilita el despacho de los productos con más demanda, esto implica que el trabajo se está frenando por que los productos con más demanda deberían estar a la mano del trabajador para cargar y descargar fácilmente, así también el inventario sería más fácil de controlarlo.

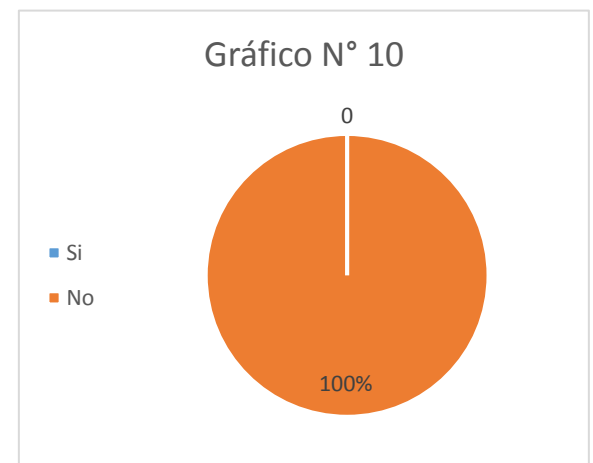
Pregunta No 10:

¿El ordenamiento de los anaqueles le facilita el desplazamiento dentro del almacén?

Objetivo: Distinguir si el desplazamiento de los trabajadores dentro de la distribuidora facilita el trabajo y no entorpece a la hora de la carga y descarga.

Cuadro No 10.

¿El ordenamiento de los anaqueles le facilita el desplazamiento dentro del almacén?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Del total de los encuestados el 100% reconoce que el ordenamiento de los anaqueles le dificulta el desplazamiento dentro del almacén, esto nos dice que se debe de reorganizar la distribución dentro del almacén con respecto a los anaqueles, con el fin de facilitar el desplazamiento de los trabajadores a la hora de realizar sus actividades de trabajo; ya que el movimiento dentro de la planta debe de ser de manera rápida y así agilizar los tiempos de carga y descarga de productos

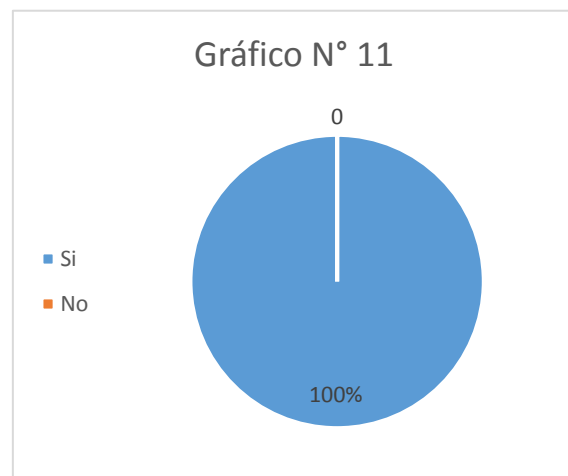
Pregunta No 11:

¿Le parece necesario un reordenamiento en la distribución de los productos dentro del almacén?

Objetivo: Conocer si para los trabajadores es necesidad reordenar el almacén para aumentar su eficacia y eficiencia en sus procesos.

Cuadro No 11.

¿Le parece necesario un reordenamiento en la distribución de los productos dentro del almacén?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	100
No	0	0
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

El 100% de las personas encuestadas respondieron con un si, a la necesidad de reordenar la distribución de los productos dentro del almacén, esto significa que los empleados ven necesario el reordenar dentro de la planta los productos ya que, esto aumentara la eficiencia y la eficacia en sus procesos; también será de gran ayuda ya que el almacén estará ordenado de una manera que beneficie tanto a los empleados en su trabajo, como a los propietarios en el aumento de sus utilidades.

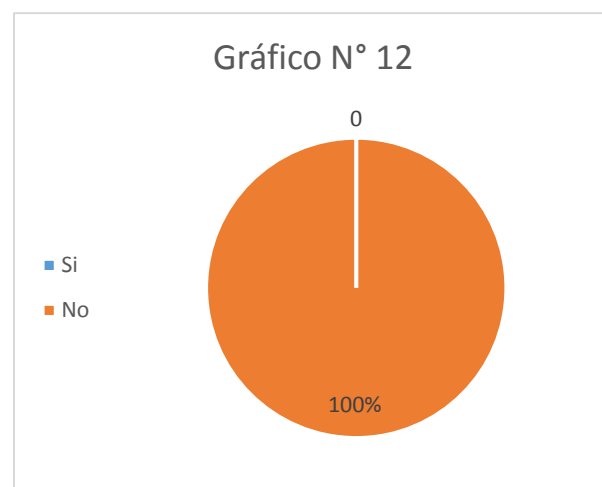
Pregunta No 12:

¿A su parecer el estibamiento y embalaje, es el adecuado para los productos?

Objetivo: Comprender si dentro de la distribuidora los productos están debidamente embalados y estibados para la protección de los mismos y evitar accidentes laborales.

Cuadro No 12.

¿A su parecer el estibamiento y embalaje, es el adecuado para los productos?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

Los datos indican que un 100% de los encuestados contestaron que no está de manera adecuada el estibamiento y embalaje de los productos de la distribuidora, esto nos dice que el almacén no posee la suficiente protección para los productos que poseen, ya que si hubiera un desastre natural como por ejemplo un terremoto, los daños serían más severos por no poseer un estibamiento y embalaje adecuado para cada producto, esto les repercute en pérdidas monetarias como también diferentes accidentes laborales.

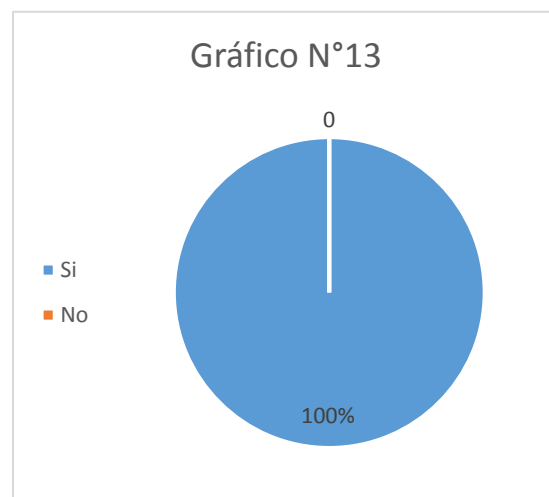
Pregunta No 13:

¿Al mejorar la distribución y el reordenar los productos, mejoraría su eficiencia en él trabajo?

Objetivo: Conocer la importancia que tiene para los trabajadores el reordenamiento de la distribuidora con el fin de incrementar su eficiencia.

Cuadro No 13.

¿Al mejorar la distribución y el reordenar los productos, mejoraría su eficiencia en él trabajo?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	22	100
No	0	0
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

De las personas encuestadas el 100% respondió que si incrementaría su eficiencia al mejorar la distribución y reordenar los productos dentro del almacén, esto nos dice que la distribuidora necesita de manera inmediata una mejor distribución y reordenar la planta con el fin de mejorar el espacio para los trabajadores y así ellos pueden desempeñarse dentro del almacén de manera eficiente.

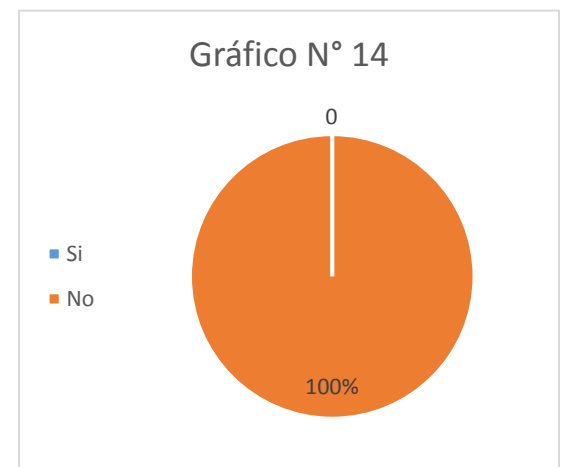
Pregunta No 14:

¿El manejo del inventario de nuevos productos le parece el adecuado?

Objetivo: Identificar si el inventario se lleva de una manera ordenada y es adecuado para colocar el producto de acuerdo al nivel de demanda de cada uno.

Cuadro No 14.

¿El manejo del inventario de nuevos productos le parece el adecuado?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	22	100
TOTAL	22	100



Análisis e interpretación:

El total de 100% de los encuestados considera, que no es adecuado el manejo del inventario de nuevos productos, esto para la distribuidora significa que sus procedimientos los están haciendo de una manera inadecuada; por lo tanto, es necesario reordenar los procedimientos del ingreso de inventario con el fin de adecuar los productos de manera de fácil acceso y así agilizar el despacho de los mismos.

D. RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE ENTREVISTA REALIZADA AL SEÑOR JUAN PABLO APARICIO, ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO, S. A. DE C. V.

1. ¿Cuál es el mercado meta al que está dirigida la empresa?

El administrador de la empresa manifestó que la empresa tiene una amplia cobertura de mercado, especialmente fuera de San Salvador, aunque siempre se mantienen en expansión, actualmente su mercado es San Salvador, La Libertad y la Paz.

2. ¿Cómo es la demanda de los productos que se distribuyen?

La mayoría de los productos son de demanda alta, ya que son de primera necesidad y de consumo diario, aunque hay otros como las bebidas alcohólicas que son de temporadas.

3. ¿Qué es lo que la empresa ofrece al cliente?

La empresa distribuye una variedad de 155 productos entre ellos granos básicos, productos de limpieza, productos de higiene personal, los precios de los productos son accesibles ya que se mantienen al igual que los precios del mercado actual, y las marcas son de las más reconocidas, como: Nestlé, Pozuelo, Kimberly Clark, entre otras. – Manifestó.

4. ¿Cuál es el proceso de comercialización de los productos?

El proceso de comercialización de los productos de la Distribuidora empieza con el vendedor el cual tiene una ruta donde hace la visita al cliente, y luego retorna a la empresa con la orden del pedido el cual es preparado para su despacho por el repartidor.

5. ¿Cuáles son los costos por la producción de una orden?

Según el Administrador, el costo de producción del despacho de una orden es prácticamente en su mayoría el pago a empleados ya que son ellos quienes despachan las órdenes y quienes las entregan a los vendedores.

6. Podría describirnos ¿Cuál es el proceso de producción y el tiempo que toma este proceso?

El proceso de producción de la empresa, en este caso de despacho de una orden, utiliza en promedio un tiempo de 10 a 15 minutos, esto dependiendo del pedido que realice el cliente y se desarrolla de la siguiente manera:

El vendedor visita al cliente conforme a su ruta, y realiza la orden del pedido, las ordenes son recibidas en el momento que regresan a la empresa, en donde se realiza la facturación formal del pedido por parte del despachador, quien al tener realizada la factura pasa al área de bodega con una carreta y selecciona los productos conforme a la orden, este a su vez la ordena en el área de despacho de ese vendedor quien revisa el pedido contra factura y se encarga de cargarla al camión.

7. ¿Considera usted que la empresa esta ordenada de manera que contribuya a los procesos de producción?

Consideramos que no, que aún nos falta desarrollar esta área y contribuir a los empleados al momento de despachar una orden, porque son ellos quienes prácticamente se han adecuado a buscar los productos, pero no es que se les facilite. – Comento el Administrador.

8. Con respecto a los costos de venta podría mencionarnos ¿Cuáles son?

Este costo varía de acuerdo al producto que se ofrezca pues algunos proveedores ofrecen regalías a los vendedores, es decir que si ellos venden un producto tienen cierta parte de las ganancias de estos productos, y el proveedor hace a la empresa el descuento respectivo conforme se van realizando nuevas compras, mientras que otros productos se mantienen con sus costos estables; también se incluyen los viáticos como gasolina a los vendedores.

9. ¿Poseen algún tipo de financiamiento?

Actualmente la Distribuidora posee un único financiamiento el cual se adquirió al inicio de operaciones para poner en marcha a la empresa cuando se realizó el cambio de giro del negocio.

10. ¿Cuál es la capacidad de la empresa para despachar las órdenes?

Actualmente se despachan un promedio de 90 clientes por ruta los días lunes y martes, los días miércoles, jueves, viernes y sábado un promedio de 60 clientes por ruta.

Se han establecido tres rutas las cuales están a cargo de tres personas, estas rutas se encuentran en los Departamentos de San Salvador, La Paz y La Libertad. Los municipios a los cuales se distribuyen los productos son: Santo Tomas, Santa Tecla, San Jacinto, Nejapa, Panchimalco, entre otros.

E. DESCRIPCION DE LA SITUACION ACTUAL EN BASE AL DIAGNOSTICO REALIZADO.

Para estudiar la situación actual de reordenamiento y adecuamiento de la distribuidora El Baratazo es necesario exponer la siguiente información con la que determinamos el diagnostico en base a los resultados de la tabulación de los datos recolectados y la observación directa.

1. Área de mercado actual.

Para la investigación el estudio de mercado comprende una serie de aspectos importantes a destacar, que son determinantes para la aceptación o no de la propuesta de adecuamiento y reordenamiento de la Distribuidora El Baratazo.

A continuación, se detallan esos aspectos más relevantes del estudio de mercado.

a. Mercado Meta.

La Empresa Distribuidora El Baratazo, S. A de C. V. está orientada a suplir a los hogares productos de primera necesidad, en los alrededores del

Área Metropolitana de San Salvador, La Libertad y La Paz. (Ver Resultado de entrevista, pregunta 1)

b. Demanda.

La mayoría de productos que se distribuyen por la empresa son demanda alta por la población ya que son productos de primera necesidad y de consumo diario, se podría mencionar el uso de: Frijol, Papel Higiénico, Café, Pasta Dental, Toallas Sanitarias, Jabón de lavaplatos, Leche en polvo, Jugos, entre otros. (Ver Resultado de Entrevista, Pregunta 2)

c. Oferta.

Se ofrece una variedad de 155 productos, desde granos básicos, productos de limpieza, productos de aseo personal, bebidas alcohólicas, alimentos no perecederos, dulces y confitería; dicha situación genera una buena rotación de inventario. (Ver Resultado de Entrevista, Pregunta 3).

d. Comercialización.

El proceso de comercialización de los productos de la Distribuidora empieza con el vendedor el cual tiene una ruta donde hace la visita al cliente, y luego retorna a la empresa con la orden del pedido el cual es preparado para su despacho por el repartidor. (Ver Resultado de Entrevista, Pregunta 4).

e. Producto.

Como se describió anteriormente la empresa cuenta con 155 productos que son ofrecidos al cliente, el vendedor posee una lista de los productos de acuerdo a las marcas y presentación del mismo. Entre las marcas que se ofrecen se encuentran: Nestlé, Pozuelo, Kimberly Clark, Di maría, Melher. (Ver Anexo 4)

f. Precio.

Detallar el precio de los productos que se ofrecen resultaría demasiado extenso, ya que se cuenta con una gran variedad de productos, sin

embargo, la mayoría de ellos se mantiene al precio de mercado actual.
(Ver Anexo 5)

2. Área Técnica Actual.

Para el desarrollo de la investigación y en lo correspondiente al área técnica se pudo constatar por medio de la observación directa, es decir al visitar la Distribuidora se pudo observar el procedimiento, el equipo, destreza y desarrollo de las labores dentro de la misma. Lo que permitió establecer algunos parámetros que se mencionan a continuación:

a. Localización de la Planta.

La Empresa Distribuidora El Baratazo, S. A de C. V. se encuentra ubicada en el municipio de San Marcos, departamento de San Salvador, específicamente en la carretera antigua a Zacatecoluca, colonia Santo Domingo, #461.

b. Capacidad Instalada.

Actualmente se despachan un promedio de 90 clientes por ruta los días lunes y martes, los días miércoles, jueves, viernes y sábado un promedio de 60 clientes por ruta.

Se han establecido tres rutas las cuales están a cargo de tres personas, estas rutas se encuentran en los Departamentos de San Salvador, La Paz y La Libertad. Los municipios a los cuales se distribuyen los productos son: Santo Tomas, Santa Tecla, San Jacinto, Nejapa, Panchimalco, entre otros. (Ver Resultado de Entrevista, pregunta 10).

c. Distribución en Planta.

Según el recorrido que realizó el grupo investigador dentro de la empresa se pudo observar y comparar los resultados de la encuesta; tales como que la empresa no cuenta con medidas de seguridad Industrial, ni señalización de posibles rutas de evacuación, zonas de peligro, entre otras que son importantes para la seguridad del empleado. (Ver Resultado de la encuesta, Pregunta 3, 4 y 5).

Se Observa una entrada principal en donde se despachan las ordenes de acuerdo a la llegada de los camiones que han regresado de entregar los pedidos de acuerdo a las rutas, en este mismo espacio se encuentran los baños y las oficinas administrativas, luego se encuentran el área de preparación y despacho de los pedidos que se han realizado, en donde también no se encuentra señalizada el área de carga y descarga de los productos (Ver resultados de Encuesta, pregunta 6), y posterior a ello se observa la entrada al área de bodega donde se encuentran todos los productos que ofrece la empresa al cliente, aquí se observó que los productos no están ubicados de acuerdo a su naturaleza y no están colocados de una manera segura dentro de los anaqueles ya que estos no son los adecuados para almacenar los productos (Ver Resultados de Encuesta Pregunta 7, 8,12), en esta área también se encuentra una entrada que también funciona al finalizar la jornada como garaje para algunos camiones que no puedan ser parqueados en la entrada principal.

d. Proceso de Producción.

El proceso de producción de la empresa, en este caso de despacho de una orden, utiliza en promedio un tiempo de 10 a 15 minutos, esto dependiendo del pedido que realice el cliente y se desarrolla de la siguiente manera:

El vendedor visita al cliente conforme a su ruta, y realiza la orden del pedido, las ordenes son recibidas en el momento que regresan a la empresa, en donde se realiza la facturación formal del pedido por parte del despachador, quien al tener realizada la factura pasa al área de bodega con una carreta y selecciona los productos conforme a la orden, este a su vez la ordena en el área de despacho de ese vendedor quien revisa el pedido contra factura y se encarga de cargarla al camión. (Ver Resultado de Entrevista, Pregunta 6). También es necesario mencionar que según los resultados de la encuesta los empleados consideran que la distribución actual de los productos dentro del almacén no facilita el despacho de los productos, y que es necesario el ordenamiento de los mismos, ya que esto mejoraría su eficiencia en el trabajo, considerando que facilitaría la movilización y el reconocimiento de la

ubicación de los productos. (Ver Resultados de la Encuesta, Preguntas 9,10, 11, 13).

3. Área Económica y Financiera Actual

Parte importante para una empresa es conocer como están financieramente, por lo que se detallan a continuación los costos en los que se incurren para llevar a cabo ciertas actividades con respecto a la distribución de los productos.

a. Costo de Producción

El costo de producción del despacho de una orden es prácticamente en su mayoría el pago a empleados pues como se ha descrito anteriormente son ellos quienes despachan las órdenes y quienes las entregan a los vendedores. (Ver Resultado de Entrevista, Pregunta 5)

b. Costos de Venta.

Este costo varía de acuerdo al producto que se ofrezca pues algunos proveedores ofrecen regalías a los vendedores, es decir que si ellos venden un producto tienen cierta parte de las ganancias de estos productos, y el proveedor hace a la empresa el descuento respectivo conforme se van realizando nuevas compras, mientras que otros productos se mantienen con sus costos estables; también se incluyen los viáticos como gasolina a los vendedores. (Ver Resultado de Entrevista, Pregunta 8)

c. Capital de Trabajo Actual.

Según lo expresado por el administrador de la empresa durante el recorrido a la distribuidora, por el momento se trabaja con capital propio que ha sido generado por las ventas que han aumentado en este año.

d. Financiamiento Actual.

Actualmente la Distribuidora posee un único financiamiento el cual se adquirió al inicio de operaciones para poner en marcha a la empresa cuando se realizó el cambio de giro del negocio. (Ver Resultado de Entrevista, Pregunta 9).

4. Análisis FODA

Se presenta el análisis de la matriz FODA, en el cual se describe las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que se pueden percibir actualmente, que ayudaran o afectaran a la Distribuidora.

CUADRO N°15

Diagnóstico en base a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Se ofrecen productos de primera necesidad. • Distribución a tiendas cercanas y de fácil acceso a la población. • El personal de ventas cuenta con su propia cartera de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto con nuevos proveedores • Distribución Exclusiva de nuevas marcas • Expansión de las rutas de distribución de los productos
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No hay un orden específico de los productos para que puedan facilitar su ubicación dentro de la bodega • Espacios disponibles que podría usarse para reordenar los productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad de nuestro país (Extorsión o renta) • La Distribución de los productos de manera directa por los fabricantes.

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo.

CONCLUSIONES

- Los trabajadores de la distribuidora el Baratazo reconocen que dentro de la empresa no poseen medidas de seguridad laboral que los proteja y les prevenga de cualquier accidente (ver resultados de encuesta pregunta n°4, pregunta n°5).
- Personal administrativo, operativo y de ventas expresaron que la distribución del almacén no es el adecuado por lo que les dificulta el desplazamiento y el despacho de los productos (ver resultados de encuesta pregunta n°9, 10 y 11).
- Con respecto al estibamiento, embalaje y manejo de inventarios es necesario adecuar las instalaciones y utilizar programas para organizar los productos de manera que sean de acceso fácil para el trabajador al momento de despechar una orden (ver resultados de encuesta pregunta n°12,13 y 14).

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar reuniones de gerencia para implementar un plan de seguridad industrial con sus respectivas capacitaciones para todo el personal, y así cumplir con las normativas y obtener los beneficios de una empresa con medidas de seguridad en el trabajo.
- Distribuidora el Baratazo deberá de reordenar las instalaciones de manera que facilite la movilidad de los empleados dentro del almacén, esto con el fin de que los empleados incrementen su eficiencia en los procesos.
- Es importante que la distribuidora El Baratazo cree programas de capacitación para sus empleados, los cuales deben de ir enfocados al manejo de inventarios, embalaje y estibamiento todo esto con el fin de mejorar su distribución dentro del almacén.

CAPITULO III PROPUESTA DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ADECUACIÓN Y REORDENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS.

A. IMPORTANCIA

El propósito de reordenar la Distribuidora El Baratazo es para aumentar la efectividad en sus operaciones a nivel Nacional, con esto se beneficiará al personal para que realice con mayor comodidad en sus labores diarias, y para la empresa en un incremento en sus utilidades.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Estudiar la factibilidad para el reordenamiento y adecuamiento de la Distribuidora El Baratazo, S. A. de C. V.

2. Objetivo Específicos

- Establecer los recursos técnicos necesarios para el reordenamiento y adecuamiento de las instalaciones de Distribuidora El Baratazo, como la distribución, recursos materiales, entre otros.
- Crear el perfil del proyecto que detalla el monto de la inversión inicial, los costos totales de operación, el financiamiento requerido para determinar su rentabilidad con el fin de tomar la mejor decisión para su posible ejecución.

C. DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Actualmente la Distribuidora El Baratazo S. A de C. V. no cuenta con el equipo necesario para salvaguardar la vida de los trabajadores de posibles accidentes laborales, no cuenta con una ruta de evacuación ante emergencias de índole natural.

En la Distribuidora el área de almacén de productos se ha instalado de manera inadecuada los estantes o anaqueles y no cuentan con la debida protección a los productos y sus respectivos nombres que faciliten al empleado en la rápida localización de los mismos.

Con la propuesta se desarrollan los diversos estudios que se necesitan para determinar la factibilidad del proyecto, como los recursos disponibles para el adecuamiento y reordenamiento de la Distribuidora, implementando diversas estrategias y propuestas que servirán para la puesta en marcha del proyecto. Para la realización de la presente propuesta fue necesario efectuar los estudios técnico y económico; además incluye la evaluación del proyecto a través de la realización del Método de Valor Actual Neto (VAN).

D. PROPUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO

1. Productos

Debido que la empresa ofrece al público una variedad de 155 productos, mencionares 5 productos más vendidos o productos estrella.

a. Nombre de los productos

- Papel Higiénico Scott Rindemax
- Toallas sanitarias Kotex con alas
- Café Nescafe Listo
- Leche Australian
- Maruchan

b. Definición y características del producto

- Papel Higiénico Scott Rindemax: Este producto se vende por unidad, es una opción económica para el cliente, es elaborado de papel blanco, sus medidas de 30 cm ancho x 65 largo cm con 60 cm de altura unidades: 6 paquetes de 12 unidades.
- Toallas Sanitarias Kotex con Alas: El sector de mercado al que está orientado el producto es a la línea económica que consiste en un empaque con 12 toallas con alas, y una cobertura de tela en algodón, recubierta con vitamina E y Aloe para cuidar la piel sensible, 50 cm de largo x 25 ancho con 28 de altura Cajas 24 paquetes de 12 unidades.
- Café Nescafe Listo: Dispensador en caja con 40 sobres, Este café clásico ofrece un sabor profundo y fuerte, elaborado 100% café puro, cuidadosamente tostado para capturar todo el sabor y el aroma, 40 cm ancho x 40 cm de largo por 18 cm de alto fardos 30 cajas de 40 sobres

- Leche Australian: Empaque de 120gr equivalente a 12 cucharadas para preparar un litro de leche, 100% de vaca, leche entera en polvo enriquecida con vitaminas A y D que se elabora de manera instantánea, 60 cm de ancho x 40 de largo 30 cm de alto, caja de 24 bolsas de 2 libras.
- Maruchan vaso: Sopa de fideos instantáneos, que se encuentran empacados en un envase de poliestireno expandido para que se le puedan añadir agua hervida y así estirarlos, este alimento no contiene conservantes, pero son cocinados en aceite vegetal y grasa animal, presentación en diversos sabores, pollo, res, pollo picante y camarón, 40 cm de largo por 40 cm de ancho 14 de largo de ancho Caja contiene 18 sopas

2. Precios

A continuación, se presenta un cuadro con el detalle del precio de compra y precio de venta de los productos, el detalle de todos los productos se encuentra en el ANEXO 5.

Cuadro N°19

Descripción de precios de productos Estrella

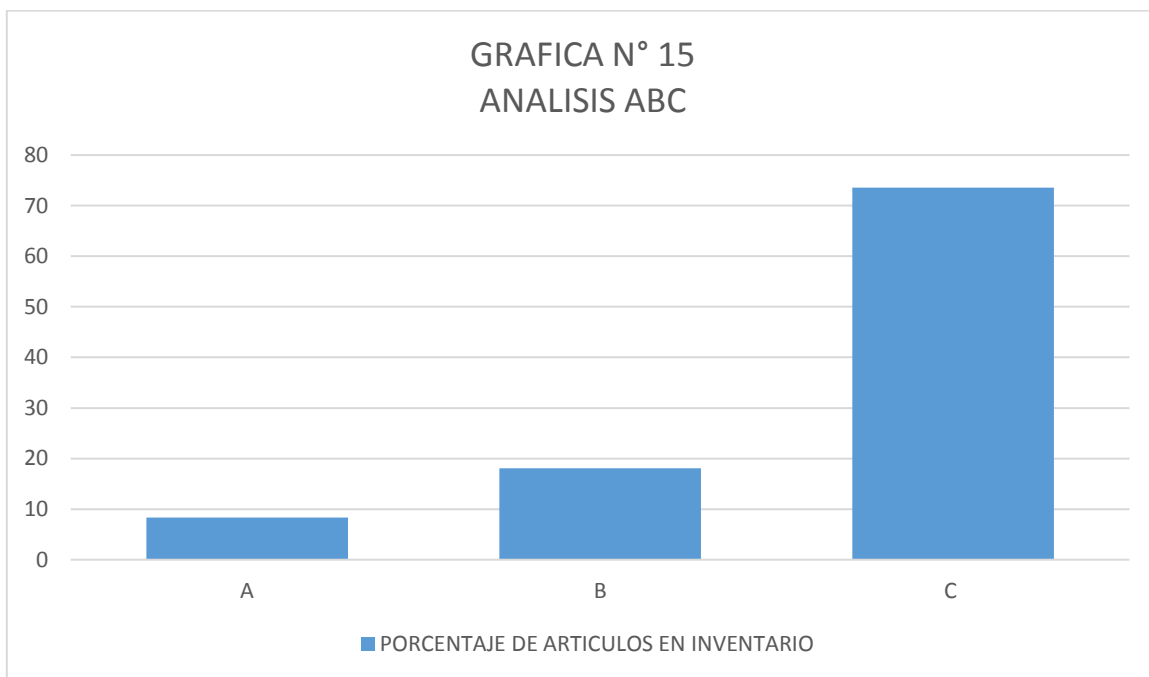
Producto	Precio de Compra	Precio de Venta
Papel Higiénico Scott	\$0.54	\$0.55
Toalla Sanitaria Kotex	\$0.79	\$0.85
Leche Australia	\$1.01	\$1.15
Café Nescafé Listo	\$2.35	\$2.60
Maruchan	\$0.43	\$0.47

Fuente: Elaborado por el grupo de investigación.

Es importante conocer la posición de los demás productos dentro del inventario por lo que utilizaremos el análisis ABC que divide el inventario en tres grupos según el volumen anual en dólares muestra los productos de clase "C" la mayor cantidad de artículos en inventario un 73.55% del total de productos, y un volumen anual en dólares de 28.19%. Los de clase "B" representan el 18.05% del total de productos, y un volumen anual de dólares 31.25%, en cuanto a los de clase "A" representan un

total de 8.39% de artículos del inventario y un 40.24% del volumen anual de dólares que generan al vender estos artículos.

El desarrollo del análisis ABC y los productos de acuerdo a su clase se puede observar en el ANEXO 7, dichos resultados los podemos ver en resumen en el Grafico n°15, del Análisis ABC, en donde se muestra el porcentaje del número de artículos en inventario.



Fuente: Elaborado por el grupo de Investigación.

3. Canales de Comercialización

a. Distribución.

La empresa hace llegar el producto al cliente después de la visita del vendedor para la toma del pedido, por medio de transporte terrestre que son camiones, ordenados por rutas en días específicos, la hora de partida es en el transcurso de la mañana y dependiendo de la distancia, suelen suceder retrasos en el despacho por el mal acomodamiento de productos dentro del almacén, ya que con lleva más tiempo cargar los productos por el mal orden de la distribución de los productos.

b. Propuesta Canal de Distribución

Se propone que la distribuidora mejore sus servicios de despacho en el sentido de:

- Adecuar y ordenar la instalación del almacén de manera que facilite al facturador preparar las ordenes, para su despacho.
- Que el vendedor pueda hacer uso de la tecnología por medio de la aplicación WhatsApp facilitando al cliente el pedido de sus órdenes, y solicitándolo de manera oportuna y así evitar la visita del vendedor al cliente.

Es por esto que estos canales se adaptan al tipo de industria de la empresa, mejorando la eficiencia y eficacia de los procesos de despacho y de venta.

4. Promoción

Se consideran todos los aspectos que conciernen al proceso de promoción de los productos como:

Crear ofertas y promociones especiales en fechas específicas de temporada baja, para generar interés en los clientes y aumentar el consumo.

Hacer alianzas estratégicas con empresas, para poder proveerles materiales de limpieza para las oficinas, así como también canastas básicas para sus empleados.

a. Mercado de proyecto

El mercado consumidor está compuesto por los consumidores actuales que son aquellos minoristas, que consumen los productos de nuestra distribuidora y los consumidores potenciales que son aquellas personas que podrían comprar y consumir nuestros productos.

- Consumidor actual:

El mercado de consumo de nuestros productos, está dirigido para todas las familias que habitan en la zona urbana y rural del país y se constituye por dueños de tienda tanto como femenino y masculino.

- Consumidor potencial:

A futuro se esperaría realizar ventas a mini súper, empresas de cualquier actividad económica.

E. PROPUESTA ESTUDIO TECNICO

1. Localización optima del proyecto

a. Descripción de la ubicación geográfica del proyecto

Para determinar la ubicación geográfica del proyecto es necesario analizar los diferentes lugares donde es posible ubicarlos por lo tanto es necesario establecer el lugar que ofrezca los beneficios y donde se obtenga la máxima ganancia, sin embargo, para la Distribuidora El Baratazo no será necesario ya que cuenta con el terreno donde está ubicado el almacén.

2. Determinación del tamaño del proyecto.

a. Capacidad Instalada

El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año; En el caso de Distribuidora al no contar con un proceso de producción la determinaremos por órdenes que se despachan, En el cual un canal de distribución es una ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, su almacenamiento es mínimo por su nivel de rotación de inventario que es constante.

Cuadro N° 20

Despacho de órdenes por ruta

Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Rutas						
1	90	90	60	60	60	60
2	90	90	60	60	60	60
3	90	90	60	60	60	60
Total	270	270	180	180	180	180
Total, a la semana	1260					

Fuente: Elaboración grupo de investigación.

En total se despachan a la semana 1,260 órdenes; por lo tanto, la capacidad de despacho de órdenes por mes es de: 5,040. Esto incluye una variedad de productos de todo lo que se encuentra en el almacén.

Como se observa en el cuadro N°20, la cantidad de órdenes que se desean producir varía de acuerdo a los días de 90 a 60 órdenes, para satisfacer la demanda real, se utilizan los dos facturadores y los dos repartidores para despachar las órdenes, el personal trabaja ocho horas al día.

El tiempo para despachar una orden es de 15 a 20 minutos, esto es porque los productos no se encuentran ordenados de una manera que faciliten su ubicación, es decir que un empleado al día podría despachar 32 órdenes y entre los cuatro 128 órdenes esto si por cada orden tomaran 15 minutos, esto en óptimas condiciones, sin embargo si por orden se tardan un total de 20 minutos, alcanzarían a despachar 24 órdenes cada uno, para hacer un total al día de 120 órdenes. Es decir no alcanzan a satisfacer la demanda real, por lo que es necesario:

- Contratar un despachador más.
- Aumentar una hora más para los empleados, despachadores y facturadores, los días de alta demanda, (Lunes y Martes) y luego que la demanda aumente podrían tener un horario fijo de 7:00 am a 5:00pm.
- Reducir el tiempo para despachar una orden es decir a 10 minutos para que cada uno pueda despachar 48 órdenes al día y 270 órdenes entre los cinco, y así satisfacer la demanda real.

3. Determinación de los costos para Adecuamiento y Reordenamiento

a. Especificaciones de maquinaria y equipos

Para lograr una venta óptima para la distribuidora es necesario obtener equipos adecuados para lograr estos objetivos, la cantidad de equipos a utilizar depende de las instalaciones de la planta como lo es su tamaño y capacidad, en este apartado se incluyen los equipos de seguridad industrial, los cuales son necesarios para seguridad del empleado. Ver cuadro N° 22.

b. Especificaciones de adecuamiento

La mano de obra que se requerirá para el adecuamiento de las oficinas administrativas, es decir el traslado de estas a una nueva área y el traslado del área de facturación a otra es la siguiente:

Un albañil y dos ayudantes estos tendrán un costo de \$550.00 la obra, la duración del reacomodamiento será de cinco días hábiles.

Se tendrá un gasto de materiales de \$849.10, los cuales serán los siguientes:

Requerimiento de Materiales para realizar el Adecuamiento.

Cuadro N° 21

Materiales	Cantidad	Precio	Sub Total
Tabla roca	20 pliegos	\$ 22.00	\$ 440.00
Pasta para tabla	2	\$ 11.70	\$ 11.70
Cemento	1 bolsa	\$ 8.50	\$ 51.00
Pintura	1 balde	\$ 68.00	\$ 68.00
Pintura para señalización	1 cubeta	\$ 8.50	\$ 8.50
Polines	3	\$ 19.15	\$ 57.45
Puerta de madera	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Pegamento industrial	2tubos	\$ 12.00	\$ 12.00
Tornillos	1 docena	\$ 3.50	\$ 3.50
Clavos de acero	5 docenas	\$ 4.50	\$ 9.00
Chapas para la puerta	1	\$ 18.00	\$ 18.00
Bisagras	3	\$ 2.15	\$ 6.45
Cerámica para piso	3 mts2	\$ 4.50	\$ 13.50
Ventana polarizada	1 mts2	\$ 85.00	\$ 85.00
Total			\$ 849.10

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

Por cualquier imprevisto se tendrá de reserva en presupuesto el 10% del costo de los materiales y del costo de la obra. (\$84.91)

c. Especificaciones para el Reordenamiento

El proceso de reordenamiento se realizará en dos fases; la primera iniciara al terminar la obra de construcción de las nuevas oficinas y consistirá en trasladar el equipo del área administrativa a la nueva área y de acomodar al personal de facturación, a sus nuevos cubículos, este proceso durara un día.

La segunda fase consistirá en ordenar los productos dentro de los nuevos estantes, el área de almacén se dividirá en cinco áreas, las cuales serán:

- Desechables (Papel Higiénico, Toallas sanitarias, Platos, Vasos servilletas)
- Productos de Limpieza (Detergentes, desinfectantes, jabones, escobas, entre otros).
- Bebidas: (gaseosas, refrescos, bebidas alcohólicas, entre otros).
- Confitería: (dulces, galletas y otros).
- Comestibles: (sopas instantáneas, café, entre otros).

Este proceso durara dos días, el cual quedara a criterio del personal administrativo la delegación de la obra, y de las horas que se realizara.

También se realizará el proceso de señalización dentro de la empresa:

- Rutas de evacuación
- Puntos de Encuentro.
- Señalización de los departamentos.

PRECIO DE MATERIALES

CUADRO N° 22

Cantidad	Descripción	Precio	Total
5	Rótulos en papel folcot medidas 30 x 50 Cms	\$1.40 c/u.	\$7.00
4	3M casco amarillo, con ranuras para colocar objetos Material de alta resistencia Suspensión de 4 puntos (precio de almacenes Vidrí)	\$9.00 c/u.	\$36.00
4	Cinturones de seguridad para fuerza (precio de Almacenes Vidrí)	\$20.95 c/u.	\$83.80
4	3M antejo de seguridad Permite usarse con lentes de graduación Protección de laterales envolventes Recubrimiento anti empaño	\$4.75 c/u.	\$19.00
20	Estantes tipo góndolas (Según ACAVISA, S. A de C. V.)	\$1,500.00 c/u.	\$30,000.00
22	Cuerpos Racks de alta resistencia 2,000 libras, de 1.2 metros de ancho por 5 de alto (según ACAVISA, S. A de C. V.)	\$50.00 c/u	\$1,100.00
1	Carretia Elevadora, Marca Toyota		\$6,600.00
Imprevisto			\$1,663.00
TOTAL			\$ 39,516.80

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

En el presente cuadro se detallan los costos por Reordenamiento y Adecuamiento de las instalaciones; es decir la Inversión Inicial para financiar el proyecto:

Cuadro N°23

Detalle Inversión Inicial del proyecto.

Detalle	Costo
Adecuamiento de Instalaciones	\$1,484.01
Reordenamiento de Instalaciones	\$39,516.80
Total	\$41,000.81

Fuente: Elaborado por Equipo de Trabajo.

4. Identificación y descripción del proceso de servicio dentro de la Distribuidora y Propuesta de Adecuamiento y Reordenamiento de las instalaciones.

a. Distribución de la Planta

La distribución de almacén está orientada a mejorar las condiciones siguientes:

La economía de Espacios, facilidad de ordenación, facilidad de acceso del material almacenado, facilidad de ordenación, distribución que facilite la rotación física del Stock.

La Distribución interior se tomará en cuenta los productos a almacenar, ya que estos son de primera necesidad, entre perecederos y no perecederos.

Plan de ordenación: El almacenaje a realizar con respecto a los inventarios es del tipo de primeras entradas y primeras salidas, ya que se maneja un stock bastante homogéneo

El método de ordenación consistiría en asignar a cada artículo un emplazamiento de almacenaje bien determinado.

Plan del almacén: equipar con estantes, en el caso de la distribuidora será necesario utilizar estantes desmontables, ya que estos se adaptan a cualquier tipo de necesidad. Estos deberán ser abiertos por ambos lados en el cual el producto se desplace hacia adelante y la mercadería nueva quede atrás para mantener definido el manejo de inventario de primeras entradas y primeras salidas, este tipo de estantes se ha determinado en virtud de sus utilidades y de los productos que se manejan dentro de la distribuidora.

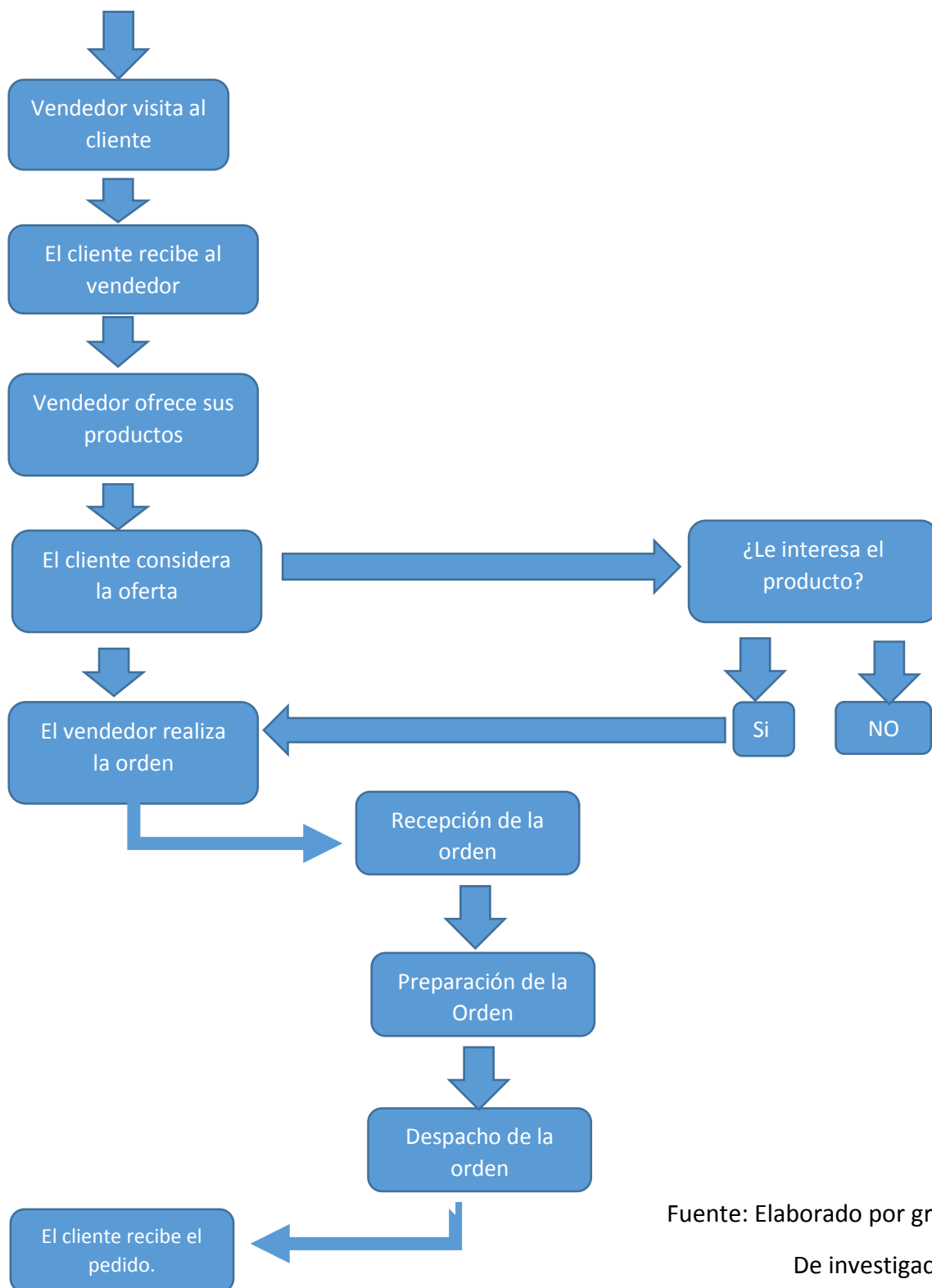
El diseño de la planta se determinó a partir del diagrama de bloques y el tamaño de la misma ya que la empresa ya cuenta con sus propias instalaciones.

i. Diagrama de Bloques, Ciclo del servicio

Debido a que no es un proceso de producción si no un servicio, se ha elaborado un diagrama de bloques y el ciclo del servicio en el cual se muestra todas las etapas que ocurren al momento de despachar una orden al cliente, y los elementos que intervienen.

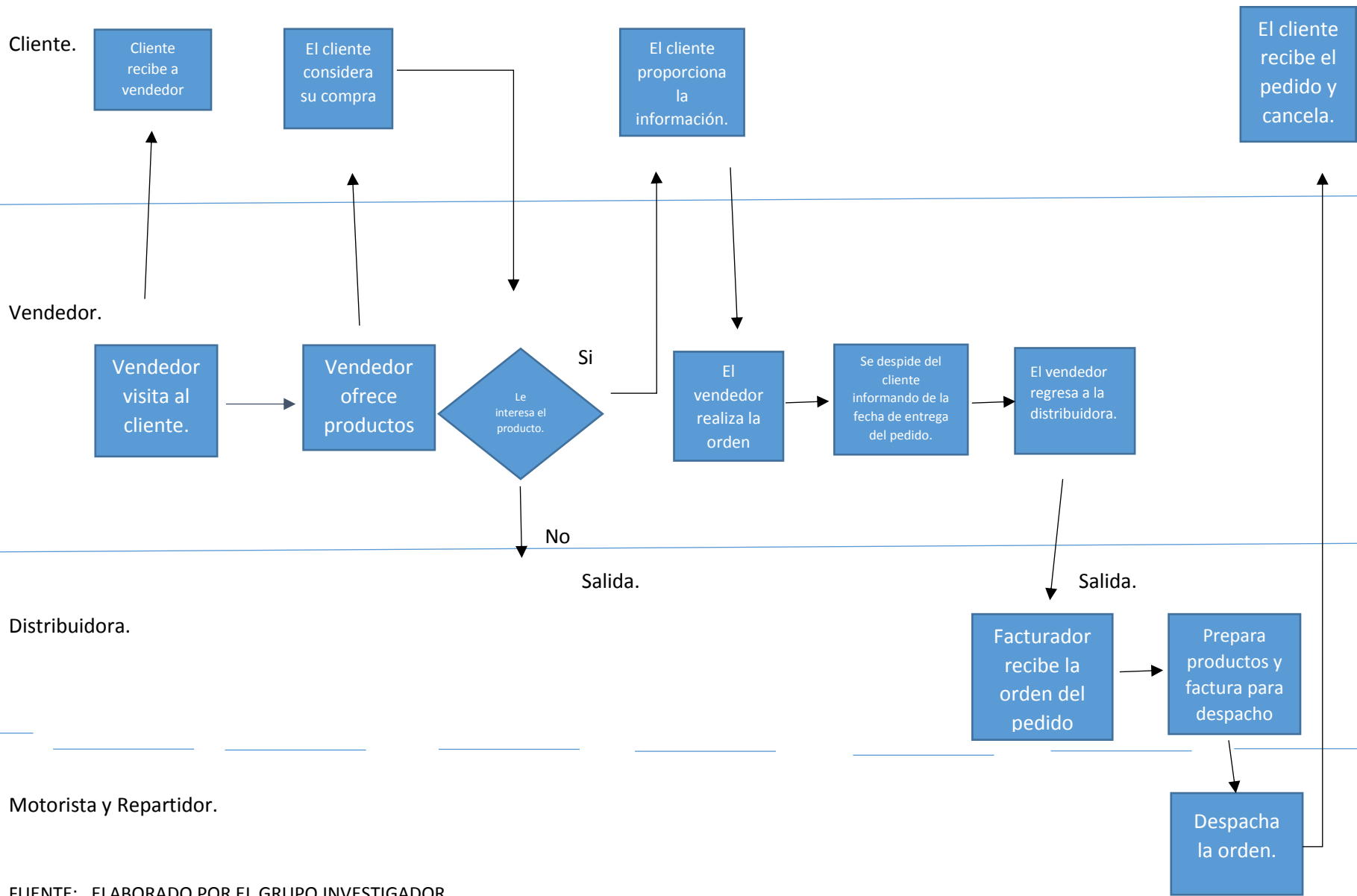
Figura 3

Diagrama de bloques del recorrido de distribución de producto.



Fuente: Elaborado por grupo
De investigación.

Figura 4 Diagrama de Servicio: Venta de Productos.



FUENTE: ELABORADO POR EL GRUPO INVESTIGADOR.

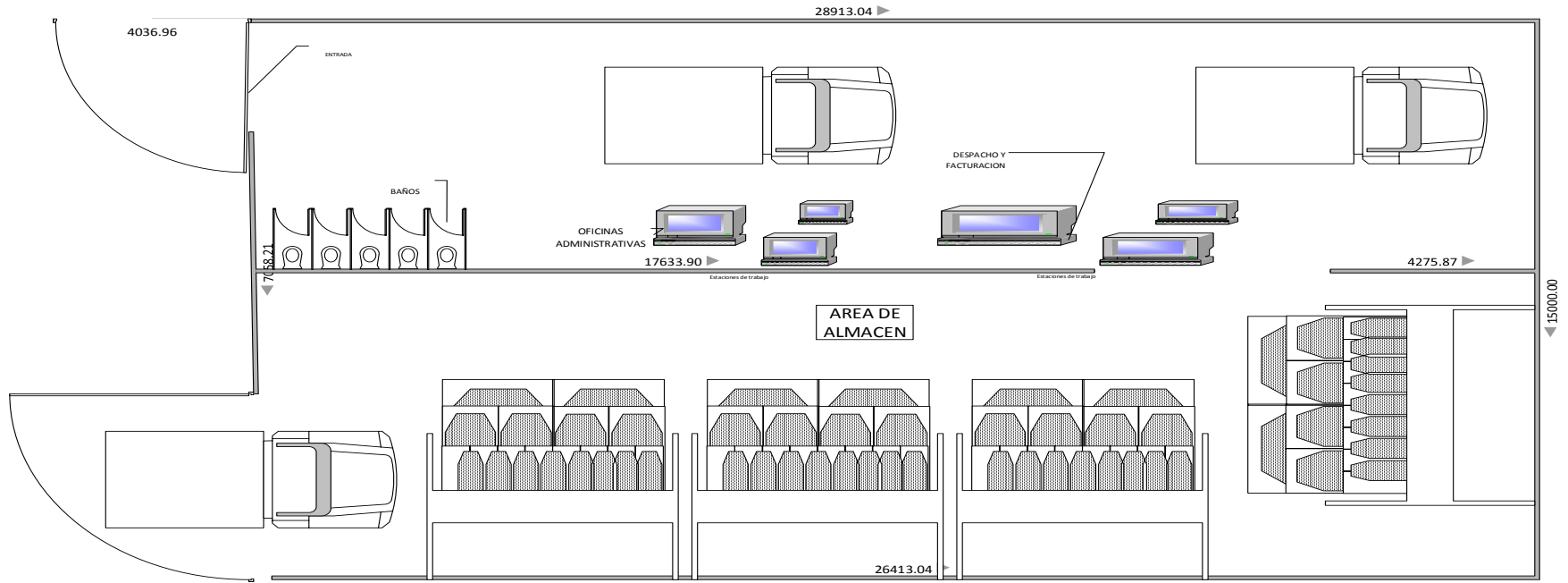
ii. Situación Actual

A partir del recorrido realizado dentro de la Distribuidora se determinó el tamaño de la planta y las áreas o departamentos con los que se encuentran laborando; se empieza por Oficinas Administrativas, Facturación, Despacho y Almacén.

Los departamentos y sus funciones de la Distribuidora El Baratazo son las siguientes:

- **Oficinas Administrativas:** En esta sección se lleva a cabo todas las diligencias ejecutivas, financieras, control, pago a proveedores, atención a nuevos proveedores, todo lo concerniente a la planeación, organización del personal y operaciones. Las dimensiones de la oficina son de 4x2 metros, al entrar a la empresa es la primera área laboral.
- **Oficina de Facturación:** el departamento se encuentra contiguo a las oficinas administrativas, estas oficinas cuentan con una entrada directa al almacén, las medidas del área son de 5x2 metros, el personal es el que se encarga de recibir, preparar y descontar los productos del inventario.
- **Área de Despacho:** Se encuentra frente al área de facturación y las oficinas administrativas, en esta área ingresan los camiones a cargar los productos y a parquear cuando se termina la jornada laboral.
- **El área del almacén:** Esta área es la de mayor tamaño dentro del almacén, aquí es donde se encuentran los estantes con productos las medidas y dimensiones de esta área son las siguientes:
- La Distribuidora cuenta con dos entradas de acceso o áreas: la primera que es de atención a vendedores y despachadores y la segunda que es el área abastecimiento para el almacén donde los proveedores dejan sus mercaderías. Las áreas antes mencionadas pueden observarse con mayor detalle en la figura 5 Situación Actual de la Distribuidora El Baratazo.

FIGURA 5 SITUACION ACTUAL DE LA DISTRIBUIDORA EL BARATAZO



Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

iii. Propuesta.

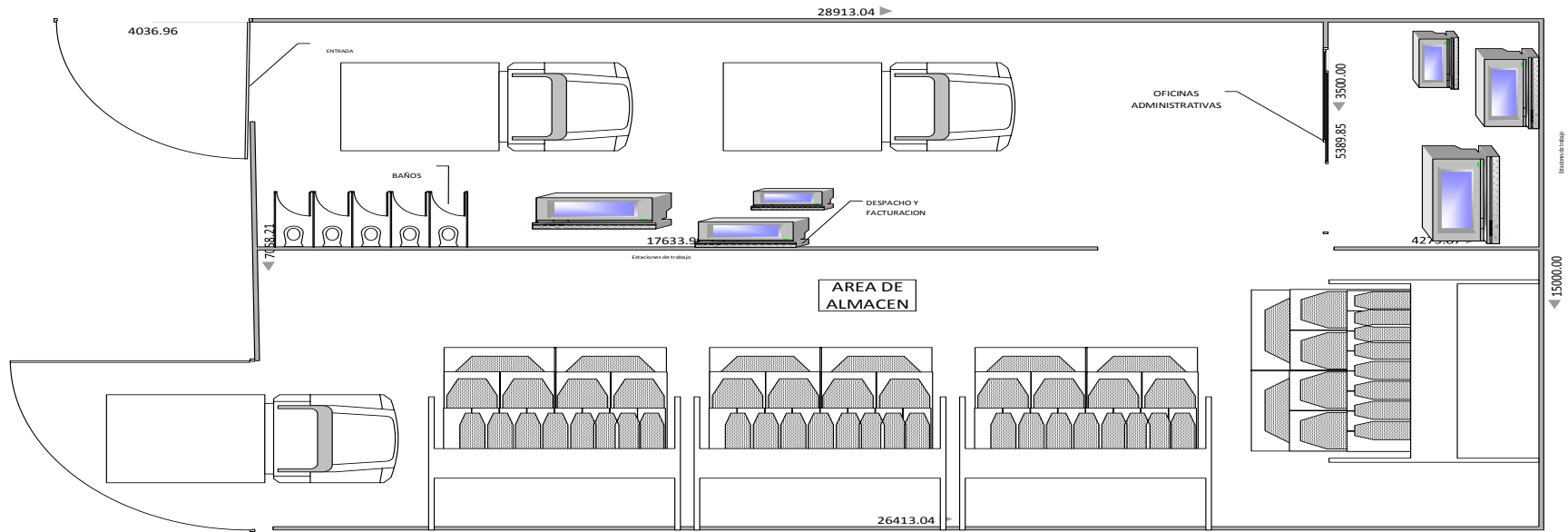
Como se puede observar en la figura anterior la empresa ha tenido que realizar sus áreas de trabajo de manera improvisada por lo que no existe un aprovechamiento óptimo de todo el espacio, ni tampoco una manera precisa de controlar el personal, por lo que, para la ejecución de la propuesta se han considerado las recomendaciones obtenidas de las encuestas, y las necesidades que se han percibido por medio de recorridos a la empresa, por lo tanto con el fin de cumplir con los objetivos propuestos al inicio de la investigación es necesario realizar un reordenamiento a la distribución de la planta, comenzando por las oficinas administrativas las cuales es necesario trasladarlas hacia el fondo de la primer área, con un mayor espacio y la ventaja de controlar el personal que acceda al área de almacén. Ver Figura 6 Propuesta reordenamiento Distribuidora El Baratazo.

Con esta modificación también se beneficiará al personal de Facturación que ahora contará con más espacio para movilizarse y atender el despacho hacia los camiones de carga. Ver Figura 6 Propuesta reordenamiento Distribuidora El Baratazo.

Con estas modificaciones se espera obtener un servicio más eficiente y eficaz de parte del personal.

En cuanto a la segunda área se realizará una modificación con nuevos estantes que serán amplios, de alta capacidad, de alta resistencia y con la seguridad que el producto no cederá ante un desastre natural, para ello serán necesario Racks que son estantes que cumplen con los requerimientos, y estantes góndolas para productos de menos peso.

FIGURA 6 PROPUESTA REORDENAMIENTO DISTRIBUIDORA EL BARATAZO



Fuente: Elaborado por el grupo de investigación.

5. Propuesta de la Filosofía Organizacional

a. Objetivos Dentro de La Distribuidora El Baratazo

- Objetivo General

Dar estricto cumplimiento a los compromisos contraídos con los clientes, manteniendo la calidad en los productos y servicios.

- Objetivos Específicos

- Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes con una atención oportuna y eficiente.
- Cumplir con las rutas acordadas, los días establecidos abasteciendo a los clientes con sus productos y pedidos.
- Prestar servicios de alta calidad con profesionalismo y responsabilidad.

b. Misión

Ofrecer servicios de entrega de productos de calidad de primera necesidad a minoristas, dando la mejor atención personalizada a la hora de los pedidos de los clientes, con el fin de satisfacer las necesidades que ellos poseen.

c. Visión

Ser la mejor empresa distribuidora de productos de primera necesidad a nivel nacional, ofreciendo productos con estándares de calidad, y mejores precios que la competencia, además dando una mejor atención al cliente en el despacho de sus pedidos a tiempo.

d. Valores

Responsabilidad: cumplimiento del trabajo encomendado en el momento acordado de manera precisa y oportuna.

Integridad: práctica de la verdad, ante todo, cumpliendo con lo que se dice en nuestra forma de actuar y de pensar.

Transparencia: actuamos de forma clara y veraz, a fin que los minoristas tengan confianza en nosotros.

Efectividad: trabajamos de manera eficiente y eficaz con el fin de ofrecer un servicio de calidad para nuestros clientes.

Respeto: reconocer y admirar a cada ser como único, con sus interés y necesidades en particular.

Colaboración: tomamos actitud de colaborar con el fin de cumplir los objetivos propuestos como organización.

Lealtad: Confianza y defensa de los valores, principios y objetivos de la asociación, garantizando los derechos individuales y colectivos.

Calidez: Comportamiento de amabilidad, cordialidad, solidaridad y cortesía en el servicio hacia los demás, respetando sus diferencias y aceptando su diversidad.

e. Políticas de la Distribuidora El Baratazo

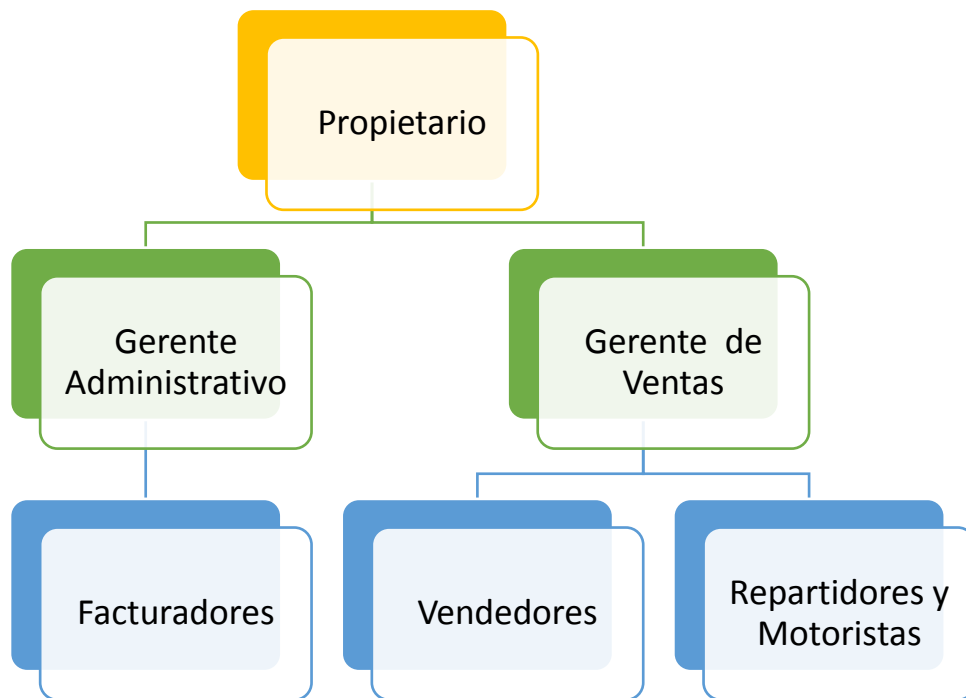
- Compromiso con el cumplimiento de la normativa legal.
- Correcta ejecución de las actividades.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes.
- Código de vestimenta.
- Comportamiento ético de parte de todos los integrantes de la distribuidora.
- Mejorar las expectativas de los clientes.
- Fomentar los valores en nuestra organización.

f. Organización y funcionamiento

En este apartado se presenta la conformación de las unidades orgánicas en la que está estructurada la Distribuidora El Baratazo.

La Empresa Distribuidora El Baratazo, requiere de una apropiada organización y administración para que esta favorezca el desarrollo de las diferentes actividades que se llevan a cabo:

Figura 2
Organigrama Propuesto



Fuente: Elaboración del equipo de Investigación.

Manual de Descripción de Puesto.

Función del cargo: Gerente Administrativo

➤ **Función Básica:**

Planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

➤ **Funciones Específicas:**

Identificar y solucionar problemas de los diferentes departamentos.

Motivar al personal

Analizar políticas de la empresa

Evaluar el rendimiento del empleado en base a lo establecido

Contratar Personal

Despedir Personal

Realizar pago a proveedores

Rendir Informes de cuentas al propietario general

➤ **Requisitos del Puesto:**

Conocimiento sobre administración, producción y ventas.

Trabajo en equipo.

Buena comunicación.

Dinamismo y energía.

Liderazgo.

➤ **Proceso en los que interviene:**

Reclutamiento, selección y contratación de personal.

Pago de proveedores.

Control de Asistencia.

Recepción de mercadería.

Revisión de Estados Financieros.

Revisar informe de pago de sueldos.

Función del Cargo: Gerente de Ventas

➤ Función Básica:

Recaudar ingresos de las ventas diarias y ejecución de pago de obligaciones de la empresa.

➤ Funciones Específicas:

Buscar estrategias de publicidad y su ejecución.

Valorar la percepción de la imagen, sus servicios y productos por parte del cliente.

Contribuir al logro de los objetivos de volumen de clientes.

➤ Requisitos del puesto:

Profundidad en el conocimiento de los productos y mercado al que está orientado.

Orientación al cliente interno y externo.

Técnicas y destrezas en ventas.

Credibilidad técnica.

Liderazgo.

➤ Procesos en los que interviene:

Ventas de productos.

Publicidad.

Función del Cargo: Facturador

➤ Funciones Básicas:

Resguardar, distribuir y mantener actualizados los inventarios de productos dentro de la bodega.

Buscar dentro de la bodega los productos solicitados por el cliente a través del vendedor y realizar sus respectivas facturas.

➤ Funciones Específicas:

Colaborar con la cotización de bienes y servicios, para su posterior adquisición.

Realizar un inventario periódico de bienes a cargo y establecer eventuales diferencias.

➤ Requisitos del puesto:

Orientación a la excelencia.

Compromiso con los valores institucionales.

Orientación al servicio.

Conciencia Organizacional.

Preocupación por el orden y la claridad.

Iniciativa.

➤ Procesos en los que interviene:

Preparación de pedidos de cliente.

Función del Cargo: Vendedor.

➤ Función Básica:

Atender de forma personalizada al cliente para la venta de los productos, brindando siempre buen servicio e imagen.

➤ Función Específica:

Administrar su territorio, ruta o zona de ventas.

Establecer un vínculo entre el cliente y la empresa.

Contribuir a la solución de problemas.

Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa.

➤ Requisitos del puesto:

Responsabilidad.

Dinamismo y Energía.

Productividad.

Tolerancia a la presión.

Procesos en los que intervienen:

Atención y Servicio al cliente.

Función del Cargo: Repartidor y Motorista.

➤ Función Básica:

Tiene la responsabilidad de llevarlos pedidos a los clientes que se encuentran en cada una de las rutas atendidas por el vendedor.

➤ Funciones Específicas:

Entregar los pedidos a tiempo sin retraso.

Realizar informe de entrega.

Mantener en buen estado el vehículo.

Realizar informe de gastos operativos.

➤ Requisitos del puesto:

Responsabilidad.

Tolerancia a la presión.

Trabajo en equipo.

Dinamismo y energía.

➤ Procesos en los que interviene:

Entrega de productos.

Cobro de Facturas.

F. PROPUESTA DE ESTUDIO ECONOMICO - FINANCIERO

1. Determinación de los costos.

Dentro del rubro de la distribuidora no incurre en costos de materia prima, costo de producción ya que estos son para la generación de un producto mientras que el almacén solo se dedica a la compra y venta de los productos. A continuación, se detallan los precios de compras mensuales de todos los productos del almacén, estos precios han sido proporcionados por la Distribuidora el Baratazo de acuerdo a su inventario. (Ver detalle en el anexo N° 7).

Cuadro N°24

Determinación de los costos

Descripción	Inventario en unidades	Costo total
155 productos diversos	314283	\$ 256,295.76

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

En distribuidora El Baratazo se estima que se despachan por orden una cantidad mínima de 43 productos por orden y una máxima de 153 productos diversos, por lo que se determinó un promedio entre este rango de 80 productos por orden, para determinar el costo anual de ordenar, el costo anual de mantener o llevar el inventario y el número de unidades a ordenar, se tomaron en cuenta los costos y gastos de Administración, planillas de salarios, cantidades en inventario.

Q = NUMERO DE PIEZAS POR ORDEN

Q* = NUMERO OPTIMO DE PIEZAS POR ORDENAR (EQR)

D = DEMANDA EN UNIDADES DEL ARTICULO EN INVENTARIO

S = COSTO DE ORDENAR O DE PREPARACION PARA CADA ORDEN

H = COSTO DE MANTENER O MANEJAR INVENTARIO POR UNIDAD POR AÑO

1. Costo anual de ordenar = (número de ordenes colocadas por año) X (Costo de ordenar o preparar por orden)

$$= \left(\frac{\text{Demanda anual}}{\text{Numero de Unidades en cada orden}} \right) (\text{Costo de ordenar o preparar por orden})$$

$$= \left(\frac{D}{Q}\right) (S)$$

$$= \frac{314,283}{80} \times \$0.27$$

El costo anual de ordenar el almacén es de \$1,060.7 dólares.

2. Costo anual de mantener = (nivel de inventario promedio) X (costo de mantener por unidad)

$$= \frac{\text{Cantidad a ordenar}}{2} (\text{Costo de mantener por unidad por año})$$

$$= \left(\frac{Q}{2}\right) (H)$$

$$= \frac{157142}{2} (0.52)$$

El costo anual de mantener o llevar el inventario es de \$40856.92., el 52% del costo de manejar el inventario por unidad por año se ve reflejado en el siguiente cuadro.

CUADRO 25

COSTO DE MANTENER POR UNIDAD

Categoría	Rango del valor del inventario.
Costo del edificio	5%
Costo del manejo de Inventarios	9%
Costo de la mano de Obra	20%
Costo de Inversión	11%
Robo, Daño y Obsolescencia	3%
Costo de Transporte	4%
Costos generales por manejo	52%

Fuente: Elaborado por grupo de Investigación.

3. La cantidad optima a ordenar se encuentra despejando la siguiente igualdad

$$\frac{D}{Q} S = \frac{Q}{2} H$$

Despejando Q, del lado izquierdo de la igualdad.

$$2DS = Q^2 H$$

$$Q^2 = \frac{2DS}{H}$$

$$Q^* = \sqrt{\frac{2DS}{H}}$$

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 314283 \times \$0.27}{\$0.52}}$$

$$Q^* = 571.3 = 571 \text{ UNIDADES}$$

De esta forma podemos determinar que la cantidad óptima a ordenar para que no exista déficit en el inventario es de 571 unidades.

Estos gastos podrían disminuir conforme vayan disminuyendo las categorías que se observan en el cuadro 25, y vaya disminuyendo otros gastos como los de personal, o vaya aumentando la demanda y los costos permanezcan constantes.

a. Gastos de Administración

Los gastos de administración se representan a continuación en el cuadro N° 26.

Cuadro N°26

GASTOS TOTALES ADMINISTRACION	
CONCEPTO	TOTAL ANUAL
SUELDOS DE PERSONAL	\$ 16,090.94
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$ 150.00
COMUNICACIONES	\$ 464.52
AGUA	\$ 1,589.55
ENERGIA ELECTRICA	\$103,913.80
CONSUMO DE MATERIALES	\$ 4,078.14
TOTAL	\$126,286.95

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

En él se reflejan la totalidad de los gastos en primer lugar los sueldos y salarios parte fundamental a momento de ejecutar el proyecto dado que el recurso humano es elemento importante en la organización de la empresa.

En segundo lugar, el consumo de materiales de oficina que son de importancia para que las labores administrativas se lleve a cabo dentro de la distribuidora.

b. Gasto de Venta.

Los gastos de venta están contemplados con los sueldos de los vendedores, que es generada por la actividad laboral cotidiana de cada uno de ellos.

En el segundo lugar, se reflejan los gastos de publicidad incurridos en el ejercicio contable.

Cuadro N°27

GASTOS TOTAL DE VENTAS	
CONCEPTO	TOTAL ANUAL
SUELDOS	\$ 86,988.87
COMISION POR VENTAS	\$ 3,744.00
COMUNICACIONES	\$ 360.00
PUBLICIDAD	\$ 800.00
PAPELERIA Y UTILES	\$ 351.00
TOTAL	\$ 92,243.87

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo juega un papel fundamental en la inversión líquida en la empresa.

El capital de Trabajo se determina que es el activo corriente menos los pasivos corrientes: donde el activo corriente se encuentra conformado por la inversión, inventario y cuentas por cobrar, el pasivo corriente está conformado por sueldos y salarios, proveedores, impuestos e intereses.

Cuadro N°28

CAPITAL DE TRABAJO	
Detalle	Gasto anual
Compra de inventario	\$ 256,295.76
Gasto de administración	\$ 126,286.95
Gasto de venta	\$ 92,243.87
Capital de trabajo	\$ 37,764.94

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

3. Determinación de los Flujos de Cajas Operativos

Para la elaboración del flujo de caja operativo se determinaron los costos totales. A partir de los costos totales se determinaron los ingresos. La empresa proporcionó un margen de utilidad de acuerdo a cada producto.

Por otro lado, al restar los ingresos menos los gastos dieron como resultado las ganancias antes de depreciación, amortización e intereses.

Cuadro N° 29

Flujo de Caja Operativo con Financiamiento.

Flujo de Caja Operativo con Financiamiento	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN INICIAL	\$ 41,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 37,764.94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Efectivo Neto	\$ 78,764.94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS						
Saldo del Periodo Anterior	\$ -	\$ 78,764.94	\$ 319,885.14	\$ 682,963.03	\$ 1,199,544.62	\$ 1,909,119.85
(+) Ingresos por Ventas	\$ -	\$ 509,932.26	\$ 637,415.33	\$ 796,769.16	\$ 995,961.45	\$ 1,244,951.81
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 588,697.20	\$ 957,300.47	\$ 1,479,732.18	\$ 2,195,506.07	\$ 3,154,071.65
EGRESOS						
(-) Costo de Ventas	\$ -	\$ 44,131.24	\$ 48,544.36	\$ 53,398.80	\$ 58,738.68	\$ 64,612.55
(-) Costos Fijos de Operación	\$ -	\$ 224,680.82	\$ 225,793.08	\$ 226,788.76	\$ 227,647.54	\$ 228,346.03
Gastos de Venta	\$ -	\$ 92,243.87	\$ 93,166.31	\$ 94,097.97	\$ 95,038.95	\$ 95,989.34
Gastos de Administración	\$ -	\$ 126,286.95	\$ 127,388.91	\$ 128,501.89	\$ 129,626.00	\$ 130,761.35
Gastos Financieros	\$ -	\$ 6,150.00	\$ 5,237.86	\$ 4,188.90	\$ 2,982.59	\$ 1,595.34
EGRESOS TOTALES	\$ -	\$ 268,812.06	\$ 274,337.44	\$ 280,187.56	\$ 286,386.22	\$ 292,958.58
(=) Flujo de Efectivo Neto (Ingresos - Egresos)	\$ 78,764.94	\$ 319,885.14	\$ 682,963.03	\$ 1,199,544.62	\$ 1,909,119.85	\$ 2,861,113.07

Fuente: Grupo de investigación.

Cuadro N°30

Flujo de Caja Operativo sin financiamiento.

Flujo de Caja Operativo sin Financiamiento	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN INICIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 37,764.94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Efectivo Neto	\$ 37,764.94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS						
Saldo del Periodo Anterior	\$ -	\$ 37,764.94	\$ 285,035.14	\$ 653,350.89	\$ 1,174,121.38	\$ 1,886,679.20
(+) Ingresos por Ventas	\$ -	\$ 509,932.26	\$ 637,415.33	\$ 796,769.16	\$ 995,961.45	\$ 1,244,951.81
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 547,697.20	\$ 922,450.47	\$ 1,450,120.04	\$ 2,170,082.83	\$ 3,131,631.00
EGRESOS						
(-) Costo de Ventas	\$ -	\$ 44,131.24	\$ 48,544.36	\$ 53,398.80	\$ 58,738.68	\$ 64,612.55
(-) Costos Fijos de Operación	\$ -	\$ 218,530.82	\$ 220,555.22	\$ 222,599.86	\$ 224,664.95	\$ 226,750.69
Gastos de Venta	\$ -	\$ 92,243.87	\$ 93,166.31	\$ 94,097.97	\$ 95,038.95	\$ 95,989.34
Gastos de Administración	\$ -	\$ 126,286.95	\$ 127,388.91	\$ 128,501.89	\$ 129,626.00	\$ 130,761.35
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS TOTALES	\$ -	\$ 262,662.06	\$ 269,099.58	\$ 275,998.66	\$ 283,403.63	\$ 291,363.24
(=) Flujo de Efectivo Neto (Ingresos - Egresos)	\$ 37,764.94	\$ 285,035.14	\$ 653,350.89	\$ 1,174,121.38	\$ 1,886,679.20	\$ 2,840,267.76

Fuente: Grupo de Investigación.

G. Evaluación Económica - Financiera.

Para elaborar la evaluación económica del proyecto, se determina la rentabilidad del mismo a través del método que toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, como el valor actual neto (VAN), así también el indicador de la tasa interna de retorno (TIR), en la cual se determinara la tasa a la que se debe invertir los flujos de efectivo para que se iguale a la inversión inicial, convirtiendo en cero al VAN y este en un punto donde el inversionista no obtenga ganancias pero alcance a cubrir la inversión inicial. Y de esta manera determinar la factibilidad puesta en marcha del proyecto.

1. Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR)

Para determinar el valor actual neto es necesario la tasa inicial de valor neto (TMAR) se toma en cuenta la tasa de inflación y además se considera un porcentaje de riesgo por colocar el dinero en la inversión; se calculará la TMAR de la forma siguiente.

Cuadro N°31

Premio al riesgo	0.0755
Tasa de inflación	0.008
If	0.000604
TMAR	8.410%

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación.

2. Valor Actual Neto

En este método se suman los flujos descontados en el presente y luego restarle la inversión inicial.

Cuadro N°32

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$241120.20	\$363077.89	\$516581.60	\$709575.23	\$951993.23

Fuente: elaborado por el grupo de investigación.

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+i)} + \frac{Q2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -41000 + 222415.09 + 308930.73 + 405444.02 + 513713.61 + 635751.13$$

$VAN = \$2045254.58$; por lo tanto, se acepta el proyecto ya que las ganancias son mayores que los desembolso.

3. Tasa Interna de Rendimiento

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa que suma de los flujos inversión inicial que es \$41,000.00. Si la TIR es mayor que la tasa mínima de rendimiento se acepta el proyecto de lo contrario se rechaza.

TIR – INVERSION A

VAN=0

$$0 = -\$41000 + \frac{241120.20}{(1+K)} + \frac{363077.89}{(1+K)^2}$$

$$0 = -\$41000 + \frac{\$241120.20}{t} + \frac{\$363077.89}{t^2}$$

Por t^2

$$\$41000t^2 - \$241120.20t - 363077.89 = 0$$

a b c

$$x = \frac{-b \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{2a}$$

$$x = \frac{241120.20 \pm \sqrt{(-241120.20)^2 - 4(41000)(-363077.89)}}{2(41000)}$$

$$x = \frac{241120.20 \pm 343050.62}{82000}$$

$$x = 7.12403439 - 7$$

$$X = 0.12403439 * 100\%$$

$$\text{TIR} = 12.40\%$$

La TIR es mayor que la tasa de descuento por tanto se acepta el proyecto.

Referencias Bibliográficas.

Libros.

- Urbina, Gabriel Baca (2010), Evaluación de Proyectos (Sexta Edición). México: McGraw – Hill/ Interamericana Editores.
- Argueta Iglesias, José Noel (2016), Análisis de Estados Financieros y Presupuestos (Primera Edición) El Salvador: Talleres Gráficos UCA.
- Ministerio de Trabajo y previsión social (2004), Guía de Derechos y Obligaciones de los Trabajadores (segunda Edición), El Salvador: ASA posters, S. A, El Salvador, C. A.

Leyes.

- Código de Comercio de El Salvador, Decreto N° 671
- Código de Trabajo de El Salvador

Sitios Web

- <http://www.issv.gob.sv/>
- <https://www.crecer.com.sv/asp/index.aspx>
- <https://www.insaforp.org.sv/>

ANEXOS

ANEXO 1 DESCRIPCION GENERAL DEL MUNICIPIO DE SAN MARCOS

San Marcos forma parte de uno de los 19 municipios que consta el Gran San Salvador, San Marcos tiene una superficie de 14.71 kms² de los cuales el 4.3 está urbanizado, que representa el 1.7% del área del departamento de San Salvador

El municipio de San Marcos se encuentra ubicado entre el Cerro de Amatepec o Cerro de San Jacinto y el Cerro Soyatepec o Planes de Renderos al poniente rodeándolo al sur el cerro conocido por Loma Larga. De acuerdo a las características de ubicación señaladas se puede determinar que San Marcos está asentado en una región con Topografía irregular reconociéndose tres zonas principales:

La Primera Hacia el Oriente con una altura de 1070 mts sobre el nivel del mar

La Segunda Hacia el Sur Oriente y una altura promedio de 850 mts sobre el nivel del mar

La Tercera Hacia el Nor-Poniente con una altura promedio de 740 mts sobre el nivel del mar

Hidrografía:

San Marcos, se encuentra rodeado por dos elevaciones muy importantes que son El Cerro de San Jacinto y La Cordillera del Bálsamo o Planes de Renderos. Estas elevaciones han sido sujetas a estudios y se ha determinado que por su composición geológicas son zonas de recarga freática o donde se filtra el agua.

En el Cerro de San Jacinto nacen dos de los tres ríos que corren en el municipio de San Marcos. El Río más largo y lastimosamente contaminado es el Río Matalapa, este nace en la parte baja del Cerro San Jacinto, por las colonias El Carmen y Los Alpes

El Río Cuapa es el segundo río que nace en el cerro de San Jacinto; este es alimentado por fuentes de agua que se originan en la parte media del Cerro al Sur-Este de San Marcos. Este desemboca en el Lago de Ilopango y su mayor recorrido lo realiza dentro del municipio de Santo Tomas.

Si se habla de ecosistemas con potencial ecológico en San Marcos, es el Río Aguachía, este reúne condiciones favorables que permitan a un mediano plazo su rehabilitación y conservación.

Aguachía es el hábitat de muchas especies de animales y plantas silvestres muy raras de observar tan cerca de la capital, además dicho sistema tiene importancia en el sentido que es una fuente potencial de agua, por lo que nada puede considerarse como el Patrimonio Natural que San Marcos posee y en 1,997 el río fue declarado **“PATRIMONIO ECOLÓGICO DEL MUNICIPIO DE SAN MARCOS”**

Clima de San Marcos:

El promedio de temperatura anual es de 25.9°C, siendo su temperatura máxima promedio en la época del verano de 29.9°C y su temporada mínima de 24.9°C, razón por la cual el municipio de San Marcos, se considera de temperatura fresca.

El promedio de pluviosidad en el municipio es de 1790 mm durante la época de invierno siendo los meses de enero y febrero en los que menos precipitaciones se dan con un promedio de 5mm y los de mayor pluviosidad agosto y septiembre con un promedio anual de 138mm.

En cuanto a los vientos y su velocidad se dan más que todo en los meses de octubre a febrero debido más que todo a Altas Presiones que vienen del norte y sus velocidades oscilan entre los 15 y 35km/h. Durante los siguientes meses (marzo a septiembre) hay vientos provenientes del Sur y más que todo se sienten en horas de la tarde entre las 2:30 y 6:00 pm con velocidades que oscilan entre los 3 a 5 km/h

Flora y fauna:

La flora que se puede considerar en el municipio son los arboles de: Caoba, Cedro, Pinares, Araucarias, Güiscoyol, Pito, Guarumo, Bambú, Madrecacao, Nance, Pepeto, Paterna, Maquilishuat, Cortes Blanco, Flor Amarilla, Cocoteros, Zapote, Aguacate, Guayabos, Mangos, Marañón Indio y Japonés, Ciprés, Laurel de la India, Eucalipto.

Por el hecho de estar rodeado de montañas y Árboles la fauna es mucha: Conejos, Cusucos, Gato Zonto, Iguana, Garrobo, Mapache, Roedores pequeños, tigrillos, Tacuacines, Cotuzas, Ardillas.

Entre las aves: Cenzontle, Zanate, Clarinero, Pericos, Guacal chías, Búhos, Auroras, Paloma ala blanca, Tórtolas, Chiltotas, Torogoz, Zopilotes, Murciélagos, Gavilanes. Además de aves de corral ganado porcino y bovino.



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

ANEXO 2

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTA DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Cuestionarios dirigidos a los trabajadores de la distribuidora El Baratazo S.A. de C.V. del municipio de San Marcos con fines académicos y uso confidencial para investigación.

Objetivo: Realizar un estudio que permita conocer las necesidades del adecuamiento de la distribuidora El Baratazo, a fin de obtener información útil para el reordenamiento del almacén.

Indicaciones: Indique con una "X" dentro de la casilla de su preferencia.

A. DATOS GENERALES.

1. Sexo: Masculino. Femenino.

2. Edad: a) 15 a 25 años. c) 36 a 45 años.
b) 26 a 35 años. d) 46 a más.

B. CONTENIDO.

1. ¿Cree usted que las medidas de seguridad laboral dentro de su empresa son las adecuadas?
Si No

2. ¿Posee usted herramientas de seguridad laboral?
Si No

3. ¿Dentro del almacén se encuentra debidamente las diferentes señalizaciones de seguridad industrial?
- Si No
4. ¿Están debidamente señaladas las áreas de carga y descarga de los productos?
- Si No
5. ¿Se encuentran los productos debidamente ubicados de acuerdo a su naturaleza?
- Si No
6. ¿Los productos dentro de los anaqueles están ubicados de una manera segura?
- Si No
7. ¿Considera que la distribución del almacén, facilita el despacho de los productos con más demanda?
- Si No
8. ¿El ordenamiento de los anaqueles le facilita el desplazamiento dentro del almacén?
- Si No
9. ¿Le parece necesario un reordenamiento en la distribución de los productos dentro del almacén?
- Si No
10. ¿A su parecer el estibamiento y embalaje, es el adecuado para los productos?
- Si No

11. ¿Al mejorar la distribución y el reordenar los productos, mejoraría su eficiencia en el trabajo?

Si

No

12. ¿El manejo del inventario de nuevos productos le parece el adecuado?

Si

No



ANEXO N° 3
GUIA DE ENTREVISTA.
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA
DISTRIBUIDORA EL BARATAZO, S. A DE C.V.**

NOMBRE: JUAN PABLO APARICIO

OBJETIVO: Recolectar información sobre el mercado, área económica y financiera actual dentro de la empresa Distribuidora El Baratazo, S. A de C. V.

Nota: La Información proporcionada será utilizada exclusivamente para fines didácticos de elaboración del Trabajo de Graduación.

INDICACIONES: Responda a las preguntas de acuerdo a su percepción de la situación actual.

1. ¿Cuál es el mercado meta al que está dirigida la empresa?
2. ¿Cómo es la demanda de los productos que se distribuyen?
3. ¿Qué es lo que la empresa ofrece al cliente?
4. ¿Cuál es el proceso de comercialización de los productos?
5. ¿Cuáles son los costos por la producción de una orden?
6. Podría describirnos ¿Cuál es el proceso de producción y el tiempo que toma este proceso?
7. ¿Considera usted que la empresa esta ordenada de manera que contribuya a los procesos de producción?
8. Con respecto a los costos de venta podría mencionarnos ¿Cuáles son?
9. ¿Poseen algún tipo de financiamiento?
10. ¿Cuál es la capacidad de la empresa para despachar las órdenes?

Anexo N°4 – Detalle de productos que se ofrecen al Cliente

DISTRIBUIDORA EL BARATAZO								
NOMBRE DEL CLIENTE: _____					NOMBRE DE TIENDA: _____			
DIRECCIÓN: _____								
Producto	Cant.	Venta	Producto	Cant.	Venta	Producto	Cant.	Venta
POZUELO			NESTLE			BODEPA		
GALLETA CHICKI CHOCOLATE			CAFEMUSUN 66 SOBRES			PLATO FOAM # 9		
GALLETA CHICKI FRESA			CAFEMUSUN 40 SOBRES			PLATO FOAM # 6		
GALLETA CREMA 6X12			CAFÉNESCAFE 60 SOBRES			COMIDERA CON DIVISION 8X8		
GALLETA CLUB EXTRA DE 9			CAFÉNESCAFE 40 SOBRES			PLATO HONDO # 6 (PAPERÓ)		
GALLETA TIPO DE 12 U			CAFÉNESCAFE STICK			VASO # 8		
CHOCOBOLA			CAFEMUSUN BRASO 32 SOBRES			VASO # 10		
NUCITA TRISABOR			SOPA MAGGI CON FIDEOS DOCENA			VASO PARA MANGONEADA		
NUCITA TRISABOR CONFETES			MISOPITA - SOPA CON FIDEOS			BANDEJA TERMICA LISA		
MONEDA ORO						TENEDOR PEQUEÑO		
CREMINO						TENEDOR GRANDE		
KIMBERLY CLARK			DISZASA					
PAÑALES HUGGIES VERDE 25 P.M.G.XG			NECTAR KERNS TETRA PACK			CUCHARA PEQUEÑA		
PAÑALES HUGGIES VERDE 50 P.M.G.XG			NECTAR KERNS LATA SURTIDO			CUCHARA GRANDE		
PAÑAL HUGGIES AMARILLO P.M.G.XG			NECTAR DUCAL MELOCOTON LATA			CUCHILLO DESECHABLE		
PAPEL SCOTT SUAVITELA 4 ROLLOS			NECTAR DUCAL PERA LATA			POLIPEL		
PAPEL HIGIENICO SCOTT JUNIOR			NECTAR DUCAL MANZANA LATA			ESCOBA DIAPACK		
PAPEL HIGIENICO RINDEMAX 4 ROLLOS			NECTAR DUCAL TETRA PACK			MASCON VERDE DOCENA		
PAPEL RINDEMAX ROSADO INDIVIDUAL			SALSA DE TOMATE DUCAL 14 ONZ.			DIMARIA		
PAPEL SCOTT MEGA MORADO 4 ROLLOS			FRUJOL REFRITO DUCAL 14 ONZ.			CONSUME CONTINENTAL POLLO		
PAPEL SCOTT MEGA MORADO UNIDAD			FRUJOL REFRITO DUCAL 8 ONZ.			CONSUME CONTINENTAL CARNE		
PAPEL HIGIENICO SCOTT 1000 HJAS			SUNTEA KERNS LIMON 2.5 LITROS			CONSUME CONTINENTAL CAMARON		
PAPEL MAXI ROLLO FARDO			SUNTEA KERNS MELOCOTON 2.5 LITROS			CONSUME CONTINENTAL GALLINA		
KOTEX ESCENCIAL SIN ALAS 8 UNI			RASURADORA BIC CONFORT			CONSUME DE COSTILLA		
KOTEX ESCENCIAL SIN ALAS 10 UNI			RASURADORA BIC AMARILLA			JABON EXTRA VERDE LIMON		
KOTEX ESCENCIAL CON ALAS 10 UNI			COSCAFE INSTANTANEO			JABON EXTRA BLANCO ALOE VERA		
KOTEX NOCTURNA CON ALAS 8 UNI			COSCAFE 4 ONZ. SOBRE			JABON EXTRA ROSADO EXPLOSION		
KOTEX ESENCIAL MANZANILLA 10 UNI			HARINA DEL COMAL			JABON EXTRA ELIMINADOR DE OLOR		
ARROZ SAN FRANCISCO			CHILE JALAPEÑO MALHER LATA			JABON EXTRA TODOTIPO		
ARROZ BLANCO 5 ESTRELLAS			PAPEL HIGIENICO NEVAX 1000 HOJAS			FRUJOL NATURAS DE 8 ONZ.		
QUALITY GRAINS			DISAL					
CAFÉRIKO DISPENSADOR CAJA			SABLA CLASICA SIN ALAS			MARGARINA MIRASOL		
CAFÉRIKO PARA HERVIR						RINSO 140 GR. AMARILLO		
DISNA								
FIORE SIN ALAS MANZANILLA			SERVILETA LUCA FARDO			RINSO 140 GR. ROSADO		
FIORE CON ALAS MANZANILLA			SERVILETA LUCA UNIDAD			RINSO 140 GR. CELESTE		
FIORE NOCTURNA CON ALAS			REFRESCO SPRIM VARIEDAD			RINSO 140 GR. MORADO		
PAPEL ALUMINIO STARBRAND			MENTAS AMBROSOLI 24 SOBRES			SURF 140 GR. AMARILLO		
D. EL BARATAZO								
ALOE VERA NATURAL			CERVEZA HEINEKEN VIDRIO			SURF 140 GR. CELESTE		
ALOE VERA COCO			CERVEZA MILLER DRAFT			SURF 900 GR. CELESTE		
ALOE VERA PIÑA			SMIRNOFF ICE VIDRIO NEGRA			SURF 900 GR. AMARILLO		
ALOE VERA GRANADA			SMIRNOFF ICE VIDRIO ROJA			SALSA NATURA RANCHERA		
ALOE VERA FRESA			SMIRNOFF ICE VIDRIO MANZANA			SALSA NATURA C/QUESO		
ALOE VERA MANGO			SMIRNOFF ICE VIDRIO CHERRY			DICOBRA		
ALOE VERA NATURAL 150 LT			SMIRNOFF GUARANA LATA			AXION DISCO DOCENA		
ALOE VERA COCO 150 LT			SMIRNOFF MARACUYA LATA			ASISTIN LAVANDA DOCENA		
DIZAC			STEINER					
LECHE AUSTRALIAN VASO TIRA 12			MARUCHAN VASO POLLO			ASISTIN MANANA DOCENA		
LECHE AUSTRALIAN 120 GR			MARUCHAN VASO POLLO C/CHILE			COLGATE ORIGINAL		
LECHE AUSTRALIAN TWOPACK LIBRA			MARUCHAN VASO CAMARON			COLGATE DOBLE ACCION		
CHOCOLATE BON O BON CAJA			MARUCHAN CAMARON CON CHILE			COLGATE TRIPLE ACCION		
			MARUCHAN VASO RES			COLGATE EXTRA FRESCURA		
			MARUCHAN SOBRE POLLO			JABON PALMILVE VARIEDAD		
			MARUCHAN SOBRE POLLO PICANTE			JABON PROTEX VARIEDAD		
			MARUCHAN SOBRE RES			FABULOSO BICARBONATO DOCENA		
			MARUCHAN SOBRE CAMARON			FABULOSO LAVANDA DOCENA		
			MARUCHAN SOBRE CAMARON CHILE			KIT DE CEPILLADO		
LICOR			MELHER					
TUCANAZO LITRO			CHOCOLATE CLASICO			SUAVITEL CELESTE DOCENA		
TUCANAZO 12 LITRO			CHOCOLATE COM MANI			SUAVITEL AMARILLO DOCENA		
TUCANAZO PACHA			PALITO PARA CHOCOBANANO			RASURADORA SHIKC DELICADA		
MAÑANEROL LITRO						RASURADORA SHIKC SENSIBLE		
MAÑANERO 12 LITRO			IPSA			CEPILLO DOCENA + JABON PROTEX		
MAÑANERO PACHA			PAJILLA MARLIN DE COLORES			MASCON VERDE DOCENA		
			PAJILLA MARLIN FORRADA			JABON DOÑA BLANCA BARRA		
DISTRIBUIDORA EL BARATAZO								
NOMBRE DE VENDEDOR _____					RUTA _____			
FECHA DE ENTREGA _____					TOTAL A CANCELAR _____			

Anexo N°5 – Detalle de productos con su precio unitario y precio de venta.

N°	Producto	Costo Unitario	Precio Venta
1	ALOE HONSSY COCONUT 1.5 LITROS	\$1.00	\$2.25
2	ALOE HONSSY COCONUT 500ML	\$0.75	\$1.00
3	AMBROSOLI MENTITAS CAJA 24 UNI	\$4.38	\$5.05
4	ATÚN PACIFICO AZUL LOMO EN TROZOS AGUA	\$1.27	\$1.60
5	ATÚN PACIFICO AZUL TROZOS ACEITE	\$1.14	\$1.45
6	ATÚN PACIFICO AZUL TROZOS VEGETALES	\$1.14	\$1.45
7	AZISTIN ALTERNATIVA AL CLORO	\$2.01	\$2.30
8	BANDEJA LISA SIN TAPADERA # 2	\$0.78	\$1.00
9	Bliss Mix Piña Coco	\$0.94	\$1.10
10	Bliss Mix Sabor Botella	\$0.94	\$1.10
11	Bliss Mix Sandia	\$0.94	\$1.10
12	BOLIQUESOS TRONIX TIRA X 12	\$0.84	\$1.00
13	BONTEA DE MANZANA + SALSAS RANCERAS	\$1.61	\$2.40
14	BONTEA DURAZNO CAJA DE 12 SOBRES	\$1.80	\$2.40
15	BONTEA LIMON CAJA DE 12 SOBRES	\$1.80	\$2.40
16	CAFÉ COLCAFE DISPENSADOR 1.8 GR + GALLETA GRATIS	\$3.34	\$4.10
17	CAFE COSCAFE DISPENSADOR INST. 80 GR.	\$1.91	\$2.50
18	CAFE COSCAFE PARA HERVIR SOBRE 113GR	\$0.74	\$0.85
19	CAFE NESCAFE LISTO CAJA 40 SOBRES	\$2.35	\$2.60
20	CERVEZA HEINEKEN VIDRIO 355ML	\$1.18	\$1.29
21	CERVEZA MILLER DRAFT 355 ML	\$1.04	\$1.25
22	CHOCOLATE BON O BON 450GR.	\$3.47	\$4.20
23	CHOCOLATE CREMINO 24UNI.	\$1.73	\$2.45
24	CHOCOLATE GOLPE CAJA DE 20 UNIDADES	\$0.10	\$4.00
25	COLCAFE RISTRA SURTIDA TIRA 24 + 2 Chiky	\$4.56	\$5.56

26	COLGATE DOBLE FRESCURA 75 ML	\$0.72	\$0.83
27	COLGATE ORIGINAL 75 ML	\$0.72	\$0.83
28	COLGATE XTRA FRESCURA	\$0.72	\$0.83
29	COMIDERA 7 X 7 GRACOFOAM 50 UNI.	\$2.79	\$3.50
30	CUCHARA GRANDE	\$0.19	\$0.30
31	CUCHARA SOPERA	\$0.21	\$0.35
32	CUCHILLO PLASTICO	\$0.24	\$0.30
33	EGO GEL ATRACCION TARRO 1,000 ML	\$2.40	\$3.20
34	EGO GEL ATRACCION TARRO 500 ML	\$1.32	\$1.75
35	EGO GEL POWER SIX-PACK 200 ML SOBRES	\$4.96	\$6.60
36	EGO GEL POWER TARRO 1,000 ML	\$2.40	\$3.20
37	EGO GEL POWER TARRO 500 ML	\$1.00	\$1.75
38	EGO GEL URBAN SIX-PACK 200 ML	\$4.51	\$6.00
39	EGO GEL URBAN TARRO 1,000 ML	\$2.38	\$3.20
40	EGO GEL URBAN TARRO 500 ML	\$1.31	\$1.75
41	EGO SHAMPOO BLACK TIRA DE 14 SOBRES / 10 ML	\$1.00	\$1.35
42	EL MAÑANERO AGUARDIENTE 250 ML	\$0.36	\$0.60
43	EL MAÑANERO AGUARDIENTE 950 ML	\$1.32	\$1.70
44	ESCOBA DIAPACK	\$1.02	\$1.50
45	FABULOSO FRESCURA PROFUNDA 80 ML DOCENA	\$2.05	\$2.30
46	FABULOSO LAVANDA 80 ML DOCENA	\$2.05	\$2.30
47	FIORE MANZANILLA CON ALAS 8 UNI	\$0.45	\$0.50
48	FIORE MANZANILLA SIN ALAS 8 UNI	\$0.38	\$0.45
49	FRIJOL DUCAL 14 OZ.	\$0.63	\$0.90
50	FRIJOL DUCAL 8 OZ.	\$0.40	\$0.55
51	GALLETA CHICKI UNIDAD	\$0.01	\$0.25
52	GALLETA CHIKI CHOCOLATE 12 UNI.	\$1.73	\$2.15

53	GALLETA CREMA 6X2 PAQUETE 12	\$1.24	\$1.55
54	GALLETA MARIA INTEGRAL DE 8	\$0.01	\$0.50
55	JABON DOÑA BLANCA BARRA 250G	\$0.38	\$0.45
56	JUGO DUCAL MANZANA 330 ML. LATA	\$0.32	\$0.36
57	JUGO DUCAL MELOCOTON 330ML. LATA	\$0.32	\$0.36
58	JUGO DUCAL PERA 330 ML. LATA	\$0.32	\$0.36
59	JUGO KERNS JUNIOR SIXPACK 200 ML	\$1.25	\$1.75
60	JUGOS DUCAL 6 PACK	\$1.42	\$1.65
61	JUGOS YA DURAZNO -CAJA DE 15 SOBRES	\$1.89	\$2.25
62	JUGOS YA FRESA -CAJA DE 15 SOBRES	\$1.67	\$2.25
63	JUGOS YA JAMAICA -CAJA DE 15 SOBRES	\$1.67	\$2.25
64	JUGOS YA NARANJA -CAJA DE 15 SOBRES	\$1.67	\$2.25
65	KERNS NECTAR MANZANA LATA	\$0.32	\$0.38
66	KERNS NECTAR MELOCOTON LATA	\$0.32	\$0.38
67	KERNS NECTAR PERA LATA	\$0.32	\$0.38
68	KIT COLGATE = CEPILLO + PASTA	\$2.38	\$3.05
69	KOTEX ESENCIAL CON ALAS 12 UNI.	\$0.79	\$0.85
70	KOTEX ESENCIAL SIN ALAS 10 UNI.	\$0.79	\$0.75
71	KOTEX ESENCIAL SIN ALAS 8 UNI.	\$0.40	\$0.50
72	LAVAPLATOS AXION LIMON 115 GR. DOCENA	\$1.90	\$2.15
73	LECHE AUSTRALIAN 120 GRAMOS	\$1.01	\$1.15
74	LECHE AUSTRALIAN TIRA DE 12 UNI.	\$2.67	\$3.00
75	LECHE AUSTRALIAN TWO PACK 360G.	\$4.85	\$5.60
76	MACARELA DEL NORTE SALSA DULCE	\$0.66	\$0.78
77	MACARELA DEL NORTE SALSA PICANTE	\$0.66	\$0.78
78	MARUCHAN SOBRE CAMARON PICANTE	\$0.21	\$0.25
79	MARUCHAN SOBRE DE CAMARON	\$0.21	\$0.25

80	MARUCHAN SOBRE DE POLLO	\$0.21	\$0.25
81	MARUCHAN VASO CAMARON CHILE PIKIN	\$0.43	\$0.47
82	MARUCHAN VASO CAMARON HABANERO	\$0.43	\$0.47
83	MARUCHAN VASO DE CAMARON 64G	\$0.43	\$0.47
84	MARUCHAN VASO DE POLLO 64 GR	\$0.43	\$0.47
85	MARUCHAN VASO DE RES 64 GR	\$0.43	\$0.47
86	MARUCHAN VASO POLLO PICANTE 64 GR	\$0.43	\$0.47
87	MASCON VERDE DOCENA	\$0.85	\$1.00
88	MONEDAS ORO 48U	\$2.31	\$2.80
89	NUCITA TRISABOR 18 PIEZAS	\$0.98	\$1.35
90	PAJILLA FORRADA GIGANTE	\$0.16	\$0.25
91	PAJILLA MARLIN DE COLORES	\$0.10	\$0.15
92	PALMOLIVE EXFOLIACION DIARIA	\$0.47	\$0.68
93	PALMOLIVE FUSION NUTRITIVA	\$0.47	\$0.68
94	PALMOLIVE SENSACION HUMECTANTE	\$0.47	\$0.68
95	PALMOLIVE SENSACION NUTRITIVA	\$0.47	\$0.68
96	PALMOLIVE TONO PERFECTO	\$0.47	\$0.68
97	PAÑAL HUGGIES " M" AMARILLO 5 UNI	\$0.85	\$0.90
98	PAÑAL HUGGIES " P" AMARILLO 5 UNI	\$0.85	\$0.90
99	PAÑAL HUGGIES VERDE M/2 25 UNI	\$6.00	\$6.25
100	PAÑAL HUGGIES VERDE P/1 25 UNI	\$6.00	\$6.25
101	PAÑAL HUGGIES VERDE P/1 50 UNI	1\$2.00	\$12.50
102	PAPEL ALUMINIO STAR BRANDT	\$0.50	\$0.60
103	PAPEL HIGIENICO LUCA 4 ROLLOS	\$0.01	\$2.00
104	PAPEL HIGIENICO NEVAX 1,000 HOJAS	\$2.10	\$2.50
105	PAPEL SCOTT 1000 HOJAS 4 ROLLOS	\$2.16	\$2.50
106	PAPEL SCOTT RINDEMAX UNIDAD	\$0.54	\$0.55

107	PLATO FOAM # 6 DESECHABLE - 25 UNI	\$0.18	\$0.35
108	PLATO FOAM # 9 DESECHABLE -25 UNI	\$0.41	\$0.50
109	PLATO PARA PAPA -25 UNI.	\$0.25	\$0.40
110	PLATO SOPERO 25 UNI. 32 ONZ	\$3.75	\$4.90
111	POLIPEL ROLLO	\$1.39	\$1.75
112	PROTEX ALOE 110 GR	\$0.57	\$0.75
113	PROTEX AVENA 110 GR	\$0.57	\$0.75
114	PROTEX BALANCE 110 GR	\$0.57	\$0.75
115	PROTEX COMPLETE 12 110 GR	\$0.57	\$0.75
116	PROTEX FRESH 110 GR	\$0.57	\$0.75
117	PROTEX LIMPIEZA PROFUNDA 110 GR	\$0.57	\$0.75
118	PROTEX OMEGA 3 110 GR	\$0.57	\$0.75
119	RASURADORA BIC COMFORT DOCENA + 2	\$3.80	\$5.00
120	RASURADORA BIC SENSIBLE DOCENA	\$2.27	\$2.50
121	REFRESCO SPRIM FRESA	\$0.19	\$0.22
122	REFRESCO SPRIM MANDARINA	\$0.19	\$0.22
123	REFRESCO SPRIM MARACUYA	\$0.19	\$0.22
124	REFRESCO SPRIM MELON	\$0.19	\$0.22
125	REFRESCO SPRIM NARANJA	\$0.19	\$0.22
126	REFRESCO SPRIM PIÑA	\$0.19	\$0.22
127	SABA BUENAS NOCHES	\$1.00	\$1.56
128	SABA CLASICA SIN ALAS 10 UNI	\$0.55	\$0.69
129	SALSA DUCAL QUESO	\$0.27	\$0.38
130	SALSA DUCAL RANCHERA	\$0.27	\$0.38
131	SALSA KETCHUP DUCAL 14 OZ.	\$0.80	\$0.95
132	SALSA NATURAS RANCHERA 106 GR	\$0.40	\$0.44
133	SARDINA EN SALSA DE TOMATE PICANTE VERDEMAR	\$0.66	\$0.78
134	SARDINA EN SALSA DE TOMATE VERDEMAR	\$0.66	\$0.78

135	SERVILLETA LUCCA	\$0.35	\$0.44
136	SMIRNOFF ICE BLACK 355 ML	\$1.04	\$1.25
137	SMIRNOFF ICE GREEN APPLE 355ML	\$1.09	\$1.25
138	SMIRNOFF ICE RASPBERRY CRUSH 355ML	\$1.09	\$1.25
139	SMIRNOFF ICE RED 355ML	\$1.09	\$1.25
140	SMIRNOFF MARACUYA LATA	\$0.97	\$1.25
141	SOPITA MAGGI DOCENA	\$1.68	\$2.00
142	SUAVITEL FRESCO SOL 80 ML DOCENA	\$1.79	\$2.30
143	SUAVITEL MANZANA INTENSE 80 ml Docena	\$1.79	\$2.30
144	SUNTEA DURAZNO 2.5 LT	\$1.17	\$1.40
145	SUNTEA LIMON 2.5 LT	\$1.17	\$1.40
146	TANG SOBRE DURAZNO	\$0.01	\$0.17
147	TANG SOBRE FRESA	\$0.01	\$0.17
148	TANG SOBRE NARANJA	\$0.01	\$0.17
149	TENEDOR PEQUEÑO	\$0.17	\$0.25
150	TORTI CHIPS CHILE Y LIMON TIRA X 12	\$0.84	\$1.00
151	TORTI CHIPS JALAPEÑO TIRA DE 12	\$0.84	\$1.00
152	TORTI CHIPS LIMON TIRA DE 12	\$0.84	\$1.00
153	VASO # 10 GRACO FOAM	\$0.51	\$0.60
154	VASO # 8 GRACO FOAM	\$0.38	\$0.47
155	XTRA JABON ELIMINADOR DE OLORES 425GR.	\$2.00	\$2.45

ANEXO 6 - ANALISIS ABC DE INVENTARIO EN DISTRIBUIDORA EL BARATAZO.

DETALLE ARTICULOS	# DE ARTICULOS EN INVENTARIO	% DEL NUMERO DE ARTICULOS EN INVENTARIO	Volumen anual	Costo unitario	volumen anual en dólares	% volumen anual en dólares	Suma de % Volumen Anual por clase	Clase
CAFE COSCAFE DISPENSADOR INST. 80 GR.	10494	8.39	20988	\$1.91	\$40,087.08	7.82	40.24	A
CERVEZA HEINEKEN VIDRIO 355ML	5223		10446	\$1.18	\$12,326.28	2.40		A
MARUCHAN VASO CAMARON CHILE PIKIN	12310		24620	\$0.43	\$10,586.60	2.07		A
MARUCHAN VASO DE CAMARON 64G	12758		25516	\$0.43	\$10,971.88	2.14		A
MARUCHAN VASO DE POLLO 64 GR	16862		33724	\$0.43	\$14,501.32	2.83		A
MARUCHAN VASO DE RES 64 GR	15823		31646	\$0.43	\$13,607.78	2.65		A
SMIRNOFF ICE BLACK 355 ML	5000		10000	\$1.04	\$10,400.00	2.03		A
SMIRNOFF ICE GREEN APPLE 355ML	10000		20000	\$1.09	\$21,800.00	4.25		A
SMIRNOFF ICE RASPBERRY CRUSH 355ML	5000		10000	\$1.09	\$10,900.00	2.13		A
SMIRNOFF ICE RED 355ML	6000		12000	\$1.09	\$13,080.00	2.55		A
PAÑAL HUGGIES VERDE M/2 25 UNI	1000		2000	\$6.00	\$12,000.00	2.34		A
PAÑAL HUGGIES VERDE P/1 25 UNI	1000		2000	\$6.00	\$12,000.00	2.34		A
PAÑAL HUGGIES VERDE P/1 50 UNI	1000		2000	\$12.00	\$24,000.00	4.68		A
ATÚN PACIFICO AZUL LOMO EN TROZOS AGUA	3050	18.06	6100	\$1.27	\$7,747.00	1.51	31.25	B
ATÚN PACIFICO AZUL TROZOS ACEITE	3500		7000	\$1.14	\$7,980.00	1.56		B
CAFE COSCAFE PARA HERVIR SOBRE 113GR	6594		13188	\$0.74	\$9,759.12	1.90		B
FIORE MANZANILLA CON ALAS 8 UNI	5407		10814	\$0.45	\$4,866.30	0.95		B
FIORE MANZANILLA SIN ALAS 8 UNI	7704		15408	\$0.38	\$5,855.04	1.14		B
MACARELA DEL NORTE SALSA DULCE	7361		14722	\$0.66	\$9,716.52	1.90		B
MACARELA DEL NORTE SALSA PICANTE	7247		14494	\$0.66	\$9,566.04	1.87		B
MARUCHAN SOBRE DE POLLO	7291		14582	\$0.21	\$3,062.22	0.60		B

MARUCHAN VASO POLLO PICANTE 64 GR	10853		21706	\$0.43	\$9,333.58	1.82		B
VASO # 8 GRACO FOAM	6007		12014	\$0.38	\$4,565.32	0.89		B
ATÚN PACIFICO AZUL TROZOS VEGETALES	1783		3566	\$1.14	\$4,065.24	0.79		B
AZISTIN ALTERNATIVA AL CLORO	753		1506	\$2.01	\$3,027.06	0.59		B
BONTEA DURAZNO CAJA DE 12 SOBRES	1300		2600	\$1.80	\$4,680.00	0.91		B
BONTEA LIMON CAJA DE 12 SOBRES	1560		3120	\$1.80	\$5,616.00	1.10		B
CERVEZA MILLER DRAFT 355 ML	1902		3804	\$1.04	\$3,956.16	0.77		B
COLGATE DOBLE FRESCURA 75 ML	2379		4758	\$0.72	\$3,425.76	0.67		B
EGO GEL URBAN SIX-PACK 200 ML	540		1080	\$4.51	\$4,870.80	0.95		B
GALLETA CHIKI CHOCOLATE 12 UNI.	2102		4204	\$1.73	\$7,272.92	1.42		B
JUGOS DUCAL 6 PACK	1110		2220	\$1.42	\$3,152.40	0.61		B
LAVAPLATOS AXION LIMON 115 GR. DOCENA	1451		2902	\$1.90	\$5,513.80	1.08		B
LECHE AUSTRALIAN 120 GRAMOS	2845		5690	\$1.01	\$5,746.90	1.12		B
LECHE AUSTRALIAN TIRA DE 12 UNI.	1761		3522	\$2.67	\$9,403.74	1.83		B
PAPEL SCOTT 1000 HOJAS 4 ROLLOS	900		1800	\$2.16	\$3,888.00	0.76		B
POLIPEL ROLLO	1500		3000	\$1.39	\$4,170.00	0.81		B
RASURADORA BIC COMFORT DOCENA + 2	900		1800	\$3.80	\$6,840.00	1.33		B
RASURADORA BIC SENSIBLE DOCENA	900		1800	\$2.27	\$4,086.00	0.80		B
SALSA KETCHUP DUCAL 14 OZ.	2500		5000	\$0.80	\$4,000.00	0.78		B
LECHE AUSTRALIAN TWO PACK 360G.	416		832	\$4.85	\$4,035.20	0.79		B
JUGO DUCAL MANZANA 330 ML. LATA	3260	73.55	6520	\$0.32	\$2,086.40	0.41	28.19	C
MARUCHAN SOBRE DE CAMARON	4685		9370	\$0.21	\$1,967.70	0.38		C
PAJILLA MARLIN DE COLORES	5098		10196	\$0.10	\$1,019.60	0.20		C
PLATO FOAM # 9 DESECHABLE -25 UNI	3500		7000	\$0.41	\$2,870.00	0.56		C
SERVILLETA LUCCA	4000		8000	\$0.35	\$2,800.00	0.55		C
ALOE HONSSY COCONUT 1.5 LITROS	608		1216	\$1.00	\$1,216.00	0.24		C

ALOE HONSSY COCONUT 500ML	649		1298	\$0.75	\$973.50	0.19		C
BANDEJA LISA SIN TAPADERA # 2	1000		2000	\$0.78	\$1,560.00	0.30		C
Bliss Mix Piña Coco	600		1200	\$0.94	\$1,128.00	0.22		C
Bliss Mix Sabor Botella	600		1200	\$0.94	\$1,128.00	0.22		C
Bliss Mix Sandia	600		1200	\$0.94	\$1,128.00	0.22		C
CHOCOLATE GOLPE CAJA DE 20 UNIDADES	506		1012	\$0.05	\$50.60	0.01		C
COLGATE ORIGINAL 75 ML	1932		3864	\$0.72	\$2,782.08	0.54		C
COLGATE XTRA FRESCURA	1847		3694	\$0.72	\$2,659.68	0.52		C
CUCHARA SOPERA	1017		2034	\$0.21	\$427.14	0.08		C
EL MAÑANERO AGUARDIENTE 250 ML	538		1076	\$0.83	\$893.08	0.17		C
ESCOBA DIAPACK	1284		2568	\$1.02	\$2,619.36	0.51		C
FRIJOL DUCAL 14 OZ.	1487		2974	\$0.63	\$1,873.62	0.37		C
FRIJOL DUCAL 8 OZ.	1511		3022	\$0.40	\$1,208.80	0.24		C
JABON DOÑA BLANCA BARRA 250G	1856		3712	\$0.38	\$1,410.56	0.28		C
JUGO DUCAL MELOCOTON 330ML. LATA	2318		4636	\$0.32	\$1,483.52	0.29		C
JUGO DUCAL PERA 330 ML. LATA	1814		3628	\$0.32	\$1,160.96	0.23		C
JUGO KERNS JUNIOR SIXPACK 200 ML	920		1840	\$1.25	\$2,300.00	0.45		C
KERNS NECTAR MANZANA LATA	2423		4846	\$0.32	\$1,550.72	0.30		C
KERNS NECTAR MELOCOTON LATA	2198		4396	\$0.32	\$1,406.72	0.27		C
KERNS NECTAR PERA LATA	2214		4428	\$0.32	\$1,416.96	0.28		C
KIT COLGATE = CEPILLO + PASTA	638		1276	\$0.50	\$638.00	0.12		C
KOTEX ESENCIAL CON ALAS 12 UNI.	660		1320	\$0.79	\$1,042.80	0.20		C
MARUCHAN SOBRE CAMARON PICANTE	2273		4546	\$0.21	\$954.66	0.19		C
MARUCHAN VASO CAMARON HABANERO	1753		3506	\$0.43	\$1,507.58	0.29		C
MASCON VERDE DOCENA	1083		2166	\$0.85	\$1,841.10	0.36		C
NUCITA TRISABOR 18 PIEZAS	600		1200	\$0.98	\$1,176.00	0.23		C
PAJILLA FORRADA GIGANTE	2874		5748	\$0.16	\$919.68	0.18		C
PALMOLIVE EXFOLIACION DIARIA	999		1998	\$0.47	\$939.06	0.18		C
PALMOLIVE FUSION NUTRITIVA	900		1800	\$0.47	\$846.00	0.17		C

PALMOLIVE SENSACION HUMECTANTE	900		1800	\$0.47	\$846.00	0.17	C
PALMOLIVE SENSACION NUTRITIVA	900		1800	\$0.47	\$846.00	0.17	C
PALMOLIVE TONO PERFECTO	891		1782	\$0.47	\$837.54	0.16	C
PAÑAL HUGGIES " M" AMARILLO 5 UNI	1000		2000	\$0.85	\$1,700.00	0.33	C
PAÑAL HUGGIES " P" AMARILLO 5 UNI	1000		2000	\$0.85	\$1,700.00	0.33	C
PAPEL ALUMINIO STAR BRANDT	2900		5800	\$0.50	\$2,900.00	0.57	C
PAPEL SCOTT RINDEMAX UNIDAD	1500		3000	\$0.54	\$1,620.00	0.32	C
PLATO FOAM # 6 DESECHABLE - 25 UNI	1600		3200	\$0.18	\$576.00	0.11	C
PLATO PARA PAPA -25 UNI.	1500		3000	\$0.25	\$750.00	0.15	C
PROTEX ALOE 110 GR	1500		3000	\$0.57	\$1,710.00	0.33	C
PROTEX AVENA 110 GR	1500		3000	\$0.57	\$1,710.00	0.33	C
PROTEX BALANCE 110 GR	1500		3000	\$0.57	\$1,710.00	0.33	C
PROTEX COMPLETE 12 110 GR	1500		3000	\$0.57	\$1,710.00	0.33	C
PROTEX FRESH 110 GR	1500		3000	\$0.57	\$1,710.00	0.33	C
PROTEX LIMPIEZA PROFUNDA 110 GR	1500		3000	\$0.57	\$1,710.00	0.33	C
PROTEX OMEGA 3 110 GR	1500		3000	\$0.57	\$1,710.00	0.33	C
SABA BUENAS NOCHES	800		1600	\$1.00	\$1,600.00	0.31	C
SABA CLASICA SIN ALAS 10 UNI	800		1600	\$0.55	\$880.00	0.17	C
SALSA DUCAL QUESO	800		1600	\$0.27	\$432.00	0.08	C
SALSA DUCAL RANCHERA	1500		3000	\$0.27	\$810.00	0.16	C
SALSA NATURAS RANCHERA 106 GR	2900		5800	\$0.40	\$2,320.00	0.45	C
SARDINA EN SALSA DE TOMATE PICANTE VERDEMAR	900		1800	\$0.66	\$1,188.00	0.23	C
SARDINA EN SALSA DE TOMATE VERDEMAR	900		1800	\$0.66	\$1,188.00	0.23	C
SMIRNOFF MARACUYA LATA	1000		2000	\$0.97	\$1,940.00	0.38	C
SUNTEA DURAZNO 2.5 LT	1500		3000	\$1.17	\$3,510.00	0.68	C
TANG SOBRE DURAZNO	1500		3000	\$0.15	\$450.00	0.09	C
TANG SOBRE FRESA	1500		3000	\$0.15	\$450.00	0.09	C
TANG SOBRE NARANJA	2000		4000	\$0.15	\$600.00	0.12	C
TENEDOR PEQUEÑO	1000		2000	\$0.17	\$340.00	0.07	C
VASO # 10 GRACO FOAM	1812		3624	\$0.51	\$1,848.24	0.36	C
CAFÉ COLCAFE DISPENSADOR 1.8 GR + GALLETA GRATIS	500		1000	\$3.34	\$3,340.00	0.65	C

CAFE NESCAFE LISTO CAJA 40 SOBRES	500		1000	\$2.35	\$2,350.00	0.46		C
PAPEL HIGIENICO LUCA 4 ROLLOS	500		1000	\$0.86	\$860.00	0.17		C
PAPEL HIGIENICO NEVAX 1,000 HOJAS 4 ROLLOS	500		1000	\$2.10	\$2,100.00	0.41		C
PLATO SOPERO 25 UNI. 32 ONZ	500		1000	\$3.75	\$3,750.00	0.73		C
REFRESCO SPRIM FRESA	500		1000	\$0.19	\$190.00	0.04		C
REFRESCO SPRIM MANDARINA	500		1000	\$0.19	\$190.00	0.04		C
REFRESCO SPRIM MARACUYA	500		1000	\$0.19	\$190.00	0.04		C
REFRESCO SPRIM MELON	500		1000	\$0.19	\$190.00	0.04		C
REFRESCO SPRIM NARANJA	500		1000	\$0.19	\$190.00	0.04		C
REFRESCO SPRIM PIÑA	500		1000	\$0.19	\$190.00	0.04		C
SOPITA MAGGI DOCENA	500		1000	\$1.68	\$1,680.00	0.33		C
SUAVITEL FRESCO SOL 80 ML DOCENA	500		1000	\$1.79	\$1,790.00	0.35		C
SUAVITEL MANZANA INTENSE 80 ml Docena	500		1000	\$1.79	\$1,790.00	0.35		C
SUNTEA LIMON 2.5 LT	500		1000	\$1.17	\$1,170.00	0.23		C
TORTI CHIPS CHILE Y LIMON TIRA X 12	500		1000	\$0.84	\$840.00	0.16		C
TORTI CHIPS JALAPEÑO TIRA DE 12	500		1000	\$0.84	\$840.00	0.16		C
TORTI CHIPS LIMON TIRA DE 12	500		1000	\$0.84	\$840.00	0.16		C
BOLIQUESOS TRONIX TIRA X 12	250		500	\$0.84	\$420.00	0.08		C
BONTEA DE MANZANA + SALSAS RANCERAS	328		656	\$1.61	\$1,056.16	0.21		C
COLCAFE RISTRA SURTIDA TIRA 24 + 2 Chiky	323		646	\$4.56	\$2,945.76	0.57		C
CUCHARA GRANDE	461		922	\$0.19	\$175.18	0.03		C
CUCHILLO PLASTICO	290		580	\$0.24	\$139.20	0.03		C
EGO GEL ATRACCION TARRO 1,000 ML	250		500	\$2.40	\$1,200.00	0.23		C
EGO GEL ATRACCION TARRO 500 ML	250		500	\$1.32	\$660.00	0.13		C
EGO GEL POWER SIX-PACK 200 ML	250		500	\$4.96	\$2,480.00	0.48		C
EGO GEL POWER TARRO 1,000 ML	250		500	\$2.40	\$1,200.00	0.23		C
EGO GEL POWER TARRO 500 ML	250		500	\$1.00	\$500.00	0.10		C

EL MAÑANERO AGUARDIENTE 950 ML	476		952	\$1.32	\$1,256.64	0.25		C
FABULOSO FRESCURA PROFUNDA 80 ML DOCENA	414		828	\$2.05	\$1,697.40	0.33		C
FABULOSO LAVANDA 80 ML DOCENA	459		918	\$2.05	\$1,881.90	0.37		C
GALLETA CHICKI UNIDAD	394		788	\$0.01	\$7.88	0.00		C
GALLETA CREMA 6X2 PAQUETE 12	373		746	\$1.24	\$925.04	0.18		C
GALLETA MARIA INTEGRAL DE 6 UNIDADES	351		702	\$0.17	\$119.34	0.02		C
JUGOS YA DURAZNO -CAJA DE 15 SOBRES	398		796	\$1.89	\$1,504.44	0.29		C
JUGOS YA FRESA -CAJA DE 15 SOBRES	477		954	\$1.67	\$1,593.18	0.31		C
JUGOS YA JAMAICA -CAJA DE 15 SOBRES	321		642	\$1.67	\$1,072.14	0.21		C
JUGOS YA NARANJA -CAJA DE 15 SOBRES	441		882	\$1.67	\$1,472.94	0.29		C
KOTEX ESENCIAL SIN ALAS 8 UNI.	376		752	\$0.40	\$300.80	0.06		C
XTRA JABON ELIMINADOR DE OLORES 425GR.	364		728	\$2.00	\$1,456.00	0.28		C
AMBROSOLI MENTITAS CAJA 24 UNI	178		356	\$4.38	\$1,559.28	0.30		C
CHOCOLATE BON O BON 450GR.	242		484	\$3.47	\$1,679.48	0.33		C
CHOCOLATE CREMINO 24UNI.	160		320	\$1.73	\$553.60	0.11		C
COMIDERA 7 X 7 GRACOFOAM 50 UNI.	107		214	\$2.79	\$597.06	0.12		C
EGO GEL URBAN TARRO 1,000 ML	195		390	\$2.38	\$928.20	0.18		C
EGO GEL URBAN TARRO 500 ML	125		250	\$1.31	\$327.50	0.06		C
EGO SHAMPOO BLACK TIRA DE 14 SOBRES / 10 ML	150		300	\$1.10	\$330.00	0.06		C
KOTEX ESENCIAL SIN ALAS 10 UNI.	246		492	\$0.79	\$388.68	0.08		C
MONEDAS ORO 48U	200		400	\$2.31	\$924.00	0.18		C

ANEXO 7 INVENTARIO DE UNIDADES, COSTOS Y TOTAL DEL COSTO

N°	PRODUCTOS	INVENTARIO	COSTOS	TOTAL DE COSTO
1	ALOE HONSSY COCONUT 1.5 LITROS	608	\$1.00	\$ 608.00
2	ALOE HONSSY COCONUT 500ML	649	\$0.75	\$ 486.75
3	AMBROSOLI MENTITAS CAJA 24 UNI	178	\$4.38	\$ 779.64
4	ATÚN PACIFICO AZUL LOMO EN TROZOS AGUA	3050	\$1.27	\$ 3,873.50
5	ATÚN PACIFICO AZUL TROZOS ACEITE	3500	\$1.14	\$ 3,990.00
6	ATÚN PACIFICO AZUL TROZOS VEGETALES	1783	\$1.14	\$ 2,032.62
7	AZISTIN ALTERNATIVA AL CLORO	753	\$2.01	\$ 1,513.53
8	BANDEJA LISA SIN TAPADERA # 2	1000	\$0.78	\$ 780.00
9	Bliss Mix Piña Coco	600	\$0.94	\$ 564.00
10	Bliss Mix Sabor Botella	600	\$0.94	\$ 564.00
11	Bliss Mix Sandia	600	\$0.94	\$ 564.00
12	BOLIQESOS TRONIX TIRA X 12	250	\$0.84	\$ 210.00
13	BONTEA DE MANZANA + SALSAS RANCERAS	328	\$1.61	\$ 528.08
14	BONTEA DURAZNO CAJA DE 12 SOBRES	1300	\$1.80	\$ 2,340.00
15	BONTEA LIMON CAJA DE 12 SOBRES	1560	\$1.80	\$ 2,808.00
16	CAFÉ COLCAFE DISPENSADOR 1.8 GR + GALLETA GRATIS	500	\$3.34	\$ 1,670.00
17	CAFE COSCAFE DISPENSADOR INST. 80 GR.	10494	\$1.91	\$ 20,043.54
18	CAFE COSCAFE PARA HERVIR SOBRE 113GR	6594	\$0.74	\$ 4,879.56
19	CAFE NESCAFE LISTO CAJA 40 SOBRES	500	\$2.35	\$ 1,175.00
20	CERVEZA HEINEKEN VIDRIO 355ML	5223	\$1.18	\$ 6,163.14
21	CERVEZA MILLER DRAFT 355 ML	1902	\$1.04	\$ 1,978.08
22	CHOCOLATE BON O BON 450GR.	242	\$3.47	\$ 839.74
23	CHOCOLATE CREMINO 24UNI.	160	\$1.73	\$ 276.80
24	CHOCOLATE GOLPE CAJA DE 20 UNIDADES	506	\$0.05	\$ 25.30
25	COLCAFE RISTRA SURTIDA TIRA 24 + 2 Chiky	323	\$4.56	\$ 1,472.88
26	COLGATE DOBLE FRESCURA 75 ML	2379	\$0.72	\$ 1,712.88
27	COLGATE ORIGINAL 75 ML	1932	\$0.72	\$ 1,391.04
28	COLGATE XTRA FRESCURA	1847	\$0.72	\$ 1,329.84
29	COMIDERA 7 X 7 GRACOFOAM 50 UNI.	107	\$2.79	\$ 298.53
30	CUCHARA GRANDE	461	\$0.19	\$ 87.59
31	CUCHARA SOPERA	1017	\$0.21	\$ 213.57
32	CUCHILLO PLASTICO	290	\$0.24	\$ 69.60
33	EGO GEL ATRACCION TARRO 1,000 ML	250	\$2.40	\$ 600.00
34	EGO GEL ATRACCION TARRO 500 ML	250	\$1.32	\$ 330.00
35	EGO GEL POWER SIX-PACK 200 ML	250	\$4.96	\$ 1,240.00
36	EGO GEL POWER TARRO 1,000 ML	250	\$2.40	\$ 600.00
37	EGO GEL POWER TARRO 500 ML	250	\$1.00	\$ 250.00
38	EGO GEL URBAN SIX-PACK 200 ML	540	\$4.51	\$ 2,435.40
39	EGO GEL URBAN TARRO 1,000 ML	195	\$2.38	\$ 464.10
40	EGO GEL URBAN TARRO 500 ML	125	\$1.31	\$ 163.75

ANEXO 7 INVENTARIO DE UNIDADES, COSTOS Y TOTAL DEL COSTO

41	EGO SHAMPOO BLACK TIRA DE 14 SOBRES / 10 ML	150	\$1.10	\$	165.00
42	EL MAÑANERO AGUARDIENTE 250 ML	538	\$0.83	\$	446.54
43	EL MAÑANERO AGUARDIENTE 950 ML	476	\$1.32	\$	628.32
44	ESCOBA DIAPACK	1284	\$1.02	\$	1,309.68
45	FABULOSO FRESCURA PROFUNDA 80 ML DOCENA	414	\$2.05	\$	848.70
46	FABULOSO LAVANDA 80 ML DOCENA	459	\$2.05	\$	940.95
47	FIORE MANZANILLA CON ALAS 8 UNI	5407	\$0.45	\$	2,433.15
48	FIORE MANZANILLA SIN ALAS 8 UNI	7704	\$0.38	\$	2,927.52
49	FRIJOL DUCAL 14 OZ.	1487	\$0.63	\$	936.81
50	FRIJOL DUCAL 8 OZ.	1511	\$0.40	\$	604.40
51	GALLETA CHICKI UNIDAD	394	\$0.01	\$	3.94
52	GALLETA CHIKI CHOCOLATE 12 UNI.	2102	\$1.73	\$	3,636.46
53	GALLETA CREMA 6X2 PAQUETE 12	373	\$1.24	\$	462.52
54	GALLETA MARIA INTEGRAL DE 6 UNIDADES	351	\$0.17	\$	59.67
55	JABON DOÑA BLANCA BARRA 250G	1856	\$0.38	\$	705.28
56	JUGO DUCAL MANZANA 330 ML. LATA	3260	\$0.32	\$	1,043.20
57	JUGO DUCAL MELOCOTON 330ML. LATA	2318	\$0.32	\$	741.76
58	JUGO DUCAL PERA 330 ML. LATA	1814	\$0.32	\$	580.48
59	JUGO KERNS JUNIOR SIXPACK 200 ML	920	\$1.25	\$	1,150.00
60	JUGOS DUCAL 6 PACK	1110	\$1.42	\$	1,576.20
61	JUGOS YA DURAZNO -CAJA DE 15 SOBRES	398	\$1.89	\$	752.22
62	JUGOS YA FRESA -CAJA DE 15 SOBRES	477	\$1.67	\$	796.59
63	JUGOS YA JAMAICA -CAJA DE 15 SOBRES	321	\$1.67	\$	536.07
64	JUGOS YA NARANJA -CAJA DE 15 SOBRES	441	\$1.67	\$	736.47
65	KERNS NECTAR MANZANA LATA	2423	\$0.32	\$	775.36
66	KERNS NECTAR MELOCOTON LATA	2198	\$0.32	\$	703.36
67	KERNS NECTAR PERA LATA	2214	\$0.32	\$	708.48
68	KIT COLGATE = CEPILLO + PASTA	638	\$0.50	\$	319.00
69	KOTEX ESENCIAL CON ALAS 12 UNI.	660	\$0.79	\$	521.40
70	KOTEX ESENCIAL SIN ALAS 10 UNI.	246	\$0.79	\$	194.34
71	KOTEX ESENCIAL SIN ALAS 8 UNI.	376	\$0.40	\$	150.40
72	LAVAPLATOS AXION LIMON 115 GR. DOCENA	1451	\$1.90	\$	2,756.90
73	LECHE AUSTRALIAN 120 GRAMOS	2845	\$1.01	\$	2,873.45
74	LECHE AUSTRALIAN TIRA DE 12 UNI.	1761	\$2.67	\$	4,701.87
75	LECHE AUSTRALIAN TWO PACK 360G.	416	\$4.85	\$	2,017.60
76	MACARELA DEL NORTE SALSA DULCE	7361	\$0.66	\$	4,858.26
77	MACARELA DEL NORTE SALSA PICANTE	7247	\$0.66	\$	4,783.02
78	MARUCHAN SOBRE CAMARON PICANTE	2273	\$0.21	\$	477.33
79	MARUCHAN SOBRE DE CAMARON	4685	\$0.21	\$	983.85
80	MARUCHAN SOBRE DE POLLO	7291	\$0.21	\$	1,531.11
81	MARUCHAN VASO CAMARON CHILE PIKIN	12310	\$0.43	\$	5,293.30

ANEXO 7 INVENTARIO DE UNIDADES, COSTOS Y TOTAL DEL COSTO

82	MARUCHAN VASO CAMARON HABANERO	1753	\$0.43	\$ 753.79
83	MARUCHAN VASO DE CAMARON 64G	12758	\$0.43	\$ 5,485.94
84	MARUCHAN VASO DE POLLO 64 GR	16862	\$0.43	\$ 7,250.66
85	MARUCHAN VASO DE RES 64 GR	15823	\$0.43	\$ 6,803.89
86	MARUCHAN VASO POLLO PICANTE 64 GR	10853	\$0.43	\$ 4,666.79
87	MASCON VERDE DOCENA	1083	\$0.85	\$ 920.55
88	MONEDAS ORO 48U	200	\$2.31	\$ 462.00
89	NUCITA TRISABOR 18 PIEZAS	600	\$0.98	\$ 588.00
90	PAJILLA FORRADA GIGANTE	2874	\$0.16	\$ 459.84
91	PAJILLA MARLIN DE COLORES	5098	\$0.10	\$ 509.80
92	PALMOLIVE EXFOLIACION DIARIA	999	\$0.47	\$ 469.53
93	PALMOLIVE FUSION NUTRITIVA	900	\$0.47	\$ 423.00
94	PALMOLIVE SENSACION HUMECTANTE	900	\$0.47	\$ 423.00
95	PALMOLIVE SENSACION NUTRITIVA	900	\$0.47	\$ 423.00
96	PALMOLIVE TONO PERFECTO	891	\$0.47	\$ 418.77
97	PAÑAL HUGGIES " M" AMARILLO 5 UNI	1000	\$0.85	\$ 850.00
98	PAÑAL HUGGIES " P" AMARILLO 5 UNI	1000	\$0.85	\$ 850.00
99	PAÑAL HUGGIES VERDE M/2 25 UNI	1000	\$6.00	\$ 6,000.00
100	PAÑAL HUGGIES VERDE P/1 25 UNI	1000	\$6.00	\$ 6,000.00
101	PAÑAL HUGGIES VERDE P/1 50 UNI	1000	\$12.00	\$ 12,000.00
102	PAPEL ALUMINIO STAR BRANDT	2900	\$0.50	\$ 1,450.00
103	PAPEL HIGIENICO LUCA 4 ROLLOS	500	\$0.86	\$ 430.00
104	PAPEL HIGIENICO NEVAX 1,000 HOJAS 4 ROLLOS	500	\$2.10	\$ 1,050.00
105	PAPEL SCOTT 1000 HOJAS 4 ROLLOS	900	\$2.16	\$ 1,944.00
106	PAPEL SCOTT RINDEMAX UNIDAD	1500	\$0.54	\$ 810.00
107	PLATO FOAM # 6 DESECHABLE - 25 UNI	1600	\$0.18	\$ 288.00
108	PLATO FOAM # 9 DESECHABLE -25 UNI	3500	\$0.41	\$ 1,435.00
109	PLATO PARA PAPA -25 UNI.	1500	\$0.25	\$ 375.00
110	PLATO SOPERO 25 UNI. 32 ONZ	500	\$3.75	\$ 1,875.00
111	POLIPEL ROLLO	1500	\$1.39	\$ 2,085.00
112	PROTEX ALOE 110 GR	1500	\$0.57	\$ 855.00
113	PROTEX AVENA 110 GR	1500	\$0.57	\$ 855.00
114	PROTEX BALANCE 110 GR	1500	\$0.57	\$ 855.00
115	PROTEX COMPLETE 12 110 GR	1500	\$0.57	\$ 855.00
116	PROTEX FRESH 110 GR	1500	\$0.57	\$ 855.00
117	PROTEX LIMPIEZA PROFUNDA 110 GR	1500	\$0.57	\$ 855.00
118	PROTEX OMEGA 3 110 GR	1500	\$0.57	\$ 855.00
119	RASURADORA BIC COMFORT DOCENA + 2	900	\$3.80	\$ 3,420.00
120	RASURADORA BIC SENSIBLE DOCENA	900	\$2.27	\$ 2,043.00
121	REFRESCO SPRIM FRESA	500	\$0.19	\$ 95.00
122	REFRESCO SPRIM MANDARINA	500	\$0.19	\$ 95.00

ANEXO 7 INVENTARIO DE UNIDADES, COSTOS Y TOTAL DEL COSTO

123	REFRESCO SPRIM MARACUYA	500	\$0.19	\$	95.00
124	REFRESCO SPRIM MELON	500	\$0.19	\$	95.00
125	REFRESCO SPRIM NARANJA	500	\$0.19	\$	95.00
126	REFRESCO SPRIM PIÑA	500	\$0.19	\$	95.00
127	SABA BUENAS NOCHES	800	\$1.00	\$	800.00
128	SABA CLASICA SIN ALAS 10 UNI	800	\$0.55	\$	440.00
129	SALSA DUCAL QUESO	800	\$0.27	\$	216.00
130	SALSA DUCAL RANCHERA	1500	\$0.27	\$	405.00
131	SALSA KETCHUP DUCAL 14 OZ.	2500	\$0.80	\$	2,000.00
132	SALSA NATURAS RANCHERA 106 GR	2900	\$0.40	\$	1,160.00
133	SARDINA EN SALSA DE TOMATE PICANTE VERDEMAR	900	\$0.66	\$	594.00
134	SARDINA EN SALSA DE TOMATE VERDEMAR	900	\$0.66	\$	594.00
135	SERVILLETA LUCCA	4000	\$0.35	\$	1,400.00
136	SMIRNOFF ICE BLACK 355 ML	5000	\$1.04	\$	5,200.00
137	SMIRNOFF ICE GREEN APPLE 355ML	10000	\$1.09	\$	10,900.00
138	SMIRNOFF ICE RASPBERRY CRUSH 355ML	5000	\$1.09	\$	5,450.00
139	SMIRNOFF ICE RED 355ML	6000	\$1.09	\$	6,540.00
140	SMIRNOFF MARACUYA LATA	1000	\$0.97	\$	970.00
141	SOPITA MAGGI DOCENA	500	\$1.68	\$	840.00
142	SUAVITEL FRESCO SOL 80 ML DOCENA	500	\$1.79	\$	895.00
143	SUAVITEL MANZANA INTENSE 80 ml Docena	500	\$1.79	\$	895.00
144	SUNTEA DURAZNO 2.5 LT	1500	\$1.17	\$	1,755.00
145	SUNTEA LIMON 2.5 LT	500	\$1.17	\$	585.00
146	TANG SOBRE DURAZNO	1500	\$0.15	\$	225.00
147	TANG SOBRE FRESA	1500	\$0.15	\$	225.00
148	TANG SOBRE NARANJA	2000	\$0.15	\$	300.00
149	TENEDOR PEQUEÑO	1000	\$0.17	\$	170.00
150	TORTI CHIPS CHILE Y LIMON TIRA X 12	500	\$0.84	\$	420.00
151	TORTI CHIPS JALAPEÑO TIRA DE 12	500	\$0.84	\$	420.00
152	TORTI CHIPS LIMON TIRA DE 12	500	\$0.84	\$	420.00
153	VASO # 10 GRACO FOAM	1812	\$0.51	\$	924.12
154	VASO # 8 GRACO FOAM	6007	\$0.38	\$	2,282.66
155	XTRA JABON ELIMINADOR DE OLORES 425GR.	364	\$2.00	\$	728.00
TOTAL		314283	\$189.93	\$	256,295.76