

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Universidad de El Salvador**

*Hacia la libertad por la cultura*

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA DESPENSA DE  
CONSUMO FAMILIAR A FAVOR DE LOS TRABAJADORES DEL CAMPUS CENTRAL  
DE LA UES A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES Y TÉCNICOS  
DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR (APTUES)"

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**PRESENTADO POR:**

FRANCISCO RENÉ BARAHONA PÉREZ

JESÚS EDGARDO DÍAZ CHÉVEZ

FLOR IDALIA LÓPEZ ESCOBAR

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**MAYO DE 2011**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTRO AMÉRICA**



---

## AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**Rector:** MSC. Rufino Antonio Quezada Sánchez.

**Secretario General:** Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez.

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**Decano:** MSC. Roger Armando Arias Alvarado.

**Secretario:** MSC. José Ciriaco Gutiérrez Contreras.

## TRIBUNAL EXAMINADOR

**Docente Director:** Ing. Gustavo Salomón Torres Ríos Lazo.

**Coordinador del Seminario:** Lic. Rafael Arístides Campos.

**Docente Observador:** MSC. José Ciriaco Gutiérrez Contreras.

MAYO DE 2011

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA



---

## **AGRADECIMIENTOS**

### **FRANCISCO RENÉ BARAHONA PÉREZ**

Agradezco a DIOS TODOPODEROSO por darme la vida y por guiarme para contemplar este triunfo. A mis padres: MARÍA DEL TRÁNSITO Y FRANCISCO BARAHONA, por creer en todo momento en mí. A mis hermanos: JAVIER, ROLANDO Y VERÓNICA; por su valiosa ayuda. A mi hijo FRANCISCO SEBASTIÁN por ser la piedra angular en mi vida. A nuestro asesor ING.SALOMON TORRES, por todo el profesionalismo con el que nos asesoro y por ser un buen guía en todo momento. A mis compañeros JESÚS y FLOR ya que en todo momento salimos adelante.

### **JESÚS EDGARDO DÍAZ CHÉVEZ**

Mis agradecimientos son para Dios por darme vida, puesto que por el puedo lograr mis metas. A mi madre, CARMEN de DÍAZ y a mi padre, JESÚS DÍAZ, al igual que a mis hermanas porque sin su ayuda y apoyo no hubiese salido adelante. Además agradezco al ING. SALOMÓN TORRES, y por último a mis amigos, y a mis compañeros del presente documento.

### **FLOR IDALIA LÓPEZ ESCOBAR**

Agradezco a DIOS TODO PODEROSO por haberme dado vida y por permitirme culminar esta meta. A mi padre SANTOS LÓPEZ (Q.D.D.G) por haber sido el mejor de los padres; a mi madre JOSEFINA SANTOS por ser un pilar de luz y esperanza en mi vida. A mis hermanos SOFIA, TITO Y LUIS que me ayudaron para seguir adelante. A mi hijo SEBASTIAN por haberme dado el mejor de los regalos su nacimiento, Al ING.SALOMON TORRES por apoyarnos durante todo este proceso. A mis compañeros de tesis, por todo su apoyo. A todos mis familiares y amigos, que de una u otra forma contribuyeron en mi formación.



---

## ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	III
INTRODUCCIÓN.....	2
OBJETIVOS .....	3
<b>CAPITULO I. GENERALIDADES DE LAS ONG`S, DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, APTUES, LAS DESPENSAS Y FACTIBILIDAD DE PROYECTOS .</b>	
<b>A. GENERALIDADES DE LAS ONG`S .....</b>	<b>4</b>
1. DEFINICIÓN DE ONG`S.....	4
2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (ONG`S) .....	5
a. <i>Origen de las ONG`S</i> .....	5
b. <i>Origen de las ONG`S en América latina</i> .....	6
3. GENERALIDADES DE LAS ONG`S EN EL SALVADOR .....	7
a. <i>Historia de las ONG`S en El Salvador</i> .....	7
b. <i>Marco legal</i> .....	8
c. <i>Características</i> .....	9
d. <i>Requisitos para constituir una Asociación O Fundación (ONG`S)</i> .....	10
<b>B. GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.....</b>	<b>10</b>
1. DATOS GENERALES .....	10
2. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR. ....	12
3. MARCO LEGAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR. ....	13
<b>C. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES Y TÉCNICOS DE LA UES (APTUES). .....</b>	<b>14</b>
1. ANTECEDENTES. ....	14
2. VISIÓN.....	15
3. MISIÓN.....	15
4. OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN. ....	15



---

5.	SERVICIOS DE LA ASOCIACIÓN. ....	16
6.	ESTRATEGIAS DE LA ASOCIACIÓN. ....	17
7.	PROYECTOS DESARROLLADOS EN EL INTERIOR DE LA UES. ....	18
8.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	18
<b>D.</b>	<b>GENERALIDADES DE LAS DESPENSAS .....</b>	<b>19</b>
1.	DEFINICIÓN .....	19
2.	ANTECEDENTES .....	20
3.	LAS DESPENSAS EN EL SALVADOR .....	22
4.	RECURSOS CON LOS QUE INICIA UNA DESPENSA. ....	23
a.	<i>Recursos financieros.</i> .....	23
b.	<i>Recursos humanos.</i> .....	24
c.	<i>Recursos materiales.</i> .....	24
5.	OBJETIVOS CON LOS QUE INICIA UNA DESPENSA. ....	24
6.	SUMINISTROS DE LAS DESPENSAS. ....	25
7.	PRINCIPALES OPERACIONES DE LAS DESPENSAS. ....	26
a.	<i>Cuentas por cobrar.</i> .....	27
b.	<i>Registros contables.</i> .....	27
c.	<i>Local.</i> .....	27
8.	PROCESOS BÁSICOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS DESPENSAS .....	28
a.	<i>Proceso de compra y almacenaje de los productos.</i> .....	28
i.	Verificación de existencia.....	28
ii.	Generación de órdenes de compra .....	28
iii.	Cotización de productos.....	28
iv.	Compra del producto. ....	29
v.	Verificación de calidad del producto a recibir .....	29
vi.	Almacenaje del producto. ....	29
vii.	Actualización de inventarios. ....	29
viii.	Fin del proceso. ....	29
b.	<i>Proceso de venta de los productos.</i> .....	29
i.	Pedido del cliente.....	29
ii.	Preparación del pedido solicitado .....	29
iii.	Cobro del producto. ....	30
iv.	Entrega del producto.....	30
v.	Fin del proceso. ....	30

---



---

9.	ADMINISTRACIÓN DE DESPENSAS.....	30
<b>E.</b>	<b>GENERALIDADES DE LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Y ESTUDIO DE</b>	
	<b>FACTIBILIDAD.....</b>	<b>32</b>
1.	DEFINICIÓN DE PROYECTO.....	32
2.	TIPOS DE PROYECTOS.....	32
3.	ETAPAS DE LOS PROYECTOS.....	34
	<i>a. La Preinversión.....</i>	<i>34</i>
	<i>b. Ejecución del Proyecto:.....</i>	<i>34</i>
	<i>c. Operacionalización o Funcionamiento:.....</i>	<i>34</i>
4.	SUB-ETAPAS DE LA PREINVERSIÓN.....	35
	<i>a. Ideas del proyecto.....</i>	<i>35</i>
	<i>b. Estudio de identificación.....</i>	<i>36</i>
	<i>c. Perfil del proyecto.....</i>	<i>36</i>
	<i>d. Estudio de prefactibilidad.....</i>	<i>36</i>
	<i>e. Estudio de factibilidad.....</i>	<i>36</i>
	<i>i. Estudio de Mercado.....</i>	<i>36</i>
	<i>ii. Estudio técnico.....</i>	<i>37</i>
	<i>iii. Estudio económico.....</i>	<i>41</i>
 <b>CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA DESPENSA DE CONSUMO FAMILIAR EN EL CAMPUS CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.</b>		
	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>44</b>
	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>45</b>
<b>A.</b>	<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>46</b>
	1. GENERAL.....	46
	2. ESPECÍFICOS.....	46
<b>B.</b>	<b>HIPÓTESIS.....</b>	<b>47</b>
	1. GENERAL.....	47
	2. ESPECÍFICAS.....	47



<b>C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>48</b>
1. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN .....	48
2. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	49
3. FUENTES DE INFORMACIÓN .....	49
a. <i>Fuentes primarias</i> .....	49
b. <i>Fuentes secundarias</i> .....	50
4. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO .....	50
5. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA .....	50
6. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	55
7. DIAGNÓSTICO PARA LA CREACIÓN DE UNA DESPENSA DE CONSUMO FAMILIAR DENTRO DEL CAMPUS CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR .....	71
a. <i>Diagnóstico a partir de la encuesta</i> .....	71
b. <i>Aspectos generales de la Oferta y la Demanda</i> .....	74
8. ANÁLISIS FODA .....	75
9. CUADRO RESUMEN DE LOS ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DE LA UES .....	76
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	78
a. <i>Conclusiones</i> .....	78
b. <i>Recomendaciones</i> .....	79

### **CAPITULO III. PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA DESPENSA DE CONSUMO FAMILIAR EN EL CAMPUS CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>81</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>82</b>
<b>A. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>83</b>
1. ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	83
a. <i>Tipo de oferta</i> .....	83
b. <i>Oferta actual</i> .....	83
2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	86
a. <i>Frecuencia de visitas de los empleados</i> .....	86



---

b.	<i>Productos más demandados</i> .....	87
3.	ANÁLISIS DE PRECIOS .....	88
a.	<i>Línea Alimenticia</i> .....	88
b.	<i>Línea de productos del Hogar</i> .....	90
c.	<i>Línea de productos Cuidado Personal</i> .....	91
4.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA .....	92
a.	<i>Demanda mensual</i> .....	92
b.	<i>Demanda anual</i> .....	94
5.	COMERCIALIZACIÓN .....	96
6.	PROVEEDORES .....	97
7.	LOGO Y SLOGAN DE LA DESPENSA UNIVERSITARIA .....	98
a.	<i>Logo</i> .....	98
b.	<i>Slogan</i> .....	99
c.	<i>Logo con Slogan</i> .....	99
d.	<i>Plan de promoción</i> .....	100
<b>B.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	<b>100</b>
1.	ANÁLISIS DE LA UBICACIÓN DE LA DESPENSA .....	100
2.	TAMAÑO DEL PROYECTO .....	101
a.	<i>Determinación de la capacidad de atención</i> .....	101
b.	<i>Límite máximo de venta de productos</i> .....	102
3.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	103
a.	<i>Macrolocalización</i> .....	103
b.	<i>Microlocalización</i> .....	103
c.	<i>Ubicación geográfica del proyecto</i> .....	106
4.	INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	107
a.	<i>Flujograma de cotización de precios (Anexo 6)</i> .....	107
b.	<i>Flujograma de adquisición de productos</i> .....	108
c.	<i>Flujograma de venta de productos al contado</i> .....	109
d.	<i>Flujograma de venta de productos al crédito</i> .....	110
e.	<i>Requerimiento de agua, energía eléctrica</i> .....	111
i.	Requerimiento de agua .....	111
ii.	Requerimiento de energía eléctrica .....	112
f.	<i>Requerimiento de espacio</i> .....	114

---





---

i.	Área de oficinas.....	114
ii.	Área de ventas.....	114
iii.	Área de bodegas.....	114
iv.	Área de servicio sanitario .....	115
v.	Pasillo .....	115
g.	<i>Distribución de la despensa.....</i>	<i>115</i>
h.	<i>Requerimiento de mobiliario y equipo .....</i>	<i>117</i>
i.	Área de oficina .....	117
ii.	Área de ventas.....	118
iii.	Área de bodega .....	119
iv.	Área de servicio sanitario .....	119
<b>C.</b>	<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>120</b>
1.	PLANEACIÓN .....	120
a.	<i>Misión.....</i>	<i>120</i>
b.	<i>Visión.....</i>	<i>120</i>
c.	<i>Objetivos .....</i>	<i>121</i>
d.	<i>Valores .....</i>	<i>121</i>
e.	<i>Políticas.....</i>	<i>122</i>
i.	Políticas Administrativas .....	122
ii.	Políticas Financieras .....	122
f.	<i>Estrategias para el posicionamiento de la despensa Universitaria.....</i>	<i>123</i>
2.	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	124
i.	Organigrama propuesto APTUES.....	124
ii.	Organigrama propuesto Despensa Universitaria .....	125
3.	ASPECTOS LEGALES .....	126
<b>D.</b>	<b>ESTUDIO ECONÓMICO .....</b>	<b>127</b>
1.	INVERSIONES DEL PROYECTO.....	127
a.	<i>Inversión en mobiliario y equipo .....</i>	<i>127</i>
b.	<i>Inversión en remodelaciones e instalaciones necesarias al local. ....</i>	<i>128</i>
c.	<i>Inversión en Capital de Trabajo.....</i>	<i>129</i>
d.	<i>Inversión total del Proyecto.....</i>	<i>129</i>
2.	OPERACIONES DEL PROYECTO .....	130
a.	<i>Costos del Proyecto .....</i>	<i>130</i>

---



---

b.	<i>Ingresos del proyecto</i> .....	131
c.	<i>Depreciación de activos fijos</i> .....	131
i.	Depreciación de mobiliario y equipo.....	131
ii.	Depreciación de instalaciones .....	132
iii.	Depreciación total .....	132
d.	<i>Determinación de Gastos de administración y ventas</i> .....	133
i.	Pago de planilla del personal.....	133
ii.	Gastos de servicios básicos, papelería y útiles .....	133
iii.	Gastos de administración y ventas anuales.....	134
iv.	Proyección de gastos de administración y ventas para los próximos 5 años. ....	134
3.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	135
4.	PRESUPUESTO DE FINANCIAMIENTO .....	136
a.	<i>Cálculo de la TMAR.</i> .....	136
b.	<i>Cálculo tasa de descuento</i> .....	137
5.	FLUJOS DE EFECTIVO PROYECTADOS .....	138
6.	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AÑO 1 .....	139
7.	BALANCE GENERAL PROYECTADO AÑO 1 .....	140
<b>E.</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b> .....	<b>142</b>
1.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO .....	142
a.	<i>Valor actual neto</i> .....	142
b.	<i>Tasa interna de retorno</i> .....	143
<b>F.</b>	<b>IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL</b> .....	<b>143</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>145</b>
	<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS</b> .....	<b>148</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>154</b>



---

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1:** Estructura organizativa APTUES Año 2010

**Figura 2:** Esquema de las etapas de los proyectos

**Figura 3:** Esquema de las partes de la preinversión

**Figura 4:** Logo Despensa Universitaria

**Figura 5:** Logo con Slogan Despensa Universitaria

**Figura 6:** Ubicación Despensa

**Figura 7:** Distribución de la Despensa

**Figura 8:** Estructura organizativa propuesta

**Figura 9:** Estructura organizativa propuesta Despensa



---

## INDICE DE TABLAS

- Tabla 1** : Tamaño de la muestra.
- Tabla 2** : Muestra estratificada
- Tabla 3** : Productos de mayor demanda
- Tabla 4** : Demanda de Arroz
- Tabla 5** : Demanda de azúcar
- Tabla 6** : Demanda de aceite
- Tabla 7** : Demanda de Huevos
- Tabla 8** : Demanda de Frijoles
- Tabla 9** : Cruce de pregunta 2 y el sector de trabajo
- Tabla 10** : Cruce núcleo familiar y pregunta 12
- Tabla 11** : Cruce pregunta 1 con pregunta 12
- Tabla 12** : Cruce pregunta 3 con estado civil
- Tabla 13** : Cruce pregunta 13 con sector
- Tabla 14** : Cruce sector, pregunta 5 y pregunta 7
- Tabla 15** : Análisis FODA
- Tabla 16**: Cuadro resumen de los análisis e interpretación del cuestionario dirigido a los trabajadores de la UES
- Tabla 17** : Precio de los productos de línea de alimento
- Tabla 18** : Precios línea del hogar



- 
- Tabla 19** : Precios línea de productos cuidado personal
- Tabla 20** : Cálculo de la Demanda mensual de los productos
- Tabla 21** : Demanda anual línea productos alimenticios
- Tabla 22** : Demanda anual de los productos del hogar
- Tabla 23** : Demanda anual del cuidado personal
- Tabla 24** : Principales proveedores
- Tabla 25** : Atenciones diarias de la despensa de lunes a viernes
- Tabla 25.1:** Atenciones de la despensa día sábado
- Tabla 25.2:** Atenciones anuales de la despensa
- Tabla 26** : Ponderación de factores para la Microlocalización
- Tabla 27** : Flujograma de cotización de precios de productos
- Tabla 27.1:** Flujograma de adquisición de productos
- Tabla 27.2:** Flujograma de venta de productos al contado
- Tabla 27.3:** Flujograma de venta de productos al crédito
- Tabla 28** : Cálculo  $m^3$  de agua potable diario
- Tabla 28.1:** Cálculo costo agua potable por mes
- Tabla 29** : Consumo kw/h por aparato eléctrico
- Tabla 30** : Consumo mensual kw/h



---

**Tabla 31** : Costo energía por rangos. Y total a pagar por energía eléctrica

**Tabla 32** : Distribución área en m<sup>2</sup>

**Tabla 33** : Inversión en mobiliario y equipo

**Tabla 34** : Inversión en divisiones de tabla roca

**Tabla 35** : Inversión total en remodelación e instalación

**Tabla 36** : Inversión en Capital de Trabajo

**Tabla 37** : Efectivo necesario para inicio de operaciones

**Tabla 38** : Inversión total del proyecto

**Tabla 39** : Costos de venta anuales

**Tabla 40** : Ingresos del proyecto

**Tabla 41** : Depreciación total de mobiliario y equipo

**Tabla 42** : Depreciación de instalaciones

**Tabla 43** : Depreciación de activos fijos

**Tabla 44** : Planilla de pagos año 1

**Tabla 45** : Gastos anuales servicios básicos, papelería y útiles

**Tabla 46** : Gastos de administración y ventas anuales

**Tabla 47** : Proyección gastos de administración

**Tabla 48** : Fuentes de financiamiento

**Tabla 48.1** : Resumen de fuentes de financiamiento



---

**Tabla 49** : Cálculo de la tasa de descuento del proyecto

**Tabla 50** : Flujos netos de efectivo proyectados

**Tabla 51** : Flujos de efectivo proyectados

### INDICE DE GRÁFICOS

**Gráfico 1** : Productos de mayor demanda

**Gráfico 2** : Demanda de arroz

**Gráfico 3** : Demanda de azúcar

**Gráfico 4** : Demanda de aceite

**Gráfico 5** : Demanda de huevos

**Gráfico 6** : Demanda de frijoles

**Gráfico 7** : Cruce de pregunta 2 y el sector de trabajo

**Gráfico 8** : Cruce gasto en víveres y núcleo familiar

**Gráfico 9** : Cruce pregunta 1 con pregunta 12

**Gráfico 10**: Cruce pregunta 3 con estado civil

**Gráfico 11**: Cruce pregunta 13 con sector

**Gráfico 12**: Cruce sector, pregunta 5 y pregunta 7



---

## ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo 1:** Documentos legales APTUES
- Anexo 2:** Encuesta dirigida a los trabajadores UES
- Anexo 3:** Tabulación y análisis de encuesta dirigida a los trabajadores.
- Anexo 4:** Estratégias FO, FA, DO, DA
- Anexo 5:** Calculo de la demanda mensual de productos
- Anexo 6:** Demanda mensual de productos
- Anexo 7:** Manual de procedimientos
- Anexo 8:** Cotizaciones
- Anexo 9:** Manual de descripción de puestos
- Anexo 10:** Cálculo de tasa de inflación promedio utilizada para incrementos de precio.
- Anexo 11:** Cálculo de Costo de venta unitario y total
- Anexo 12:** Cálculo de los ingresos por ventas
- Anexo 13:** Cálculo en inversión de mobiliario y equipo para año 3 y año 5.
- Anexo 14:** Cálculo de la amortización de préstamo





---

## RESUMEN

El establecimiento de despensas de consumo familiar surge ante la necesidad de generar unidades económicas que permitan mejorar la condición de vida de las personas, esto se logra a través del abastecimiento de bienes de consumo básico a precios razonables, de esta manera se reduce el costo de vida y se incrementa el bienestar familiar.

En consideración a lo anterior se desarrolló un "Estudio De Factibilidad para la creación de una Despensa de consumo familiar a favor de los trabajadores del Campus Central de la UES, el cual se elaboró con el propósito de aumentar el poder adquisitivo de los usuarios, a fin de que esta brinde un servicio eficiente a los trabajadores que harán uso de ella. Para ello se consideraron los siguientes objetivos:

- Conocer la demanda de productos que se espera cubrir.
- Descubrir el tamaño del local y la ubicación más idónea.
- Establecer el estudio económico que proporcione los insumos necesarios para conocer el financiamiento adecuado para la realización del proyecto.

La metodología empleada va de lo particular a lo general por lo que se utilizó el método Hipotético Deductivo, realizándose una investigación de tipo exploratorio y descriptivo. Para el estudio se recurrió a fuentes primarias que se obtuvieron de (APTUES) y de los



---

trabajadores del campus central de la UES por medio de entrevista personal y encuestas.

Con la información recopilada se tabularon y analizaron los datos con el objeto de elaborar un diagnóstico de la situación actual de los trabajadores de la UES, entre los resultados obtenidos con dicha investigación podemos mencionar:

El 99% de la población estaría dispuesta a adquirir productos en esta despensa. Partiendo de esa premisa se tiene una demanda potencial asegurada.

La mayoría de trabajadores adquieren sus productos en el supermercado y otros lugares, lo que indica un excesivo gasto ya que estos se caracterizan por tener políticas encaminadas a incrementar sus utilidades. Por lo que una despensa en la UES sería de gran ayuda a solventar esta problemática.

Por lo que se concluye que: Es de vital importancia que la despensa a implantar maneje con perspicacia y sagacidad la rotación de los productos y su fecha de caducidad, pues los trabajadores necesitan productos frescos, de calidad y precios bajos.

Se recomienda en la medida que el estudio del proyecto sea factible, se debe considerar su ejecución ya que esta beneficiara a los trabajadores de la UES y sus familias.



## INTRODUCCIÓN

Los trabajadores tanto del sector público como privado han tenido a bien asociarse, para suplir algunas de las necesidades que poseen; muchas de estas son satisfechas a través del salario, mientras otras por medio de distintos mecanismos, pero la prioridad que existe es la alimentación, en ese sentido es necesario que los trabajadores; siendo en este caso de la Universidad de El Salvador suplan esta necesidad con mayor facilidad, lo que se hace más viable por medio de una despensa, es decir un lugar donde se les provea lo necesario para el sustento de sus familias, el objeto de la elaboración de este documento se centra en proporcionar un informe que permita a la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador tomar decisiones para la creación de una despensa de consumo familiar para el personal del Campus Central.

De esta manera el CAPÍTULO I, presenta el marco teórico el cual se divide en 5 aspectos generales que son las ONG, la Universidad de El Salvador, (APTUES), las despensas y la factibilidad de proyectos.

El capítulo II provee un diagnóstico de la situación actual, que permite determinar las principales necesidades insatisfechas que existen en el mercado y la demanda de productos que se ofrecen, y el capítulo III ofrece lo que se necesita para que la despensa pueda operar, y responde la pregunta si es conveniente o no invertir en este proyecto.



**CAPÍTULO I**

**GENERALIDADES DE LAS**

**ONG`S, DE LA UNIVERSIDAD**

**DE EL SALVADOR, APTUES,**

**LAS DESPENSAS Y**

**FACTIBILIDAD DE PROYECTOS**



---

## INTRODUCCIÓN

**CAPÍTULO I**, se expone el marco teórico del trabajo de investigación denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA DESPENSA DE CONSUMO FAMILIAR A FAVOR DE LOS TRABAJADORES DEL CAMPUS CENTRAL DE LA UES A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES Y TÉCNICOS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR (APTUES)", el cual se divide en 5 aspectos, los cuales se refieren a generalidades de: las ONG'S, la Universidad de El Salvador, la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador, las despensas y factibilidad de proyectos.

La base teórica sobre la cual se guía este Capítulo, es la factibilidad de proyectos, porque a través de esta podrá ser evaluada la conveniencia del funcionamiento de una despensa dentro del campus central de la UES, la cual coadyuve al beneficio social de los trabajadores, que es la satisfacción de las necesidades básicas de estos a través de la obtención de precios bajos en los productos básicos.



---

## OBJETIVOS

### General:

- Proveer una referencia para elaborar instrumentos que recopilen información en la investigación de campo.

### Específicos:

- Integrar los aspectos teóricos de importancia que contribuyan a la realización adecuada del estudio de factibilidad.
- Conocer y dominar conceptos que permitan realizar la investigación de forma fluida y sin obstáculos.
- Adecuar los aspectos teóricos proporcionados por este capítulo para estructurar la investigación de la forma más idónea.



---

## **CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LAS ONG`S, DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, APTUES, LAS DESPENSAS Y FACTIBILIDAD DE PROYECTOS.**

### **A. GENERALIDADES DE LAS ONG´S**

#### **1. Definición de ONG´S<sup>1</sup>**

Se entiende como ONG´S a las organizaciones cuyos objetivos son diversos, que prestan servicios en diferentes áreas, para lo cual cuentan con personal especializado en cada área de trabajo y con un alto grado de complejidad institucional.

La existencia de este tipo de organizaciones no depende de mandato imperativo de los destinatarios de sus servicios y de ninguna membresía de base; si no más bien, dicha existencia y autoreproducción solo es posible generarla a través de la interacción con los grupos de base, comunidades y la población meta a la que dirigen su servicio.

A diferencia de los sindicatos, gremios, asociaciones, etc., las ONG´S no defienden directamente los intereses particulares de las clases, sectores y capa sociales; si no mas bien, buscan un tipo de representaciones económicas o

---

<sup>1</sup> Duran Galdámez Roxana De la Paz, Metodología para la planificación financiera, aplicable a los programas de crédito de las organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro en El Salvador. Tesis UCA



---

políticas de las clases a los cuales dirigen sus objetivos y servicios, sean estas dominantes o subordinadas, es decir, una forma directa de defensa y promoción de sus intereses respectivos.

Sobre todo, las ONG'S representan técnicamente los intereses de los grupos, las capas sociales, los sectores y las clases; es por ello que para cumplir tal función necesitan de una alta o mediana calificación técnica, administrativa, gerencial o científica.

Para poder cumplir con los objetivos previstos por las ONG'S en general, estas administran una rama de conocimiento o especialización; que tienden a hacerlas más efectivas para incidir en los procesos sociales.

## **2. Antecedentes históricos de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG'S)<sup>2</sup>**

### **a. Origen de las ONG'S**

Han existido aproximadamente desde el siglo XIX. Una de las más antiguas es la Cruz Roja. El reconocimiento formal de las ONG'S es a partir del artículo 71 de la Carta de las Naciones Unidas (1945).

---

<sup>2</sup> Guardado Guardado José Alex Osmin, Estudio de factibilidad para la creación de una Organización no gubernamental (ONG), encargada de elaborar Y gestionar proyectos de desarrollo local, para las Comunidades más pobres del municipio de Comasagua del Departamento de La Libertad, Tesis UES





---

El Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas podrá hacer arreglos adecuados para celebrar consultas con Organizaciones No Gubernamentales que se ocupen de asuntos de competencia del consejo.

Además de participar del sistema de las Naciones Unidas, también lo hacen a nivel de los Estados nacionales que correspondan en calidad de observadores, consultores, ejecutantes de proyectos, como una forma de presión social ciudadana, etc.

Desde entonces el Consejo Económico y Social ha pasado de 41 ONG'S reconocidas con el status de consultivas en 1946 a unas 2350 ONG'S (2003). Número mucho mayor si se incluyen a las que actúan sólo a nivel local y regional. A nivel local pueden ser creadas para ayudar a los niños de la calle, alfabetización, superación de la pobreza, facilitar el acceso a vivienda y bienes, realizar investigación social, educación popular, defensa del medio ambiente, defensa de los derechos de los consumidores, ayuda social, promoción cultural, integración social, entre muchas otras.

#### **b. Origen de las ONG'S en América latina.**

El nacimiento de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG'S) en América Latina tiene su punto de partida a finales de 1950 y se vincula con algunos fenómenos sociales de gran trascendencia.

El surgimiento de las ONG'S en América Latina, se encuentra ligado al tradicional debate sobre el desarrollo de sus



---

países. Actualmente en América Latina existe una diversidad de ONG'S que trabajan con programas de ayuda humanitaria a la población de escasos recursos, y se encuentran constantemente ajustando su accionar a los fenómenos sociales y políticos de las décadas.

### **3. Generalidades de las ONG'S en EL SALVADOR**

#### **a. Historia de las ONG'S en El Salvador**

En El Salvador las Organizaciones No Gubernamentales de carácter neutral y sin fines de lucro se expanden desde los años de 1960 a 1970. El éxito de estas organizaciones estriba en mejorar la calidad de vida de las personas, a través de proyectos que vayan encaminados al desarrollo social y económico.

En 1967, la congregación de San Ignacio de Loyola (Orden de los Jesuitas) fundó legalmente la Asociación Fe y Alegría, después en 1971 la iglesia protestante creó el Centro de Reorientación Familiar y Comunitario (CREFAC), siendo estas dos organizaciones las pioneras en la formación profesional que se conocen en el país. En la década de 1990 se generó un aumento considerable en la formación de nuevas ONG'S que prácticamente se triplicaron con relación a años anteriores. Estas surgieron con nuevos enfoques ideológicos, políticos, sociales, religiosos, económicos, empresariales, etc. Como por ejemplo, la Fundación Salvadoreña de Desarrollo Económico y Social (FUSADES), Fundación Empresarial Para el Desarrollo Educativo (FEPADE), Fundación Salvadoreña Para la Cooperación y Desarrollo de la Comunidad (CORDES), Fundación de los



---

Trabajadores Salvadoreños para la Solidaridad y Autogestión (FASTRAS).

### **b. Marco legal**

Las Organizaciones No Gubernamentales también están regidas por un marco legal que regula la creación de estas asociaciones sin fines de lucro, en este rubro se definen las asociaciones y fundaciones, las cuales son reguladas por el Decreto No.894 Ley de Asociaciones y Fundaciones sin fines de Lucro, publicado en el Diario Oficial, el martes 17 de diciembre de 1996.

De acuerdo con el Art. 28 de la Ley que rige a estas instituciones, los estatutos constituyen el ordenamiento básico que rige sus actividades y serán de obligatorio cumplimiento para todos los administradores y miembros de las mismas.

Muchas organizaciones se ciñen al marco legal para garantizar su estabilidad y legalidad de sus operaciones, el proceso para obtener la personería jurídica se inicia solicitando su reconocimiento a través del Ministerio de Gobernación, el cual revisa la inscripción de los estatutos de la organización, mediante la escritura pública de constitución ante un notario debidamente inscrita en el registro correspondiente.

Después de revisada, se señalan observaciones si las hubiere; de lo contrario, pasa para su aprobación por parte del órgano ejecutivo y su publicación en el Diario Oficial,



---

este trámite puede durar de uno a tres años dependiendo de las políticas del Gobierno con relación a este rubro.

### **c. Características**

A continuación se citan las principales características de las ONG'S:

- ❖ Son organizaciones sin fines de lucro que pueden tener objetivos como toda organización.
- ❖ Son organizaciones de personas desvinculadas de las esferas gubernamentales que buscan en general alcanzar un fin de beneficio público.
- ❖ Libre ingreso y retiro de sus miembros, ya que existe libertad de elegir pertenecer a estas instituciones.
- ❖ Neutralidad Política, racial y religiosa.
- ❖ Solidaridad social y económica.
- ❖ Integración local regional e internacional.
- ❖ Son organismos privados.
- ❖ Son organismos desligados del aparato estatal, tanto en dependencia como en su administración.



---

#### **d. Requisitos para constituir una Asociación O Fundación (ONG'S)<sup>3</sup>.**

- ✍️ Constituir los Estatutos que regirán la Asociación.
- ✍️ Ya aprobados se procederá a otorgar la escritura de Constitución.
- ✍️ Elaborar nómina de miembros que integran la entidad.
- ✍️ Elegir la primera Junta Directiva, de acuerdo como se establezca en los Estatutos.
- ✍️ Preparar Libros contables, libros de registro de actas y de miembros, estos se deberán presentar al Registro, para que sean legalizados junto con la escritura de constitución de asociación.

### **B. GENERALIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

#### **1. Datos generales**

La Universidad de El Salvador fue fundada el 16 de febrero de 1,841 por decreto de la asamblea constituyente, a iniciativa del Presidente de la República, Juan Nepomuceno Fernández Lindo y del presbítero Crisanto Salazar, con el objetivo de proporcionar un centro de estudios superiores para la juventud salvadoreña.

---

<sup>3</sup> <http://www.goldservice.com.sv/constitucion-sociedades4-sp.php>



---

La labor académica dio inicio hasta el 11 de agosto de 1843, el estatuto Universitario promulgado el 5 de diciembre de 1854 estableció varias secciones universitarias. La segunda labor comprendía un plan de estudios, así: Ciencias morales y políticas, Derecho Natural, de Gentes, Romano, Derecho Patrio, Práctica Pastoral y reglas de ambos Derechos, Jurisprudencia Universal, Práctica Forense, Economía Política, Derecho Público, Retórica y Bellas Artes.

Fechas importantes en el surgimiento de algunas facultades en la Universidad de El Salvador son: La del 19 de octubre de 1880 en la que por resolución del poder ejecutivo se estableció la Facultad de Jurisprudencia siendo la primera en la etapa del surgimiento del Alma Mater. En 1946 se creó la Facultad de Ciencias Económicas y a mediados de 1960, las Facultades Multidisciplinarias en las ciudades de Santa Ana y San miguel.

La población estudiantil de la Universidad de El Salvador asciende a 31536<sup>4</sup> distribuidos en las diferentes Facultades del Campus Central.

La Universidad cuenta con doce Facultades; nueve en San Salvador y tres Facultades Multidisciplinarias ubicadas en San Miguel, San Vicente y Santa Ana. Cada una de estas desarrolla diferentes proyectos académicos.

---

<sup>4</sup> Información proporcionada por Comisión Técnica Evaluadora de la Universidad de El Salvador (COTEUES) según datos estadísticos 2009.



---

## **2. Estructura orgánica de la Universidad de El Salvador.**

Para el Cumplimiento de sus fines la Universidad conserva y establece las Facultades, Escuelas, Departamentos, Institutos y centros de extensión universitaria que juzgue conveniente de acuerdo a las necesidades de educación y con los recursos de que disponga; según el capítulo III, sección primera, artículo 10 de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador.

Así mismo, el gobierno de la Universidad de El Salvador esta ejercido por:

- La Asamblea General Universitaria (AGU) que es el máximo organismo normativo y elector de la Universidad.
- El Consejo Superior Universitario (CSU) que es el máximo organismo en las funciones administrativas, docentes, técnicas y disciplinarias de la universidad.
- El Rector es el máximo funcionario ejecutivo de la Universidad y tendrá a su cargo la representación legal de la misma y hará cumplir las resoluciones de la AGU y del Consejo Superior Universitario.
- La Facultad está compuesta por la Junta Directiva de la Facultad, las cuales están integradas por el Decano, dos representantes del personal académico, dos representantes de los profesionales no docentes y dos representantes de los estudiantes de la respectiva facultad.



- 
- El Decano, es el funcionario ejecutivo de la Facultad y dentro de sus facultades están: representar, presidir y dirigir la Facultad, presidir las sesiones de Junta Directiva.

### **3. Marco legal de la Universidad de El Salvador.**

La Universidad de El Salvador, su naturaleza jurídica la define como una corporación de derecho público, creada para prestar servicios de Educación superior, es la única Universidad pública existente en el país, y su existencia está enmarcada en la Constitución de la República de El Salvador, la cual la define de la siguiente manera:

“La Constitución de la República de El Salvador establece en su artículo 61 que la Universidad de El Salvador (UES) y las demás del Estado gozarán de autonomía en los aspectos docente, administrativo y económico”.

Aparte de este precepto constitucional, la UES está regida legalmente por la Ley de Educación Superior y por la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> **García Platero, Roberto Antonio; Estudio de factibilidad para la Creación del Centro de Emprendimiento en Agronegocios en la Universidad De El Salvador, Biblioteca central T-UES.**





---

## C. GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES Y TÉCNICOS DE LA UES (APTUES).<sup>6</sup>

### 1. Antecedentes.

Esta organización tiene sus orígenes debido a que el sector profesional administrativo en la Universidad de El Salvador estaba hasta cierto punto un poco aislado , es decir, no formaba parte de ningún órgano de gobierno en la UES, y por lo tanto, no se tomaba en cuenta para la toma de decisiones y para otros aspectos de importancia de este sector y como una organización que ayuda a suplir las principales necesidades y derechos institucionales de los trabajadores de este sector, al tener una representación como APTUES.

Partiendo de la premisa anterior la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador (APTUES) fue creada en la ciudad de San Salvador el día veinticinco de enero del año dos mil ocho, por los fundadores: Jesús Prudencio Lara Guerra, Irma Pedrina Estrada Menéndez, Ángel Iván Yash Núñez, Thelma Carolina Rivas de Rosales, Gilberto Gutiérrez Mendoza y Balbino Sebastián Cañas Martínez; nace como apoyo al sector profesional administrativo y a los demás trabajadores.

---

<sup>6</sup> Información proporcionada por el presidente de la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador, Lic. Gilberto Gutiérrez.



---

Actualmente son 60 miembros que componen la asociación los cuales están en proceso de ratificación para lo cual se va a realizar una asamblea para que estos puedan estar legalmente juramentados y ratificados. Y existen procesos en los cuales no existe certeza de su participación en APTUES. Debido a que APTUES es una Asociación que reúne las características y requisitos de las ONG'S, es una de ellas. (Ver Anexo 1).

## **2. Visión.**

Defender y consolidar los derechos de los Profesionales y Técnicos del personal administrativo de la Universidad de El Salvador, que conlleven a estimular los más altos valores y dignificación mediante la participación activa, que conduzcan al fortalecimiento del sector tanto interna como externamente.

## **3. Misión.**

Representar, fortalecer y defender los derechos de los Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador, asimismo, promover los más altos valores y dignificación de sus miembros, que conduzcan al desarrollo de la misma.

## **4. Objetivos de la asociación.**

- Velar por la dignificación profesional de sus asociados.
- Proponer reformas que conduzcan al fortalecimiento de la Universidad y sus diferentes dependencias.



- 
- Solicitar a las autoridades competentes, las mejoras profesionales y de relaciones de trabajo que se consideren justas, legales, adecuadas y transparentes.
  - Colaborar y asesorar a los asociados en todos aquellos aspectos, que al efecto necesitaren para mejoramiento de sus actividades laborales.
  - Estimular y promover eventos ante la comunidad universitaria y la sociedad en general que coadyuven al reconocimiento de profesionales y técnicos que se destaquen en cualquiera de sus actividades de la vida nacional.
  - Proponer ante las autoridades universitarias, candidatos para participar en eventos de capacitación y becas de formación profesional para la obtención de grados académicos a nivel nacional e internacional, para fortalecer la capacidad de desempeño de sus miembros en la Universidad de El Salvador.

#### **5. Servicios de la asociación.**

- Promover la participación activa del sector Profesional y Técnico de la Universidad de El Salvador.
- Contribuir al desarrollo científico de la asociación y de la Universidad de El Salvador.
- Divulgar el pensamiento de APTUES, tanto interna como externamente de la comunidad universitaria.



- 
- Consolidar APTUES, como instancia única de representación del sector.
  - Promover y fortalecer los valores de todos y cada uno de los miembros.
  - Participar activamente en los órganos de gobierno de la Universidad de El Salvador.

#### **6. Estrategias de la asociación.**

- Enmarcarse dentro de los aspectos legales que contemplan la UES y los estatutos de la Asociación.
- Desarrollo de reuniones de trabajo, a fin de coordinar y mantener actualizada a las unidades operativas.
- Coordinar permanentemente, asesorar a la Alta Dirección y a las dependencias a fin de analizar problemas de competencia de las áreas y las respectivas soluciones.
- Promover la capacitación y perfeccionamiento del personal.
- Desarrollar reuniones mensuales.
- Organizarse en grupos multidisciplinarios que denominaremos Círculos Profesionales
- Organizarse en áreas afines para soluciones técnicas.



### 7. Proyectos desarrollados en el interior de la UES.

Actualmente la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador (APTUES) por ser una asociación muy joven no cuenta con proyectos desarrollados, sino, solamente en posibilidad de ejecución los siguientes:

- Proyecto de Despensa Universitaria.
- Proyecto en conjunto con otras ONG`S encaminados al intercambio del conocimiento de gestión y autofinanciamiento para proyectos sucesivos.
- Proyecto de intercambio de investigación científica.

### 8. Estructura Organizativa

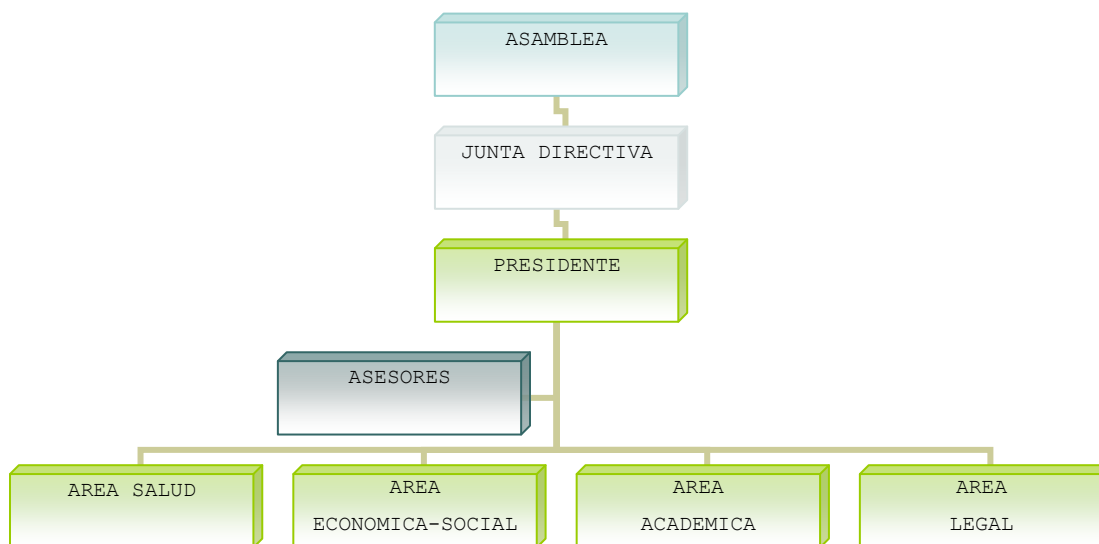


Fig. 1 Estructura organizativa APTUES Año 2010



---

## **D. GENERALIDADES DE LAS DESPENSAS<sup>7</sup>**

### **1. Definición**

En general podemos decir que despensa es un lugar en el que se pueden almacenar diferentes tipos de productos, en la actualidad existen diferentes tipos de Despensas, entre las que podemos mencionar: despensa de libros, despensa de calzado, despensa de ropa, despensa de materiales de construcción; como también existen despensas de alimentos la cual se define como el lugar o sitio en el cual se almacenan los alimentos tanto perecederos como los no perecederos. Para efectos de esta investigación, se entenderá por despensa: el local dentro del cual se almacenan y se colocan a la vista del público granos básicos para su comercialización, tal cual como una tienda mayorista, con la excepción que comercializará únicamente este tipo de alimentos y algunos productos de otro tipo pero siempre con el carácter básico. Esta despensa comercializará productos básicos para trabajadores dentro del campus central de la UES a través de la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador.

---

<sup>7</sup> Castillo Córdova, Miguel Salvador, *Organización y Funcionamiento de despensas de consumo familiar establecidas en empresas del sector público y privado de la capital, procedimientos para su implantación.* (T-UCA).



---

## 2. Antecedentes

El establecimiento de despensas de consumo familiar especialmente en el sector público, surge ante la necesidad de generar unidades económicas que permitan mejorar la condición de vida de la burocracia institucional, dándole apoyo o aumento indirecto en el poder adquisitivo de sus ingresos, esto se logra a través del abastecimiento de bienes de consumo básico de bajo costo y a precios razonables y que generalmente son menores al promedio de la mayoría de empresas o instituciones dedicadas a la venta de este tipo de productos, de esta manera se reduce el costo de vida y se incrementa el bienestar familiar.

Los salarios nominales bajos aunado al excesivo aumento en la tasa de inflación y a que dichos salarios no han sufrido aumentos en nuestro país, además de la puesta en práctica de políticas y medidas de carácter económico y fiscal focalizadas generalmente a los sectores más débiles económicamente es decir a la clase trabajadora; en vista de eso la creación de despensas de consumo familiar en algunas empresas del sector público en ocasiones como iniciativa de los empleados, o debido a políticas institucionales, han venido a cubrir los vacíos generados por los aspectos económicos nacionales, al igual que el ambiente económico que se vive generado por los vaivenes del entorno internacional, proporciona un beneficio a las familias satisfaciendo la necesidad primordial de la alimentación permitiéndoles adquirir otro tipo de productos además de los básicos.



---

Las características fundamentales de todas las despensas es que estas generalmente nacen de la improvisación, sin ningún planeamiento acerca de su organización y funcionamiento. Las personas que se encargan de atenderlas no tienen un conocimiento previo respecto a los encargados y además se instalan en un local inadecuado para el tipo de productos que manejan, por lo tanto, es necesario desarrollar un estudio, investigación o realizar un análisis de la factibilidad que se tendría con un ente económico con las características del que se planea implementar, es decir, la despensa.

A continuación se detalla una serie de deficiencias con que se enfrentan las despensas al inicio de sus operaciones cuando no se realiza un estudio de factibilidad.

- No se tiene conocimiento acerca de los productos que deban adquirirse, en cuanto a su cantidad, calidad y almacenamiento.
- No se llevan controles de compras, ventas y existencias.
- No se lleva contabilidad del giro de sus operaciones.
- Debido a la escasez del capital inicial no pueden adquirir la mayoría de productos pues generalmente se compran al contado.
- Compran los productos a redistribuidores, aumentando considerablemente los costos de adquisición.





- Por los bajos volúmenes de compra no tienen acceso al crédito y pierden bonificaciones al no comprar grandes cantidades.
- Frecuentemente dan mercadería al crédito a los usuarios sin existir formas de cobro apropiadas, y sin analizar previamente si la despensa tiene facilidad para obtener crédito, lo cual les impide hacer buen uso del escaso capital de operación.

### **3. Las despensas en El Salvador**

Los productos básicos para la subsistencia de la familia en El Salvador han sido adquiridos por los ciudadanos salvadoreños a través del salario que estos reciben, en diferentes centros de abastecimiento ya sea supermercados o tiendas que proveen este tipo de productos pero en los últimos años los problemas coyunturales han sido muy adversos para el empresario y el trabajador salvadoreño como consecuencia de la crisis que ha azotado el país en los últimos años. Como es conocido por todos el proceso alcista de precios con el cual en la actualidad se adquieren los productos básicos y además teniendo presente que las empresas privadas que se dedican al abastecimiento de este tipo de productos, es decir, los básicos a la familia salvadoreña, tienen como objetivo principal el aumento en sus utilidades y el beneficio de sus accionistas se obtiene como resultado la insatisfacción de las necesidades básicas del trabajador salvadoreño por no poder comprar sus productos o por comprarlos en menor cantidad y calidad, para lo cual la salida que se busca para suplir



---

esa situación es la de implantar un lugar a través del cual se canalice a los empleados de la empresa una prestación que consista en adquirir a cuenta de y para estos, productos comestibles, limpieza, cuidado personal a fin que sus necesidades queden satisfechas. Todos estos aspectos se resumen en una despensa las cuales han empezado a funcionar en las últimas dos décadas en el país principalmente en el sector público tal es el caso de la despensa de la Alcaldía Municipal de San Salvador (AMSS) que fue creada en el año de 1987<sup>8</sup> a partir de esto otras alcaldías adoptaron esta medida. Al igual que otras instituciones de gobierno como ANDA, MINED aunque esta última tuvo pocos años de funcionamiento. También algunas instituciones privadas como la Universidad Centroamericana (UCA).

#### **4. Recursos con los que inicia una despensa.**

Las despensas, al igual que toda empresa, están integradas por tres tipos de recursos, siendo ellos:

##### **a. Recursos financieros.**

La fuente de recursos financieros en casi la totalidad de las despensas tienen su origen en aportes de capital de las empresas; que para el caso de la despensa universitaria que se realizará a través de APTUES (Asociación de

---

<sup>8</sup> Duran Rivas, Gloria Patricia, **Diseño de un modelo de planificación y control administrativo orientado a incrementar el nivel de efectividad en el funcionamiento de la despensa de la alcaldía municipal de San Salvador. T-UES.**



---

Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador) se obtendrá a través de un financiamiento otorgado por una institución financiera, en la cual se observen mejores condiciones en cuanto al tipo de interés entre otros aspectos; el cuál será evaluado en la propuesta que se realice en el Capítulo III de este documento en el cuál se detallarán los recursos financieros con los que iniciara la despesa.

#### **b. Recursos humanos.**

Con respecto a los recursos humanos, todas las despesas para la atención de los usuarios, al inicio de sus operaciones, cuentan con una persona a la cual el salario que se le asignará será determinado en el financiamiento que se obtenga primordialmente y en adelante por los mismos recursos que genere la unidad económica mencionada.

#### **c. Recursos materiales.**

La despesa comenzará a funcionar con productos de consumo básico, tales como: frijol, azúcar, arroz, margarina, huevos, leche, aceite, etc. Con los cuales se suplirán las necesidades básicas de los empleados.

### **5. Objetivos con los que inicia una despesa.**

Los objetivos perseguidos por una despesa y a través de los cuales opera en general siempre son iguales para todas las despesas; entre estos están los siguientes:

- Tener precios más bajos en los productos que ofrece el mercado.



- 
- Aumentar el poder adquisitivo del salario de los trabajadores.
  - Proveer facilidades de crédito para la obtención de los productos.
  - Obtener acceso fácil y cómodo de los productos.

En lo social lo siguiente:

- Proporcionar una prestación adicional a los empleados
- Beneficiar al grupo familiar del empleado.
- Crear un ambiente cooperativo y de ayuda mutua.

#### **6. Suministros de las despensas.<sup>9</sup>**

La palabra suministro o sus sinónimos que son: Provisión, abastecimiento, acopio, racionamiento, abasto, "stock", dotación, prevención, mantenimiento, surtido, entre otros, se refieren a: el acto de obtener de manera constante determinado bien o servicio. En la presente investigación, se entenderá por abastecimiento al "proceso mediante el cual se garantiza la suficiente existencia de productos Básicos, para cubrir la demanda potencial de estos como

---

<sup>9</sup> **Baires Orantes, Robbin Rigoberto, proyecto de creación de despensas de abastecimiento de granos básicos para cooperativas de consumo del municipio de Soyapango. caso ilustrativo. T-UES.**



---

base alimenticia a precios menores que los del mercado". Durante el desarrollo de la investigación se creará un modelo que logre suplir esta demanda. Para lograr el suministro oportuno o el abastecimiento de productos para las principales necesidades de los usuarios es necesario trabajar en coordinación con los principales proveedores.

### **7. Principales operaciones de las despensas.**

La despensa que se desea implantar es de tamaño mediano la cual no se limitara únicamente a recibir y entregar mercadería, sino con el apoyo de la tecnología realizar las siguientes operaciones:

- Revisar existencias de inventarios
- Recibir y revisar pedidos al distribuidor
- Emitir cheques para pagos de pedidos
- Incorporar nuevos pedidos al inventario de la despensa (tarjetas)
- Preparar facturación para el cobro de mercadería entregada al usuario
- Actualizar el inventario de productos.



---

#### **a. Cuentas por cobrar.**

Las despensas grandes y medianas, no tienen dificultad en recuperar el valor de la mercadería que se entrega al usuario en calidad de anticipo (crédito), este se descuenta en forma quincenal o mensual a través de la planilla de sueldos de la empresa, de conformidad con la facturación que prepara el departamento correspondiente. Se puede inferir que el sistema de cobro que utilizan las despensas es eficiente.

#### **b. Registros contables.**

Es fundamental que los registros contables de un ente de este tipo sean capaces de proporcionar información indispensable respecto a existencias, valor del inventario, mercadería entregada en calidad de anticipo (crédito), valor de las pérdidas por deterioro de mercadería, etc.

#### **c. Local.**

El local con que debe operar la despensa a la cual se está haciendo el estudio, debe ser apropiado al volumen de operación arrojado por el estudio de factibilidad, específicamente el estudio de mercado; de la misma forma se determinara el volumen de productos que manejen.



---

## **8. Procesos básicos para el funcionamiento de las despensas<sup>10</sup>**

### **a. Proceso de compra y almacenaje de los productos.**

#### **i. Verificación de existencia.**

Una persona será responsable de monitorear los niveles de inventario, la cual también será garante de no permitir desabastecimiento de la despensa.

#### **ii. Generación de órdenes de compra.**

Una vez, que los niveles de inventario estén acercándose al mínimo establecido, la persona encargada de los inventarios, deberá emitir una orden de compra. Establecer las necesidades de productos en cantidades, para abastecer el inventario de la despensa.

#### **iii. Cotización de productos.**

Una vez generada la orden de compra, se contactará con los proveedores a fin de determinar cuál de ellos ofrece el menor precio. Se sugiere como política cotizar al menos con tres proveedores.

---

<sup>10</sup> Baires Orantes, Robbin Rigoberto, proyecto de creación de despensas de abastecimiento de granos básicos para cooperativas de consumo del municipio de Soyapango. caso ilustrativo. T-UES.



---

**iv. Compra del producto.**

Ya identificado el proveedor, se procederá a efectuar la adquisición de las cantidades necesarias de productos.

**v. Verificación de calidad del producto a recibir.**

Una vez recibidos los productos, se verificará la calidad de los mismos y se pesará a fin de confirmar si están correctas las cantidades recibidas.

**vi. Almacenaje del producto.**

Finalizada la recepción de los productos, estos deberán ubicarse en sus respectivos estantes, los cuales serán dispuestos al público una vez agotado por completo el inventario.

**vii. Actualización de inventarios.**

Terminándose de ordenar los granos, los respectivos controles de inventarios deberán ser actualizados.

**viii. Fin del proceso.**

**b. Proceso de venta de los productos.**

**i. Pedido del cliente.**

El cliente llega y hace su pedido de productos, el cual es recibido por la persona que atiende la despensa.

**ii. Preparación del pedido solicitado.**

La persona que atiende la despensa, prepara los productos según la solicitud del cliente.





**iii. Cobro del producto.**

Estando ya preparado el pedido del cliente, éste paga a la persona que atiende la caja.

**iv. Entrega del producto.**

Hecho el pago. El producto es entregado inmediatamente al cliente.

**v. Fin del proceso.**

**9. Administración de despensas**

Para la realización de las actividades administrativas, se tienen que tener en cuenta diversos aspectos importantes para el funcionamiento de estas, entre los cuales se mencionan algunos:

Establecer políticas, normas, instrucciones y procedimientos necesarios para el buen desenvolvimiento de la Despensa.

Determinar los productos básicos de consumo, de que dispondrán las Despensas, los cuales podrán aumentarse o disminuirse conforme se estime necesario, previo el estudio correspondiente de la demanda de los mismos.

Determinar los precios de los productos a la venta en la Despensa, además revisar libros y demás documentos contables así como el control interno de la despensa.

Presentar un informe detallado referente al funcionamiento y situación económica financiera de la Despensa.



---

Resolver situaciones anormales que se presenten en el funcionamiento de la Despensa.

Velar porque se lleven los libros de la Sección contable de la Despensa.

Los principales controles operativos de la Despensa son los siguientes:

Control de Ingreso de mercaderías

Control de Inventario

Control de pedidos despachados y entregados

Control de Cuentas por cobrar

Control de compras de mercaderías

Control de cuota y liquidez del usuario de la Despensa<sup>11</sup>

Control de productos de mayor demanda.

---

<sup>11</sup>Reglamento de despensa del MINED extraído el 24 de octubre de 2010 de: <http://elsalvador.abogadosnotarios.com/leyes-el-salvador/derecho-laboral/reglamento-de-las-despensas-del-ministerio-de-educacion>



---

## E. GENERALIDADES DE LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Y ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

### 1. Definición de proyecto.

Proyecto es una inversión planeada de una actividad, con el objeto de crear o ampliar una empresa o institución para producir bienes o servicios y satisfacer a una sociedad.<sup>12</sup>

### 2. Tipos de proyectos.

Los proyectos se clasifican en:

**Proyectos Agropecuarios:** Estos proyectos abarcan todo el campo de producción animal y vegetal, así se tiene proyectos agrícolas ya sea para cultivos de larga vida donde posteriormente se necesita mantenimiento y proyectos de ciclo cortos. Los proyectos de origen animal se refieren a la producción de leche, ganado de engorde, granjas avícolas, etc.

**Proyectos Industriales:** Están constituidos por la manufactura, o sea una combinación entre hombre y máquina, se caracterizan porque compran o adquieren la materia prima en el mercado nacional o internacional, haciendo uso de máquinas y equipo para lograr la transformación.

**Proyectos Agros industriales:** La agroindustria se caracteriza porque crean un marco de separación entre el

---

<sup>12</sup> Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de proyectos. Balbino Cañas. Pág. 1



---

agro y las industrias que utilizan insumos de otros orígenes, estableciendo mejores criterios para su conceptualización.

**Proyectos de Infraestructura Económica:** Son aquellos que dan a la actividad económica ciertos bienes o servicios como energía eléctrica, transporte y comunicaciones, construcción, etc.

**Proyectos de Infraestructura Social:** El objetivo es atender las necesidades básicas de la población como salud, educación, abastecimiento de agua, etc.

**Proyectos de Servicio:** Son aquellos que prestan servicios de carácter personal, material o técnico ya sea por ejercicio profesional o a través de instituciones.

**Proyectos Ambientales:** Son aquellos que disminuyen las causas del deterioro de medio ambiente, originados por proyectos de desarrollo que contribuyen al crecimiento económico o efecto del mal uso por el hombre de los recursos naturales o por efectos estrictamente naturales.

**Proyectos de Investigación:** Tienen por objeto ampliar el conocimiento científico, sin perseguir en principio ninguna aplicación práctica.



### 3. Etapas de los proyectos.

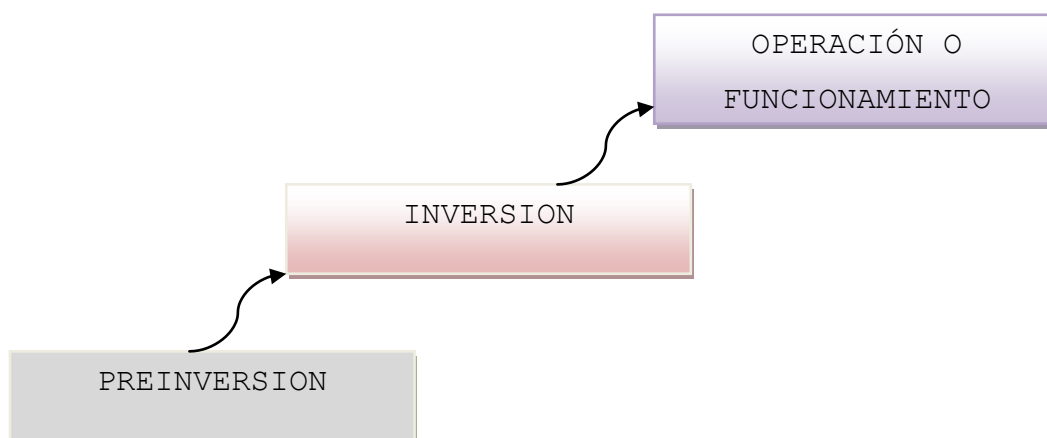


Fig. 2 Esquema de las etapas de los proyectos

#### a. La Preinversión

Se refiere a la elaboración de estudios o investigaciones; entre más de estas se realicen los niveles de incertidumbre van disminuyendo por supuesto los gastos de investigación son mayores pero dan más seguridad al inversionista para tomar la decisión de invertir.

#### b. Ejecución del Proyecto:

Tomada la decisión de realizar el proyecto, se efectúa una revisión y actualización del estudio de prefactibilidad, el cual se complementa con los estudios definitivos de los planos y cotizaciones necesarias para la ejecución de la obra.

#### c. Operacionalización o Funcionamiento:

Una vez ejecutado el proyecto, la etapa siguiente es la puesta en marcha o funcionamiento, donde se hace funcionar



la nueva unidad productiva, o poner en servicio o uso el proyecto de infraestructura económica o social para producir los bienes o servicios previstos.

Se hace hincapié que en el desarrollo de esta investigación solamente se realizará la primera etapa de los proyectos, es decir La Preinversión.

#### 4. Sub-etapas de la preinversión.

La preinversión se subdivide de la siguiente manera:

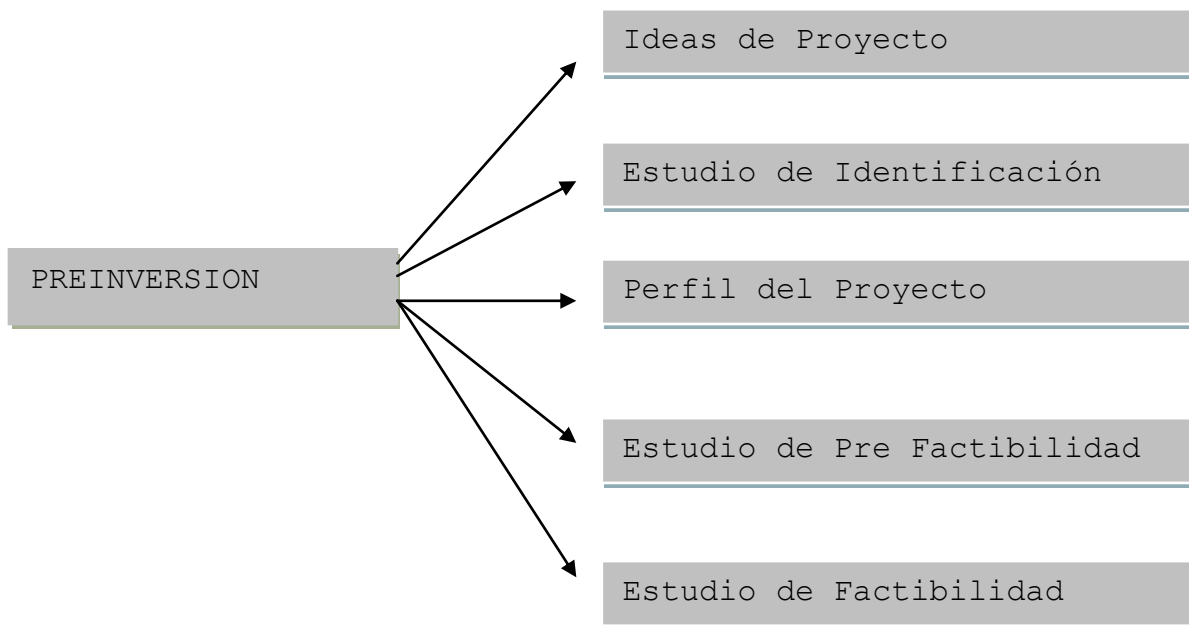


Fig. 3 Esquema de las partes de la preinversión

##### a. Ideas del proyecto.

La creación de un proyecto, surge de la idea para satisfacer una necesidad mediante la creación de un bien o servicio.



---

### **b. Estudio de identificación.**

Responde básicamente a las preguntas: ¿Qué Producir?, ¿Para quién producir? Cuyas respuestas involucran aspectos de mercado tales como: oferta, precios, consumidores, etc.

### **c. Perfil del proyecto.**

Es necesario ya que muchos proyectos son evaluados para financiamiento a nivel de perfil, dependiente muchas veces del monto de la inversión.

### **d. Estudio de prefactibilidad.**

En este se elaboran los aspectos más detallados del contenido del proyecto, donde los niveles de incertidumbre se van despejando para la toma de decisiones.

### **e. Estudio de factibilidad.**

En este se determinan los costos de los diferentes componentes del proyecto en sus respectivas unidades de medida. Entre más detalle se puede obtener los presupuestos serán más reales.

A nivel de Preinversión las tres partes principales de un proyecto son las siguientes:

#### **i. Estudio de Mercado**

El objetivo del estudio de mercado es determinar si existe o no un déficit para satisfacerlo mediante la producción, con las características que la demanda exige que deba tener el bien o servicio.

El estudio de mercado depende de la naturaleza del producto, es decir, que la profundidad del estudio varía



---

de acuerdo al producto o servicio que se esté analizando en el mercado.<sup>13</sup>

La realización del estudio de mercado dentro del proyecto, constituye la base para los análisis técnicos, económicos y financieros del proyecto. Porque mediante el estudio de mercados se determinan las preferencias, gustos, tamaño de la población, generando posteriormente aspectos que inciden en todas las fases siguientes, ya sea en la ingeniería o en el aspecto económico.

El Estudio de Mercado comprende: el análisis del producto, características, usos, productos sustitutos, demanda, oferta, precios, comercialización, proyecciones de la oferta y de demanda, política económica.

#### **ii. Estudio técnico.**

Los estudios de factibilidad técnica consideran si la organización tiene el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto. Si el personal no tiene esta experiencia, puede entrenársele o pueden emplearse nuevos o consultores que la tengan. Sin embargo, una falta de experiencia técnica dentro de la organización puede llevar al rechazo de una alternativa particular.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> **Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos.**  
**Balbino Cañas. Pág. 17**

<sup>14</sup> **[www.geocities.com](http://www.geocities.com)**





---

“El estudio técnico nos lleva a determinar todos los factores que tienen que ver con el funcionamiento y operatividad del proyecto y que se resumen a dónde, cuanto, cuando, como y con qué producir lo que se desea”<sup>15</sup>.

El objetivo primordial de este estudio es diseñar la función de producción óptima o prestación del servicio adecuado, que mejor utilice los recursos para obtener el bien o servicio deseado. A continuación se describen aspectos que permiten tener una idea sobre las condiciones presentes en el medio y que se relacionan con el funcionamiento del proyecto:

#### **Localización.**

La localización condiciona aspectos de la tecnología utilizable en el proyecto, debido a las restricciones físicas que puedan encontrarse, como a los recursos humanos requeridos y a los costos de alternativas tecnológicas asociadas a cada sitio de ubicación posible. Cuando se desea hablar de localización de un proyecto se debe considerar la existencia de dos etapas:

**La Macrolocalización:** consiste en hacer comparaciones entre las posibles alternativas de zonificación que se posean, para luego seleccionar la que más convenga.

---

<sup>15</sup> Urbina, Gabriel Baca. *Evaluación de Proyectos*. Cuarta Edición. Mc Graw Hill. México 2001.



---

Para establecer la mejor localización es importante considerar:

- Factores fiscales y financieros.
- Energía eléctrica.
- Vías de acceso.
- Disponibilidad y existencia de mano de obra.
- Condiciones de vida, etc.

**La Microlocalización:** ya establecida la Macrolocalización, pasamos establecer cuál será la Microlocalización para el establecimiento del proyecto, para esto se necesita tomar en cuenta los siguientes factores:

- Estado de las vías de acceso.
- Transporte de la mano de obra.
- Disponibilidad de agua.
- Valor del terreno, etc.

**Tamaño.**

Se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

El tamaño de un proyecto, puede estar condicionado por la demanda, su dimensión y distribución geográfica, capacidad financiera, disponibilidad de insumos materiales y humanos,



---

proceso productivo, capacidad administrativa, problemas institucionales y de transporte, etc.

### **Ingeniería del proyecto.**

Tiene por objeto aportar la información que permita hacer una evaluación técnica del mismo y establecer las bases sobre las que se construirá e instalará la planta en caso de que el proyecto demuestre ser factible, comprende tres fases:

**Adquisición de maquinaria y equipo:** la selección de maquinaria y equipo está relacionada con el tamaño del mercado a abastecer, la disponibilidad de recursos de inversión y el nivel técnico nacional.

La compra e inversión en este rubro, se toman en cuenta todos los factores que afecten directamente la elección del equipo necesario, como: Al proveedor, precio, capacidad, mano de obra necesaria para operarlo, equipo auxiliar, puesto en marcha, etc.

**Distribución en planta:** la distribución en planta muestra una adecuada utilización del espacio disponible, al ubicar en una forma exacta y eficiente la maquinaria y equipo, de tal forma que permita la operación más económica y facilite la labor de los empleados a la vez que mantenga las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los empleados.

**Aspecto legal:** se refiere a la viabilidad legal, a buscar entre todo el ordenamiento jurídico, la existencia de restricciones legales que impidan efectuar inversiones en



---

un proyecto. En este sentido, puede mostrar ser económicamente rentable.

Posterior al estudio de las restricciones legales del proyecto, se hace necesario evaluar la forma en cómo el marco legal imperante repercutirá en los costos y beneficios asociados al proyecto, reflejándose en el flujo de efectivo, entre las que se puede mencionar la legislación tributaria, regulaciones comerciales, de localización de la empresa, relaciones laborales, etc.

### **iii. Estudio económico.**

Los estudios de factibilidad económica incluyen análisis de costos y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Con este análisis, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se hace una comparación de ellos. Primero se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan a los costos. Después la proporción costo/beneficio de cada alternativa se compara con la proporción costo/beneficio de las otras alternativas para identificar la alternativa que sea más atractiva en su aspecto económico.

Los costos de implementación incluyen comúnmente el costo remanente de la investigación de sistemas, los costos de hardware y software, los costos de operación del sistema para su vida útil esperada, y los costos de mano de obra, material, energía, reparaciones y mantenimiento. A través del análisis de costo/beneficio, la organización debe



---

apoyarse en los conceptos tradicionales de análisis financiero y las herramientas como teoría del valor presente, análisis de costos diferenciales y análisis de flujos descontados.

A la vez este estudio comprende las inversiones, financiamiento, presupuesto de ingresos y egresos y evaluación del proyecto.

Conociendo todos los elementos involucrados en la investigación y con los cuales se pretende pasar a la siguiente fase, se facilita la capacidad de interpretación análisis y diseño de los demás componentes del presente estudio.



**CAPÍTULO II**

**DIAGNÓSTICO PARA**

**DETERMINAR LA**

**FACTIBILIDAD DE LA**

**CREACIÓN DE UNA DESPENSA**

**DE CONSUMO FAMILIAR EN EL**

**CAMPUS CENTRAL DE LA**

**UNIVERSIDAD DE**

**EL SALVADOR**



---

## INTRODUCCIÓN

**CAPÍTULO II**, es de vital importancia y un paso esencial en toda investigación destinada a implementar o aperturar un nuevo lugar de ventas, conocer información que solamente puede ser proporcionada por el mercado a quien se va dirigir un producto o servicio, lo cual se logra a través del presente capítulo el cual consiste en el diseño de instrumentos de acopio de información para posteriormente realizar un diagnóstico de la situación actual, que permite determinar las principales necesidades insatisfechas que existen en el mercado y la demanda de los productos que se ofrecen, además de visualizar los principales gustos y preferencias de los usuarios en cuanto a forma de pago y características de los productos a ofrecer.

Conociendo todos los aspectos mencionados anteriormente, analizándolos y comprendiéndolos se puede realizar un diagnóstico lo bastante certero como para conocer que deficiencias existen en el actual mercado y lo que se puede hacer para mejorarlo y cubrir los vacíos que no se hayan tomado en cuenta por los posibles competidores.



---

## OBJETIVOS

### General:

- Recolectar información de importancia para la creación de la despensa de consumo familiar para los trabajadores del campus central de la UES.

### Específicos:

- Determinar las características que deben poseer los productos ofrecidos por la despensa para la satisfacción de los trabajadores.
- Conocer la demanda promedio mensual de los productos de consumo básico.
- Conocer formas de pago que los trabajadores prefieren al adquirir sus productos.
- Realizar un diagnóstico que proporcione los insumos necesarios para construir una propuesta certera.





---

## **CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA DESPENSA DE CONSUMO FAMILIAR EN EL CAMPUS CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

### **A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1. General**

- Elaborar un estudio de factibilidad que permita tomar decisiones para la creación de una despensa de consumo familiar dentro del campus central con características que le posibiliten ser autosostenible.

#### **2. Específicos**

- Desarrollar un estudio de mercado que posibilite conocer la demanda que se espera cubrir de productos para los trabajadores.
- Preparar un estudio técnico que permita descubrir que tamaño tendrá el local y la ubicación más idónea.
- Establecer el estudio económico que proporcione los insumos necesarios para conocer el financiamiento adecuado para la realización del proyecto.



---

## **B. HIPÓTESIS**

### **1. General**

La elaboración de un estudio de factibilidad permitirá tomar decisiones para la creación de una despensa de consumo familiar dentro del campus central con características que le posibiliten ser autosostenible

### **2. Específicas**

- El estudio de mercado posibilitara conocer la demanda que se espera cubrir de productos para los trabajadores.
- El estudio técnico permitirá descubrir que tamaño tendrá el local y la ubicación más idónea.
- El estudio económico proporcionara los insumos necesarios para conocer el financiamiento adecuado para la realización del proyecto.



---

## **C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1. Método de la Investigación**

Cualquier investigación que se realice de manera sistemática, tiene como propósitos teóricos generales dar respuestas entendibles, confiables y validas a preguntas concretas o hipótesis derivadas de tales preguntas. La exposición de la metodología está referida a describir detalladamente, la parte práctica de la investigación. Ayudará mucho al investigador a tomar como punto de partida el nivel del estudio, y a continuación de ello, proceder a planificar las observaciones y las pruebas o experimentos.<sup>16</sup>

Para realizar la investigación se utilizó el método científico porque este provee una observación sistemática del problema investigado a través del problema, hipótesis entre otros aspectos que permitan obtener nuevos conocimientos y a la vez recomendar alternativas de solución al problema planteado. Dado que la investigación se realizó de lo general a lo particular, se utilizó el método hipotético deductivo como herramienta para determinar las causas y efectos de las variables. En este sentido la investigación se realizó mediante los niveles de estudio siguiente: exploratoria y descriptivo.

---

<sup>16</sup> Muñoz Campos, Roberto, *La investigación científica paso a paso*. (cuarta edición, talleres gráficos UCA, San Salvador 2009) pág. 216.



---

## **2. Tipo de Investigación**

La investigación que se realizó fue de tipo exploratorio y descriptivo para el estudio de la creación de la despensa, ya que consistió en medir y recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refieren. Se identificó la iniciativa que tiene APTUES para apertura de la despensa de consumo familiar y que los trabajadores están interesados en que se cree una despensa de este tipo; de esta forma se reducen los gastos en la adquisición de productos en que incurren los trabajadores cuando compran los productos en otros lugares, y así se estableció la factibilidad para la creación de una despensa de consumo familiar para los trabajadores.

## **3. Fuentes de Información**

Para el estudio se recurrió a dos fuentes de investigación, las cuales se detallan a continuación:

### **a. Fuentes primarias.**

Esta información se obtuvo de la asociación (APTUES) y de los trabajadores del campus central de la Universidad de El Salvador por medio de entrevista personal y encuestas. Para ello fue necesario entrar en contacto directo con las personas involucradas.



### **b. Fuentes secundarias.**

Con estas fuentes se reunió información escrita sobre el tema estos fueron: tesis, libros, registros de instituciones, revistas, documentales, página web, etc. los cuales respaldaron la investigación

### **4. Determinación del Universo**

El siguiente paso en el proceso de investigación y no menos importante que los anteriores fue delimitar la población o el Universo. Los cuales para efecto de la investigación son los trabajadores de la Universidad de El Salvador.

### **5. Determinación de la muestra**

Ya teniendo definido cuáles son las características de la población o del universo, con base a los objetivos del estudio y en cuanto a características de contenido, de lugar y en el tiempo, el siguiente paso fue determinar la muestra.

El método de muestreo que se utilizó fue el probabilístico dentro de este se seleccionó el tipo de muestreo estratificado, ya que se seleccionaron sub-muestras aleatorias sencillas de cada estrato, más o menos iguales

En cuanto a alguna característica para obtener una muestra más eficiente.

Se eligieron aleatoriamente elementos de los sectores de las diferentes clasificaciones en las que se agrupan los



trabajadores de la Universidad de El Salvador ya sea por el cargo desempeñado o la facultad a la que pertenecen.

Para la muestra de los trabajadores se determinó la fórmula finita que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 N(p)(q)}{e^2(N-1) + Z^2(p)(q)}$$

**Donde:**

n = Tamaño necesario de la muestra

N = Población

p = Probabilidad poblacional a favor

q = Probabilidad poblacional en contra

Z = Nivel de confianza

e = Error muestral

Para efectos de estudio se han tomado los siguientes valores:

**Nivel de confianza**

Los resultados de la investigación son confiables en un 93% es decir la probabilidad de que la media se encuentre en el intervalo estimado. Por lo tanto: **Z** es equivalente a 1.81



a través de la tabla que le asigna ese coeficiente a dicho nivel de confianza.

### **Población (N)**

El total de los trabajadores dentro del campus central de la Universidad de El Salvador, el cual es de **2,516**.<sup>17</sup>

### **Probabilidad de Éxito y Fracaso**

En la investigación se desconoce por lo tanto se asignó **0.50** a la probabilidad de éxito y **0.50** la probabilidad de fracaso.

### **Error Máximo permitido**

Se considera que en los resultados existe un error máximo del **7%** esto debido a que la investigación necesita ser lo más confiable posible y con una cantidad de error muy mínima.

$$n = \frac{(1.81)^2 2516(0.50)(0.50)}{(0.07)^2 (2516 - 1) + (1.81)^2 (0.50)(0.50)} \quad \begin{array}{l} \text{CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA} \\ \text{MUESTRA} \end{array}$$
$$n = \frac{2060.6669}{13.142525}$$

---

<sup>17</sup> Información proporcionada por la Comisión Técnica Evaluadora de la Universidad de El Salvador (COTUES) según datos estadísticos 2009.



$$n = 156.7938 \approx 157$$

Según el tamaño de la muestra determinada se tomó una muestra de **157** trabajadores.

La muestra estratificada de los trabajadores de la Universidad de El Salvador se determinó usando la siguiente fórmula:

$$\text{Muestra estratificada} = \frac{\text{Muestra Probabilística}}{\text{Total de Población}}$$

El factor para cada estrato se obtuvo al utilizar la fórmula anterior, para este caso:

$$\text{Muestra estratificada} = \frac{157}{2516} = 0.06240064$$

El factor calculado anteriormente se utilizó para determinar el número de muestras a realizar en cada estrato, los cuales son conformados según la naturaleza del trabajo desempeñado como se visualiza en la siguiente tabla.





ESTRATOS	POBLACIÓN	FACTOR	TAMAÑO DE MUESTRA
Docentes	1711	0.06240064	106
Personal de oficinas	442	0.06240064	28
personal de bibliotecas	30	0.06240064	2
Otro personal	333	0.06240064	21
<b>TOTAL</b>	<b>2516</b>		<b>157</b>

**Tabla 1:** Tamaño de la muestra. *Estadísticas proporcionada por Comisión Técnica Evaluadora de la Universidad de El Salvador (COTEUES) según datos estadísticos 2009*

En este caso, solo se tomó una muestra del total de  $m$  trabajadores por cada estrato.

En el caso de los docentes se realizó una estratificación con el tamaño de la muestra que corresponden a estos 106 ya que se obtuvo el número de docentes por facultad, para ello se utilizó la fórmula expuesta anteriormente y los datos se muestran a continuación:

FACULTAD	POBLACIÓN	FACTOR	TAMAÑO DE MUESTRA
Facultad de Ciencias Agronómicas	87	0.06240064	5
Facultad de Ciencias Económicas	192	0.06240064	12
Facultad de Ciencias y Humanidades	210	0.06240064	13
Fac. de Ciencias y Naturales y matemática	133	0.06240064	8
Facultad de Ingeniería y Arquitectura	206	0.06240064	13
Fac. de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	115	0.06240064	7
Facultad de Medicina	588	0.06240064	36
Facultad de Odontología	88	0.06240064	5
Facultad de Química y Farmacia	92	0.06240064	6
<b>TOTAL</b>	<b>1711</b>		<b>106</b>

**Tabla 2:** Muestra estratificada *Estadísticas proporcionada por Comisión Técnica Evaluadora de la Universidad de El Salvador (COTEUES) según datos estadísticos 2009*



## 6. Tabulación, Análisis e Interpretación de Resultados

Las preguntas de mayor relevancia a las cuales se les consideró de importancia para ser presentadas en este capítulo fueron las siguientes; ya que las demás serán de gran ayuda y servirán de insumo para el capítulo siguiente.

(Ver Anexo 2)

Pregunta 15:

**¿Del siguiente listado de productos especifique la cantidad de producto que consume en el mes?**

OBJETIVO: Conocer la demanda promedio mensual de los principales productos de consumo básico.

Producto	Frecuencia	Porcentaje	Total
Arroz bolsa 5lb.	137	87%	157
Azúcar bolsa 5 lb.	134	85%	157
Aceite Galón	127	81%	157
Huevos cartón	127	81%	157
Frijol bolsa 5lb.	109	69%	157
Crema dental tubo	105	67%	157
Jabón baño paquete 3 U	98	62%	157
Mayonesa bote	95	61%	157
Fósforos 10 cajitas	88	56%	157

**Tabla 3:** Productos de mayor demanda.



**Gráfico 1:** Productos de mayor demanda

COMENTARIO: Del listado de productos en el cual los trabajadores encuestados detallaron la cantidad de productos que consumen mensualmente. Los productos básicos y a los cuales los trabajadores les dan prioridad se puede apreciar en el gráfico los productos de la canasta básica es decir son los necesarios e indispensables para la subsistencia de la familia de los trabajadores siendo así el arroz con el 87% el producto más demandado por los trabajadores seguido por el azúcar con el 85%, el aceite y los huevos con el 81% la bolsa de frijoles el 69% y el resto productos complementarios pero de un uso muy necesario por los trabajadores de la UES con un porcentaje siempre bajo el 70%.



### Cantidad de productos.

Para la descripción del consumo de productos se tomó los 5 principales productos que la gente dijo eran los más demandados.

### ARROZ

Arroz bolsa 5 lb.	Frecuencia	Porcentaje
De 1-2 bolsas	112	71%
De 3-4 bolsas	25	16%
No responde	20	13%
Total general	157	100%

Tabla 4: Demanda de Arroz

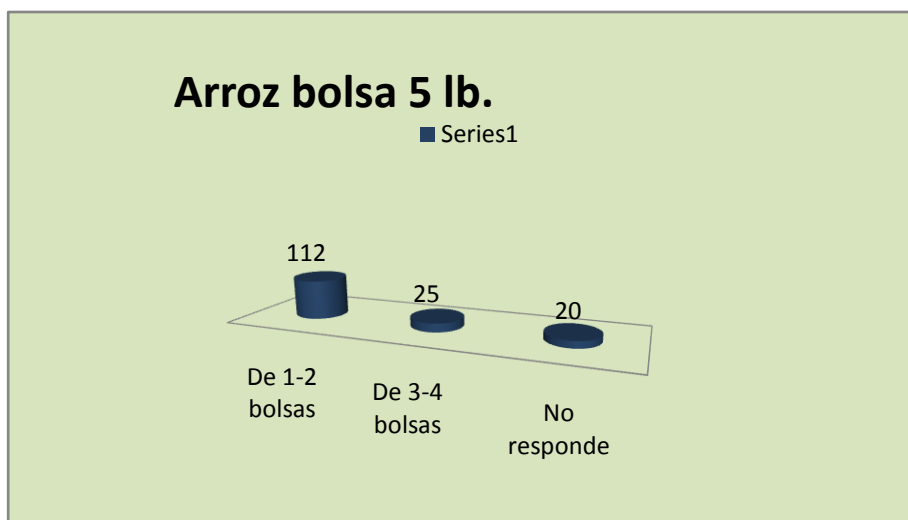


Gráfico 2: Demanda de arroz

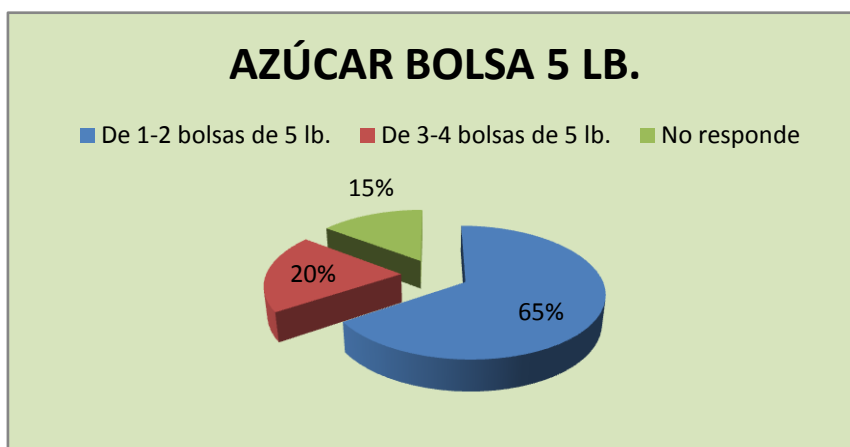
COMENTARIO: Del 100% de personas encuestadas el 71% aseguró que el consumo mensual de bolsas de arroz de 5 libras era entre 1 y 2 bolsas al mes y un 16% aseguró que el consumo de bolsas de arroz era de 3 a 4 bolsas y un 13% no respondió la pregunta ya sea porque no consumen arroz o por falta de disponibilidad para contestar el cuestionario.



## AZÚCAR

Azúcar bolsa 5 lb.	Frecuencia	Porcentaje
De 1-2 bolsas	103	66%
De 3-4 bolsas	31	20%
No responde	23	14%
Total general	157	100%

**Tabla 5:** Demanda de azúcar



**Gráfico 3:** Demanda de azúcar

COMENTARIO: De las 157 personas encuestadas el 66% afirmó consumir de 1 a 2 bolsas de 5 lb. De azúcar es decir de 5 a 10 libras de azúcar en el mes mientras que el otro 20% de 3 a 4 bolsas y el resto no respondieron la pregunta.



### ACEITE

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 galones	116	74%
De 3-4 galones	9	6%
De 5-6 galones	2	1%
No responde	30	19%
Total general	157	100%

Tabla 6: Demanda de aceite

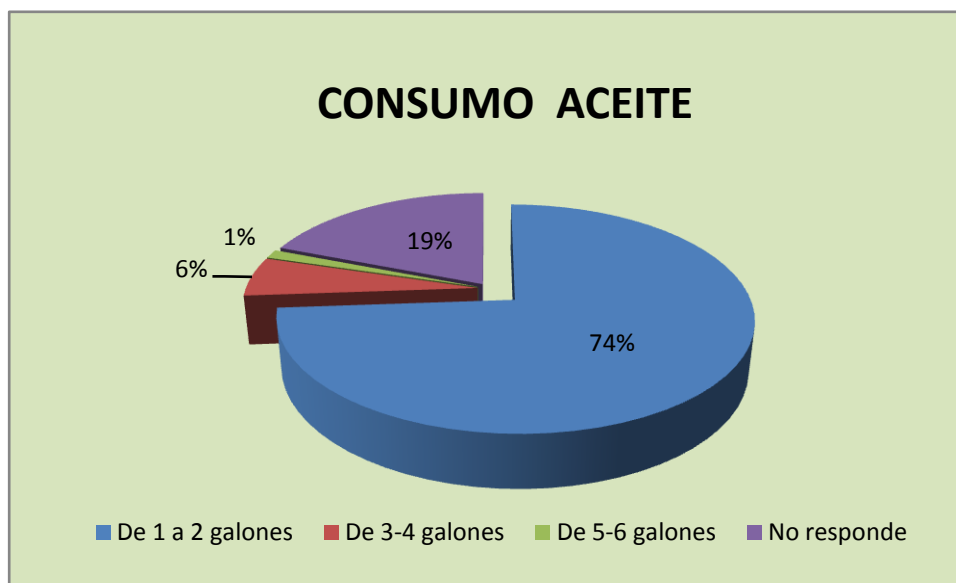


Gráfico 4: Demanda de aceite

COMENTARIO: La mayor parte de la población encuestada consume entre 1 y 2 galones de aceite (74%) mientras que el resto de la población consume entre 3 y 4 galones. Es decir que es poco aceite el que consumen las familias ya sea algunos por problemas de salud o por otros factores.



## HUEVOS

Huevos cartón 30 U.	Frecuencia	Porcentaje
De 1-2 cartones	100	64%
De 3-4 cartones	25	16%
De 5-6 cartones	2	1%
No responde	30	19%
Total general	157	100%

Tabla 7: Demanda de Huevos

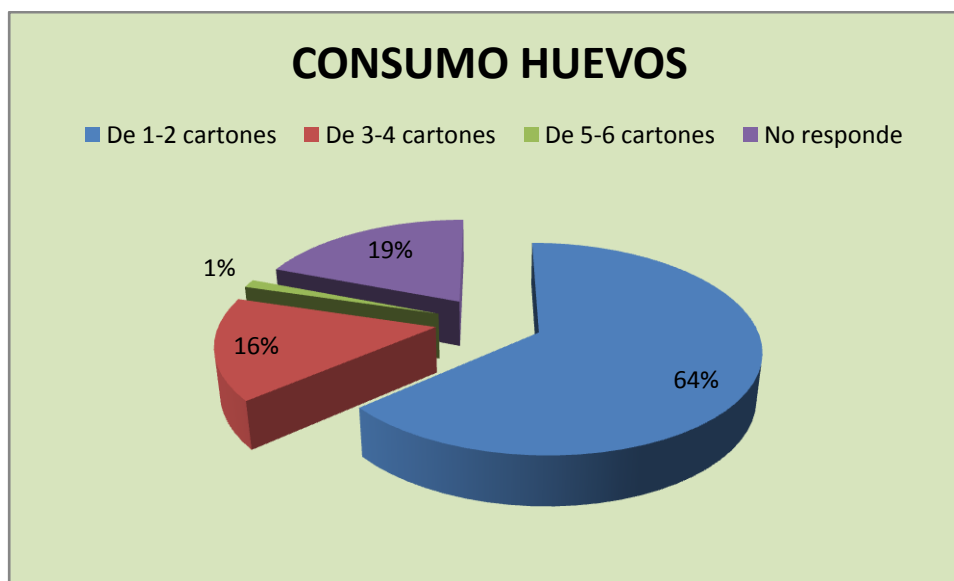


Gráfico 5: Demanda de huevos

COMENTARIO: De las 157 personas encuestadas el 64% considera que el consumo de huevos en sus familias es de 1 a 2 cartones en el mes mientras el resto de la población considera de 3 a 4 cartones (16%) mientras el resto de 5 a 6 cartones y los demas no saben o no responden.



## FRIJOLES

Frijoles bolsa 5 lb.	Frecuencia	Porcentaje
De 1-2 bolsas	77	49%
De 3-4 bolsas	32	20%
No responde	48	31%
Total general	157	100%

Tabla 8: Demanda de Frijoles

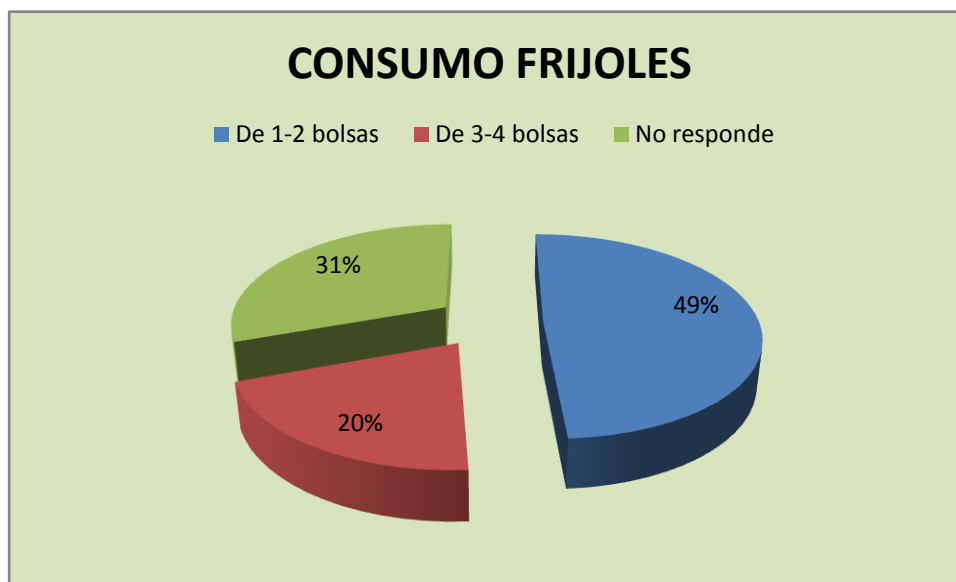


Gráfico 6: Demanda de frijoles

COMENTARIO: El 49% de la población considera los frijoles muy importantes para su dieta básica porque aseguran tener un consumo de 1 a 2 bolsas de frijoles de 5 libras, el 20 % de 3 a 4 bolsas y el resto no respondió a la interrogante planteada.





---

**Pregunta 16:**

**¿Qué productos adquiere que no se encuentren en el listado anterior?**

OBJETIVO: Determinar la demanda de productos que no fueron incluidos en la pregunta número 15 de la presente encuesta.

Según los resultados obtenidos por la pregunta 16 existen diversos productos que no fueron incluidos en el listado anterior y sin embargo son de gran importancia o utilidad para los bienes de consumo básico en la despensa. Entre estos se encuentran leche de soya, leche para bebés, embutidos, aceite de oliva, leche líquida, avena en hojuelas, plátanos, verduras, vinos, cosméticos, crema para peinar, margarinas, sopas instantáneas, bebidas gaseosas, boquitas, carnes, pan dulce, pan árabe, pan de caja, repelentes, limpiavidrios, semillas de girasol, queso, frutas, jabón líquido, cigarrillos, cervezas, boquitas, champú para bebé, jabón para bebé, focos ahorradores, algunos de estos productos son muy superfluos y no son de primera necesidad pero al implementar la despensa se tomarán en cuenta aquellos productos que se amolden a las necesidades básicas de los trabajadores.



### Cruce de pregunta 2 y el sector de trabajo.

Sector	Lugar de compra				
	Mercado central	Mercado municipal	Otros	Supermercado	Total general
Docente	9	18	6	73	106
Otro personal	5	6	2	8	21
Personal administrativo	1	7	6	14	28
Personal de biblioteca				2	2
Total general	15	31	14	97	157

Tabla 9: Cruce de pregunta 2 y el sector de trabajo

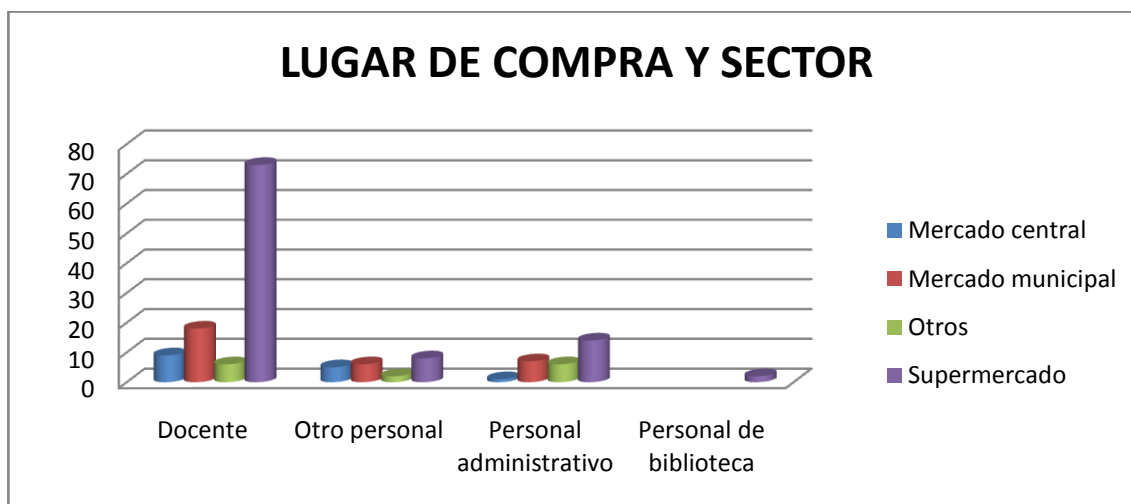


Gráfico 7: Cruce de pregunta 2 y el sector de trabajo

COMENTARIO: Tras el cruce de variables que se realizó se puede observar que tanto para el sector docente, personal administrativo, personal de biblioteca y otro personal, realizan sus compras en mayor porcentaje en el supermercado, lo cual indica que el gasto en bienes de consumo básico es excesivo debido a que este último vende sus productos a precios altos, el segundo lugar lo obtiene el mercado municipal o local más cercano a la persona encuestada, este con precios más cómodos pero preferido por la cercanía al hogar de la persona encuestada y el mercado



central y otros como vendedores ambulantes, mini súper, mercados informales, la tiendona, etc. Pero es notorio y cabe recalcarlo que el sector docente tiene mayor proporción en cuanto al porcentaje de compras de productos básicos en el supermercado esto último relacionado al nivel de ingresos de los docentes que es más alto respecto a los otros sectores; teniendo así el otro personal porcentajes bastante similares entre los lugares de compra.

### Cruce entre núcleo familiar y pregunta 12

Gasto en víveres	Núcleo familiar			Total general
	De 2 a 3 personas	De 4 a 5 personas	Más de 5 personas	
De \$100 a \$200	33	29	5	67
De \$201 a \$300	16	28	4	48
De \$301 a \$400	9	15	2	26
De \$401 a más	6	9	1	16
Total general	64	81	12	157

Tabla 10: cruce núcleo familiar y pregunta 12

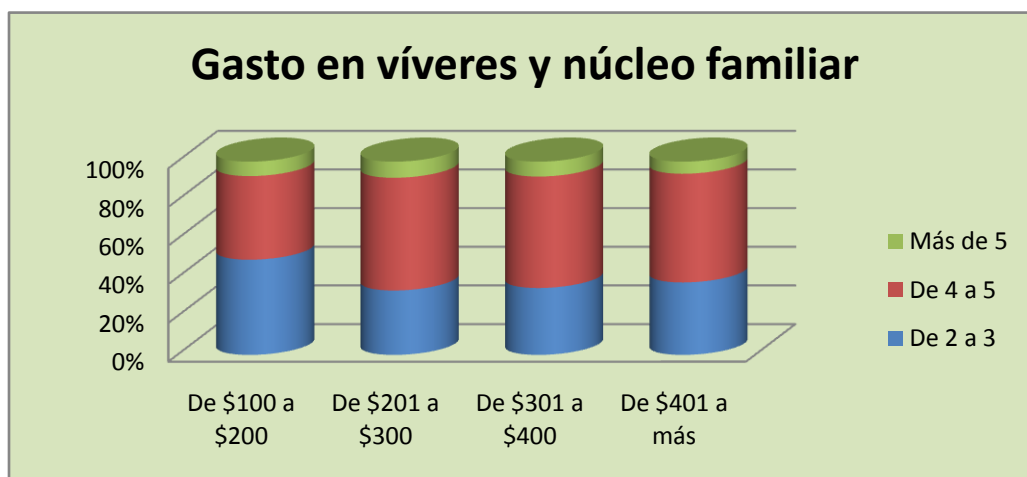


Gráfico 8: Cruce gasto en víveres y núcleo familiar

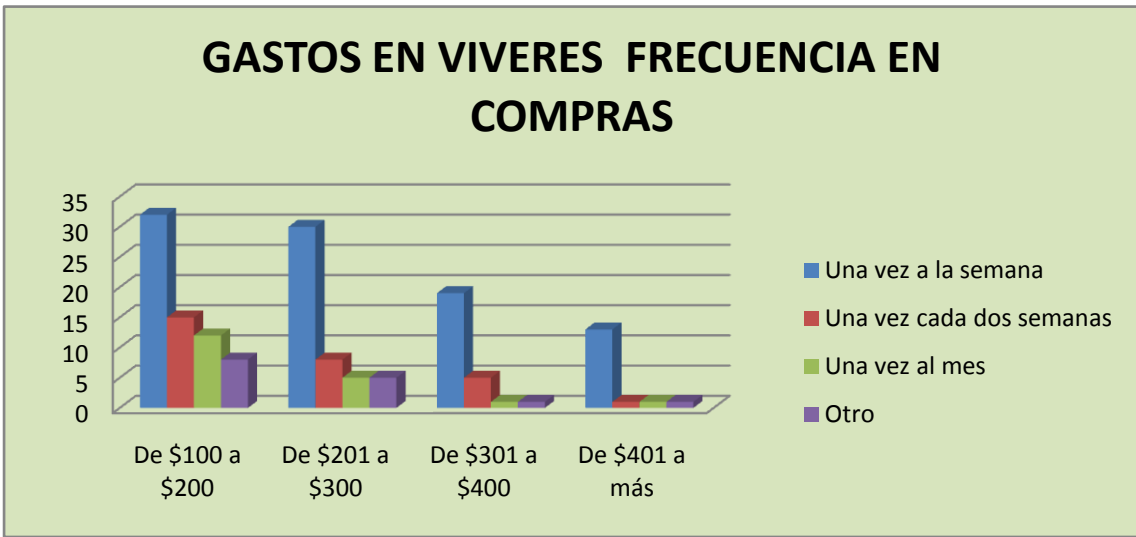


COMENTARIO: Según el cruce de variables realizado el núcleo familiar compuesto de 2 a 3 personas tiene un consumo de víveres mayoritario entre \$100 y \$200 lo cual indica que el gasto en que incurren es bajo para cubrir la demanda que existe en su hogar; de 4 a 5 personas tiene un porcentaje de participación mucho menor en este rango y de 5 a 6 personas es muy poca la participación que tiene en este nivel de gasto en víveres en el nivel de \$201 a \$300 se observa una disminución en el porcentaje de trabajadores encuestados que tienen un núcleo familiar de 2 a 3 personas. No obstante existe un porcentaje considerable de trabajadores encuestados en el nivel de gastos en productos básicos de \$400 a más que tienen un núcleo familiar de 2 a 3 personas lo cual quiere decir que adquieren productos de mayor precio o buscan el lujo. El porcentaje de trabajadores encuestados con familias de más de 5 personas se mantiene constante en todos los niveles de gasto en víveres.

#### **Cruce entre pregunta 1 con pregunta 12**

Gasto en víveres	Frecuencia de compras				Total general
	Una vez a la semana	Una vez cada dos semanas	Una vez al mes	Otro	
De \$100 a \$200	32	15	12	8	67
De \$201 a \$300	30	8	5	5	48
De \$301 a \$400	19	5	1	1	26
De \$401 a más	13	1	1	1	16
Total general	94	29	19	15	157

**Tabla 11:** cruce pregunta 1 con pregunta 12



**Gráfico 9:** Cruce pregunta 1 con pregunta 12

Al realizar el cruce de variable entre la pregunta 1 y la pregunta 12 se observa que la tendencia de los encuestados se mantiene, ya que independientemente al nivel de gastos que estos tengan al mes, prefieren visitar la mayoría una vez a la semana los lugares donde adquieren sus productos básicos. Sin embargo también se visualiza que los dos últimos rangos de gastos en víveres es significativo el número de encuestados que realizan las compras una vez al mes y en otro.

Por lo que se puede decir que los encuestados en su gran mayoría prefieren adquirir sus productos de consumo cada semana, y otra buena mayoría prefiere adquirirlo cada dos semanas.



### Cruce entre pregunta 3 con estado civil

Importancia Despensa	Estado Civil		
	Soltero	Casado	Total general
Extremadamente importante	15	29	44
Muy importante	23	52	75
Importante	8	23	31
Poco importante	-	3	3
Sin importancia	-	4	4
Total general	46	111	157

Tabla 12: cruce pregunta 3 con estado civil

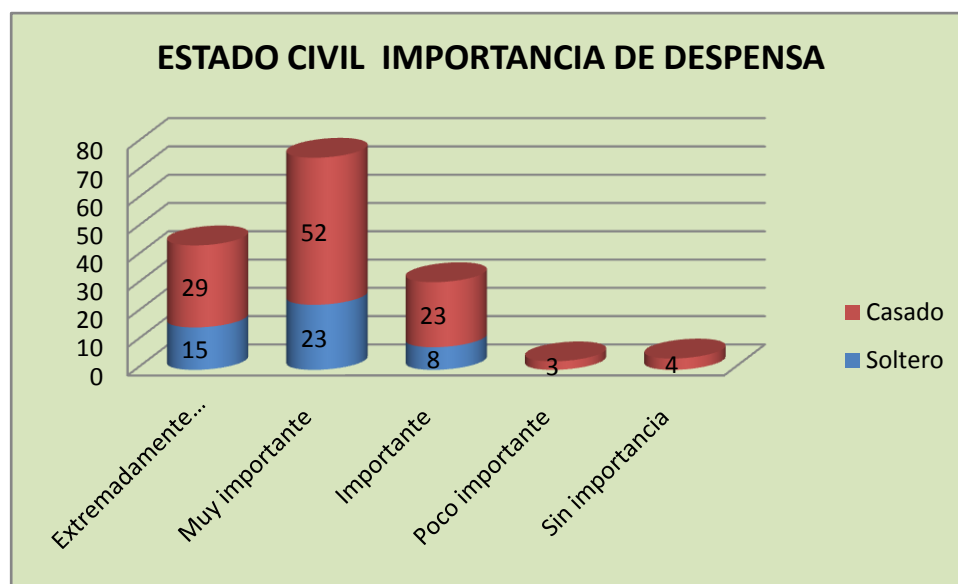


Gráfico 10: Cruce pregunta 3 con estado civil

COMENTARIO: Los trabajadores dentro del campus central de la UES en su mayoría están casados pero al comparar el grado de importancia de la creación de la despensa con las personas solteras comparten el mismo sentir ya que consideran importante la creación de la despensa de consumo familiar pero tambien se puede observar que a ninguno le parece poco importante o sin importancia.



### Cruce entre pregunta 13 con sector

SECTOR	FORMA DE PAGO				Total general
	Contado	Crédito	Descuento por planilla	Otro	
Docente	71	16	17	2	106
Personal administrativo	14	4	9	1	28
Personal de biblioteca	2	-	-	-	2
Otro personal	13	6	2	-	21
Total general	100	26	28	3	157

Tabla 13: Cruce pregunta 13 con sector

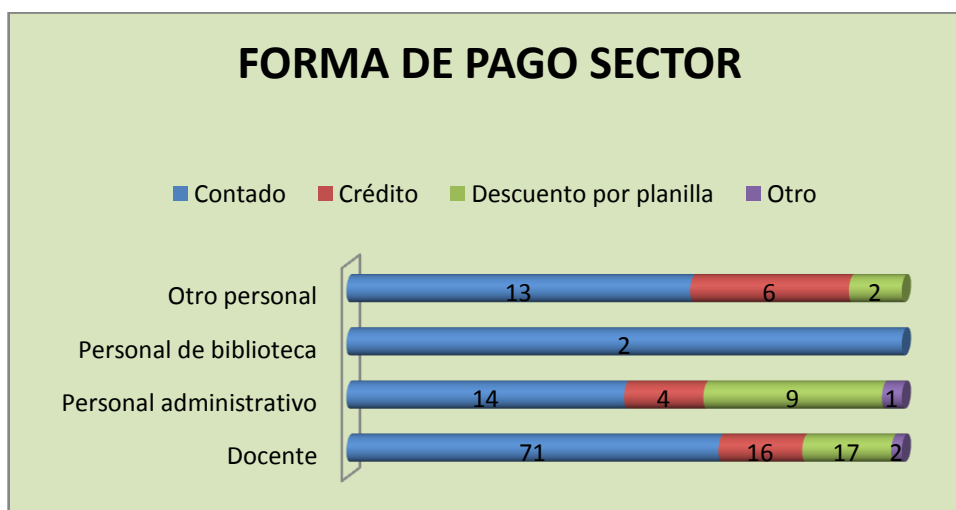


Gráfico 11: Cruce pregunta 13 con sector

COMENTARIO: El resultado del cruce de variables del sector y la forma de pago que estos consideran conveniente a la hora de la compra de los productos la mayoría prefiere adquirirlos al contado, en cuanto a compras al crédito es el otro personal quien tiene un porcentaje mayor, y descuento por planilla es el personal administrativo quien tiene mayor porcentaje.



### Cruce de sector, pregunta 5 y pregunta 7

SECTOR/LUGAR UBICACION	HORARIOS DE ATENCION				Total general
	De 7 am. - 4 pm.	De 8 am. - 5 pm.	De 9 am. - 6 pm.	Otro	
<b>DOCENTE</b>	15	35	48	8	106
Cerca de concha acústica	5	14	22	3	44
Cerca de oficinas centrales	8	15	21	4	48
Cerca de polideportivo	2	6	5	1	14
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	1	4	22	1	28
Cerca de concha acústica	1	-	5	-	6
Cerca de oficinas centrales	-	4	16	1	21
Cerca de polideportivo	-	-	1	-	1
<b>PERSONAL DE BIBLIOTECA</b>	-	-	2	-	2
Cerca de concha acústica	-	-	2	-	2
<b>OTRO PERSONAL</b>	3	6	10	2	21
Cerca de concha acústica	-	3	2	1	6
Cerca de oficinas centrales	3	2	8	1	14
Cerca de polideportivo	-	1	-	-	1
<b>Total general</b>	<b>19</b>	<b>45</b>	<b>82</b>	<b>11</b>	<b>157</b>

Tabla 14: Cruce sector, pregunta 5 y pregunta 7

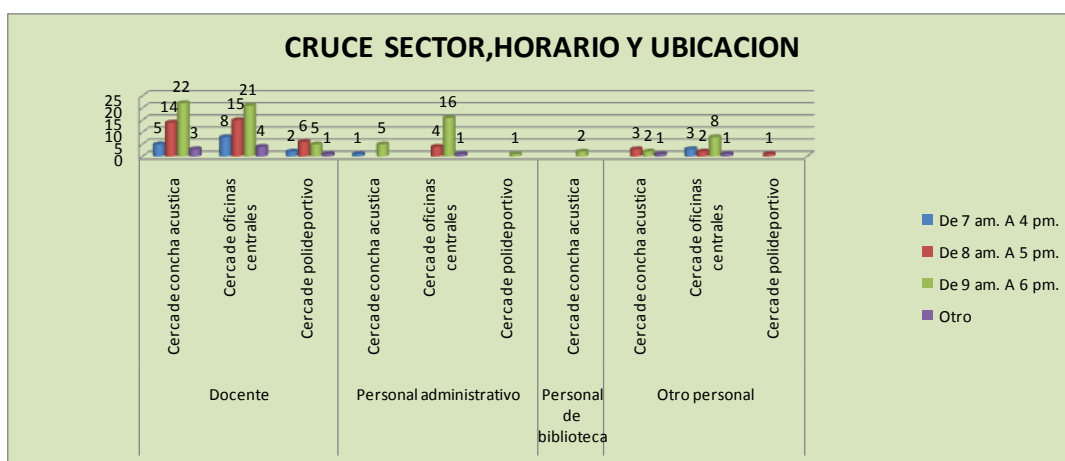


Gráfico 12: Cruce sector, pregunta 5 y pregunta 7





---

COMENTARIO: Al realizar el cruce de las variables mostradas anteriormente se observa información muy relevante que servirá en gran manera para la propuesta.

En primer lugar se visualiza una notable preferencia por el horario de 9:00am. A 6:00pm. En los cuatro sectores de trabajo en ese sentido al observar también la ubicación con mayor frecuencia se visualiza que este horario y la ubicación de oficinas centrales han sido elegidos o seleccionados por que los docentes y personal administrativo no disponen de mucho tiempo para realizar sus compras al igual que los demás trabajadores por eso un lugar con una ubicación cercana y un horario accesible resulta atractivo para la mayoría de trabajadores. Además en el gráfico claramente se observa la concentración de encuestados que eligen la ubicación de oficinas centrales y a la vez se visualiza la barra de color verde con mayor tamaño que las demás.



---

## **7. Diagnóstico para la creación de una despensa de consumo familiar dentro del campus central de la Universidad de El Salvador**

(Ver Anexo 3)

### **a. Diagnóstico a partir de la encuesta.**

La situación actual por la cual los trabajadores de la universidad están pasando nos indica que; en primer lugar los trabajadores realizan sus compras una vez a la semana lo cual muestra que el personal que trabaje en la despensa y los horarios en que esta debe funcionar deben de ser acordes para satisfacer ese tiempo promedio entre llegadas de los clientes que asistirán a la despensa una vez a la semana según datos proporcionados por la pregunta 1 de la encuesta dirigida a los trabajadores.

En cuanto al lugar de adquisición de los productos de consumo básico según los datos proporcionados por la pregunta 2 es en el supermercado donde la mayoría de trabajadores adquieren sus productos seguido de los demás tipos de mercado tanto formales como informales, lo cual indica un excesivo gasto en los productos de consumo pues el supermercado se caracteriza por tener políticas encaminadas a incrementar sus utilidades y no piensan en el beneficio de la población; salvo excepciones por lo cual una despensa en el interior de la UES sería de gran ayuda a solventar esta gran problemática.



---

El grado de aceptación de la despensa por parte de los encuestados es considerado muy importante por la mayoría de trabajadores, ya que perciben que es muy difícil adquirir los productos y son pocos los que no creen que la despensa sea de suma importancia.

En cuanto a la disposición de los futuros usuarios de la despensa el 99% es decir casi toda la población estaría dispuesta a adquirir productos en esta despensa, entonces solo partiendo de esa premisa se tiene una demanda potencial asegurada.

En relación al horario que los trabajadores prefieren para adquirir los productos el horario de 9am. A 6pm. es el que se considera más adecuado según datos proporcionados en la pregunta 5, el lugar en que la despensa se cree sería idóneo para estar ubicada es percibido por los trabajadores dentro de la UES cerca de oficinas centrales al considerar este lugar como más accesible para toda la población trabajadora, de acuerdo a la investigación de campo y de acuerdo a la pregunta número 8 se pudo observar que en la universidad han existido iniciativas similares a lo largo de la historia pero que no han tenido éxito. La iniciativa actual que se ha podido visualizar y la que tiene que tratarse con sumo cuidado es la iniciativa del FUP (Fondo Universitario de Protección) la cual consiste en unos bonos proporcionados a los trabajadores los cuales pueden ser canjeados en un supermercado definido por dicho fondo, en ese sentido y para no entrar en ningún tipo de mal entendidos se tienen que tomar políticas encaminadas al



---

bienestar bilateral de las organizaciones, en cuanto a las características de los productos y beneficios que se espera obtener con la despensa los principales son el precio y la calidad, es decir, los trabajadores estarían de acuerdo a adquirir los productos siempre y cuando estén a bajo precio y exista una calidad aceptable en ellos (ver análisis pregunta 9 y 10) en cuanto al producto que más adquieren los trabajadores son los alimentos, es decir, los que conforman la canasta básica, de acuerdo al estudio realizado a los trabajadores el gasto aproximado de la mayoría de trabajadores es de \$100 a \$200 mensuales, con esta cantidad la mayoría de trabajadores resuelven sus necesidades alimenticias, básicas y primordiales.

La forma de pago preferida por todos los trabajadores es el pago de contado aunque sin descuidar que también es básico que se produzca algún tipo de crédito ya sea: Por descuento por planilla o por otro tipo de mecanismo que permita comprar los productos sin necesidad de tener efectivo a la mano. (Ver pregunta 14).

Las variables preferidas por los trabajadores y bajo las cuales consideran para realizar sus compras como siempre son bajo precio y calidad, pero con la pregunta abierta se logro visualizar otro tipo de variables tales como frescura del producto es decir que el producto no esté cercano a su fecha de caducidad, atención al cliente, y que la despensa este lo más surtida posible. En cuanto a las cantidades de producto que los trabajadores necesitan para el consumo mensual primero se determinó que productos eran los que más



---

necesitaban y como lo mostró el estudio en la pregunta 15 estos productos son los de la canasta básica con un consumo que está entre 5 y 10 libras de frijoles, arroz, azúcar por familia en el mes como un promedio de lo que una familia necesita en cuanto a la cantidad de cartones de huevo que una familia necesita en el mes son de uno a dos cartones en el mes por familia, al igual que el aceite el consumo es de 1 a 2 galones por familia por mes.

#### **b. Aspectos generales de la Oferta y la Demanda**

En los aspectos generales de la oferta y demanda se puede apreciar que actualmente la oferta que tienen los trabajadores de este tipo de productos es únicamente de los supermercados o de mercados pero cada trabajador tiene que visualizar sus medios y sus recursos y considerar donde comprar este tipo de productos aunque los precios estén muy elevados en cuanto a la demanda de este producto sería prácticamente del total de la población de trabajadores de la UES según los resultados del estudio siempre y cuando cumpla con las características que esta población de trabajadores solicita de esta despensa que va a ser implementada.



## 8. Análisis FODA

Interno	Externo
<b>Fortaleza</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recurso humano capacitado</li><li>• Aceptación favorable por parte de los usuarios potenciales de la despensa</li><li>• Apoyo institucional por parte de la UES</li></ul>	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ayuda de cooperantes internacionales</li><li>• Aprovechamiento de tecnología de punta</li><li>• Ofrecer productos de mayor calidad y mejores precios</li><li>• Hacer uso de economías de escala</li><li>• Publicidad por medios de comunicación UES</li><li>• Mercado cautivo (trabajadores UES)</li></ul>
<b>Debilidad</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• No contar con un espacio físico</li><li>• Inexperiencia en el manejo de despensa</li><li>• Falta de publicidad de la asociación</li><li>• Asociación en etapa de crecimiento</li></ul>	<b>Amenaza</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Posicionamiento notorio de los supermercados</li><li>• Incremento en precios de los proveedores</li><li>• Gran cantidad de productos sustitutos</li><li>• Disminución en gasto de víveres por los trabajadores</li></ul>

Tabla 15: Análisis FODA

Estrategias FO, FA, DO, DA, Ver Anexo 4.



## 9. CUADRO RESUMEN DE LOS ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DE LA UES

PREGUNTA	SINTESIS
1) ¿Qué tan a menudo visita usted un supermercado o despensa para adquirir los bienes de consumo básico para su familia?	La mayor parte de los encuestados afirma ir una vez a la semana a comprar sus productos básicos
2) ¿Donde adquiere los bienes de consumo básicos para la subsistencia de su familia?	La mayoría de trabajadores de la UES compran sus productos básicos en el supermercado y en otros tipos de mercados.
3) ¿Qué le parece a usted que la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador (APTUES) ponga a su disposición una despensa de consumo familiar dentro del campus central?	Buen porcentaje de la población encuestada considera muy importante la creación de una despensa de consumo familiar dentro de la UES.
4) ¿Estaría dispuesto a adquirir productos básicos de consumo en una despensa dentro de la Universidad de El Salvador?	Casi todos los trabajadores de la UES tienen la disponibilidad de comprar sus productos básicos en una despensa dentro de la UES
5) De acuerdo al tiempo que usted dispone; ¿En qué horario le gustaría que le atendiera la despensa?	El horario que la mayor parte de trabajadores considera más adecuado es de 9:00 am - 6:00 pm
6) ¿En qué lugar le gustaría estuviese ubicada la despensa?	A la mayoría de encuestados le gustaría estuviese la despensa dentro de la UES.
7) Si la despensa estuviera ubicada dentro de la UES; ¿En qué lugar le gustaría más que estuviese?	El lugar dentro de la UES que los trabajadores consideran más adecuado es en oficinas centrales.



8) ¿Ha tenido conocimiento anteriormente de un tipo de iniciativa como la planteada en esta investigación?	La mayor parte de trabajadores nunca había escuchado de la existencia de una iniciativa de este tipo.
9) ¿Qué beneficio le gustaría obtener de una despensa en el interior de la UES?	El beneficio más solicitado por los trabajadores es el de precios bajos en los productos básicos.
10) ¿Qué característica prefiere en los productos de consumo?	La característica que los trabajadores prefieren en los productos de consumo es la calidad.
11) ¿Qué tipo de producto es el que más adquiere?	El producto de mayor adquisición son los alimentos.
12) ¿Cuánto gasta usted en los víveres necesarios para su familia mensualmente seleccione un dato aproximado de los que aparecen a continuación?	El gasto mensual bajo el cual los trabajadores de la UES compran sus víveres es de 100 a 200 dólares.
13) ¿Qué forma de pago considera más apropiada en la compra de los víveres?	La forma de pago que consideran más apropiada es de contado.
14) ¿Qué aspecto considera de suma importancia al momento de comprar su canasta básica?	Los dos aspectos de suma importancia para los trabajadores son la calidad y el precio
15) En el siguiente listado de productos en la parte izquierda especifique la cantidad de productos que adquiere mensualmente ya sea de bolsas, libras, caja, botes etc.	Los productos más demandados por los encuestados son: arroz, azúcar, aceite, frijoles y huevos
16) ¿Qué productos adquiere que no se encuentren en el listado anterior?	Los otros productos más demandados son: carne, pollo, embutidos, frutas, pan dulce, pan de caja, otros.

**Tabla 16:** Cuadro resumen de los análisis e interpretación del cuestionario dirigido a los trabajadores de la UES

(Ver Anexo 3)





---

## 10. Conclusiones y recomendaciones

### a. Conclusiones

- En la Universidad de El Salvador existe un gran potencial de demanda para una despensa de productos básicos para trabajadores.
- Existe capacidad de adquirir los productos a precios bajos para que sus costos sean menores y esto permita vender los productos a precios accesibles.
- Los trabajadores consideran que es importante que se ejecute el proyecto de la despensa ya que es de gran ayuda para ellos y sus familias.
- El beneficio que los trabajadores solicitan de los productos son calidad y precios bajos.
- La forma de pago que los trabajadores consideran apropiada es de contado.
- La frecuencia de compras de los trabajadores es de una vez a la semana.



---

### **b. Recomendaciones**

- La despensa debe enfocarse a adquirir los productos de calidad a precios accesibles utilizando las cotizaciones respectivas y seleccionando la mejor alternativa además comprar productos en pedidos grandes para obtener descuentos.
  
- En la medida que el estudio del proyecto sea factible, APTUES debe considerar su ejecución ya que este beneficiara a los trabajadores de la UES y sus familias.
  
- Almacenar los productos de manera idónea, la que permitirá que los productos tengan una vida más prolongada y mantengan sus propiedades.
  
- La despensa a implantar debe manejar con perspicacia y sagacidad la rotación de los productos y su fecha de caducidad, pues los trabajadores necesitan productos de calidad, precios, bajos y frescos.



**CAPÍTULO III**

**PROPUESTA PARA LA**

**CREACIÓN DE UNA DESPENSA**

**DE CONSUMO FAMILIAR EN EL**

**CAMPUS CENTRAL DE LA**

**UNIVERSIDAD DE**

**EL SALVADOR**



---

## INTRODUCCIÓN

**CAPÍTULO III**, Después de haber realizado el análisis y la interpretación de la encuesta dirigida a los trabajadores de la UES y conociendo en base a los resultados de este, que si existe demanda potencial para los servicios que proporcionaría la puesta en marcha de una despensa universitaria, se procede a realizar el estudio de Factibilidad a través del desarrollo de una propuesta para el proyecto.

De ese modo, se presenta lo que se necesita para que una despensa pueda operar con eficiencia, por esa razón se desarrollan aspectos de Mercado, aspectos Técnicos, aspectos Económicos, y la evaluación Económico Social.

Además se toma en cuenta un punto primordial, en esta investigación, respondiendo a la pregunta si es conveniente o no invertir en este proyecto, como resultado proporciona la visión financiera necesaria para conocer si existe rentabilidad.



---

## OBJETIVOS

### General

- Realizar una propuesta que permita a la Asociación de Profesionales y Técnicos de la UES (APTUES) tomar decisiones para la creación de una despensa en el campus central de la UES a través de los estudios de mercado, técnico y económico que permita determinar la factibilidad de esta.

### Específicos

- Conocer los principales competidores, demanda de productos y el análisis de los precios, para el inicio de operaciones de la despensa universitaria.
- Identificar los proveedores, que ofrezcan mejores precios en la adquisición de los productos.
- Identificar el lugar idóneo para que la despensa inicie sus funciones.
- Determinar los recursos económicos necesarios para que el proyecto inicie operaciones.
- Determinar la factibilidad económica del proyecto.



---

### **CAPÍTULO III: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA DESPENSA DE CONSUMO FAMILIAR EN EL CAMPUS CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

#### **A. ESTUDIO DE MERCADO**

##### **1. Análisis de la oferta**

###### **a. Tipo de oferta**

En lo que se refiere al mercado de productos de consumo básico se trata de una **"Oferta Competitiva o de Libre Mercado."** En nuestro país todos los que comercializan estos productos se encuentran en circunstancias de libre competencia, porque existe una cantidad considerable de centros de abastecimiento de productos básicos y además se halla gran variedad en los precios, calidad y el servicio que se les brinda a los demandantes de estos.

###### **b. Oferta actual**

Al interpretar los resultados de la encuesta dirigida a los trabajadores de la UES, se obtuvieron los principales oferentes de productos propios de una despensa entre los cuales están: mercados municipales, supermercados y otros (minisuper, tiendas, vendedores informales), (ver pregunta 2, anexo3), debido a que los trabajadores viven en diferentes zonas del país es muy difícil deducir específicamente donde pueden hacer las compras de este tipo de productos, el estudio de mercado muestra los principales mercados y supermercados en los que pueden adquirir los productos:



---

➤ **MERCADOS MUNICIPALES**

**Mercado Central:** Dirección; Entre la 12 Calle Poniente y Calle Gerardo Barrios, entre la 7ª Av. Sur y Av. 29 de Agosto, San Salvador. Teléfono: 2529-8841/2529-8842

**Mercado La Tiendona:** Dirección; 24 Av. Norte y Calle Peralta, Barrió Concepción, San Salvador. Teléfono: 25296343/22830535

**Mercado San Miguelito:** Dirección; Entre Av. España y 2ª Av. Norte, entre 21 Calle Oriente, Barrio San Miguelito, San Salvador. Teléfono: 2235-2540

**Mercado Tinetti:** Dirección; Final Calle Delgado y 18 Av. Sur, Barrio San Esteban, San Salvador. Teléfonos: 2222-9988

**Mercado Monserrat:** Dirección; Av. Mérida, Colonia Monserrat, San Salvador. Teléfono: 2242-3171

**Mercado San Antonio:** Dirección; 75 Av. Norte, Colonia Escalón Norte, San Salvador. Teléfono: 2262-4619

**Mercado San Jacinto:** Dirección; Entre Av. Cuba y Av. Irineo Chacón, entre Calle Darío González y Calle Ramón Belloso, Barrio San Jacinto, San Salvador. Teléfono: 2237-2836

**Mercado Modelo:** Dirección; Calle Modelo y Calle Monserrat, San Salvador Teléfono: 2270-0068

**Mercado Municipal Zacamil:** Dirección; Calle Zacamil, San Salvador.

**Mercado Soyapango:** Dirección; Calle Roosevelt, Soyapango, San Salvador.



### ➤ SUPERMERCADOS

El estudio de mercado realizado muestra los principales supermercados que la mayoría de la población visita, estos son los siguientes.

**Wal-Mart:** sería uno de los principales competidores directos de la despensa universitaria, porque tiene posicionamiento en el mercado salvadoreño, al igual que una gran cantidad de clientes asiduos, así mismo cuenta con las siguientes marcas:

Híper Paiz	2 Sucursales
Despensa Familiar	51 Sucursales
La Despensa de Don Juan	25 Sucursales

**CALLEJA S.A.:** este supermercado, posee menos recursos económicos que el anterior, pero se diferencia notablemente por el orden y atención al cliente que este brinda. Siendo así otro competidor directo para la despensa, pues cuenta con las siguientes marcas reconocidas en todo el país:

Supermercados Selectos	64 Sucursales
Selectos Market	10 Sucursales
Supermercados "De Todo"	9 Sucursales





## ➤ **VENEDORES INFORMALES**

Gran cantidad de personas se dedican a vender productos de consumo básico en las principales calles, plazas, parques y puntos estratégicos en el país, por lo que representan un sector atractivo para comprar los productos.

### **2. Análisis de la demanda**

La cantidad de familias dispuestas a consumir productos en una despensa dentro de la Universidad de El Salvador es del 99% de la población, es decir, casi todos los empleados de la UES pero por la falta de recursos de la asociación encargada de implementar el proyecto (APTUES), solo se podrá satisfacer inicialmente un 20%<sup>18</sup> de empleados, dado que la asociación encargada de ejecutar el proyecto no puede abastecer la demanda total de trabajadores. (Ver Anexo 3, pregunta 4)

#### **a. Frecuencia de visitas de los empleados**

La despensa de consumo familiar será atendida 11 meses en el año, dado que, durante el mes de diciembre y parte del mes de enero la UES permanece cerrada, pues este lapso de tiempo que corresponde al periodo de vacaciones para los trabajadores.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Información proporcionada por Gilberto Gutiérrez presidente de APTUES.

<sup>19</sup> Art. 1 ley de asuetos y vacaciones de los empleados públicos.



---

Dado que la mayoría de empleados encuestados están de acuerdo en realizar sus compras una vez por semana, se determina una frecuencia de visitas mensual de 1 vez por semana por trabajador, es decir 4 veces al mes, durante el primer año solo se proyecta el 20% de los empleados de la UES, es decir, 503 (2516\*20%).

#### **b. Productos más demandados**

Los productos a los cuales los trabajadores de la UES le dan prioridad son a los de **la canasta básica alimentaria** "es decir el Conjunto de alimentos básicos que conforman la dieta usual de una población en cantidades suficientes para cubrir adecuadamente, por lo menos, las necesidades energéticas de todo individuo", estos alimentos se enlistan a continuación: tortillas (harina), arroz, carnes, grasas, huevos, leche fluida, frutas, frijoles, verduras, azúcar; así mismo demandan los productos de **la canasta de mercado** que la conforman el "Conjunto de bienes y servicios que en promedio sirven para satisfacer las necesidades básicas de una familia típica salvadoreña"<sup>20</sup>. Para este estudio se utilizará solamente dos de las divisiones de la canasta de mercado que son la división de Alimentos y Bebidas no alcohólicas y la división artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar. (Ver anexo 4)

---

<sup>20</sup> Boletín Mensual Índice de precios al consumidor extraído de: <http://www.digestyc.gob.sv/BoletinIPC/IPCENERO2008.pdf>



### 3. Análisis de precios

Los precios a los que actualmente se cotizan los productos a comercializar en la despensa por los principales distribuidores, han sido agrupados en tres líneas diferentes que se muestran a continuación:

#### a. Línea Alimenticia

Esta incluye todos los productos de carácter alimenticio, es decir, satisfacen las necesidades de consumo.

LÍNEA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS					
Producto	Precio	Proveedor	Producto	Precio	Proveedor
Arroz blanco bolsa 5 lb.	\$2.15	Arrocera San Francisco	Sal Atlántida Fina libra	\$0.14	Arrocera San Francisco
Azúcar bolsa 5 lb.	\$1.90	Arrocera San Francisco	Incaparina, 1 lb.	\$1.10	Arrocera San Francisco
Frijoles rojo bolsa 5 lb.	\$6.50	Arrocera San Francisco	Salsa p/espaguete, Del Monte 4 oz	\$0.35	Arrocera San Francisco
Aceite galón	\$6.65	La fabril de aceites	Leche Rio Grande Bolsa de 400 grs	\$3.00	Arrocera San Francisco
Huevos cartón	\$2.40	La nueva avícola	Horchata con Leche 12 onz	\$1.37	Arrocera San Francisco
Café bolsa libra	\$2.50	Arrocera San Francisco	Cebada 12 onz	\$1.04	Arrocera San Francisco
Café bote 150 gr.	\$3.22	DISZASA	Súper Horchata 12 onz	\$1.07	Arrocera San Francisco
Café dispensador 40 sobres	\$2.00	DISZASA	Cebada con leche 12 onz.	\$1.34	Arrocera San Francisco
Mayonesa frasco 200g	\$1.06	COMERSAL	Codos Milano 200 grs. (25.55 lb.)	\$0.36	Arrocera San Francisco
Pasta comestible espaguete 200 gr.	\$0.28	Robertoni	Caracolutos. 200 grs. (24.67 lbs)	\$0.36	Arrocera San Francisco
Atún lata 160 gr. Vegetales	\$1.29	COMERSAL	Tornillo 200 grs. (15.42 lbs)	\$0.36	Arrocera San Francisco
Salsa de tomate 680 gr.	\$1.60	COMERSAL	Lasaña Canalizada 300 grs. (15.86 lbs)	\$1.40	Arrocera San Francisco
Cubitos caja 50 U.	\$1.23	UNILEVER	Canelón 200 grs. (9.69 de libra)	\$0.71	Arrocera San Francisco
Queso libra	\$3.49	Petacones	MASECA libra	\$0.33	Arrocera San Francisco
Consomé Tira 12 U.	\$0.97	UNILEVER	Frijoles Refritos Doy Pack 227 grs.	\$0.50	Arrocera San Francisco
Avena bolsa 400gr	\$1.17	DISNA	Frijoles Refritos Doy Pack 800 grs.	\$1.49	Arrocera San Francisco
Galletas paquete 8 U.	\$0.43	Chocorisa	Casamiento 500 grs.	\$1.42	Arrocera San Francisco
Sardina paquete 3 U.	\$1.80	COMERSAL	Frijol Salcochado 700 grs.	\$2.10	Arrocera San Francisco



Mostaza bote 222 gr.	\$0.96	COMERSAL	Bombón Surtido 25 unidades	\$0.99	Arrocera San Francisco
Yogurt Unidad. 150 gr.	\$0.52	COMERSAL	Jamón del Diablo 4.25 Onz	\$1.77	Arrocera San Francisco
Arroz de 5 libras precocido	\$2.45	Arrocera San Francisco	Bebida Hidratante Red Bull 250 ml	\$1.65	Arrocera San Francisco
Frijol Negro 5 lbs.	\$4.25	Arrocera San Francisco	Leche Silk Soymilk N. V. Vainilla y chocolate 8.25 oz (244 ml)	\$0.87	Arrocera San Francisco
Maíz en grano 15 onz	\$0.90	Arrocera San Francisco	Silk Leche de Soya Liquida Sin Azúcar 946 ml.	\$2.13	Arrocera San Francisco
Guisantes 8.5 onz	\$0.85	Arrocera San Francisco	Leche en polvo 2 pinos 120 gr.	\$1.12	COMERSAL
Vegetales Mixtos 14.9 onz	\$1.12	Arrocera San Francisco	Leche en polvo 2 pinos 350 gr.	\$2.45	COMERSAL
Garbanzos 15 onz	\$1.08	Arrocera San Francisco	CHOCO KRISPIS BOLSA 150GR	\$0.86	Arrocera San Francisco
Aceituna negra 6 onz Bote	\$1.91	Arrocera San Francisco	Choco Zucaritas 310gr	\$1.86	Arrocera San Francisco
Vino Rojo de cocina 25.4 onz	\$2.13	Arrocera San Francisco	CHOCO ZUCARITAS SACHETS 30GR	\$0.26	Arrocera San Francisco
Aceite de Oliva Goya, 8.5 onz.	\$3.57	Arrocera San Francisco	Corn Flakes 200gr	\$1.19	Arrocera San Francisco
Sazón completa 12 onz	\$2.70	Arrocera San Francisco	Corn Flakes 600gr	\$2.88	Arrocera San Francisco
Sazón completa 793 grs.	\$5.31	Arrocera San Francisco	Froot Loops Sachets 25gr	\$0.29	Arrocera San Francisco
Pimienta Negra 7 onz	\$2.80	Arrocera San Francisco	ZUCARITAS BOLSA 150GR	\$0.86	Arrocera San Francisco
Comino Molido 7 onz	\$2.20	Arrocera San Francisco	Choco Krispis 320gr	\$2.17	Arrocera San Francisco
Cebolla en Polvo 7 onz	\$2.70	Arrocera San Francisco	CHILE JALAPEÑO MALHER	\$0.49	DISZASA
Orégano Entero 3 onz	\$1.77	Arrocera San Francisco	Refrescos yus docena	\$2.60	DISZASA
Ajo en Polvo 7 onz	\$2.70	Arrocera San Francisco	Jugo del monte unidad 200 ml.	\$0.26	COMERSAL
Pulpo al Ajillo 4 Onz	\$1.73	Arrocera San Francisco	Jugo del monte Lata 200 ml.	\$0.39	COMERSAL
Pulpo a la Marinera 4 Onz	\$1.65	Arrocera San Francisco	Gelatina pequeña 12 gr. Unidad	\$0.31	COMERSAL
Mejillones en Escabeche 4 Onz	\$3.18	Arrocera San Francisco	Fresquitop tira de 25 Unidad	\$1.23	COMERSAL
Calamares en Trozo 4 Onz	\$1.68	Arrocera San Francisco	Miel Unidad 340 ml.	\$1.80	COMERSAL
Sal Atlántida Gruesa libra	\$0.14	Arrocera San Francisco			

**Tabla 17:** Precios línea de alimentos. Precios al 30 de abril de 2011.



### b. Línea de productos del Hogar

A continuación se presentan los productos necesarios para el funcionamiento del hogar.

LÍNEA DE PRODUCTOS DEL HOGAR		
Producto	Precio	Proveedor
Fósforos 10 cajitas	\$0.27	DIZAC
Papel Hig. Scoot 1000 hojas 12 x 4 rollos	\$2.02	Arrocera San Francisco
Papel Higiénico RINDEMAX 4X450 Hojas	\$1.75	Arrocera San Francisco
P. Higiénico Scott Mega Plus 4x450 hojas	\$1.63	Arrocera San Francisco
LAVAPLATOS LIMPIOX 90 GRS	\$0.15	La Fabril
LAVAPLATOS LIMPIOX 260 GRS	\$0.45	La Fabril
CREMA LAVAPLATOS LIMPIOX 250GRS	\$1.64	La Fabril
CREMA LAVAPLATOS LIMPIOX 450GRS	\$2.64	La Fabril
Detergente 5 kilos	\$10.14	Unilever
Jabón de lavar paquete 3 unidades	\$1.91	Unilever
Desinfectante Galón	\$3.98	DIZASA
Insecticida 400 ml.	\$2.43	DISZASA
Servilleta Regio Rectangular Amarilla 100 unid.	\$0.40	Arrocera San Francisco
Papel Aluminio 20 pies unidad	\$0.87	COMERSAL
Jabón Liquido Kimcare, 800 ml.	\$5.26	Arrocera San Francisco
Jabón Liquido Spray, 400 ml.	\$6.33	Arrocera San Francisco
Escoba Venecia, unidad	\$1.24	Arrocera San Francisco
Escoba Lola, unidad	\$1.87	Arrocera San Francisco
Escoba Súper Lola , unidad	\$1.68	Arrocera San Francisco
foco sylvania Ahorrador 11 w luz blanca 8000 h	\$3.32	Arrocera San Francisco
foco sylvania Ahorrador 20 w luz blanca 8000 h	\$3.32	Arrocera San Francisco
foco sylvania Ahorrador 15 w luz blanca 3000 h	\$2.19	Arrocera San Francisco
foco sylvania Ahorrador 20 w luz blanca 3000 h	\$2.19	Arrocera San Francisco
foco sylvania Ahorrador 25 w luz blanca 3000 h	\$2.19	Arrocera San Francisco
Bombillo Incandescente 60 W	\$0.34	Arrocera San Francisco
Bombillo Incandescente 100 W	\$0.34	Arrocera San Francisco

Tabla 18: Precios línea de hogar; precios al 30 de abril de 2011.



### c. Línea de productos Cuidado Personal

Aquí se incluyen los productos que todo individuo utiliza para uso personal.

LÍNEA DE PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL		
Producto	Precio	Proveedor
Crema dental	\$1.05	DISZASA
Jabón baño paquete 3 unidades	\$1.75	UNILEVER
Desodorante Rollon	\$2.88	DISZASA
Rasuradora paquete 3 U.	\$0.75	DISZASA
Toalla femenina paquete 10 U.	\$0.60	Arrocera San Francisco
Pañal Clásico Minipack /5 M	\$0.74	Arrocera San Francisco
Pañal Clásico Minipack /4 G / XG	\$0.74	Arrocera San Francisco
Champú para niños jhonson 100 ml.	\$1.60	COMERSAL
Jabón niño, jhonson paq. 3 unidades 150 gr.	\$1.13	COMERSAL
Aceitito para niños 100 ml.	\$1.47	COMERSAL
Pasta para zapatos shinola 1 gr.	\$0.24	COMERSAL
Pasta líquida	\$0.61	COMERSAL

**Tabla 19:** Precios línea de productos de Cuidado Personal; precios al 30 de abril de 2011.



#### **4. Proyección de la demanda**

##### **a. Demanda mensual**

Los datos arrojados por el estudio de mercado muestran que el número de trabajadores dispuestos a hacer uso de la despensa es de 100%, es decir, 2516, de ese modo todos los trabajadores son usuarios potenciales de la prestación.

Para iniciar las operaciones se pretende dar cobertura al 20%<sup>21</sup> de los trabajadores, posteriormente con el posicionamiento y crecimiento se incrementará el porcentaje de cobertura de la despensa año con año hasta alcanzar el 100%.

Por lo cual la demanda inicial se calcula de la siguiente manera:  $\text{Demanda inicial} = (2516) * (20\%) = 503$  trabajadores.

Habiendo obtenido el número de trabajadores que harán uso de los servicios de la despensa, se procede a calcular la cantidad de productos que estos demandaran mensualmente, en la tabla 18 se muestra un ejemplo del cálculo de estos.

De la misma forma que fueron calculados los cinco productos en la tabla 18, se aplicó para proyectar el consumo mensual de 29 productos más (Ver anexo 5); en orden de prioridad por selección de los trabajadores.

---

<sup>21</sup> Información proporcionada por el presidente de APTUES Lic. Gilberto Gutiérrez.



	N. trabajadores.	Fr	Consumo	Máximo Producto mes	Total	Fr	Consumo	Máximo Producto mes	Total	Total al mes
<b>Producto</b>	<b>De 1 a 2 bolsas de 5 lb.</b>					<b>De 3 a 4 bolsas de 5 lb.</b>				<b>Bolsas</b>
Arroz bolsa 5 lb.	503	71%	357	2	715	16%	81	4	322	1037
Azúcar bolsa 5 lb	503	66%	332	2	664	20%	101	4	403	1067
Frijoles bolsa 5 lb	503	49%	247	2	493	20%	101	4	403	896
<b>Producto</b>	<b>De 1 a 2 galones</b>					<b>De 3 a 4 galones</b>				<b>Galones</b>
Aceite galón	503	74%	372	2	745	6%	30	4	121	866
<b>Producto</b>	<b>De 1 a 2 Cartones</b>					<b>De 3 a 4 Cartones</b>				<b>Cartones</b>
Huevos cartón	503	64%	322	2	644	16%	81	4	322	966

Tabla 20: Calculo de demanda mensual

Los principales productos que mostró el estudio de mercado como los de mayor consumo o indispensables fueron seccionados en dos rangos de consumo; según las características inherentes a cada producto, como por ejemplo el arroz esta seccionado de (1-2) y de (3-4) bolsas, y el aceite (1-2) y de (3-4) galones, es decir, según la unidad de medida que cada producto utiliza.

De esta manera, el consumo total de cada producto es calculado de la siguiente manera; tomando como ejemplo el arroz:

$$\text{Consumo rango 1} = ((\# \text{ de trabajadores}) * (\text{Frecuencia})) * (\text{límite superior rango})$$

$$\text{Consumo rango 2} = ((\# \text{ de trabajadores}) * (\text{Frecuencia})) * (\text{límite superior rango})$$

$$\text{Consumo mensual} = \text{Consumo rango 1} + \text{Consumo rango 2}$$

Partiendo del cálculo anterior se obtiene la demanda mensual la cual se muestra en el Anexo 6.



**b. Demanda anual**

LÍNEA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
Producto	Demanda	Producto	Demanda
Arroz blanco bolsa 5 lb.	11403	Sal Atlántida Fina libra	2000
Azúcar bolsa 5 lb.	11735	Incaparina, 1 lb.	2000
Frijoles rojo bolsa 5 lb.	9853	Salsa p/espagueti, Del Monte 4 oz	2000
Aceite galón	9521	Leche Rio Grande Bolsa de 400 grs	2000
Huevos cartón	10628	Horchata con Leche 12 onz	2000
Café bolsa libra	3100	Cebada 12 onz	2000
Café bote 150 gr.	3100	Súper Horchata 12 onz	2000
Café dispensador 40 sobres	2214	Cebada con leche 12 onz.	2000
Mayonesa frasco 200g	7085	Codos Milano 200 grs. (25.55 lb.)	2000
Pasta comestible espagueti 200 gr.	10129	Caracolitos. 200 grs. (24.67 lbs)	2000
Atún lata 160 gr. Vegetales	13063	Tornillo 200 grs. (15.42 lbs)	2000
Salsa de tomate 680 gr.	5092	Lasaña Canalizada 300 grs. (15.86 lbs)	2000
Cubitos caja 50 U.	4871	Canelón 200 grs. (9.69 de libra)	2000
Queso libra	8469	MASECA libra	2000
Consomé Tira 12 U.	4539	Frijoles Refritos Doy Pack 227 grs.	2000
Avena bolsa 400gr	3875	Frijoles Refritos Doy Pack 800 grs.	2000
Galletas paquete 8 U.	4317	Casamiento 500 grs.	2000
Sardina paquete 3 U.	3875	Fríjol Salcochado 700 grs.	2000
Mostaza bote 222 gr.	3321	Bombón Surtido 25 unidades	2000
Yogurt Unidad. 150 gr.	8303	Jamón del Diablo 4.25 Onz	2000
Arroz de 5 libras precocido	2000	Bebida Hidratante Red Bull 250 ml	2000
Frijol Negro 5 lbs.	2000	Leche Silk Soymilk N. V. Vainilla 8.25 oz (244 ml)	2000
Maíz en grano 15 onz	2000	Silk Leche de Soya Liquida Sin Azúcar 946 ml.	2000
Guisantes 8.5 onz	2000	Leche en polvo 2 pinos 120 gr.	2000
Vegetales Mixtos 14.9 onz	2000	Leche en polvo 2 pinos 350 gr.	2000
Garbanzos 15 onz	2000	CHOCO KRISPIS BOLSA 150GR	2000
Aceituna negra 6 onz Bote	2000	Choco Zucaritas 310gr	2000
Vino Rojo de cocina 25.4 onz	2000	CHOCO ZUCARITAS SACHETS 30GR	2000
Aceite de Oliva Goya, 8.5 onz.	2000	Corn Flakes 200gr	2000
Sazón completa 12 onz	2000	Corn Flakes 600gr	2000
Sazón completa 793 grs.	2000	Froot Loops Sachets 25gr	2000
Pimienta Negra 7 onz	2000	ZUCARITAS BOLSA 150GR	2000
Comino Molido 7 onz	2000	Choco Krispis 320gr	2000
Cebolla en Polvo 7 onz	2000	CHILE JALAPEÑO MALHER	2000
Orégano Entero 3 onz	2000	Refrescos yus docena	2000
Ajo en Polvo 7 onz	2000	Jugo del monte unidad 200 ml.	2000
Pulpo al Ajillo 4 Onz	2000	Jugo del monte Lata 200 ml.	2000
Pulpo a la Marinera 4 Onz	2000	Gelatina pequeña 12 gr. Unidad	2000
Mejillones en Escabeche 4 Onz	2000	Fresquitop tira de 25 Unidad	2000
Calamares en Trozo en su tinta 4 Onz	2000	Miel Unidad 340 ml.	2000
Sal Atlántida Gruesa libra	2000		

**Tabla 21:** Demanda Anual línea de productos alimenticios.



La demanda anual de los productos alimenticios que se muestran en la tabla anterior; se dedujo en base a la demanda mensual de productos de la tabla 18 y del anexo 5; los cuales son de prioridad para los trabajadores según el estudio de mercado; y se calculó multiplicando demanda mensual por los 11 meses de funcionamiento que tendrá la despensa en el año, además los productos que según el estudio tienen una rotación menor fueron proyectados con una cantidad fija de 2000 unidades anuales<sup>22</sup>.

LÍNEA DE PRODUCTOS DEL HOGAR			
Producto	Demanda	Producto	Demanda
Fósforos 10 cajitas	3819	Papel Aluminio 20 pies unidad	100
Papel Hig. Scoot 1000 hojas 12 x 4 rollos	3487	Jabón Liquido Kimcare, 800 ml.	1000
Papel Higiénico RINDEMAX 4X450 Hojas	3487	Jabón Liquido Spray, 400 ml.	1000
P. Higiénico Scott Mega Plus 4x450 hojas	3487	Escoba Venecia, unidad	250
LAVAPLATOS LIMPIOX 90 GRS	1716	Escoba Lola, unidad	250
LAVAPLATOS LIMPIOX 260 GRS	1716	Escoba Súper Lola , unidad	250
CREMA LAVAPLATOS LIMPIOX 250GRS	1716	foco sylvania Ahorrador 11 w luz blanca 8000 h	100
CREMA LAVAPLATOS LIMPIOX 450GRS	1716	foco sylvania Ahorrador 20 w luz blanca 8000 h	100
Detergente 5 kilos	5757	foco sylvania Ahorrador 15 w luz blanca 3000 h	100
Jabón de lavar paquete 3 unidades	6753	foco sylvania Ahorrador 20 w luz blanca 3000 h	100
Desinfectante Galón	2322	foco sylvania Ahorrador 25 w luz blanca 3000 h	100
Insecticida 400 ml.	3210	Bombillo Incandescente 60 W	100
Servilleta Regio Rectangular Amarilla 100 u.	1000	Bombillo Incandescente 100 W	100

**Tabla 22:** Demanda Anual línea de productos del hogar.

La línea de productos de hogar anterior, se proyecto en base al mismo criterio que los productos alimenticios, y para los de menor rotación una cuota fija con el objetivo que exista una rotación óptima de productos en existencia.

<sup>22</sup> Criterio utilizado por grupo de trabajo.



LÍNEA DE PRODUCTOS CUIDADO PERSONAL	
Producto	Demanda
Crema dental	9299
Jabón baño paquete 3 unidades	8414
Desodorante Rollon	4317
Rasuradora paquete 3 U.	4096
Toalla femenina paquete 10 U.	3543
Pañal Clasico Minipack /5 M	1000
Pañal Clasico Minipack /4 G / XG	1000
Shampoo para niños jhonson 100 ml.	1000
Jabón niño, jhonson paq. 3 unidades 150 gr.	1000
Aceitito para niños 100 ml.	200
Pasta para zapatos shinola 1 gr.	100
Pasta líquida	100

**Tabla 23:** Demanda Anual línea de productos del hogar

La proyección de la línea de productos de cuidado personal se realizó haciendo uso de los datos arrojados por el estudio de mercado en el caso de los productos que adquieren con mayor frecuencia los trabajadores, en el caso de los productos de menor frecuencia de compra se estimó un promedio de 1000 y 100, dependiendo del producto que se esté considerando.

## 5. Comercialización

La comercialización será directa al consumidor final, es decir, el canal de distribución que se utilizará será de distribuidor a consumidor que para este caso serían los trabajadores.



## 6. Proveedores

Los principales proveedores de los cuales se tiene un registro para facilitar las actividades operativas, cuando la despensa esté en funcionamiento son los siguientes.

PROVEEDOR	DIRECCION	TELEFONO
Arrocera San Francisco	Carret. a Comalapa km. 9.5 San Marcos	2213-1111
La Fabril de aceites	Blvd. del ejército nacional Km. 5.5 N. 5,500 Soyapango	2251-8888
La Nueva Avícola	Calle 5 de Noviembre N. 326, San Salvador	2226-5050
DISZASA	17 Avenida Sur y 14 calle oriente, Carr. al Puerto de La Libertad	2525 1111
Robertoni	33 Calle Oriente #326 Colonia La Rábida San Salvador	2225-1620
UNILEVER	Blvd. Del ejército nacional Km. 3.5 San Salvador	2277-0012
Petacones	Avenida Irazú 143, Colonia Costa Rica, San Salvador	2270-8545
Distribuidora Nacional S.A de C.V. (DISNA)	Carret. Al Puerto de La Libertad Km 11 1/2 Santa Tecla, La Libertad	2525-8222
Galletas Chocorisa	Carrt Antga a Sta Ana Km 34 1/2, Ciudad Arce	2345-7455
COMERSAL	Carret. Al Puerto de La Libertad Km. 10	2278-1111
DIZAC	Zona Industrial Plan de la laguna, Antiguo Cuscatlán Bl B 15	2243-3820

**Tabla 24:** Principales Proveedores.



## 7. Logo y slogan de la Despensa Universitaria

### a. Logo



Figura 4. Logo Despensa Universitaria

El logo oficial de la despensa contiene dentro de un rectángulo los elementos principales para que las personas puedan identificarlo, primero se presentan las iniciales de la despensa, que abrevian el nombre de la misma, luego aparece una carretilla llena de productos que representan el abastecimiento que cada cliente podrá obtener, y ambas representan el profesionalismo de quienes se encargan de la prestación del servicio, contiene los colores rojo y blanco siendo también los de la Universidad, además incluye el nombre de la despensa para que sea identificada por las personas y clientes potenciales.



### b. Slogan

"El placer de comprar al mejor precio"

**"El placer de comprar al mejor precio"**

El slogan propuesto para la despensa universitaria trata de promover el ahorro, para que las personas sepan que pueden comprar a un mejor precio en relación a la competencia.

### c. Logo con Slogan



**Figura 5:** Logo con Slogan Despensa Universitaria

El logo con el eslogan servirán para vender la idea que en la despensa universitaria podrán comprar mucho con un mejor precio de mercado.



#### **d. Plan de promoción**

Se implementarán actividades de promoción para dar a conocer la despensa a muchas más personas, para eso se realizará lo siguiente:

- ☆ Elaborar hojas volantes para dar a conocer la despensa a los posibles clientes. Se recomienda distribuir las hojas en el interior de la UES.
- ☆ Elaboración de banners publicitarios para dar a conocer la despensa.
- ☆ Elaboración de tarjetas de presentación para promocionar la despensa en el mercado meta.
- ☆ Stikers se les regalarán a los clientes para que los peguen en el lugar u objeto que estimen conveniente para que puedan generar publicidad.

### **B. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **1. Análisis de la ubicación de la despensa**

De acuerdo al estudio de mercado realizado el Campus Central es el lugar idóneo para ubicar la despensa, esto de acuerdo a los gustos y preferencias de los usuarios. En relación a la accesibilidad de los proveedores se visualiza que la zona tiene grandes ventajas en este sentido, por lo que la UES es un lugar privilegiado para implementar una despensa de consumo familiar. (Ver Anexo 3, pregunta 6 y 7)



## 2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto está determinado por ciertos factores muy importantes y de gran influencia en este como por ejemplo la demanda de productos que existe, la capacidad del local, el número de empleados. Etc.

### a. Determinación de la capacidad de atención

La despensa funcionará en un horario de atención a los usuarios de 9:00 am a 6:00 pm (Ver anexo 3, pregunta 5) de Lunes a Viernes, sin cerrar a mediodía, el día sábado se atenderá de 9:00 am a las 2:00 pm sin cerrar al mediodía.

A continuación se muestra el cálculo de las atenciones que se tendrán en la despensa.

Días	Horario	Horas	Minutos	Minutos por atención	Atenciones por día
L-V	De 9-12	3	180	15	12
L-V	De 12-1	1	60	20	3
L-V	De 1-2	1	60	20	3
L-V	De 2-6	4	240	15	16
Total					34

**Tabla 25:** Atenciones diarias de la Despensa de Lunes a viernes

Días	Horario	Horas	Minutos	Minutos por atención	Atenciones por día
Sábado	De 9-12	3	180	15	12
	De 12-1	1	60	20	3
	De 1-2	1	60	20	3
Total					18

**Tabla 25.1:** Atenciones de la Despensa día Sábado





Días	Atenciones diarias	Días a la semana	Atenciones semanales	Semanas al año	Atenciones al año
L-V	34	5	170	48	8160
Sábado	18	1	18	48	864
Total	52	6	188		9024

**Tabla 25.2:** Atenciones anuales de la Despensa

El número de atenciones programadas para un año de la despensa será de 9,024 lo cual indica que satisface la demanda exigida por los usuarios de la despensa.

#### **b. Límite máximo de venta de productos**

La despensa tendrá dos formas de realizar las ventas las cuales son:

- Crédito
- Contado

Para ambas formas se tendrá un monto máximo de \$150.00 cada una las cuales los trabajadores podrán hacer uso a su conveniencia, esto para efectos de evitar la reventa de los productos adquiridos en la despensa.

Cuando los usuarios pasen su límite de compras al crédito podrán hacer uso del contado, también pueden presentar por escrito hacer uso de ambas formas al contado, es decir podrán hacer uso los \$150.00 al crédito en modalidad de contado. No habiendo ninguna forma de hacer lo contrario.

La forma al crédito será descontado por planilla al usuario el mes siguiente a la fecha que adquirió las compras.



### **3. Localización del proyecto**

#### **a. Macrolocalización**

El lugar idóneo para la ubicación de la despensa según el criterio basado en la opinión de los trabajadores es dentro de la UES como lo muestra el estudio de mercado con un porcentaje del 89% (Ver anexo 3, preg. 6) lo cual es la mayoría de trabajadores, además de ser un criterio de preferencia por los trabajadores se considera que esta es una buena opción por la accesibilidad que generaría a los trabajadores para adquirir los productos.

Por otro lado el recinto universitario cuenta con adecuadas vías de acceso que facilitarán el abastecimiento y el transporte de los productos que se dispensarán. Además se cuenta con los suministros básicos necesarios como energía eléctrica y agua potable, esto permitirá que la infraestructura física tenga lo necesario para la despensa.

#### **b. Microlocalización**

Para obtener el lugar idóneo donde operará la despensa; a continuación se evalúan las dos alternativas a través del método de ponderación de factores.

Los factores que influyen en la ubicación son:

- Infraestructura
- Incertidumbre
- Accesibilidad
- Mercado consumidor



Luego los factores se ponderan en orden de importancia

- Infraestructura 30%
- Incertidumbre 30%
- Accesibilidad 20%
- Mercado consumidor 20%

Factores \ Alternativa	Local en bóveda			Local cerca de Oficinas Central		
	Nota	Peso	Nota ponderada	Nota	Peso	Nota Ponderada
Infraestructura	5	30%	1.5	8	30%	2.4
Incertidumbre	6	30%	1.8	8	30%	2.4
Accesibilidad	7	20%	1.4	9	20%	1.8
Mercado consumidor	7	20%	1.4	9	20%	1.8
Total		100%	6.1		100%	8.4

**Tabla 26:** Ponderación de factores para la Microlocalización

Como se muestra en el cuadro anterior al realizar la evaluación de las alternativas de ubicación del local de la despensa, a través del método de ponderación de factores se obtiene un mayor puntaje el local ubicado cerca de oficinas central, además que se encuentra en un lugar céntrico y cercano a todas las facultades, lo que facilitará a los usuarios trasladarse al lugar y satisfacer así las expectativas de compra de los productos.

La despensa estará ubicada cerca de oficinas centrales.

Esta ubicación se determinó de acuerdo a la investigación de campo realizada (ver anexo3, preg.7), donde los trabajadores prefieren la ubicación de la despensa en las



---

cercanías de oficinas centrales, por ser este un lugar accesible para ellos.

Se planea que la despensa esté ubicada en un local existente pero subutilizado; el local apropiado que se visualiza es el de una bodega actualmente contiguo a la Secretaria de arte y cultura, no obstante, los miembros de APTUES conciben como un lugar idóneo, la bóveda que será construida en un futuro, pero aun se encuentra a nivel de proyecto en Desarrollo Físico<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Información proporcionada por Ing. Pedro Federico Jaco; jefe unidad de Desarrollo Físico UES.



### c. Ubicación geográfica del proyecto<sup>24</sup>



Figura 6: Ubicación Despensa

<sup>24</sup> Imagen extraída de: <http://www.maplandia.com/el-salvador/san-salvador/san-martin>



### 4. Ingeniería del proyecto

#### a. Flujoograma de cotización de precios (Anexo 7)

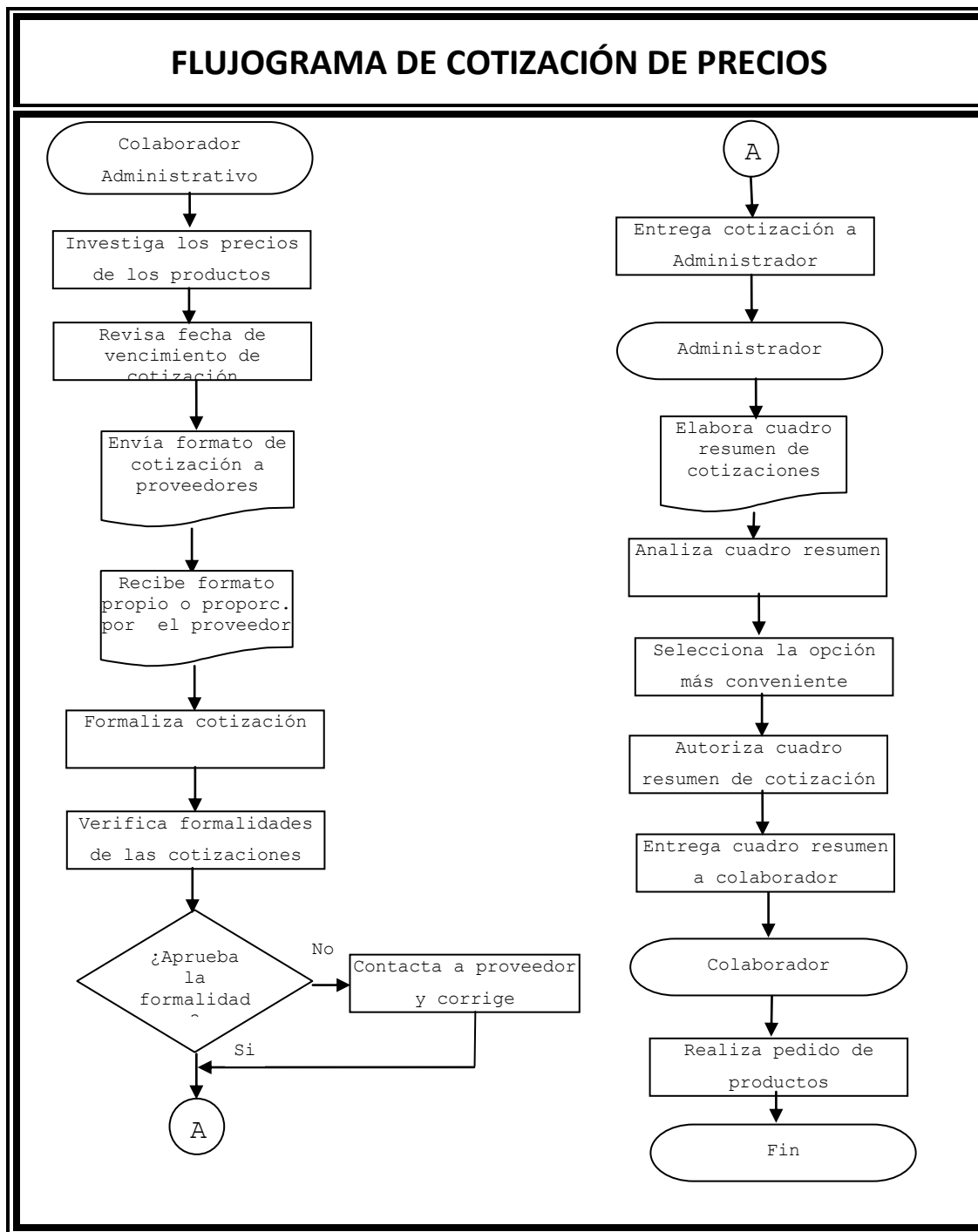


Tabla 27: Flujoograma de cotización de precios de productos



## b. Flujograma de adquisición de productos

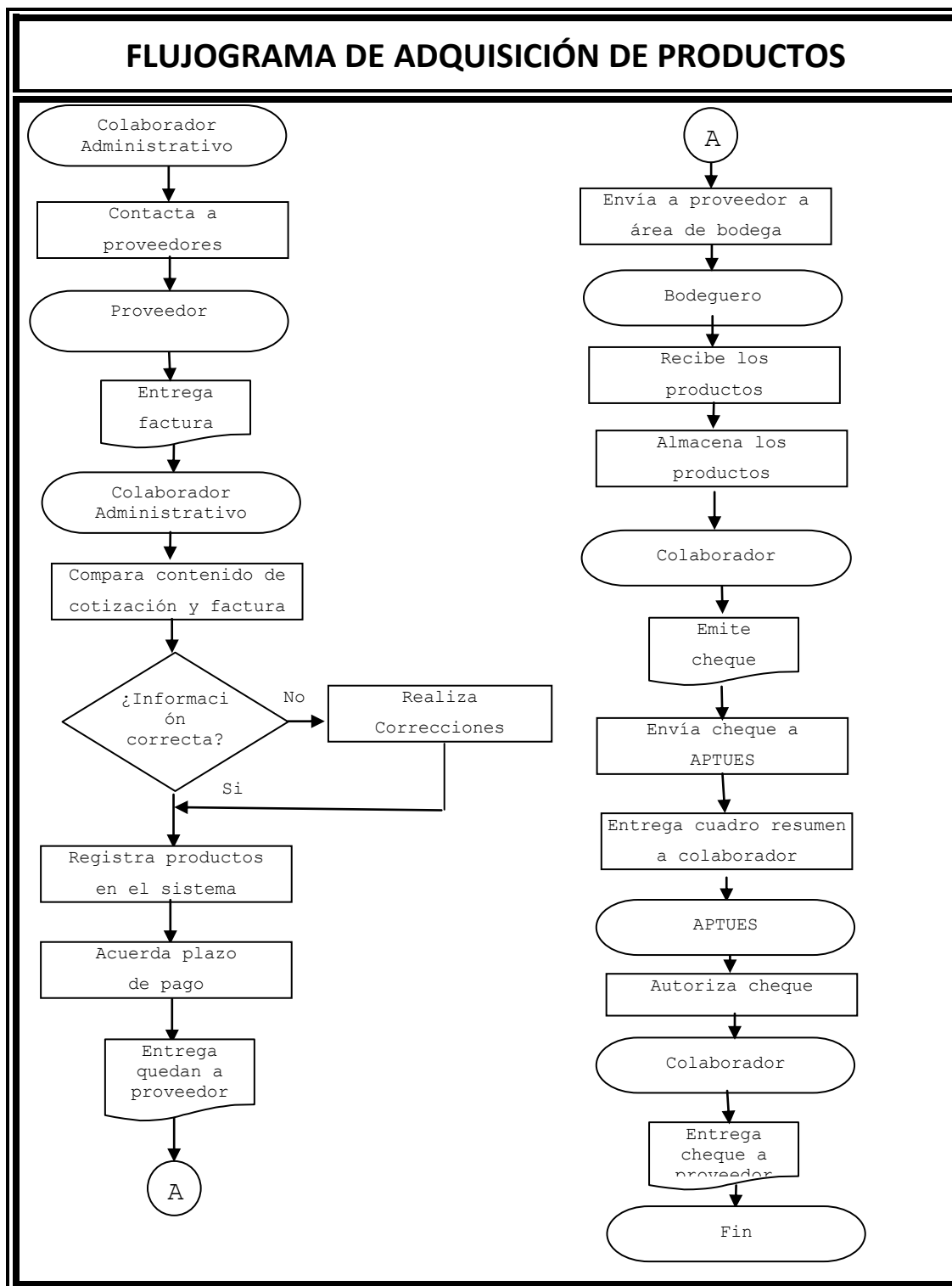


Tabla 27.1: Flujograma de adquisición de productos



## c. Flujograma de venta de productos al contado

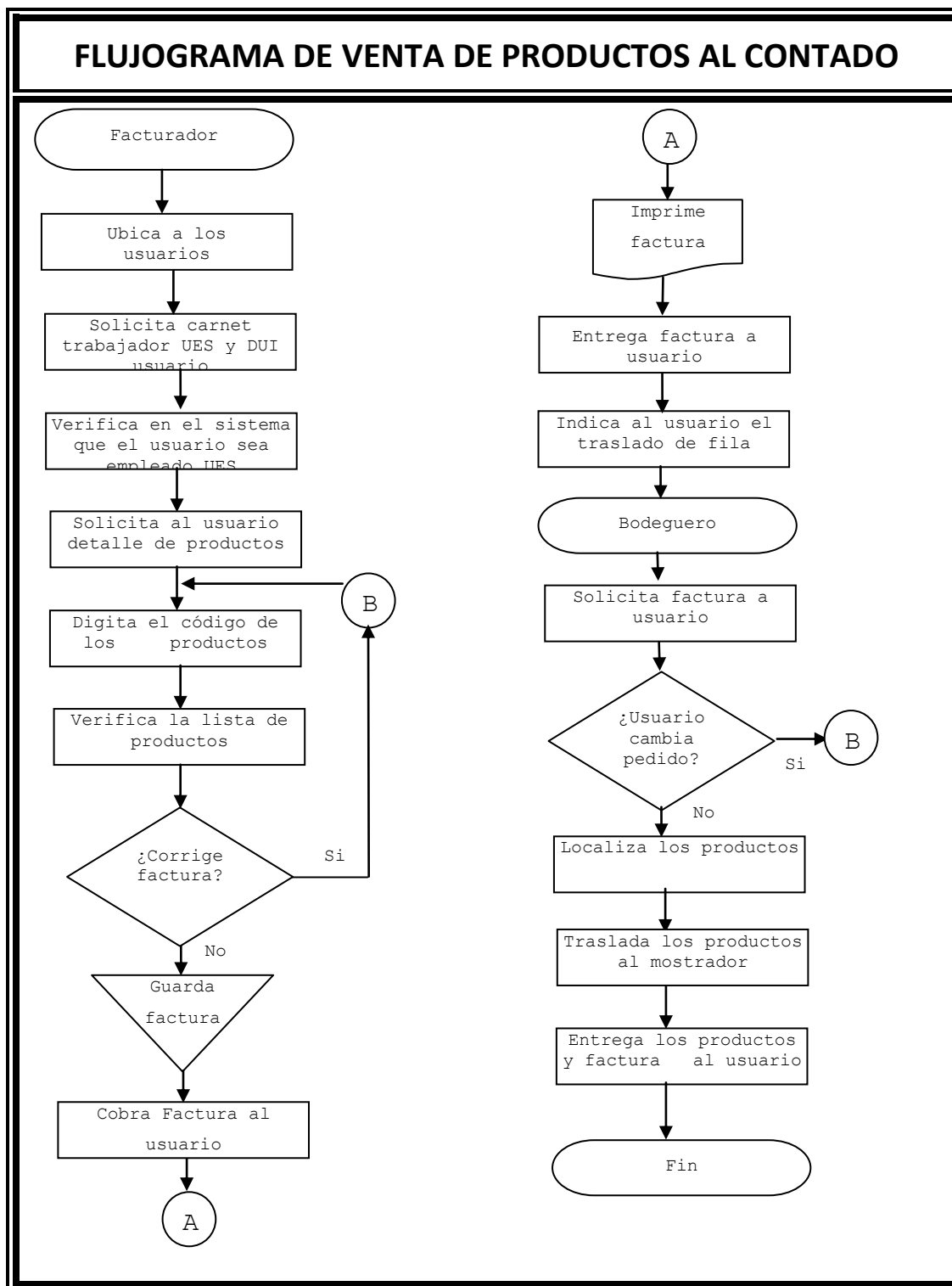


Tabla 27.2: Flujograma de venta de productos al contado





## d. Flujograma de venta de productos al crédito

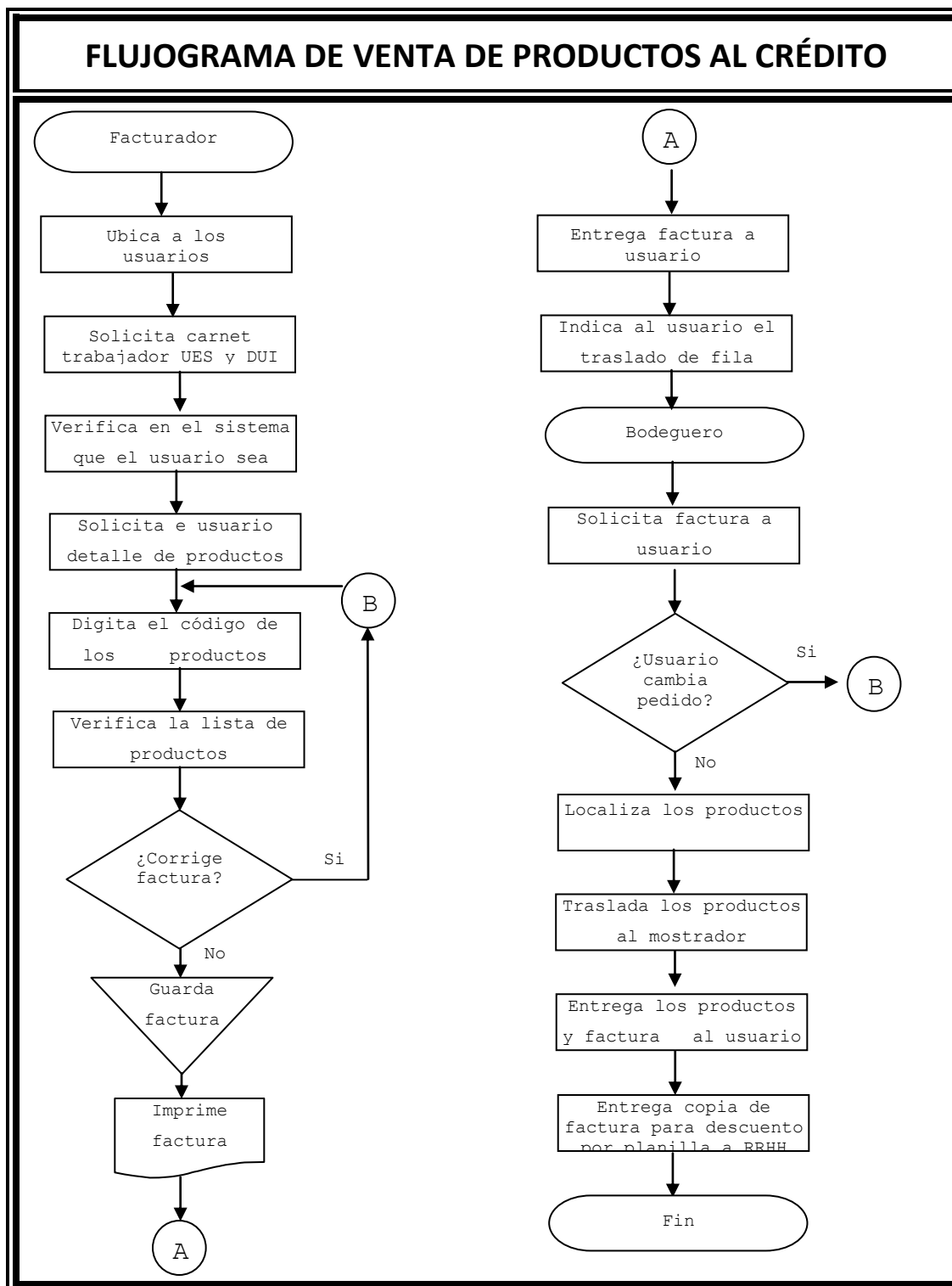


Tabla 27.3: Flujograma de venta de productos al crédito.



### e. Requerimiento de agua, energía eléctrica

#### i. Requerimiento de agua

Para calcular la cantidad de agua utilizada por el personal se debe considerar.

- Cantidad de agua utilizada por persona para el uso del sanitario: = 12 lit.
- Cantidad de agua utilizada por persona para lavarse las manos. = 0.8 lit.<sup>25</sup>
- Número de veces por persona que se lava las manos 10 veces.
- Número de veces por persona que hace uso del servicio sanitario 5 veces.

Actividad	Cantidad de personal	Consumo de agua Lit.	Veces que se utiliza agua por día	Total litros diarios	Divisor equivalencia mt. cúbicos	Total mt. Cúbicos
Servicio sanitario	5	12	5	300	1000	0.3
Lavar manos	5	0.8	10	40	1000	0.04

Tabla 28: Cálculo m<sup>3</sup> de agua potable diario

<sup>25</sup> Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de proyectos. Balbino Cañas. Pág. 1



Actividad	Total m <sup>3</sup> diarios	Días hábiles mes	Total de m <sup>3</sup> mensuales	Costo por m <sup>3</sup>	Costo total agua por mes
Servicio sanitario	0.3	26	7.8	\$0.21	\$1.64
Lavar manos	0.04	26	1.04	\$0.21	\$0.22
<b>Total</b>			<b>8.84</b>		<b>\$1.86</b>

**Tabla 28.1:** Cálculo costo agua potable por mes

Dado que existe un pago mínimo por el consumo mensual de 0 a 10m<sup>3</sup>. La cantidad a cancelar mensualmente sería de \$2.29 por el servicio de agua potable.

#### **ii. Requerimiento de energía eléctrica**

Para el cálculo de la energía utilizada en el local se debe considerar.

- El número de lámparas necesarias para iluminar el local: las cuales son 8 de 40w. es decir 0.04kw.
- El refrigerador a utilizar para el producto: el cual consume 0.35kw/h.<sup>26</sup>
- 2 computadoras con un consumo de 0.2kw/h.
- El costo de la energía eléctrica es de: los primeros 99 kw/h \$0.149, los próximos 100kw/h \$0.148 y los restantes a \$0.147.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Guía de consumo y facturación del energía extraído de: <http://intranet.minem.gob.pe/AppWeb/DGE/CalculoConsumo>



Aparato	Cantidad	kw/h	Cantidad de horas en uso en el día	Total consumo diario
Computadora	2	0.2	9	3.60
Iluminación	8	0.04	9	2.88
Refrigerador	1	0.35	9	3.15

Tabla 29: consumo kw/h por aparato eléctrico

Aparato	Total consumo diario	Días hábiles mes	Total consumo mensual kw
Computadora	3.6	26	93.60
Iluminación	2.88	26	74.88
Refrigerador	3.15	30	94.50
Total			262.98

Tabla 30: consumo mensual kw/h

Consumo mensual 262.98 kw/h

	Costo por kw	Cantidad kw	Total a pagar
Costo primeros 99 kw	\$0.149	99	\$14.75
Costo próximos 100 kw	\$0.148	100	\$14.80
Consumo restantes	\$0.147	62.98	\$9.26
Total a pagar			\$38.81

Tabla 31: costo energía por rangos. Y total a pagar por la energía eléctrica

<sup>27</sup> Alza del 8% a la electricidad extraído de:  
<http://www.elmundo.com.sv/economia/5788-entra-en-vigencia-alza-del-8-en-electricidad.html>



## **f. Requerimiento de espacio**

En cada una de las áreas necesarias para el funcionamiento de la despensa de consumo familiar, es decir, el área de oficinas, ventas, bodegas, y servicio sanitario se consideran los espacios utilizados por mobiliario y equipo que habrá en cada uno de estos. (Ver figura 9)

### **i. Área de oficinas**

El espacio a utilizar en la oficina fue el espacio promedio que se utiliza en una oficina por trabajador el cual es de  $13 \text{ m}^2$  a  $14 \text{ m}^2$ <sup>28</sup>. Por lo tanto el área que se utilizará en la despensa será de:  $4\text{m} \times 3.5\text{m} = 14\text{m}^2$ .

### **ii. Área de ventas**

Esta área por ser la prioritaria se destinará un espacio mayor que las otras áreas tendrá un espacio total de  $7.95\text{m} \times 7.925\text{m} = 63\text{m}^2$  por ubicar en esta área toda la logística de ventas, sillas de espera, estantes etc.

### **iii. Área de bodegas**

El área de bodegas requiere de suficiente espacio dado que es donde se almacenarán una gran cantidad de productos y será la que provea los suministros del área de ventas por lo tanto el espacio que utilizará será de:  $47.75\text{m}^2$ .

---

<sup>28</sup> **Estrategias de gestión y diseño de espacio de oficinas extraído de:**  
<http://www.elmundo.es/suvienda/2002/245/1016785635.html>



#### iv. Área de servicio sanitario

Este espacio es de menores dimensiones dado que solo es una persona a la vez que puede utilizarlo, por lo tanto el área destinada a los servicios sanitarios es de 3.8 m<sup>2</sup>.

#### v. Pasillo

El pasillo tiene 7 m<sup>2</sup>. Y servirá para trasladarse del área de ventas hasta la oficina, servicio sanitario y bodega.

#### g. Distribución de la despensa

Una vez teniendo los espacios físicos disponibles se procede a realizar un resumen de todo el espacio que se necesita dado que el área de la despensa será de 135.5 m<sup>2</sup>. (7.95m.x 17.05).

Actividad	Requerimiento m <sup>2</sup>
Espacio oficina	14
Servicio Sanitario	3.8
Bodega	47.75
Ventas	63
Pasillo	7
<b>Total</b>	<b>135.5</b>

**Tabla 32:** Distribución área en m<sup>2</sup>.

Por lo cual la distribución de la planta queda como se ilustra en la figura 7:

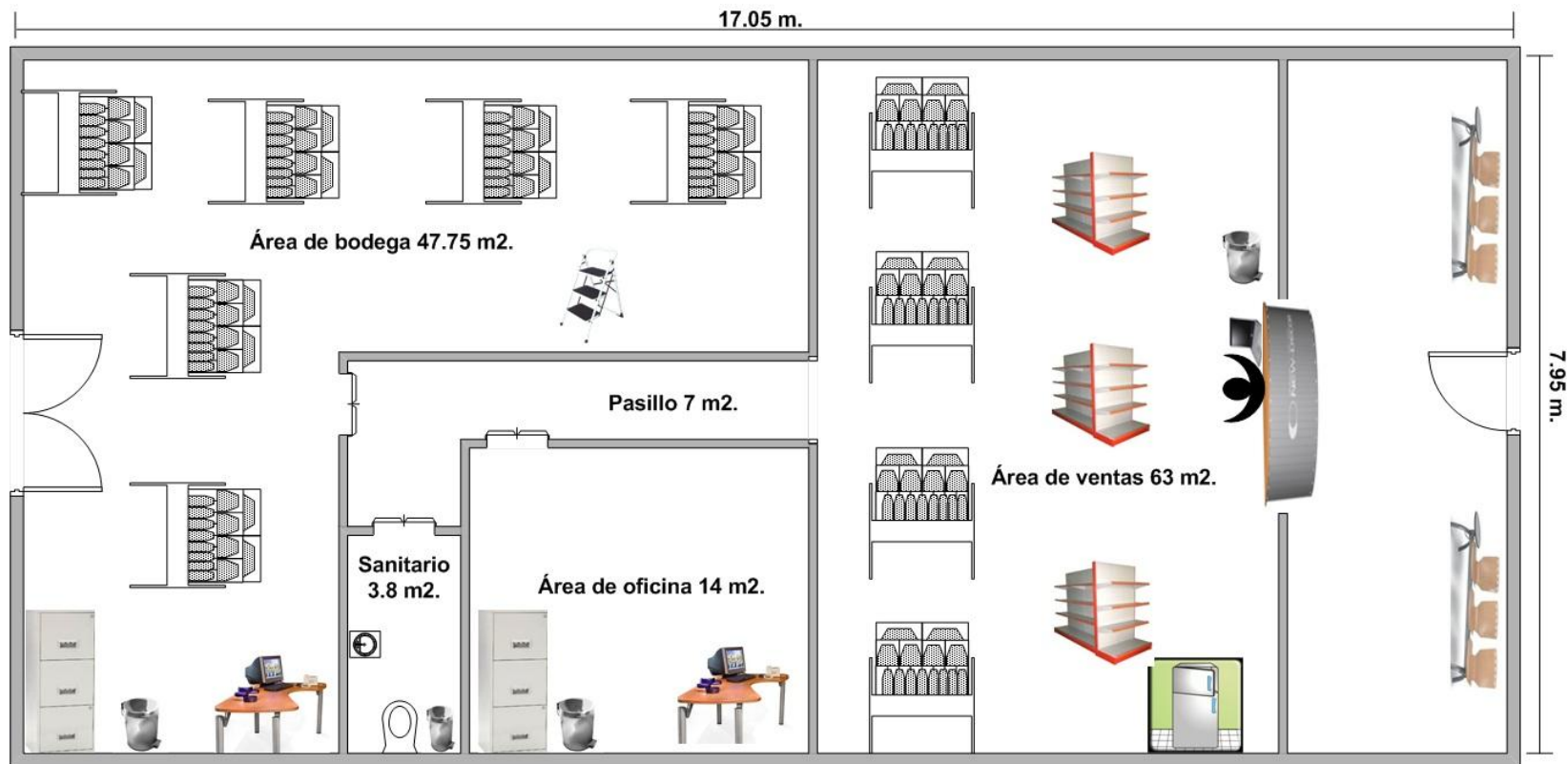


Figura 7: Distribución de la Despensa



### **h. Requerimiento de mobiliario y equipo**

Para el funcionamiento de cada una de las áreas de la despena se necesita de cierto equipo idóneo el cual se detalla continuación (Ver Anexo 8):

#### **i. Área de oficina**

El mobiliario y equipo necesario para el funcionamiento del área es el siguiente:

- 1 Escritorios
- 1 Computadora con su respectivo mueble
- 1 Impresor
- 2 Sillas operativas
- 1 Archivos
- Software de programa computacional
- Cámaras de seguridad
- grabador 4 canales
- 1 Teléfono
- 1 depósito de basura
- 1 Ventilador
- 3 Lámparas de 2 tubos





## ii. Área de ventas

El equipo necesario para el funcionamiento del área de ventas es el siguiente:

- 1 Mostrador
- 6 Sillas de espera
- 2 Sillas operativas
- 1 Computadora
- 1 Lector de barra
- 1 Impresor
- 4 Estantes
- 3 góndolas
- 1 refrigerador
- 1 Caja registradora.
- 1 ventilador
- 1 Depósito de basura
- 3 Lámparas de 2 tubos

Para el inicio de operaciones se considera conveniente el uso de 5 estantes 3 góndolas y un refrigerador, pues serán los proveedores quienes se encargarán de proporcionar el mobiliario como es costumbre cuando se trabaja con algún proveedor.



---

### **iii. Área de bodega**

El área de bodegas necesita el siguiente equipo.

- 1 Escritorio
- 2 Sillas operativas
- 1 Contómetro
- 6 Estantes
- 1 Archivo
- 1 depósito de basura
- 1 Escalera pequeña
- 1 Ventilador
- 1 Lámpara de 2 tubos

### **iv. Área de servicio sanitario**

- 1 Inodoro
- 1 Lavamanos
- 1 Espejo
- 1 Depósito de basura.
- 1 Lámpara de 2 tubos



---

## C. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

### 1. Planeación

Para que la despensa Universitaria, pueda funcionar eficientemente se necesita saber ¿qué se va hacer?, ¿cómo se va hacer?, ¿para quién se va hacer? y ¿porque se va a hacer?, con esta premisa se hace necesario desarrollar ciertos aspectos de la planeación, como son:

#### a. Misión

Que identifique el propósito de la organización.

La propuesta de la Misión es la siguiente:

*“Satisfacer a los clientes, ofreciéndoles siempre productos frescos y de la mejor calidad, contribuyendo así al bienestar de las familias de los trabajadores de la Universidad de El Salvador”*

#### b. Visión

Se debe identificar hacia dónde va la empresa.

La propuesta de la Visión es la siguiente:

*“Ser la despensa más eficiente a nivel institucional logrando la distinción tanto de clientes como de proveedores y competidores. Mantener y aumentar, las ventas y el número de clientes, año a año”*



### c. Objetivos

Una vez identificada la visión y misión, se deben establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados.

La propuesta de los Objetivos es la siguiente:

- *Ofrecer productos a precios competitivos en el mercado.*
- *Honestidad en el negocio hacia los clientes logrando una actitud de servicio que consiga la fidelidad y confianza de los clientes.*
- *Operar la empresa, respetando la calidad y dignidad humana tanto de los empleados como de los clientes.*
- *Fomentar la participación de nuestros clientes en la plantación y diseño de las estrategias para lograr un alto grado de satisfacción.*

### d. Valores

Los valores propuestos de la despensa son los siguientes:

- *Transparencia*
- *Respeto por la persona*
- *Búsqueda de la excelencia*
- *Responsabilidad*
- *Ayuda mutua*
- *solidaridad*



---

### **e. Políticas**

- Garantizar la satisfacción del cliente mediante la prestación de productos de calidad.
- Promover el desarrollo del talento humano para asegurar el cumplimiento de los objetivos de la despena.
- Desarrollar relaciones mutuamente benéficas con los proveedores, garantizando la calidad y oportunidad de productos y servicios.

#### **i. Políticas Administrativas**

- Planificar año con año las actividades administrativas a desarrollar.
- Realizar descuentos por planilla a los trabajadores, hasta un plazo máximo de dos meses.
- Revisar el inventario por lo menos una vez al mes.

#### **ii. Políticas Financieras**

- Realizar las compras evaluando por lo menos dos cotizaciones.
- Gestionar los créditos para compra con periodos de largo plazo.
- El límite máximo para ventas a créditos es de \$150.00.



---

**f. Estrategias para el posicionamiento de la despensa Universitaria.**

- Conocer la opinión de los usuarios acerca del servicio que brinda la Despensa mediante un buzón de sugerencias.
- Desarrollar actividades de promoción que incluyan muestras gratuitas y ofertas de productos para ponerlos al alcance de los clientes potenciales.
- Elaborar carteleras informativas en las cuales se den a conocer las especificaciones de los productos y las actividades de promoción a realizar por la Despensa.
- Realizar ventas tanto al crédito como en efectivo con el fin de atraer a los usuarios que prefieren adquirir sus productos bajo ambas modalidades de pago.
- Ampliar la variedad de marcas y presentaciones de los productos.



## 2. Organización de la empresa

La estructura organizativa propuesta para la despensa estará orientada a la dispensación de productos de la canasta básica; además dependerá jerárquicamente de APTUES, la cual controlará sus actividades.

Al organigrama actual que posee APTUES es necesario agregarle un área adicional llamada prestaciones y que de esta dependa la Despensa Universitaria, con el objetivo de que se vea que la despensa depende de la administración de la asociación.

Por lo que a continuación se muestra el diagrama maestro que se propone a APTUES:

### i. Organigrama propuesto APTUES

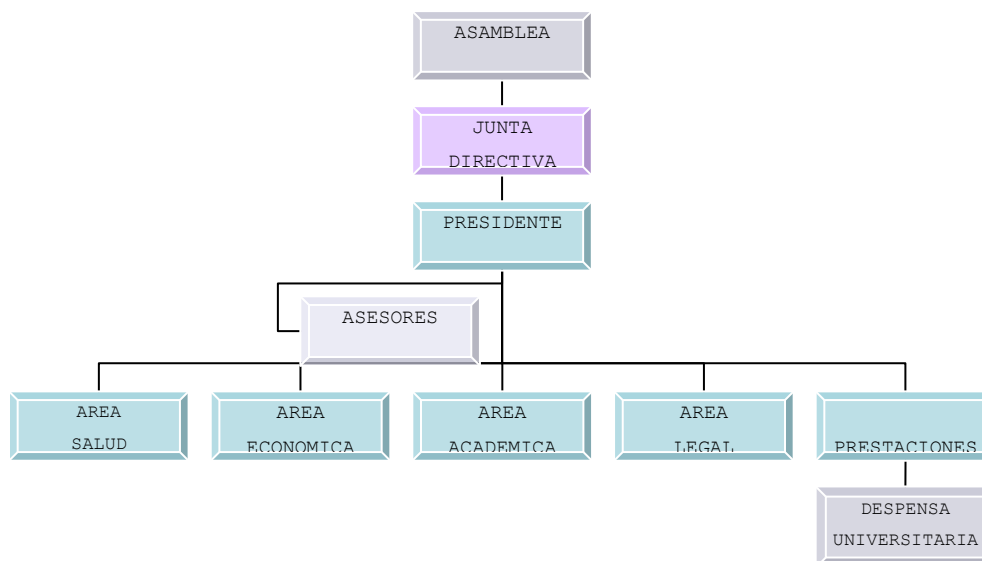


Figura 8: Estructura organizativa propuesta



## ii. Organigrama propuesto Despensa Universitaria

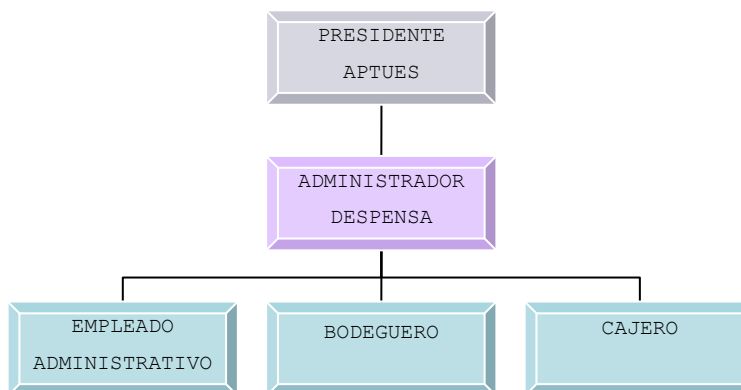


Figura 9: Estructura organizativa propuesta Despensa

El organigrama que se observa es el suplementario de la estructura organizacional, el manual de puestos se puede ver en el Anexo 9.

**Administrador:** es la persona encargada de la despensa, de sus operaciones y sus actividades generales además de llevar el control de la asistencia y responsabilidad de sus subalternos.

**Empleado administrativo:** es la persona que complementa las actividades del administrador, además de llevar el control de todos los trámites administrativos y contables.

**Bodeguero:** es el encargado de abastecer la bodega y sala de ventas eficientemente, de verificar que los productos no se encuentren vencidos y además es el colaborador del cajero quien lleva los productos desde los estantes hasta el mostrador.

**Cajero:** encargado de recibir los pedidos y cobrar.





### 3. Aspectos Legales

Nº	REQUISITOS	LUGAR	LEYES Y ARTICULOS RELACIONADOS
1	Elaboración de escritura pública de constitución	Ante notario publico	Art. 22 Código de Comercio
2	Registro de documentos constitutivo de la despesa y demás documentos mercantiles	Centro Nacional de Registros	Art. 25 Código de Comercio Art. 13 de Ley de Registro de Comercio
3	<ul style="list-style-type: none"><li>• Obtener un número de identificación</li><li>• Tributaria (NIT) Obtener Número de Registro de Contribuyente (NRC)</li><li>• Solicitud de asignación y autorización de correlativos en documentos de IVA</li></ul>	Ministerio de Hacienda	Art. 1 y 4 Ley de Registro y Control especial de Contribuyentes al Fisco (LRCSF) Art. 20,22 y 24 de Ley de Impuestos a la Transferencia de Bienes y Muebles y a la Prestación de Servicios Art. 115-A Inc.3 Código Tributario
4	Legalización de libros de IVA	Ante contador público autorizado	Art. 435,438 y 439 Código de Comercio Art. 139 Código Tributario
5	Inscripción de la despesa en la Alcaldía Municipal de San Salvador	AMSS	Art. 18 del Reglamento y Ley General Tributaria Municipal (LGTM) Art. 90 y 93 LGTM
6	Inscripción inicial de la despesa en la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), para la obtención de solvencia o constancia de registro de información estadística	DIGESTYC	Art. 14 Ley de Estadística y Censos (LEC)
7	Inscripción patronal en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS)	ISSS	Art. 50 de la Constitución de la República de El Salvador Art. 7 del Reglamento para la Aplicación de Régimen del Seguro Social
8	Inscripción de personal en la Administradora de Fondos de Pensiones (AFP)	Diferentes AFP	Art. 7 Ley del Sistema de Ahorro de Pensiones (LSAP)
9	Inscripción de la empresa en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social	Ministerio de Trabajo y Previsión Social	Art. 55 Ley de Organización y Función del Sector Trabajo y Previsión Social (LOFSTPS) Art. 23,302 y 303 Código de Trabajo
10	Permiso al CSU	Consejo Superior Universitario	Art.9 Ley Orgánica de la UES.

Fuente: Elaboración Grupo de trabajo.



## D. ESTUDIO ECONÓMICO

### 1. Inversiones del proyecto

El funcionamiento de la despensa depende en gran medida de que las inversiones al inicio de operaciones se realicen en forma adecuada por lo cual a continuación se presentan las inversiones necesarias para que el proyecto pueda ser ejecutado.

#### a. Inversión en mobiliario y equipo

Las inversiones de mobiliario que son necesarias para el adecuado funcionamiento de la despensa son las siguientes.

Mobiliario y equipo	Cantidad	Costo	Total
Escritorio	2	\$172.57	\$345.14
Mueble de computadora	2	\$40.00	\$80.00
Sillas operativas	6	\$85.00	\$510.00
Archivos	2	\$155.00	\$310.00
Mostrador	1	\$403.54	\$403.54
Estantes	10	\$90.00	\$900.00
Góndolas	3	\$182.50	\$547.50
Computadora	2	\$597.35	\$1,194.69
Impresor	2	\$800.00	\$1,600.00
Software	1	\$900.00	\$900.00
Lector de barra	1	\$199.12	\$199.12
Cámaras de seguridad	2	\$108.00	\$216.00
Caja registradora	1	\$970.00	\$970.00
Depósito de basura	4	\$6.19	\$24.76
Teléfono	1	\$1.00	\$1.00
Ventilador	3	\$33.63	\$100.89
Sillas de espera	5	\$26.55	\$132.74
Escalera pequeña	1	\$32.30	\$32.30
Espejo	1	\$4.00	\$4.00
Contómetro	1	\$66.37	\$66.37
Inodoro	1	\$57.47	\$57.47
Lavamanos	1	\$30.61	\$30.61
Oasis	1	\$120.00	\$120.00
Lámparas	8	\$11.50	\$92.04
Refrigeradora	1	\$547.78	\$547.78
Grabador 4 canales	1	\$550.00	\$550.00
<b>Total</b>			<b>\$9,935.94</b>

Tabla 33: Inversión en mobiliario y equipo precios al 30 de marzo de 2011



**b. Inversión en remodelaciones e instalaciones necesarias al local.**

En la despesa es necesario que se realicen dentro del local ciertas divisiones entre las diferentes áreas de trabajo para lo cual es necesaria la inversión en divisiones de tabla roca, para lo cual a continuación se muestra el presupuesto. (Ver Anexo 8)

<b>Instalación de tabla roca</b>			
	Unidades	Precio	Total
<b>Materiales</b>			
Tabla Roca USG 1/2" X 4' X 8'	45	\$5.75	\$258.75
Poste de 2 1/2" X 10' 0.40MM	37	\$1.48	\$54.76
Canal de 2 1/2" X 10' Cal. 0.40MM	20	\$1.19	\$23.80
Lata de Pasta "TABLA ROCA" USG 28 Kg.	3	\$13.89	\$41.68
Rollo de Cinta de Papel 250'	3	\$1.46	\$4.38
Tornillo de 1" Punta Fina	1400	\$0.004	\$4.90
Tornillo de 1/2" Punta Fina	300	\$0.004	\$1.20
Tachuelón de 1"	100	\$0.013	\$1.33
Lija de Agua Grano 100 Pliego	5	\$0.345	\$1.73
Instalación			\$250.00
Puertas	3	\$50.00	\$150.00
<b>Total instalación</b>			<b>\$792.53</b>

**Tabla 34:** Inversión en divisiones de tabla roca.

Además de la inversión en tabla roca se hace necesario la instalación del inodoro y una puerta trasera lo cual fue cotizado con un albañil el cual cobra los siguientes precios por ambas cosas y en resumen la inversión en instalaciones quedaría así:

<b>Instalaciones</b>	<b>Precio</b>
Instalación Divisiones de tabla roca y puertas en el interior del local	\$ 792.53
Construcción e instalación de puerta trasera	\$ 550.00
Instalación de inodoro y lavabo	\$ 40.00
<b>Total</b>	<b>\$ 1,382.53</b>

**Tabla 35:** Inversión total en remodelaciones e instalación.



### c. Inversión en Capital de Trabajo

Capital de trabajo	
Efectivo	\$3,232.47
Inventario Inicial	\$14,985.68
<b>Total</b>	<b>\$18,218.15</b>

Tabla 36: Inversión en Capital de Trabajo.

Para que la despensa inicie operaciones se necesita de capital para que se desarrollen las funciones del negocio.

En este caso el efectivo ha sido calculado de la manera siguiente:

Efectivo necesario para el funcionamiento del negocio	
Pago de energía eléctrica mensual	\$38.81
Pago de Agua mensual	\$2.29
Papelería y útiles mensual	\$200.00
Pago de teléfono mensual	\$35.00
Gasto mensual sueldos	\$2,150.00
AFP(6.75%) mensual	\$145.13
ISSS(7.5%) mensual	\$161.25
Caja chica	\$500.00
<b>Total</b>	<b>\$3,232.47</b>

Tabla 37: Efectivo necesario para inicio de operaciones

En cuanto al inventario inicial se iniciara con el inventario proyectado para una semana \$14,985.68 (\$719,312.47 costo de ventas año 1/48 semanas), con el cual puedan empezar las operaciones.

### d. Inversión total del Proyecto

Inversiones del proyecto	Costo
Mobiliario y equipo	\$9,935.94
Remodelaciones e instalación	\$1,382.53
Capital de trabajo	\$18,218.15
<b>Total</b>	<b>\$29,536.63</b>

Tabla 38: Inversión total del proyecto.



## 2. Operaciones del proyecto

### a. Costos del Proyecto

El cuadro siguiente muestra como se obtuvieron los costos proyectados de las líneas de productos para los 5 años siguientes de funcionamiento de la despensa. Multiplicando las unidades demandadas en cada año por el costo unitario de cada uno de los productos dando como resultado el costo de venta; el incremento de precio mostrado año con año es del 3%<sup>29</sup>(ver anexo 10), además se añade una cantidad considerada para la adquisición de productos que no han sido incluido en la lista para diversificación de los productos en base a la línea que obtuvo menor cantidad.

También se muestra el incremento en la demanda de productos, pues se planea cubrir una demanda en un 5%<sup>30</sup> mayor respecto al año anterior para cada uno de los años.

COSTO DE VENTAS POR LÍNEA DE PRODUCTOS					
Línea de Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alimentos	\$496,407.50	\$536,864.71	\$580,619.19	\$627,939.65	\$679,116.73
Hogar	\$131,190.21	\$141,882.21	\$165,951.43	\$165,951.43	\$179,476.47
Cuidado personal	\$46,714.76	\$50,522.01	\$54,639.56	\$59,092.68	\$63,908.73
Productos nuevos a introducir	\$45,000.00	\$46,350.00	\$47,740.50	\$49,172.72	\$50,647.90
<b>Costo de ventas total</b>	<b>\$719,312.47</b>	<b>\$775,618.94</b>	<b>\$848,950.67</b>	<b>\$902,156.47</b>	<b>\$973,149.83</b>

Tabla 39: Costos de venta anuales Ver Anexo 11

El cálculo de costo de ventas se muestra en el Anexo 11.

<sup>29</sup> Índice de precios al consumidor enero 2011, extraído de: [http://www.digestyc.gob.sv/DigestycWeb/Estad\\_Economicas/BOLETIN\\_IPC\\_Enero\\_11.pdf](http://www.digestyc.gob.sv/DigestycWeb/Estad_Economicas/BOLETIN_IPC_Enero_11.pdf)

<sup>30</sup> Criterio adoptado por el grupo de trabajo por capacidad financiera de APTUES.



### b. Ingresos del proyecto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de ventas	\$719,312.47	\$775,618.94	\$836,444.85	\$902,156.47	\$973,149.83
Margen de ganancia 6%	\$43,158.75	\$46,537.14	\$50,186.69	\$54,129.39	\$58,388.99
Ventas	\$762,471.22	\$822,156.07	\$886,631.55	\$956,285.86	\$1031,538.82

Tabla 40: Ingresos del proyecto Ver Anexo 12

Para considerar los ingresos del proyecto y dado que es un proyecto en el cual se esperan beneficios sociales el margen de ganancia para los productos será del mínimo posible en este caso es del 6%<sup>31</sup>.

### c. Depreciación de activos fijos

La depreciación de los activos fijos son indispensables para la ejecución del proyecto en primer lugar por los efectos que tiene este como escudo fiscal, y en segundo lugar para conocer el tiempo en cual se deben renovar algunos de estos activos.

#### i. Depreciación de mobiliario y equipo.

El mobiliario y equipo de la despensa se deprecia conforme a la legislación de El Salvador es decir es posible depreciarlo en 2 años, lo cual es positivo por el escudo fiscal que genera, pues, es posible invertir el dinero obtenido de este escudo fiscal.

Depreciación de mobiliario y equipo	Monto	Años vida útil	Depreciación
Inversión mobiliario y equipo	\$9,935.94	2	\$4,967.97

Tabla 41: Depreciación total de mobiliario y equipo

<sup>31</sup> Criterio adoptado por el grupo de trabajo.



El cuadro anterior muestra una depreciación del mobiliario y equipo total de \$4,967.97 lo cual generará un escudo fiscal que le dará un incentivo considerable a la inversión.

### ii. Depreciación de instalaciones

Las instalaciones al igual que el mobiliario y equipo se depreciarán en un lapso de dos años<sup>32</sup>.

Depreciación Instalaciones	Monto	Años vida útil	Depreciación
Inversión instalaciones	\$1,382.53	2	\$691.27

Tabla 42: Depreciación de instalaciones

### iii. Depreciación total

El resumen de la depreciación total del proyecto se muestra en la siguiente tabla y es con la cual se evaluarán los flujos.

Depreciación activos fijos	Monto	Vida útil	Depreciación
Inversión mobiliario y equipo	\$9,935.94	2	\$4,967.97
Inversión instalaciones	\$1,382.53	2	\$691.27
<b>Total depreciación</b>			<b>\$5,659.24</b>

Tabla 43: Depreciación de activos fijos

---

<sup>32</sup> Art. 30 ley del impuesto sobre la renta.



#### **d. Determinación de Gastos de administración y ventas**

##### **i. Pago de planilla del personal**

Uno de Los principales gastos de administración que el proyecto tendrá es el del pago de la planilla de los empleados ISSS y AFP, Por lo tanto, es necesario calcular el pago anual que se realizará en concepto de pagos, ISSS y AFP.

<b>Puesto</b>	<b>Bodeguero</b>	<b>Bodeguero</b>	<b>Cajero</b>	<b>Empleado administrativo</b>	<b>Administrador</b>	<b>Total</b>
<b>(A) Salario mensual</b>	\$350.00	\$350.00	\$400.00	\$450.00	\$600.00	<b>\$2,150.00</b>
<b>(B) ISSS P.</b>	\$26.25	\$26.25	\$30.00	\$33.75	\$45.00	<b>\$161.25</b>
<b>(C) AFP P.</b>	\$23.63	\$23.63	\$27.00	\$30.38	\$40.50	<b>\$145.13</b>
<b>(D) Sueldo anual (Ax12)</b>	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,800.00	\$5,400.00	\$7,200.00	<b>\$25,800.00</b>
<b>(E) Aguinaldo</b>	\$116.67	\$116.67	\$133.33	\$150.00	\$200.00	<b>\$716.67</b>
<b>(F) Vacaciones anuales</b>	\$52.50	\$52.50	\$60.00	\$67.50	\$90.00	<b>\$322.50</b>
<b>Total salarios anuales (D+E+F)</b>	\$4,369.17	\$4,369.17	\$4,993.33	\$5,617.50	\$7,490.00	<b>\$26,839.17</b>
<b>Total ISSS patronal anual (Bx12)</b>	\$315.00	\$315.00	\$360.00	\$405.00	\$540.00	<b>\$1,935.00</b>
<b>Total AFP patronal anual (Cx12)</b>	\$283.50	\$283.50	\$324.00	\$364.50	\$486.00	<b>\$1,741.50</b>

**Tabla 44:** Planilla de pagos año 1

Los gastos de administración totales en concepto de salarios son de \$26,839.17 por sueldos incluido aguinaldo y vacaciones, en concepto del pago del seguro social es de: \$1,935.00 y por AFP es de \$1,741.50.

##### **ii. Gastos de servicios básicos, papelería y útiles**

A continuación se presentan los pagos principales que se realizan en servicios básicos, papelería y útiles para el funcionamiento de la despensa mes a mes, por lo cual se





hace necesario multiplicarlo por el número de meses que la despesa prestará sus servicios.

<b>GASTOS ANUALES</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Meses en el año</b>	<b>Total Anual</b>
Agua	\$2.29	11	\$25.19
Energía Eléctrica	\$38.81	11	\$426.90
Papelería y útiles	\$200.00	11	\$2,200.00
Teléfono	\$35.00	11	\$385.00

**Tabla 45:** Gastos anuales servicios básicos, papelería y útiles

### iii. Gastos de administración y ventas anuales

A continuación se presenta un resumen de los gastos de administración y ventas anuales.

<b>Gastos de administración y ventas anual</b>	
Gasto anual sueldos	\$26,839.17
ISSS patronal 7.5%	\$1,935.00
AFP patronal 6.75%	\$1,741.50
Agua	\$25.19
Energía eléctrica	\$426.90
Papelería y útiles	\$2,200.00
Teléfono	\$385.00
Depreciación	\$5,659.24
<b>Total gastos administración</b>	<b>\$39,211.99</b>

**Tabla 46:** Gastos de administración y ventas anuales

### iv. Proyección de gastos de administración y ventas para los próximos 5 años.

<b>Proyección gastos de administración incremento 1%</b>					
<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Incremento		1%	1%	1%	1%
<b>Monto</b>	<b>\$39,211.99</b>	<b>\$39,604.11</b>	<b>\$40,000.15</b>	<b>\$40,400.15</b>	<b>\$40,804.16</b>

**Tabla 47:** Proyección gastos de administración (Los salarios se mantendrán)



En la tabla anterior se muestra la proyección de gastos administrativos que se tendrán para los próximos 5 años y se prevé que esta aumentara en 1%, tomando en cuenta que los gastos deben de incrementarse lo menos posible.

### 3. Fuentes de financiamiento

Las principales fuentes de financiamiento del proyecto son el aporte de los socios de la asociación, el cual se recaudarán a través de aportes mensuales de \$10 durante un periodo de un año, a continuación se detalla el aporte de los socios:

Aportación socios			
Cantidad de socios	Cuota mensual de aportación	Cantidad de meses de aportación	Aporte socios
100	\$10.00	12	\$12,000.00

**Tabla 48:** Fuentes de financiamiento (aporte socios)<sup>33</sup>

Además de la aportación de los socios; otra fuente de financiamiento sería la del apoyo institucional de la UES, gestionado por el presidente de la asociación APTUES, el cual tendría un monto de \$10,000.

Para complementar el efectivo necesario para la inversión inicial es necesario solicitar un préstamo por la cantidad de \$7,536.63 con lo cual se complementaría la inversión inicial.

---

<sup>33</sup> Información Proporcionada por Lic. Gilberto Gutiérrez Presidente de APTUES.



A continuación se presenta un resumen de las fuentes de financiamiento.

Fuentes de financiamiento	
Aportación de socios	\$12,000.00
Apoyo institucional	\$10,000.00
Financiamiento Externo	\$7,536.63

Tabla 48.1: Resumen fuentes de financiamiento

#### 4. Presupuesto de financiamiento

##### a. Cálculo de la TMAR.

Se debe tener una tasa de referencia sobre la cual basarse para realizar la inversión, en ese sentido, se necesita una tasa de referencia de base de comparación de cálculo en las evaluaciones económicas. Para lo cual se utiliza la TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento) cuya fórmula es la siguiente.

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de inflación} + \text{Premio al riesgo}$$

En este caso la tasa de inflación es del 3% (ver anexo 9) la cual es la tasa de inflación promedio de los cinco años anteriores, el premio al riesgo está determinado por las fluctuaciones que se dan en el mercado y por la fuerte competencia que existe de estos productos y la variabilidad de precios por lo cual se le asigna un 12%<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Métodos de evaluación de proyectos extraído de:  
[http://antiguo.itson.mx/dii/mconant/materias/ingeco/cap31\\_33.htm](http://antiguo.itson.mx/dii/mconant/materias/ingeco/cap31_33.htm)



Por lo tanto el cálculo se muestra a continuación:

TMAR= 3%(tasa de inflación) + 12%(Premio al riesgo)

TMAR=15%

#### b. Cálculo tasa de descuento

Para la creación de la despesa se necesitan \$29,536.63, los socios del proyecto aportarán \$12,000, el resto se completará a través del apoyo institucional de la UES de \$10,000 y un préstamo a una institución financiera de \$7536.63. El cual cobrará un interés de 9.95%<sup>35</sup>, la TMAR de los socios y el apoyo institucional es del 15%, entonces, la tasa de descuento del proyecto es la siguiente.

Entidad	Aportación	Porcentaje de aportación	Costo del recurso	Promedio Ponderado
Socios	\$12,000.00	40.63%	15.00%	6.09%
UES	\$10,000.00	33.86%	15.00%	5.08%
Financiamiento Externo	\$7,536.63	25.52%	9.95%	2.54%
	\$29,536.63	1.00		13.7%

Tabla 49: Cálculo tasa de descuento del proyecto

Por lo tanto, la tasa de descuento para la evaluación del proyecto es del 13.7% con la cual se evaluarán los flujos de efectivo.

<sup>35</sup> Tarifas de las tasas de interés de las operaciones activas extraído de: [http://www.bancoagricola.com/Downloads/tasas\\_interes/febrero\\_2011/Operaciones\\_Activas\\_Febrero\\_2011.pdf](http://www.bancoagricola.com/Downloads/tasas_interes/febrero_2011/Operaciones_Activas_Febrero_2011.pdf)



## 5. Flujos de efectivo proyectados

A continuación se presentan los flujos de efectivo que se obtuvieron después de las evaluaciones correspondientes, dado que la despesa funcionara a través de una ONG y sus beneficios son sociales y no habrá reparto de utilidades la Despensa Universitaria estaría exenta del impuesto sobre la renta<sup>36</sup>.

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$762,471.22	\$822,156.07	\$886,631.55	\$956,285.86	\$1031,538.82
(-)Costo de ventas		\$719,312.47	\$775,618.94	\$836,444.85	\$902,156.47	\$973,149.83
(=)Utilidad bruta		\$43,158.75	\$46,537.14	\$50,186.69	\$54,129.39	\$58,388.99
(-)Gastos de administración y ventas		\$39,211.99	\$39,604.11	\$40,000.15	\$40,400.15	\$40,804.16
(=)Utilidad del Periodo		\$3,946.76	\$6,933.02	\$10,186.54	\$13,729.23	\$17,584.83
(+)Depreciación mob. Y equipo		\$4,967.97	\$4,967.97	\$4,463.25	\$4,463.25	\$4,735.07
(+)Depreciación Instalaciones		\$691.27	\$691.27	\$420.40	\$420.40	\$446.00
<b>Inversión inicial</b>						
Mobiliario y equipo	(\$9,935.94)		(\$8,926.50)		(\$9,470.13)	
Instalaciones	(\$1,382.53)		(\$840.80)		(\$892.00)	
Capital de trabajo	(\$18,218.15)					
<b>Flujos netos de efectivo</b>	<b>(\$29,536.63)</b>	\$9,605.99	\$12,592.26	\$15,070.19	\$18,612.88	\$22,765.90

**Tabla 50:** Flujos netos de efectivo proyectados **Ver Anexo 11,12 y 13**

<sup>36</sup> Art. 6 ley Impuesto Sobre La Renta



## 6. Estado de Resultados Proyectado año 1

ESTADO DE RESULTADOS 201X	
DESPENSA UNIVERSITARIA	
ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 201X	
(Cifras expresadas en Dólares de los Estados Unidos de América )	
Ventas Netas*	\$762,471.22
(-) Costo de Ventas	\$719,312.47
(=)Utilidad Bruta	\$43,158.75
(-) Gastos de Administración y venta	\$39,211.99
(=)Utilidad antes de Gastos financieros	\$3,946.76
(-)Gastos Financieros**	\$1,033.38
(=)Utilidad antes de reserva legal	\$2,913.38
(-) Reserva Legal	\$203.94
(=)Utilidad del periodo	\$2,709.44

\*Ver Anexo 12

\*\*Ver Anexo 14



## 7. Balance General Proyectado año 1

Para la elaboración del balance general se deben considerarlos siguientes supuestos:

1. Se requiere un mínimo de \$13,240.48 de saldo de caja.
2. Las cuentas por cobrar representarán en promedio, 30 días de ventas. Debido a que las ventas proyectadas de la Despensa Universitaria son de \$762,471.22, las cuentas por cobrar deberán promediar \$63,539.27 ( $1/12 \times \$762,471.22$ ) (30 días expresados como  $1/12$  de año:  $30/360=1/12$ ).
3. Las cuentas incobrables serán del 1% de las cuentas por cobrar: \$635.39.
4. El inventario final debe permanecer en un nivel de aproximadamente \$25,000.00
5. El mobiliario y equipo y las instalaciones se deprecian como lo muestra el cuadro de las depreciaciones (ver tabla 41).
6. Las compras de la despensa son iguales al costo de ventas durante un año, que en este caso serían de \$719,312.47. Las cuentas por pagar en la despensa serán cubiertas en 45 días. Así, las cuentas por pagar deberán promediar \$89,914.06 ( $1/8 \times \$719,312.47$ ) (45 días expresados como  $1/8$  de año:  $45/360=1/8$ )



BALANCE GENERAL 2011		
DESPENSA UNIVERSITARIA		
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 201X		
(Cifras expresadas en Dólares de los Estados Unidos de América )		
Efectivo y Equivalentes		\$13,240.48
Cuentas y documentos por Cobrar	\$63,539.27	\$62,903.88
(-)Estimación por Cuentas Incobrables	(\$635.39)	
Inventarios		\$25,000.00
<b>Activo Corriente</b>		<b>\$101,144.36</b>
Mobiliario y Equipo	\$9,935.94	\$4,967.97
(-)Depreciación de Mobiliario y Equipo	(\$4,967.97)	
Instalaciones	\$1,382.53	\$691.27
(-)Depreciación de Instalaciones	(\$691.27)	
<b>Activo no Corriente</b>		<b>\$5,659.24</b>
<b>Activos Totales</b>		<b>\$106,803.59</b>
Cuentas y Documentos por Pagar		\$89,914.06
<b>Pasivo Corriente</b>		<b>\$89,914.06</b>
Préstamos Bancarios a LP		\$2,180.09
<b>Pasivo no Corriente</b>		<b>\$2,180.09</b>
<b>Pasivos Totales</b>		<b>\$92,094.15</b>
Capital Social		\$12,000.00
Utilidad del Ejercicio		\$2,709.44
<b>Patrimonio</b>		<b>\$14,709.44</b>
<b>Pasivo y Patrimonio</b>		<b>\$106,803.59</b>





## E. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación del proyecto es un aspecto muy importante que no se debe dejar fuera porque nos indica si el proyecto es rentable desde la perspectiva financiera.

### 1. Evaluación financiera del proyecto

#### a. Valor actual neto

Este método es de gran ayuda, pues a través de este, lograremos conocer si los flujos de efectivo futuros expresados en términos monetarios actuales son mayores a la inversión inicial.

PERFIL DEL PROYECTO					
Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(\$29,536.63)	\$ 9,605.99	\$ 12,592.26	\$ 15,070.19	\$ 18,612.88	\$ 22,765.90

Tabla 51: Flujos de efectivo proyectados

Luego de obtener el perfil del proyecto, es decir de los flujos se pasa a la evaluación con la tasa de descuento del 13.7% obtenida en la tabla 46.3.

Por lo tanto el Valor Actual Neto es de:

VAN	\$22,006.53
-----	-------------



### **b. Tasa interna de retorno**

La TIR es aquella tasa con la cual la inversión inicial es igual al valor presente de los flujos netos de efectivo.

TIR	37%
-----	-----

Por lo tanto el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero, pues la TIR es mayor a la tasa de descuento que es del 13.7%.

### **F. IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL**

La puesta en marcha de la despensa universitaria tendrá un impacto directo en 503 familias, aumentando el número de estas, año con año, con lo cual se obtendrán beneficios sociales para cada una de ellas, tales como: Aumento de la capacidad adquisitiva de los trabajadores; debido a la compra de productos a precios menores que el mercado tradicional, la cercanía del lugar de compra, facilidades de pago a los trabajadores, generación de nuevos empleos, entre otros.

Así mismo se pretende realizar actividades encaminadas a visualizar los trabajadores con menores posibilidades económicas.

Por lo tanto es un proyecto factible que causa un impacto directo en la población no solo a los trabajadores sino que va más allá, pues se pretende aumentar el número de usuarios e incorporar al sector estudiantil.



La capacidad instalada de la despensa para atención anual es de 9,024 atenciones usuarios, El costo total de inversión en la despensa será de \$29539.77 dólares Los beneficios que los usuarios de la despensa esperan percibir son: Precios bajos, Accesibilidad, Producto garantizado, Crédito y Calidad, Fundamentado en lo anterior y en cada uno de los estudios realizados en esta investigación, se concluye que en la actualidad existe factibilidad de implementación de una despensa en beneficio de los trabajadores de la Universidad de El Salvador.



---

## Bibliografía

### Tesis:

- Duran Galdámez Roxana De la Paz, Metodología para la planificación financiera, aplicable a los programas de crédito de las organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro en El Salvador. Tesis UCA
- Guardado Guardado José Alex Osmin, Estudio de factibilidad para la creación de una Organización No Gubernamental (ONG), encargada de elaborar Y gestionar proyectos de desarrollo local, para las Comunidades más pobres del municipio de Comasagua del Departamento de La Libertad, Tesis UES
- García Platero, Roberto Antonio, Estudio de factibilidad para la creación del centro de emprendimiento en agronegocios en la Universidad De El Salvador, Biblioteca central T-UES.
- Castillo Córdova, Miguel Salvador, Organización y Funcionamiento de despensas de consumo familiar establecidas en empresas del sector público y privado de la capital, procedimientos para su implantación. (T-UCA).
- Duran Rivas, Gloria Patricia, Diseño de un modelo de planificación y control administrativo orientado a incrementar el nivel de efectividad en el funcionamiento de la despensa de la alcaldía municipal de San Salvador. T-UES.



- 
- Baires Orantes, Robbin Rigoberto, proyecto de creación de despensas de abastecimiento de granos básicos para cooperativas de consumo del municipio de Soyapango. caso ilustrativo. T-UES.

### **Libros**

- Manual para Formulación, Evaluación y Ejecución de proyectos. Balbino Cañas.
- Urbina, Gabriel Baca. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Mc Graw Hill. México 2001.
- Muñoz Campos, Roberto, La investigación científica paso a paso. (cuarta edición, talleres gráficos UCA, San Salvador 2009).

### **Páginas web:**

- Guía de consumo y facturación del energía extraído de:  
<http://intranet.minem.gob.pe/AppWeb/DGE/CalculoConsumo>
- Alza del 8% a la electricidad extraído de:  
<http://www.elmundo.com.sv/economia/5788-entra-en-vigencia-alza-del-8-en-electricidad.html>
- Estrategias de gestión y diseño de espacio de oficinas extraído de:  
<http://www.elmundo.es/suvienda/2002/245/1016785635.html>.



- 
- Índice de precios al consumidor enero 2011, extraído de:  
[http://www.digestyc.gob.sv/DigestycWeb/Estad\\_Economicas/BOLETIN\\_IPC\\_Enero\\_11.pdf](http://www.digestyc.gob.sv/DigestycWeb/Estad_Economicas/BOLETIN_IPC_Enero_11.pdf)
  - [www.geocities.com](http://www.geocities.com)

**Otras fuentes:**

- Comisión Técnica Evaluadora de la Universidad de El Salvador (COTEUES) según datos estadísticos 2009.
- Presidente de la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador, Lic. Gilberto Gutiérrez.
- Ing. Pedro Federico Jaco; jefe unidad de desarrollo físico UES.



---

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

### A

**Administración:** Es el proceso de Planear, Organizar, Dirigir y Controlar el trabajo de los miembros de la organización y de usar los recursos disponibles para alcanzar las metas establecidas.

**Análisis:** Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.

**Análisis Financiero:** estudio que muestra el grado de rentabilidad de una inversión, durante la vida útil del proyecto.

### C

**Canal de Distribución:** circuito a través del cual los fabricantes ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran.

**Comercialización:** proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor.

**Costos de Administración:** costos provenientes de la actividad administrativa de una empresa u organización.

**Costos de Ventas:** Costos en los que se incurren para llevar el producto al consumidor

**Costos Financieros:** son intereses que se deben pagar por concepto de préstamo de capital.



---

## **D**

**Demanda:** Se define como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo y según determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos de los consumidores, etc.

**Depreciación:** Pérdida de valor de un bien mueble (por uso u obsolescencia), de activos monetarios (por tasa de interés) o de la moneda misma (por efecto cambiario).

## **E**

**Estrategia:** Resultado del proceso de decidir sobre objetivos de la organización, de los cambios de ésta o de los recursos utilizados y las políticas que deben gobernar la adquisición, uso y disposición de los recursos.

**Estudio económico:** determina la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice. Cuánto dinero para que la empresa opere.

**Estudio de Factibilidad:** es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión.

**Estudio de Mercado:** es el diseño recolección y análisis sistemático de información con relación a las características de un mercado específico.





---

**Estudio Técnico:** abarca todo lo relacionado con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

**Evaluación financiera:** parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto.

### ***F***

**Funciones:** Especificación de las tareas inherentes a cada uno de los cargos y/o que forman parte de la estructura orgánica, necesarios para cumplir con las atribuciones de la organización.

### ***I***

**Inversión:** Se refiere a todas las inversiones necesarias para la operación del proyecto. En esta etapa se realiza la inversión que se ha determinado en la etapa anterior mas el capital de trabajo con el que se contara para el inicio de operaciones si la naturaleza del proyecto así lo requiere.

**Inversión de Capital:** monto de capital que se le asigna a un proyecto, con el objeto de producir un bien o servicio.

**Industria:** Es un sector de transformación, que lleva los bienes a su estado final, de manera que estén pronto para el uso.



---

## **L**

**Liderazgo:** Forma de influir la acción de un grupo organizado, tanto en la elección de sus objetivos como en la obtención de los mismos.

**Localización:** se define como la Micro Localización y la Macro Localización

## **M**

**Macro Localización:** estudio que tiene por objeto determinar la región territorial que el proyecto tendrá.

**Mercado:** Marco en que la empresa obtiene sus recursos y que consiste en los sectores de actividad económica a los que dirige sus productos y servicios.

**Metas:** Son los diferente propósitos que se deben cumplir para lograr el gran objetivo. Son fines más específicos que componen el objetivo principal de la empresa.

**Micro Localización:** estudio que se realiza con el fin de seleccionar el lugar exacto para instalar un proyecto, siendo este el sitio que permita cumplir con los objetivos y la más alta rentabilidad.

**Misión:** Finalidad y razón de ser de una empresa.



---

## O

**Objetivo:** Es el resultado que se espera obtener, y hacia el cual se encamina el esfuerzo de conjunto.

**Oferta:** Se define como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.

**Organigrama:** representación grafica de las relaciones de dependencia y jerarquía existente entre los diferentes cargos y unidades de una empresa.

## P

**Precio:** cantidad monetaria de equilibrio entre oferentes y demandantes a la que se ofertan y se adquieren los bienes y servicios.

**Producto:** conjunto de bienes o servicios que satisfacen una necesidad.

**Políticas:** constituyen las directrices que sirven de vínculo entre la formulación de las estrategias y su implementación.

**Promoción:** Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

**Proyecto:** Es una inversión planeada de una actividad con el objetivo de crear o ampliar una empresa o institución para producir bienes y servicios.



---

**T**

**Tamaño de un Proyecto:** es la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

**Tasa interna de Retorno:** tasa de descuento que hace que el valor presente de los ingresos sea igual a la inversión eta relacionada con un proyecto.

**V**

**Valor Actual Neto:** diferencia entre la inversión neta de un proyecto y el valor actualizado de los flujos de caja, descontados a una tasa igual al costo de capital de una empresa.



# ANEXOS

Anexo 1: Documentos legales APTUES

MINISTERIO DE HACIENDA  
DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS  
TARJETA DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

ASOCIACION DE PROFESIONALES Y TECNICOS DE LA  
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE

No. DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA (NIT) 0614-250108-111-7

ACU-EJ: 183-02-06-2009

20	08	2010
DIA	MES	AÑO

Importador

FIRMA DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO

REPUBLICA DEL SALVADOR EN LA AMERICA CENTRAL

LIC. JENDRIX WILMAR PANAMENO CASTRO  
JEFE SECCION REGISTRO DE CONTRIBUYENTES Y MAQ.  
EXENTA

FECHA DE EXPEDICION  
1FZ10A380609  
romedrano

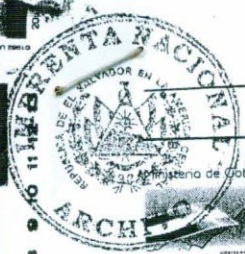
**Registro Importador**

PARA TODA GESTION O TRAMITE RELACIONADOS  
CON LA ADMINISTRACION FISCAL DEBERA  
PRESENTARSE ESTA TARJETA O HACER REFERENCIA  
AL CORRESPONDIENTE NUMERO DE IDENTIFICACION  
TRIBUTARIA.

*[Firma]*

Firma de Contribuyente, Representante Legal o Apoderado

No. 5013038



# DIARIO OFICIAL

DIRECTOR: Luis Ernesto Flores López

TOMO Nº 386      SAN SALVADOR, MIERCOLES 3 DE FEBRERO DE 2010      NUMERO 23

La Dirección de la Imprenta Nacional hace del conocimiento que toda publicación en el Diario Oficial se procesa por transcripción directa y fiel del original, por consiguiente la institución no se hace responsable por transcripciones cuyos originales lleguen en forma ilegible y/o defectuosa y son de exclusiva responsabilidad de la persona o institución que los presentó. (Arts. 21, 22 y 23 Reglamento de la Imprenta Nacional).

## SUMARIO

	Pág.		Pág.	
<b>ORGANO EJECUTIVO</b>		<b>MINISTERIO DE ECONOMIA</b>		
<b>PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA</b>		<b>RAMO DE ECONOMIA</b>		
Acuerdo No. 325.- Se nombran a miembros de la Comisión de Servicio Civil de la Presidencia de la República. ....	4	Acuerdo No. 1039.- Se dejan sin efecto los Acuerdos Ejecutivos Nos. 1251 y 778, de fechas 28 de octubre de 2004 y 10 de agosto de 2007, emitidos a favor de la sociedad Intermark El Salvador, S.A. de C.V. ....	43-44	
Acuerdo No. 13.- Se designa Comisionado del Gobierno de la República de El Salvador para integrar la Comisión Regional de Interconexión Eléctrica, al Doctor Luis Eduardo Méndez Menéndez. ....	4	Acuerdo No. 1041.- Se modifica el Acuerdo Ejecutivo No. 477 de fecha 4 de julio de 1991, de la sociedad Lancer Limitada de Capital Variable. ....	44-45	
Acuerdos Nos. 21 y 24.- Se encargan Despachos Ministeriales a funcionarios públicos. ....	5	<b>MINISTERIO DE EDUCACION</b>		
Acuerdos Nos. 34, 35, 42, 43 y 48.- Nombramientos en diferentes cargos de la Administración Pública. ....	6-8	<b>RAMO DE EDUCACIÓN</b>		
Acuerdo No. 41.- Se acepta la renuncia del cargo de Miembro Civil del Consejo Académico de la Academia Nacional de Seguridad Pública. ....	8	Acuerdo No. 15-1569.- Se confirma el reconocimiento e incorporación de High School, realizados por Anthony Edwin Guerra Anaya. ....	45	
<b>MINISTERIO DE GOBERNACION</b>		<b>ORGANO JUDICIAL</b>		
Nuevos estatutos de la Fundación para el Desarrollo de la Costa del Sol y Decreto Ejecutivo No. 82, aprobándolos. ....	9-16	<b>CORTE SUPREMA DE JUSTICIA</b>		
<b>RAMO DE GOBERNACIÓN</b>		Acuerdos Nos. 746-D, 823-D, 1306-D, 1366-D, 1614-D, 1723-D, 1742-D, 1775-D, 1810-D, 1820-D y 1849-D.- Autorizaciones para el ejercicio de la abogacía en todas sus ramas. ....		46-48
Estatutos de "Iglesia Misión Evangélica Jireh", "Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador", "Iglesia Misión Cristiana Tabernáculo de Dios" e "Iglesia Casa de Dios Luz a las Naciones", y Acuerdos Ejecutivos Nos. 95, 183, 287 y 361, aprobándolos y confiriéndoles el carácter de persona jurídica. ....	17-42	<b>INSTITUCIONES AUTONOMAS</b>		
		<b>SUPERINTENDENCIA GENERAL DE ELECTRICIDAD Y TELECOMUNICACIONES</b>		
		Acuerdo No. 03-E-2010.- Se aprueba cargo de operación del Sistema de Transmisión y Administración del Mercado Mayorista, para el año 2010, a la sociedad Unidad de Transacciones, S.A. de C.V. ....	48-49	



Certificación No. 178

La Infrascrita Jefe del Diario Oficial:

CERTIFICA: la presente fotocopia del Diario Oficial No. 23, Tomo No.386, de fecha miércoles 3 de febrero de 2010, en el cual aparecen publicados los **Estatutos de la FUNDACION DE LA ASOCIACION DE PROFESIONALES Y TECNICOS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**, y el Acuerdo Ejecutivo No. 183 del Ministerio de Gobernación, aprobándolos y confiriéndoles el carácter de persona jurídica

Y a solicitud de **APTUES**, se extiende la presente Certificación en la **DIRECCION DEL DIARIO OFICIAL**; San Salvador, quince de marzo de dos mil diez.



  
Dina Evelin Vanegas,  
Jefe del Diario Oficial.



# Asociación de Profesionales de la Universidad de El Salvador



El infrascrito Secretario de la Directiva de la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador, APTUES. "CERTIFICA" QUE: HABIENDO REALIZADO LA CONVOCATORIA y ESTABLECIDO EL QUÓRUM EN PRIMERA CONVOCATORIA, SEGÚN Art. 14 DE LOS ESTATUTOS. En el punto de CUARTO de la Agenda se encuentra asentada en el Acta de constitución de la referida Asociación; y que literalmente dice: "TERCERO: de conformidad al Artículo dieciséis numeral uno de los presentes Estatutos, los comparecientes proceden a elegir a la Junta Directiva para el período dos mil diez-dos mil doce, la cual por decisión unánime de los mismos queda integrada de la siguiente manera: Presidente Gilberto Gutiérrez Mendoza, Secretario Ángel Ivan Yash Núñez, Tesorera Telma Carolina Rivas de Rosales, Primer Vocal Balbino Sebastián cañas Martínez y segundo Vocal Jesús Prudencio Lara Guerra.

Y para ser presentado a la Dirección del Departamento de Asociaciones y Fundaciones Sin Fines de Lucro, del Ministerio de Gobernación, firmo y sello la presente en la ciudad de San Salvador, a lo veintiún días del mes junio de dos mil diez.

Atentamente.

Ángel Ivan Yash Núñez  
Secretario, Junta Directiva APTUES.

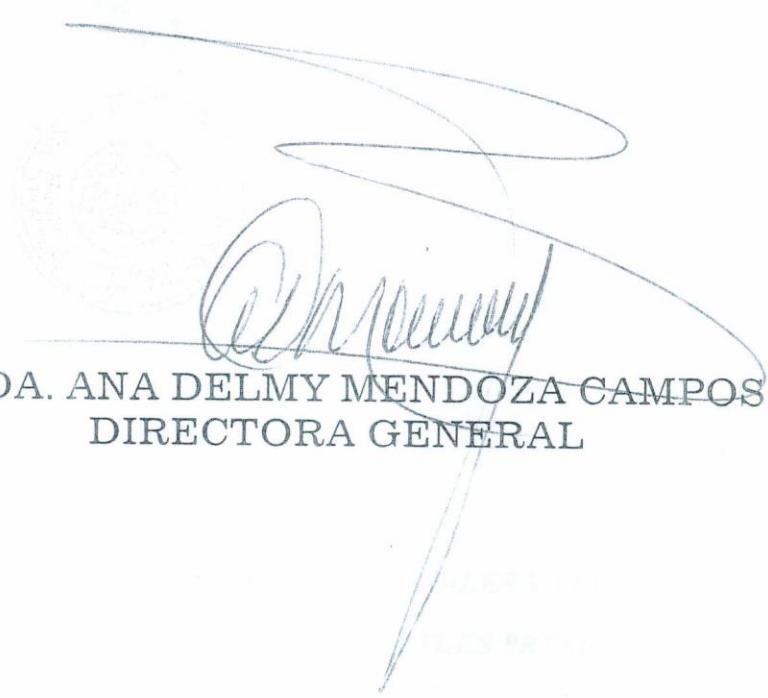


cc./ Archivo.

**"POR LA DIGNIFICACIÓN DE LOS PROFESIONALES Y TÉCNICOS DE LA  
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, APTUES PRESENTE."**

*GISTRO DE ASOCIACIONES Y FUNDACIONES SIN FINES DE LUCRO*: San Salvador a las trece horas y cinco minutos del día diecinueve de julio de dos mil diez.

Inscríbese la anterior Certificación del Acta de Elección de Junta Directiva de la Entidad "ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES Y TÉCNICOS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR", presentada a las trece horas del día veintidós de junio de dos mil diez, al número *CUARENTA Y OCHO* del Libro *CUARENTA* del Registro de Órganos de Administración y otros documentos que acrediten la representación legal de las Entidades.-



LICDA. ANA DELMY MENDOZA CAMPOS  
DIRECTORA GENERAL

INSCRITO EN EL REGISTRO DE ASOCIACIONES Y FUNDACIONES SIN FINES DE LUCRO

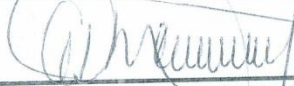
Número CUARENTA Y OCHO

Folios CIENTO SIETE AL CIENTO OCHO

Libro No. CUARENTA DE ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN

San Salvador DIECINUEVE de JULIO

del año DOS MIL DIEZ



LICDA. ANA DELMY MENDOZA CAMPOS  
DIRECTORA GENERAL



## Anexo 2: Encuesta dirigida a los trabajadores UES

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los trabajadores del campus central de la UES.

---

Nosotros egresados de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, solicitamos de su colaboración para responder de forma clara y sincera las siguientes interrogantes. La información obtenida con la presente encuesta es con fines únicamente académicos. Le agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

**Objetivo:** Recolectar datos que permita evaluar la factibilidad de aperturar una despensa de consumo familiar dentro del campus central de la Universidad de El Salvador.

**Indicaciones:** Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque, subraye o responda como considere conveniente.

### I. DATOS GENERALES

Sexo:  Femenino  Masculino

Edad:  De 18 a 25 años  De 36 a 45 años

De 26 a 35 años  Mas de 45 años

Estado civil: \_\_\_\_\_

Sector:  Docente  Personal de oficina

Personal de biblioteca  Otro personal

¿Cuántas personas conforman su núcleo familiar?

De 2 a 3 personas  De 4 a 5 personas

Más de 5 personas

II. DATOS ESPECÍFICOS

17) ¿Qué tan a menudo visita usted un supermercado o despensa para adquirir los bienes de consumo básico para su familia?

- a) Una vez a la semana.
  - b) Una vez cada dos semanas.
  - c) Una vez al mes.
  - d) Otro
- Especifique \_\_\_\_\_

18) ¿Donde adquiere los bienes de consumo básicos para la subsistencia de su familia?

- a) Supermercado
  - b) Mercado municipal
  - c) Mercado central
  - d) Otro
- Especifique \_\_\_\_\_

19) ¿Que le parece a usted que la Asociación de Profesionales y Técnicos de la Universidad de El Salvador (APTUES) ponga a su disposición una despensa de consumo familiar dentro del campus central?

- a) Extremadamente importante
- b) Muy importante
- c) Importante
- d) Poco importante
- e) Sin importancia

20) ¿Estaría dispuesto a adquirir productos básicos de consumo en una despensa dentro de la Universidad de El Salvador?

- Si  No

21) De acuerdo al tiempo que usted dispone; ¿En qué horario le gustaría que le atendiera la despensa?

- a) De 7 am. A 4 pm.
  - b) De 8 am. A 5 pm.
  - c) De 9 am. A 6 pm.
  - d) Otro
- Especifique \_\_\_\_\_

22) ¿En qué lugar le gustaría estuviese ubicada la despensa?

a) Fuera de la UES

b) Dentro de la UES

23) Si la despensa estuviera ubicada dentro de la UES; ¿En qué lugar le gustaría mas que estuviese?

a) Cerca de polideportivo

c) Cerca de la concha acústica

b) Cerca de oficinas centrales

24) ¿Ha tenido conocimiento anteriormente de un tipo de iniciativa como la planteada en esta investigación?  Si  No

Comente\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

25) ¿Qué beneficio le gustaría obtener de una despensa en el interior de la Universidad de El Salvador?

a) Crédito

d) Producto garantizado

b) Precio

e) Otro

Especifique\_\_\_\_\_

c) Accesibilidad

\_\_\_\_\_

26) ¿Qué característica prefiere en los productos de consumo?

a) Marca

c) Calidad

b) Precio.

d) Otro\_\_\_\_\_

27) ¿Qué tipo de producto es el que más adquiere?

a) Alimentos

c) Cuidado personal

b) Limpieza

d) Cuidado del hogar

28) ¿Cuánto gasta Ud. en los víveres necesarios para su familia mensualmente seleccione un dato aproximado de los que aparecen a continuación?

- a) De \$100 a \$200  
 b) De \$201 a \$300  
 c) De \$301 a \$400  
 d) De \$401 a más

29) ¿Qué forma de pago considera más apropiada en la compra de los víveres?

- a) Crédito  
 b) Contado  
 c) Descuento por planilla  
 d) Otro  
 especifique \_\_\_\_\_

30) ¿Qué variables o aspectos considera de suma importancia al momento de comprar su canasta básica?

---



---



---



---

31) En el siguiente listado de productos en la parte izquierda especifique la cantidad de productos que adquiere mensualmente ya sea de bolsas, libras, caja, botes etc.

CAN T.	PRODUCTO	CAN T.	PRODUCTO
	ACEITE MAZOLA RENOVADO 1 GA		DESODORANTE REXONA P/HOM BARRA ACTIVE 50 GRS
	ACEITE ORISOL CLASICO CON SOYA 1 GALON 3750 ML		DETERGENTE RENDIDOR AZUL C/OXI ENERGIA 3 KILOS
	ACEITE WESSON CANOLA 1 GALON		DETERGENTE ARIEL EN POLVO 3 KILOS
	ACEITE WESSON VEGETAL 1 GL		CUBITOS MAGGI DE POLLO 25 UND
	MAYONESA DEL CHEF ORIGINAL FRASCO 410 GR		CHILE MORRON LA CANASTA 10 GR.
	MAYONESA MC CORMICK PURA 410 GRS		CONSOME MALHER DE POLLO BOTE 227 GR
	PEPINESA REGIA SANDWICH SPREAD BOLSA 385 GR		CONSOME CONCENTRADO CONTINENTAL DE CARNE BOTE 180 GR
	HUEVOS CARTON 30 UNIDADES		FRIJOL AS DE ORO EXPORTACION 4 LBR
	MOSTAZA DEL CHEF FRASCO 455 G		FRIJOL DON FRIJOL ROJO DE SEDA BOLSA 4 LBR
	MOSTAZA SULI 880 GRS		GALLETAS POZUELO CHIKY CHOCOLATE 12 UND 480 GR
	VINAGRETA MCCORMICK ITALIANA 290 GR		RASURADORA PBB GILLETTE ULTRA GRIP BOLSA 5 UND
	AMBIENTAL AIR WICK 2 EN 1 LAVENDER Y CHAMOMILE 226 GRS.		JABÓN DE LAVAR MAX PODER POTENCIADOR 3PACK300
	AMBIENTAL AIR WICK 2 EN 1 PAPAYA MANGO 226 GRS		JABÓN SULI BOLA 3 UNIDADES 270 GRS
	ARROZ CINCO ESTRELLAS 5 LB.		JABON DE BANO PALMOLIVE LECHE Y ROSAS 3 PACK 375 GR
	ARROZ SAN FRANCISCO PRECOCIDO 5 LB		JABON DE BAÑO PROTEX FRESH THREE PACK 125 GR
	ARROZ BLANCO SABEMAS 5 LB		JUGO CAMPBELLS V8 STRAWBERRY KIWI TETRA PACK 200 ML





### Anexo 3: Tabulación y análisis de encuesta dirigida a los trabajadores

#### CUESTIONARIO DIRIGIDO A TRABAJADORES DEL CAMPUS CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

##### SEXO:

OBJETIVO: Determinar el sexo de los trabajadores que fueron tomados como muestra para analizar su influencia en la compra de productos básicos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	77	49.04%
Masculino	80	50.96%
Total general	157	100.00%

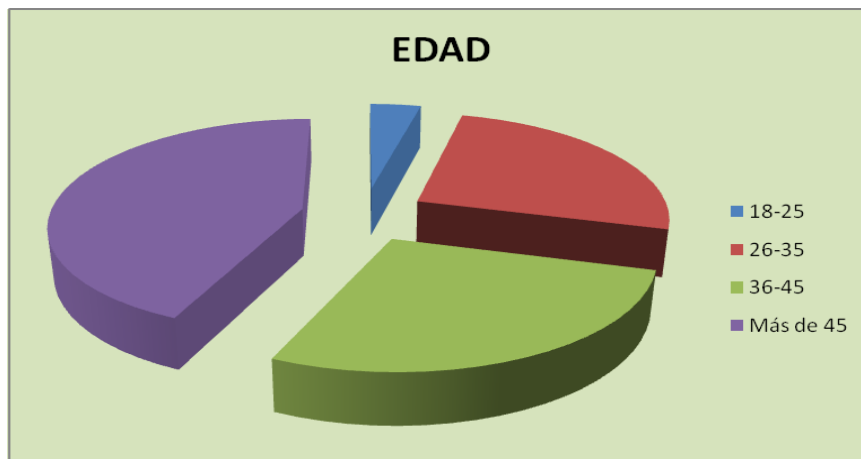


**COMENTARIO:** De los trabajadores encuestados un 51% son hombres, mientras que un 49%. Por lo que puede observarse que existe representatividad en las personas encuestadas.

**EDAD:**

OBJETIVO: Conocer la edad de los trabajadores encuestados cuya opinión servirá para realizar una propuesta que beneficie un nuevo servicio a los trabajadores de la Universidad.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25	6	4%
26-35	40	25%
36-45	43	27%
Más de 45	68	43%
Total general	157	100%

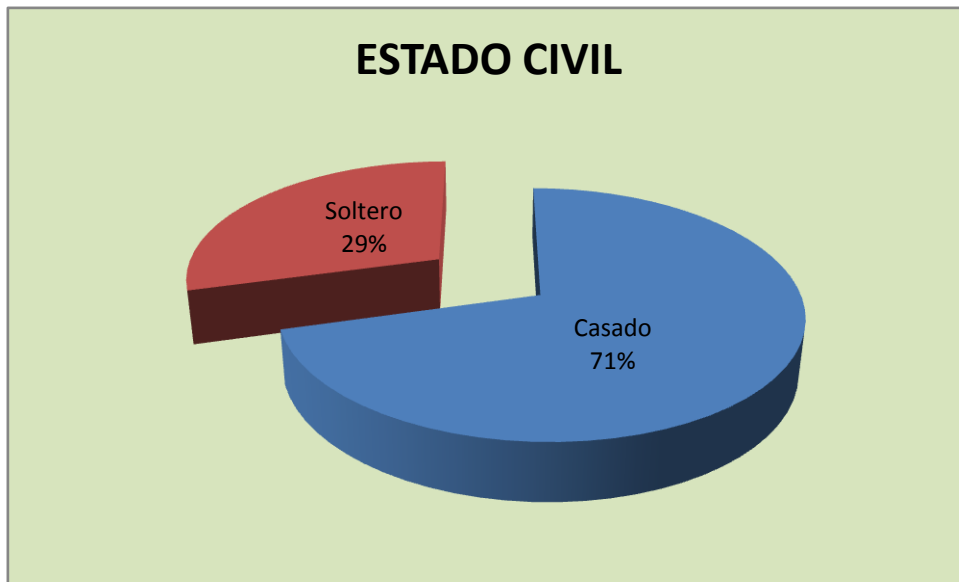


**COMENTARIO:** Del total de los trabajadores encuestados sus edades van desde los 18 años hasta más de 45 años, se puede observar que la mayoría de encuestados sus edades oscilan entre los 26 y 45 años pues al sumar estos rangos (18-25; 26-35) se obtiene un total de 52%, y un 44% de los empleados pasa los 45 años y apenas el 4% oscila en 18-25.

**ESTADO CIVIL:**

OBJETIVO: Determinar si el estado civil de las personas en este caso los trabajadores influyen a la hora de comprar productos básicos.

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	111	71%
Soltero	46	29%
Total general	157	100%

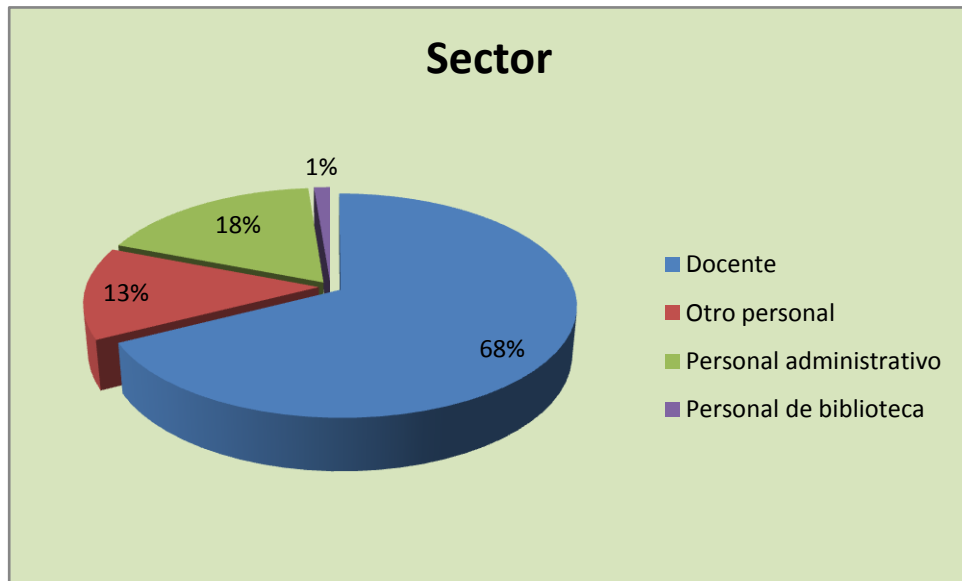


COMENTARIO: De acuerdo a los resultados el 71% de los trabajadores encuestados son casados, y el 29% son solteros.

## SECTOR DE TRABAJO

OBJETIVO: Identificar la opinión de los trabajadores de la Universidad de acuerdo al sector de trabajo donde se desempeñan.

Sector	Frecuencia	Porcentaje
Docente	106	68%
Otro personal	21	13%
Personal administrativo	28	18%
Personal de biblioteca	2	1%
Total general	157	100%

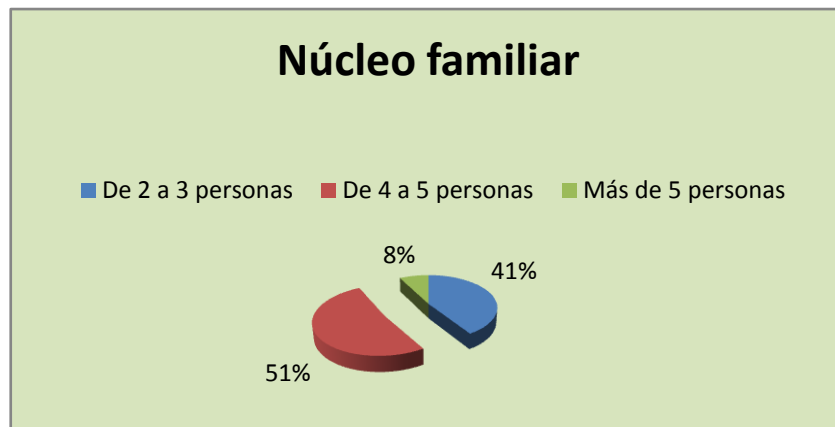


**COMENTARIO:** Del total de trabajadores encuestados el 68% se desempeña en el sector docente, el 18% en el sector administrativo, el 13% a otro personal y el 1% es personal de oficina, por lo que la mayoría de empleados pertenecen al sector docente.

### ¿Cuántas personas conforman su núcleo familiar?

OBJETIVO: Determinar la cantidad de beneficiarios indirectos que se espera cubrir con la ejecución del proyecto.

Núcleo familiar	Frecuencia	Porcentaje
De 2 a 3 personas	64	41%
De 4 a 5 personas	81	52%
Más de 5 personas	12	8%
Total general	157	100%



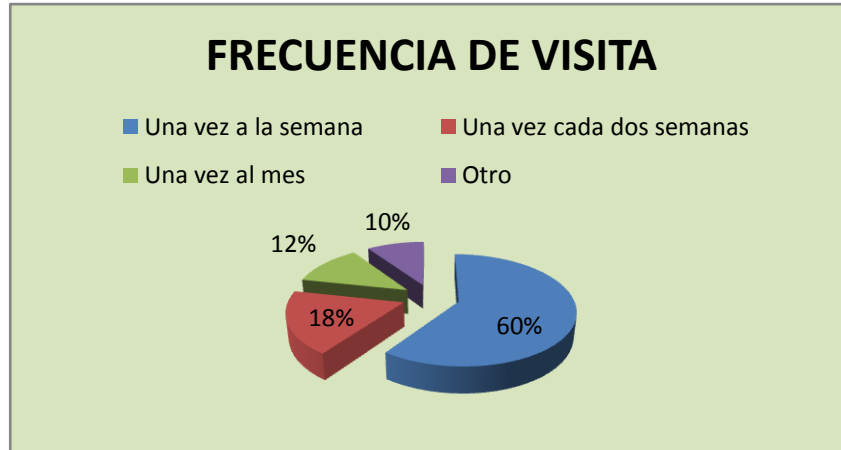
**COMENTARIO:** Del total de trabajadores encuestados el 41% son de un grupo familiar de 2 a 3 personas, el 52% de 4 a 5 personas, mientras que el 8% que son la minoría en el grupo familiar de más de 5 personas.

**Pregunta 1:**

**¿Qué tan a menudo visita usted un centro de abastecimiento de productos básicos?**

OBJETIVO: Determinar la frecuencia de visita de los trabajadores de la UES a un centro de abastecimiento de productos básicos.

Periodo	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	94	60%
Una vez cada dos semanas	29	18%
Una vez al mes	19	12%
Otro	15	10%
Total general	157	100%



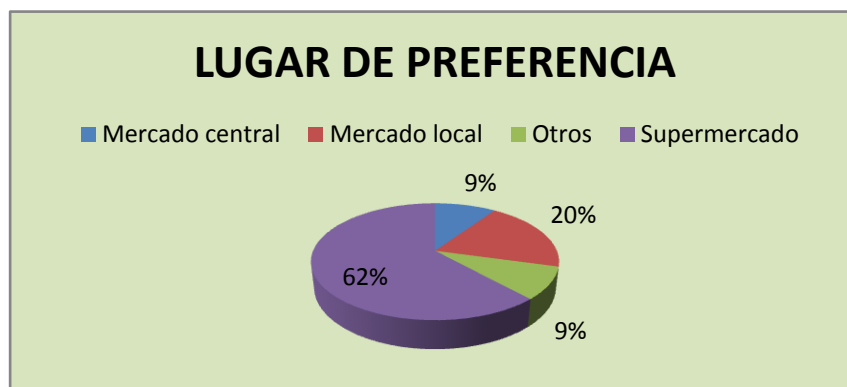
**COMENTARIO:** Del total de la población encuestada el 60% afirma ir una vez a la semana, mientras que el 40% restante visita un centro de abastecimiento de productos básicos en otra unidad de tiempo, es decir, una vez cada dos semanas, una vez al mes y otros los cuales pueden ser dos veces a la semana, una vez cada seis meses, etc.

**Pregunta 2:**

**¿Dónde adquiere los bienes de consumo básicos para la subsistencia de su familia?**

OBJETIVO: identificar el lugar de de preferencia para la adquisición de los bienes de consumo básico.

Lugar de compras	Frecuencia	Porcentaje
<b>Mercado central</b>	15	10%
<b>Mercado local</b>	31	20%
<b>Otros</b>	14	9%
<b>Supermercado</b>	97	62%
<b>Total general</b>	157	100%



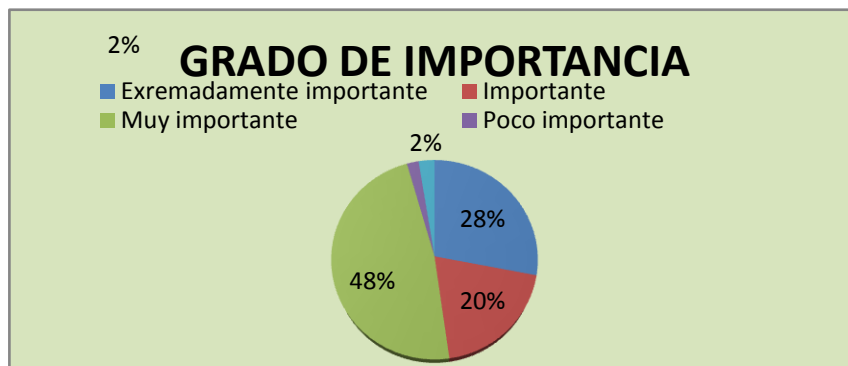
**COMENTARIO:** del total de la población encuestada el 62%, es decir la mayoría prefiere realizar las compras en el supermercado, lo cual indica que realizan un excesivo gasto en los bienes de consumo, mientras que el resto de la población es decir el 10% y 20% realizan sus compras en el mercado central y mercado local respectivamente y solo un 9% prefiere otros.

**Pregunta 3:**

**¿Qué le parece a usted que (APTUES) ponga a su disposición una despensa de consumo familiar dentro del campus central?**

OBJETIVO: conocer el grado de aceptación de una despensa familiar dentro del campus central de la UES.

Grado de importancia	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente importante	44	28%
Importante	31	20%
Muy importante	75	48%
Poco importante	3	2%
Sin importancia	4	3%
Total general	157	100%



**COMENTARIO:** de la población encuestada un 48% consideran que es muy importante la existencia de una despensa familiar dentro del campus central, un 28% opinan que es extremadamente importante, mientras que un 20% solo lo consideran importante, y escasamente un 2% y 3% consideran poco importante y sin importancia.



**Pregunta 4:**

**¿Estaría dispuesto a adquirir productos básicos de consumo en una despensa dentro de la UES?**

OBJETIVO: Conocer la disponibilidad de los trabajadores de la UES para adquirir los bienes de consumo en la despensa.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	4	3%
Si	153	97%
Total general	157	100%



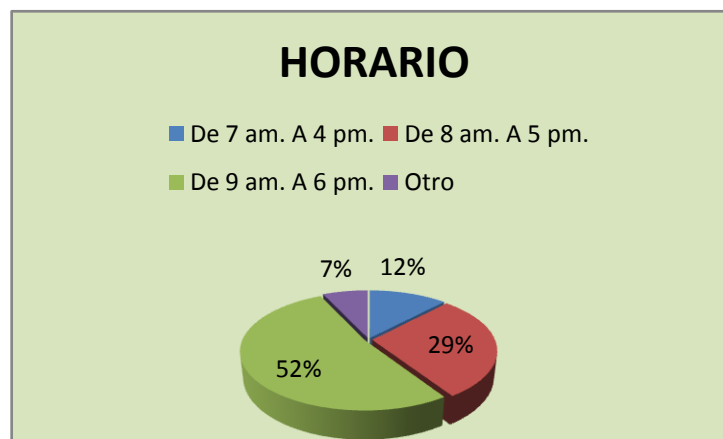
**COMENTARIO:** del total de la población encuestada el 97% está dispuesto a adquirir productos de consumo básico en la despensa familiar dentro del campus central y solamente un 3% no estaría dispuesto en comprar en la despensa.

**Pregunta 5:**

**De acuerdo al tiempo que usted dispone ¿en qué horario le gustaría que le atendieran en la despensa?**

OBJETIVO: Considerar el horario más conveniente para que la despensa inicie operaciones.

Horario	Frecuencia	Porcentaje
De 7 am. A 4 pm.	19	12%
De 8 am. A 5 pm.	45	29%
De 9 am. A 6 pm.	82	52%
Otro	11	7%
Total general	157	100%



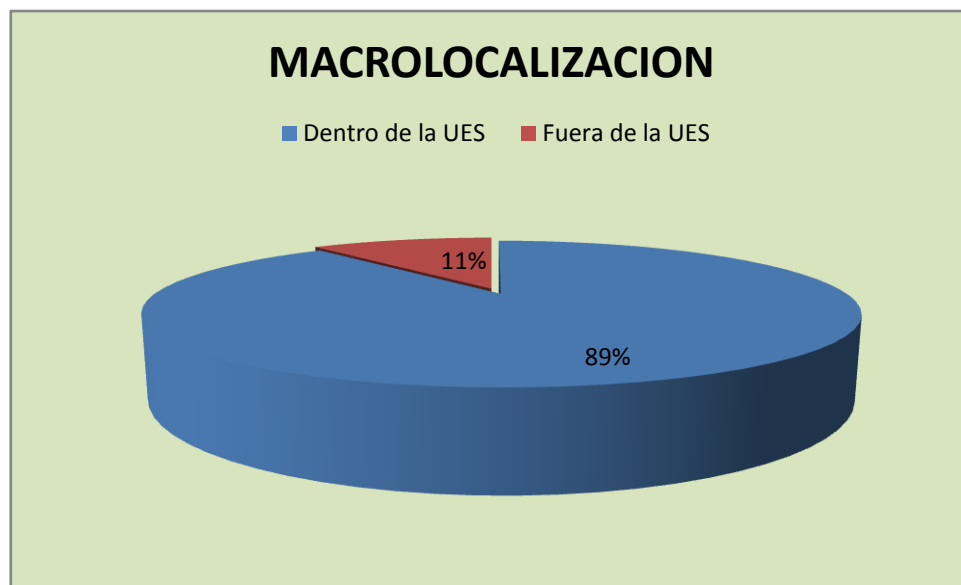
**COMENTARIO:** De las 157 personas encuestadas el 52% de la población considera que el horario de De 9 am. A 6 pm. es el más conveniente para realizar sus compras mientras el 12% de 7 am. A 4 pm. El 29% de 8 am. A 5pm. y el 7% restante en otro horario.

**Pregunta 6:**

**¿En qué lugar le gustaría estuviese ubicada la despensa?**

OBJETIVO: Conocer el lugar donde a los empleados les gustaría estuviese ubicada la despensa.

Macrolocalización	Frecuencia	Porcentaje
Dentro de la UES	140	89%
Fuera de la UES	17	11%
Total general	157	100%



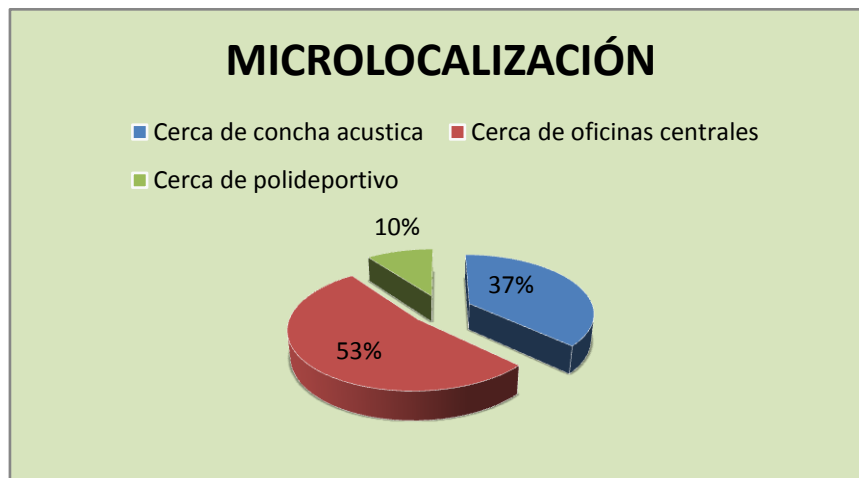
**COMENTARIO:** La mayoría de las personas encuestadas (89%) está de acuerdo que el lugar donde estuviese ubicada la despensa sea dentro de la UES mientras el 11% restante opina que sea fuera de los recintos de la Universidad.

**Pregunta 7:**

**Si la despensa estuviera ubicada dentro de la UES; ¿En qué lugar le gustaría más que estuviese?**

OBJETIVO: Conocer el lugar más idóneo para la despensa dentro del campus central de la UES.

Microlocalización	Frecuencia	Porcentaje
Cerca de concha acústica	58	37%
Cerca de oficinas centrales	83	53%
Cerca de polideportivo	16	10%
Total general	157	100%



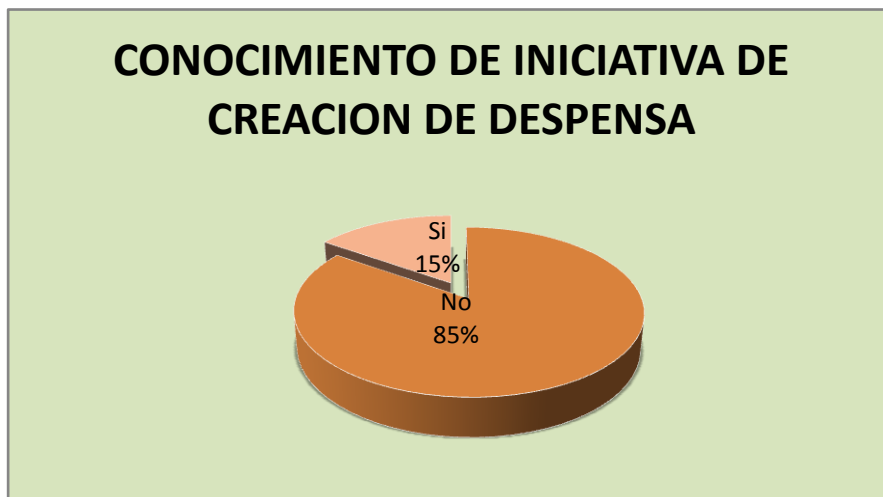
**COMENTARIO:** El lugar donde los encuestados consideran sería el más apropiado con 53% para que este la despensa es cerca de oficinas centrales, mientras que el 37% consideran cerca de la concha acústica y tan solo el 10% cree cerca del polideportivo.

**Pregunta 8:**

**¿Ha tenido conocimiento anteriormente de un tipo de iniciativa como la planteada en esta investigación?**

OBJETIVO: Conocer si existe una iniciativa de creación de una despensa.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	133	85%
Si	24	15%
Total general	157	100%



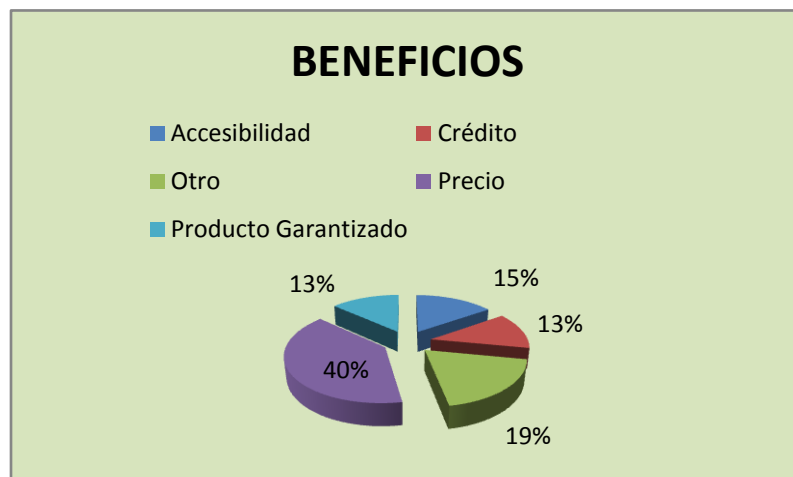
**COMENTARIO:** Del total de personas encuestadas la mayor parte de ellas asegura nunca haberse enterado de una iniciativa similar (85%) mientras que el 15% restante si se ha enterado de iniciativas similares como la de FUP entre otras.

**Pregunta 9:**

**¿Qué beneficio preferiría obtener de una despensa en el interior de la Universidad de El Salvador?**

OBJETIVO: Conocer cuáles son los principales beneficios que los trabajadores esperan recibir del proyecto de creación de una despensa al interior de la UES.

Beneficios	Frecuencia	Porcentaje
Accesibilidad	24	15%
Crédito	20	13%
Otro	30	19%
Precio	62	39%
Producto Garantizado	21	13%
Total general	157	100%



**COMENTARIO:** La mayor parte De los 157 trabajadores encuestados, es decir, el 39% considera el precio como un beneficio determinante a la hora de comprar los productos básicos de consumo, mientras que el resto de trabajadores aseguro que eran otros los beneficios más importantes.

**Pregunta 10:**

**¿Qué característica prefiere en los productos de consumo?**

OBJETIVO: Conocer la característica que los trabajadores toman en cuenta al momento de adquirir productos de consumo.

Características de los productos	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	81	52%
Marca	10	6%
Otro	12	8%
Precio	54	34%
Total general	157	100%



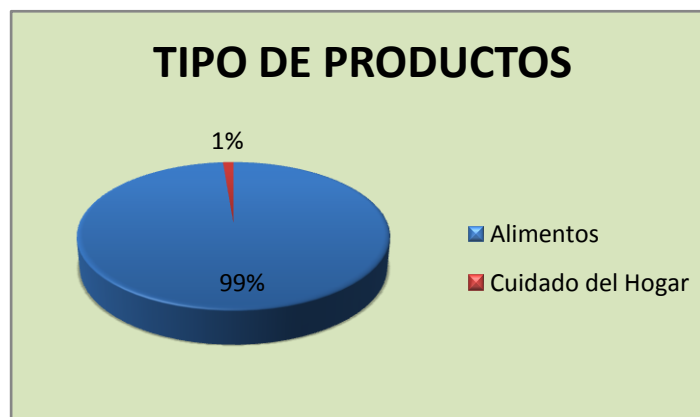
**COMENTARIO:** Del total de población encuestada el 52%, es decir la mayoría asegura que la calidad es la más importante, mientras que el 34% asegura que el precio, otros un escaso 8% y marca el 6%.

**Pregunta 11:**

**¿Qué tipo de producto es el que más adquiere?**

OBJETIVO: Determinar qué tipo de productos son los que más adquieren y consumen los trabajadores.

Tipo de Producto	Frecuencia	Porcentaje
Alimentos	155	99%
Cuidado del Hogar	2	1%
Total general	157	100%



**COMENTARIO:** El 99% de la muestra encuestada asegura que son los alimentos el tipo de producto que más adquiere lo cual indica que la mayoría se inclina por la canasta básica y solo un 1% adquiere más productos de cuidado del hogar.

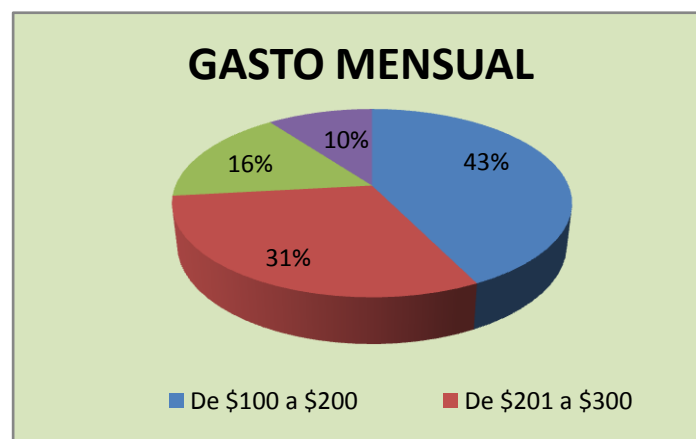


**Pregunta 12:**

**¿Cuánto gasta usted en los víveres necesarios para su familia mensualmente?**

OBJETIVO: Conocer el gasto mensual aproximado en víveres por familia.

Gasto mensual en bienes de consumo	Frecuencia	Porcentaje
De \$100 a \$200	67	43%
De \$201 a \$300	48	31%
De \$301 a \$400	26	17%
De \$401 a más	16	10%
Total general	157	100%



**COMENTARIO:** en gráfico se observa que son más personas las que gastan menos en los víveres en su familia pues el mayor porcentaje se concentra en los trabajadores que tienen un gasto entre \$100 y \$200 mientras que el resto de la población encuestada aseguran gastar de \$200 en adelante.

**Pregunta 13:**

**¿Qué forma de pago considera más apropiada en la compra de los víveres?**

OBJETIVO: Identificar la forma de pago que los trabajadores consideran más conveniente a la hora de comprar los víveres.

Rótulos de fila	Frecuencia	Porcentaje
Contado	100	64%
Crédito	26	17%
Descuento por planilla	28	18%
Otro	3	2%
Total general	157	100%



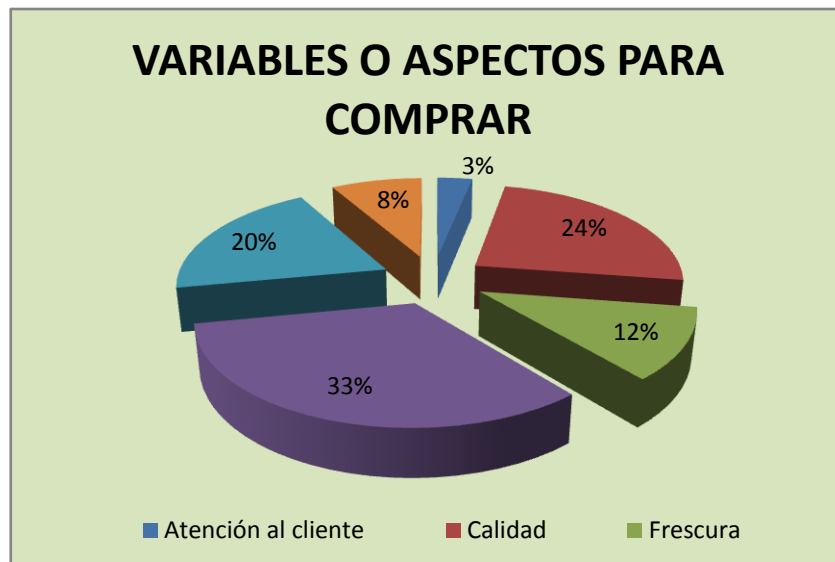
**COMENTARIO:** La mayoría de los trabajadores encuestados prefieren el pago de contado (64%), el 17% y 18% por crédito y descuentos por planilla que son condiciones similares, con la diferencia que las personas que prefieren el crédito no ven atractivo el cobro de intereses mientras que el otro 2% prefiere otro tipo de pago como tarjeta de crédito.

**Pregunta 14:**

**¿Qué variable o aspecto considera de suma importancia al momento de comprar su canasta básica?**

OBJETIVO: Identificar la variable o aspecto de mayor importancia que toman en cuenta los trabajadores al momento de comprar la canasta básica.

Variables o aspectos	Frecuencia	Porcentaje
Atención al cliente	5	3%
Calidad	38	24%
Frescura	18	11%
Otros	52	33%
Precios	31	20%
Variedad	13	8%
Total general	157	100%



**COMENTARIO:** El 33% de la población considera otros como una variable o aspecto a la hora de comprar el cual está representado por personas que no responden o que consideran la canasta básica, descuentos, promociones etc. El resto de la población encuestada considera que es la calidad, los precios, y la frescura esta última representada por que la fecha de caducidad del producto no esté cercana a la compra o en el caso de productos como frutas que estén frescos.

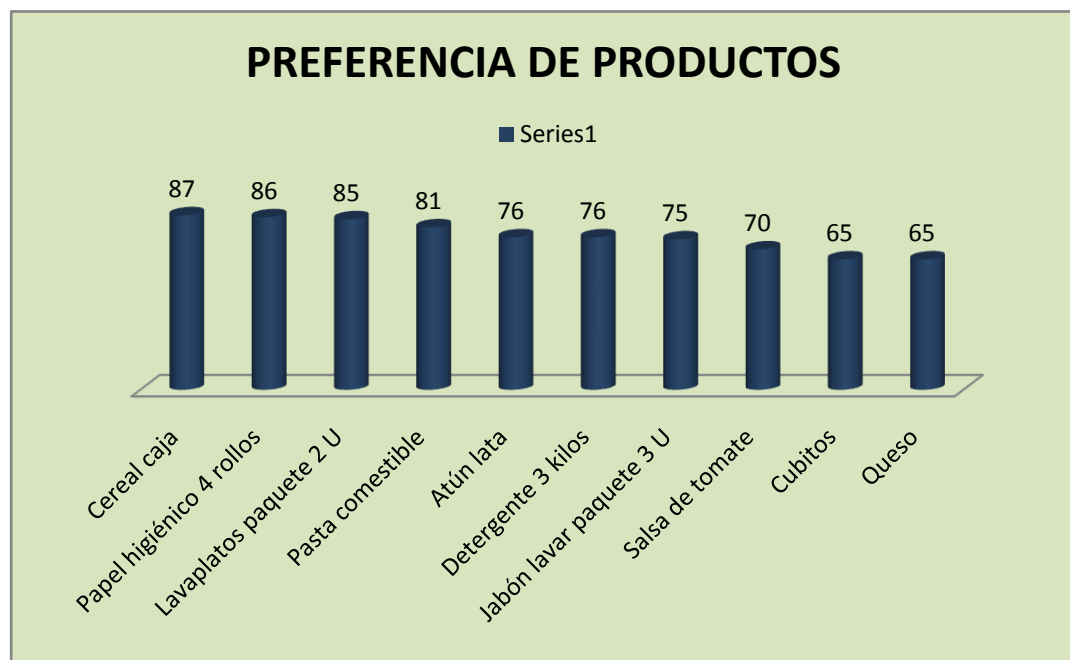
Las otras variables como la variedad y la atención al cliente son las que tienen un porcentaje menor el primero al referirse que los trabajadores consideran que una despensa lo bastante surtida les parecería más atractiva para realizar sus compras y el menor porcentaje consideró la atención al cliente como una variable importante a la hora de realizar sus compras.

**Pregunta 15:**

**¿Del siguiente listado de productos especifique la cantidad de producto que consume en el mes?**

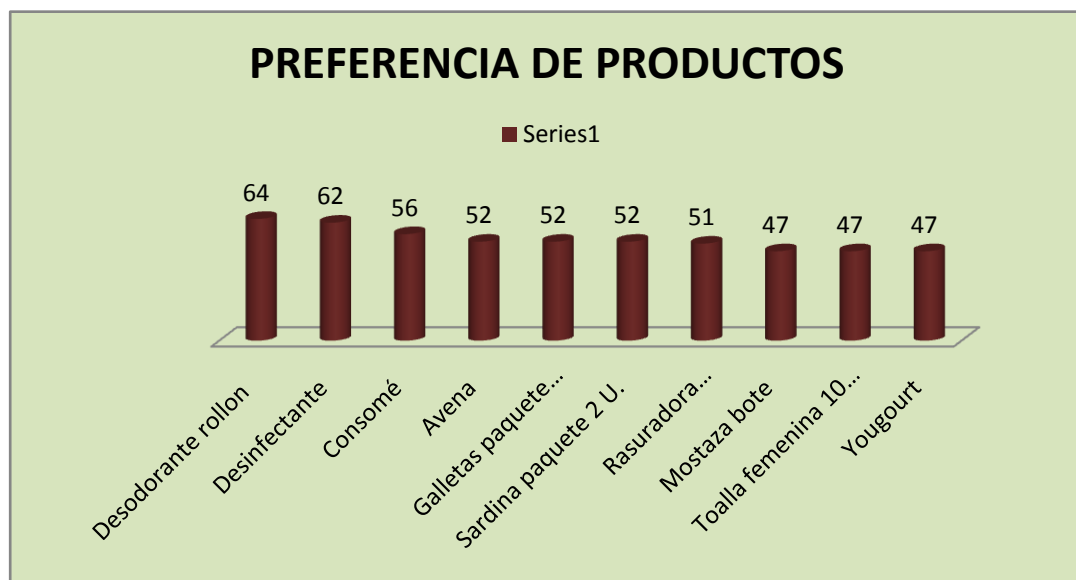
OBJETIVO: Conocer la demanda promedio mensual de los principales productos de consumo básico.

Producto	Frecuencia	Porcentaje	Total
Cereal caja	87	55%	157
Papel higiénico 4 rollos	86	55%	157
Lavaplatos paquete 2 U	85	54%	157
Pasta comestible	81	52%	157
Atún lata	76	48%	157
Detergente 3 kilos	76	48%	157
Jabón lavar paquete 3 U	75	48%	157
Salsa de tomate	70	45%	157
Cubitos	65	41%	157
Queso	65	41%	157



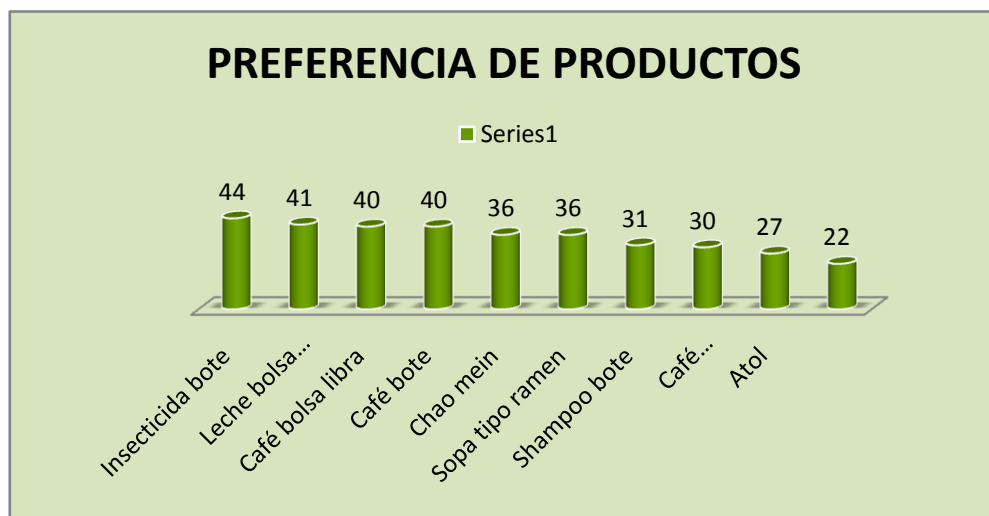
**COMENTARIO:** Como se puede observar en el gráfico los productos que siguen después de los más básicos seleccionados por los trabajadores son siempre productos de gran importancia pero no productos de la canasta básica como complementos de desayuno como lo es el cereal, el papel higiénico otro producto de suma importancia, lavaplatos, detergente y otros productos que hacen que un hogar funcione satisfactoriamente.

Producto	Frecuencia	Porcentaje	Total
Desodorante rollon	64	41%	157
Desinfectante	62	39%	157
Consomé	56	36%	157
Avena	52	33%	157
Galletas paquete 12 U	52	33%	157
Sardina paquete 2 U.	52	33%	157
Rasuradora paquete 5 U	51	32%	157
Mostaza bote	47	30%	157
Toalla femenina 10 U.	47	30%	157
Yogurt	47	30%	157



**COMENTARIO:** Los productos con menor porcentaje de selección para especificar el consumo mensual, con un porcentaje inferior al 65% son productos aun menos indispensables que los anteriores pero de importancia para la subsistencia de un hogar entre estos desodorantes, desinfectante, consomé, avena, galletas productos que son de mucha ayuda para que la vida en un hogar sea mucho más cómoda.

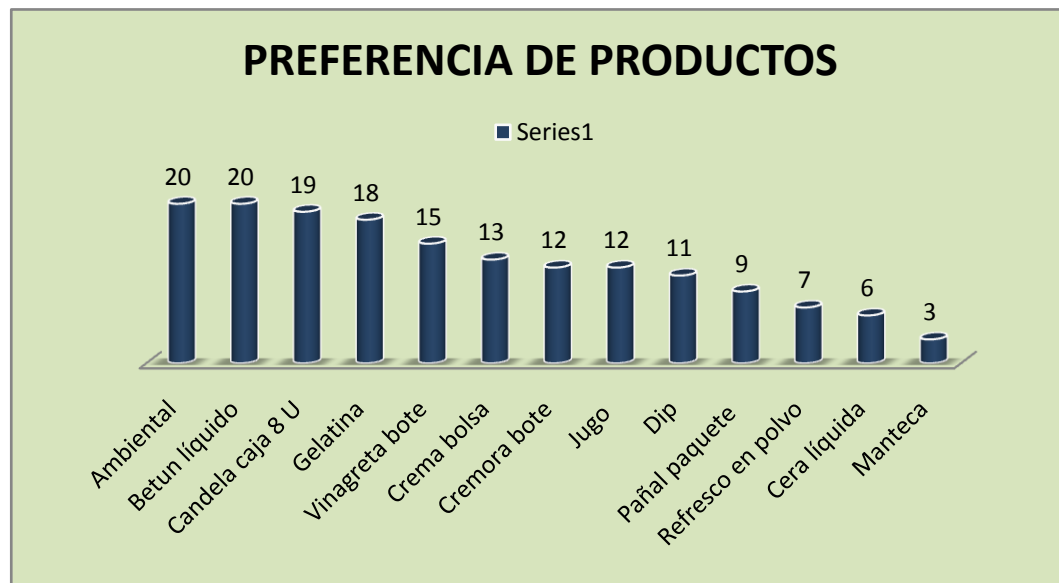
Producto	Frecuencia	Porcentaje	Total
Insecticida bote	44	28%	157
Leche bolsa 1600 GR	41	26%	157
Café bolsa libra	40	25%	157
Café bote	40	25%	157
Chao mein	36	23%	157
Sopa tipo ramen	36	23%	157
Shampoo bote	31	20%	157
Café dispensador 80 sobres	30	19%	157
Atol	27	17%	157
Desinf. Pato purific	22	14%	157



**COMENTARIO:** estos productos que aparecen en el gráfico, son productos de aún más baja selección a excepción del café por estar este producto en tres diferentes presentaciones pero se puede observar que el café en bolsa y el café en bote son los de mayor selección mientras que el dispensador tiene una demanda menor y los demás productos diferentes al café son productos de menor demanda pero a la vez se observa que tendrían una rotación menor al momento de implantar la despensa.

Producto	Frecuencia	Porcentaje	Total
Ambiental	20	13%	157
Betún líquido	20	13%	157
Candela caja 8 U	19	12%	157
Gelatina	18	11%	157
Vinagreta bote	15	10%	157
Crema bolsa	13	8%	157
Cremora bote	12	8%	157
Jugo	12	8%	157
Dip	11	7%	157
Pañal paquete	9	6%	157
Refresco en polvo	7	4%	157
Cera líquida	6	4%	157
Manteca	3	2%	157





**COMENTARIO:** Los productos menos demandados son productos los cuales puede omitirse su consumo y la vida en el hogar podría continuar igual y que el uso de estos podría considerarse un lujo, ya que no son indispensables y muchas veces solo se utilizan como complementos.

**Anexo 4: Estrategias FA, DA, DO, FO**

<b>FA</b>	<b>Posicionamiento notorio de los supermercados</b>	<b>Incremento en precios de los proveedores</b>	<b>Gran cantidad de productos sustitutos</b>	<b>Disminución en gasto de víveres por los trabajadores</b>
<b>Recurso humano capacitado</b>	Dar una atención adecuada a los usuarios de la despensa	Realizar cotizaciones de los productos	X	x
<b>Aceptación favorable por parte de los usuarios potenciales de la despensa</b>	Dar a conocer los beneficios que obtendrían los trabajadores con la despensa	X	Promover los productos que existan en la despensa	Vender productos a precios accesibles
<b>Apoyo institucional por parte de la UES</b>	Disminución en el costo de los productos	Trabajar con varios proveedores para disminuir costos	Ofrecer productos de calidad	Subsidiar a la despensa para disminuir el costo de productos a los trabajadores

<b>DA</b>	<b>Posicionamiento notorio de los supermercados</b>	<b>Incremento en precios de los proveedores</b>	<b>Gran cantidad de productos sustitutos</b>	<b>Disminución en gasto de víveres por los trabajadores</b>
<b>No contar con un espacio físico</b>	Ubicar la despensa en un lugar adecuado	X	X	x
<b>Inexperiencia en el manejo de despensa</b>	Realizar un benchmarking con el mejor supermercado	Capacitar al personal encargado en cotizaciones de precios	X	x
<b>Falta de publicidad de la asociación</b>	Hacer publicidad para el posicionamiento de la despensa	X	X	X

<b>DO</b>	<b>Ayuda de cooperantes internacionales</b>	<b>Aprovechamiento de tecnología de punta</b>	<b>Ofrecer productos de mayor calidad y mejores precios</b>	<b>Hacer uso de economías de escala</b>	<b>Publicidad por medios de comunicación UES</b>	<b>Mercado cautivo (trabajadores UES)</b>
No contar con un espacio físico	Adecuar un local a las necesidades de la despensa	X	x	x	Contar con un local para la despensa y darlo a conocer en los medios de comunicación de la UES	Contar con un espacio Físico dentro de la UES
Inexperiencia en el manejo de despensa	Capacitar al personal para realizar labores de despensa	X	x	Capacitar al personal en adquisición de productos	X	X
Falta de publicidad de la asociación	Realizar las labores del plan de promoción	X	Hacer publicidad de los productos a través de los medios publicitarios		Dar a conocer la asociación por los medios publicitarios UES	Dar a conocer la despensa a toda la universidad dado que solo es para trabajadores
Asociación en etapa de crecimiento	X	Trascender a través de el manejo adecuado de la tecnología	x	x	Crecer a través del posicionamiento por la publicidad de los medios	X

<b>FO</b>	<b>Ayuda de cooperantes internacionales</b>	<b>Aprovechamiento de tecnología de punta</b>	<b>Ofrecer productos de mayor calidad y mejores precios</b>	<b>Hacer uso de economías de escala</b>	<b>Publicidad por medios de comunicación UES</b>	<b>Mercado cautivo (trabajadores UES)</b>
Recurso humano capacitado	X	Mayor eficiencia en las operaciones de la despensa	Manejo adecuado de los productos	x	x	Mejorar la atención de los usuarios
Aceptación favorable por parte de los usuarios potenciales de la despensa	Lograr mayor abastecimiento	x	Satisfacción de las expectativas del cliente	Comprar mayor cantidad de productos para obtener mejores precios	Mejoramiento de la imagen física de la despensa	X
Apoyo institucional por parte de la UES	Tener mayor capital de operación	x	x	Comprar productos en cantidades para obtener precios bajos	x	X

### Anexo 5: Cálculo de la demanda mensual de productos

	De 1 a 2 libras					De 3 a 4 libras					Total bolsas
	N.T	Fr	C	Bolsas por trabajador	CT	N.T	Fr	C	bolsas por trabajador	CT	
<b>Café bolsa libra</b>	503	24%	121	2	242	503	2%	10	4	40	282
	De 1 a 2 Botes					De 3 a 4 botes					Total botes
	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	
<b>Café bote</b>	503	22%	111	2	221	503	3%	15	4	60	282
	De 1 a 2 cajas					De 3 a 4 cajas					Total cajas
	N.T	Fr	C	cajas por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Cajas por trabajador	CT	
<b>Café dispensador 40 sobres</b>	503	18%	91	2	181	503	1%	5	4	20	201
	De 1 a 2 tubos					De 3 a 4 tubos					Total tubos
	N.T	Fr	C	Tubos por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Tubos por trabajador	CT	
<b>Crema dental</b>	503	50%	252	2	503	503	17%	86	4	342	845
	De 1 a 2 paquetes					De 3 a 4 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	
<b>Jabón baño paquete 3 u.</b>	503	50%	252	2	503	503	13%	65	4	262	765
	De 1 a 2 paquetes					De 3 a 4 paquetes					Total frascos
	N.T	Fr	C	Frasco por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Frascos por trabajador	CT	
<b>Mayonesa frasco</b>	503	56%	282	2	564	503	4%	20	4	81	644
	1 Paquete					2 Paquetes					Total botes
	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	
<b>Fósforos 10 cajitas</b>	503	43%	216	1	216	503	13%	65	2	131	347
	De 1 a 3 paquetes					De 4 a 6 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	
<b>Papel higiénico</b>	503	43%	216	3	649	503	10%	50	6	302	951
	De 1 a 2 paquetes					De 3 a 4 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	
<b>Lavaplatos paquete 2 U.</b>	503	44%	221	2	443	503	9%	45	4	181	624

	De 1 a 3 paquetes					De 4 a 6 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	
<b>Pasta comestible</b>	503	41%	206	3	619	503	10%	50	6	302	921
	De 1 a 4 latas					De 5 a 8 latas					Total paquetes
	N.T	Fr	C	Latas por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Latas por trabajador	CT	
<b>Atún lata</b>	503	39%	196	4	785	503	10%	50	8	403	1188
	De 1 a 2 bolsas					De 3 a 4 bolsas					Total paquetes
	N.T	Fr	C	bolsas por trabajador	CT	N.T	Fr	C	bolsas por trabajador	CT	
<b>Detergente 3 kilos</b>	503	44%	221	2	443	503	4%	20	4	81	523
	De 1 a 2 paquetes					De 3 a 4 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Paquetes por trabajador	CT	
<b>Jabón de lavar paquete 3 u.</b>	503	35%	176	2	352	503	13%	65	4	262	614
	De 1 a 2 Botes					De 3 a 4 botes					Total botes
	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	
<b>Salsa de tomate</b>	503	36%	181	2	362	503	5%	25	4	101	463
	De 1 a 2 cajas					De 3 a 4 cajas					Total cajas
	N.T	Fr	C	cajas por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Cajas por trabajador	CT	
<b>Cubitos</b>	503	38%	191	2	382	503	3%	15	4	60	443
	De 1 a 3 libras					De 4 a 6 libras					Total bolsas
	N.T	Fr	C	Bolsas por trabajador	CT	N.T	Fr	C	bolsas por trabajador	CT	
<b>Queso libra</b>	503	31%	156	3	468	503	10%	50	6	302	770
	De 1 a 2 botes					De 3 a 4 botes					Total bolsas
	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	
<b>Desodorante rollon</b>	503	33%	166	2	332	503	3%	15	4	60	392
	1 bote					2 botes					Total bolsas
	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	
<b>Desinfectante</b>	503	38%	191	1	191	503	2%	10	2	20	211
	De 1-2 botes					De 3-4 botes					Total botes
	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	
<b>Consomé</b>	503	29%	146	2	292	503	6%	30	4	121	413

	De 1-2 bolsas					De 3-4 bolsas					Total bolsas
	N.T	Fr	C	Bolsas por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Bolsas por trabajador	CT	
<b>Avena</b>	503	29%	146	2	292	503	3%	15	4	60	352
	De 1-2 paquetes					De 3-4 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	
<b>Galletas paquete</b>	503	27%	136	2	272	503	6%	30	4	121	392
	De 1-2 paquetes					De 3-4 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	
<b>Sardina paquete</b>	503	29%	146	2	292	503	3%	15	4	60	352
	De 1-2 paquetes					De 3-4 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	
<b>Rasuradora paquete</b>	503	29%	146	2	292	503	4%	20	4	81	372
	De 1-2 botes					De 3-4 botes					Total botes
	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	
<b>Mostaza bote</b>	503	30%	151	2	302						302
	De 1-2 paquetes					De 3-4 paquetes					Total paquetes
	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	paquetes por trabajador	CT	
<b>Toalla femenina</b>	503	25%	126	2	252	503	4%	20	4	81	322
	De 1-5 unidades paquetes					De 6-10 unidades					Total unidades
	N.T	Fr	C	unidades por trabajador	CT	N.T	Fr	C	unidades por trabajador	CT	
<b>Yogurt</b>	503	14%	70	5	352	503	8%	40	10	403	755
	De 1-2 botes					De 3-4 botes					Total botes
	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	N.T	Fr	C	Botes por trabajador	CT	
<b>Insecticida</b>	503	27%	136	2	272	503	1%	5	4	20	292

N.T= Número Trabajadores      Fr= Frecuencia      C=

## Anexo 6: Demanda mensual de productos

<b>PRODUCTOS</b>	<b>DEMANDA MENSUAL</b>
Arroz bolsa 5 lb.	1037
Azúcar bolsa 5 lb.	1067
Frijoles bolsa 5 lb.	896
Aceite galón	866
Huevos cartón	966
Café bolsa libra	282
Café bote	282
Café dispensador 80 sobres	201
Crema dental	845
Jabón baño paquete 3 unidades	765
Mayonesa frasco	644
Fósforos 10 cajitas	347
Papel higiénico	951
Lavaplatos paquete 2 U.	624
Pasta comestible	921
Atún lata	1188
Detergente 3 kilos	523
Jabón de lavar paquete 3 unidades	614
Salsa de tomate	463
Cubitos	443
Queso libra	770
Desodorante Rollon	392
Desinfectante	211
Consomé	413
Avena	352
Galletas paquete	392
Sardina paquete	352
Rasuradora paquete	372
Mostaza bote	302
Toalla femenina	322
Yogurt	755
Insecticida	292

## Anexo 7: Manual de procedimientos

PASO Nº	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Investigar los precios de los productos en el mercado	Colaborador Administrativo
2	Revisar la fecha de vencimiento de la cotización	Colaborador Administrativo
3	Contactar a un máximo de cuatro proveedores que oferten el mismo producto	Colaborador Administrativo
4	Enviar el formato de cotización a los proveedores participantes	Colaborador Administrativo
5	Recibir información de cotización en formatos propios o proporcionados por el proveedor	Colaborador Administrativo
6	Formalizar cotización aclarando las siguientes condiciones: forma de pago, tiempo de entrega de productos y documentación a utilizar	Colaborador Administrativo
7	Verificar que las cotizaciones de los diferentes proveedores contengan las formalidades necesarias (nombre de la empresa, logo, sello, firma, costo de los productos, IVA, período de duración de la cotización, entre otros). En caso de que no se cumpla con alguna de las formalidades se debe contactar a los proveedores para corregir la deficiencia y para que envíe la documentación correcta.	Colaborador Administrativo
8	Aprobar la formalidad de las cotizaciones	Colaborador Administrativo
9	Entregar cotizaciones a Administrador	Colaborador Administrativo
10	Elaborar cuadro resumen de cotizaciones	Administrador
11	Analizar las ofertas establecidas en el cuadro resumen	Administrador
12	Seleccionar la opción más conveniente	Administrador
13	Autorizar la opción seleccionada del cuadro resumen de cotización	Administrador
14	Entregar cuadro resumen de cotización a Colaborador Administrativo I	Administrador
15	Realizar pedido de productos al proveedor	Colaborador Administrativo





## PROCEDIMIENTO DE ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS



PASO N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Contactar a proveedor para solicitar productos respaldado por cotización	Colaborador Administrativo
2	Entregar factura a Colaborador Administrativo II	Proveedor
3	Comparar el contenido de la cotización y la legalidad de la factura. En caso de que la información no sea la correcta se contacta al proveedor para aclarar dudas y realizar correcciones	Colaborador Administrativo
4	Registrar en el sistema los productos adquiridos, con el fin de ponerlos a disposición de los usuarios	Colaborador Administrativo
5	Acordar el plazo de pago	Colaborador Administrativo
6	Entregar quedan a proveedor para realizar el pago a un plazo establecido	Colaborador Administrativo
7	Enviar a proveedor al área operativa (bodega o sala de ventas)	Colaborador Administrativo
8	Recibir productos	Bodeguero
9	Almacenar los productos en bodega o sala de ventas	Bodeguero
10	Emitir cheque trascurrido el plazo de pago establecido	Colaborador Administrativo
11	Enviar cheque a la Unidad de Aprobación	Bodeguero
12	Autorizar cheque	APTUES
13	Devolver cheque a Colaborador Administrativo	APTUES
14	Entregar cheque a proveedor	Colaborador Administrativo



## PROCEDIMIENTO DE VENTA DE PRODUCTOS AL CRÉDITO



PASO N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ubicar a los usuarios por orden de llegada en la fila de facturación correspondiente en sala de ventas	Cajero
2	Solicitar carné de empleado y DUI a usuarios	Cajero
3	Verificar en el sistema que el usuario sea empleado de la Universidad de El Salvador	Cajero
4	Solicitar al usuario el detalle de productos	Cajero
5	Digitar el código de los productos que el usuario desea adquirir	Cajero
6	Verificar la lista de productos con el usuario, en caso de que exista un error se corrige la factura en el sistema	Cajero
7	Guardar la factura en el sistema	Cajero
8	Imprimir la factura	Cajero
9	Entregar la factura al usuario.	Cajero
10	Enviar al usuario a entrega de productos	Cajero
11	Solicitar la factura al usuario. En caso de que el usuario decida realizar cambios en su pedido debe regresar a facturación para que se corrija e imprima nuevamente.	Bodeguero
12	Localizar los productos	Bodeguero
13	Trasladar los productos al mostrador	Bodeguero
14	Entregar productos y factura al usuario	Bodeguero
15	Entregar copia de factura para descuento por planilla a RR.HH	



## PROCEDIMIENTO DE VENTA DE PRODUCTOS AL CONTADO



PASO N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Ubicar a los usuarios por orden de llegada en la fila de facturación correspondiente en sala de ventas	Cajero
2	Solicitar carné de empleado y DUI a usuarios	Cajero
3	Verificar en el sistema que el usuario sea empleado de la Universidad de El Salvador	Cajero
4	Solicitar al usuario el detalle de productos	Cajero
5	Digitar el código de los productos que el usuario desea adquirir	Cajero
6	Verificar la lista de productos con el usuario, en caso de que exista un error se corrige la factura en el sistema	Cajero
7	Guardar la factura en el sistema	Cajero
8	Realizar el cobro de la factura al usuario	Cajero
9	Imprimir la factura	Cajero
10	Entregar la factura al usuario.	Cajero
11	Enviar al usuario a entrega de productos	Cajero
12	Solicitar la factura al usuario. En caso de que el usuario decida realizar cambios en su pedido debe regresar a facturación para que se corrija e imprima nuevamente.	Bodeguero
13	Localizar los productos	Bodeguero
14	Trasladar los productos al mostrador	Bodeguero
15	Entregar productos y factura al usuario	Bodeguero



**F.F. CENTRO**

NRC : 41-8 NIT: 0614-010858-001-7

Giro : Venta Art. Ferrería, Materiales Construcción, Pinturas Y Arts. Conexos

3a. calle oriente 129 s.s.

e-mail: centro@freundsa.com

TEL : 22711100

FAX: 22226565

Página 1 de 1 19/02/2011 12:31 PM

**COTIZACION****2113391**

Fecha : 19/FEB/2011

Cliente : 0 - APTUES

Vendedor : 10234 - \*\*\*\*

Facturar : TIENDA

Registro :

Pago : CONTADO

Documento : FACTURA CONSUMIDOR

No. Carnet :

**DATOS COMPLEMENTO SIN DESPACHO**

Tel. despacho : 75193837

Dirección : ND

Notas : ND

Línea	Código	Unidad	Descripción artículo	Cantidad	Precio Cotizado	Total
01	10968579	C/U	PAPELERO PLST 28QT BGE 14X10X15 RCP 2956	4.00	\$ 6.9900	\$ 27.96

<b>Sub-Total :</b>	<b>\$ 27.96</b>
<b>Descuentos :</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>TOTAL :</b>	<b>\$ 27.96</b>
<b>IVA :</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>RETENCION :</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>IVA PERCEPCION (1%) :</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>TOTAL FACTURA :</b>	<b>\$ 27.96</b>

Autorizado

Aceptado cliente

\*\*\*\* PRECIOS EN DOLARES INCLUYEN IVA \*\*\*\*

\*\*\*\* PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO \*\*\*\*

**F.F. CENTRO**

NRC : 41-8 NIT: 0614-010858-001-7

Giro : Venta Art. Ferreteria, Materiales Construccion, Pinturas Y Arts. Conexos  
3a. calle oriente 129 s.s.

e-mail: centro@freundsa.com

TEL : 22711100

FAX: 22226565

Página 1 de 1 19/02/2011 12:26 PM

**COTIZACION****2113381**Fecha : 19/FEB/2011  
Cliente : 0 - APTUES  
Vendedor : 10653 - \*\*\*\*Facturar : TIENDA  
Registro :  
Pago : CONTADODocumento : FACTURA CONSUMIDOR  
No. Carnet :

DATOS COMPLEMENTO SIN DESPACHO

Dirección : ND  
Notas : ND

Linea	Codigo	Unidad	Descripción articulo	Cantidad	Precio Cotizado	Total
01	48974180	C/U	ESCALERA 2 BANDAS DOM 3 PIE STEP UP	1.00	\$ 36.5000	\$ 36.50

\_\_\_\_\_  
Autorizado                      Aceptado cliente  
\*\*\*\* PRECIOS EN DOLARES INCLUYEN IVA \*\*\*\*  
\*\*\*\* PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO \*\*\*\*

Sub-Total :	\$ 36.50
Descuentos :	\$ 0.00
<b>TOTAL :</b>	<b>\$ 36.50</b>
IVA :	\$ 0.00
RETENCION :	\$ 0.00
IVA PERCEPCION (1%) :	\$ 0.00
<b>TOTAL FACTURA :</b>	<b>\$ 36.50</b>

1a. CALLE PTE. Y AVENIDA ESPANA, SAN SALVADOR  
TELEFONO: 2271-3033 FAX:

COTIZACION No. 109163

FECHA: 03/02/2011

PARA

DIRECCION:

TELEFONO: FAX :

ATENCION:

DE: ERNESTO VENTURA

ASUNTO:

TERMINOS: CONTADO

PAGINA: 1

CODIGO	DESCRIPCION	U/M	CANTIDAD	PRECIOS	TOTAL
37008	INODORO 550 ECOLINE BLANCO S/A	PZA	1.00	49.900	49.90
968	ASIENTO P/INOD. REDONDO PLAST. BLANCO 50	PZA	1.00	7.990	7.99
28840	TUBO ABASTO FLEX. PLAST. 16" 48176 INOD.	PZA	1.00	2.100	2.10
15942	VALVULA CONTROL/PISO 3/8x1/2 OR12C BRAS	PZA	1.00	4.949	4.95
50901	LAVAMANO ACUACER 07339 BLANCO 100	PZA	1.00	19.900	19.90
4695	LLAVE P/LAVAMANO MANDESA 50120 CALY	JGD	1.00	7.490	7.49
15556	TUBO ABASTO FLEX. PLAST. 20" 48132 LAVAM	PZA	1.00	2.800	2.80
15941	VALVULA CONTROL/PARED 3/8x1/2 OR17C BRAS	PZA	1.00	4.399	4.40

VALIDEZ DE LA OFERTA 15 DIAS

SUBTOTAL: 99.53

NOTA PRECIOS YA INCLUYEN IVA

0.00

TOTAL ( ) 99.53

ERNESTO VENTURA  
VENDEDOR

AUTORIZADO

ACEPTO

# LÍNEA FIJA



## Incluye:

- Instalación técnica
- Aparato básico

## Beneficios:

- 100 Minutos mensuales en consumo de llamadas locales
- Acceso Gratuito a los Servicios Digitales de **Claro**
- Planes de descuento en llamadas internacionales por el 155





San Salvador, 17 de febrero de 2011

Señores  
APTUES  
Presente

Estimados Señores:

Reciban un cordial saludo de parte de nuestra empresa y el deseo de muchos éxitos en el desempeño de sus labores cotidianas.

A continuación remito cotización de nuestros productos Robertoni, para su respectivo análisis:

PRODUCTO	MODULO DE EMPAQUE	PRECIO MODULO	PRECIO UNITARIO
Espagueti Robertoni 200 grs.	84x200 grs.	\$ 23.31	\$ 0.28
Pastas cortas de 200 grs.(codo, codito, concha, conchita)	200 grs.		\$ 0.30
Lasagna Robertoni	18x300 grs.	\$ 22.58	\$ 1.25
Chao mein Catay Robertoni de 290 grs	24x290 grs.	\$ 18.00	\$ 0.75
Chao mein Catay Robertoni de 180 grs.	24x180 grs.	\$ 12.20	\$ 0.51

NOTA: Precios incluyen IVA.

CONDICIONES DE PAGO: Contado

ENTREGA: Inmediata

Agradeciendo por anticipado su atención a la presente.

Atentamente,

LIC. OSCAR FLAMENCO  
GERENTE DE VENTAS

**División Productos Alimenticios**

33 Calle Oriente # 326, San Salvador, El Salvador, Centroamérica. Tels. (503)2225-8386, 2225-1620, Fax (503)2225-7440  
e-mail: [atencioncliente@robertoni.com.sv](mailto:atencioncliente@robertoni.com.sv)

## COTIZACION DE SERVICIOS Y SISTEMAS INFORMATICOS

Fecha: Santa Tecla, 14/02/2011

**Señores  
APTUES  
Presente**

e-mail: [srbarahona@hotmail.com](mailto:srbarahona@hotmail.com)

Tomando como base las Especificaciones Técnicas del Sistema Informático que solicitan es para Zeta Sistemas un gusto poder someter a sus consideraciones nuestra oferta de productos y servicios de Sistemas Informáticos con las características detalladas.

### 1. CARACTERISTICAS GENERALES TECNICAS DEL SISTEMAS

ELEMENTO	ESPECIFICACION
1. Compatibilidad con Sistemas Operativos	Windows XP, Windows Vista, Windows 7, Windows Server, Linux
2. Compatibilidad para Exportar/Importar Información	Facilidad para Exportar e Importar Información de otros módulos, programas o sistemas.
3. Interfaz	Grafica
4. Integrable	Integración directa con los módulos según la necesidad
5. Flexibilidad	Totalmente Flexible para la adaptabilidad a los requerimientos de la empresa.
6. Multi-Usuarios	SI
7. Multi-Empresas	SI
8. Seguridad	Modulo integrado especialmente para la Administración de Usuarios para la definición de: Claves de Accesos, Perfiles, Roles. Etc.
9. Ambiente de Trabajo	Ambiente local, Redes Locales y Redes Remotas

## 1. OFERTA TECNICA Y ECONOMICA

Todos los módulos del Sistema se encuentran funcionando en óptimas condiciones de acuerdo a las necesidades y características de cada empresa o institución.

CANT	DESCRIPCION	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
1	<b>SISTEMA DE FACTURACION E INVENTARIO (ZPOS)</b>  <b>ALGUNAS FUNCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenimiento de Catálogos de Productos, Costos y Precios</li> <li>• Catálogos de Unidades y Escalas de Ventas</li> <li>• Catálogos de Clientes</li> <li>• Catálogos de Vendedor, Cajeros</li> <li>• Catálogos de Bodegas, Sucursales</li> <li>• Puntos de Ventas (POS)</li> <li>• Generación de Ticket, Facturas y Créditos Fiscales</li> <li>• Generación de Notas de Crédito, Debito, Notas de Envío y Notas de Remisión</li> <li>• Requisiciones</li> <li>• Generación y Facturación de Cotizaciones</li> <li>• Cortes y Cierres de Ventas Diarios y Mensuales</li> <li>• Reporte de Ventas</li> <li>• Y muchas opciones mas</li> </ul>	\$ 678.00	\$ 678.00
	<b>INVERSION POR PROGRAMA DE OTRA COMPUTADORA.....</b>	<b>\$ 339.00</b>	<b>\$ 339.00</b>
2	<b>HARDWARE</b>  <b>COMPUTADORA DUAL CORE 2.0 GHZ.....</b>  <b>CARACTERISTICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Licencia de Windows 7</li> <li>• Monitor Flat de 14"</li> <li>• Memoria RAM 2.0 GB</li> <li>• Microprocesador Dual Core 2.0 GHz</li> <li>• Reproductor de DVD/CD</li> </ul>	\$675.00	\$1,350.00
2	<b>IMPRESOR EPSON TM-U950 (Ticket, Facturas y Cortes de Caja) (NUEVO).....</b>	<b>\$904.00</b>	<b>\$1,808.00</b>
2	<b>LECTOR DE CODIGO DE BARRA (opcional).....</b>	<b>\$225.00</b>	<b>\$ 450.00</b>
	<b>TOTAL OFERTADO SOBRE SISTEMAS :</b>		<b>\$4,625.00</b>

## 1. SERVICIOS ADICIONALES QUE INCLUYE LA OFERTA

- 1.1. Capacitación a Usuarios de 10 horas por Cada Modulo
- 1.2. Manuales de Usuarios para el uso de cada uno de los módulos del Sistema
- 1.3. Implementación de cada uno de los módulos del sistema.
- 1.4. Asistencia técnica y operativa para la solución de problemas del sistema

## 2. CONDICIONES DE LA OFERTA

1. **PRECIOS** : Los Precios ya Incluyen IVA
2. **VALIDES DE LA OFERTA** : 15 Días Calendario
3. **FORMA DE PAGO** : 60% al aceptar la oferta y 40% contra entrega e instalación

Atentamente

**Marleni Brissett Mata**

**LIC. OSCAR ORLANDO ZETINO**  
Representante legal

<b>ESPACIO RESERVADO PARA EL CLIENTE</b>	
OFERTA ACEPTADA  _____  Nombre y Firma      Fecha: ___/___/____	EMITIR PAGO A NOMBRE DE:  Oscar Orlando Zetino Tovar



A / 5234

San Salvador, 21 de Febrero de 2011

Señores

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

San Salvador

TEL.: 7519 3837

E-Mail: dc04015@ues.edu.sv

Atn.: **SR. JESUS DIAZ**  
**COMPRAS**

Estimados Señores:

Tenemos el agrado de presentar a ustedes la cotización de GÓNDOLAS metálicas tipo Supermercado de fabricación Nacional *Grupo EQUISA* de excelente calidad para la exhibición de sus productos según nos lo solicitaran.

**BASE:** (De pared y/o Centrales) la cual cuenta con sus parales perforados, estructura y entrepaño base respaldo de cartón piedra perforado acabado natural (café).

**ENTREPAÑOS:** Aéreos ajustables, los cuales vienen en variadas medidas y con capacidad de carga de 125 lb., uniformemente distribuidas en cada uno.

El acabado final será un esmalte al horno color **BLANCO PURO**.

Las medidas y características de dichas Góndolas son las siguientes:

**GÓNDOLA SIMPLE, DE PARED ó CABECERA**

ALTURA	1.80 m.
LONGITUD	1.05 m.
PROFUNDIDAD	Base 0.50 m. + 0.38 + 0.33 + 0.33 (1 LADO)
# DE ENTREPAÑOS	4 (Base + 3)
DIST. ENTRE NIVELES	Variable ( <i>AJUSTABLE</i> )
CANTIDAD SOLICITADA	3 GONDOLA SIMPLE

<i>PRECIO DE FÁBRICA</i>	<i>US\$. 214.50</i>
<i>(-) DESCUENTO ESPECIAL</i>	<i>US\$. <u>32.50</u></i>
<b>TOTAL</b>	<b>US\$. 182.50 + IVA</b>

**PRECIO POR 3 GONDOLAS** **US\$. 547.50 + IVA**



A / 5233  
San Salvador, 21 de Febrero de 2011

Señores  
**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
San Salvador  
TEL.: 7519 3837  
E-Mail: dc04015@ues.edu.sv

Atn.: **SR. JESUS DIAZ**  
**COMPRAS**

Estimados Señores:

Tenemos el agrado de presentar a ustedes la cotización de Estanterías Metálicas **100% AR SYSTEMS (España)** ISO 9001:2000 en su Sistema SHELIVING, totalmente desarmables y ajustables según sus indicaciones.

Dichos Estantes se conforman básicamente por parales de angulares ranurados tipo **AR 35** de lámina de acero rolada en frío en dimensiones de 35 mm. x 35 mm. 100% Galvanizados (ÚNICOS EN EL SALVADOR), bandejas ó entrepaños ajustables con capacidad de **180 lb.**, uniformemente distribuidas en cada uno, siendo actualmente la mejor capacidad STANDARD en el mercado y pernos galvanizados de cabeza hexagonal con tuerca.

Además, el acabado será Esmalte al Horno color Gris previo proceso de fosfatización ó galvanizado – plateado para el paral de angular (galvanizado dependerá de existencias).

**(EQUISA ES LA ÚNICA EMPRESA EN EL MERCADO QUE OFRECE LA POSIBILIDAD PARA BANDEJAS Y PARALES, DE ACABADO GALVANIZADO - PLATEADO QUE NO SE RAYA NI SE OXIDA COMO LA PINTURA COMÚN, FAVOR CONSULTAR)**

Las medidas y características de dichos Estantes serán las siguientes:

**10 ESTANTES INDIVIDUALES**

ALTURA	2.00 m.
LONGITUD	0.90 m.
PROFUNDIDAD	0.60 m.
# DE BANDEJAS ó ENTREPAÑOS	4
ESQUINERAS GALV.	Incluidas
TACOS PLÁST. ANTIDESLIZANTES	Incluidos
DIST. ENTRE NIVELES	0.60 m. (Ajustable)
CANTIDAD SOLICITADA	10 ESTANTES

**PRECIO UNITARIO NORMAL** US\$. 105.98 + IVA  
**PRECIO CON DESCUENTO ESPECIAL** US\$. 90.00 + IVA

**PRECIO TOTAL POR 10 ESTANTES** **US\$. 900.00 + IVA**

ESTANTERÍA BÁSICAMENTE ESPAÑOLA AL **MISMO PRECIO** QUE LA DE FABRICACIÓN NACIONAL.

LOS ANTERIORES PRECIOS SON DE **FÁBRICA** Y DE **IMPORTACIÓN**, Y SE RATIFICA QUE LA CAPACIDAD OFRECIDA POR ENTREPAÑO, ES LA MÁS ALTA STANDARD EN EL MERCADO.

**OBSERVACIONES:**

- ❑ Todo el Sistema **AR SYSTEMS** se conforma en su totalidad con material 100% desarmable, modificable y recuperable.
- ❑ Para una prolongada duración y buen funcionamiento de las estanterías, deberá respetarse la capacidad de carga establecida así como no pararse sobre las bandejas; se sugiere la adquisición de escaleras de aluminio.
- ❑ Favor emitir cheques a nombre de: **GRUPO EQUISA, S.A. DE C.V.**

**CONDICIONES:**

Forma de Pago: Contado al autorizar la Orden.  
Tiempo de Entrega: 4 días hábiles aprox., a partir de recibido el pago respectivo.  
Lugar de Entrega: Área Metropolitana de San Salvador.  
Sostenimiento de Oferta: Precios sujetos a cambio sin previo aviso.

En espera de sus amables comentarios a la presente cotización, quedamos a espera de sus gratas noticias

Atentamente,

Ángel Gomez  
**DIVISIÓN ALMACENAMIENTO**

FIRMA Y SELLO DE ACEPTACIÓN

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR (SHELVING AR)  
C.C.FILE

**TELEFAX:** (503) 2225 2518, 2226 5222  
**DIRECCIÓN:** 29 Avenida Norte, # 1137, Urb. Buenos Aires, S.S.  
El Salvador, C. A.  
**WEB:** www.equisacorp.com  
**E - MAIL:** equisal@equisacorp.com

**EL SALVADOR - GUATEMALA - HONDURAS**

**... por 33 años, líderes en Sistemas de Estanterías !!!**  
**AR SYSTEMS, vanguardia en Europa . . .**



FECHA:		10 de Febrero de 2011.			
EMPRESA:		ASOCIACION DE PROFESIONALES Y TECNICOS DE LA UES APTUES			
CONTACTO:		FRANCISCO BARAHONA			
DIRECCION:		San Salvador			
CORREO ELECTRONICO:		<a href="mailto:fbarahona@hotmail.com">fbarahona@hotmail.com</a>			
PROYECTO:		Amueblamiento de despensa.			
PRODUCTO:		Escritorio-Credenza-Sillas			
TELEFONO:22372428		Cel:75193837			
	Descripcion	Cantidad	Unidad	Precio	Total
1	<b>CREDENZA:</b> * Estructuración de melamina , cubiertas postformadas, frentes de gaveta de termofóild sistema para colgar archivos ,. Dimensiones : 0.8 mts longitud x 0.46 mts profundidad x 0.80 mts altura.	2.00	c/u	\$ 307.00	\$ 614.00
2	<b>ESCRITORIO:</b> * Estructuración de melamina , cubiertas postformadas, faldon de 40 cms altura , un pasacables. Dimensiones : 1.20 mts longitud x 0.60 mts profundidad x 0.75 mts altura.	2.00	c/u	\$ 195.00	\$ 390.00
3	<b>ESCRITORIO PARA COMPUTADORA:</b> * Estructuración de melamina , cubiertas postformadas, faldon de 40 cms altura , un pasacables y portateclado. Dimensiones : 1.00 mts longitud x 0.60 mts profundidad x 0.75 mts altura.	2.00	c/u	\$ 190.00	\$ 380.00
4	<b>SILLAS SECRETARIAL:</b> * Silla Modelo Vizcaya sin brazos en color negro , azul , estructura polipropileno asiento y respaldo en tela y base de 5 rodos.	2.00	c/u	\$ 97.00	\$ 194.00
5	<b>SILLAS DE ESPERA:</b> * Silla Monza en color negro , azul , estructura metalica asiento y respaldo en polipropileno.	5.00	c/u	\$ 30.00	\$ 150.00
6	<b>MOSTRADOR:</b> * Estructuración de melamina color a escoger y cubierta postformada con frente de melamina color a escoger. Dimensiones : 2.0 mts x 0.60 mts x 0.90 mts	1.00	c/u	\$ 456.00	\$ 456.00
Precios incluye IVA					\$ 2,184.00

**Condiciones Generales:**

- \* Forma de pago: 80% anticipo y 20% contra entrega.
- \* Tiempo de suministro: 4 semanas despues de cancelado el anticipo
- \* Tiempo de Instalacion: 1 dia.
- \* Presupuesto de acuerdo a solicitud de cliente.
- \* Precios Incluyen IVA
- \* Oferta Incluye Instalacion y transporte en San Salvador.
- \* Vigencia de oferta 15 dias habiles
- \* Cualquier modificacion o agregado posterior a la aceptacion y firma de contrato se revisaran y se cotizaran por aparte
- \* Una vez aceptada la cotizacion y recibido el precio del anticipo no se admitira revocatoria del contrato
- \* Las areas deberan estar libres de trabajos preliminares, como instalaciones de piso, cielo falso, ventanas, puertas (En caso de tener areas directas al exterior), paredes pintadas con primera mano, instalaciones hidraulicas y

\_\_\_\_\_  
Claudia de Alvarado  
Asesor de Diseño y ventas

\_\_\_\_\_  
Arq. Ana Cecilia Portillo de Sosa  
Gerente de ventas

MONTO TOTAL DEL CONTRATO EN LETRAS:	
DOCUMENTO A NOMBRE DE :	NIT:
DIRECCION SEGÚN REGISTRO FISCAL:	
DIRECCION DONDE SE REALIZARA LA INSTALACION:	
FORMA DE PAGO	FECHA DE RECIBIDO EL ANTICIPO
FECHA DE INICIO DE INSTALACION:	
EMITIR CHEQUE A NOMBRE DE: <b>AMBIENTE Y DISEÑO S.A DE C.V</b>	
NOMBRE COMPLETO DE CLIENTE :	
FIRMA DE CLIENTE:	








San Salvador, 11 de Febrero de 2010

Señores: ASOC. DE PROF. Y TEC. DE LA UNV. DE EL SALVADOR

Atención: Francisco Barahona



Estimado cliente, es un gusto nos permita ser parte de su plan de trabajo ponemos a si a su consideración la siguiente oferta de Mobiliario y Equipo de oficina.

Cant.	Modelo	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
2		EURO .Escritorio secretarial recto, cubierta de 1.50 X 0.60 mts, en aglomerado de 1" forrado con laminado color a elegir, bases en melamina de 1" color negro, faldon en melamina de 5/8" color negro, incluye pedestal de 3 gavetas con llave, niveladores de altura para pisos irregulares.	\$230.00	\$460.00
2		T-153. mueble con top para computadora, reforzado, espacio para cpu y ups, con porta teclado.	\$40.00	\$80.00
4		SILLA OPERATIVA. Silla secretarial ergonomica, sistema de nivelación de altura a base de gas, respaldo en malla y asiento forrado en tela, con brazos color negro, base de 5 rodos dobles de nylon. Peso de 200 lbs	\$85.00	\$340.00
3		SILLA DE ESPERA. Silla de espera estructura metalica, asiento y respaldo en tela color negro, sin brazos, peso 200lbs.	\$38.00	\$114.00
2		AR-004. Archivo metalico linea economica, 4 gavetas, con llave, proceso de pintura en polvo, incluye marco con medida estándar para carpetas medidas de 1.32 alto x 0.46 ancho x 0.56 fondo, garantía 1 año. Disponible en color negro.	\$155.00	\$310.00
			<b>Sub total</b>	<b>\$1,304.00</b>
			<b>Iva</b>	<b>\$169.52</b>
			<b>Total</b>	<b>\$1,473.52</b>

\*Precios no Incluye Iva.

Para efectos de facturación, enviar la presente debidamente firmada y sellada.

indicando el o los productos solicitados, así como el total respectivo. Con una copia del cheque ya autorizado .

Forma de Pago : 50 % aceptada oferta y 50 % contra entrega

Garantía : 1 año por desperfecto de fabricación  
 Tiempo de Entrega: 5 días hábiles  
 Validez de la Oferta: 30 días  
 Cheque a Nombre de: SND Productos Electronicos, S.A. de C.V. ( Gran Contribuyente )  
 Transporte: En el perimetro de la capital / aplican restricciones  
 Aprobación del Cliente:

Atentamente,

Firma y Sello

**Guadalupe Portillo**  
 Asesora de Proyectos  
 tel. 2525-3185  
 Cel. 7930-7690

25.Av sur # 418 San Salvador, a un costado de talleres Moltrock, frente a Super Repuestos.



El Salvador

Final 25 Calle Poniente y Boulevard los Heroes No. 1478

Telefonos: 2225 5050

**COTIZACIÓN No. 670**

Fecha: 21/02/2011 Vigente Hasta: CAMBIO DE PRECIOS SIN PREVIO AVISO

Cliente: APTUES

Dirección:

Teléfono:

Ejecutivo: Guillermo Zelaya e-mail: guillermo.zelaya@sistegua.com Telefono: 2225-5050

Codigo	Descripción	Unidades	Precio	Total
01.1	TablaRoca USG 1/2" X 4' X 8'	45	\$5.750	\$258.75
13.2	Poste de 2 1/2" X 10' 0.40MM	37	\$1.480	\$54.76
13.3	Canal de 2 1/2" X 10' Cal. 0.40MM	20	\$1.190	\$23.80
02.1	Lata de Pasta "TABLA ROCA" USG 28 Kg.	3	\$13.894	\$41.68
04.1	Rollo de Cinta de Papel 250'	3	\$1.460	\$4.38
05.2	Tornillo de 1" Punta Fina	1,400	\$0.004	\$4.90
05.1	Tornillo de 1/2" Punta Fina	300	\$0.004	\$1.20
05.12	Tachuelon de 1"	100	\$0.013	\$1.33
24.1	Lija de Agua Grano 100 Pliego	5	\$0.345	\$1.73
			Total sin I.V.A.	\$392.53
			I.V.A. 13%	\$51.03
			Total IVA Incluido	\$443.56

<b>COTIZACION DE PRODUCTOS DISZASA</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	<b>PRECIO</b>
<b>PASTA DENTAL AQUAFRESH DOCENA</b>	<b>\$12.55</b>
<b>MAYONESA DEL CHEF 8ONZ. 4 ONZ. 0.68 UNIDADES</b>	<b>\$1.30</b>
<b>PAPEL NEVAX 1000 HOJAS UNIDAD</b>	<b>\$2.15</b>
<b>PAPEL NEVAX 330 HOJAS PAQUETE DE 4 ROLLOS</b>	<b>\$1.28</b>
<b>PAPEL NEVAX INDIVIDUAL C/U</b>	<b>\$0.30</b>
<b>DETERGENTE BLANCA NIEVES 100 GRS. FARDO DE 100 UNIDADES</b>	<b>\$17.63</b>
<b>DETERGENTE BLANCA NIEVES 250GRS. FARDO DE 40 UNIDADES</b>	<b>\$17.60</b>
<b>DETERGENTE BLANCA NIEVES DE 500 GRS FARDO DE 20 UNIDADES</b>	<b>\$17.60</b>
<b>JABON NIVEA C/U</b>	<b>\$0.73</b>
<b>ROLLON NIVEA C/U</b>	<b>\$2.88</b>
<b>AUTAN DOCENA</b>	<b>\$5.88</b>
<b>RAID LAMINITA CON APARATO ELECTRICO C/U.</b>	<b>\$1.50</b>
<b>RAID LAMINITA C/U.</b>	<b>\$1.45</b>
<b>SABA CON MANZANILLA CON ALAS C/U</b>	<b>\$0.91</b>
<b>SABA CON MANZANILLA SIN ALAS C/U</b>	<b>\$0.99</b>
<b>SABA CON MANZANILLA NOCTURNA</b>	<b>\$1.57</b>
<b>SABA CON MANZANILLA DELGADA</b>	<b>\$1.26</b>
<b>BOLIGRAFO CLASICO BIC 12+1</b>	<b>\$1.36</b>

<b>RASURADORA BIC DOBLE HOJA CARTON DE 24</b>	<b>\$6.09</b>
<b>NECTAR CALIFORNIA LATA CAJA + 3 UNIDADES</b>	<b>\$8.44</b>
<b>NECTAR CALIFORNIA CAJITA CAJA + 3 UNIDADES</b>	<b>\$6.58</b>
<b>COMIDA PARA PERRO DOGUI ADULTO</b>	<b>\$29.40</b>
<b>COMIDA PARA PERRO PET MASTER</b>	<b>\$20.41</b>
<b>SALSAS RIO GRANDE DOCENA</b>	<b>\$3.50</b>
<b>ESPECIES MALHER CARTON DE DOCENA</b>	<b>\$0.74</b>
<b>ESPECIES DEL CHEF CARTON DE DOCENA</b>	<b>\$1.00</b>
<b>REFRESCO YUS VARIEDAD DE SABORES UNIDAD</b>	<b>\$0.05</b>
<b>CHILE JALAPEÑO MALHER 12 + 1</b>	<b>\$0.49</b>
<b>CHILE JALAPEÑO MALHER</b>	<b>\$5.88</b>
<b>COSCAFE INSTANTANEO CAJITA DE 40 SOBRES</b>	<b>\$2.00</b>
<b>COSCAFE PARA HERVER 4 ONZ</b>	<b>\$0.79</b>
<b>INSECTICIDA 400ML</b>	<b>\$2.43</b>

<b>Cotización productos Unilever</b>	
lux 48/125 gr	28.11 Dls
sedal 200 ml fc	1.83
xtra cj 8 ternas	15.3
xedex 4/5 k	40.59
cont pollo 12/60/10 g	58.6
knr cubito 50/25/2 gr	30.72
close up t menta 90 gr doc	7.76

<b>COTIZACION COMERSAL</b>	
YOGURT 150 GR	\$0.52
ATUN VEGETALES 160 GR	\$1.29
CAFÉ BOTE 150 GR	\$3.22
CAFÉ BOTE 100 GR CAJA DE 24	\$ 55.27+IVA
SALSA DE TOMATE UNIDAD	\$1.60
DESINFECTANTE GALON	\$3.98
MOSTAZA BOTE 222GR	\$0.96



Tel: (503) 2251-8890 FAX.2251-8895

**SOYAPANGO, 18 DE FEBRERO DE 2011**

**Señores: ASOCIACION DE PROFESIONALES Y TECNICOS  
DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.  
PRESENTE**

**ESTIMADO: Sr. Jesus Diaz**

Por este medio es un gusto el poder llegar a ustedes, deseando éxito laboral y muchas bendiciones de parte de DIOS a su vida.

Para su información anexamos cotización de nuestros productos según lo solicitado por ustedes. **Estos precios pueden sufrir variaciones por factores ajenos a nuestro departamento .**

Si desean que se les visite para una mayor información nuestro ejecutivo de ventas encargado del sector gustosamente le atenderá o llamar al tel. (503) 2251-8825

Atte.

**Lisandro López**  
SUPERVISOR DE VENTAS

Tel: 7850-4462



<b>PRODUCTOS</b>	<b>UNIDADES POR CAJA</b>	<b>UNIDADES COTIZADAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO C/IVA</b>	<b>PRECIO CAJA CON IVA</b>
<b>LAVAPLATOS LIMPIOX 90 GRS</b>	72 UNIDADES	1 UNIDAD	\$0.15	<b>\$10.78</b>
<b>LAVAPLATOS LIMPIOX 260 GRS</b>	24 UNIDADES	1 UNIDAD	\$0.4491	<b>\$10.78</b>
<b>CREMA LAVAPLATOS LIMPIOX 250GRS</b>	8 UNIDADES	1 UNIDAD	\$1.64	<b>\$13.12</b>
<b>CREMA LAVAPLATOS LIMPIOX 450GRS</b>	6 UNIDADES	1 UNIDAD	\$2.64	<b>\$15.84</b>
<b>ACEITE ORISOL</b>	<b>UNIDADES POR CAJA</b>	<b>UNIDADES COTIZADAS</b>	<b>PRECIO UNITARIO C/IVA</b>	<b>PRECIO CAJA CON IVA</b>
<b>BIDON 37.5 LBS OLEINA ORISOL</b>		1 UNIDAD		<b>\$33.00</b>
<b>BIDON 35.5 LBS OLEINA OROSI</b>		1 UNIDAD		<b>\$31.25</b>
<b>BIDON 18.5 LBS OLEINA ORISOL</b>		1 UNIDAD		<b>\$17.25</b>
<b>BIDON 37.5 LBS SOYA ORISOL</b>		1 UNIDAD		<b>\$35.00</b>
<b>BOLSA ECOPACK ORISOL 85 ML</b>	72	1 UNIDAD	\$0.2014	<b>\$14.50</b>
<b>BOLSA ECOPACK ORISOL 200 ML</b>	48	1 UNIDAD	\$0.4531	<b>\$21.75</b>
<b>BOLSA ECOPACK ORISOL 400 ML</b>	24	1 UNIDAD	\$0.90	<b>\$21.60</b>
<b>BOLSA ECOPACK C/ VALVULA ORISOL 750 ML</b>	20	1 UNIDAD	\$1.4250	<b>\$28.50</b>
<b>BOTELLA ORISOL PET 750 ML</b>	20	1 UNIDAD	\$1.40	<b>\$28.00</b>
<b>BOTELLA ORISOL PET 1500 ML</b>	9	1 UNIDAD	\$3.077	<b>\$27.69</b>
<b>BOTELLA ORISOL PET 1875 ML</b>	9	1 UNIDAD	\$3.555	<b>\$32.00</b>
<b>BOTELLA ORISOL PET 3750 ML</b>	6	1 UNIDAD	\$7.00	<b>\$42.00</b>
<b>BOLSA ECOPACK GIRASOL 750 ML</b>	18	1 UNIDAD	\$1.5556	<b>\$28.00</b>
<b>BOLSA ECOPACK MAIZ</b>	18	1 UNIDAD	\$1.5556	<b>\$28.00</b>



San Salvador, Febrero del 2011

Reciba un cordial saludo de Arrocería San Francisco, S.A. de C.V. A continuación presento cotización de nuestros productos:

CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	PRECIO X QQ CON IVA
	<b>ARROCES PRECOCIDOS</b>	
0101	Arroz San Francisco de 1 o 5 libras	\$ 49.00 q
0301	Arroz Cocinero 1 o 5 libras	\$ 69.00 q
01401	Arroz Mr. Rice de 25	\$ 45.00 q
01400	Arroz Mr. Rice de 100 lb.	\$ 45.00 q
	<b>ARROCES BLANCOS</b>	
0425	Arroz Mr. Rice Blanco de 25	\$ 38.00 q
04100	Arroz Mr. Rice Blanco de 100 lb.	\$ 38.00 q
0501	Arroz Cinco Estrellas 1 o 5 libras	\$ 43.00 q
	<b>FRIJOLES</b>	
40602	Frijol Cocinero 2 lb.	\$ 135.00 q
40635	Frijol Cocinero de 4 lb.	\$ 135.00 q
40639	Frijol Cocinero de 100 libras	\$ 132.00 q
40603	Frijol San Francisco de 2 ó 4 lbs	\$ 130.00 q
40632	Frijol Negro 4 ó 5 lbs.	\$ 85.00 q
40100	Frijol San Francisco de 100 libras o en @ a granel	\$ 128.00 q
40102	Frijol Negro 100 lbs. A granel	\$ 75.00 q
	<b>PRODUCTOS GOYA</b>	<b>CAJAS</b>
52556	Maíz en grano 24x 15 onz	\$ 21.48
52533	Guisantes 24 x 8.5 onz	\$ 20.43
52565	Vegetales Mixtos 24x14.9 onz	\$ 26.97
52422	Garbanzos 24x15 onz	\$ 25.92
52161	C.Coconut Cream 24x8.75 onz	\$ 27.68
52164	C.Coconut Milk 24x15 onz	\$ 31.38
51495	Aceituna negra 24 X 6 onz Bote	\$ 45.77
51473	Aceituna gigante 24 X 6 1/2 onz Bote	\$ 57.77
53805	Vino Rojo de cocina 12 x 25.4 onz	\$ 25.60
51154	Aceite de Oliva Goya, 8.5 onz.	\$ 3.57
	<b>PRODUCTOS BADIA</b>	
60101	Sazón completa 12x12 onz	\$ 32.40
60551	Sazón completa 6 x 793 grs.	\$ 31.85
60613	Pimienta Negra 12x7 onz	\$ 33.63
60002	Comino Molido 12 x 7 onz	\$ 26.35
60003	Cebolla en Polvo 12 x 7 onz	\$ 32.40
60103	Orégano Entero 12 x 3 onz	\$ 21.23
60001	Ajo en Polvo 12 x 7 onz	\$ 32.40
53639	Pulpo al Ajillo 25x4 Onz	\$ 43.22
53638	Pulpo a la Marinera 25x4 Onz	\$ 41.19
53630	Mejillones en Escabeche 25x4 Onz	\$ 79.46
53632	Calamares en Trozo en su tinta 25x4 Onz	\$ 42.03





<b>SAL Seca Yodada y Fluorada</b>		
113137	Sal Atlántida Gruesa 1 x 25 libras	\$ 3.39
113136	Sal Atlántida Fina 1 x 25 libras	\$ 3.39
<b>OTROS PRODUCTOS DE CANASTA BASICA</b>		
120094	Aceite Orisol, botella 750 ml.	\$ 1.98
100022	Avena Mosh Gran Dia, 300 grs.	\$ 1.05
100024	Incaparina, 1 lb.	\$ 1.10
100023	Salsa p/espagueti, Del Monte 4 oz	\$ 0.35
100014	Leche Rio Grande Bolsa de 400 grs	\$ 3.00
80006	Café Lo Nuestro, 1 lb.	\$ 2.50
30001	Azúcar Blanca, Bolsa de 2 lbs	\$ 38.25
M1392	Azúcar Blanca, Bolsa de 5 lbs	\$ 38.00
<b>PRODUCTOS DOÑA LISA</b>		
120064	Horchata con Leche 24x12 onz 18 LB	\$ 32.88
120026	Cebada 24x12 onz 18 LB	\$ 24.94
120017	Súper Horchata 24 x 12 onz 18 LB	\$ 25.70
120109	Cebada con leche 24 x 12 onz. 18 lb	\$ 32.22
<b>PASTAS MILANO</b>		
20110	Espagueti 50 x 200 grs.	\$ 14.69
20105	Codos Milano 58x200 grs. (25.55 lb.)	\$ 21.05
20106	Caracolutos.56x200 grs. (24.67 lbs)	\$ 20.32
20104	Tornillo 35x200 grs. (15.42 lbs)	\$ 12.70
20107	Lasaña Canalizada 24x300 grs. (15.86 lbs)	\$ 33.54
20109	Canelón 1x22x200 grs. (9.69 de libra)	\$ 15.64
<b>HARINA MASECA</b>		
30003	MASECA bolsa de 50 libras	\$ 16.63
30002	MASECA 2 libras (fardo 10 unidades)	\$ 7.98
<b>HARINA DE ARROZ</b>		
0904	SUAMIGA Harina de Arroz 44.40 Kg.	\$ 27.00
0903	SUAMIGA Harina de Arroz 11.10 Kg.	\$ 6.75
<b>FRIJOLE DOY PACK SAN FRANCISCO</b>		
113018	Frijoles Refritos Doy Pack 48x227 grs.	\$ 0.50
113019	Frijoles Refritos Doy Pack 24x400 grs.	\$ 0.82
113020	Frijoles Refritos Doy Pack 12x800 grs.	\$ 1.49
113021	Frijoles Refritos Doy Pack 5/5 libras	\$ 3.00
<b>CASAMIENTO SAN FRANCISCO</b>		
113104	Casamiento 150 grs.	\$ 0.58
113105	Casamiento 500 grs.	\$ 1.42
113108	Fríjol Salcochado 700 grs.	\$ 2.10
<b>DULCES</b>		
71073	Fiesta Gigante dulce surtido, 3 lbs.	\$ 2.73
70204	Bombón Yogurt Fresa 25 unidades	\$ 0.99
71077	Bombón Surtido 25 unidades	\$ 0.99



CODIGO	UNDER WOOD	
00014	Jamón del Diablo 24 x 4.25 Onz	\$ 42.50
00012	Jamón del Diablo 48 x 2.25 Onz	\$ 48.00
00023	Jamón de Pollo 24 x 4.25 Onz	\$ 42.50
	RED BULL	
9001999	Bebida Hidratante Red Bull 24 X 250 ml	\$ 39.60
9002000	Bebida Hidratante Red Bull S/ azúcar 24 x 250 ml	\$ 39.60

CODIGO	KELLOGG	PRECIO C/ IVA
1008047570	CHOCO KRISPIS BOLSA 48x150GR	\$ 41.40
1008050460	CHOCO KRISPIS SACHETS 104x30GR	\$ 27.12
1008049993	Choco Zucaritas 24/310gr	\$ 44.74
1008049953	CHOCO ZUCARITAS SACHETS 104x30GR	\$ 27.12
1008050529	Choco Zucaritas Sachets 90 x 30gr	\$ 26.26
1008049943	Corn Flakes 24x200gr	\$ 28.52
1008049944	Corn Flakes 24x350gr	\$ 51.42
1008050059	Corn Flakes 14/600gr	\$ 40.35
1008051686	CORN FLAKES BOLSA 48x120GR	\$ 31.05
1008050807	FROOT LOOPS SACHETS 104x25GR	\$ 27.12
1008047558	Froot Loops Sachets 90 x 25gr	\$ 26.26
1008047569	ZUCARITAS BOLSA 48x150GR	\$ 41.40
1008050276	Choco Krispis 24x320gr	\$ 52.08



<b>PRODUCTOS KIMBERLY CLARK</b>		
30177559	<b>Papel Hig. Scott 1000 hojas 12 x 4 rollos</b>	<b>\$ 24.19</b>
30177560	<b>Papel Hig. Scott 1000 hojas 8 x 6 rollos</b>	<b>\$ 22.83</b>
30192803	Papel Higiénico Scott Júnior 24 x 1	\$ 3.74
30192804	Papel Higiénico Scott Junior 12x4'S	\$ 7.34
30192805	Papel Higiénico Scott Júnior 4x12	\$ 8.31
30195364	<b>Papel Higiénico RINDEMAX 2P 48X1X450 Hojas</b>	<b>\$ 23.45</b>
30195365	<b>Papel Higiénico RINDEMAX 2P 12X4X450 Hojas</b>	<b>\$ 21.01</b>
30192817	P. Higiénico Scott Mega Plus 4x12x450 hojas	\$ 18.78
30192814	P. Higiénico Scott Mega Plus 24x2x450 hojas	\$ 19.17
30192813	P. Higiénico Scott Mega Plus 24x1x450 hojas	\$ 9.97
30177548	P. Higiénico Scott Mega Plus 12x4x450 hojas	\$ 19.56
30174940	Servilleta Regio Rectangular Blanca 10 x 100"s	\$ 5.06
30202682	<b>Servilleta Regio Rectangular Amarilla 10x100 unid.</b>	<b>\$ 3.97</b>
30174845	Servilleta Regio Rectangular Blanca 6 x 500"s	\$ 15.89
30027900	Servilleta Regio 24 x 100	\$ 8.61
30202832	R. Coc. Scott Duramax alto 12 x 2x 64 hojas	\$ 42.39
30152100	Papel Toalla Scott p/Dispensador 1 x 6	\$ 67.77
30179593	Caja Papel Hig. Kleenex, Jumbo Rol, doble Hoja p/disp.1x6	\$ 16.77
30177768	Papel Hig. Scott Express Amarillo Jumbo Rol, 1 hoja 1 x 6	\$ 11.72
30172333	Papel Hig. Scott Express Blanco Jumbo Rol, 1 hoja 1 x 6	\$ 14.07
30005100	Jabón Kimcare, 800 ml. 1x12	\$ 63.09
30152700	Jabón Liquido Spray, 400 ml. 1 x 6	\$ 37.95
30195084	Pañal Huggies Act Sec Minip sp40/5 M	\$ 40.07
30195085	Pañal Huggies Act Sec SP48/4 G / XG	\$ 47.98
30208176	Pañal Clasico Minipack 40/5 M	\$ 29.74
30208426	Pañal Clasico Minipack 48/4 G / XG	\$ 35.65
30206941	Toalla Humeda Huggies Clasic 24/70	\$ 34.24
30192954	Toalla Humeda Huggies Act Fresh Flip Top 24/48	\$ 43.01
30191969	Toalla Femenina Kotex Esencial sin Alas 24/10	\$ 14.42
30191970	Toalla Femenina Kotex Esencial con Alas 24/10	\$ 17.75
30195845	Toalla Femenina Kotex Nocturna con Alas 16/8	\$ 19.42
30179872	Toalla Femenina Kotex UP Normal sin Alas	\$ 21.41
30194794	Toalla Femenina Kotex UP Normal con Alas	\$ 22.66
30174687	Pañal para adulto Plenitud Classic M , G	\$ 49.32
<b>ESCOBAS</b>		
20051	Escoba Venecia, caja de 12 unidades	\$ 14.92
20053	Escoba Lola, caja de 12 unidades	\$ 22.38
20061	Escoba Súper Lola , caja de 12 unidades	\$ 20.21
20059	Escoba Florencia, caja de 12 unidades	\$ 25.09
20060	Escoba Súper Florencia, caja de 12 unidades	\$ 26.98
<b>PRODUCTOS SYLVANIA</b>		
9928	Sylvania CFL Ahorrador 20 / 11 w luz blanca 8000 h	\$ 66.44
9929	Sylvania CFL Ahorrador 20 / 15 w luz blanca 8000 h	\$ 66.44

SAN SALVADOR, 17 DE FEBRERO DEL 2011

SEÑORA  
**APTUES**  
PRESENTE

REGISTRADORA ELECTRONICA  
MARCA: SAM4S  
MODELO: ER-5200



**CONTROL DE INGRESOS**

- \*117 DEPARTAMENTOS .
- \*1,000 PLU'S ( PRECIOS PREFIJADOS)
- \* TECLA DE DESCUENTO
- \* CONTROLA 10 CAJEROS
- \* TARJETAS HASTA 8 TARJETAS DE CREDITO
- \* CONTROLA CONTADO, CHEQUES Y CREDITOS
- \* CONTROL DE SALDO DE MESAS
- \* TECLA DE ANULACION Y DEVOLUCION
- \* GRAN TOTAL ACUMULADO
- \* PANTALLA GIRATORIA PARA CLIENTES
- \***SISTEMA DE IMPRESION**
- \*PAPEL TERMICO
- \*LA DISCRIPCION DE CADA DEPTO. Y LOS PLU'S
- \* LOS REALIZA CON LETRAS EJ: ( -1DPTO.EXENTOS.)
- \*VELOCIDAD DE IMPRECION DE 13.3 LINEAS POR SEGUNDO
- \* LOGO COMERCIAL DE 6 LINEAS POR32 CARACTERES
- \* DEPTO, GRUPO DE DEPTOS, PLU'S Y CAJEROS
- \* CINTA DE TICKET DE /AUDITORIA/ IMPRESION.
- \* DE 21 COLUMNAS POR CADA TICKET
- \* TECLA NUMERADORA.
- \* IMPRIME NUMERO CORRELATIVO DE OPERACION
- \*HORA, FECHAY AÑO.
- \* REPORTE ACUMULADO MENSUAL
- \*LECTURA DE REPORTE
- \* CLAVE DE ACCESO PARA REPORTE
- \* INFORMACION DE C/ DEPARTAMENTO
- \* TOTAL POR DEPARTAMENTO
- \* VENTA DE HORA POR HORA
- \* REPORTE ACUMULADO MENSUAL
- \* REPORTE DE PLU'S O SUB-DEPARTAMENTO
- \* BATERIA INCORPORADA PARA PROTEJER LA MEMORIA
- \* MARCACION Y CERTIFICACION DE 500,000.00 EN UNA SOLA MARCADA
- \* ACUMULACION DE 99,000.000.00 POR DEPARTAMENTO.
- \* LLEVA CONTROL DE INVENTARIO PERPETUO

PRECIO .....\$ 970.00  
IVA.....\$ 126.10  
TOTAL.....\$ 1,096.10

**ESPECIFICACIONES:**


- \*Garantía: 12 meses por desperfectos de fabrica
- \*Tiempo de entrega: Inmediato
- \*Forma de Pago: Contado
- \*Validez de la oferta: 30 Días
- \*Contamos con un Personal de Servicio Técnico Especializado, Repuestos y Accesorios.


*Más de 55 Años de Experiencia*


**SILVIA APARICIO**  
ASESORA DE NEGOCIOS

PBX: (503) 2261-1477 FAX: (503) 2260-6980  
Prolongación calle El Progreso # 2025 Col. Flor Blanca, San Salvador El Salvador  
www.algarasv.com

## Anexo 9: Manual de descripción de puestos

	<b>DESPENSA UNIVERSITARIA</b>	FECHA:
	<b>MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS</b>	Pág.
TITULO DEL PUESTO	Administrador	
AREA A LA QUE PERTENECE	Administrativa	
JEFE INMEDIATO	APTUES	
SUBORDINADOS	Asistente administrativo, cajero, bodegueros.	
RESUMEN DEL PUESTO	Encargado de la despensa, de sus operaciones y actividades generales.	
<b>TAREAS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordina y supervisa las actividades de facturación, despacho, cotización de precios, pedidos y control de calidad de productos</li> <li>• Elabora informes semanales de todas las actividades que se realizan, con el fin de enviarlos posteriormente a APTUES</li> <li>• Autoriza la compra de productos</li> <li>• Autoriza los pagos a proveedores</li> <li>• Realiza control mensual de entrada y salidas de inventario</li> <li>• Lleva el control de la asistencia y responsabilidad de sus subalternos</li> </ul>		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
NIVEL ACADEMICO:	Licenciado en Administración de empresas	
EXPERIENCIA:	Tres años en cargos similares	
CONOCIMIENTOS:	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sobre manejo de inventarios</li> <li>➤ Sobre software de computadoras</li> <li>➤ Sobre manejo de personal</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS PERSONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adecuado manejo de personal</li> <li>➤ Facilidad de expresión</li> <li>➤ Habilidad para delegar y tomar decisiones</li> <li>➤ Edad: Mayor de 25 años</li> <li>➤ Sexo: indiferente</li> </ul>		
Elaboro:	Reviso:	Autorizo:

	<b>DESPENSA UNIVERSITARIA</b>	FECHA:
	<b>MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS</b>	Pág.
TITULO DEL PUESTO	Colaborador Administrativo	
AREA A LA QUE PERTENECE	Administrativa	
JEFE INMEDIATO	Administrador	
SUBORDINADOS		
RESUMEN DEL PUESTO	Encargado de complementar las actividades del administrador, además de llevar el control de los trámites administrativos y contables.	
<b>TAREAS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora cuadros de cotización</li> <li>• Realiza pedido de productos a los proveedores</li> <li>• Entrega documentación a proveedores</li> <li>• Elabora informes</li> <li>• Apoya el proceso de facturación</li> </ul>		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
NIVEL ACADEMICO:	Estudiante de Licenciado en Administración de empresas	
EXPERIENCIA:	Un año en cargos similares	
CONOCIMIENTOS:	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Procesos de cotización</li> <li>➤ Sobre software de computadoras</li> <li>➤ En manejo de inventarios</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS PERSONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ordenada</li> <li>➤ Facilidad de expresión</li> <li>➤ Responsable y con iniciativa</li> <li>➤ Edad: Mayor de 22 años</li> <li>➤ Sexo: indiferente</li> </ul>		
Elaboro:	Reviso:	Autorizo:

	<b>DESPENSA UNIVERSITARIA</b>		FECHA:
	<b>MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS</b>		Pág.
TITULO DEL PUESTO	Cajero		
AREA A LA QUE PERTENECE	Ventas		
JEFE INMEDIATO	Administrador		
SUBORDINADOS			
RESUMEN DEL PUESTO	Encargado de recibir los pedidos y cobrar.		
<b>TAREAS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordena a los usuarios</li> <li>• Elabora las facturas</li> <li>• Registra nuevos usuarios</li> </ul>			
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>			
NIVEL ACADEMICO:	Bachiller en comercio y Administración o Contador		
EXPERIENCIA:	Un año en cargos similares		
CONOCIMIENTOS:	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sobre manejo de inventarios</li> <li>➤ Sobre software de computadoras</li> <li>➤ Sobre manejo de personal</li> </ul>		
<b>CARACTERISTICAS PERSONALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Amable</li> <li>➤ Facilidad de expresión</li> <li>➤ Conocimientos informáticos</li> <li>➤ Edad: Mayor de 20 años</li> <li>➤ Sexo: indiferente</li> </ul>			
Elaboro:	Reviso:	Autorizo:	

**DESPENSA UNIVERSITARIA**

FECHA:

**MANUAL DE  
DESCRIPCION DE PUESTOS**

Pág.

TITULO DEL PUESTO	Bodeguero
AREA A LA QUE PERTENECE	Bodega
JEFE INMEDIATO	Administrador
SUBORDINADOS	
RESUMEN DEL PUESTO	Abastece la bodega y sala de ventas eficientemente

**TAREAS**

- Recibe productos y factura de los proveedores
- Almacena los productos adquiridos
- Ordena los productos en la sala de ventas
- Entrega los productos al usuario
- Verificar que los productos no se encuentren vencidos

**PERFIL DEL PUESTO**

NIVEL ACADEMICO:	Bachiller
EXPERIENCIA:	Tres años en cargos similares
CONOCIMIENTOS:	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Control de inventarios</li><li>➤ Control de productos</li><li>➤</li></ul>

**CARACTERISTICAS PERSONALES**

- Adecuado manejo de personal
- Facilidad de expresión
- Habilidad para delegar y tomar decisiones
- Edad: Mayor de 24 años
- Sexo: Masculino

Elaboro:

Reviso:

Autorizo:



**Anexo 10: Cálculo de tasa de inflación promedio utilizada para  
incremento de precios<sup>37</sup>**

Concepto/ Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010
IPC	86.37	90.59	94.99	100.19	100	102.13
Inflación		4.22	4.4	5.2	-0.19	2.13

**Así se tiene:**

$$\frac{4.22+ \quad 4.4+ \quad 5.2+ \quad -0.19+ \quad 2.13}{5}$$

**Sumando se obtiene:**

$$\frac{15.76}{5}$$

**Inflación promedio:**

Promedio inflación Últimos 5 años	3.15%
--------------------------------------	-------

---

<sup>37</sup> Índice de precios al consumidor Enero 2011 extraído de:  
[http://www.digestyc.gob.sv/DigestycWeb/Estad\\_Economicas/BOLETIN\\_IPC\\_Enero\\_11.pdf](http://www.digestyc.gob.sv/DigestycWeb/Estad_Economicas/BOLETIN_IPC_Enero_11.pdf)

## Anexo 11: Cálculo de Costo de venta unitario y total

PRODUCTOS	AÑO 1	C.U	Total Costo de ventas	AÑO 2	C.U	Total costo de ventas	AÑO 3	C.U	Total costo de ventas	AÑO 4	C.U	Total costo de ventas	AÑO 5	C.U	Total costo de ventas
<b>ALIMENTOS</b>															
Arroz blanco bolsa 5 lb.	11403	\$2.15	\$24,515.40	11973	\$2.21	\$26,513.41	12571	\$2.28	\$28,674.25	13200	\$2.35	\$31,011	13860	\$2.42	\$33,538.61
Azúcar bolsa 5 lb.	11735	\$1.90	\$22,295.79	12321	\$1.96	\$24,112.89	12937	\$2.02	\$26,078.09	13584	\$2.08	\$28,203	14264	\$2.14	\$30,502.04
Frijoles rojo bolsa 5 lb.	9853	\$6.50	\$64,042.26	10345	\$6.70	\$69,261.71	10863	\$6.90	\$74,906.54	11406	\$7.10	\$81,011	11976	\$7.32	\$87,613.85
Aceite galón	9521	\$6.65	\$63,311.62	9997	\$6.85	\$68,471.51	10496	\$7.05	\$74,051.94	11021	\$7.27	\$80,087	11572	\$7.48	\$86,614.28
Huevos cartón	10628	\$2.40	\$25,506.20	11159	\$2.47	\$27,584.96	11717	\$2.55	\$29,833.13	12303	\$2.62	\$32,265	12918	\$2.70	\$34,894.09
Café bolsa libra	3100	\$2.50	\$7,749.28	3255	\$2.58	\$8,380.85	3417	\$2.65	\$9,063.89	3588	\$2.73	\$9,803	3768	\$2.81	\$10,601.50
Café bote 150 gr.	3100	\$3.22	\$9,981.07	3255	\$3.32	\$10,794.53	3417	\$3.42	\$11,674.28	3588	\$3.52	\$12,626	3768	\$3.62	\$13,654.74
<b>Total Alimentos</b>			<b>\$496,407.50</b>			<b>\$536,864.71</b>			<b>\$580,619.19</b>			<b>\$627,939.65</b>			<b>\$679,116.73</b>
<b>HOGAR</b>															
Fósforos 10 cajitas	3819	\$0.27	\$1,031.21	4010	\$0.28	\$1,115.25	4211	\$0.29	\$1,206.14	4421	\$0.30	\$1,304	4642	\$0.30	\$1,410.76
Papel Hig. Scoot 1000 hojas 12 x 4 rollos	3487	\$2.02	\$7,029.21	3661	\$2.08	\$7,602.09	3844	\$2.14	\$8,221.66	4037	\$2.20	\$8,892	4238	\$2.27	\$9,616.40
Papel Higiénico RINDEMAX 4X450 Hojas	3487	\$1.75	\$6,105.16	3661	\$1.80	\$6,602.73	3844	\$1.86	\$7,140.85	4037	\$1.91	\$7,723	4238	\$1.97	\$8,352.24
P. Higiénico Scott Mega Plus 4x450 hojas	3487	\$1.63	\$5,683.81	3661	\$1.68	\$6,147.04	3844	\$1.73	\$6,648.02	4037	\$1.78	\$7,190	4238	\$1.83	\$7,775.81
LAVAPLATOS LIMPIOX 90 GRS	1716	\$0.15	\$257.40	1802	\$0.15	\$278.38	1892	\$0.16	\$301.07	1986	\$0.16	\$326	2086	\$0.17	\$352.14
<b>Total hogar</b>			<b>\$131,190.21</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$141,882.21</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$153,445.61</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$165,951.43</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$179,476.47</b>
<b>CUIDADO PERSONAL</b>															
Crema dental	9299	\$1.05	\$9,764.09	9764	\$1.08	\$10,559.87	10252	\$1.11	\$11,420.50	10765	\$1.15	\$12,351	11303	\$1.18	\$13,357.89
Jabón baño paquete 3 unidades	8414	\$1.75	\$14,723.63	8834	\$1.80	\$15,923.61	9276	\$1.86	\$17,221.38	9740	\$1.91	\$18,625	10227	\$1.97	\$20,142.86
Desodorante Rollon	4317	\$2.88	\$12,434.27	4533	\$2.97	\$13,447.67	4760	\$3.06	\$14,543.65	4998	\$3.15	\$15,729	5248	\$3.24	\$17,010.87
Rasuradora paquete 3 U.	4096	\$0.75	\$3,072.04	4301	\$0.77	\$3,322.41	4516	\$0.80	\$3,593.18	4742	\$0.82	\$3,886	4979	\$0.84	\$4,202.74
<b>Total cuidado personal</b>			<b>\$46,714.76</b>			<b>\$50,522.01</b>			<b>\$54,639.56</b>			<b>\$59,092.68</b>			<b>\$63,908.73</b>
<b>PRODUCTOS NUEVOS A INTRODUCIR</b>			<b>\$45,000.00</b>			<b>\$46,350.00</b>			<b>\$47,740.50</b>			<b>\$49,172.72</b>			<b>\$50,647.90</b>
<b>Total productos nuevos a introducir</b>			<b>\$45,000.00</b>			<b>\$46,350.00</b>			<b>\$47,740.50</b>			<b>\$49,172.72</b>			<b>\$50,647.90</b>
<b>Costo de ventas total</b>			<b>\$719,312.47</b>			<b>\$775,618.94</b>			<b>\$836,444.85</b>			<b>\$902,156.47</b>			<b>\$973,149.83</b>

## Anexo 12: Cálculo de los ingresos por Ventas

PRODUCTOS	AÑO 1	PRECIO DE VENTA	Total ventas	AÑO 2	PRECIO DE VENTA	Total ventas	AÑO 3	PRECIO DE VENTA	Total ventas	AÑO 4	P.V	Total ventas	AÑO 5	P.V	Total ventas
<b>Alimentos</b>															
Arroz blanco bolsa 5 lb.	11403	\$2.28	\$25,986.32	11973	\$2.35	\$28,104.21	12571	\$2.42	\$30,394.70	13200	\$2.49	\$32,872	13860	\$2.57	\$35,550.93
Azúcar bolsa 5 lb.	11735	\$2.01	\$23,633.53	12321	\$2.07	\$25,559.67	12937	\$2.14	\$27,642.78	13584	\$2.20	\$29,896	14264	\$2.27	\$32,332.16
Frijoles rojo bolsa 5 lb.	9853	\$6.89	\$67,884.80	10345	\$7.10	\$73,417.41	10863	\$7.31	\$79,400.93	11406	\$7.53	\$85,872	11976	\$7.75	\$92,870.68
Aceite galón	9521	\$7.05	\$67,110.31	9997	\$7.26	\$72,579.81	10496	\$7.48	\$78,495.06	11021	\$7.70	\$84,892	11572	\$7.93	\$91,811.14
Huevos cartón	10628	\$2.54	\$27,036.57	11159	\$2.62	\$29,240.05	11717	\$2.70	\$31,623.12	12303	\$2.78	\$34,200	12918	\$2.86	\$36,987.74
Café bolsa libra	3100	\$2.65	\$8,214.24	3255	\$2.73	\$8,883.70	3417	\$2.81	\$9,607.72	3588	\$2.90	\$10,391	3768	\$2.98	\$11,237.59
Café bote150 gr.	3100	\$3.41	\$10,579.94	3255	\$3.52	\$11,442.20	3417	\$3.62	\$12,374.74	3588	\$3.73	\$13,383	3768	\$3.84	\$14,474.02
<b>Total Alimentos</b>			<b>\$526,191.95</b>			<b>\$569,076.60</b>			<b>\$615,456.34</b>			<b>\$665,616.03</b>			<b>\$719,863.74</b>
<b>Hogar</b>															
Fósforos 10 cajitas	3819	\$0.29	\$1,093.08	4010	\$0.29	\$1,182.17	4211	\$0.30	\$1,278.51	4421	\$0.31	\$1,383	4642	\$0.32	\$1,495.40
Papel Hig. Scoot 1000 hojas 12 x 4 rollos	3487	\$2.14	\$7,450.96	3661	\$2.20	\$8,058.22	3844	\$2.27	\$8,714.96	4037	\$2.33	\$9,425	4238	\$2.40	\$10,193.39
Papel Higiénico RINDEMAX 4X450 Hojas	3487	\$1.86	\$6,471.47	3661	\$1.91	\$6,998.89	3844	\$1.97	\$7,569.30	4037	\$2.03	\$8,186	4238	\$2.09	\$8,853.37
P. Higiénico Scott Mega Plus 4x450 hojas	3487	\$1.73	\$6,024.84	3661	\$1.78	\$6,515.86	3844	\$1.83	\$7,046.91	4037	\$1.89	\$7,621	4238	\$1.94	\$8,242.36
LAVAPLATOS LIMPIOX 90 GRS	1716	\$0.16	\$272.84	1802	\$0.16	\$295.08	1892	\$0.17	\$319.13	1986	\$0.17	\$345	2086	\$0.18	\$373.27
<b>Total hogar</b>			<b>\$139,061.62</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$150,395.14</b>	<b>\$0.00</b>		<b>\$162,652.35</b>	<b>\$0.00</b>		<b>\$175,908.52</b>	<b>\$0.00</b>		<b>\$190,245.06</b>
<b>Cuidado Personal</b>															
Crema dental	9299	\$1.11	\$10,349.94	9764	\$1.15	\$11,193.46	10252	\$1.18	\$12,105.73	10765	\$1.22	\$13,092	11303	\$1.25	\$14,159.37
Jabón baño paquete 3 unidades	8414	\$1.86	\$15,607.05	8834	\$1.91	\$16,879.02	9276	\$1.97	\$18,254.66	9740	\$2.03	\$19,742	10227	\$2.09	\$21,351.43
Desodorante Rollon	4317	\$3.05	\$13,180.33	4533	\$3.14	\$14,254.53	4760	\$3.24	\$15,416.27	4998	\$3.34	\$16,673	5248	\$3.44	\$18,031.52
Rasuradora paquete 3 U.	4096	\$0.80	\$3,256.36	4301	\$0.82	\$3,521.75	4516	\$0.84	\$3,808.77	4742	\$0.87	\$4,119	4979	\$0.89	\$4,454.90
<b>Total cuidado personal</b>			<b>\$49,517.64</b>			<b>\$53,553.33</b>			<b>\$57,917.93</b>			<b>\$62,638.24</b>			<b>\$67,743.26</b>
<b>Productos nuevos a introducir</b>			<b>\$47,700.00</b>			<b>\$49,131.00</b>			<b>\$50,604.93</b>			<b>\$52,123.08</b>			<b>\$53,686.77</b>
<b>Total productos nuevos a introducir</b>			<b>\$47,700.00</b>			<b>\$49,131.00</b>			<b>\$50,604.93</b>			<b>\$52,123.08</b>			<b>\$53,686.77</b>
<b>Ventas totales</b>			<b>\$762,471.22</b>			<b>\$822,156.07</b>			<b>\$886,631.55</b>			<b>\$956,285.86</b>			<b>\$1031,538.82</b>

**Anexo 13: Cálculo en inversión de mobiliario y equipo para año 3 y año 5**

**CÁLCULO INVERSIÓN EN AÑOS 3 Y 5**

MOBILIARIO Y EQUIPO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Escritorio	2	\$172.57	\$345.14
Mueble de computadora	2	\$40.00	\$80.00
Sillas operativas	6	\$85.00	\$510.00
Archivos	2	\$155.00	\$310.00
Mostrador	1	\$403.54	\$403.54
Estantes	10	\$90.00	\$900.00
Góndolas	3	\$182.50	\$547.50
Computadora	2	\$597.35	\$1,194.69
Impresor	2	\$800.00	\$1,600.00
Software	1	\$900.00	\$900.00
Lector de barra	1	\$199.12	\$199.12
Caja registradora	1	\$970.00	\$970.00
Depósito de basura	4	\$6.19	\$24.76
Teléfono	1	\$1.00	\$1.00
Ventilador	3	\$33.63	\$100.89
Sillas de espera	5	\$26.55	\$132.74
Escalera pequeña	1	\$32.30	\$32.30
Espejo	1	\$4.00	\$4.00
Contómetro	1	\$66.37	\$66.37
Lámparas	8	\$11.50	\$92.04
<b>Total</b>			<b>\$8,414.08</b>

INVERSIÓN MOBILIARIO	Incremento en precios			
	3%			
	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
\$8,414.08	\$8,666.51	\$8,926.50	\$9,194.30	\$9,470.13

INVERSIÓN EN INSTALACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	año 5
Instalación Divisiones de tabla roca y puertas en el interior del local	\$792.53	\$816.31	\$840.80	\$866.02	\$892.00

## Anexo 14: Cálculo amortización de préstamo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Cuota Anual</b>		\$2,180.09	\$2,180.09	\$2,180.09	\$2,180.09	\$2,180.09
<b>Pago Capital</b>		\$1,146.71	\$1,303.94	\$1,482.73	\$1,686.03	\$1,917.21
<b>Pago Capital acumulado</b>		\$1,146.71	\$2,450.65	\$3,933.38	\$5,619.42	\$7,536.63
<b>Saldo</b>	\$7,536.63	\$6,389.92	\$5,085.98	\$3,603.25	\$1,917.21	\$0.00
<b>Intereses</b>		\$1,033.38	\$876.15	\$697.36	\$494.06	\$262.88