



INSTITUTO DE NEGOCIOS

“HUMANE”

**“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA
PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA
DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA
CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”**

TOMO I

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN
OPCIÓN PARA OBTENER EL TÍTULO DE
TECNÓLOGO SUPERIOR EN LOGÍSTICA
DE ABASTECIMIENTO Y DISTRIBUCIÓN**

LEONELA CLARIBEL MONTERO CASTRO

EL TRIUNFO – ECUADOR

2023



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO: PLAN PARA IMPLEMENTACIÓN DE NEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024		
AUTOR: LEONELA CLARIBEL MONTERO CASTRO	TUTOR:	
INSTITUCIÓN: Instituto de Negocios "HUMANE"	FACULTAD: Administración	
CARRERA: Logística de Abastecimiento y Distribución		
FECHA DE PUBLICACIÓN: Marzo de 2023	Nº DE PÁG: 92	
ÁREA TEMÁTICA: Logística		
PALABRAS CLAVE: Almacenamiento, logística, bodega, materia prima, insumos, comercialización.		
RESUMEN: El presente estudio tuvo como objetivo principal proponer mejoras técnicas y estrategias de almacenamiento para optimizar la operatividad en la fase logística de almacenamiento para contribuir a la reducción de costos y el incremento de la eficiencia en proceso de recepción de materias primas e insumos en la empresa FABMER. Entre los principales problemas atendidos se encuentra la falta de un sistema de codificación, la improvisación de espacios en bodega y la mezcla de productos. Las estrategias aplicadas atienden a la ampliación de espacios de almacenaje con la creación de una nueva bodega para materias primas e insumos. Se concluye que existe suficiente respaldo financiero y de recursos para implementar esta propuesta que resulta viable y rentable.		
Nº DE REGISTRO:	Nº DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (trabajo de titulación en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/> X	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:	E-mail:
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. Carlos Pazmiño Castillo, MBA	
	Teléfono: (04) 288 2710	
	Mail: cpazmino@humane.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/1; y en la Av. 9 de octubre 642 y Carrión edificio Prometeo, teléfonos 2569898/9. Fax: (593-2) 250-9054

AGRADECIMIENTO

Al ver el resultado logrado con este proyecto, solamente tengo en mi mente una sola palabra: ¡Gracias!

Todo el trabajo realizado fue posible gracias al apoyo del +Econ. Juan Merino Donoso e hijos Daniella y Andrés por la confianza y ayuda en la culminación de mis estudios superiores, a mis amigas Lourdes, Andrea, Evelyn, Karo, Majito, mi negra María y mi negro Wilder, que estuvieron a mi lado en los momentos difíciles.

Al instituto Humane profesores y compañeros son lo máximo, y a mis hijas, Kelly, Sarita y Valentina, cuya paciencia fue puesta a prueba en incontables ocasiones. A la familia Tomsich por su apoyo incondicional, en este tiempo de estudios.

Gracias, también, a mis padres Carlos y Gladys, que me dieron todo lo que necesité, y ti Carlos Julio, que me extendiste tu mano para completar mi proyecto.

Nada de esto hubiera sido posible sin ustedes. Este trabajo es el resultado de un sinfín de acontecimientos que poco tuvieron que ver con lo académico, sino más bien, con el amor.

Gracias infinitas a ustedes y, por supuesto, a Dios, por ponerlos en mi camino.

DEDICATORIA

Familia donde la vida comienza y el amor nunca termina, es la frase que nunca se sale de mi cabeza y el resultado de este trabajo se lo dedico a ustedes mi Familia. Principalmente, a mis padres que me dan las fuerzas el apoyo a guerrearle a la vida como lo hace mi madre Gladys a ser fuertes y no bajar la cabeza como mi padre Carlos. Gracias por enseñarme a afrontar las dificultades sin perder nunca la cabeza ni morir en el intento.

Me han enseñado a ser la persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño. Todo esto con una enorme dosis de amor y sin pedir nada a cambio. Mis hermanos Michael y Karla decirles que nunca es tarde para continuar con lo que uno se propone, quiero lo mejor para ustedes.

También, quiero dedicarle este trabajo a mi hijas Kelly que le toco ser grande desde muy pequeña, cuidando a sus hermanitas y siendo mi otro yo en casa, eso me llena el corazón, hoy como madre se y estoy convencida que harás un buen papel con mi Juliana, a ti mi Sarita que eres mi conexión a tierra, tienes esa fortaleza que muchas veces yo decía de dónde saca tanto valor, sigue con tus proyectos de estudio, sigue adelante que mami estará a tu lado hasta que Dios me lo permita y mi pequeña Valentina que desde nació mi vida dio un giro de 360 grados ella es mi fuerza, ella es mi gran amor. Sin duda ella y sus hermanas son lo mejor que me ha pasado, son las que dieron el empujón que me faltaba para terminar el proyecto.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Quito, septiembre de 2023

Yo, **Leonela Claribel Montero Castro** declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo me corresponde totalmente y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación que he realizado.

De la misma forma, cedo mi derecho de autor al Instituto de Negocios “HUMANE”, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normatividad Institucional vigente.

Leonela Claribel Montero Castro

C.I: 0924660152

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, septiembre de 2023

Certifico que el trabajo titulado **“Propuesta para la implementación de nueva bodega para materia prima e insumos en empresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos de papel absorbente en la ciudad el triunfo, año 2024.”** ha sido elaborado por **Leonela Claribel Montero castro** bajo mi tutoría. El presente trabajo reúne los requisitos para ser defendido ante el jurado calificador designado por el Instituto de Negocios “HUMANE”.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio demuestra una elevada viabilidad financiera debido al respaldo económico, logístico y de gestión que tiene en la empresa. El mejoramiento de los procesos logísticos invita a decidir acerca de su implementación debido a los beneficios que proporciona a la empresa desde el punto de vista económico, financiero y de gestión tras el mejoramiento de sus procesos que derivan de la creación de una nueva bodega para el almacenamiento de la materias primas e insumos.

.

.

ABSTRACT

The present study demonstrates a high financial viability due to the economic, logistical and management support that it has in the company. The improvement of logistics processes invites to decide about its implementation due to the benefits it provides to the company from the economic, financial and management point of view after the improvement of its processes that derive from the creation of a new warehouse for the storage of raw materials and supplies.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1: Diseño de la investigación.	2
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.1.2. Formulación del problema	4
1.1.3. Subproblemas	5
1.2. Objetivos de investigación	5
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos.....	5
1.3. Justificación	6
1.4. Marco referencial de la investigación	6
1.4.1. Marco Teórico.....	6
1.4.1.1. Definición de bodega.	6
1.4.1.2. Funciones de una bodega.....	7
1.4.1.3. Tipos de almacenamiento y clasificación de una bodega.	8
1.4.1.4. Clasificación de Bodegas.....	9
1.4.1.5. Definición de inventarios.....	13
1.4.1.6. Importancia del control de inventarios.	14
1.4.1.7. Tipos de inventarios.....	16
1.4.1.8. Definición de logística.....	18
1.4.1.9. Funciones logísticas.	19
1.4.1.10. Reducción de costos de una bodega.....	21
1.4.1.11. Definición de pronóstico (forescat) de ventas.....	22
1.4.1.12. Importancia del pronóstico de ventas.	23

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

1.4.1.13.	Alcance de un pronóstico de ventas.....	23
1.4.1.14.	Relación del pronóstico de ventas con el presupuesto.....	24
1.4.1.15.	Técnicas de almacenaje.....	25
1.4.2.	Marco conceptual.....	27
1.4.2.1.	Recepción.....	27
1.4.2.2.	Layout.....	27
1.4.2.3.	Logística.....	28
1.4.2.4.	Distribución.....	29
1.4.2.5.	Despacho.....	30
1.4.2.6.	Ventas.....	30
1.4.2.7.	Insumo.....	31
1.4.2.8.	Compras.....	32
1.4.2.9.	Consumo.....	33
1.4.2.10.	Producción.....	34
1.4.2.11.	Calidad.....	35
1.4.2.12.	Gestión.....	36
1.4.2.13.	Ítem.....	38
1.4.2.14.	Proceso.....	38
1.4.2.15.	Administración.....	39
1.4.2.16.	Empleado.....	40
1.4.2.17.	Inventario.....	41
Capítulo 2:	Propuesta Comercial.....	43
2.1.	Descripción de la empresa.....	44
2.2.	Descripción del proyecto.....	44

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

2.1.1. Visión.....	44
2.1.2. Misión	44
2.1.3. Valores	45
2.1.3.1. Confraternidad.....	45
2.1.3.2. Sostenibilidad.....	45
2.1.3.3. Desarrollo de personas.....	45
2.1.3.4. Calidad.....	45
2.2. Objetivos.....	45
2.2.1. Objetivo general	45
2.2.2. Objetivos específicos.....	45
2.3. Modelo del negocio Canvas.....	45
2.3.1. Propuesta de valor	45
2.3.2. Segmento de cliente.....	46
2.3.3. Canales de comunicación/distribución	46
2.3.4. Relación con el cliente.....	46
2.3.5. Fuentes de ingreso.....	46
2.3.6. Recursos clave.....	47
2.3.7. Actividades clave.....	47
2.3.8. Socios clave	48
2.3.9. Estructura de costos.....	49
2.4. Estrategia genérica	51
2.5. Ventajas competitivas	51
2.6. Estrategia genérica	51
2.7. Análisis de la fuerza de Porter	51

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

2.7.1. Poder de negociación de los clientes	52
2.7.2. Poder de negociación de los proveedores.....	52
2.7.3. Amenaza de productos o servicios sustitutivos	52
2.7.4. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	52
2.7.5. Rivalidad de los competidores actuales	53
2.8. Análisis FODA.....	54
2.9. Análisis PESTEL.....	56
2.10. Análisis Likert de la matriz PESTEL.....	57
2.11. Value Stram Mapping	58
2.11.1. Definición del VSM	58
2.11.2. Identificación del problema.....	58
2.11.3. Equipo de trabajo	59
2.11.4. Definición del alcance del proyecto	59
2.11.5. Identificación del problema actual	59
2.11.6. Mapa de valor del proceso actual de la empresa	61
2.11.7. Eventos Kaizen y puntos de mejora	62
2.11.8. Estructura organizacional del área de bodega	62
2.11.9. Mapa de valor a futuro del proceso	63
2.12. Plan de Marketing sobre el proyecto.....	64
2.12.1. Contexto del mercado	64
2.12.2. Perfil del cliente	65
2.12.3. Estructura organizacional	66
2.13. Plan de acción para el logro de objetivos	67
Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto.....	72

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

3.1. Principales Supuestos Financieros	73
3.2. Financiamiento del Proyecto.....	73
3.3. Inversión Inicial	74
3.3.1. Préstamo	74
3.4. Sueldos	75
3.1. Gastos Operacionales (Administrativos y de ventas)	75
3.5. Demanda esperada	76
3.6. Ventas.....	76
3.7. Costos.....	78
3.8. Estados Financieros	80
3.8.1. Flujo de caja	80
3.8.2. Balance General.....	81
3.9. Indicadores económicos	81
3.10. Evaluación del proyecto.....	82
3.10.1. Punto de equilibrio.....	82
3.10.2. Ratios Financieros.....	82
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES.....	85
Referencias Bibliográficas	86
ANEXOS	89
ANEXO 1: Demanda esperada por año	89
ANEXO 2: Ventas proyectadas por año	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Valoración de fuerzas de Porter.....	53
Figura 2 Mapa de valor actual del proceso de recepción.....	61
Figura 3 Estructura organizacional del área de bodega.....	62
Figura 4 Mapa de valor a futuro del proceso de recepción de MP.....	63
Figura 5 Estructura organizacional de la empresa Fabmer.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Planteamiento del problema (síntomas, causas y	3
Tabla 2	Modelo de negocios Canvas	50
Tabla 3	Valoración de las fuerzas de Porter.....	53
Tabla 4	Matriz FODA.....	54
Tabla 5	FODA cruzado.....	55
Tabla 6	Análisis PESTEL	56
Tabla 7	Análisis Likert de matriz PESTEL	57
Tabla 8	Plan de acción objetivo 1.....	67
Tabla 9	Plan de acción objetivo 2.....	67
Tabla 10	Plan de acción objetivo 3.....	68
Tabla 11	Plan de acción objetivo 4.....	69
Tabla 12	Plan de acción objetivo 5.....	70
Tabla 13	Principales supuestos financieros	73
Tabla 14	Financiamiento	73
Tabla 15	Datos de inversión.....	74
Tabla 16	Información del comportamiento de la deuda.....	74
Tabla 17	Sueldos proyectados	75
Tabla 18	75
Tabla 19	Demanda esperada	76
Tabla 20	Precio de venta individual por cada producto	77
Tabla 21	Ventas totales proyectadas por producto	77
Tabla 22	Costos de ventas individuales	78
Tabla 23	Costo de ventas totales por producto	79
Tabla 24	Flujo de caja proyectado a cinco años.....	80
Tabla 25	Balance General proyectado a cinco años	81
Tabla 26	82
Tabla 27	82
Tabla 28	83

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se define como una propuesta para la implementación de una nueva bodega destinada al almacenamiento de materia prima e insumos para la empresa Fabmer S.A., ubicada en la ciudad El Triunfo en Ecuador Fabmer S.A. que es una empresa familiar ecuatoriana especializada en la fabricación y comercialización de productos de papel absorbente.

Actualmente, la empresa experimenta un importante crecimiento en sus ventas y nivel de producción, lo que genera problemas en la fase logística de almacenamiento debido a que la falta de espacio que se presenta en la bodega de materia prima e insumos provocando fallas en la organización de los productos que se refleja en un entorpecimiento constante de las actividades de almacenamiento que afectan directamente el despacho eficiente de productos.

Es importante entender que el área de almacenamiento constituye un significativo eslabón en la cadena logística que depende de la eficiencia administrativa, pero, al mismo tiempo, tiene una profunda responsabilidad operativa en la gestión de bodega para cumplir con las actividades de esta fase en el tiempo y con los recursos previstos. De ahí que, las barreras y fallas que se presenten en esta fase, tendrán un impacto negativo para el correcto desarrollo de las demás actividades operativas y comerciales de la organización.

Por tanto, el objetivo principal de esta propuesta es crear alternativas de mejora en las áreas productivas para satisfacer de manera efectiva la demanda del mercado y cumplir con los clientes de manera confiable. Además, es importante destacar que esta investigación no sólo contribuye a la optimización del espacio y flujo adecuado de productos, sino que proporciona información válida y confiable para construir nuevos conocimientos, explorar en otros escenarios similares en futuras investigaciones que compartan esta línea de investigación.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Capítulo 1: Diseño de la investigación.

1.1. Planteamiento del Problema

En este punto se exponen los principales síntomas que se identifican en la empresa en virtud de entender la causas de cada uno de ellos y construir un pronóstico que fundamente el planteamiento inicial del problema que es objeto de estudio (Tabla 1).

Tabla 1
Planteamiento del problema (síntomas, causas y pronóstico)

SÍNTOMAS	CAUSAS	PRONÓSTICO	CONTROL AL PRONÓSTICO
S1: Almacenamiento inadecuado de insumos y materia prima	C1: Falta de espacio de almacenaje	Exponer el producto a impactos y la posibilidad de que los materiales se caigan pone en peligro su integridad, lo que	<ul style="list-style-type: none"> Se propone la implementación de un espacio de almacenamiento ampliado con el objetivo de mejorar y optimizar el flujo de operaciones en la bodega.
S2: Demora en la entrega de insumos y materia prima al área de producción	C2: Falta de organización y control de la bodega	resulta en el deterioro y fallos dentro del almacén. Estos productos dañados no son adecuados el proceso productivo, lo que ocasiona	<ul style="list-style-type: none"> Esta expansión permitirá gestionar de manera eficiente la capacidad de almacenamiento y mantener una organización más efectiva en relación a la disponibilidad de materiales.
S3: Se solicita más materia prima de la necesaria	C3: Pronóstico de ventas fallido	pérdidas de tiempo y recursos económicos para la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> Al contar con un espacio más grande, se designarán áreas para diferentes tipos de productos, facilitando su ubicación y acceso, lo cual contribuirá a reducir el tiempo empleado en la búsqueda y manejo de los materiales, agilizado los procesos de carga,
S4: Excedente de existencias de materia prima	C4: Demora en las importaciones		

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

S5: Incremento en el tiempo de procesamiento de los pedidos.	C5: Se asigna personal no familiarizado con las tareas de la operación de la bodega.	descarga y preparación de pedidos. <ul style="list-style-type: none">• Asimismo, al tener una mejor distribución y disposición de los productos en la bodega, se minimizarán los riesgos de daños, pérdidas y errores en el inventario. Esto no sólo optimizará la utilización del espacio disponible, sino que también permitirá una mayor visibilidad y control sobre los niveles de existencias.• La implementación de un espacio de almacenamiento más amplio mejorará la eficiencia operativa, contribuirá a mantener una mejor calidad y estado óptimo de los materiales almacenados.• Esto se traducirá en una mayor satisfacción de los clientes al recibir productos en condiciones adecuadas con tiempos de entrega más rápidos y confiables
--	--	---

Nota: Elaborado por la autora

1.1.2. Formulación del problema

¿Cuál sería la manera idónea de implementar técnicas y estrategias de almacenamiento adecuadas para obtener beneficios en el almacén en la empresa Fabmer?

1.1.3. Subproblemas

- ¿Cuáles serían las estrategias para optimizar el espacio dentro de la bodega de materia prima e insumos?
- ¿Cómo mejorar el sistema de control y organización de bodega de materia prima e insumos de la empresa?
- ¿De qué manera afecta a la empresa el mal pronóstico de ventas y cuál sería la estrategia para mejorarlo?
- ¿Qué problemas ha ocasionado el retraso de importaciones en el almacenamiento de la bodega de materia prima e insumos?
- ¿Cuáles serían los métodos que permitan controlar los procesos dirigidos al personal de la bodega?

1.2. Objetivos de investigación

1.2.1. Objetivo general

Proponer mejoras en técnicas y estrategias de almacenamiento que optimicen la operatividad en esta fase logística y contribuyan a la reducción de costos e incremento de eficiencia en proceso de recepción de materias primas e insumos en la empresa Fabmer.

1.2.2. Objetivos específicos

- Establecer las estrategias para optimizar el espacio dentro de la bodega de materia prima e insumos.
- Evaluar el sistema de control y organización de bodega de materia prima e insumos en la empresa.
- Examinar la manera que afecta a la empresa el mal pronóstico de ventas y establecer la estrategia para mejorarlo.
- Analizar la demora de importaciones en el almacenamiento de la bodega de materia prima e insumos.
- Determinar los métodos que permitan controlar los procesos dirigidos al personal de la bodega.

1.3. Justificación

El objetivo de este proyecto es implementar una nueva bodega para materia prima e insumos, con la finalidad de mejorar el flujo de productos y procesos de manera eficiente, cumpliendo así con los objetivos de la empresa. Su implementación brindará diversos beneficios a la empresa, especialmente, en el área de almacenamiento debido a que se logrará mayor control de inventarios, mejor uso de los espacios de almacenaje para incidir positivamente en la rotación de productos; asimismo, se facilitará la distribución de los productos considerando su peso y volumen para mejorar la gestión de la información de los stocks.

La rápida entrega de productos a los clientes internos se garantizará, evitando pérdidas de tiempo innecesarias, se fomentará una cultura de mejora continua dentro de la bodega, impulsando la eficiencia y la búsqueda constante de optimizaciones en los procesos.

Finalmente, esta propuesta proporcionará a la empresa un mejor control, organización y flujo de materia prima e insumos, lo que contribuirá a aumentar la eficiencia general y cumplir con los objetivos de la empresa de manera más efectiva.

1.4. Marco referencial de la investigación

1.4.1. Marco Teórico

1.4.1.1. Definición de bodega.

La bodega es un espacio vital que alberga los equipos de almacenamiento, desempeña un papel fundamental al alojar los equipos, recursos humanos y de gestión necesarios para gestionar los flujos de entrada y salida de productos. La implementación de una logística de almacenamiento óptima es esencial para garantizar una gestión eficiente y coordinada, lo cual implica una planificación adecuada, una organización eficiente y el aprovechamiento de recursos y tecnología, pues su buen diseño contribuye a mejorar la eficiencia operativa y a lograr una gestión efectiva de los productos en el almacén.

La bodega, es un espacio clave dentro de una empresa, su función principal es regular y equilibrar los flujos de entrada y salida de la mercadería, proveniente de proveedores, centros de fabricación y otros puntos (Flamarique, 2019). De manera que, la importancia de una bodega bien gestionada radica en la capacidad de regular y controlar eficientemente el flujo de mercadería; en este contexto, la entrada de productos debe ser coordinada adecuadamente con las necesidades de producción y ventas, mientras que, la salida debe ser eficientemente gestionada para satisfacer la demanda del mercado.

Una logística de almacenamiento efectiva minimiza discrepancias y desequilibrios entre los flujos de entrada y salida de mercadería (Silvera, 2020), lo cual implica una planificación cuidadosa de los procesos, implementación de estrategias de gestión adecuadas y asignación óptima de los recursos.

La bodega, se convierte en un elemento clave para asegurar un flujo de mercadería fluido y sin interrupciones, evitando retrasos y optimizando los tiempos, por ello, su correcta gestión contribuye a evitar la acumulación excesiva o la escasez de productos permitiendo una mejor planificación de inventarios y un control más preciso (Escudero, 2023).

Para lograr una gestión óptima de la bodega, es necesario contar con personal capacitado y tecnología adecuada que dominen el uso de sistemas de gestión de inventarios y herramientas de seguimiento para una mayor eficiencia en las operaciones y precisión en los registros para contribuir a la toma de decisiones (Arenal, 2022).

1.4.1.2. Funciones de una bodega.

En el sector del almacenaje, todas las empresas disponen de una bodega de almacenamiento en sus instalaciones la cual se considera un espacio o depósito temporal designado para resguardar y mantener organizadas las mercancías antes de su distribución final; en él, se llevan a cabo diversas

tareas como recepción, clasificación, etiquetado y control de inventario de los productos (Algevasa, 2023).

Además de ser un lugar de almacenamiento, la bodega también actúa como un punto de transición entre los diferentes eslabones de la cadena de suministro. Aquí, las mercancías esperan su momento para ser enviadas al cliente, ya sea a través de procesos de picking (preparación de un pedido en almacén: recogida y combinación de cargas no unitarias para conformar el pedido del cliente) y packing (empaquetar y embalar un producto, en base al pedido realizado por el cliente), o mediante la consolidación de pedidos (Carvajal, 2022).

Es importante destacar que la bodega debe cumplir con estándares de calidad y seguridad; Se deben mantener las condiciones adecuadas de temperatura, humedad y ventilación, dependiendo de los requisitos de los productos almacenados, también, se implementan medidas de seguridad para prevenir robos, daños o pérdidas (Rocha et al., 2021).

1.4.1.3. Tipos de almacenamiento y clasificación de una bodega.

En el mercado actual, es fundamental comprender los diferentes tipos de almacenamiento y su aplicación, por ello, se entiende el papel crucial que este tiene en la cadena de suministro de cualquier empresa, ya que proporciona la base para mantener un stock adecuado de productos y satisfacer la demanda. Sin embargo, en la actualidad, el almacenamiento va más allá de simplemente guardar la mercancía, pues se ha convertido en una pieza clave para controlar el proceso logístico, desde el cuidado adecuado de los productos hasta la organización de su transporte a los puntos de venta o producción.

En respuesta a las demandas cambiantes del mercado, como la entrega rápida, la garantía de calidad y la disponibilidad constante, el concepto de almacenamiento ha evolucionado y ampliado su alcance. Ahora, abarca una gama más amplia de servicios y responsabilidades, algunas de las cuales incluye la recepción de mercadería, el almacenaje propiamente dicho, el

mantenimiento de los productos, gestión de inventarios y transporte (Mora, 2023).

Es importante tener en cuenta que el mercado ha experimentado cambios significativos en términos de los requisitos mencionados anteriormente, actualmente, los clientes esperan una entrega rápida y eficiente, así como productos de calidad. Por tal motivo, se hace referencia a la enorme adaptación que ha tenido que el almacenamiento y la expansión que le ha tocado cubrir en virtud de satisfacer estas demandas (Arenal, 2020).

Según la perspectiva de Hoyos (2020), se ha observado una evolución en el mercado en términos de requisitos específicos, como la rapidez en la entrega, la garantía de calidad y la disponibilidad constante. En respuesta a esta evolución, el concepto de almacenaje ha tenido que adaptarse y expandirse, abarcando ahora una mayor variedad de servicios y funciones.

1.4.1.4. Clasificación de Bodegas.

La clasificación de las bodegas puede ocurrir: por ubicación o nivel de protección, por tipo de producto, por función en la cadena logística, por disposición del producto, o por régimen jurídico. En el primer caso, existen dos tipos de almacenes, el cubierto y el descubierto (Avenza, 2023) cuya elección depende de las características del producto y del nivel de protección ambiental requerido:

- Almacén Cubierto: Proporciona una mayor protección al permitir el control de factores climáticos tales como: humedad, iluminación y temperatura. Su objetivo es preservar en óptimas condiciones y prolongar la vida útil de la mercancía almacenada. Estos almacenes se construyen con materiales resistentes como paneles metálicos, cemento, ladrillo y lonas especializadas para mantener la temperatura adecuada.
- Almacén Descubierto: Como su nombre lo indica, se trata de un espacio de almacenamiento al aire libre sin un control específico, excepto por medidas de seguridad. Este tipo de almacén se utiliza para materiales o productos que no se ven afectados por factores ambientales.

En el caso de la clasificación por tipo de producto se indica qué tipo de almacenamiento es apropiado para cada tipo de mercancía, según su naturaleza y función durante el proceso de producción (Galy, 2019), en este contexto pueden ser:

- Almacén de Materias Primas: Idealmente ubicado cerca de la planta de producción, permite tener los materiales a una distancia accesible, son el punto de partida de la cadena logística. Dependiendo de la naturaleza de la materia prima y sus requisitos de conservación, se deben tener en cuenta diferentes condiciones y requisitos para el almacenamiento.
- Almacenamiento intermedio/de intervención: Aquí se almacenan los elementos o materiales que han sido manipulados y posteriormente se utilizarán en la fabricación del producto final. Estos espacios suelen ubicarse dentro de la fábrica para tener un acceso constante a los materiales y utilizarlos de manera rápida.
- Almacenamiento de productos acabados: Es el tipo de almacenamiento más común, donde se guarda la mercancía en su estado final. La cantidad de stock está directamente relacionada con las proyecciones, ventas y desarrollo económico de la empresa. Estos almacenes son clave para garantizar la disponibilidad de los productos, gestionar adecuadamente las existencias y satisfacer la demanda.
- Almacén de accesorios: Aquí se encuentran todos los materiales auxiliares, accesorios u otros elementos necesarios durante el proceso de fabricación del producto.
- Almacén de repuestos: Se utiliza para almacenar los repuestos necesarios para mantener en buen estado el producto, atendiendo a las posibles necesidades que puedan surgir después o durante la venta.
- Almacén de archivos: Este espacio se dedica al almacenamiento físico de diversos archivos, como registros, documentos legales, planos y otra información relacionada con la empresa y sus productos.

Cada tipo de almacenamiento tiene sus propias características y requisitos específicos para garantizar un manejo adecuado de los productos y satisfacer las necesidades de la empresa en cuanto a protección, organización y disponibilidad de los materiales. Por función en la cadena logística, abarca el proceso desde la producción hasta la venta, y en este proceso, el almacenamiento desempeña un papel crucial; por tanto, existen diferentes tipos de almacenes según la función que desempeñan dentro de esta cadena (Fernández y Manzanares, 2015), entre los cuales destacan:

- Almacén central o de planta: Se encuentra ubicado cerca de la planta de producción, a fin de minimizar los costos de transporte de mercancía. Suele albergar la mayor parte del stock y en caso de ser necesario distribuye los productos a los almacenes regionales.
- Almacén regional: Su ubicación se elige estratégicamente en áreas que favorezcan la distribución del producto en el menor tiempo posible, tanto a mayoristas como a minoristas. Estos almacenes son diseñados con la finalidad de recibir la mercancía proveniente de la producción.
- Almacén de plataforma: Cumple funciones similares a las de un almacén regional, pero es de menor tamaño. Su principal objetivo es reducir el inventario para priorizar y optimizar el servicio al cliente. Es importante considerar las herramientas, equipos y técnicas utilizadas en este tipo de almacén, teniendo en cuenta las características específicas de la mercancía.
- Almacén de tránsito: Estos almacenes se encuentran en una ubicación intermedia entre el almacén regional y el punto de consumo o venta, con el objetivo de minimizar el tiempo de tránsito entre ambos. Por lo general, se utilizan sistemas y equipos de almacenamiento rápidos para agilizar la recepción y despacho de mercancías.
- Almacenes de depósito temporal: Son espacios utilizados por un período de tiempo limitado, donde se almacenan temporalmente los productos en tránsito.

Cada uno de estos tipos de almacenes cumple una función específica dentro de la cadena logística, contribuyendo a la eficiencia y efectividad en el proceso de almacenamiento y distribución de los productos. Por tanto, también se hace referencia a aquellos que se clasifican de acuerdo a la disposición del producto (Márquez, 2017), contemplando los siguientes:

- Almacenamiento convencional: Este sistema de almacenaje es ampliamente utilizado y se basa en el uso de carretillas elevadoras para acceder y desplazar la mercancía, generalmente hasta una altura máxima de 8 metros. Estos almacenes suelen combinar productos paletizados con artículos individuales o sueltos, permitiendo una organización eficiente de los productos.
- Almacenamiento en bloque: Este método implica apilar las unidades de carga en bloques, principalmente utilizando paletas, aunque también es aplicable a cajas y otros tipos de productos. El objetivo es facilitar el acceso y la manipulación de cada sección del almacén. Es importante tener en cuenta que el producto debe ser lo suficientemente resistente como para soportar el peso que se le aplique, garantizando así la estabilidad de todo el bloque o columna de almacenamiento.

Cada uno de estos sistemas de almacenamiento tiene sus propias ventajas y consideraciones, y la elección depende de factores como el tipo de mercancía, el espacio disponible y los requisitos de manipulación. La selección adecuada del sistema de almacenamiento contribuye a una gestión eficiente de la mercancía y a optimizar el flujo de trabajo dentro del almacén.

Finalmente, por régimen jurídico, se trata de un aspecto que se debe considerar antes de elegir un tipo de almacén para conocer el marco legal en el que se opera, ya que esto puede influir en la asunción de ciertos gastos significativos, para ello se debe considerar:

- Almacén propio: En el pasado era común que las empresas tuvieran sus propios terrenos para el almacenamiento. Sin embargo, en la actualidad, la mayoría elige opciones más rentables y accesibles, ya que contar con

un almacén propio implica costos considerables relacionados con el espacio utilizado, en lugar de destinar esos recursos a la producción.

- Almacén en alquiler: Cada vez más empresas optan por alquilar, debido a que les permite utilizar almacenes sin una inversión inicial. Los costos varían en función de las necesidades específicas del producto o mercancía que se maneje.
- Almacenes de renting: Este tipo de almacén sigue el mismo sistema que el anterior, pero con la ventaja de que asume la responsabilidad de los servicios de mantenimiento. Además, ofrece la posibilidad de un uso a largo plazo para particulares o empresas.
- Almacén en leasing: Este enfoque implica el alquiler de un espacio de almacenamiento con la consideración inicial de que, al finalizar el contrato, la empresa se convertirá en propietaria del mismo, el precio queda previamente establecido dentro de los términos del acuerdo.

Es importante destacar que, un buen servicio de almacenaje implica tener operaciones establecidas en tiempo y forma, contar con una amplia experiencia, personal certificado y la maquinaria necesaria para ayudar a gestionar de la mejor manera posible los productos (Serrano, 2015).

1.4.1.5. Definición de inventarios.

El concepto de inventario se refiere a la recopilación o registro que se realiza mediante el conteo, pesaje o medición de las existencias de activos o bienes tangibles; esto incluye tanto los bienes destinados a la venta como aquellos utilizados en la producción con el propósito de venderlos posteriormente.

El inventario abarca diferentes categorías de elementos que deben ser contabilizados:

- Materias primas: Se refiere a los diversos tipos de materiales que pueden ser sometidos a procesos de transformación o fabricación antes de ser vendidos como productos finales.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

- Productos en proceso de fabricación: Estos son los artículos que se encuentran en una etapa intermedia de producción y aún no están completos.
- Productos terminados: Engloba todos los artículos que han sido completamente fabricados y se encuentran en condiciones adecuadas para su venta.
- Insumos: También conocidos como materiales de existencia, son aquellos que están directamente asociados al producto final y forman parte de su composición.

Según Mora (2011), el inventario se define como la relación que se obtiene al contar, pesar o medir las existencias de activos o bienes tangibles, así como las existencias de bienes destinados a la venta o a la producción para su posterior comercialización.

1.4.1.6. Importancia del control de inventarios.

El control de inventarios es crucial para el correcto funcionamiento de una empresa, abarcando diversas prácticas operativas relacionadas con el almacenamiento y manejo de los productos. Algunos aspectos a considerar en el control de inventarios incluyen:

- Recuento de existencias: Es necesario establecer la frecuencia y metodología adecuadas para llevar a cabo el recuento de inventarios.
- Registro de gestión de existencias: Los registros de entrada, salida, fechas y lotes deben ser oportunos y precisos para una gestión eficiente.
- Proceso de pedidos: Se deben establecer procedimientos claros para la realización de pedidos, asegurando que se solicite la cantidad correcta en el momento adecuado.
- Recepción de órdenes: Es importante contar con un proceso de recepción de órdenes eficaz y eficiente.
- Inspección de órdenes de recepción: Se deben establecer protocolos para inspeccionar las órdenes de recepción y verificar que cumplan con los requisitos establecidos.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

- Almacenamiento adecuado: El almacenamiento debe cumplir con estándares de calidad, incluyendo la selección de almacenes apropiados, estanterías adecuadas, iluminación y ventilación adecuadas.

La importancia del control de inventarios se manifiesta en varios aspectos tales como:

- Corrección de desviaciones: Permite identificar y corregir actividades que no se ajustan a los planes establecidos, garantizando el cumplimiento exitoso de los mismos.
- Aplicación generalizada: El control de inventarios es aplicable a todos los aspectos de la empresa, incluyendo bienes, personas y acciones.
- Análisis de causas y prevención de desvíos: Facilita la rápida identificación y análisis de las causas que generan desviaciones, evitando su recurrencia en el futuro.
- Responsabilidad y administración: Ayuda a localizar los sectores responsables de la administración, estableciendo medidas correctivas adecuadas.
- Información y reinicio del proceso de planificación: Proporciona información sobre el estado de ejecución del plan, sirviendo como base para reiniciar el proceso de planificación.
- Reducción de costos y ahorro de tiempo: Evita errores costosos y ahorra tiempo al garantizar una gestión eficiente de los inventarios.

El control y la gestión de inventarios son aspectos fundamentales para el funcionamiento eficiente de cualquier organización; sin embargo, muchas empresas subestiman su importancia y no les otorgan la atención necesaria lo cual puede ser atribuido a la percepción de que estas tareas son rutinarias y mecánicas, lo que conduce a una falta de enfoque estratégico en la gestión de inventarios (Mora, 2011).

El control y la gestión adecuada de inventarios permite a la empresa mantener un equilibrio entre la oferta y la demanda, evitando escasez o exceso de productos; además, un buen control de inventarios contribuye a minimizar los

costos asociados al almacenamiento y la obsolescencia de productos. Asimismo, el control de inventarios proporciona una visibilidad clara de los activos de la empresa, lo que facilita la toma de decisiones informadas.

También ayuda a prevenir pérdidas y robos, al permitir detectar cualquier discrepancia entre los registros y la cantidad física de los productos. De manera que, la adecuada gestión de inventarios son aspectos críticos para el éxito de una organización, aunque pueden parecer tareas mecánicas, su importancia estratégica y los beneficios asociados a su correcta implementación no deben ser subestimados.

Es fundamental adoptar un enfoque proactivo y enfocado en optimizar estos procesos para garantizar un flujo de productos eficiente, reducir costos y tomar decisiones basadas en información precisa.

1.4.1.7. Tipos de inventarios.

Existen varios tipos de inventarios que las empresas pueden utilizar para gestionar y controlar sus existencias. A continuación, se detallan algunos de ellos:

- **Inventario físico general:** Aunque su práctica está en disputa debido a las implicaciones y costos asociados, algunas empresas todavía realizan este tipo de ejercicio. Consiste en contar físicamente todas las existencias en un período determinado, brindando información sobre lo que realmente está presente en el inventario en lugar de basarse en registros teóricos.
- **Inventario cíclico:** Este enfoque implica realizar recuentos de existencias de manera periódica y programada a lo largo del año. Suele ser recomendable realizarlos al inicio de cada año. Al contar con intervalos más cortos entre los recuentos, es más fácil identificar cualquier discrepancia en las cantidades y realizar un seguimiento preciso de los registros de entrada y salida.
- Al llevar a cabo un inventario cíclico, es fundamental que se realice una revisión exhaustiva de las discrepancias encontradas entre las existencias físicas y los registros del sistema. La trazabilidad precisa de estas

diferencias permitirá identificar las posibles causas, ya sea errores de conteo, pérdidas, robos u otros factores, y tomar las medidas correctivas necesarias de forma inmediata. Esto ayudará a mantener una precisión y confiabilidad continua en los datos registrados y a evitar que las discrepancias se acumulen o se prolonguen en el tiempo.

- Inventarios aleatorios: Este tipo de inventario se lleva a cabo de manera constante y se basa en parámetros específicos definidos por el responsable del inventario. Algunos de los criterios utilizados para seleccionar los productos a contabilizar pueden incluir aquellos que presentan diferencias continuas entre el registro y la existencia física, productos de alto valor, productos de fácil comercialización, productos con fecha de vencimiento próxima o productos de alta rotación.

En el caso de los inventarios aleatorios, la trazabilidad también juega un papel fundamental. Al realizar recuentos periódicos de manera constante, es esencial registrar y analizar minuciosamente las diferencias encontradas. La pronta identificación de las causas de estas discrepancias permitirá tomar medidas correctivas de manera oportuna, evitando que los errores o desviaciones se propaguen en el inventario y afecten la precisión de los registros.

La elección del tipo de inventario adecuado dependerá de las necesidades y características de cada empresa. Es importante destacar que el control regular de inventarios es esencial para mantener un nivel óptimo de existencias, evitar pérdidas y maximizar la eficiencia operativa.

Según Mora García (2011), uno de los factores clave para el éxito de cualquier tipo de inventario es la capacidad de realizar la trazabilidad de las diferencias identificadas y ajustarlas de manera oportuna. Además, es importante destacar que la gestión efectiva de inventarios va más allá de la simple identificación y ajuste de diferencias. Implica implementar medidas preventivas, como contar con sistemas de control de calidad en los procesos de recepción y despacho de mercancías, así como establecer políticas y

procedimientos claros para la gestión y seguimiento de inventarios. Esto contribuirá a mantener un nivel óptimo de existencias, minimizar pérdidas, evitar obsolescencia y mejorar la eficiencia general de la cadena de suministro.

1.4.1.8. Definición de logística.

La logística es un término que proviene del ámbito militar francés, específicamente del término "logistique", el cual se utilizaba para referirse al transporte, suministro y alojamiento de tropas. En la actualidad, este concepto también se aplica en el mundo empresarial, principalmente en los sectores del marketing y la distribución.

En su sentido más amplio, la logística se define como el arte de gestionar y dirigir el flujo de materiales y productos desde su adquisición en el origen hasta su consumo por parte del usuario final, engloba todas las operaciones necesarias para que un producto pueda llegar al consumidor, incluyendo la obtención de las materias primas, la producción, el almacenamiento, el transporte y la distribución.

En palabras simples, la logística se encarga de coordinar y realizar todas las actividades requeridas para que un producto esté disponible para el consumidor en el momento y lugar adecuados. Su objetivo principal es satisfacer las necesidades del cliente, poniendo a su disposición el producto deseado, en la cantidad y momentos precisos, y en el punto de venta más conveniente.

La logística abarca un conjunto de operaciones interrelacionadas que permiten que un producto se mueva a lo largo de toda la cadena de suministro, desde su origen hasta su destino final. Su finalidad es optimizar la entrega de los productos, garantizando su disponibilidad, minimizando los tiempos y costos de almacenamiento, transporte y distribución, y asegurando la satisfacción del cliente.

Según el criterio de Sevilla (2020), la logística desempeña un papel fundamental en la gestión empresarial, ya que su objetivo principal es asegurar que el producto deseado esté disponible para el consumidor en el momento

preciso, en la cantidad requerida y en el lugar más conveniente, al mismo tiempo que se minimizan los costos involucrados en todo el proceso.

Al poner en práctica una logística efectiva, se busca optimizar todos los procesos involucrados en el flujo de productos, desde la obtención de las materias primas hasta posicionar el producto deseado, en la cantidad y momentos precisos, en el mejor punto de venta y al menor costo posible, al consumidor.

1.4.1.9. Funciones logísticas.

La logística engloba diversas funciones que desempeñan un papel fundamental en el cumplimiento de sus objetivos. A continuación, se detallan algunas de estas funciones:

- **Procesos de pedidos:** Esta función abarca todas las actividades relacionadas con la gestión de las órdenes de compra, desde la recepción de la solicitud hasta su procesamiento y seguimiento.
- **Manejo de materiales:** Involucra el uso de diferentes medios materiales para mover los productos tanto dentro de la bodega como en los puntos de venta. Esto puede incluir cintas transportadoras, carretillas elevadoras y otros equipos necesarios para la manipulación eficiente de los productos.
- **Embalaje:** Comprende el sistema utilizado para proteger y conservar los productos durante su manipulación y transporte. El adecuado embalaje garantiza la integridad de los productos y su presentación adecuada al cliente.
- **Transporte de mercancías:** Esta función implica la selección de los medios de transporte más adecuados para mover los productos desde su origen hasta su destino final. Esto puede incluir camiones, trenes, barcos u otros medios de transporte, así como la planificación de rutas eficientes para minimizar los costos logísticos.
- **Almacenamiento:** Se refiere a la ubicación física de los productos en el almacén, teniendo en cuenta aspectos como la capacidad, la disposición y las características del espacio de almacenamiento. Un adecuado

almacenamiento facilita la organización y el acceso eficiente a los productos.

- Control de stocks: Esta función implica el seguimiento y la gestión de las existencias de productos en el inventario. Se busca determinar la cantidad óptima de productos que el vendedor debe tener disponibles para satisfacer la demanda de los clientes sin incurrir en excesos o faltantes.
- Atención al cliente: Esta función se centra en brindar un servicio de calidad al cliente, asegurando una comunicación efectiva, una adecuada atención a sus necesidades y la entrega oportuna de los productos adquiridos. Incluye servicios postventa, resolución de consultas y reclamaciones, y la creación de una experiencia positiva para el cliente.

Estas funciones logísticas son esenciales para garantizar una gestión eficiente de los productos, desde su adquisición hasta su entrega al cliente, permitiendo una operación fluida y satisfaciendo las expectativas del consumidor.

Según el análisis de Sevilla Arias (2020), en la actualidad las empresas están adoptando una estrategia para trasladar una parte significativa de los costos logísticos al consumidor. Este enfoque se observa principalmente en el ámbito del comercio electrónico, donde los gastos de envío suelen ser asumidos por el cliente.

Esta tendencia se debe a diversos factores. En primer lugar, el aumento del comercio electrónico ha generado un incremento en la demanda de servicios de entrega, lo que ha generado mayores costos logísticos para las empresas. Para mitigar estos gastos, muchas compañías han optado por transferir una parte de ellos a los consumidores, a través del cobro de tarifas de envío.

Además, esta estrategia se respalda en la percepción de los consumidores de que están pagando por un servicio adicional de entrega rápida y conveniente. Muchos clientes están dispuestos a asumir estos costos adicionales a cambio de recibir sus productos en un plazo de tiempo más corto y con mayor comodidad.

Es importante destacar que esta estrategia puede tener un impacto significativo en el comportamiento de compra de los consumidores. Al enfrentar gastos de envío adicionales, algunos clientes pueden buscar alternativas con tarifas de envío más bajas o incluso optar por realizar compras en tiendas físicas para evitar estos costos extras.

De igual manera las empresas están adoptando una estrategia de transferencia de costos logísticos al consumidor, especialmente en el comercio electrónico, donde los gastos de envío suelen ser responsabilidad del cliente. Esta tendencia se basa en la creciente demanda de servicios de entrega y en la disposición de los consumidores a pagar por la conveniencia y rapidez en la recepción de sus productos. No obstante, es importante que las empresas evalúen cuidadosamente cómo esta estrategia puede afectar el comportamiento de compra de los clientes y su percepción de valor.

1.4.1.10. Reducción de costos de una bodega.

Existen diversas formas de reducir los costos de un almacén o bodega, y la eficacia en la implementación de estas estrategias dependerá de la creatividad y el enfoque de la persona a cargo. A continuación, se presentan algunas herramientas y estrategias que pueden ayudar a reducir estos costos:

- **Capacitación de los empleados:** En tiempos de pandemia, donde el personal puede enfrentar una mayor carga de trabajo y solicitar tiempo libre, es importante capacitar a los empleados para que puedan desempeñar múltiples funciones. Esto permitirá un mejor aprovechamiento del personal, ya que podrán ser desplazados a los departamentos más ocupados según sea necesario.
- **Utilización de herramientas y programas informáticos inteligentes:** Una gestión inadecuada del inventario puede aumentar los costos del almacén. Herramientas como los sistemas de gestión de almacenes (SGA), los escáneres RFID portátiles y las balizas pueden ayudar a simplificar la gestión del inventario, mejorar la precisión y reducir los residuos costosos.

- Enfoque en la retención de empleados: Los empleados sobrecargados de trabajo que no se sienten reconocidos por su productividad pueden buscar oportunidades en otras empresas. Para reducir los costos del almacén, es importante aumentar la retención de empleados y fomentar la satisfacción laboral. Esto se puede lograr ofreciendo descansos adecuados y recompensando a los empleados destacados con bonificaciones u otros incentivos.
- Implementación del cross-docking: Esta estrategia implica minimizar el tiempo de almacenamiento de los envíos de los fabricantes. Los envíos entrantes se trasladan directamente al muelle de carga y se envían como entregas salientes. Esto reduce los costos de manipulación de materiales, ya que los productos no requieren ser clasificados, recogidos, empaquetados y reenviados.
- Optimización del embalaje: Utilizar el embalaje adecuado para mantener los productos seguros durante el transporte sin excederse en materiales puede ayudar a reducir costos. Por ejemplo, el uso de pallets como herramienta de envío permite ahorrar espacio en el camión y maximizar la capacidad de carga.

En resumen, la reducción de los costos de un almacén requiere de enfoque, creatividad y eficiencia en la implementación de diversas estrategias. Al capacitarse adecuadamente, utilizar herramientas tecnológicas, promover la retención de empleados, implementar el cross-docking y optimizar el embalaje, es posible reducir los costos y mejorar la eficiencia en la gestión del almacén.

1.4.1.11. Definición de pronóstico (forescat) de ventas.

El pronóstico de ventas desempeña un papel crucial en la planificación y gestión de un negocio, al proporcionar una proyección estimada de las ventas futuras, ya sea en términos físicos o monetarios, para uno o más productos durante un período específico. Esta estimación es fundamental para desarrollar el presupuesto de ventas, a partir del cual se derivan otros

presupuestos, como el de producción, la compra de insumos o materias primas, la contratación de personal, el flujo de efectivo, entre otros.

Realizar un pronóstico de ventas nos brinda información clave sobre la inversión necesaria, la cantidad de insumos o materias primas requeridas, el personal necesario y la producción proyectada; esta información permite una gestión más eficiente del negocio al facilitar el control, coordinación y planificación de los recursos y actividades.

Como menciona Torres (2015), el pronóstico de ventas implica una estimación de las ventas futuras, tanto en términos físicos como monetarios, de uno o varios productos durante un período determinado. En conclusión, la realización de un pronóstico de ventas es esencial para una adecuada planificación y gestión empresarial.

1.4.1.12. Importancia del pronóstico de ventas.

La importancia del pronóstico de ventas en el ámbito empresarial radica en la capacidad de prever eventos futuros relacionados con uno o varios aspectos. Los pronósticos se han definido de diferentes formas y se consideran como una habilidad para analizar el pasado y predecir el futuro; una vez que el jefe de ventas ha estimado la demanda de la empresa o del producto, debe seleccionar el nivel de esfuerzo de marketing necesario para alcanzar un nivel de ventas esperado, lo que se conoce como previsión de ventas.

Por esta razón, es fundamental que los jefes de ventas comprendan qué es la previsión de ventas, su importancia y alcance, para que puedan estar preparados de manera adecuada. De acuerdo con Torres (2015), el pronóstico de ventas se basa, o al menos debería basarse, en un plan de marketing definido y en un entorno de marketing supuesto; por lo general, se expresa en unidades físicas (cantidad de productos) o en unidades monetarias (valores), aunque es más común expresarlo en unidades físicas en lugar de dinero.

1.4.1.13. Alcance de un pronóstico de ventas.

Es altamente recomendable elaborar un pronóstico de ventas para cada producto, lo cual incluye todas sus variantes, líneas o familias de productos,

así como para la empresa en su conjunto, esto permite tomar decisiones más precisas, especialmente en lo que respecta a la producción, compras y gestión financiera.

Además, contar con un pronóstico de ventas sólido facilita un seguimiento y control más efectivos al comparar los resultados del esfuerzo de marketing con el cumplimiento de las proyecciones de ventas. Generalmente, los pronósticos de ventas abarcan un período de un año; sin embargo, en casos donde la actividad del sector en el que opera la empresa es altamente volátil, puede resultar más apropiado elaborar pronósticos a corto plazo, ya que no es factible realizar estimaciones precisas para todo un año.

De acuerdo con las recomendaciones del autor Torres (2015), es importante elaborar pronósticos de ventas para cada producto, considerando incluso las distintas variantes o presentaciones disponibles. Asimismo, se deben realizar pronósticos a nivel de líneas de productos o familias de productos, así como para la empresa en su conjunto siendo esta práctica la que permitirá tomar decisiones más acertadas, especialmente en lo relacionado con la producción, aprovisionamiento y flujo de efectivo.

En conclusión, la elaboración de pronósticos de ventas detallados y precisos es esencial para una gestión empresarial eficiente, ya que proporciona información clave para la toma de decisiones estratégicas en áreas clave de la organización.

1.4.1.14. Relación del pronóstico de ventas con el presupuesto.

El pronóstico de ventas desempeña un papel fundamental en la relación con los presupuestos de una empresa, es considerado una hipótesis clave en el proceso de determinación del presupuesto, debido a que proporciona la base para determinar los ingresos proyectados de la empresa y establece el marco sobre el cual se construyen todos los planes internos de la organización.

El pronóstico de ventas tiene un impacto directo en la planificación financiera y operativa de la empresa. Por tanto, al prever y estimar las ventas futuras, se establecen los valores de los ingresos que se espera generar en un

determinado período de tiempo; estos ingresos proyectados son esenciales para la elaboración de los presupuestos, ya que permiten estimar los recursos financieros necesarios y asignarlos de manera adecuada a diferentes áreas y actividades de la empresa.

Además, de su importancia en la determinación de los ingresos, el pronóstico de ventas también juega un papel crucial en la gestión operativa de la empresa al evaluar y calcular las perspectivas de ingresos, el pronóstico también proporciona una visión sobre los niveles de actividad que se esperan en todas las funciones operativas de la organización. Esto implica que el pronóstico de ventas influye en aspectos como la producción, la logística, el aprovisionamiento y la gestión de recursos humanos, entre otros.

En resumen, el pronóstico de ventas está estrechamente vinculado a los presupuestos de una empresa no sólo porque cuantifica y evalúa las perspectivas de ingresos, sino que también define los niveles de actividad en todas las funciones operativas de la organización. Es un elemento clave para la planificación estratégica y la toma de decisiones, permitiendo una asignación efectiva de recursos y una gestión más precisa y eficiente de la empresa en su conjunto.

1.4.1.15. Técnicas de almacenaje.

Para mejorar la eficiencia de un almacén, es crucial seleccionar las técnicas de almacenaje adecuadas; estas técnicas son fundamentales para lograr beneficios significativos en el funcionamiento general de una empresa, su rentabilidad, el control y la organización de la logística, así como para maximizar la utilización del espacio disponible.

En la actualidad, existen diversas técnicas de almacenaje, pero una de las más valiosas es la automatización de procesos; además, se han desarrollado diferentes enfoques que contribuyen a mejorar la eficiencia de un almacén.

A continuación, se mencionan algunas de las técnicas más utilizadas:

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

- Agrupar productos similares: Esta técnica facilita el almacenamiento, conservación y localización de productos al reunirlos en áreas designadas según su similitud.
- Almacenar productos verticalmente: Utilizar estanterías adecuadas que permitan aprovechar la altura disponible en el almacén, optimizando el espacio vertical y permitiendo un acceso más eficiente a los productos.
- Ubicar productos al alcance de la mano: Especialmente aquellos productos que se manipulan con mayor frecuencia, se deben almacenar en áreas de fácil acceso para minimizar el tiempo de búsqueda y mejorar la productividad.
- Almacenar productos pesados a una altura ergonómica: Los productos pesados deben colocarse en la parte inferior del almacén o a la altura de la cintura, evitando esfuerzos físicos excesivos por parte de los empleados y promoviendo la seguridad y la salud laboral.
- Establecer ubicaciones específicas para cada producto: Asignar una ubicación fija a cada producto ayuda a mantener el almacén ordenado y facilita su rápida localización cuando sea necesario.
- Controlar irregularidades visualmente: Se pueden utilizar sistemas avanzados, como drones u otras tecnologías, para detectar fácilmente objetos mal colocados, artículos en riesgo de caerse u otras incidencias que puedan afectar la eficiencia del almacén.
- Agrupar productos en función de su movimiento: Los productos con características similares pueden ser agrupados en áreas o posiciones específicas para facilitar su manipulación y minimizar los desplazamientos innecesarios dentro del almacén.
- Automatizar el movimiento: Utilizar sistemas automáticos, como lanzaderas o brazos de picking, agiliza el proceso de manipulación de productos, reduce el esfuerzo físico requerido y disminuye la carga de trabajo de los empleados.

1.4.2. Marco conceptual

1.4.2.1. Recepción.

La recepción es un proceso fundamental en la gestión de almacenes y logística en general. Este concepto está estrechamente relacionado con la acción de recibir, obtener, aceptar o tomar algo. En el ámbito empresarial, la recepción se refiere a la actividad de recibir mercancías, productos o materiales en un almacén o centro de distribución (Ayala, 2016).

La recepción de los bienes es un paso crucial dentro de la cadena de suministro, ya que marca el inicio del flujo de materiales y la integración de los mismos en el inventario de la empresa (Mora, 2016). Durante este proceso, se llevan a cabo diversas actividades, tales como la verificación de la cantidad y calidad de los productos recibidos, la inspección de posibles daños o defectos, el registro de los datos pertinentes en el sistema de gestión, y el etiquetado y ubicación adecuada de los artículos en el almacén (Casanova y Barrera, 2015).

Una correcta recepción de mercancías tiene múltiples beneficios para la empresa y no se limita únicamente a la recepción física de los productos, sino que también incluye la información asociada a dichos productos, como los documentos de transporte, facturas, certificados de calidad, entre otros. Esta información es fundamental para mantener un registro completo y preciso de las transacciones comerciales y para garantizar la trazabilidad de los productos a lo largo de la cadena de suministro (Fernández, 2015).

En conclusión, la recepción es un proceso esencial en la gestión logística, que comprende la recepción física de los productos y la recepción de la información asociada. Una recepción adecuada y eficiente contribuye a asegurar el correcto flujo de materiales, la disponibilidad de productos, el control de inventario y la satisfacción de los clientes. (Porto, 2022)

1.4.2.2. Layout.

El término "layout", que proviene del inglés, se refiere a la maquetación, disposición o distribución de los elementos dentro de un formato o diseño

determinado. En el ámbito empresarial, el layout es de suma importancia, ya que afecta directamente la eficiencia y la productividad de los espacios de trabajo, almacenes o establecimientos (Carreño, 2018); abarca la organización y disposición de diversos elementos, como maquinarias, equipos, estaciones de trabajo, áreas de almacenamiento, pasillos, zonas de circulación y cualquier otro elemento relevante dentro del entorno empresarial (Mora, 2023).

Un layout bien diseñado puede tener numerosos beneficios para una empresa. Entre ellos se encuentran la mejora de la comunicación y la colaboración entre los empleados, la reducción de los tiempos de producción y los costos operativos, la optimización del uso del espacio y los recursos, la prevención de cuellos de botella y congestiones, y la creación de un entorno de trabajo seguro y eficiente (Serrano, 2021).

En conclusión, el layout se refiere a la maquetación o disposición de los elementos dentro de un formato o diseño específico, su objetivo es optimizar el flujo de actividades, materiales e información dentro de un entorno empresarial, con el fin de mejorar la eficiencia y la productividad (Izquierdo, 2023).

1.4.2.3. Logística.

La logística es una disciplina que se encarga de planificar, implementar y controlar de manera estratégica todas las actividades relacionadas con la adquisición, el movimiento y el almacenamiento de materiales, productos y recursos en una organización. Su objetivo principal es garantizar la eficiencia y la efectividad en el flujo de bienes y servicios, desde el punto de origen hasta el punto de consumo (López, 2021).

Dentro del ámbito empresarial, la logística desempeña un papel fundamental en el éxito de las operaciones; comprende diversas áreas, como la gestión de la cadena de suministro, el transporte, el almacenamiento, el control de inventario, la distribución, el embalaje y el manejo de materiales (Marín, 2020). La logística se basa en la coordinación y la sincronización de todas estas actividades, de manera que los materiales y productos estén disponibles en el

momento adecuado, en la cantidad correcta y en el lugar preciso. Para lograrlo, es necesario contar con una planificación adecuada, utilizar herramientas y tecnologías avanzadas, y colaborar estrechamente con proveedores, clientes y otros actores involucrados en la cadena de suministro (Frattini, 2020).

En resumen, la logística es un proceso estratégico que abarca la gestión de la adquisición, el movimiento y el almacenamiento de materiales. Su finalidad es asegurar la eficiencia en el flujo de bienes y servicios, desde su origen hasta su destino final (Carreño, 2018); de manera que, involucra diversas áreas y requiere una planificación adecuada, herramientas tecnológicas y una estrecha colaboración con los actores de la cadena de suministro (Arenal, 2022).

1.4.2.4. Distribución.

La distribución es un proceso integral que abarca todas las actividades involucradas en el traslado de un producto desde su etapa de fabricación hasta que es adquirido por el cliente final. Implica la planificación, organización y control de todas las actividades relacionadas con el almacenamiento, transporte y entrega de los productos en los lugares y momentos adecuados (Silvera, 2021).

En el ámbito empresarial, la distribución es una función esencial que busca asegurar que los productos lleguen de manera eficiente y oportuna a los consumidores (Paz, 2021), esto implica tomar decisiones estratégicas sobre la selección de canales de distribución, el diseño de rutas de entrega, la gestión de inventarios y la coordinación con los socios de la cadena de suministro.

La distribución no sólo se limita al traslado físico de los productos, sino que también abarca aspectos como la gestión de los puntos de venta, la exhibición adecuada de los productos en los establecimientos, la implementación de estrategias de marketing en el punto de venta y la gestión de la relación con los clientes.

En la era digital, la distribución ha evolucionado con el surgimiento del comercio electrónico, ahora, además de los canales tradicionales de distribución, se utilizan plataformas en línea y servicios de entrega a domicilio para llegar a un mayor número de clientes y satisfacer sus necesidades de manera conveniente, una distribución efectiva y eficiente no solo contribuye al éxito comercial de una empresa, sino que también genera valor para los clientes al brindarles acceso fácil y rápido a los productos que desean adquirir (Garrell y Guilera, 2019).

En resumen, la distribución abarca todas las actividades relacionadas con el traslado de productos desde su fabricación hasta su adquisición por parte del cliente final. Es un proceso que involucra la planificación, organización y control de actividades como el almacenamiento, transporte, entrega y gestión de puntos de venta.

1.4.2.5. Despacho.

El término "despacho" puede tener diferentes significados dependiendo del contexto en el que se utilice. En general, se refiere tanto a la acción y efecto de despachar como a un local destinado al estudio o a una gestión profesional. El despacho, más allá de ser un espacio físico, representa la imagen y reputación profesional de aquellos que lo ocupan; es el lugar donde se reciben y atienden a los clientes, se llevan a cabo negociaciones, se realizan estudios y análisis, y se toman decisiones estratégicas (Silvera, 2022).

Es tanto la acción y efecto de despachar como un local destinado a la gestión profesional; es un espacio físico donde se llevan a cabo tareas relacionadas con una profesión o actividad específica, brindando un entorno adecuado para el desarrollo de labores y la atención a clientes. También puede referirse a la organización o firma profesional en sí misma (Flamarique, 2019).

1.4.2.6. Ventas.

Las ventas se refieren a las actividades y procesos realizados con el objetivo de persuadir y motivar a los potenciales clientes para que realicen una compra específica, este concepto abarca una amplia gama de acciones y estrategias

que buscan establecer una relación comercial entre un vendedor y un comprador (Vélez, 2018).

El proceso de ventas implica la interacción directa entre el vendedor y el cliente, donde se lleva a cabo una negociación con el fin de satisfacer las necesidades y deseos del cliente a través de la adquisición de un producto o servicio. Es un proceso dinámico que ocurre en la presentación y promoción de los productos, la generación de interés, la atención a las consultas y objeciones del cliente, y finalmente, el cierre de la venta.

El vendedor desempeña un papel fundamental en el proceso de ventas, ya que es responsable de establecer una comunicación efectiva con el cliente, comprender sus necesidades y ofrecer soluciones adecuadas, lo que exige tener conocimiento sobre el producto o servicio, así como habilidades de persuasión y negociación para influir en la decisión de compra del cliente (Arenal, 2018).

Por otro lado, el comprador también juega un papel importante en el proceso de ventas porque es quien busca satisfacer una necesidad o deseo particular y evalúa las opciones disponibles en el mercado. En este particular, el comprador realiza un análisis de las características del producto, su precio, calidad y beneficios, entre otros aspectos, antes de tomar una decisión de compra (Jiménez, 2019).

En resumen, las ventas son un conjunto de actividades y procesos orientados a persuadir y motivar a los potenciales clientes a realizar una compra específica; involucran la negociación entre un vendedor y un comprador, donde se presentan, promocionan y ofrecen soluciones que satisfacen las necesidades del cliente.

1.4.2.7. Insumo.

El término "insumo" se utiliza para referirse a cualquier elemento o recurso que participa en el proceso de producción y que se consume o se utiliza durante dicho proceso. Los insumos son aquellos componentes necesarios para llevar

a cabo la transformación de las materias primas en productos finales o bienes de consumo.

Estos insumos son distintos de las materias primas en sí, ya que mientras las materias primas son los recursos básicos que se utilizan en la producción y que se transforman para crear un producto final, los insumos representan los elementos adicionales necesarios para llevar a cabo esa transformación.

Los insumos pueden incluir una amplia variedad de elementos, como materiales, herramientas, equipos, maquinaria, energía, mano de obra, conocimientos técnicos y tecnología. Cada uno de estos insumos desempeña un papel crucial en el proceso productivo y contribuye de manera directa o indirecta en la obtención del producto final.

Los insumos pueden variar dependiendo del tipo de industria o sector productivo en el que se encuentre una empresa. Por ejemplo, en el sector manufacturero, los insumos pueden incluir materiales como metales, plásticos, componentes electrónicos, entre otros. Mientras que, en el sector de servicios, los insumos pueden ser conocimientos especializados, habilidades técnicas, software, infraestructura, entre otros.

La gestión adecuada de los insumos es esencial para garantizar la eficiencia y la calidad en el proceso productivo. Esto implica la planificación, adquisición, almacenamiento y uso óptimo de los insumos, de manera que se minimicen los desperdicios y se maximice la productividad.

En resumen, los insumos son los elementos o recursos que intervienen en el proceso de producción y que se consumen durante dicho proceso. Estos insumos son diferentes de las materias primas y pueden incluir una amplia variedad de componentes necesarios para transformar las materias primas en productos finales. La gestión adecuada de los insumos es fundamental para lograr una producción eficiente y de calidad.

1.4.2.8. Compras.

La compra es una acción mediante la cual una persona o entidad adquiere un producto o servicio específico a cambio de un precio acordado. Es un proceso

fundamental en el ámbito comercial y se lleva a cabo cuando un individuo o una organización decide obtener un bien o servicio que satisfaga una necesidad o un deseo.

La compra implica tomar la decisión de adquirir un artículo o contratar un servicio, teniendo en cuenta diversos factores como la calidad, el precio, la marca, las características y las necesidades individuales. En este sentido, el comprador evalúa las opciones disponibles en el mercado y selecciona aquella que mejor se ajuste a sus requerimientos y preferencias.

El proceso de compra puede involucrar diferentes etapas, que van desde la identificación de la necesidad o deseo, la búsqueda de información sobre las opciones disponibles, la comparación de productos o servicios, la toma de decisión, hasta la transacción final.

La compra implica un intercambio económico, donde el comprador paga un precio acordado al vendedor a cambio del producto o servicio deseado. Este precio puede ser determinado por factores como la oferta y la demanda, la competencia en el mercado, la calidad del producto, entre otros.

En resumen, la compra se refiere a la acción de obtener o adquirir un producto o servicio a cambio de un precio establecido. Es un proceso que implica la evaluación de opciones, la toma de decisiones y el intercambio económico entre el comprador y el vendedor. La compra puede ser tanto a nivel personal como a nivel empresarial y es fundamental en el funcionamiento de la economía.

1.4.2.9. Consumo.

El consumo es un proceso mediante el cual las personas o entidades utilizan o gastan determinados productos, bienes o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos. Es un concepto amplio que abarca todas las actividades relacionadas con el uso, disfrute o aprovechamiento de los recursos disponibles.

El consumo está presente en todos los aspectos de la vida diaria, ya sea a nivel individual, familiar, empresarial o social. Involucra tanto la adquisición de bienes tangibles como la utilización de servicios intangibles.

El acto de consumir implica la transformación de los productos adquiridos, ya sea mediante su uso, consumo o disfrute. A través del consumo, las personas obtienen beneficios y satisfacen sus necesidades básicas, así como también sus preferencias y gustos personales.

El consumo puede ser de diferentes tipos, como el consumo de alimentos, el consumo de bienes duraderos (por ejemplo, electrodomésticos o automóviles), el consumo de servicios profesionales (como asesorías legales o médicas), entre otros.

El consumo está influenciado por factores como la disponibilidad de recursos económicos, las preferencias individuales, las influencias culturales y sociales, las tendencias de mercado y la publicidad. También puede estar sujeto a regulaciones y políticas gubernamentales en relación con la protección del consumidor, la seguridad de los productos y el impacto ambiental.

En resumen, el consumo es la acción de utilizar o gastar productos, bienes o servicios para satisfacer necesidades y deseos. Es un proceso que abarca diferentes aspectos de la vida diaria y está influenciado por factores económicos, sociales y culturales. El consumo tiene implicaciones tanto a nivel individual como a nivel colectivo y puede tener efectos significativos en la economía y el medio ambiente.

1.4.2.10. Producción .

En el ámbito económico, la producción es un proceso fundamental que implica la transformación de materias primas y recursos en bienes y servicios que satisfacen las necesidades y deseos de las personas. Consiste en la combinación de diversos factores productivos, como el trabajo, el capital, los recursos naturales y la tecnología, con el objetivo de generar productos finales que tengan valor para los consumidores.

La producción no se limita únicamente a la fabricación de bienes tangibles, sino que también abarca la provisión de servicios intangibles. En ambos casos, el proceso productivo implica la aplicación de conocimientos, habilidades y tecnologías para convertir los insumos en productos finales.

Durante el proceso de producción, se llevan a cabo una serie de etapas que incluyen la planificación, la adquisición de materias primas, la transformación de los insumos, el control de calidad y la distribución de los productos resultantes. Estas etapas pueden variar según el tipo de bien o servicio que se esté produciendo.

Además, la producción implica la generación de valor agregado. Esto significa que el resultado final del proceso productivo tiene un valor superior al de los insumos utilizados. El valor agregado se obtiene a través de la aplicación de conocimientos, la innovación, la mejora de la eficiencia y la diferenciación de los productos en el mercado.

La producción tiene una gran importancia en la economía, ya que es el motor principal del crecimiento económico. A través de la producción, se generan empleos, se incrementa la riqueza de una sociedad y se satisfacen las necesidades de consumo. Además, la capacidad de producción de un país puede influir en su competitividad a nivel global.

En resumen, la producción es el proceso mediante el cual se transforman los insumos y materias primas en bienes y servicios para el consumo. Implica la generación de valor agregado y es fundamental para el desarrollo económico. Sin embargo, es necesario tener en cuenta los aspectos de sostenibilidad y responsabilidad social en la producción para garantizar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente.

1.4.2.11. Calidad.

La calidad es un concepto fundamental que se aplica en diversos ámbitos y se refiere a la excelencia, el nivel de satisfacción y el grado de cumplimiento de requisitos y expectativas establecidos en relación a un producto, servicio o proceso. La calidad está directamente relacionada con la capacidad de un

objeto o entidad para cumplir con los estándares y las necesidades específicas de los usuarios o clientes.

En el contexto de los productos, la calidad se refiere a las características y atributos que hacen que un producto sea confiable, duradero, seguro y cumpla con su propósito previsto. Esto implica la utilización de materias primas adecuadas, la aplicación de procesos de fabricación eficientes, el control de calidad en todas las etapas de producción y el cumplimiento de normas y regulaciones establecidas.

En el caso de los servicios, la calidad se relaciona con la capacidad de cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes, ofreciendo un nivel de satisfacción óptimo. Esto implica la prestación de un servicio eficiente, oportuno, personalizado y con un alto nivel de atención al cliente.

La calidad también está ligada a la mejora continua y a la gestión de la calidad en las organizaciones. Se refiere a la implementación de sistemas y procesos que permiten controlar, evaluar y mejorar constantemente los productos, servicios y procesos de una empresa. Esto incluye la adopción de estándares de calidad reconocidos, la capacitación del personal, el establecimiento de indicadores de desempeño y la retroalimentación de los clientes.

En resumen, la calidad se refiere a la capacidad de un objeto, producto, servicio o proceso para cumplir con los requisitos, expectativas y necesidades de los usuarios o clientes. Es un atributo fundamental en la satisfacción del cliente, la competitividad empresarial y la mejora continua. La gestión de la calidad y el cumplimiento de estándares establecidos son elementos clave para asegurar la excelencia y la confianza en los productos y servicios ofrecidos.

1.4.2.12. Gestión.

La gestión es un proceso integral que implica planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos y las actividades de una organización con el fin de alcanzar los objetivos establecidos de manera eficiente y efectiva. Se refiere a la toma de decisiones y acciones realizadas por los líderes y gerentes de una

empresa para coordinar y utilizar los recursos disponibles de manera óptima, con el propósito de lograr resultados exitosos.

La gestión abarca diversos aspectos, como la gestión de personas, la gestión financiera, la gestión de operaciones, la gestión de proyectos y la gestión estratégica, entre otros. Cada una de estas áreas se enfoca en aspectos específicos de la organización, pero todas se interrelacionan y contribuyen al funcionamiento global de la misma.

En el contexto empresarial, la gestión implica la planificación de metas y objetivos, la asignación de recursos humanos, financieros y materiales, la organización y estructuración de procesos, la toma de decisiones estratégicas, el establecimiento de indicadores de desempeño y la supervisión y control de actividades para asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos.

La gestión también incluye el desarrollo de políticas y procedimientos, la implementación de sistemas de gestión de calidad, la evaluación de riesgos y la búsqueda de oportunidades de mejora continua. Es un proceso dinámico que requiere adaptabilidad y capacidad de respuesta ante los cambios del entorno empresarial.

Además, la gestión implica la interacción con diferentes partes interesadas, como empleados, clientes, proveedores, accionistas y la comunidad en general. Se busca establecer relaciones efectivas y colaborativas, garantizar la satisfacción de los clientes y promover el desarrollo sostenible y responsable de la organización.

En resumen, la gestión se refiere a la administración y dirección de los recursos y actividades de una organización con el objetivo de lograr resultados exitosos. Es un proceso complejo y multidimensional que abarca diferentes áreas y requiere habilidades de liderazgo, toma de decisiones y capacidad de adaptación. La gestión eficiente y efectiva es fundamental para el éxito y la competitividad de las empresas en el entorno empresarial actual.

1.4.2.13. Ítem.

El término "ítem" se utiliza para referirse a cada una de las partes o elementos individuales que forman parte de un conjunto o de un todo. En el contexto de un documento escrito, un ítem se refiere a cada uno de los elementos o secciones en los que el documento está dividido, ya sea en forma de artículos, capítulos, apartados o cualquier otra forma de organización.

La utilización de ítems en un documento escrito permite que los lectores puedan localizar y acceder a la información que les interesa de manera más rápida y eficiente. Además, los ítems ayudan a establecer una secuencia lógica y coherente en la presentación de la información, guiando al lector a través del contenido y facilitando la comprensión del mensaje que se desea transmitir.

Es importante tener en cuenta que los ítems pueden variar en su extensión y nivel de detalle, dependiendo de la naturaleza y complejidad del documento. Algunos documentos pueden tener ítems más generales y amplios, mientras que otros pueden tener ítems más específicos y detallados. La elección de la estructura y organización de los ítems en un documento dependerá del propósito, el público objetivo y la naturaleza del contenido que se desea presentar.

En resumen, un ítem en un documento escrito se refiere a cada una de las partes individuales en las que se divide el documento, ya sea en forma de artículos, capítulos o secciones. Los ítems proporcionan una estructura y organización clara, facilitando la presentación y comprensión del contenido. Su uso permite una navegación más fácil y eficiente dentro del documento, y ayuda a establecer una secuencia lógica en la presentación de la información.

1.4.2.14. Proceso.

El término "proceso" se utiliza para describir un conjunto o secuencia de eventos, acciones o fenómenos que ocurren de manera sucesiva en un período de tiempo determinado. Estos eventos o acciones están relacionados

entre sí y están orientados hacia la consecución de un objetivo o resultado específico.

En el ámbito humano, un proceso implica una serie de actividades interrelacionadas y coordinadas que se realizan con el propósito de alcanzar un objetivo determinado. Estas actividades pueden involucrar a personas, recursos, tecnología y diferentes etapas o fases que se suceden de forma ordenada.

Cada fase de un proceso generalmente contribuye al avance o transformación de algo, ya sea la producción de bienes, la prestación de servicios, la toma de decisiones, el desarrollo de proyectos o cualquier otra actividad específica. Cada fase del proceso está diseñada para desempeñar una función particular y puede depender de la finalización exitosa de las fases anteriores.

Es importante destacar que los procesos pueden ser lineales o cíclicos. Los procesos lineales siguen una secuencia de fases en un orden establecido, mientras que los procesos cíclicos pueden repetirse una y otra vez en un ciclo continuo. La gestión de procesos es fundamental en diversas áreas, como la administración, la producción, la logística y la planificación, ya que permite optimizar la eficiencia, mejorar la calidad y garantizar la consistencia en la ejecución de tareas y actividades.

En resumen, un proceso se refiere a un conjunto de eventos, acciones o fenómenos interrelacionados que ocurren en un período de tiempo y están orientados hacia un objetivo específico. Puede ser tanto natural como humano, y sucesivo o cíclico. La gestión de procesos es esencial para garantizar la eficiencia y la calidad en las actividades realizadas. (Coelho, 2019)

1.4.2.15. Administración.

La administración es un concepto amplio y multidimensional que se puede definir desde diferentes perspectivas, en general, se refiere al proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de una organización con el fin de alcanzar sus objetivos de manera eficiente y eficaz. Desde una perspectiva funcional, la administración implica el manejo adecuado de

recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales para lograr los resultados deseados; esto implica la toma de decisiones estratégicas, la asignación de tareas y responsabilidades, la coordinación de actividades y el seguimiento de los procesos para asegurar que se estén alcanzando los objetivos establecidos.

Desde una perspectiva de proceso, la administración involucra actividades como la planificación, que implica establecer metas y objetivos, identificar estrategias y determinar los recursos necesarios. La organización implica estructurar y distribuir los recursos de manera óptima, establecer la autoridad y las responsabilidades, y crear sistemas y procedimientos para garantizar el flujo eficiente de trabajo. La dirección implica guiar, motivar y liderar a los miembros del equipo para lograr los objetivos establecidos, y el control implica monitorear y evaluar el desempeño para asegurar el cumplimiento de los estándares y corregir desviaciones cuando sea necesario.

En cuanto a la percepción de la administración, es común que las respuestas varíen según las experiencias, conocimientos y contextos de las personas. Algunas personas pueden asociar la administración con la gestión de empresas, mientras que otras pueden pensar en la administración de proyectos, la administración pública o la administración de recursos humanos. Estas diferencias de percepción pueden surgir debido a las diferentes áreas de especialización, roles o experiencias laborales de cada individuo.

En conclusión, la administración es un proceso complejo y multidimensional que implica la planificación, organización, dirección y control de los recursos para lograr los objetivos de una organización. La percepción de la administración puede variar según las experiencias y conocimientos de cada persona.

1.4.2.16. Empleado.

Un empleado es una persona que forma parte de una organización o empresa y realiza tareas específicas en función de un contrato de trabajo o acuerdo laboral, a cambio de una remuneración económica. Los empleados

desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento y el éxito de una empresa, ya que contribuyen con su trabajo y habilidades al logro de los objetivos organizacionales.

Los empleados pueden ocupar diferentes cargos y niveles dentro de una organización, desde puestos operativos hasta roles de gestión y liderazgo, sus responsabilidades y funciones pueden variar según el tipo de trabajo, el sector de la empresa y las necesidades específicas del empleador. Además de realizar las tareas asignadas, los empleados suelen estar sujetos a regulaciones y normativas laborales, incluyendo horarios de trabajo, descansos, condiciones de seguridad y salud ocupacional, y derechos laborales y sociales. También pueden tener acceso a beneficios adicionales, como seguro médico, vacaciones pagadas, planes de jubilación y oportunidades de desarrollo profesional.

Es importante destacar que la relación entre un empleado y un empleador se rige por un contrato o acuerdo laboral que establece los términos y condiciones del empleo, incluyendo la duración del contrato, la remuneración, las responsabilidades y los derechos y obligaciones de ambas partes.

En resumen, un empleado es una persona que realiza una tarea específica dentro de una organización o empresa a cambio de una remuneración económica. Su contribución es fundamental para el funcionamiento y el éxito de la empresa, y su relación laboral se rige por un contrato o acuerdo que establece los términos y condiciones del empleo.

1.4.2.17. Inventario.

El inventario es un registro detallado y sistemático de los bienes, productos o recursos que posee una persona, empresa o entidad en un determinado momento. Consiste en la identificación, clasificación y cuantificación de los elementos que forman parte del patrimonio de dicha entidad.

El objetivo principal del inventario es mantener un control preciso y actualizado de los activos, permitiendo conocer la cantidad, características y ubicación de cada elemento. Esto facilita la gestión eficiente de los recursos, la toma de

decisiones, la planificación de compras y ventas, y el seguimiento del estado y valor de los bienes.

El inventario puede abarcar diferentes tipos de activos, dependiendo del ámbito y la naturaleza de la entidad. Por ejemplo, en una empresa comercial, el inventario se refiere a los productos o mercancías disponibles para la venta. En una empresa manufacturera, se incluyen los materiales, componentes y productos en proceso. En una empresa de servicios, puede englobar los equipos, herramientas o suministros utilizados en la prestación de servicios.

El registro del inventario se realiza mediante técnicas y sistemas de control, como el conteo físico, el uso de códigos de barras, la identificación por etiquetas, entre otros. Estos métodos permiten llevar un seguimiento riguroso de las existencias, identificar posibles desviaciones o pérdidas, y garantizar la integridad de los activos.

El inventario tiene una gran relevancia tanto para la gestión interna de la entidad como para sus relaciones con terceros, como proveedores, clientes y entidades reguladoras. Un inventario preciso y actualizado contribuye a optimizar los recursos, evitar faltantes o excesos, minimizar los costos de almacenamiento y mejorar la planificación logística.

En conclusión, el inventario es un registro detallado y sistemático de los bienes o recursos que posee una entidad en un momento dado. Su objetivo es mantener un control preciso de los activos y facilitar la gestión eficiente de los mismos. El inventario abarca diferentes tipos de activos y se realiza mediante técnicas y sistemas de control para garantizar la integridad y optimización de los recursos.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Capítulo 2: Propuesta Comercial.

2.1. Descripción de la empresa

Fabmer S.A. es una empresa familiar ecuatoriana dedicada a la fabricación y comercialización de productos de papel absorbente, como lo es servilletas y papel higiénico, con el paso del tiempo y en función a la alta demanda de productos de higiene de las familias ecuatorianas, la empresa amplía su gama a productos de papel Tissue, con sus marcas más reconocidas: Dolly y Danny. Actualmente se han convertido en una empresa con fuerte presencia en el país.

2.2. Descripción del proyecto

De acuerdo a la fuerte demanda de nuestros productos terminados, se ha incrementado las compras de materias primas e insumos, por lo que el espacio de almacenamiento es reducido y se vio necesario implementar una nueva bodega de materia prima e insumos, con las características adecuadas, para así contar con un almacenaje de materia prima que tenga procesos de clasificación e inventarios actualizados y mayor agilidad en los despachos a nuestros clientes internos.

2.1.1. Visión

Junto a sus empleados, son una empresa líder en el mercado del papel, comprometidos con el desarrollo del país, a través de la utilización efectiva de la tecnología y Protección del medio ambiente. Distinguiéndose en la calidad de los productos, dejando huella de manera positiva en los clientes, proveedores y colaboradores.

2.1.2. Misión

Es una empresa familiar ecuatoriana dedicada a la fabricación y comercialización de productos de papel Tissue, su objetivo es lograr la máxima satisfacción del cliente con productos de muy alta calidad al mejor precio. Están comprometidos con el cumplimiento de los requisitos aplicables al giro de negocio y con la mejora continua del sistema de gestión de la calidad.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

2.1.3. Valores

2.1.3.1. Confraternidad.

La confraternidad es un vínculo estrecho de amistad y hermandad, desarrolla el trabajo en equipo y el buen ambiente laboral.

2.1.3.2. Sostenibilidad.

Velar por la sostenibilidad del planeta siendo ecológicamente correctos.

2.1.3.3. Desarrollo de personas.

Promueve el desarrollo personal y profesional de sus empleados.

2.1.3.4. Calidad.

Asegurar que las materias primas usadas para la producción de nuestros productos son ecológicamente amigables y de la mejor calidad.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

- Implementar una nueva bodega de materia prima e insumos para optimizar el 100% del espacio para el año 2025.

2.2.2. Objetivos específicos

- Reducir en un 30% el tiempo de entrega de materia prima e insumos de los clientes internos para el año 2025.
 - Cumplir en un 30% con despacho PEPS de insumos y materia prima, para el primer trimestre del año 2025.
 - Reducir la compra de insumos a proveedores en un 30% en el primer trimestre del año 2025.
 - Aumentar capacidad de almacenamiento al menos el 30% más del actual, para el año 2024.
 - Cumplir con la redistribución de materia prima e insumos, en un 100%, teniendo en cuenta la rotación y costo para el primer trimestre del 2025.

2.3. Modelo del negocio Canvas

2.3.1. Propuesta de valor

Implementar una nueva bodega de materia prima e insumos para mejorar el espacio colapsado en la planta.

2.3.2. Segmento de cliente

Se centra en atender las necesidades de los empleados en áreas clave de la empresa, como producción, almacén de productos terminados y rebobinado. Al dirigir la propuesta de valor a estos segmentos, se busca ofrecer soluciones específicas y personalizadas que satisfagan sus requerimientos particulares en cada una de estas áreas.

2.3.3. Canales de comunicación/distribución

Los canales de comunicación son los medios que empleamos para facilitar la realización de las tareas asignadas. Estos canales permiten el intercambio de información de manera efectiva y eficiente, posibilitando la transmisión de mensajes claros y precisos entre las personas involucradas en las labores. La elección adecuada de los canales de comunicación es fundamental para garantizar una buena coordinación y colaboración dentro de un equipo de trabajo.

2.3.4. Relación con el cliente

La relación con los clientes internos implica la revisión exhaustiva de todas las actividades y solicitudes realizadas por ellos; es un proceso fundamental para asegurar una comunicación efectiva y una satisfacción mutua. Esta relación se basa en la comprensión de las necesidades y expectativas de los clientes internos, así como en la entrega de resultados y soluciones que cumplan con sus requerimientos.

Además, implica establecer canales de retroalimentación y seguimiento para garantizar la calidad de los servicios brindados y mantener una relación de confianza y colaboración a largo plazo.

2.3.5. Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingresos son las diversas estrategias y actividades que una empresa utiliza para generar ganancias a través de la comercialización de sus productos o servicios. Estas fuentes pueden variar según el modelo de negocio y las características de la empresa, e incluyen diferentes métodos como la venta directa, la suscripción, la publicidad, las licencias, entre otros.

El objetivo principal de identificar y diversificar las fuentes de ingresos es asegurar la sostenibilidad financiera de la empresa y maximizar su rentabilidad. Esto implica comprender las necesidades y preferencias de los clientes, así como adaptar y mejorar constantemente las ofertas comerciales para mantenerse competitivos en el mercado.

2.3.6. Recursos clave

Los recursos empresariales son los activos y capacidades que una empresa emplea para asegurar el funcionamiento y desarrollo de su negocio. Estos recursos abarcan diferentes aspectos, como los recursos físicos, que incluyen instalaciones, maquinaria y equipos necesarios para la operación; los recursos intelectuales, como conocimientos, patentes y tecnología; los recursos humanos, que se refieren al talento y habilidades del personal de la empresa; y los recursos financieros, que engloban el capital, presupuesto y fuentes de financiamiento disponibles.

Es fundamental que la empresa gestione y utilice eficientemente estos recursos para lograr sus objetivos y mantenerse competitiva en el mercado. La correcta asignación y administración de los recursos permitirá optimizar la producción, mejorar la calidad de los productos o servicios, fomentar la innovación y asegurar la satisfacción de los clientes. Además, el adecuado manejo de los recursos contribuirá al crecimiento y desarrollo sostenible de la empresa a largo plazo.

2.3.7. Actividades clave

Se destaca la importancia de llevar a cabo una revisión constante de la protección de los productos, asegurando que estén resguardados de posibles daños o pérdidas. Además, es fundamental realizar un registro preciso de las entradas y salidas de los productos, lo cual permite tener un control efectivo del inventario y facilita la toma de decisiones en cuanto a compras y abastecimiento.

Otro aspecto relevante es implementar métodos eficientes de distribución de la materia prima e insumos, garantizando un flujo continuo y oportuno de

suministros hacia las diferentes áreas de la empresa. Asimismo, es necesario mantener la limpieza y organización de la bodega, creando un ambiente de trabajo seguro y facilitando la localización rápida de los productos.

Por último, la optimización de los espacios es una actividad clave para aprovechar al máximo las capacidades de almacenamiento. Esto implica utilizar estratégicamente el espacio disponible en la bodega, implementando sistemas de almacenamiento adecuados y diseñando una distribución eficiente de los productos.

En resumen, las actividades clave incluyen la revisión de la protección de productos, el registro de entrada y salida, la distribución de materia prima, la limpieza y organización de la bodega, y la optimización de los espacios. Estas acciones contribuyen al buen desempeño de la empresa y al logro de sus objetivos operativos.

2.3.8. Socios clave

Los socios clave desempeñan un papel fundamental al colaborar con la empresa en diferentes áreas y proporcionar servicios y recursos necesarios para su funcionamiento. Entre estos socios clave se encuentran aquellos encargados de brindar servicios de envío y logística, asegurando la entrega eficiente y oportuna de los productos a los clientes.

Además, los socios clave también ofrecen soporte técnico y atención al servicio, garantizando que los clientes reciban la asistencia necesaria en caso de cualquier problema o consulta. Otro aspecto importante es que los socios clave pueden proveer recursos o apoyo financiero, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo de la empresa; esto puede incluir la inversión de capital, líneas de crédito o acceso a redes de financiamiento que respalden las operaciones y proyectos de la empresa.

En resumen, los socios clave son aquellos que colaboran estrechamente con la empresa y brindan servicios esenciales como envío y logística, soporte técnico y atención al servicio, así como recursos financieros o apoyo

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

económico. Su participación activa y colaboración contribuyen al éxito y desarrollo de la empresa en diferentes aspectos de su operación.

2.3.9. Estructura de costos

La estructura de costos se refiere a la suma de todos los gastos en los que la empresa incurre para poder existir y llevar a cabo su actividad productiva. Esto incluye los costos asociados a la adquisición de materias primas, mano de obra, alquiler de instalaciones, energía, transporte, entre otros; la comprensión y gestión adecuada de la estructura de costos es esencial para garantizar la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

Tabla 2
Modelo de negocios Canvas

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materiales de construcción para bodega. • Arquitectos • Banco líneas de crédito 	<ul style="list-style-type: none"> • Logística de materia prima e insumos • Preparación de planos • Control de presupuesto de nueva bodega 	<ul style="list-style-type: none"> • Reorganización de la bodega actual e instalación de un nuevo galpón de materia prima e insumos 	<ul style="list-style-type: none"> • Mensajería instantánea Grupos WhatsApp institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes Internos
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flujo de caja • Materiales de construcción • Talento humano 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema contable • Correo Electrónico institucional • WhatsApp 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos. • Materia prima. • Insumos. • Nomina. • Publicidad. • Pago de impuestos 		<p>ESTRUCTURA DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de servilletas • Venta de papel higiénico doméstico e institucional • Venta de fundas de papel • Venta de Toallas de cocina y de manos • Pago en efectivo • Pago a crédito 		

Nota. Elaborado por la autora.

2.4. Estrategia genérica

La estrategia empleada por la empresa Fabmer S.A. para posicionar sus productos en el mercado se basa en la segmentación; su modelo de negocio se enfoca en atender a un grupo específico de clientes que tienen demanda principalmente de productos de papel Tissue, como servilletas y papel higiénico. Mediante la segmentación, la empresa puede adaptar sus productos y estrategias de marketing para satisfacer de manera más efectiva las necesidades y preferencias de este segmento de clientes.

2.5. Ventajas competitivas

Fabmer S.A. ha logrado desarrollar ventajas competitivas que le permiten destacarse en el mercado las cuales se especifican a continuación:

- La calidad de sus productos terminado: En este sentido, la empresa cumple con normas internacionales, como la norma ISO 9001-2015, lo que garantiza a sus clientes que los productos almacenados cumplen con estándares de calidad óptimos generando confianza y seguridad a los clientes al adquirir productos de Fabmer S.A.
- Cuenta con proveedores certificados: Estos proveedores tienen certificaciones ambientales que aseguran que las materias primas utilizadas en la producción de los productos de Fabmer S.A. son respetuosas con el medio ambiente y de alta calidad. Esta asociación con proveedores confiables contribuye a mantener altos estándares de calidad en los productos finales.
- Alcanzar liderazgo en costo: Esto implica producir sus productos de manera eficiente, optimizando los procesos y minimizando los costos de producción al lograr una máxima satisfacción del cliente a través de productos de calidad a precios competitivos, la empresa puede establecer un precio de venta que no pueda ser fácilmente imitado por los competidores, brindando así una ventaja competitiva en términos de precio.

2.6. Estrategia genérica

La estrategia genérica empleada por Fabmer S.A. se basa en la segmentación de mercado.

2.7. Análisis de la fuerza de Porter

El siguiente análisis permite conocer el entorno del cual se desarrolla el negocio teniendo en cuenta diversos factores, los cuales llevan a determinar el grado de variables de

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

competitividad en precio, calidad, servicio e innovación. En este sentido, se realiza una valoración de cada una de las fuerzas (poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de producto o servicios sustitutos, amenaza de entrada de nuevos competidores, rivalidad de los competidores actuales), en este caso, la ponderación va de bajo nivel de riesgo (1) a alto nivel de riesgo (5) (Tabla 3) (Figura 1).

2.7.1. Poder de negociación de los clientes

La calificación obtenida en base al poder de negociación de los clientes es de 5 puntos. Esto se debe a que los clientes representan una parte significativa de la producción de la empresa y tienen la capacidad de cambiar rápidamente de un producto a otro si encuentran una opción con un costo inferior al ofrecido por la empresa. Esto otorga a los clientes una posición de negociación fuerte.

2.7.2. Poder de negociación de los proveedores

Se asignó una calificación de 2 puntos al poder de negociación de los proveedores. Esto se debe a que existe una alta disponibilidad de proveedores sustitutos, lo que reduce el poder de negociación de los proveedores. La empresa tiene la posibilidad de fabricar sus propios insumos o buscar otros proveedores, lo que le brinda una posición de mayor fortaleza en las negociaciones.

2.7.3. Amenaza de productos o servicios sustitutos

Se asignó una calificación de 4 puntos a la amenaza de productos o servicios sustitutos. Esto se debe a que, según el análisis del sector, las servilletas y el papel higiénico son productos ampliamente disponibles en todas partes, lo que representa una amenaza constante para la empresa. La presencia de alternativas fácilmente accesibles aumenta la posibilidad de que los clientes elijan opciones sustitutas.

2.7.4. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Se asignó una calificación de 4 puntos a la amenaza de entrada de nuevos competidores. Esto se debe a que el mercado de ventas de papel está sobrepoblado, lo que implica un alto riesgo para la empresa. La existencia de numerosos competidores en el mercado aumenta la competencia y dificulta la posición de la empresa para mantener o aumentar su cuota de mercado.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

2.7.5. Rivalidad de los competidores actuales

Se obtuvo una puntuación de 5 puntos en cuanto a la rivalidad de los competidores actuales. Esto se debe a que existe un gran número de competidores que son comparables en tamaño y poder a la organización. Esta competencia intensa aumenta la presión en el mercado y la necesidad de la empresa de diferenciarse y mantenerse competitiva.

Tabla 3

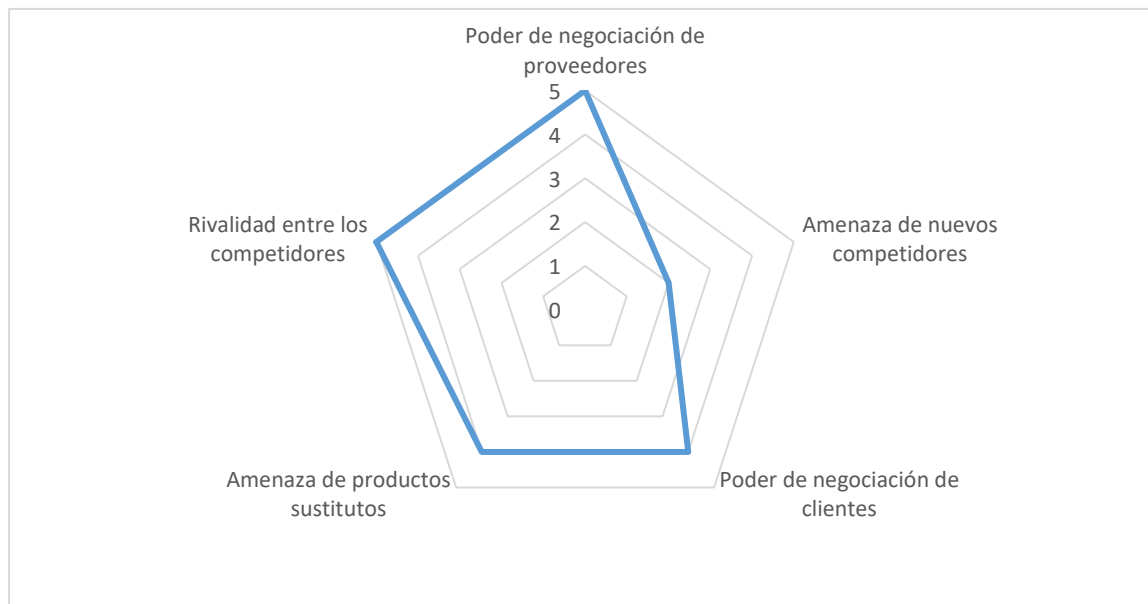
Valoración de las fuerzas de Porter

Fuerzas de Porter	Ponderación
Poder de negociación de los clientes	5
Poder de negociación de los proveedores	2
Amenaza de productos o servicios sustitutivos	4
Amenaza de entrada de nuevos competidores	4
Rivalidad de los competidores actuales	5

Nota. Elaborado por la autora.

Figura 1

Valoración de fuerzas de Porter



Nota. Elaborado por la autora

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

2.8. Análisis FODA

El análisis FODA permite reconocer los aspectos internos y externos que inciden en la gestión de la empresa; en el caso de los aspectos internos se presentan a través de las Fortalezas y Debilidades, mientras que los aspectos externos se presentan por medio de las Oportunidades y Amenazas (Tabla 4). Esta matriz de análisis representa la base para realizar el FODA cruzado que permite generar estrategias de solución al combinar cada uno de los cuadrantes (Tabla 5).

Tabla 4
Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima 100% fibra celulosa no contiene químicos. • Precios acordes al mercado • Fidelidad de clientes • Variación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas en el sistema de inventarios • Falta de compromiso en la toma de decisiones • Falta de seguimiento a posibles clientes • Poco flujo de efectivo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Gran acogida y demanda de productos de papel • Mejoramiento en zona de carga y descarga de materia prima e insumos • Reducción de costos de materia prima e insumos. • Crecimiento de la empresa en autoservicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias fuertes en el mercado • Variación de compras por parte de los clientes • Cambios climáticos afectan al descargue de materia prima e insumos • Posicionamiento de marcas tradicionales

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 5

FODA cruzado

FACTORES EXTERNOS		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
	OPORTUNIDADES	<p>1: Materia Prima 100% fibra celulosa no contiene químicos.</p> <p>2: Precios acordes al mercado</p> <p>3: Fidelidad de los clientes</p> <p>4: Variación de productos.</p>	<p>1: Problemas en el sistema de inventarios</p> <p>2: Falta de compromiso en la toma de decisiones</p> <p>3: Falta de seguimiento a posibles clientes</p> <p>4: Poco flujo de efectivo</p>
	<p>1: Acogida y demanda de productos de papel</p> <p>2: Mejoramiento en zona de carga y descarga de materia prima e insumos</p> <p>3: Reducción de costos de materia prima e insumos</p> <p>4: Crecimiento de la empresa en autoservicios</p>	F+O	O+D
	AMENAZAS	F+A	A+D
	<p>1: Competencias fuertes en el mercado</p> <p>2: Variación de compras por parte de los clientes</p> <p>3: Cambios climáticos afectan al descargue de materia prima e insumos</p> <p>4: Posicionamiento de marcas tradicionales.</p>	<p>1+4: Diversificar productos y servicios para aprovechar las competencias fuertes en el mercado. Identificar las áreas en las que la empresa tiene ventajas competitivas y desarrollar productos o servicios complementarios que satisfagan las necesidades cambiantes de los clientes.</p> <p>3+2: Implementar programas de fidelización y promoción para contrarrestar las variaciones en las compras por parte de los clientes. Desarrollar un programa de fidelización que ofrezca incentivos, descuentos exclusivos o recompensas a los clientes habituales para fomentar su lealtad y mantener un flujo constante de compras, incluso en períodos de fluctuación.</p>	<p>1+3: Mejorar el sistema de inventarios utilizando sistemas automatizados y software especializado para realizar un seguimiento preciso de las existencias, optimizar los niveles de inventario y prevenir problemas como escasez o exceso.</p> <p>2+4: Fomentar un compromiso sólido en la toma de decisiones, estableciendo procesos claros para asignar responsabilidades específicas. Promover una cultura de participación y compromiso entre los empleados, alentar la colaboración y comunicación efectiva para tomar decisiones informadas y oportunas.</p>

Nota. Elaborado por la autora.

2.9. Análisis PESTEL

Tabla 6
Análisis PESTEL

POLITICO	ECONOMICO	SOCIAL	TECNOLOGICO	AMBIENTAL	LEGAL
Aumento de partidas arancelarias a productos importados.	Capital de trabajo o Inversión inicial para emprendimiento	Seguridad industrial	Redes sociales y publicidad pagada	Materia Prima 100% celulosa libre de químicos	Registro de Patente Municipal
Cambios en la estrategia de gobierno	Tasa de crecimiento del comercio y participación económica nacional	Seguridad ocupacional	Maquinaria y equipos con tecnología de punta	El fenómeno del niño 2023 - 2024	Ley de Compañías Cambios en las leyes y normativas legales a nivel nacional
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	Inflación de precios	Inseguridad	Avances tecnológicos	Niveles de contaminación	Código de Trabajo

Nota. Elaborado por la autora.

2.10. Análisis Likert de la matriz PESTEL

Tabla 7
Análisis Likert de matriz PESTEL

Factor	Aspecto	Tipo de impacto			Tiempo de impacto		
		Pos.	Neg.	Ind.	Corto	Medio	Largo
<i>Política</i>	Aumento de partidas arancelarias a productos importados.		X				X
	Cambios en la estrategia de gobierno		X		X		
	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	X					X
<i>Económico</i>	Capital de trabajo o Inversión inicial para emprendimiento	X				X	
	Tasa de crecimiento del comercio y participación económica nacional	X					X
	Inflación de precios		X		X		
<i>Social</i>	Seguridad industrial	X					X
	Seguridad ocupacional	X					X
	Inseguridad		X			X	
<i>Tecnológico</i>	Redes sociales y publicidad pagada			X			X
	Maquinaria y equipos con tecnología de punta	X					X
	Avances tecnológicos	X					X
<i>Ecológico</i>	Materia Prima 100% celulosa libre de químicos	X					X
	El fenómeno del niño 2023 - 2024		X		X		
	Cambio climático y sus restricciones a nivel local		X		X		
<i>Legal</i>	Registro de Patente Municipal			X	X		
	Ley de Compañías Cambios en las leyes y normativas legales a nivel nacional	X					X

Nota. *Elaborado por la autora*

2.11. Value Stram Mapping

2.11.1. Definición del VSM

El Value Stream Mapping (VSM) es una herramienta estratégica para mejorar identificar la efectividad de los procesos logísticos que ocurren en una empresa en virtud de poder visualizar el tiempo en que ocurren, los desperdicios y los espacios en que se puede agregar valor al proceso. En este particular, esta herramienta se utiliza en dos tiempos, en el primero se realiza un análisis del proceso actual que se desea atender y, a partir de la aplicación de soluciones, se realiza otro mapa, pero a futuro incorporando las soluciones (Rajadell, 2021).

Es preciso entender que el VSM permite representar gráficamente cada una de las operaciones y el flujo de información o datos que se utilizan en ellos, su uso se enmarca en el análisis requerido para que surjan oportunidades de mejora (Galaviz, et al., 2020). Esta herramienta tiene como objetivo revisar procesos completos desde el principio hasta el final para comprender los pasos que se deben realizar para cumplir con las necesidades del cliente, en virtud de añadir valor al proceso y reducir o eliminar los “desperdicios” que son todas aquellas acciones que consumen tiempo valioso sin que generen ningún tipo de valor (Álvarez, 2022).

En este contexto, el VSM permite identificar procesos que son innecesarios a lo largo de la cadena productiva y logística que sólo surgen cuando se hace un análisis con este nivel de detalle, pues estos procesos que pueden ser prescindibles generan un costo e inciden en la calidad de la manufactura o almacenamiento, incluso, en la calidad de las entregas (Socconini, 2019).

Asimismo, cuando se realiza el mapa del flujo de valor se contribuye con la dirección estratégica de la empresa porque se brinda información útil que puede ser utilizada para la toma de decisiones, pues el VSM futuro define la dirección para mejorar procesos individuales y conectar actividades de mejora en cada área (Rother y Aulinger, 2018).

2.11.2. Identificación del problema

El incremento de la demanda de los productos ofrecidos en la empresa Fabmer se evidencia en el aumento de la materia prima e insumos que se reciben mensualmente en el área logística; si bien esto representa un aspecto positivo para la empresa porque se traduce en más producción y, por ende, mayores ganancias, la realidad logística se

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

enfrenta actualmente a una situación problemática debido a que el espacio de bodega para el almacenamiento de estos insumos y materia prima resulta insuficiente para atender esta demanda.

Esta situación, ha ocasionado, entre otras cosas, que se alteren los procesos formales de almacenamiento al tener que improvisar espacios en otras áreas para realizar la respectiva recepción, lo cual genera mezcla de productos de alta y baja rotación, así como congestión en el flujo de trabajo, alteración de los inventarios, incremento de productos caducados debido a que no se cumple con los métodos PEPS de entradas y salidas, entre otros.

Asimismo, se presenta el problema de la identificación de productos en bodega debido a la falta de un sistema de codificación (manual o automatizado) que facilite dicha acción y reduzca el tiempo de búsqueda para mejorar el tiempo de despacho.

2.11.3. Equipo de trabajo

El equipo del área de bodega está conformado por: un asistente de materia prima e insumos, un Montacarguista y tres (3) ayudantes de bodega.

2.11.4. Definición del alcance del proyecto

Crear una nueva bodega para la recepción y almacenamiento de materia prima e insumos.

2.11.5. Identificación del problema actual

El proceso de recepción de materia prima e insumos inicia al recibir la orden de compra que es generada por la asistente de importación y la Gerencia General, quien debe enviar un correo electrónico corporativo al asistente de materia prima e insumos que contenga la factura y el packing list (lista de carga). Posteriormente, el transportista logístico debe enviar un informe acerca de los datos relacionados con la llegada de la materia prima (datos de carga, tiempo estimado de llegada, ubicación del contenedor) mediante un mensaje a través del grupo de Whatsapp corporativo y a través de correo electrónico.

La recepción física de la materia prima inicia con la verificación de los documentos requeridos como la guía de remisión donde se comprueban los datos del contenedor, el nombre del proveedor, la lista de carga del conductor. Una vez verificada la documentación, se abre el contenedor para verificar el estado de la bobina, para ello se realiza un chequeo físico atendiendo a cada detalle y se toma una fotografía que es

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

enviada a la asistente de materia prima e insumos (encargada de área) como evidencia del proceso.

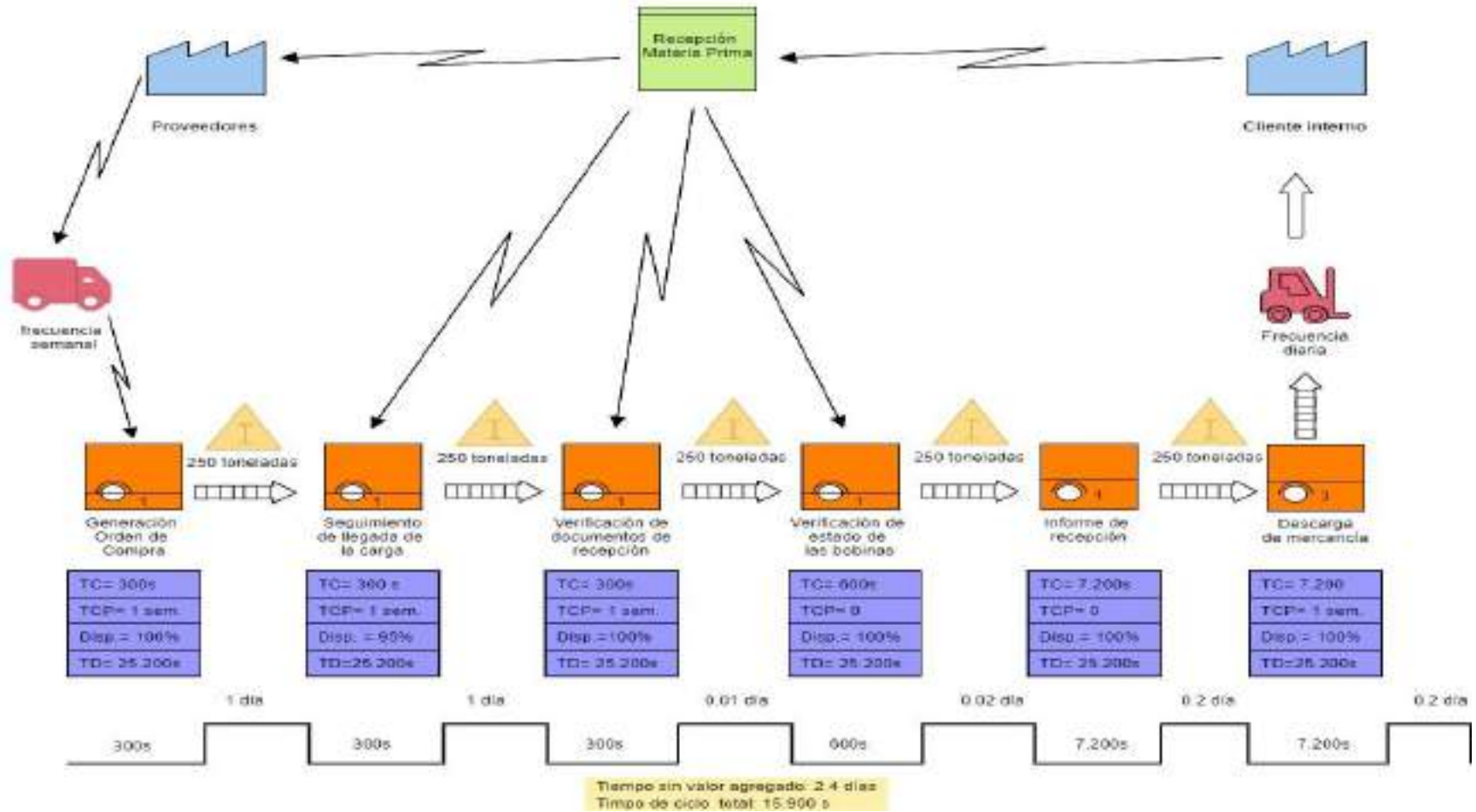
Finalizada la verificación del contenedor se realiza un informe de recepción de materia prima por parte del encargado de área (asistente de materia prima e insumos). Luego se procede a realizar las actividades de almacenamiento colocando la materia prima en la bodega detrás de los insumos de acuerdo al espacio que esté libre dentro de la misma sin que exista una codificación, zonificación e identificación del tipo de producto recibido ni un criterio logístico para su ubicación.

La falta de espacio incide en el uso de espacios improvisados, inadecuados e insuficientes para el almacenamiento de la materia prima, lo cual genera retrasos que son innecesarios y generan costos extras a la empresa al momento de realizar los despachos de materia prima requeridos.

2.11.6. Mapa de valor del proceso actual de la empresa

Figura 2

Mapa de valor actual del proceso de recepción



Nota. Elaborado por la autora.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

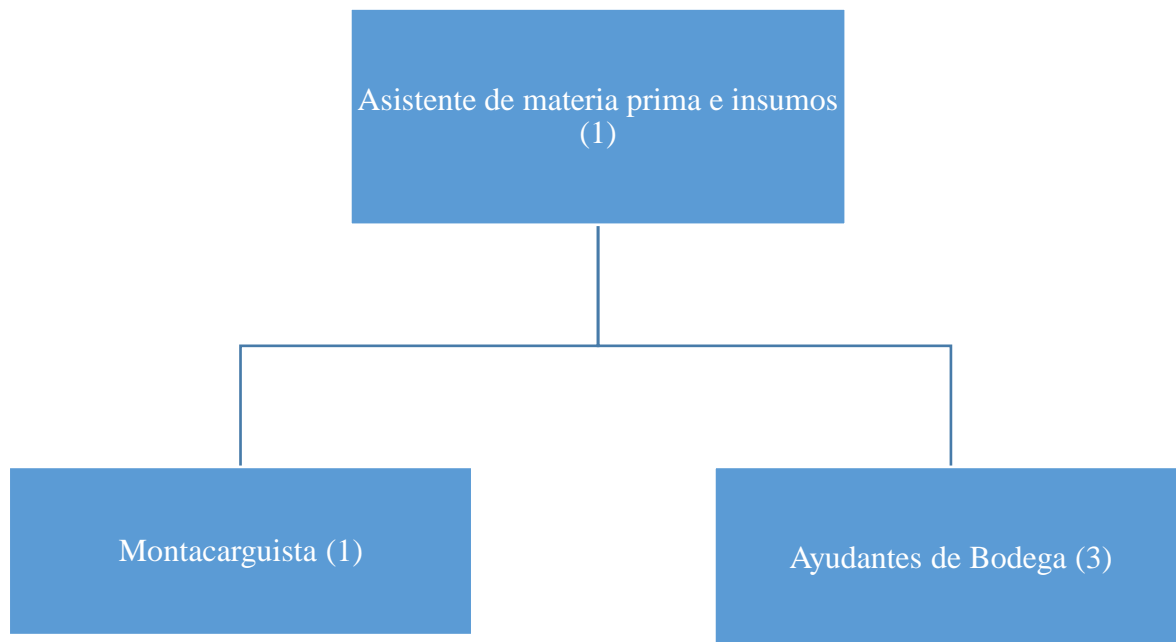
2.11.7. Eventos Kaizen y puntos de mejora

- Ampliar espacios de almacenaje de materia prima, reducir las acciones improvisadas para almacenar la mercancía y evitar la mezcla de productos por espacios insuficientes a través de la creación de una bodega para materia prima.
- Aplicar sistema de codificación, zonificación e identificación de productos aplicando método PEPS para mejorar el almacenamiento y despacho.
- Planificar la ubicación de la carga en bodega.
- Crear un formato para informe de recepción de materia prima.

2.11.8. Estructura organizacional del área de bodega

Figura 3

Estructura organizacional del área de bodega

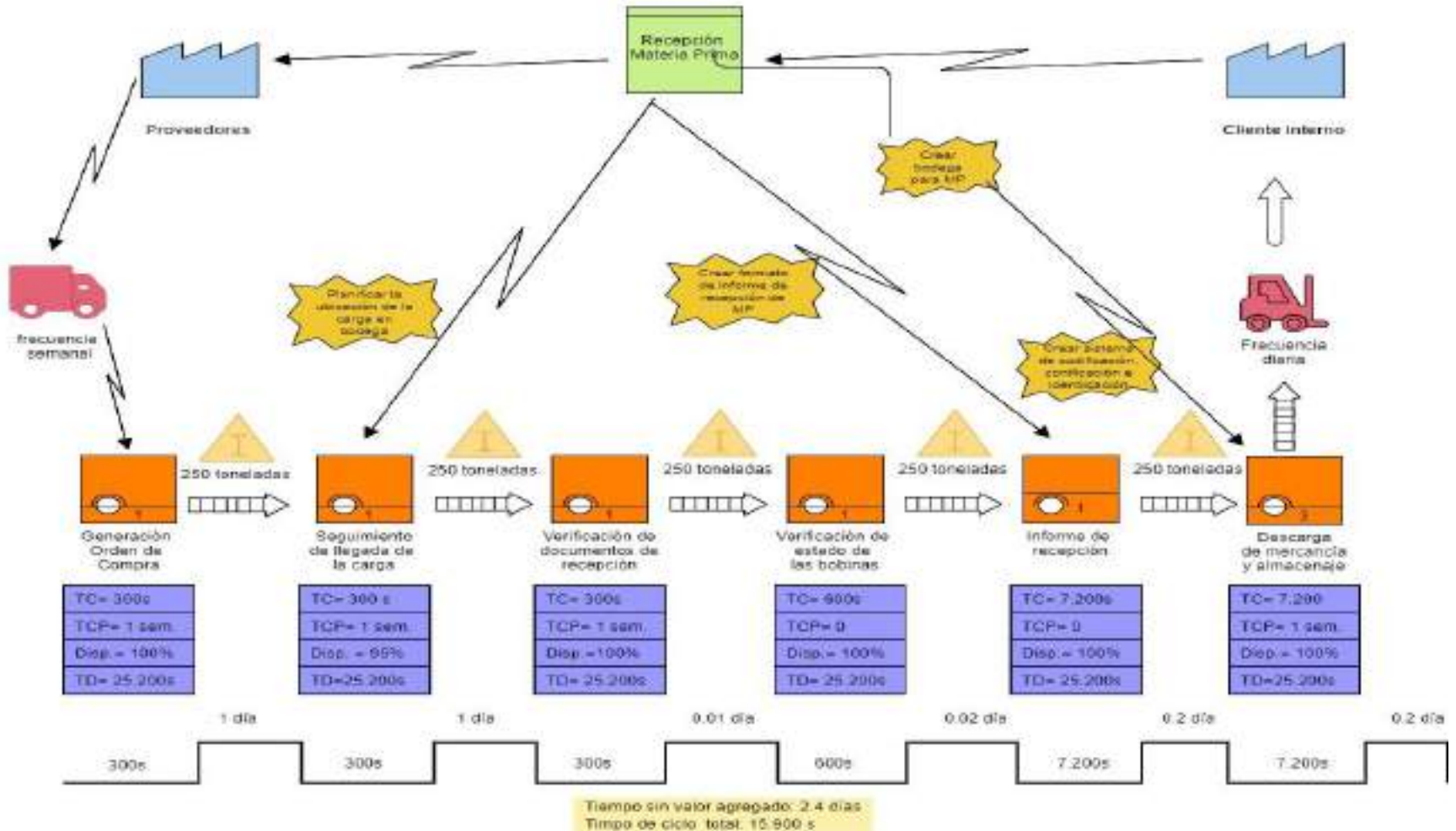


Nota. Elaborado por la autora

2.11.9. Mapa de valor a futuro del proceso

Figura 4

Mapa de valor a futuro del proceso de recepción de MP



Nota. Elaborado por la autora

2.12. Plan de Marketing sobre el proyecto

2.12.1. Contexto del mercado

La industria manufacturera representa una de las más significativas en relación al aporte que hace en la economía del país, pues se ha convertido en un sector estratégico para el crecimiento y desarrollo económico moderno (Zapata et al., 2022) que responde a las exigencias de un mercado cada vez más dinámico y competitivo donde el nivel de productividad debe asumirse como parte de una política de desarrollo nacional que, además, se centre en la generación de valor.

En relación a este aspecto de transformación (agregación de valor), la manufactura representa un escenario idóneo que ha entendido la importancia de cumplir sus procesos de transformación no sólo desde la calidad técnica y operativa, la relación costo-beneficio, sino que se han incorporado a dichos procesos, elementos claves para añadir valor como un recurso intangible que produce un efecto positivo en la práctica (Ochoa, et al., 2021).

El sector de la manufactura en Ecuador abarca diversos subsectores como madera, cuero, plástico y papel; en este caso, la empresa Fabmmer se ubica dentro de este último y está condicionada por la dinámica manufacturera del país.; en este particular, es preciso entender que este tipo de empresas ya no sólo se enfrentan a una competencia local, pues existe un notable crecimiento competitivo en mercados regionales que, gracias a la globalización y los diferentes convenios y tratados comerciales, se convierten en competidores directos dentro del país.

De acuerdo a cifras del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador (2023), el comercio y la manufactura son las principales actividades que inciden en la economía del país con participación del 36,9% y 13% respectivamente, esta última con una variación mensual de ventas netas del 1,2% en relación al 2022.

En este contexto, Ecuador cuenta con el IPI-M que es un indicador que mide el comportamiento de la producción real de la industria manufacturera en el tiempo, calculando variables como el índice del Valor Bruto de la Producción (VBP) de acuerdo a la clasificación de productos, lo cual resulta útil para entender tanto la dinámica como la importancia del sector de acuerdo a sus niveles de incidencia económica.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

En este particular, el giro de negocio de la empresa forma parte de la industria manufacturera en la clasificación de “Otros bienes transportables, excepto productos metálicos, maquinaria y equipos”, en la división de “Pasta de papel, papel y productos de papel; impresas y artículos similares” cuya incidencia mensual es de 0,1% (INEC, 2020). En este orden de ideas, es importante hacer referencia al involucramiento de sectores asociados a la industria manufacturera como es el caso logístico (transporte, almacenamiento, entre otros) que contribuyen directamente al crecimiento y desarrollo de las empresas manufactureras, pues, además, forman parte de las estadísticas de apalancamiento y encadenamiento productivo (Lovato et al., 2019).

2.12.2. Perfil del cliente

En este caso, las características de la empresa exigen una distinción entre el cliente al que se dirigen las estrategias de comercialización y los consumidores (cliente final) del producto. En primer lugar, los clientes de Fabmer son los empresarios y emprendedores ecuatorianos quienes deciden vender los productos en sus negocios para entregarlos al consumidor final, tales como: supermercados, subdistribuidores, entre otros.

En este contexto, es importante entender que los clientes principales de Fabmer forman parte de la industria del comercio que es uno de los principales sectores productivos del país que, al igual que otros sectores, ha reportado un crecimiento interanual favorable para la economía del país, por ello, cada vez son más los emprendedores y empresarios que invierten en este sector, lo cual resulta favorable para Fabmer entendiendo que es el nicho donde se encuentran sus clientes potenciales.

En el caso de los consumidores, son las personas que adquieren el producto como parte de su cesta básica, se trata de todos aquellos que hacen uso del producto final y a quienes se dirigen las estrategias de marketing y comercialización al por menor, pues si bien no compran directamente a la empresa, lo hacen a través de los clientes (supermercados, minimarket, tiendas, etc.), por ello, es preciso entender la tendencia de consumo y sus características. En este particular, los consumidores del producto son todas las personas entre 5-90 años; sin embargo, quienes realizan la compra del producto, generalmente son adultos entre 20 y 60 años quienes se encargan de las compras en el hogar, especialmente, las amas de casa.

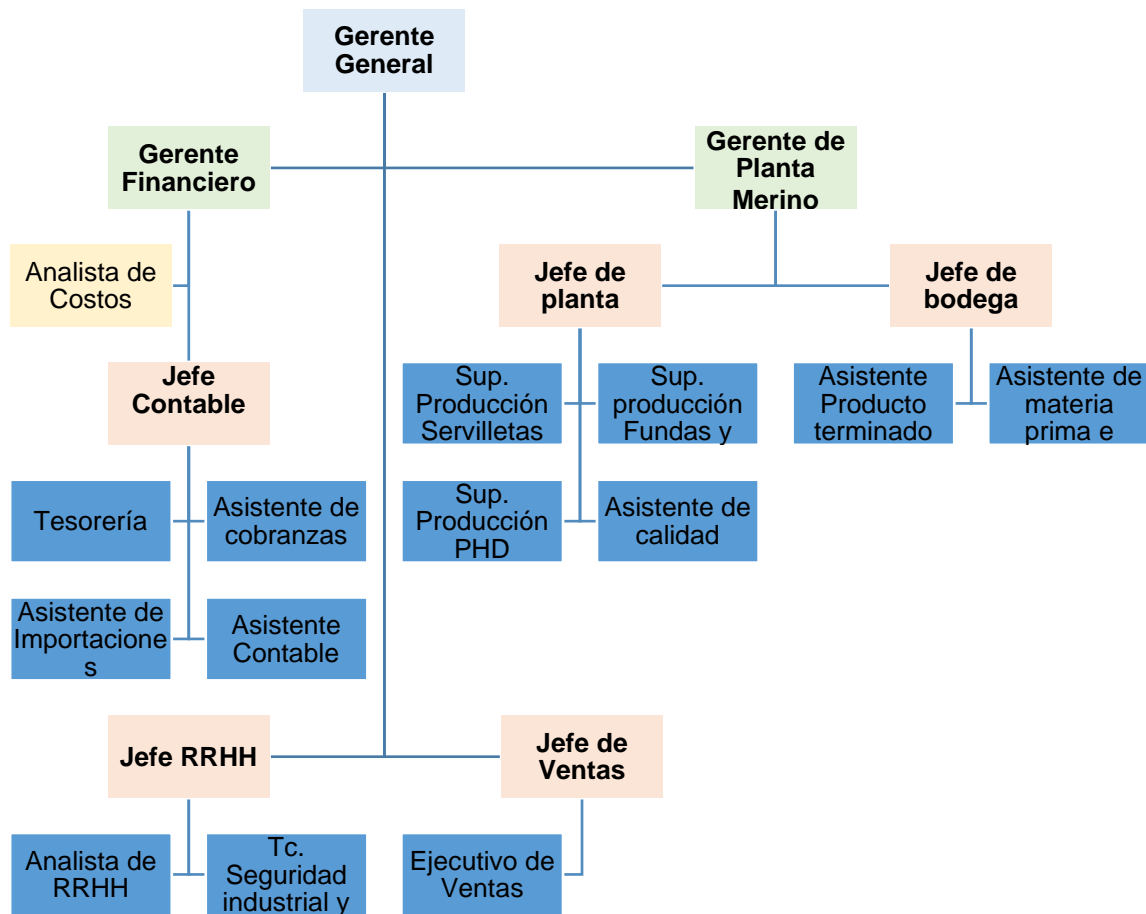
“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

2.12.3. Estructura organizacional

La empresa Fabmer está constituida por una Gerencia General de la cual se desprenden dos (2) gerencias estratégicas que son: la financiera y de planta (Figura 5).

Figura 5

Estructura organizacional de la empresa Fabmer



Nota. Elaborado por la autora

2.13. Plan de acción para el logro de objetivos

A continuación, se presenta el plan de acción por cada uno de los objetivos que incluye los medios, resultados esperados, equipo, fecha (inicio y finalización), recursos e indicadores de gestión (Tablas 8-12).

Tabla 8
Plan de acción objetivo 1

Reducir en un 30% el tiempo de entrega de materia prima e insumos de los clientes internos para el año 2025							
Medios	Resultados Esperados	Equipo	Fecha		Recursos	Indicadores	
			Inicio	Fin			
Planificar y optimizar las entregas	Construir una buena gestión de despachos.	Asistente de materia prima e insumos	1/4/2025	PERMANENTE	Laptop	% de tiempo de entrega	
Identificar acciones frecuentes en la cadena de distribución	Encontrar soluciones y anticiparse a los problemas de los clientes.	Asistente de materia prima e insumos	1/4/2025	PERMANENTE	Laptop	% Clientes Satisfechos	
Capacitar al equipo logístico profesional	Conocer y evaluar la entrega para que se realice de la forma más rápida y eficiente posible.	Recursos Humanos	1/4/2025	PERMANENTE	Capacitaciones, salas, equipo de tecnología	# de capacitaciones impartidas	
Integrar tecnología para optimizar las operaciones	Mejorar la visibilidad y control en todas las etapas del despacho.	Asistente de materia prima e insumos, Gerente financiero, Gerente general, Gerente de planta	1/4/2025	PERMANENTE	Laptop	# de recursos y equipos tecnológicos incorporados	
Garantizar la comunicación continua	Ampliar el panorama de qué es lo que está fallando en la empresa y en su cadena de suministro.	Asistente de materia prima e insumos, Supervisoras de producción	1/4/2025	PERMANENTE	Laptop	# canales de comunicación incorporados	

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 9

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Plan de acción objetivo 2

Cumplir en 30% despacho PEPS de insumos y materia prima para primer trimestre año 2025

Medios	Resultados Esperados	Equipo	Fecha		Recursos	Indicadores
			Inicio	Fin		
Controlar caducidad del producto	Reducir niveles de pérdida en el inventario por productos caducados	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo de tecnología # de productos caducados
Ordenar cronológicamente los productos en el inventario	Mejorar la disponibilidad del producto respondiendo a su ciclo de vida útil que permita despachar primero la mercancía más antigua para evitar su caducidad en bodega.	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo de tecnología # de productos ordenados cronológicamente
Aplicar un sistema de seguimiento individualizado por producto	Optimizar la organización de cada una de las capas del inventario y evitar fallas en el mismo.	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo de tecnología # de seguimientos aplicados
Evaluar el registro de entradas de acuerdo a las necesidades logísticas de materia prima e insumos	Asegurar el equilibrio en la gestión de inventarios para favorecer las demás actividades de almacenamiento, incluyendo el despacho de pedidos.	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo de tecnología # de evaluaciones realizadas
Analizar constantemente el registro de salidas para evaluar el nivel de cumplimiento del método PEPS	Contribuir con la gestión de almacén	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo de tecnología Nivel de cumplimiento PEPS

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 10

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Plan de acción objetivo 3

Reducir la compra de insumos a proveedores en un 30% en el primer trimestre del año 2025

Medios	Resultados Esperados	Equipo	Fecha		Recursos	Indicadores
			Inicio	Fin		
Fortalecer la relación con el proveedor	Permitirá negociar mejores condiciones de pago y servicios.	Gerente de planta, Jefe de planta, Proveedores	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo tecnología # de productos caducados
Realizar una investigación de mercado	Encontrar nuevas tendencias en materia prima e insumos o modelos de pagos	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo tecnología # de productos ordenados cronológicamente
Negociar costos de adquisición	Evaluar precios y condiciones de pagos de productos	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo tecnología # de seguimientos de aplicados
Evitar compras urgentes	Planificar sus pedidos lo antes posible, para lograr condiciones diferenciadas.	Asistente de materia prima e insumo Jefe de planta Gerente de planta	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo tecnología # de evaluaciones de realizadas
Aplicar estrategias de método PEPS en el inventario	Evitar pérdida de insumos por caducidad de productos que incidan en recompras que se pueden evitar	Asistente de materia prima e insumos	de	01/01/2025	31/03/2025	Laptop Equipo tecnología Estrategias aplicadas PEPS

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 11

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Plan de acción objetivo 4

Aumentar la capacidad de almacenamiento al menos al 30% más del actual para el año 2024								
Medios	Resultados Esperados	Equipo	Fecha		Recursos	Indicadores		
			Inicio	Fin				
Aplicar técnicas de compactación	Maximizar el uso del espacio del almacén	Gerente general Gerente financiero	01/01/2024	31/12/2024	Inversión	Efectividad de técnicas aplicadas		
Incorporar una inclinación sobre la que se desplazan los pallets con la mercancía dentro de la propia estructura.	Almacenar productos homogéneos con un gran número de palets de la misma referencia	Gerente general Gerente financiero	01/01/2024	31/12/2024	Inversión	# de inclinaciones incorporadas		
Incorporar estanterías verticales al almacén	Ampliar la capacidad de almacenaje aprovechando la altura de la zona del almacén	Gerente general Gerente financiero	01/01/2024	31/12/2024	Inversión	# de estantes verticales instalados		
Automatizar los procesos involucrados en el almacenaje	Contribuir con la gestión logística en términos de rapidez y disponibilidad de la información	Gerente general Gerente financiero	01/01/2024	31/12/2024	Inversión	Procesos automatizados		
Revisar constantemente el inventario obsoleto que ocupan espacio útil dentro de la bodega	Aprovechar espacio utilizado ineficientemente	Asistente de materia prima e insumos	01/01/2024	31/12/2024	Laptop Equipo tecnología	# de productos de obsoletos		

Nota. Elaborado por la autora.

Tabla 12

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Plan de acción objetivo 5

Cumplir con la redistribución de materia prima e insumos, en un 100%, en base a rotación y costo para el primer trimestre del 2025.

Medios	Resultados Esperados	Equipo	Fecha		Recursos	Indicadores
			Inicio	Fin		
Utilizar el personal y el espacio de la planta eficientemente	Mayor eficiencia en el uso del espacio de la planta, alcanzando una alta tasa de utilización.	Montacarguista, asistente de materia prima e insumos	01/01/2025	31/03/2025	Laptop, montacargas, yales	Tasa de utilización de espacio en planta
Integrar todos los factores que afectan a la distribución	Mayor integración de los factores que afectan a la distribución,	Montacarguista, asistente de materia prima e insumos	01/01/2025	31/03/2025	Laptop, montacargas, yales	Índice de integración de la distribución
Ordenar los productos para reducir distancia de traslados internos considerando las diferentes áreas	Reducir el tiempo promedio de traslado de productos, lo que indica una mayor cercanía y eficacia en la distribución.	Montacarguista, asistente de materia prima e insumos	01/01/2025	31/03/2025	Laptop, montacargas, yales	Tiempo promedio de traslado de productos
Mejorar el flujo de trabajo con orden y secuencia lógica y áreas de trabajo limpias	Mayor cumplimiento del orden de secuencia, reflejado en un índice cercano al 100% y áreas de trabajo limpias	Montacarguista, asistente de materia prima e insumos	01/01/2025	31/03/2025	Laptop, montacargas, yales	Índice de cumplimiento de orden de secuencia
Flexibilidad de distribución	Priorizar la venta y la entrega de un producto por encima de la rentabilidad	Montacarguista, asistente de materia prima e insumos	01/01/2025	31/03/2025	Laptop, montacargas, yales	% de productos con entregas prioritarias

Nota. Elaborado por la autora.

Capítulo 3: Análisis Financiero del Proyecto.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

3.1. Principales Supuestos Financieros

Los supuestos financieros se consideran como el punto de partida de este análisis porque serán necesario en el cálculo de otras proyecciones a lo largo de este ejercicio de estimación. En el primer lugar, se hace referencia al salario básico, pues al tener una proyección a cinco años es necesario contemplar los aumentos salariales previstos por decreto y en un margen que forma parte de la previsión de estimación. En relación a la demanda esperada su comportamiento se incrementa en un 2% en el segundo y tercer año y desde el año 4 hasta el 5 alcanza sube un 3%; en cuanto a los gastos por política de la empresa se han manejado un 1% menos que el crecimiento de la demanda (Tabla 13).

Tabla 13
Principales supuestos financieros

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salarios básicos proyectados	475,00	500,00	525,00	550,00	575,00
Incremento anual de sueldos		6%	6%	6%	6%
Comportamiento de la demanda esperada		2%	2%	3%	3%
Comportamiento de los gastos		1%	1%	2%	2%

Nota. Elaborado por la autora.

3.2. Financiamiento del Proyecto

El financiamiento del proyecto responde a los recursos de la empresa y al tamaño del mismo, en este caso, se trata de una propuesta que demanda una gran inversión, \$ 981.720,00 el cual se ha planificado con 50% (\$490.860,00) en aportes propios y otro 50% (\$490.860,00) en aportes de terceros o préstamo bancario que tiene una tasa del 13% con una deuda que se planifica a 5 años (Tabla 14).

Tabla 14
Financiamiento

	Valor	Porcentaje
Aportes propios	\$490.860,00	50%
Aportes de terceros (Bancos)	\$490.860,00	50%
Total financiamiento	\$ 981.720,00	
Tasa a pagar	13,00%	
Plazo de deuda (años)	5	

Nota. Elaborado por la autora. Fuente: Ministerio del Trabajo en Ecuador, 2023.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

3.3. Inversión Inicial

La inversión inicial está conformada por el capital de trabajo que, en este caso se calcula en \$600.000,00 y los recursos que se requieren para la operatividad de la propuesta que se realiza, en este particular comprende una gran inversión por las características de lo que se propone que incluye la construcción de una nueva bodega (Tabla 15).

Tabla 15

Datos de inversión

Descripción	U	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil	Depreciación Anual
Capital de Trabajo	1	\$600.000,00	\$600.000,00		
Computadoras	5	\$60,00	\$3.250,00	3	\$1.083,33
Impresoras	3	\$240,00	\$720,00	3	\$240,00
Escritorios	5	\$120,00	\$600,00	10	\$60,00
Sillas	10	\$45,00	\$450,00	10	\$45,0
Aire Acondicionado	2	\$350,00	\$700,00	10	\$70,00
Racks para Bodega	4	\$2.000,00	\$8.000,00	10	\$1.800,00
Montacarga	1	\$18.000,00	\$18.000,00	10	\$1.800,00
Instalaciones	1	\$350.000,00	\$350.000,00	30	\$11.666,67
Inversión total requerida					\$981.720,00
Depreciación total anual					\$15.765,00

Nota. Elaborado por la autora. Fuente: FABMER, 2023.

3.3.1. Préstamo

El préstamo solicitado al banco tiene una tasa del 13% anual y una tasa por período de 2,60% que se solicita con un plazo de 5 años a 60 cuotas de \$16.244,69 cada una (Tabla 16).

Tabla 16

Información del comportamiento de la deuda

Periodos anuales	0	1	2	3	4	5
Interés		\$146.623,16	\$129.198,72	\$105.481,88	\$73.214,02	\$29.306,54
Capital Pagado		\$48.313,1	\$65.740,54	\$89.454,38	\$121.722,24	\$165.62,72
Dividendos		\$194.936,26	\$194.936,26	\$194.93626	\$194.93626	\$194.936,26
Saldo	\$490.860,00	\$442.46,89	\$376.806,35	\$196.344	\$165.629,72	\$0,00

Nota. Elaborado por la autora. Fuente: FABMER, 2023.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

3.4. Sueldos

Los sueldos se han calculado de acuerdo a los implicados en el proyecto que son: el jefe de Bodega, dos asistentes y un auxiliar de bodega; para ello, se han considerado lo dispuesto en la Ley ecuatoriana y los supuestos iniciales que contempla el incremento de salario básico proyecto y el incremento anual de sueldos del 6% anual (Tabla 17).

Tabla 17
Sueldos proyectados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de Bodega	\$1.712,3	\$1.936,50	\$2.052,29	\$2.175,01	\$2.305,08
Asistente 1	\$1.712,35	\$1.936,50	\$2.052,29	\$2.175,01	\$2.305,08
Asistente2	\$2.429,25	\$2.749,39	\$2.913,96	\$3.088,38	\$3.273,24
Auxiliares	\$3.265,63	\$3.697,77	\$3.919,24	\$4.153,97	\$4.402,77
Total mensual	\$9.119,58	\$10.320,16	\$10.937,78	\$11.592,38	\$12.286,17
Total anual	\$109.434,96	\$123.841,92	131.253,36	\$139.108,56	\$147.434,04

Nota. Elaborado por la autora. Fuente: FABMER, 2023.

3.1. Gastos Operacionales (Administrativos y de ventas)

Los gastos operacionales que se incluyen en este análisis son: limpieza, servicios básicos, seguridad, capacitación, combustible y suministros de oficina que se proyectan a cinco años y en el cual se consideran los supuestos iniciales donde a partir del cuarto año se plantea un crecimiento del 2% en el gasto anual (Tabla 18).

Tabla 18
Gastos Operacionales

Gastos Operacionales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Limpieza	5.400,00	5.454,00	5.672,16	5.899,05	6.135,01
Servicios Básicos	18.000,00	18.180,00	18.907,20	19.663,49	20.450,03
Seguridad	30.000,0	30.300,00	31.512,00	32.773,48	34.083,38
Capacitación	3.600,00	3.636,00	3.781,44	3.932,70	4.090,01
Combustible	2.400,00	2.424,00	2.520,96	2.621,80	2.726,67
Suministros de Oficina	2.400,00	2.424,00	2.520,96	2.621,80	2.726,67
Total	61.800,000	62.418,00	64.914,72	67.511,31	70.211,76

Nota. Elaborado por la autora.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

3.5. Demanda esperada

Conocer cuántas unidades se esperan vender en un período de tiempo, contribuye con proyecciones más acertadas, pues en base a esa información se pueden calcular las ventas y costos que resultan base en el análisis financiero, especialmente, en propuestas de gran inversión. En este caso, la demanda esperada se realiza en base a trece (13) productos que forman parte del catálogo de oferta de la compañía, ya que son estos los que serán beneficiados con la implementación de la nueva bodega (Tabla 19) cuya variación ocurre a partir del segundo año y luego en el cuarto año ([ANEXO 1](#)).

Tabla 19
Demanda esperada

Productos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 12p. x4	163	180	180	180	180
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 4p. X12	1.386	1.710	2.163	2.935	4.188
Papel Hig. Dolly XXG 3H 36mt 12p. x4	1.630	1.977	2.509	3.391	4.846
Papel Hig. Dolly XG 3H 36mt 4p. X12	1.630	1.977	2.509	3.391	4.846
Papel Hig. Dolly Clásico 2H 12p. X4	3.261	3.969	5.038	6.821	9.725
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 12p. X4	1.076	1.308	1.641	2.241	3.196
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 4p. X12	1.223	1.474	1.878	2.521	3.598
PapelHig. Dolly Rendidor2H50mt12p. X4	6.685	8.125	10.300	13.954	19.883
PapelHig. Dolly Rendidor2H50mt4p. X12	5.544	6.730	8.537	11.575	16.504
Servilleta Danny/Clásica 60X100ST	9.528	11.574	14.675	19.896	28.389
Servilleta Danny 300 clásica 20X300ST	11.619	14.117	17.904	24.260	34.585
Servilleta Dolly familiar 80X75 ST	39.586	48.113	61.023	82.710	117.921
Servilleta Dolly X350 28X28 cm	57	60	60	60	60
	83.387	101.314	128.417	173.935	247.921

Nota. Elaborado por la autora.

3.6. Ventas

Las ventas que se proyectan en esta propuesta responden al total de productos que se estiman vender en el período de cinco (5) años. En este caso son dos tipos de productos (papel higiénico y servilletas) pero en diferentes presentaciones y tamaños, lo cual hace que varíe su precio individual (Tabla 20). En primer lugar, se presenta el precio individual por producto por cada año del período ([ANEXO 2](#)), entendiendo que existe un incremento a partir del tercer año en un 4% que responde a diversos factores entre ellos, el aumento

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

de la materia prima o la inflación; en segundo lugar, se presentan las ventas totales por año (Tabla 21).

Tabla 20
Precio de venta individual por cada producto

Productos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 12p. x4	16,57	16,57	17,23	17,92	18,64
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 4p. X12	7,25	17,25	17,94	18,66	19,40
Papel Hig. Dolly XXG 3H 36mt 12p. x4	20,15	20,15	20,95	21,79	22,66
Papel Hig. Dolly XG 3H 36mt 4p. X12	19,78	19,78	20,57	21,40	22,25
Papel Hig. Dolly Clásico 2H 12p. X4	5,93	5,93	6,17	6,41	6,67
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 12p. X4	9,40	9,40	9,78	10,17	10,58
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 4p. X12	9,47	9,47	9,85	10,24	10,65
PapelHig. Dolly Rendidor2H50mt12p. X4	16,29	16,29	16,94	17,61	18,32
PapelHig. Dolly Rendidor2H50mt4p. X12	16,29	16,29	16,94	17,62	18,32
Servilleta Danny/Clásica 60X100ST	20,35	20,35	21,17	22,01	22,89
Servilleta Danny 300 clásica 20X300ST	19,73	19,73	20,52	21,34	22,20
Servilleta Dolly familiar 80X75 ST	15,90	15,90	16,54	17,20	17,89
Servilleta Dolly X350 28X28 cm	14,13	14,13	14,69	15,28	15,89

Nota. Elaborado por la autora. Fuente: Ministerio del Trabajo en Ecuador, 2023.

Tabla 21
Ventas totales proyectadas por producto

Productos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 12p. x4	2.701,55	2.982,49	3.101,79	3.225,87	3.354,90
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 4p. X12	23.903,91	29.494,48	38.800,25	54.754,45	81.255,24
Papel Hig. Dolly XXG 3H 36mt 12p. x4	32.845,76	39.827,28	52.566,37	73.887,08	109.813,93
Papel Hig. Dolly XG 3H 36mt 4p. X12	32.255,54	39.111,61	51.621,78	72.559,37	107.840,64
Papel Hig. Dolly Clásico 2H 12p. X4	19.340,20	23.540,02	31.075,43	43.756,28	64.880,66
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 12p. X4	10.120,22	12.301,22	16.050,28	22.795,50	33.810,17
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 4p. X12	11.580,21	13.958,78	18.496,05	25.821,98	38.327,56
PapelHig. Dolly Rendidor2H50mt12p. X4	108.864,42	132.318,36	174.448,53	245.788,84	364.232,49

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Papel Hig.	Dolly	90.294,36	109.620,41	144.615,54	203.921,97	302.388,71
Rendidor2H50mt4p. X12						
Servilleta	Danny/Clásica	193.926,91	235.562,40	310.623,24	437.980,67	649.939,01
60X100ST						
Servilleta	Danny 300	229.252,03	278.550,81	367.405,30	517.749,25	767.626,23
clásica 20X300ST						
Servilleta	Dolly familiar	629.566,30	765.187,29	1.009.327,73	1.422.754,64	2.109.582,34
80X75 ST						
Servilleta	Dolly X350 28X28	806,14	847,59	881,49	916,75	953,42
cm						
TOTAL		1.385.458	1.683.303	2.219.014	3.125.913	4.634.005

Nota. Elaborado por la autora.

3.7. Costos

Igual que en la proyección de ventas, la de costos se realiza en base a las unidades que se estiman vender durante el período de análisis que es de cinco años. Asimismo, se presentan dos tablas, la primera con la información de costos de ventas individuales por años (Tabla 22) y, la segunda, con el costo de ventas totales por cada producto (Tabla 23); los datos que se presentan responden al comportamiento de ventas en períodos anteriores.

Tabla 22
Costos de ventas individuales

Productos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 12p. x4	12,43	12,43	12,92	13,44	13,98
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 4p. X12	12,94	12,94	13,45	13,99	14,55
Papel Hig. Dolly XXG 3H 36mt 12p. x4	15,11	15,11	15,71	16,34	17,00
Papel Hig. Dolly XG 3H 36mt 4p. X12	14,84	14,84	15,43	16,05	16,69
Papel Hig. Dolly Clásico 2H 12p. X4	4,45	4,45	4,63	4,81	5,00
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 12p. X4	7,05	7,05	7,34	7,63	7,93
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 4p. X12	7,10	7,10	7,39	7,68	7,99
Papel Hig. Dolly Rendidor2H50mt12p. X4	12,21	12,21	12,70	13,21	13,74
Papel Hig. Dolly Rendidor2H50mt4p. X12	12,22	12,22	12,70	13,21	13,74
Servilleta Danny/Clásica 60X100ST	15,26	15,26	15,88	16,51	17,17
Servilleta Danny 300 clásica 20X300ST	14,80	14,80	15,39	16,01	16,65
Servilleta Dolly familiar 80X75 ST	11,93	11,93	12,41	12,90	13,42
Servilleta Dolly X350 28X28 cm	10,59	10,59	11,02	11,46	11,92

Nota. Elaborado por la autora.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Tabla 23

Costo de ventas totales por producto

Productos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 12p. x4	2.026,16	2.236,87	2.326,35	2.419,40	2.516,18
Papel Hig. Dolly XG 3H 29mt 4p. X12	17.927,93	22.120,86	29.100,19	41.065,84	60.941,43
Papel Hig. Dolly XXG 3H 36mt 12p. x4	24.634,32	29.870,46	39.424,78	55.415,31	82.360,45
Papel Hig. Dolly XG 3H 36mt 4p. X12	24.191,66	29.333,71	38.716,34	54.419,52	80.880,48
Papel Hig. Dolly Clásico 2H 12p. X4	14.505,15	17.655,01	23.306,57	32.817,21	48.660,50
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 12p. X4	7.590,16	9.225,92	12.037,71	17.096,63	25.357,63
Papel Hig. Dolly Jumbo 2H 26mt 4p. X12	8.685,16	10.469,09	13.872,03	19.366,48	28.745,67
PapelHig. Dolly Rendidor2H50mt12p. X4	81.648,32	99.238,77	130.836,40	184.341,63	273.174,37
PapelHig. Dolly Rendidor2H50mt4p. X12	67.720,77	82.215,30	108.461,65	152.941,48	226.791,53
Servilleta Danny/Clásica 60X100ST	145.445,18	176.671,80	232.967,43	328.485,50	487.454,26
Servilleta Danny 300 clásica 20X300ST	171.939,02	208.913,11	275.553,97	388.311,94	575.719,67
Servilleta Dolly familiar 80X75 ST	472.174,73	573.890,47	756.995,80	1.067.065,98	1.582.186,76
Servilleta Dolly X350 28X28 cm	604,60	635,69	661,12	687,57	715,07
SUELDOS	109.335,00	123.841,92	131.253,36	139.108,52	147.434,00
TOTAL	1.148.528	1.386.319	1.795.514	2.483.543	3.622.938

Nota. Elaborado por la autora.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

3.8. Estados Financieros

3.8.1. Flujo de caja

A continuación, se presentan los resultados del flujo de caja (Tabla 24) como uno de los estados financieros que se analizan en este apartado donde se proyecta un flujo de caja positivo que evidencia mayor ingreso que gastos, lo cual permite entender la propuesta como financieramente viable.

Tabla 24
Flujo de caja proyectado a cinco años

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4
Ventas	1.385.458	1.683.303	2.219.014	3.125.913	4.634.005
- Costo de Ventas	1.148.528	1.386.319	1.795.514	2.483.543	3.622.938
Utilidad Bruta en Ventas	236.929	296.984	423.500	642.370	1.011.067
- Gastos desembolsables	61.800	62.418	64.915	67.511	70.212
- Gastos no desembolsables	15.765	15.765	15.765	15.765	15.765
Utilidad Operacional	159.364	218.801	342.820	559.093	925.091
-Gastos de financiamiento	146.623	129.196	105.482	73.214	29.307
+/- Ing/Eg. No operacionales					
Utilidad antes de Reparto a Trabajadores	12.741	89.605	237.338	485.879	895.784
- 15% Reparto Ut. Trabajadores	1.911	13.441	35.601	72.882	134.368
Utilidad antes de Impuesto Renta	10.830	76.164	201.734	412.997	761.416
- 25% Impuesto Renta	2.708	19.041	50.434	103.249	190.354
Utilidad antes de Reserva Legal	8.123	57.123	151.303	309.748	571.062
- 10% Reserva Legal	812	.712	15.130	30.975	57.106
Utilidad del ejercicio	7.310	51.410	136.173	278.773	513.956
+ Gastos no desembolsables	15.765	15.765	15.765	15.765	15.765
+ Reserva Legal	812	5.712	15.130	30.975	57.106

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

+ Deudas no pagadas	4.619	32.482	86.035	176.131	324.722
en el periodo					
- Deudas pagadas		-4.619	-32.482	-86.035	-176.131
- Amortización	-48.313	-65.741	-89.454	-121.722	-165.630
(cap.pagado)					
+ Valor en Libros (si se vende)					
Inversión	-981.720			-3.970	
Préstamo a largo plazo	490.860				
Flujo de Caja	- 490.860	-19.807	35.011	131.167	289.917
				289.917	569.788

Nota. Elaborado por la autora.

3.8.2. Balance General

En el Balance General se reconocen los activos, los pasivos y el patrimonio de un determinado período de tiempo. En este caso, se evidencia que la empresa cuenta con una liquidez, es decir, tiene la capacidad de cumplir con sus obligaciones financieras en el corto plazo; asimismo, se evidencia que tiene capacidad de endeudamiento y suficientes recursos propios para sostener en el tiempo su actividad (Tabla 25).

Tabla 25

Balance General proyectado a cinco años

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	
	1	2	3	4	5	
Efectivo	600.000	580.193	615.204	746.371	1.036.288	1.606.076
A/F Netos	381.720	365.955	350.190	334.425	322.630	306.865
Activos	981.720	946.148	965.394	1.080.796	1.358.918	1.912.941
Ctas. Doc. X Cobrar		4.619	32.482	86.035	176.131	324.722
Préstamo	490.860	442.547	376.806	287.352	165.630	-
Pasivos	490.860	447.166	409.288	373.387	341.761	324.722
Capital Social	490.860	490.860	490.860	490.860	490.860	490.860
Reserva Legal		812	6.525	21.655	52.630	109.736
Utilidades Retenidas		7.310	58.721	194.8944	473.667	987.623
Patrimonio	490.860	498.983	556.106	707.409	1.017.157	1.588.219
Pasivos + Patrimonio	981.720	946.148	965.394	1.080.796	1.358.918	1.912.941

Nota. Elaborado por la autora.

3.9. Indicadores económicos

Los indicadores económicos muestran que el proyecto es viable porque se evidencia un VAN (Valor Agregado Neto) positivo, es decir, reporta ganancias de \$21.033,96; en el

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

caso de la TIR (Tasa Interna de Retorno) es positiva porque alcanza un 17,7%. Finalmente, el plazo en que la empresa recuperará el capital invertido es de un año y tres meses (Tabla 26).

Tabla 26
Indicadores económicos

Indicador	Resultado
TIR	17,77%
VAN	\$ 21.033,96
PAYBACK	1 año y 3 meses

Nota. Elaborado por la autora.

3.10. Evaluación del proyecto

3.10.1. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio genera información de cuántos productos son necesarios vender para alcanzar el momento en que se cubren cada uno de los costos (Tabla 27); para ello, se utilizó la fórmula de Costo fijo/ Precio de venta –Costo variable.

Tabla 27
Resultados de punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo fijo	\$224.188	\$207.379	\$ 186.162	\$156.490	\$115.283
Ventas – Costo variable	\$236.929	\$296.984	\$423.500	\$642.370	\$1.011.067
% Equilibrio	95%	70%	44%	24%	11%

Nota. Elaborado por la autora.

3.10.2. Ratios Financieros

Los ratios financieros que se presentan en este particular evidencian una viabilidad en el proyecto, en cuanto al ROA, muestra la rentabilidad de los activos totales considerado un indicador de rendimiento, muestra un comportamiento positivo desde el cuarto año (de acuerdo a las proyecciones) ya que alcanza un 21% el cual se considera que es efectivo y favorable. Finalmente, el ROE, comienza a ser positivo desde el tercer año cuando alcanza un 26%, entendiendo que se considera positivo al superar el 15% (Tabla 28).

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Tabla 28

Ratios financieros proyectados

RATIOS FINANCIEROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente	\$125,62	\$18,94	\$8,68	\$5,88	\$4,95
Capital de Trabajo	\$575.574	\$582.722	\$660.336	\$860.157	\$1.281.354
Rotación de Activo	\$1,46	\$1,74	\$2,05	\$2,30	\$2,42
Total					
Endeudamiento	\$0,47	\$0,42	\$0,35	\$0,25	\$0,17
Levarege Total	90%	74%	53%	34%	20%
Cobertura Pasivo Financiero	32%	22%	13%	5%	0%
Cobertura Gasto financiero	\$1,09	\$1,69	\$3,25	\$7,64	\$31,57
Margn Bruto	17%	18%	19%	21%	22%
Margen Operativo	12%	13%	15%	18%	20%
Margen Neto	1%	3%	6%	9%	11%
ROA	1%	5%	13%	21%	27%
ROE	1%	9%	19%	27%	32%

Nota. Elaborado por la autora.

CONCLUSIONES

La logística se entiende como una de las actividades más importante dentro de las empresas manufactureras. En el caso, del almacenamiento y bodega, constituyen una actividad indispensable dentro de esa cadena logística. En este estudio, se plantearon objetivos relacionados con la reducción de los tiempos de entrega, la gestión del despacho, la integración de tecnología, la mejora en la comunicación, el orden y la organización de los productos, la aplicación de un nuevo sistema de seguimiento por productos en virtud de atender los problemas derivados de su ausencia.

La intención tras su implementación es evitar las compras urgentes, aumentar la capacidad de almacenamiento y cumplir con una eficiente redistribución de materia prima e insumos.

Los principales problemas que presenta la empresa FABMER se relacionan con un ineficiente sistema de inventarios, falta de seguimiento a posibles clientes, espacio insuficiente para almacenar la creciente cantidad de insumos y materias primas, pues se han alterado los procedimientos en el almacenamiento ocasionando constante improvisaciones de espacios en otras áreas para realizar a recepción del producto.

La informalidad en el almacenaje produce mezcla de productos innecesarias donde se confunden los de baja con los de alta rotación; asimismo, la constante congestión en el flujo de trabajo, el incremento de productos caducados y el incumplimiento de métodos PEPS de entradas y salidas resulta ser uno de los problemas más comunes.

Las estrategias planteadas para dar solución a dichos problemas incluyen, en primer lugar, la ampliación de espacios de almacenaje de materia prima con la creación de una nueva bodega, pues no sólo se cuenta con el espacio, sino con los recursos, ya que se demostró en el análisis financiero su viabilidad económica, al tiempo en que generará una mayor rentabilidad a la empresa.

RECOMENDACIONES

La implementación de una nueva bodega exige la reconfiguración de políticas y procedimientos para garantizar su efectividad en la cadena logística de almacenamiento. Por tanto, se sugiere que se aplique un sistema de codificación, zonificación e identificación en la nueva área de almacenaje incorporando métodos PEPS; asimismo, se invita a los responsables de dicha bodega a planificar la ubicación de la carga en los nuevos espacios y crear e implementar formatos para informes de recepción de materia prima.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Referencias Bibliográficas

- Algevasa Logistic (26 de enero de 2023). *Qué funciones tiene la bodega de almacenamiento*. <https://www.algevasa.com/que-funciones-tiene-la-bodega-de-almacenamiento/>
- Álvarez, M. (2022). *Retail Kaizen*. Profit.
- Arenal, C. (2018). *Dirección y estrategias de ventas e intermediación comercial*. Tutor Formación.
- Arenal, C. (2020). *Operaciones auxiliares de almacenaje*. Tutor Formación
- Arenal, C. (2022). *Optimización de la cadena logística*. Tutor Formación.
- Avenza, A. (2023). *Almacenamiento, manipulación y conservaciones de los productos agrícolas*. IC Editorial.
- Ayala, J. (2016). *La recepción de pedidos (gestión de compra)*. Editex.
- Carreño, A. (2018). *Cadena de suministro y logística*. Fondo Editorial de la PUCP
- Casanova, R., Barrera, O. (2015). *Logística y comunicación en talleres de vehículos*. Paraninfo
- Escudero, M. (2023). *Logística de almacenamiento*. Paraninfo.
- Fernández, J. (2015). *Optimización de la cadena logística*. Manual teórico. CEP.
- Fernández, M., Manzanares, M. (2015). *Operaciones auxiliares de almacenaje*. Paraninfo.
- Flamarique, S. (2019). *Manual de gestión de almacenes*. ICG Marge SL.
- Frattini, F. (2020). *De logística*. Imaginante editorial.
- Galaviz, J., Méndez, J., Aguilar, E., González, N. (2020). *Experiencias en gestión y manufactura de procesos industriales*. Palibrio.
- Galy, D. (2019). *Control del aprovisionamiento de materias primas*. Paraninfo.
- Garrell, A., Guilera, L. (2019). *La industria 4.0 en la sociedad digital*. ICG Marge.
- Hoyos, R. (2020). *Marketing, más de un siglo e historia: antecedentes génesis evolución*. Universidad Piloto de Colombia.
- INEC (2020). *Resultados de índice de producción de la industria manufacturera, septiembre, 2020*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2020/Septiembre/PRESENTACION_RESULTADOS_IPI-M_2020_09.pdf

- “PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”
- Iquierdo, F. (2023). *Aprovisionamiento y almacenaje en la venta*. IC Editorial.
- Jiménez, L. (2019). *Dirección y comercialización*. Paraninfo.
- López, R. (2021). *Logística de aprovisionamiento*. Paraninfo.
- Lovato, S., Hidalgo, W., Fienco, G., Buñay, J. (2019). Incidencia del crecimiento económico del sector manufacturero sobre el Producto Interno Bruto en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 563-574.
- Marín, M. (2020). *Comercialización del transporte y la logística*. Paraninfo
- Márquez, A. (2017). *Recepción, almacenaje y expedición de productos de la pesca*. IC Editorial.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca del Ecuador (2023). *Boletín de cifras del sector productivo*. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/Boletin-Cifras-ProductivasFEB2023.pdf>
- Mora García, L. A. (2011). *Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/humane/69182?page=215> y 216.
- Mora, L. (2016). *Gestión logística integral. Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. ECOE.
- Mora, L. (2023). *Gestión logística integral. Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. ECOE ediciones.
- Ochoa, D., Armas, R., Pereira, C. (2021). Manufacturas y crecimiento económico en Ecuador bajouna perspectiva regional. Un modelo de panel dinámico 2007-2020. *Revista económica*, 10(1), 31-44. DOI: 10.54753/rve.v10i1.1290
- Ormeño, J., Carvajal, L., Sanz, L. (2022). *CFGB preparación de pedidos y venta de productos 2022*. Editex.
- Paz, H. (2021). *Canales de distribución, gestión comercial y logística*. Amazon Digital.
- Rajadell, M. (2021). *Lean Manufacturing. Herramientas para producir mejor*. Díaz de Santos.
- Rocha, L., Gutiérrez, A., Espitia, F., Moya, P., De Arco, L., López, L., Romero, P., Bernal, O., Hernández, E., Martínez, F. (2021). *Gestión empresarial de la cadena de suministro*. Ediciones de la U.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

Rother, M., Aulinger, G. (2018). *Cultura Toyota Kata. Cómo desarrollar la capacidad y la mentalidad de su organización a través de la Kata de Coaching*. Profit.

Serrano, F. (2021). *Operaciones auxiliares de almacenaje*. IC Editorial.

Serrano, M. (2015). *Optimización de la cadena logística*. Elearning.

Silvera, R. (2020). *Gestión logística internacional*. ECOE

Silvera, R. (2021). *Costos en la logística de centros de distribución. Clave para el transporte y distribución de cargas*. Ediciones de la U.

Silvera, R. (2022). *Logística estadística. Gestión e indicadores en la cadena de suministro*. ECOE.

Socconini, L. (2019). *Lean Manufacturing paso a paso*. ICG Marge.

Vélez, C. (2018). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Elearning.

Zapata, K., Nieves, W., Vega, A. (2022). Manufactura y Crecimiento Económico en Ecuador, 1990-2019: Validez de la primera ley de Kaldor. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 5(1), 169-178.

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

ANEXOS

ANEXO 1: Demanda esperada por año

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 1 (cantidad de productos/servicios que se esperan vender cada mes, EN BULTOS)

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	13	13	13	13	14	14	14	14	14	14	14	14	163
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	111	113	113	113	115	115	115	117	117	117	117	123	1.386
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	130	133	133	133	135	135	135	138	138	138	138	145	1.630
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 36 METROS 4 PAQ X 12	130	133	133	133	135	135	135	138	138	138	138	145	1.630
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	260	265	265	265	271	271	271	276	276	276	276	290	3.261
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	86	88	88	88	89	89	89	91	91	91	91	96	1.076
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	98	99	99	99	101	101	101	103	103	103	103	109	1.223
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	533	544	544	544	555	555	555	566	566	566	566	594	6.685
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	442	451	451	451	460	460	460	469	469	469	469	493	5.544
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	760	775	775	775	790	790	790	806	806	806	806	847	9.528
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	927	945	945	945	964	964	964	983	983	983	983	1.032	11.619
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	3.157	3.221	3.221	3.221	3.284	3.284	3.284	3.349	3.349	3.349	3.349	3.517	39.586
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
TOTAL	6.651	6.784	6.784	6.784	6.917	6.917	6.917	7.056	7.056	7.056	7.056	7.408	83.387

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 2
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	126	129	132	135	138	141	144	147	150	153	156	159	1.710
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	148	151	154	157	160	163	166	169	172	175	179	183	1.977
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 36 METROS 4 PAQ X 12	148	151	154	157	160	163	166	169	172	175	179	183	1.977
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	296	302	308	314	320	326	333	340	347	354	361	368	3.969
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	98	100	102	104	106	108	110	112	114	116	118	120	1.308
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	111	113	115	117	119	121	123	125	128	131	134	137	1.474
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	606	618	630	643	656	669	682	696	710	724	738	753	8.125
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	502	512	522	532	543	554	565	576	588	600	612	624	6.730
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	863	880	898	916	934	953	972	991	1.011	1.031	1.052	1.073	11.574
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	1.053	1.074	1.095	1.117	1.139	1.162	1.185	1.209	1.233	1.258	1.283	1.309	14.117
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	3.587	3.659	3.732	3.807	3.883	3.961	4.040	4.121	4.203	4.287	4.373	4.460	48.113
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
TOTAL	7.558	7.709	7.862	8.019	8.178	8.341	8.506	8.675	8.848	9.024	9.205	9.389	101.314

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 3
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	162	165	168	171	174	177	181	185	189	193	197	201	2.163
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	187	191	195	199	203	207	211	215	219	223	227	232	2.509
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 36 METROS 4 PAQ X 12	187	191	195	199	203	207	211	215	219	223	227	232	2.509
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	375	383	391	399	407	415	423	431	440	449	458	467	5.038
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	122	124	126	129	132	135	138	141	144	147	150	153	1.641
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	140	143	146	149	152	155	158	161	164	167	170	173	1.878
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	768	783	799	815	831	848	865	882	900	918	936	955	10.300
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	636	649	662	675	689	703	717	731	746	761	776	792	8.537
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	1.094	1.116	1.138	1.161	1.184	1.208	1.232	1.257	1.282	1.308	1.334	1.361	14.675
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	1.335	1.362	1.389	1.417	1.445	1.474	1.503	1.533	1.564	1.595	1.627	1.660	17.904
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	4.549	4.640	4.733	4.828	4.925	5.024	5.124	5.226	5.331	5.438	5.547	5.658	61.023
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
TOTAL	9.575	9.767	9.962	10.162	10.365	10.573	10.783	10.997	11.218	11.442	11.669	11.904	128.417

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 4
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	207	213	219	226	233	240	247	254	262	270	278	286	2.935
PAPEL HIGIENICO DOLLY XXG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	239	246	253	261	269	277	285	294	303	312	321	331	3.391
PAPEL HIGIENICO DOLLY XXG 3H 36 METROS 4 PAQ X 12	239	246	253	261	269	277	285	294	303	312	321	331	3.391
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	481	495	510	525	541	557	574	591	609	627	646	665	6.821
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	158	163	168	173	178	183	188	194	200	206	212	218	2.241
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	178	183	188	194	200	206	212	218	225	232	239	246	2.521
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	984	1.014	1.044	1.075	1.107	1.140	1.174	1.209	1.245	1.282	1.320	1.360	13.954
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	816	840	865	891	918	946	974	1.003	1.033	1.064	1.096	1.129	11.575
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	1.402	1.444	1.487	1.532	1.578	1.625	1.674	1.724	1.776	1.829	1.884	1.941	19.896
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	1.710	1.761	1.814	1.868	1.924	1.982	2.041	2.102	2.165	2.230	2.297	2.366	24.260
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	5.828	6.003	6.183	6.368	6.559	6.756	6.959	7.168	7.383	7.604	7.832	8.067	82.710
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
TOTAL	12.262	12.628	13.004	13.394	13.796	14.209	14.633	15.071	15.524	15.988	16.466	16.960	173.935

COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ESPERADA: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 5
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	295	304	313	322	332	342	352	363	374	385	397	409	4.188
PAPEL HIGIENICO DOLLY XXG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	341	351	362	373	384	396	408	420	433	446	459	473	4.846
PAPEL HIGIENICO DOLLY XXG 3H 36 METROS 4 PAQ X 12	341	351	362	373	384	396	408	420	433	446	459	473	4.846
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	685	706	727	749	771	794	818	843	868	894	921	949	9.725
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	225	232	239	246	253	261	269	277	285	294	303	312	3.196
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	253	261	269	277	285	294	303	312	321	331	341	351	3.598
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	1.401	1.443	1.486	1.531	1.577	1.624	1.673	1.723	1.775	1.828	1.883	1.939	19.883
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	1.163	1.198	1.234	1.271	1.309	1.348	1.388	1.430	1.473	1.517	1.563	1.610	16.504
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	1.999	2.059	2.121	2.185	2.251	2.319	2.389	2.461	2.535	2.611	2.689	2.770	28.389
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	2.437	2.510	2.585	2.663	2.743	2.825	2.910	2.997	3.087	3.180	3.275	3.373	34.585
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	8.309	8.558	8.815	9.079	9.351	9.632	9.921	10.219	10.526	10.842	11.167	11.502	117.921
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
TOTAL	17.469	17.993	18.533	19.089	19.660	20.251	20.859	21.485	22.130	22.794	23.477	24.181	247.921

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

ANEXO 2: Ventas proyectadas por año

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL AÑO 1
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	215,49	219,79	219,79	219,79	224,10	224,10	224,10	228,59	228,59	228,59	228,59	228,59	2.701,55
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	1.936,66	1.944,80	1.944,80	1.944,80	1.982,93	1.982,93	1.982,93	2.022,59	2.022,59	2.022,59	2.022,59	2.022,59	23.903,91
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	2.619,90	2.672,30	2.672,30	2.672,30	2.724,69	2.724,69	2.724,69	2.779,19	2.779,19	2.779,19	2.779,19	2.779,19	32.845,76
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 4 PAQ X12	2.572,82	2.624,28	2.624,28	2.624,28	2.675,73	2.675,73	2.675,73	2.729,25	2.729,25	2.729,25	2.729,25	2.729,25	32.255,54
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	1.542,65	1.573,50	1.573,50	1.573,50	1.604,35	1.604,35	1.604,35	1.636,44	1.636,44	1.636,44	1.636,44	1.636,44	19.340,20
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	807,23	823,37	823,37	823,37	839,51	839,51	839,51	856,30	856,30	856,30	856,30	856,30	10.120,22
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	923,68	942,15	942,15	942,15	960,63	960,63	960,63	979,84	979,84	979,84	979,84	979,84	11.580,21
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	8.683,42	8.857,09	8.857,09	8.857,09	9.030,76	9.030,76	9.030,76	9.211,38	9.211,38	9.211,38	9.211,38	9.211,38	108.864,42
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4PAQX12	7.202,21	7.346,25	7.346,25	7.346,25	7.490,30	7.490,30	7.490,30	7.640,10	7.640,10	7.640,10	7.640,10	7.640,10	90.294,36
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	15.468,32	15.777,68	15.777,68	15.777,68	16.087,05	16.087,05	16.087,05	16.408,79	16.408,79	16.408,79	16.408,79	16.408,79	193.926,91
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	18.285,98	18.651,70	18.651,70	18.651,70	19.017,42	19.017,42	19.017,42	19.397,76	19.397,76	19.397,76	19.397,76	19.397,76	229.252,03
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	50.216,50	51.220,83	51.220,83	51.220,83	52.225,16	52.225,16	52.225,16	53.269,67	53.269,67	53.269,67	53.269,67	53.269,67	629.566,30
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	64,30	65,59	65,59	65,59	66,87	66,87	66,87	68,21	68,21	68,21	68,21	68,21	806,14
TOTAL	110.509,14	112.719,33	112.719,33	112.719,33	114.929,51	114.929,51	114.929,51	117.228,10	117.228,10	117.228,10	117.228,10	117.228,10	1.385.457,56

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 2

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL AÑO 2
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	265,11	281,68	298,25	314,82	347,96	381,10	414,24	447,37	480,51	513,65	546,79	596,50	4.887,98
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	2.294,02	2.483,75	2.690,72	2.897,70	3.121,93	3.363,41	3.639,38	3.932,60	4.243,07	4.588,03	4.950,24	5.346,95	43.551,79
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	3.142,67	3.384,41	3.646,30	3.928,34	4.250,66	4.593,13	4.955,75	5.358,65	5.781,70	6.245,05	6.748,68	7.292,60	59.327,95
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 4 PAQ X12	3.086,20	3.323,80	3.580,78	3.857,75	4.174,28	4.530,60	4.866,69	5.262,36	5.677,81	6.132,83	6.627,41	7.161,56	58.261,86
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	1.856,39	1.904,67	1.964,80	2.026,90	2.096,59	2.178,25	2.261,69	2.349,96	2.443,92	2.543,64	2.649,01	2.760,12	25.241,82
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	968,67	1.043,91	1.128,55	1.222,60	1.316,64	1.420,10	1.532,95	1.655,21	1.788,88	1.927,94	2.074,70	2.240,78	18.329,58
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	1.107,99	1.193,22	1.287,92	1.392,09	1.505,73	1.628,84	1.761,42	1.903,47	2.054,99	2.215,98	2.395,91	2.585,31	21.032,87
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	10.438,90	11.269,45	12.165,15	13.142,27	14.200,81	15.340,79	16.562,19	17.881,30	19.314,41	20.861,52	22.522,62	24.320,29	198.079,20
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	8.665,39	9.365,79	10.115,05	10.929,46	11.809,03	12.753,76	13.770,92	14.887,53	16.076,57	17.363,35	18.747,86	20.246,38	164.740,09
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	18.602,39	20.088,14	21.696,00	23.425,98	25.298,43	27.313,35	29.491,09	31.852,01	34.396,10	37.143,72	40.115,21	43.330,94	352.753,37
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	22.000,72	23.756,83	25.651,06	27.703,15	29.913,09	32.300,61	34.885,44	37.667,60	40.686,53	43.942,24	47.454,47	51.242,93	417.204,67
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	60.403,25	65.238,05	70.454,55	76.084,55	82.175,77	88.744,10	95.837,27	103.502,98	111.788,94	120.726,97	130.380,67	140.813,67	1.146.150,78
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	70,63	847,59
TOTAL	132.902,32	143.504,12	154.949,77	167.306,14	180.711,36	195.148,65	210.744,67	227.606,64	245.798,11	265.444,70	286.648,25	309.595,09	2.520.360,03

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 3

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL AÑO 3
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	672,06	723,75	775,45	844,38	913,31	982,23	1.068,40	1.154,56	1.240,72	1.344,11	1.447,50	1.568,13	12.734,59
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	6.009,29	6.493,62	7.013,82	7.569,91	8.179,80	8.825,58	9.525,17	10.278,57	11.103,72	12.000,63	12.969,29	14.009,71	113.979,10
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	8.191,89	8.841,37	9.553,71	10.307,95	11.125,05	12.004,99	12.968,75	14.016,30	15.147,66	16.362,83	17.661,80	19.055,52	155.247,84
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 4 PAQ X12	8.044,69	8.682,50	9.382,04	10.122,73	10.925,14	11.789,27	12.735,71	13.764,44	14.875,47	16.068,80	17.344,43	18.722,93	152.458,12
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	4.860,55	5.249,14	5.668,58	6.125,03	6.612,32	7.142,78	7.716,43	8.333,25	8.999,42	9.721,10	10.498,29	11.337,17	92.264,05
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	2.523,44	2.728,84	2.944,02	3.178,76	3.433,06	3.706,92	4.000,34	4.323,11	4.665,44	5.037,11	5.438,12	5.868,47	47.847,63
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	2.905,40	3.141,77	3.397,84	3.673,60	3.969,07	4.284,23	4.628,94	5.003,19	5.406,99	5.840,34	6.303,23	6.805,52	55.360,10
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	27.335,92	29.520,76	31.874,96	34.432,41	37.193,10	40.173,97	43.391,96	46.863,99	50.607,01	54.654,89	59.024,58	63.749,93	518.823,48
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	22.733,28	24.545,85	26.510,87	28.628,35	30.915,23	33.388,45	36.064,95	38.944,73	42.051,66	45.432,69	49.074,76	53.004,81	431.305,64
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	48.662,54	52.557,24	56.769,44	61.320,31	66.231,01	71.522,72	77.237,76	83.418,48	90.086,03	97.282,75	105.072,15	113.475,38	923.635,81
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	57.560,98	62.157,65	67.123,70	72.500,16	78.307,56	84.566,42	91.338,30	98.645,73	106.544,25	115.060,41	124.274,27	134.206,36	1.092.283,80
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	158.156,63	170.809,82	184.471,96	199.225,74	215.170,42	232.388,68	250.979,78	271.059,48	292.743,58	316.164,39	341.454,23	368.778,51	3.001.403,21
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	73,46	881,49
TOTAL	347.730,12	375.525,77	405.559,85	438.002,79	473.048,53	510.849,72	551.729,93	595.877,27	643.555,41	695.043,50	750.636,10	810.665,89	6.598.224,87

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 4

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL AÑO 4
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	1.756,30	1.899,68	2.043,05	2.204,34	2.383,56	2.580,69	2.795,75	3.010,81	3.243,79	3.494,69	3.781,43	4.086,10	33.280,18
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4 PAQ X12	15.726,75	16.976,68	18.338,54	19.812,34	21.398,08	23.114,40	24.961,31	26.957,47	29.121,53	31.453,50	33.972,01	36.695,74	298.528,37
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	21.418,75	23.140,10	24.992,18	26.996,78	29.153,91	31.485,35	34.012,89	36.736,54	39.678,08	42.859,30	46.280,20	49.944,36	405.738,44
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 4 PAQ X12	21.033,87	22.774,28	24.543,08	26.511,66	28.630,03	30.919,58	33.401,70	36.076,41	38.965,09	42.089,14	45.448,57	49.086,16	399.429,57
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	12.733,65	13.753,62	14.856,99	16.043,76	17.326,74	18.712,37	20.207,05	21.823,61	23.568,48	25.454,47	27.488,20	29.688,32	241.657,06
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	6.591,47	7.120,42	7.690,05	8.300,37	8.961,55	9.673,59	10.446,67	11.280,77	12.186,08	13.162,60	14.220,49	15.359,75	124.993,81
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	7.641,09	8.255,66	8.911,19	9.628,19	10.396,39	11.226,06	12.127,42	13.100,48	14.145,24	15.271,94	16.490,83	17.812,15	145.600,64
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	71.601,81	77.326,43	83.509,02	90.184,81	97.406,64	105.192,13	113.611,72	122.700,66	132.511,78	143.115,54	154.564,79		

“PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVA BODEGA PARA MATERIA PRIMA E INSUMOS EN EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL ABSORBENTE EN LA CIUDAD EL TRIUNFO, AÑO 2024”

VENTAS PROYECTADAS: AÑO 5

OFERTA PRODUCTOS O SERVICIOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL AÑO 5
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 12PAQ X4	4.585,03	4.957,80	5.349,20	5.777,88	6.243,84	6.747,08	7.287,59	7.865,38	8.489,08	9.170,06	9.896,96	10.679,77	87.059,66
PAPEL HIGIENICO DOLLY XG 3H 29 METROS 4PAQ X12	41.209,66	44.508,00	48.077,96	51.919,54	56.071,55	60.552,39	65.403,87	70.642,39	76.288,35	82.399,95	88.996,60	96.117,11	782.198,36
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 12 PAQ X4	56.153,31	60.640,13	65.489,53	70.724,16	76.389,34	82.507,74	89.102,02	96.240,15	103.944,80	112.261,29	121.234,94	130.933,74	1.066.621,14
PAPEL HIGIENICO DOLLY XKG 3H 36 METROS 4 PAQ X 12	55.144,26	59.550,46	64.312,72	69.453,29	75.016,67	81.025,12	87.500,90	94.510,77	102.076,97	110.244,02	119.056,42	128.580,93	1.046.472,53
PAPEL HIGIENICO DOLLY CLASICO 2H 12PAQ X 4	33.344,32	36.012,94	38.895,04	42.003,98	45.366,43	48.995,74	52.918,60	57.155,03	61.725,03	66.661,96	71.992,52	77.750,05	632.821,65
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 12PAQ X 4	17.254,19	18.629,45	20.121,07	21.729,07	23.464,01	25.336,47	27.367,62	29.557,45	31.927,13	34.476,64	37.237,74	40.220,99	327.321,83
PAPEL HIGIENICO DOLLY JUMBO 2H 26 METROS 4PAQ X 12	20.005,32	21.603,19	23.328,89	25.193,07	27.206,39	29.379,49	31.733,68	34.268,97	37.006,65	39.968,04	43.163,78	46.615,17	379.472,66
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 12 PAQX4	187.492,81	202.495,90	218.689,71	236.184,15	255.070,82	275.477,96	297.515,46	321.311,57	347.012,83	374.765,80	404.753,65	437.141,27	3.557.911,93
PAPEL HIGIENICO DOLLY RENDIDOR 2H 50 METROS 4 PAQX12	155.848,18	168.307,24	181.774,02	196.321,80	212.023,88	228.990,19	247.312,34	267.100,26	288.463,88	311.549,78	336.467,90	363.383,14	2.957.542,62
SERVILLETA DANNY CLASICA 60X100 ST	333.749,37	360.443,83	389.290,32	420.426,22	454.057,57	490.390,42	529.630,81	572.007,68	617.772,88	667.201,12	720.567,14	778.214,94	6.333.751,69
SERVILLETA DANNY 300 CLASICA 20X300 ST	394.788,71	426.372,70	460.486,95	497.331,24	537.127,50	580.097,70	626.508,18	676.625,29	730.759,75	789.222,30	852.368,08	920.552,20	7.492.240,61
SERVILLETA DOLLY FAMILIAR 80X75 ST	1.084.783,41	1.171.566,80	1.265.291,43	1.366.511,88	1.475.836,41	1.593.909,05	1.721.427,49	1.859.143,12	2.007.878,87	2.168.511,32	2.341.988,65	2.529.348,46	20.586.196,89
SERVILLETA DOLLY X350 28X28CM	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	79,45	953,42
TOTAL	2.384.438,05	2.575.167,89	2.781.186,29	3.003.655,73	3.243.953,87	3.503.489,80	3.783.788,02	4.086.507,51	4.413.435,66	4.766.511,74	5.147.803,83	5.559.616,61	45.249.555,00