

1. PERFIL

1.1 INTRODUCCIÓN

La memoria de experiencia profesional que se elabora a través de la pasantía, forma parte de las modalidades de profesionalización que ofrece la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, dentro de su propuesta académica. Se realiza a través de una metodología de trabajo que permite que los estudiantes en estado de egreso, puedan acceder a un escenario real de trabajo y participar en el funcionamiento de las organizaciones, empresas, instituciones públicas, preparándolos para que puedan ambientarse a la vida laboral, incursionando en empresas, industrias o instituciones públicas diversas.

Se formaliza a partir de convenios suscritos entre la U.A.J.M.S. y los representantes del sector laboral empresarial e institucional, con el fin de que los egresados puedan tomar contacto con la actividad laboral en contextos reales de trabajo. Permite visualizar los problemas que se presentan en la gestión institucional y generar alternativas de solución para los problemas planteados, tarea en la que juegan un rol fundamental, los conocimientos adquiridos por los estudiantes universitarios durante el período de formación académica. Constituye un período previo de adaptación al desempeño profesional que deberá llevarse a cabo en un futuro próximo.

En este contexto y al haberse elegido a la pasantía como modalidad de profesionalización y a la Empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L., como objeto de estudio, se plantea analizar el área administrativa y diseñar una propuesta basada en herramientas de mejora continua y atención al cliente que puede ser útil para la gerencia y el área comercial, en la toma de decisiones.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Acricolor surgió como una empresa de pintura para artes, entre las que estaba el producto especial para serigrafía, nicho de mercado que empezó atender en 1989.

Luego incursionamos en el advertising o insumos de publicidad, y se fundó Acricolor Gráfica como empresa estructurada y profesional en 1999 en la ciudad de Tarija.

Desde entonces hemos visto el desarrollo de la tecnología digital en el mercado publicitario de gran formato, y acompañando el crecimiento de la industria gracias al personal altamente capacitado, mix de productos y una determinación por convertirnos en el referente de vanguardia en la industria, sus oficinas se encuentran ubicadas en Av. San Luis, Barrio San Luis de la ciudad de Tarija contando con:

Agencias Casa Color ubicada sobre la Avenida Potosí casi esquina Av. La Paz N°1084,
Barrio La Pampa

Agencia Casa Color Bermejo

Agencia Casa Color Yacuiba

En los treinta años de funcionamiento, la empresa objeto de estudio, se preocupa por las necesidades de sus clientes y los productos que ofrece son:

- Línea gráfica

Lonas pino frontlight para banner y letreros.

Lonas pino blackout para estructuras metálicas efecto antireflectivo.

Lonas pino backlightpanografic para letreros luminosos

Lonas colores frontlight rojo y azul para banner y letreros

- Línea Pinturas

Tintas para sublimación

Tintas para banners

- Línea Textil

Poleras

Siser adhesivos

- Línea rotulación

Adhesivos arclad

Fibra de carbono

Espátulas

- Maquinarias

Máquina de corte

Máquina de sublimación

Maquina plotters

1.3 JUSTIFICACIÓN

La problemática desarrollada para la presente memoria de experiencia profesional, se justifica por las siguientes razones:

Se plantea que el servicio al cliente es una parte fundamental de cualquier empresa o negocio interesado en prevalecer y crecer en un mercado, percibimos la necesidad de analizar y realizar una investigación basada en la atención y satisfacción en los clientes de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

Las necesidades de mejora en los aspectos de servicio al cliente para la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. se detectan por el incremento de los reclamos y devoluciones y como consecuencia la baja en las ventas. No obstante, percibimos que para ser competitivo no solo se requiere de disponer del producto sino además que debe apegarse por atender las necesidades del cliente en pro de lograr relaciones de largo plazo con este, ya que la empresa nunca realizó un seguimiento ni levantamiento de información de la satisfacción de sus clientes.

Es así como se genera la propuesta de realizar un análisis respecto a las condiciones del servicio prestado y la satisfacción a los clientes de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. y así proponer herramientas que permitan mejorar su servicio.

A través de la modalidad de memoria de experiencia profesional, se pretende analizar, la satisfacción a los clientes mediante una información recopilada de una investigación descriptiva, investigación exploratoria que pueda ser útil para la gerencia de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

Como también la recopilación de información a través de encuestas que será realizada a los clientes de la empresa permitirá a la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.; eliminar las falencias detectadas con respecto al servicio de atención al cliente de la empresa objeto de estudio, cabe mencionar que al tratarse de una mediana empresa, es muy importante que sus escasos recursos sean utilizados con eficiencia.

1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La empresa Acricolor Gráfica S.R.L. en la actualidad muestra cifras bajas en el área de ventas, lo que ha generado gran preocupación en la gerencia general, quien busca mejorar el servicio.

Así mismo mediante la observación se pudo constatar e identificar lo siguiente:

- a) Documentación desordenada que puede ocasionar severos problemas para el control.
- b) No cuenta con una codificación de productos para una entrega más rápida al cliente.
- c) Las limitaciones que manifiesta el sistema de información, que se traducen en la desactualización de datos y en la inexistencia de sistemas cruzados de verificación que permitan realizar el control efectivo de los productos.
- d) Demora en la atención, demora excesiva en la entrega de productos en los puntos de venta.
- e) Entrada de competidores debido a la existencia de los productos que ofrecen con bajos precios, pertenecientes a la ciudad de La Paz.
- f) Reclamos, quejas, devoluciones de parte de los clientes.
- g) Inexistencia de inventario que no permite valorar los productos que componen el patrimonio de la empresa.
- h) Productos desordenados que afectan en la demora de entrega del producto a los clientes.
- i) Materiales dañados que generan pérdidas a la empresa.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo en la Práctica Profesional

Aplicar conocimientos adquiridos durante la formación académica y conocer el ambiente profesional, mediante la colaboración de actividades del área administrativa en la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

Desarrollar capacidades y competencias relacionadas con la Carrera de Administración de Empresas, a partir de la pasantía como forma de práctica laboral.

1.5.2 Objetivo General

Analizar las condiciones del servicio prestado y la satisfacción de los clientes de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. para proponer herramientas administrativas que permitan mejorar su servicio.

1.5.3 Objetivos Específicos

- ❖ Recolectar información para conocer la percepción del servicio a los clientes.
- ❖ Realizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de la empresa.
- ❖ Ordenamiento, codificación, clasificación de los productos y archivos.
- ❖ Formular herramientas administrativas para mejorar el servicio de la empresa.

1.6 ALCANCE

1.6.1 Alcance Espacial

La Pasantía se lleva a cabo en la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L. de la ciudad de Tarija.

1.6.2 Alcance Temporal

La Pasantía a realizarse abarca un período de tres (3) meses, entre el 12 de agosto al 12 de noviembre de 2019.

1.7 DISEÑO METODOLÓGICO

En este punto se indica el estudio de los métodos, técnicas y procedimientos que se utilizarán en el presente estudio de investigación para lograr los objetivos del mismo.

1.7.1 Tipo de Investigación

La investigación que se pretende realizar a través de la presente Pasantía, será de carácter exploratoria y descriptiva, entendiéndose que:

- ❖ Los diseños exploratorios, se realizan con el objeto de recabar información preliminar que ayuda a definir el problema de investigación.
- ❖ Aplicado al trabajo de Pasantía, se aborda el tema de herramientas administrativas para la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L, como objeto de estudio.
- ❖ Las investigaciones descriptivas, comprenden la descripción, el registro, análisis e interpretación de la naturaleza social y la composición o procesos de los fenómenos que se analizan.

Técnicas de investigación a ser aplicadas

- ❖ El cuestionario nos permitirá recolectar datos primarios donde la información se reúne al comunicarse con una muestra representativa de clientes, empresas publicitarias y microempresas rotuladoras.
- ❖ Las entrevistas son una forma no estructurada y directa de obtener información, las mismas que fueron aplicadas a la área comercial.
- ❖ La observación no se pregunta, ni se comunica con las personas que se observa, de esta manera nos permite conocer el comportamiento de los trabajadores en el área comercial y de los clientes de la empresa.

2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2.1 Visión

Posicionarnos como líderes en Bolivia y traspasar fronteras identificados en cada una de las empresas por nuestros productos de alta calidad, tecnología e innovación.

2.2 Misión

Ser motor de inspiración y creatividad en la industria publicitaria, ponemos a tu alcance un mundo de soluciones materiales e insumos gráficos.

2.3 Objetivos de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

2.3.1 Objetivo General

Dar estricto cumplimiento a los compromisos contraídos con los clientes, manteniendo calidad en el producto y servicio.

Objetivos Específicos

- ❖ Incrementar las ventas de cada año en un 20%.
- ❖ Impulsar el buen servicio en todas nuestras sucursales.
- ❖ Lograr una mayor participación en el mercado.
- ❖ Ser el líder en el rubro de la industria gráfica.
- ❖ Analizar las decisiones de inversión de los socios.
- ❖ Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

2.4 Políticas

- ❖ Generar ingresos a través del potenciamiento de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. y sus respectivas sucursales.
- ❖ Realización de documentos, contratos de compra venta con reserva de propiedad de acuerdo a las políticas comerciales decreto supremo 28699.
- ❖ Realización de acuerdos comerciales con los clientes potenciales.
- ❖ Informes quincenales y documentación de caja deben ser firmados por la jefa comercial responsable con sus respectivos respaldos.

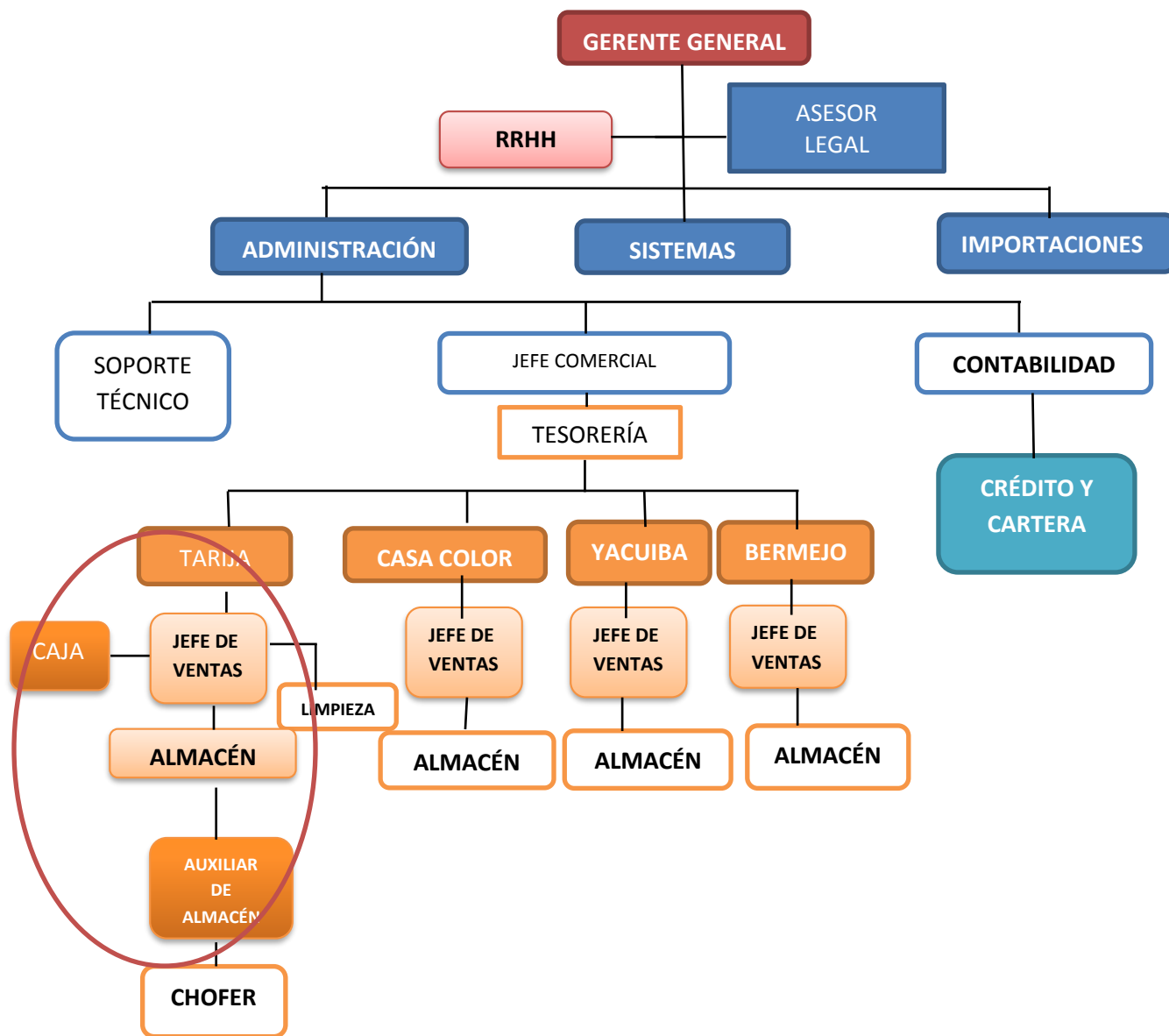
2.5 ANÁLISIS DEL ÁREA DE TRABAJO

2.5.1 Estructura organizacional

La presente estructura organizacional, muestra cómo está conformada jerárquicamente la empresa Acrisolar Gráfica S.R.L. de la ciudad de Tarija en la actualidad.

Cabe resaltar que la estructura organizacional de la Acricolor Gráfica S.R.L. en los últimos 10 años no sufrió ninguna modificación.

ORGANIGRAMA EMPRESA ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.



Se evidenció que la empresa Acricolor Grafica S.R.L. cuenta con un organigrama general formal establecida por más de 10 años, desarrollamos nuestra práctica profesional en el área comercial, específicamente en los cargos de, auxiliar de almacén y cajera, bajo la supervisión a cargo de la jefa comercial y el encargado de almacén para que de esta manera se pueda adquirir conocimientos en los cargos anteriormente mencionados.

2.5.2 Personal administrativo y técnico de la empresa

De acuerdo al organigrama presentado anteriormente, se pasa a detallar el número de 23 personas que trabajan en la empresa Acricolor Grafica S.R.L. que tienen dependencia directa con la gerencia general.

2.6 Normativas

La empresa establece normativas y procedimientos para el manejo de dinero en efectivo en las sucursales y las mismas se muestran a continuación.

1. OBJETIVO

Implementar procedimientos administrativos para la elaboración de los informes diarios de caja, la rendición de las cajas chicas y para el depósito de efectivo. La finalidad de dichos procesos es de optimizar el flujo de información de la operativa de ventas, mejorar el control y manejo de efectivo.

2. CAMPO DE APLICACIÓN

Debe ser aplicado por todos (as) los (as) Administradores Acricolor Gráfica S.R.L. a nivel nacional.

3. POLITICAS

3.1 Se establece y autoriza la creación de fondo fijo o de caja chica, acompañado de su Reglamento Especifico, destinada para realizar gastos menores y el monto asignado según las necesidades.

3.2 Los informes de caja diario deben de estar firmado por el Administrador responsable y con sus respectivos respaldos.

4. PROCEDIMIENTOS Y RESPONSABILIDADES

4.1 CAJA CHICA SUCURSALES | TARIJA – CASA COLOR –YACUIBA- BEMEJO

PASOS	PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
1	Entregar al Administrador (a) de Sucursal, un Importe establecido de acuerdo a las necesidades.	Tesorería
2	Se establece como monto máximo para un solo uso el importe de Bs. 300.-, a excepción de los pagos autorizados expresamente por la Gerencia correspondiente.	Administrador (a) de Sucursal

3	Todo gasto efectuado debe de estar respaldado con nota fiscal (Factura) u otros documentos equivalentes (recibos) a fin de que pueda realizarse el descargo respectivo.	Administrador (a) de Sucursal
4	Llevar un libro detallado de control, donde se registre los gastos y reposiciones efectuadas (Excel) de manera cronológica.	Administrador (a) de Sucursal
5	Realizar la reposición de caja chica cuando se haya utilizado un 70% del monto asignado.	Administrador (a) de Sucursal
6	Realizar el envío del informe de caja chica (Excel impreso), debidamente firmado y respaldado. ANEXO 1	Administrador (a) de Sucursal
7	Revisar la documentación de respaldo de caja chica, para que se proceda a su registro contable y reposición.	Contabilidad – Tesorería
8	Se realizará arquezos de caja chica de manera sorpresiva.	Auditoría Interna – Contabilidad – Tesorería

4.2 FONDOS FIJOS REGIONAL TARIJA – CASA COLOR –YACUIBA- BEMEJO

PASOS	PROCEDIMIENTO	RESPONSABLE
°1	Entregar al Administrador (a) de Sucursal, Fondo Fijo de un importe establecido de acuerdo a las necesidades de cada Regional	Tesorería

2	<p>Se establece como monto máximo, para un solo uso el importe de Bs. 600.-, a excepción de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Por fondos a rendir por viaje de promotores• Pagos autorizados expresamente por la Gerencia Administrativa Financiera.	Administrador (a) de Sucursal
3	<p>Todo gasto efectuado debe tener una comunicación interna y estar respaldado por nota fiscal (Factura) u otros documentos equivalentes (recibos) para poder realizar el descargo respectivo.</p>	Administrador (a) de Sucursal
4	<p>Para el cierre de mes deberá realizar una comunicación interna detallando el número de personas que se quedan para compra de refrigerio.</p>	Administrador (a) de Sucursal
5	<p>Llevar un libro detallado de control, donde se registre los gastos y reposiciones efectuadas (Excel) de manera cronológica.</p>	Administrador (a) de Sucursal
6	<p>Realizar la rendición de gastos para su respectiva reposición de Fondo Fijo cuando se haya utilizado un 70% del monto asignado</p>	Administrador (a) de Sucursal

	Tienen plazo de envío en físico de 3 días posteriores como máximo. Excepto para las fechas de cierre de balance, tienen que enviar sus informes de los últimos días escaneado.	
6	Registro contable: Se realiza el registro contable del informe diario de caja según la recepción física y revisión según el Punto 2.	Contabilidad

5. IRREGULARIDADES

a) Informe de Caja Chica y Fondo fijo

1. Falta de respaldo de gastos realizados.
2. Presentación en otro formato que no sea el establecido (Excel y comprobante del sistema)
3. Dar otro uso al efectivo que no sea el fin de caja chica y/o fondo fijo
4. Utilizar los fondos para uso personal.

b) Informe Diario de Caja

1. Datos mal llenado e incompletos del informe diario de caja (Excel)
2. Falta de la firma correspondiente del Administrador (a) en el Informe de Caja.
3. Respaldo incompleto. (Informe, depósitos, arqueo de caja, detalle de ventas y facturas, en caso de anuladas con su respectivo original).
4. Los depósitos que no han sido realizados al día siguiente de sus ventas.

6. SANCIONES

Se realizaran las siguientes sanciones al incumplimiento del procedimiento descrito.

- **1ra Instancia:** Llamada de atención verbal
- **2da Instancia:** Llamada de atención escrito – Memorándum
- **3ra Instancia:** Sanción económica con cargo a mayor contable:
 - ✓ Informe de Caja Chica Bs. 100.-
 - ✓ Informe de Fondo Fijo Bs. 100.-
 - ✓ Informe Diario de Caja Bs. 100.-

Las presentes sanciones también serán tomadas en cuenta en el file personal para cualquier evaluación posterior.

7. ADJUNTOS

Forman parte del procedimiento los siguientes anexos:

Anexo 1: Reporte de Caja Chica o Fondo Fijo

Anexo 1.1: Detalle de cada una de las cuentas de gasto (Ejemplo)

Anexo 1.2: Manual de apropiación contable de gastos de caja chica

Anexo 2: Informe Diario de Caja

Anexo 3: Listado de Administradores de Sucursal responsables del cumplimiento de dicho procedimiento

ANEXO 1. REPORTE DE CAJA CHICA O FONDO FIJO

Acricolor Gráfica S.R.L.

SUCURSAL.....

RENDICION DE GASTOS DE FONDO FIJO No.....

PERIODO: DEL..... AL..... DEL 2015

SALDO INICIAL DE FONDO FIJO Bs.

8,000.00

MENOS : GASTOS REALIZADOS EN EL PERIODO

FECHA	No. DE CUENTA	DETALLE	IMPORTE	SALDO
		GASTOS DE ADMINISTRACION		
		SERVICIOS PERSONALES		
	5.1.1.01.006	SUBSIDIOS		
	5.1.1.01.013	CAPACITACION AL PERSONAL		
	5.1.1.01.014	REFRIGERIOS ADM	135.00	7,865.00
	5.1.1.01.015	BONO DE TRANSPORTE ADM		
	5.1.1.01.016	BONO DE CUMPLIMIENTO		
	5.1.1.01.017	PASAJES Y TRANSPORTES ADM		
		SERVICIOS NO PERSONALES		
	5.1.1.02.001	SEGUROS PAGADOS		
	5.1.1.02.003	ALQUILERES		
	5.1.1.02.004	LEGALES Y ADMINISTRATIVOS		
	5.1.1.02.005	SEGURIDAD Y VIGILANCIA		
	5.1.1.02.006	GASTOS EN VIAJES Y VIATICOS AL PERSONAL		
	5.1.1.02.007	GASTOS DE LIMPIEZA		
	5.1.1.02.009	SERVICIO DE INTERNET		
	5.1.1.02.010	TRANSPORTE LOCAL (RADIO MOVIL)		
	5.1.1.02.011	SERVICIO DE CORREO		
	5.1.1.02.012	ENVIO DE MERCADERIA		
	5.1.1.02.013	GASTOS VARIOS		
	5.1.1.02.014	OTROS APORTES		
	5.1.1.02.015	COMISIONES SERV. COBRO TARJETAS		
	5.1.1.02.016	GASTOS MEDICOS		
	5.1.1.02.017	PARQUEOS Y PEAJES		
		SERVICIOS PUBLICOS		
	5.1.1.03.001	SERVICIO DE LUZ		
	5.1.1.03.002	SERVICIO DE AGUA		
	5.1.1.03.003	SERVICIO TELEFONICO		
		MATERIALES Y SUMINISTROS		
	5.1.1.04.001	INDUMENTARIA DE TRABAJO		
	5.1.1.04.002	MATERIAL DE ESCRITORIO		
	5.1.1.04.003	MATERIAL DE LIMPIEZA		
	5.1.1.04.004	MATERIAL ELECTRICO		
	5.1.1.04.005	MATERIAL DE EMBALAJE		
	5.1.1.04.006	COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	503.07	7,361.93
		MANTENIMIENTO Y REPARACION		
	5.1.1.05.001	MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS		
	5.1.1.05.002	MANTENIMIENTO DE VEHICULO	4,361.93	3,000.00
	5.1.1.05.003	MANTENIMIENTO DE MUEBLES Y ENSRES		
	5.1.1.05.004	MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTO		
	5.1.1.05.005	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO		
	5.1.1.05.006	MANTENIMIENTO DE SOFTWARE		
	5.1.1.05.007	MANTENIMIENTO DE HERRAMIENTAS		

		GASTOS DE COMERCIALIZACION		
5.1.2.01.001		BONO DE TRANSPORTE COM		
5.1.2.01.002		GASTOS DE VIAJE		
5.1.2.01.005		PINTADO DE FACHADAS COM		
5.1.2.01.016		ATENCION AL CLIENTE		
5.1.2.01.017		PASAJES Y TRANSPORTE COM		
5.1.2.01.018		REFRIGERIOS COM		
		GASTOS DE MARKETING		
5.1.2.02.007		PINTADO DE FACHADAS MKTG		
5.1.2.02.010		BOLSAS PLASTICAS MKTG		
5.1.2.02.011		PASAJES Y VIATICOS MKTG		
5.1.2.02.012		GASTOS DE FERIA MKTG		
5.1.2.02.014		TRANSPORTE LOCAL (RADIO MOVIL) MKTG		
5.1.2.02.016		REFRIGERIO MKTG		
5.1.2.02.023		ARTICULOS DE MARKETING		
5.1.2.02.026		GASTOS NO DEDUCIBLES MKTG		
5.1.2.02.027		ALQUILERES MKTG		
		IMPUESTOS INTERNOS		
5.1.4.01.005		IMPUESTOS Y PATENTES MUNICIPALES		
5.1.4.01.007		IMPFTO. A LA PROP. DE VEHICULOS AUTOMOTORES		
		H.ALCALDIA MUNICIPAL		
5.1.4.02.001		LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO		
		GASTOS DE ADMINISTRACION		
5.2.1.04.002		GASTOS NO DEDUCIBLES		
		TOTAL MOVIMIENTO Bs	5,000.00	3,000.00
		TOTAL FONDO FIJO	20,000.00	
		SALDO INICIAL	8,000.00	
		MAS REPOSICION ANTERIOR DE FONDO FIJO	12,000.00	
		MENOS GASTOS REALIZADOS	5,000.00	
		SALDO A LA FECHA	3,000.00	

ANEXO 1.1 DETALLE DE CADA UNA DE LAS CUENTAS (EJEMPLO)

Acricolor Gráfica S.R.L.

SUCURSAL.....

RENDICION DE GASTOS DE FONDO FIJO No.....

PERIODO : DEL AL DEL 2015

5.1.1.01.014
REFRIGERIOS
ADM

NUMERO	FECHA	PROVEEDOR	No. FACTURA O RECIBO	CONCEPTO	DETALLE	IMPORTE
1	01/08/2015	Chicken's Kindom SRL	12375	Refrigerio	almuerzo para el Sr. Juan por trabajo continuo	25.00
2	03/08/2015	La Purita SRL	3756	Refrigerio	Leche para el Personal	50.00
3	08/08/2015	Maria xxxx	352	Refrigerio	Refrigerio para el personal de almacén por trabajo continuo (cuantas personas)	60.00
TOTAL BS						135.00

Acricolor Gráfica S.R.L.

SUCURSAL.....

RENDICION DE GASTOS DE FONDO FIJO No.....

PERIODO : DEL AL DEL 2015

5.1.1.05.002 MANTENIMIENTO DE
VEHICULOS

NUMERO	FECHA	PROVEEDOR	No. FACTURA O RECIBO	CONCEPTO	DETALLE	IMPORTE Bs.
1	01/08/2015	Muelleria San Vicente	12375	Mant. Vehiculó	Reparación de muelles Vehiculó P: 1772 NKE	1,800.00
2	23/08/2015	Víctor López	3756	Mant. vehiculo	Arreglo de caja de Camión P:2343 T5N	2,411.93
3	28/08/2015	Recti-Auto	84	Mant. vehiculó	Aceites y Filtros para camión P:3439 UHK	150.00
TOTAL BS						4,361.93

Aricolor Gráfica S.R.L.

SUCURSAL.....

RENDICION DE GASTOS DE FONDO FUO No.....

PERIODO : DEL AL DEL 2015

5.1.1.04.006 COMBUSTIBLE Y
LUBRIANTES

NUMERO	FECHA	PROVEEDOR	No. FACTURA O RECIBO	CONCEPTO	DETALLE	IMPORTE Bs.
1	01/08/2015	E.S. Los Álamos	12375	Combustible	Combustible P: 1772 NKE	153.07
2	23/08/2015	E.S. Copacabana	3756	Combustible	Combustible P:2343 TSN	200.00
3	28/08/2015	E.S. Genex	84	Combustible	Combustible P:3439 UHK	150.00
TOTAL BS						503.07

ANEXO 1.2

MANUAL DE APROPIACION CONTABLE DE GASTOS DE CAJA CHICA

1. OBJETIVO

Realizar el adecuado registro de las cuentas de gastos de caja chica para consolidar la información en los Estados Financieros.

2. CAMPO DE APLICACIÓN

Debe ser aplicado por todos (as) los (as) Administradores de Grupo Ribepar S.R.L. a nivel nacional.

3. PROCEDIMIENTO APROPIACION CONTABLE

Según planilla:

NOTA: Se les recomienda que las compra de bienes y servicios en lo posible sea facturado.

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
5.1.1.01.006	Subsidios	Prenatal	Aplica				Factura original
		Nacido Vivo				Aplica	Certificado de nacido vivo en fotocopia
		Lactancia	Aplica				Factura original
5.1.1.01.013	Capacitación al Personal	Cursos de capacitación del personal con el objetivo de mejorar y fortalecer las tareas que realiza en función a su cargo	Aplica				Factura original
5.1.1.01.014	Refrigerios ADM	Refrigerios vinculados al personal administrativo				Aplica	Factura original, recibo u orden de pago
5.1.1.01.015	Bono de transporte	Bono mensual que se le asigna al personal administrativo				Aplica	Recibo, orden de pago con planilla del personal beneficiado con las firmas de recibido.
5.1.1.01.016	Bono de cumplimiento	Corresponde al bono de efectivo que se cancela				Aplica	Recibo, orden de pago con la planilla del personal beneficiado con

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
		mensualmente					las firmas de recibido
5.1.1.01.017	Pasajes y Transportes ADM	Gasto en pasajes y transporte del personal administrativo				Aplica	Recibo u orden de pago con la firma de recibido y autorizado
5.1.1.02.001	Seguros pagados	Pago de seguros de SOAT y otros tipos de seguros	Aplica				Factura original y copia de la póliza de seguro
5.1.1.02.003	Alquileres	Alquileres de inmuebles como ser: Garaje, tienda.	Aplica	Aplica			Factura original o recibo de pago si no emite factura, pero se debe hacer la retención fiscal
5.1.1.02.004	Legales y administrativos	Pago por servicios de trámites judiciales, notaría de fe pública, etc.	Aplica	Aplica			Factura original o recibo de pago si no emite factura, pero se debe hacer la retención fiscal
5.1.1.02.005	Seguridad y vigilancia	Pago por servicios de seguridad personal, cámaras de seguridad, sensores de humo, etc.	Aplica	Aplica			Factura original o recibo de pago si no emite factura, pero se debe hacer la retención fiscal

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
5.1.1.02.006	Gastos en viajes y viáticos personal	Gasto de pasajes de flotas a provincias e interdepartamentales; Hospedaje y alojamiento en hotel.	Aplica	Aplica			Planilla de Rendición por Viaje debidamente llenado, con factura original o recibo de pago si no emite factura, pero se debe hacer la retención fiscal
5.1.1.02.007	Gastos de limpieza	Servicios de limpieza de oficina y otros ambientes.	Aplica	Aplica			Factura original o recibo de pago si no emite factura, pero se debe hacer la retención fiscal
5.1.1.02.009	Servicio de internet	Pago por servicio de internet de Entel	Aplica				Factura original
5.1.1.02.010	Transporte local (Radio Móvil)	Servicio de transporte de radio móvil urbano	Aplica				Factura original
5.1.1.02.011	Servicio de correo	Servicio de envío de mensajería de sobres y encomiendas.	Aplica				Factura original

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
5.1.1.02.012	Envío de mercadería	Servicio de envío de mercadería a Sucursales o clientes	Aplica	Aplica			Factura original o recibo de pago si no emite factura, pero se debe hacer la retención fiscal
5.1.1.02.013	Gastos varios	Gastos menores que no se vinculan a ninguna cuenta contable en específico	Aplica				Factura original
5.1.1.02.014	Otros aportes	Gastos relacionados a aportes a instituciones públicas, Cainco, Fundasol				Aplica	Recibo de pago.
5.1.1.02.015	Comisiones Serv. Cobro Tarjetas	Servicio de cobro por comisión de uso de tarjetas en tiendas de ventas					No aplica
5.1.1.02.016	Gastos médicos	Compra de medicamentos para el personal o asistencia profesional médica	Aplica				Factura original
5.1.1.02.017	Parqueos y peajes	Pago de peajes terrestres.	Aplica			Aplica	Se lo debe llevar al gasto directo si la factura es

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
							igual o menor a Bs. 3, caso contrario se registra el crédito fiscal
		Parqueos de vehiculos	Aplica				Factura original
5.1.1.03.001	Servicio de luz	Servicio de energía eléctrica, alumbrado público	Aplica		Aplica		Factura original
5.1.1.03.002	Servicio de agua	Servicio de agua potable	Aplica		Aplica		Factura original
5.1.1.03.003	Servicio telefónico	Servicio de telefonía de cotas, tarjetas prepagos, etc.	Aplica				Factura original
5.1.1.04.001	Indumentaria de trabajo	Compra de ropa de trabajo, uniformes para el personal	Aplica				Factura original
5.1.1.04.002	Material de escritorio	Compra de material de oficina, como ser: Papel bond, bolígrafo, borrador, etc.	Aplica				Factura original
5.1.1.04.003	Material de	Compra de productos de	Aplica				Factura original

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
	limpieza	limpieza.					
5.1.1.04.004	Material eléctrico	Compra de materiales eléctricos, como ser: Foco, interruptores, etc.	Aplica				Factura original
5.1.1.04.005	Material de embalaje	Material de embalaje de productos, mercadería, etc.	Aplica				Factura original
5.1.1.04.006	Combustibles y lubricantes	Compra de combustible: Gasolina, diésel, gas. Lubricantes: Aceite de motor			Aplica		Factura original
5.1.1.05.001	Mantenimiento de edificios	Compra de bienes y servicios relacionados a mantenimiento y reparación del edificio	Aplica	Aplica			Factura original, si no hay factura corresponde recibo de pago y la retención fiscal
5.1.1.05.002	Mantenimiento de vehículo	Compra de bienes y servicios relacionados a mantenimiento y reparación de los vehículos de la empresa	Aplica	Aplica			Factura original, si no hay factura corresponde recibo de pago y la retención fiscal

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
5.1.1.05.003	Mantenimiento de muebles y enseres	Compra de bienes y servicios relacionados a mantenimiento y reparación de muebles y enseres	Aplica	Aplica			Factura original, si no hay factura corresponde recibo de pago y la retención fiscal
5.1.1.05.004	Mantenimiento de equipo de computo	Compra de bienes y servicios relacionados a mantenimiento y reparación de equipos de computación	Aplica	Aplica			Factura original, si no hay factura corresponde recibo de pago y la retención fiscal
5.1.1.05.005	Mantenimiento de maquinaria y equipo	Compra de bienes y servicios relacionados a mantenimiento y reparación de maquinarias y equipos	Aplica	Aplica			Factura original, si no hay factura corresponde recibo de pago y la retención fiscal
5.1.1.05.006	Mantenimiento de software	Servicios por mantenimiento de software: Formateo del sistema Windows, actualización de antivirus	Aplica	Aplica			Factura original, si no hay factura corresponde recibo de pago y la retención fiscal
5.1.1.05.007	Mantenimiento de	Compra de bienes y servicios para la reparación y mantenimiento del estado	Aplica	Aplica			Factura original, si no hay factura corresponde recibo de pago y la

Código Cta.	Cuenta	Conceptos de Aplicación	Factura	Retención	Exento factura	Exento	Respaldo
	herramientas	del activo fijo.					retención fiscal
5.1.2.01.001	Bono de transporte	Bono mensual que se le asigna al personal comercial				Aplica	Recibo, orden de pago con planilla del personal beneficiado con las firmas de recibido.
5.1.2.01.002	Gastos de viaje	Boletos de avión y ticket de SABSA y a bordo de embarque del personal comercial	Aplica				Factura original
5.1.2.01.005	Pintado de fachadas	Servicio de pintado de oficinas, tienda de sucursal, no aplica a cliente.	Aplica	Aplica			Recibo, orden de pago con planilla del personal beneficiado con las firmas de recibido.
5.1.2.01.016	Atención al cliente	Compra de agua de sifón, periódico	Aplica				Factura original
5.1.2.01.017	Pasajes y transporte	Pasajes y transporte del personal comercial, para visita a cliente por entrega de mercadería y cobranzas				Aplica	Recibo y orden de pago, para el caso de viajes por entrega de mercadería y cobranza

ANEXO 2. INFORME DIARIO DE CAJA

Acricolor Gráfica S.R.L. SUCURSAL.....						FECHA	
						T.C.	6.96
INFORME DIARIO DE CAJA							
RANGO DE FACTURAS			DEL	AL	TOTAL FACTURA	FACTURAS ANULADAS	FACTURAS EMITIDAS
MANUALES							
PREIMPRESAS							
INGRESOS							
VENTAS			US\$	T.C.	Bs.		
VENTAS AL CONTADO				6.96			
VENTAS AL CREDITO				6.96			
TOTAL VENTAS			0.00	6.96	0.00		
INGRESO A CAJA							
VENTAS AL CONTADO				6.96			
COBRANZAS				6.96			
TOTAL INGRESOS			0.00	6.96	0.00		
EGRESOS							
TOTAL EGRESOS		FACTURA	US\$	T.C	Bs.		
TOTAL EGRESOS			0.00	6.96	0.00		
EFECTIVO LIQUIDO EN CAJA			0.00	6.96	0.00		
TESORERIA:							
Detalle	No. Comp.	Fecha	US\$	T.C	Bs.		
Moneda Nacional				6.96			
				6.96			
				6.96			
Moneda Extranjera	No. Comp.	Fecha	US\$	T.C	Bs.		
				6.96			
				6.96			
				6.96			
TOTAL IMPORTE DEPOSITADO			0.00		0.00		
OBSERVACIONES			ELABORADO POR:			ADMINISTRACIÓN	

2.6.1 Contrato individual de trabajo por tiempo indefinido

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

POR TIEMPO INDEFINIDO

Conste por el presente documento privado, la celebración de un Contrato Individual de Trabajo sujeto al tenor y contenido de las cláusulas que a continuación se detallan:

PRIMERA: DE LAS PARTES: Concurren a su celebración las siguientes partes:

1. **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.**, Con domicilio legal en Av. san Luis, barrio San Luis de la ciudad de Tarija. Empresa representada legalmente por la señora Nimbania Aramayo Hoyos con cedula de identidad No. 7169881 TJA. En mérito del poder Notarial No. 398/2009, otorgado ante la notaria de fe pública No 12, del distrito judicial de Tarija de fecha 26 de junio del 2009, a cargo del Dr. Edgar Rosales Lijeron, que para los efectos de este contrato se denominará simplemente como “**EMPLEADOR**” , y por otra parte;
2. La Sra. **Delyse Cartagena Cáceres**, mayor de edad, hábil por ley, boliviana, con C.I. No 1045805 TJA, estado civil soltera, de ocupación u/o profesión estudiante, con domicilio en el B/ Los Chapacos C/Los Pinos y Av. 3, en lo sucesivo “**EL TRABAJADOR (A)**”.

SEGUNDA: ANTECEDENTES: **ACRICOLOR GRAFICA S.R.L.**, es una empresa legalmente constituida bajo las leyes del Estado Plurinacional de Bolivia, realizando sus actividades comerciales de manera formal a través de la matrícula de Comercio No 152057 y el Número de Identificación Tributaria (NIT) No. 166208027.

TERCERA: OBJETO: **ACRICOLOR GRAFICA S.R.L.**, contrata al **TRABAJADOR (A)** para que se desempeñe y realice actividades laborales como **JEFE COMERCIAL** con dependencia directa de **GERENCIA ADMINISTRATIVA** o en cualquier otra repartición que así **ACRICOLOR GRAFICA S.R.L.**, lo determine por razones de organización funcional interna.

CUARTA: FUNCIONES LABORALES: EL TRABAJADOR (A), debe desempeñar los trabajos específicos nominados en el presente contrato y ampliados en el **Anexo 1: Manual de Funciones**, documento que forma parte integrante e indivisible del presente contrato. Así como también aquellas otras funciones encomendadas acordes a su profesión o habilidades.

4.1.- Atención a clientes externos.

4.2.- Brindar asesoramiento en la venta.

4.3.- Controlar la integridad y la calidad de los materiales.

4.4.- Realizar informes mensuales de movimiento de clientes.

4.5.- Cumplir con todo tipo de función inherente al cargo que se le solicite.

Todas estas funciones meramente enunciativas y no limitativas, pudiendo la empresa de acuerdo a la naturaleza de sus actividades modificar y/o ampliar las mismas, de acuerdo a lo establecido en la Ley General del Trabajo.

QUINTA: NATURALEZA CONTRACTUAL: La naturaleza jurídica del presente contrato es de carácter estrictamente laboral; el mismo que se encuentra regulado por los artículos 5° , 6° , y 7° de su Decreto Reglamentario y los Decretos Supremos No 28299 y 28700, de fecha 01 de mayo del año 2006 respectivamente.

SEXTA: BENEFICIARIOS: Son beneficiarios del trabajador: Faustina Cáceres Rivera – Madre, Ivan Benicio Cartagena Cáceres- Hermano.

SEPTIMA: VIGENCIA: Se contrata al **TRABAJADOR (A)**, por un tiempo indefinido, a partir 18 de mayo de 2015 de la fecha de suscripción del presente documento, en sujeción a lo dispuesto por la ley General del Trabajo, quedando establecido el periodo de prueba de tres meses.

OCTAVA: REMUNERACION: **ACRICOLOR GRAFICA S.R.L.** pagará al **TRABAJADOR (A)**, un haber mensual a la suma de **Bs.- 2100 (Dos Mil Cien 00/100 Bolivianos)**, en calidad de remuneración mensual básica, mas comisiones mensuales de Bs

700 definidas en el tarifario de Comisiones establecido en arreglo a la políticas comerciales de la empresa, en sujeción a lo dispuesto por el artículo 6° del Decreto Supremo No 28699 de 1° de mayo de 2006.

NOVENA: JORNADA LABORAL: EL TRABAJADOR(A), se compromete a prestar sus servicios a **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.** Durante todos los días hábiles para el trabajo que se le ha asignado, y se sujetará al horario y normas establecidas en la disposiciones internas de control administrativo previstas por **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.** Las cuales son de su conocimiento. Asimismo, acatará los horarios de ingreso y salida de la fuente de trabajo de manera responsable y disciplinada.

De igual modo, **EL TRABAJADOR (A)** de confianza, no estará sometido a jornadas ordinarias de trabajo, de acuerdo a lo establecido por el artículo 46 de la Ley General del Trabajo en su segundo párrafo.

DECIMA: (DERECHOS, OBLIGACIONES PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR (A)), El TRABAJADOR tendrá las siguientes:

10.1 DERECHOS:

- a) A ser tratado con respecto y dignidad por parte de todos los trabajadores de la empresa, no pudiendo ser discriminado en ningún caso, en aplicación de la Carta Magna y la Ley Especial No 045.
- b) A condiciones laborales justas y equitativas.
- c) A la permanencia en sus cargos, no pudiendo ser despedidos sin que medie causal justificada de acuerdo con ley y normativa vigente.
- d) A ser remunerado de acuerdo con el régimen salarial vigente.
- e) A su afiliación a los sistemas de Seguridad Social a corto y largo plazo, de conformidad con las Leyes vigentes.
- f) A los derechos laborales y beneficios, así como a no ser discriminados por causa o razón alguna de acuerdo con ley.
- g) A la vacación anual determinada por ley de conformidad al artículo 44 la Ley General del Trabajo.

- h) A los periodos de descanso por maternidad, de acuerdo con el Código de Seguridad Social.
- i) A un ambiente adecuado, seguro, confortable y agradable para el desempeño de las tareas.
- j) **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.**, proporcionará los materiales, equipos, herramientas y otros necesarios para el desempeño de sus funciones, y para aquellos trabajadores que su función lo requiera también les proporcionara ropa de trabajo e implementos de seguridad. Asimismo cuidara que no exista ningún equipo o instalación que represente peligro para la salud y seguridad física de los trabajadores, debiendo estos cumplir estrictamente con las instrucciones de seguridad y uso de implementos y ropa del trabajo que les sean proporcionados por la empresa.
- k) A organizarse de acuerdo con normas legales vigentes principalmente lo dispuesto en la Constitución Política del Estado.
- l) A que se les expida un certificado de trabajo, en caso de retiro por cualquier causa, conforme lo establece la legislación laboral vigente.
- m) Al pago de desahucio y/o indemnización por tiempo de servicios, si por Ley les corresponde.
- n) A obsequios o bonificaciones extraordinarias por disposición de las autoridades superiores de **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.**, cuando las condiciones lo permitan o recomienden, como incentivo voluntario en reconocimiento a servicios prestados a la institución.
- o) Al ascenso, sustentado en la idoneidad, honorabilidad y responsabilidad.
- p) A su tecnificación, mediante programas de capacitación.
- q) Al respeto y consideración por la dignidad personal en la función que desempeña.
- r) A recibir la protección necesaria en materia de higiene y seguridad en el trabajo.
- s) A la protección contra el acoso sexual.
- t) A percibir pasajes y viáticos por viajes en comisión.
- u) A acceder a promociones horizontales y/o verticales, en el marco de los aspectos que puedan afectar el desarrollo de sus funciones.

- v) A representar en forma justificada y expresa las órdenes superiores contrarias a las disposiciones vigentes, observando la vía jerarquía que corresponda.
- w) A gozar de tolerancia en el horario de trabajo por periodo de lactancia u otros conforme lo establecen la normas legales vigentes.
- x)
- y) A recibir el apoyo moral de sus superiores cuando sea objeto de imputaciones, acusaciones u otros injustificados en el fiel cumplimiento de sus específicas funciones.

10.2 OBLIGACIONES:

- a) Conocer el presente contrato de trabajo y demás disposiciones que regulan sus actividades, para cumplir y hacer cumplir sus determinaciones, en forma oportuna y en el tiempo y lugar establecidos.
- b) Concurrir puntualmente al trabajo, prestando los servicios para los que fue contratado, con voluntad, responsabilidad y eficiencia.
- c) Tratar con respeto y dignidad a sus compañeros de trabajo, no pudiendo realizar actos de racismo ni discriminación de ninguna índole hacia ellos.
- d) A presentarse vestidos de acuerdo con las exigencias del puesto de trabajo, respetando las formalidades y seriedad que proyecta la empresa hacia sus clientes y otros.
- e) En los casos que así se requiera, a utilizar obligatoriamente la indumentaria, ropa e implemento de seguridad que les proporcionara la empresa.
- f) A cumplir estrictamente las normas de seguridad física establecidas por la empresa.
- g) Acatar las órdenes e instrucciones que impartan sus superiores.
- h) Mantener al día y en orden su trabajo.
- i) Guardar la lealtad a la empresa, respecto a sus superiores y cumplir sus instrucciones.
- j) En su relaciones con clientes internos y externos, prestar la atención que les sea requerida sin discriminación de ninguna clase.
- k) Cuidar el uso adecuado, tenencia y conservación de las maquinarias, instrumentos, materiales y útiles que se les confían para la ejecución de su trabajo, en caso de

extravió o daño se deberá dar parte de inmediato a sus superiores para el establecimiento de responsabilidades.

- l) Observar buena conducta dentro y fuera de la institución evitando conflictos y comentarios que puedan lesionar a la empresa o a la honorabilidad de sus superiores y/o compañeros de trabajo.
- m) Comunicar inmediatamente a sus superiores sobre conflictos y reyertas producidas en el trabajo, previniendo cualquier peligro que pudiera ocasionar perjuicios tanto a las instalaciones como a la seguridad de los propios trabajadores.
- n) A tender a los clientes y público en general con la cortesía necesaria facilitando en lo posible la orientación necesaria.
- o) Guardar absoluta reserva sobre las operaciones de la empresa, manuales de procedimientos, manuales de funciones, organización interna y/o cualquier documentación relativa a las actividades de la empresa, los cuales deberán ser cuidadosamente guardados y custodiados, prohibiéndose ser copiados, exhibidos o prestados a personas ajenas a la empresa sin la debida autorización.
- p) Rehusar a recibir recompensas y/u otras ventajas de terceras personas con motivos del no – ejercicio de sus funciones, dando cuenta a sus superiores inmediatos de estos ofrecimientos e informándoles asimismo de cualquier hecho que represente un daño o perjuicio para los intereses de la empresa.
- q) Tener actualizada la documentación referente a su domicilio, familiares a su cargo, cambios de estado civil, dirección y otra información personal que se requiera.
- r) Los trabajadores y trabajadoras deberán informar a la gerencia de recursos humanos y/o Gerencia administrativa sobre el estado de gestación a los efectos de provisionar los beneficios correspondientes.
- s) Cuando sea objeto de rotación o transferencia, deberá instruir minuciosamente al reemplazante respecto a las funciones del cargo, asuntos pendientes y entregar todo el material a su cargo, asumiendo el reemplazante la responsabilidad a partir del remplazo.
- t) Velar por la conservación y el buen uso de material y útiles de escritorio, muebles, maquinas, equipos, y demás patrimonio de la empresa.

- u) Evitar la comisión de actos de imprudencia que afecten la seguridad de personas y bienes de la empresa
- v) Usar los bienes materiales, equipos, computadoras y software únicamente para los fines a que estén destinados.
- w) Usar el internet solo para cuestiones relacionadas con el trabajo, estando prohibidos de utilizar el internet en redes sociales como Facebook, Messenger, chat, otros.
- x) Responsabilizarse personalmente por las perdidos y/o danos a bienes o fallas en dinero o valores bajo su cargo o responsabilidad, estando obligado a reponerlas dentro de las 48 horas de producida la pérdida.
- y) Procurar su permanente capacitación profesional y/o técnica en el servicio de la empresa concurriendo a los cursos o eventos que organice la misma para su capacitación.
- z) Comunicar a su inmediato superior para ausentarse de su puesto de trabajo, informando los motivos, el tiempo y el lugar donde podrá ser encontrado.
- aa) Presentar sus solicitudes, reclamos o sugerencias, respetando el conducto regular establecido en la estructura jerárquica en la empresa. En caso de falta de atención por dos veces consecutivas o de disconformidad con la respuesta, acompañando antecedentes podrá recurrir a los niveles superiores.
- bb) Acatar y cumplir las órdenes de transferencia o rotación justificada de un puesto de trabajo a otro, siempre y cuando no sea rebajado su sueldo bajo de considerarse abandono de trabajo y producirse el retiro vencido los seis desde el momento en que debía constituirse en su nueva ubicación. Este plazo será suspendido, si existe representación escrita que merezca consideración de los niveles superiores.
- cc) Al finalizar el trabajo tanto a medio día como en la tarde cada funcionario deberá guardar y/o archivar toda la documentación que se encuentre bajo su responsabilidad, no pudiendo quedar a la vista y/o sobre su escritorio documentación de ninguna naturaleza.
- dd) Bajo ninguna circunstancia ningún documento o fotocopia podrá echarse al basurero, simplemente arrugado o doblado, la misma deberá ser destruida.
- ee) Al fotocopiar documentos, no puede quedar en las maquinas o en el basurero ningún tipo de documentos fotocopiado y que el funcionario la deje sin destruir u olvidado.

- ff) Al finalizar el trabajo tanto de medio día como en la tarde el funcionario deberá apagar los equipos de computación y cualquier aparato eléctrico o electrónico a su cargo.
- gg) Cumplir con las directrices o instrucciones, pudiendo representarlas por escrito si las consideran lesivas a la ley, la ética o los intereses de la Empresa.
- hh) Otras que le sean impartidas por la empresa a través de su supervisor inmediato, Gerente de Área, Gerencia de Recursos Humanos, Gerente Administrativo o Gerente General.

10.3 PROHIBICIONES:

- a) Efectuar o hacer ejecutar con los subalternos, colegas de unidad u otras unidades, actividades distintas al trabajo y ajenas a la empresa, de servicio particular o beneficio propio.
- b) Recibir gratificaciones de cualquier naturaleza por servicios prestados como funcionarios de la empresa.
- c) Utilizar con fines particulares los elementos, equipos y útiles de la empresa, así como sacarlos fuera de sus propias instalaciones.
- d) Utilizar el internet para cuestiones particulares, principalmente accediendo a redes sociales tales como Facebook, Messenger, chat, etc., ya sea en equipos de la empresa y/o equipos propios o celulares en los horarios de trabajo.
- e) Atender asuntos o negocios particulares durante la jornada de trabajo.
- f) Ausentarse de las oficinas de la empresa en las horas de trabajo, sin autorización del inmediato superior.
- g) Revelar documentos, datos o informaciones de la empresa a personas o entidades ajenas, incurriendo en infidencia o deslealtad hacia la empresa.
- h) Demorar injustificadamente y/o por negligencia la ejecución de los trabajos recomendados.
- i) Realizar propaganda o actividad política en la empresa.
- j) Internar por sí mismo o valiéndose de otras personas bebidas alcohólicas, estupefacientes o cualquier producto peligroso a los lugares de trabajo y/o presentarse en estado de ebriedad, antes durante o después de la jornada de trabajo.

- k) Portar armas de fuego, blancas, objetos punzocortantes, otras, dentro de las instalaciones de la empresa o en vehículos de la empresa.
- l) Abandonar el lugar de trabajo, una vez indicadas las labores antes de completar la jornada diaria o de cumplir los trabajos encomendados por los superiores, salvo causa justificada y previo permiso del jefe inmediato.
- m) Abusar en el uso del teléfono con asuntos particulares y/o usando sin autorización en llamadas de larga distancia.
- n) Organizar juegos y rifas de cualquier tipo, o vender objetos durante las horas de trabajo o instalaciones de la empresa.
- o) El recibir visitas de orden personal en horas de trabajo, excepto aquellas de carácter urgencia.
- p) Abusar de bebidas alcohólicas, y en general descuidar sus hábitos y costumbres al extremo de desacreditarse moralmente.
- q) Incurrir en actos de disciplina que alteren el normal desenvolvimiento del trabajo, o que provoquen disturbios o agresiones de hecho dentro de la empresa.

DECIMA PRIMERA: RESPONSABILIDAD: EL TRABAJADOR se compromete y obliga a prestar sus servicios de acuerdo con las normas éticas, honradez, eficiencia y responsabilidad.

ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L. , aplicara el Art. 16 de la ley general del trabajo cuando el **TRABAJADOR (A)** adecue su conducta en las siguientes causales:

11.1.- Perjuicio material causado con intención en los instrumentos de trabajo.

11.2.- Revelación de secretos industriales.

11.3.- Omisiones o imprudencia que afecten a la seguridad o higiene industrial.

11.4.- El incumplimiento total o parcial de este contrato.

11.5.- Robo y Hurto del trabajador.

EL TRABAJADOR (A), se obliga a reponer en dinero o en especie, en caso de destrucción o extravió culposo, desinteresado u omisión, los bienes muebles, herramientas de trabajo y otros que se le confieran y entreguen para el desempeño de sus funciones.

DECIMA SEGUNDA: RECISION: El presente contrato podrá rescindirse por cualesquiera de las causales indicadas en el artículo 16º, y en caso distinto, se estará a lo dispuesto del artículo 13º de la Ley General del trabajo.

DECIMA TERCERA : CONFIDENCIALIDAD: **EL TRABAJADOR (A)** , se compromete a guardar absoluta confidencialidad y reserva con relación a los datos, documentos, procedimientos, informaciones relacionados con el trabajo de **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L** por razones de secreto industrial – comercial, haciéndose pasible a las sanciones penales, civiles y/o labores previstas por ley.

DECIMA CUARTA : CONFORMIDAD: Ambas partes contratantes, declaramos nuestra plena conformidad y aceptación a todas y cada una de las clausulas precedentes, obligándonos a su fiel y estricto cumplimiento, el mismo que con la intervención de la Dirección Departamental del Trabajo, surtirá eficacia jurídica, firmando el presente en dos ejemplares de un mismo tenor y efecto.

Tarija, 18 de Mayo del 2015

Delyse Cartagena Cáceres
EL TRABAJADOR (A)

Nimbania Aramayo Hoyos
GERENTE GENERAL

2.6.2 Contrato de compra venta con reserva de propiedad

CONTRATO DE COMPRA VENTA CON RESERVA DE PROPIEDAD

SEÑOR NOTARIO DE FE PÚBLICA

En los registros de escrituras públicas que corren a su cargo, sírvase Usted registrar el presente Contrato de Compra Venta con Reserva de Propiedad, que a solo reconocimiento de firmas y rúbricas podrá ser elevado a Instrumento Público, sujeto al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- (Partes).- Intervienen en la suscripción del presente documento, las siguientes partes:

1.1 ACRICOLOR GRAFICA S.R.L., empresa legalmente establecida en el país con NIT N° 166208027, con domicilio en el barrio San Luis Av. San Luis de la ciudad de Tarija, inscrita en el Registro de Comercio (FUNDEMPRESA), bajo la matrícula No. 152057, representada legalmente por **MARIOLY PANIAGUA CARMONA** con cédula de identidad N° 4566235 S.C., en mérito al Poder No. 1138/2016 de fecha 28 de Septiembre del 2016, otorgado por la Notaria No. 59 del Distrito Judicial de Santa Cruz a cargo de la Dra. Gaby Elfy Caballero, que en lo sucesivo se denominará **VENDEDORA**.

1.2 Maria Lidia Jijena Zenteno con C.I. No 1780049 Tarija con Nit: 1780049013 con domicilio legal en Calle Campero 1084 B/ San Roque en la ciudad de Tarija, que para los efectos de este contrato, se denominará simplemente como **“EL COMPRADOR”**.

1.3 A los efectos del presente contrato, las personas especificadas en los numerales 1.1 y 1.2 anteriores se denominan en conjunto Partes y cada una de ellas, individualmente, se denomina Parte.

SEGUNDA.- (Naturaleza del Contrato).- El presente contrato es suscrito de acuerdo a lo señalado por el Art. 584 y 585 del Código Civil vigente, por tanto el Comprador adquiere la propiedad de la cosa pagando la ultima cuota, pero asume los riesgos a partir de la entrega realizada por el Vendedor. La naturaleza del presente Contrato estrictamente civil, sin que exista ninguna relación laboral entre los contratantes.

TERCERA.- (Objeto del Contrato).- Mediante el presente Contrato, el **VENDEDOR**, se obliga a la provisión de una maquina **“ROLAND RT640, con 1 cabezal TFP 14 PL, Tintas (C,M,Y,K)**, incluye **Versaworks RIP y Photoprint, resolución 1440 DPI**,

incluye 1 kit TINTA Kiian para sublimación , (solo papel de sublimación) medidas 1.60 cmts.

En concordancia con las características de la maquina se encuentran precisadas en el documento que forma parte integrante de este contrato.

CUARTA.- (Valor y Forma de Pago).- EL COMPRADOR, se obliga a pagar al **VENDEDOR** el monto equivalente a **U\$S20.999.- (Veinte mil novecientos noventa y nueve 00/100 Dólares Americanos)**, por el equipo **ROLAND RT640**.

Y la forma de pago será detallada a continuación:

- \$US. 2.000.- (DOS MIL 00/100 DOLARES AMERICANOS) en calidad de anticipo y para la facturación del equipo.
- \$US. 12.000.- (DOCE MIL 00/100 DOLARES AMERICANOS) será cancelado hasta el 07 de marzo del año en curso para la entrega e instalación del equipo.

Y el saldo de \$US. 7.000.- (SIETE MIL 00/100 DOLARES AMERICANOS) será financiado a 05 meses con una cuota mensual de \$US 1.400 (UN MIL CUATROCIENTOS 00/100 Dolares Americanos). Detallado a continuación:

- \$US. 1.400.- (UN MIL CUATROCIENTOS 00/100 DOLARES AMERICANOS) en fecha 15 de marzo del 2018
- \$US. 1.400.- (UN MIL CUATROCIENTOS 00/100 DOLARES AMERICANOS) en fecha 16 de abril del 2018
- \$US. 1.400.- (UN MIL CUATROCIENTOS 00/100 DOLARES AMERICANOS) en fecha 15 de mayo del 2018
- \$US. 1.400.- (UN MIL CUATROCIENTOS 00/100 DOLARES AMERICANOS) en fecha 15 de junio del 2018
- \$US. 1.400.- (UN MIL CUATROCIENTOS 00/100 DOLARES AMERICANOS) en fecha 16 de julio del 2018

Los gastos por el transporte de la maquina desde los almacenes de La Empresa hasta el lugar de instalación siempre y cuando esta no esté en las ciudades de Tarija, , así como los gastos de adecuación del espacio físico de propiedad del Cliente, donde se instalará, serán cancelados en su totalidad por el Comprador. En caso de que no se hayan cumplido con las adecuaciones requeridas por la Empresa en lugar donde se instalara el equipo, la Empresa no podrá otorgar las garantías descritas en el presente contrato.

QUINTA.- (Del Plazo y Lugar de Entrega del Equipo).- La máquina, deberán ser entregadas e instaladas en el domicilio que el cliente señale en la ciudad de Tarija Se aclara que cuando el lugar de entrega este fuera del radio urbano de la ciudad de Tarija el costo del transporte estará a cargo del comprador.

El tiempo de entrega se respetará, salvo acuerdo de partes, expresado mediante una Adenda, en caso de necesidad de ampliación del plazo de entrega por situaciones de Casos Fortuitos y/o de Fuerza Mayor, u otros que las partes de común acuerdo consideren justificados. Cuando se atribuya el atraso a casos fortuitos y/o de fuerza mayor EL VENDEDOR, hará conocer mediante forma escrita en el plazo máximo de 48 horas computables desde el momento del suceso, a la otra parte, quien deberá dar su conformidad de forma escrita.

SEXTA.- (Caso Fortuito y/o Causas de Fuerza Mayor).-

Ninguna de las partes será considerada como responsable, ni estará sujeta a la imposición de sanciones, cuando el incumplimiento sea motivado por caso fortuito o de fuerza mayor en concordancia con lo previsto en la cláusula precedente.

Se entiende por caso fortuito un obstáculo externo imprevisto o inevitable que origina una fuerza extraña al hombre y que impide el cumplimiento de la obligación (ejemplo: incendios, inundaciones y otros desastres naturales). Se considera fuerza mayor al obstáculo interno atribuible al hombre, imprevisto e inevitable, proveniente de las condiciones mismas en que la obligación debía ser cumplida (ejemplo: conmociones civiles, huelgas, bloqueos, revoluciones, etc.)

SEPTIMA.- (Garantías).-

La garantía que otorga por el Vendedor es de 2 años sobre el equipo y el cabezal 8 millones de disparos en el equipo ROLAND RT640 y 1 año de garantía sobre la PLANCHA PTS 950

- 7.1. Es obligación de EL COMPRADOR seguir a cabalidad el “manual de requerimientos de instalación, cuidados y procedimientos de uso y mantenimiento de la maquina”, adjunto al presente contrato siendo parte integral e indivisible del mismo.
- 7.2. En caso de presentarse cualquier tipo de problema en la maquina posterior a la instalación de la misma, el técnico autorizado de ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L. deberá realizar un peritaje para determinar la causa del mismo, si el problema fuera por causas de descuido o negligencia o falta de los cuidados establecidos en el “manual de requerimientos de instalación, cuidados y procedimientos de uso y mantenimiento de la maquina”, esto correrá por parte del COMPRADOR, deslindando al VENDEDOR de toda responsabilidad. En caso de que fuera un problema electrónico y la garantía estuviera dentro del tiempo establecido en este contrato, el VENDEDOR se compromete a hacer las gestiones con el proveedor/fabricante de la máquina, en calidad de mediador, con la finalidad de buscar la mejor forma de subsanar dichas fallas. Mientras tanto dure la gestión el VENDEDOR proveerá el repuesto hasta que llegue la garantía. Si el peritaje antes mencionado no está de acuerdo el Comprador se procederá a buscar un perito neutral para que de su informe, debiendo las partes sujetarse como la última instancia.

- 7.3. La garantía será computable a partir de la instalación de la maquina en el domicilio del COMPRADOR.
- 7.4. ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L. hará la entrega de las especificaciones de cuidados y mantenimiento que el cliente debe tener con los equipos para evitar cualquier contratiempo y exigirá para la instalación los requisitos entregados previamente al cliente sobre la parte eléctrica. Mientras no haga la entrega de las especificaciones de cuidados y mantenimiento el VENDEDOR asume las responsabilidades de este caso.
- 7.5. El VENDEDOR se compromete a realizar la capacitación del operador por una única vez hasta que pueda operar al 100% la máquina, posterior a la instalación, si el comprador, por alguna razón vuelve a solicitar capacitación de operadores durante el año de garantía esta deberá ser cancelada según horas técnicas, ya que se encuentran fuera de obligación del vendedor. Asimismo cuando por cualquier causa el comprador suspenda las capacitaciones, deberá cancelarlas cuando vuelva a solicitarlas.
- 7.6. El comprador deberá asumir los costos de transporte, alojamientos y viaticos de los capacitadores cuando se el lugar donde se instalo la maquina sea fuera del radio urbano de la ciudad de Tarija o sea en cualquier lugar del resto del país.
- 7.7. La asistencia técnica deberá hacerse a través de la página de soporte técnico vía online, misma que esta generara un caso para hacer seguimiento y asistencia técnica al comprador, el tiempo de atención en ciudades donde la compañía tiene técnicos de base, es de máximo de 24 horas, en ciudades fuera del área se asistirá con un tiempo de 48 a 72 hrs máximo. Cuando no exista un caso asignado en la página la empresa no se responsabiliza por un soporte rápido y eficaz, no está permitido hacer verbalmente casos con vendedores o técnicos pues la información se distorsiona.

OCTAVA.- (Multas y Sanciones para el Comprador).- En caso que el Comprador desista de la Compra después de la suscripción de este contrato y quiera resolverlo el mismo, las partes acuerdan que será pasible a una sanción económica (es el 30% del valor total) \$US 6.299.70.- (SEIS MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y NUEVE 70/100 DOLARES AMERICANOS) suma que será deducida del pago que el Comprador otorgo en calidad de anticipo al Vendedor.

NOVENA.- (Derechos y Obligaciones del VENDEDOR).-

9.1 EL VENDEDOR, tiene derecho a recibir la retribución conforme a lo acordado en el presente contrato y tiene la obligación de cumplir con los términos del mismo.

9.2 EL VENDEDOR, tiene la obligación de cumplir las condiciones de garantía ofertadas en la cláusula séptima.

9.3 EL VENDEDOR, declara y garantiza que la máquina, objeto de este contrato, han sido internados legalmente en Bolivia con todas las autorizaciones y requisitos que exigen las leyes.

DÉCIMA.- (Derechos y Obligaciones del COMPRADOR).-

10.1 EL COMPRADOR, tiene el derecho a exigir el cumplimiento de los plazos de entrega y cumplimiento de garantías por parte del **VENDEDOR**.

10.2 EL COMPRADOR, tiene la obligación de cancelar la retribución en la forma acordada en el presente contrato.

10.3.- EI COMPRADOR, tiene la obligación de cumplir con los requerimientos de adecuación del espacio físico e instalación, para que el Comprador tenga las condiciones para realizar la instalación del equipo de acuerdo a lo expresado.

DECIMA PRIMERA.- (CESION O TRANSFERENCIA DEL CONTRATO).-

Las partes, no podrán ceder o transferir en todo o en parte los derechos y obligaciones que emanen del presente Contrato sin autorización previa por escrito de la otra parte.

DECIMA SEGUNDA.- (DE LA RESOLUCIÓN DEL CONTRATO Y SUS EFECTOS).-

12.1 El presente contrato únicamente podrá ser resuelto de pleno derecho y sin necesidad de intervención judicial, de la siguiente manera:

- a) Mutuo acuerdo de partes.
- b) Incumplimiento del presente contrato, debiendo cancelar el Cliente una multa idéntica a la estipulada en la cláusula octava, por el uso. Asimismo daños y perjuicios de acuerdo a la verificación del estado del equipo.
- c) Resolución unilateral por cualquiera de las partes, siendo suficiente para ello una comunicación escrita, con una anticipación de 10 días, sin necesidad de requerimiento judicial o extrajudicial.

12.2 Una vez producida la resolución, las Partes quedarán sometidas y obligadas al cumplimiento de cualquier obligación que hubiera sido generada o producida antes de la resolución, hasta su conclusión en los términos del presente contrato.

DECIMA TERCERA.- (VALOR DE DOCUMENTO).- De igual forma se establece que en el caso de que el presente documento sea reconocido en sus firmas ante notario de Fe Pública, tendrá la calidad de Instrumento Público, como así también podrá ser tomado como instrumento privado.

DÉCIMA CUARTA.- (Conformidad). Nosotros, Por una parte, **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.** Representado por la señora Marioly Paniagua Carmona y por otra parte la Señora **Maria Lidia Jijena Zenteno** expresamos nuestra plena conformidad con todas las cláusulas del presente contrato, comprometiéndonos a su fiel y estricto cumplimiento, en fe de ello, suscribimos en triple ejemplar de un mismo tenor. Usted Señor Notario, sírvase incluir las cláusulas de estilo y seguridad. Tarija, 28 de Febrero del 2018.

Marioly Paniagua Carmona
Representante Legal
ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.
VENDEDOR

María Lidia Jijena Zenteno
COMPRADOR

2.6.3 Acuerdo comercial

ACUERDO COMERCIAL

Conste por el presente ACUERDO COMERCIAL, mismo que podrá ser considerado como instrumento público con el solo requerimiento de cualquiera de las partes, suscrito al tenor de las siguientes cláusulas y condiciones:

PRIMERA.- (PARTES INTERVIENTES).- Son partes intervinientes de este contrato:

- 1.1. **ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.**, empresa legalmente establecida en el país con NIT N° 166208027, con domicilio barrio San Luis Av San Luis, inscrita en el Registro de Comercio (FUNDEMPRESA), bajo la matrícula No. 152057, representada legalmente por **MARIOLY PANIAGUA CARMONA** con cédula de identidad N° 4566235 S.C., en mérito al Poder No. 1138/2016 de fecha 28 de Septiembre del 2016, otorgado por la Notaria No. 59 del Distrito Judicial de Santa Cruz a cargo de la Dra. Gaby Elfy Caballero, que en lo sucesivo se denominará **“LA EMPRESA”**
- 1.2. **DAYSÍ VILLENA CARDOZO**, con Nit No. 1867778014, empresa unipersonal, con matrícula de comercio (Fundempresa) No. 00181221, representada legalmente por su propietaria la señora **DAYSÍ VILLENA CARDOZO**, con cédula de identidad No. 186778 Tarija, mayor de edad hábil por derecho, que para los efectos de este contrato se denominará simplemente como **“EL CLIENTE”**.

SEGUNDA.- (OBJETO).- El presente acuerdo comercial tiene por objeto regular precios preferenciales para el cliente como mayorista que se dedicara a distribuir diversos productos que comercializa la empresa:

- 2.1. La empresa fijara los precios, de los productos vinilo blanco y lona de 8, 10, 12 y 13 oz, de acuerdo a sus políticas expresadas en sus líneas de descuentos como ser: líneas de descuentos azules y líneas de descuentos naranjas para las ventas por rollos. Al presente acuerdo se adjuntarán los listados. Cuando estos sufran modificaciones, se hará conocer al distribuir por correo electrónico para que pueda obtener las promociones o tomar sus provisiones en los casos que sean incrementados.
- 2.2. El Distribuidor podrá fijar el precio de la venta al por menor para los productos que no están detallados en el punto anterior.

- 2.3. Cuando la empresa realice la venta directa de rollos de vinilo blanco y lona de 8, 10, 12 y 13 oz, cancelara una comisión del 5% del valor de la venta neta al Distribuidor.
- 2.4. La empresa realizara un descuento del 5% en vinilo blanco y lona de 8, 10, 12 y 13 oz. Al distribuidor.


TERCERA.- (VIGENCIA).- El presente acuerdo comercial rige a partir de la firma del mismo, hasta que las partes consideren oportuno resolverlo. Asimismo declaran que los acuerdos anteriores, quedan sin efecto alguno, por tanto, la nueva relación comercial estará basada solo en lo pactado en el presente documento.

CUARTA.- (CONFORMIDAD).- Las partes descritas en la cláusula primera, declaran su conformidad y aceptación con todo lo expuesto en el presente acuerdo comercial, en señal de conformidad en doble ejemplar de un mismo tenor. Tarija, 03 de Octubre del 2017.

Marioly Paniagua Carmona
Representante Legal
ACRICOLOR GRAFICA S.R.L.

Daysi Villena Cardozo
CLIENTE

2.6.4 Facturación y anulación de facturas

	PROCEDIMIENTO	Página: 1
	FACTURACION Y ANULACION DE FACTURAS	Código: PR-RB-RME-01
		Fecha: 02/01/2019

1. OBJETIVO

- ❖ Gestionar todas las anulaciones de facturas, coordinando con las áreas involucradas, para optimizar los recursos, teniendo un buen control de las devoluciones, con los respaldos correspondientes.
- ❖ Minimizar el número de anulaciones que conlleva a devoluciones, ya que el procesar las mismas genera un costo logístico el cual resta la rentabilidad.

2. ALCANCE

- ❖ El procedimiento aplica a toda facturación y anulación de facturas según los motivos y circunstancias.

3. RESPONSABLES


Son responsables todas las áreas involucradas, para poder iniciar y terminar el proceso de facturación y anulación de facturas:

FACTURACION

- ❖ **Promotor(a).** - solicitar la factura indicando el nombre del cliente, código, NIT, etc.
- ❖ **Facturador.-** Realizar la factura y levantar los pedidos de los promotores. Una vez este la nota en el sistema, recuperar, imprimir y registrarlas.

ANULACIÓN

- ❖ **Promotor.-** Solicitar la anulación indicando el motivo y la causa de anulación. (Tienda cerrada, error de cantidades, cliente sin dinero, error de ítem, ventas al raleo, etc.).
- ❖ **Chofer.-** Recoger y revisar la mercadería en físico, comparando con la factura, para llevar al Almacén.
- ❖ **Encargado de Despacho.-** Verificar la mercadería y gestionar la anulación de factura.
- ❖ **Auxiliar de Despacho.-** Llenar el formulario de anulación adjuntando una copia de la nota de entrega, en la cual indique el motivo por el cual se anulara la factura.
- ❖ **Auxiliar de Almacén.-** Enviar correo al supervisor de despacho solicitando su aprobación para proceder con la anulación de la factura.
- ❖ **Supervisor de Despacho:** Verificar y validar la mercadería en cuanto a cantidad, color y estado físico del producto, dando el visto bueno vía correo para la respectiva anulación de la factura.

	PROCEDIMIENTO	Página: 2
	FACTURACION Y ANULACION DE FACTURAS	Código: PR-RB-RME-01
		Fecha: 02/01/2019

- ❖ **Contabilidad.-** Proceder a la anulación indicando el número correspondiente de las anulaciones de facturas, siempre y cuando tenga el visto bueno del supervisor de despacho.
- ❖ **Facturador.-** Reemplazar la factura anulada, teniendo en cuenta las modificaciones del motivo de la anulación de la factura.

4. DEFINICIONES

Anulación. - La anulación debe ser justificada, no se puede anular por errores humanos, como nombre, NIT ya que estarían restando en la sinergia de la empresa, lo que se busca es sumar, aportar.

Recepción. - recibir físicamente la mercadería observada, a anular para luego ser guardada en su respectivo lugar.


5. DOCUMENTACION APLICABLE

Norma ISO 9001:2015

6. MOTIVOS DE ANULACION

Los motivos por los cuales se solicita la anulación de una factura son los siguientes:

- ❖ Cliente no quiso
- ❖ Cliente sin dinero
- ❖ Error de nombre/NIT
- ❖ Tienda cerrada
- ❖ Mercadería no enviada
- ❖ Aumento de pedido
- ❖ Factura del mes anterior
- ❖ Error de cantidades
- ❖ Producto en mal estado
- ❖ Ventas al raleo

	PROCEDIMIENTO	Página: 2
	FACTURACION Y ANULACION DE FACTURAS	Código: PR-RB-RME-01
		Fecha: 02/01/2019


7. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

FACTURACIÓN

- a) El **Promotor/asesor** realiza el pedido a Facturación de forma personal o mediante teléfono, indicando el nombre del cliente, código, NIT, dirección a la cual se debe entregar el producto, etc.
- b) El **Facturador** se encarga de levantar el pedido y la factura.
- c) Posteriormente, el facturador de Almacén recupera la nota y la factura para luego proceder a su impresión, registrando en un documento el número de nota, el nombre del cliente y del promotor.
- d) Una vez registrado e impreso, la nota y la factura pasan al área de despacho para su respectivo picking.

ANULACION DE FACTURA

- a) El **Promotor** solicita la anulación de factura mediante teléfono o correo electrónico, indicando el motivo por el cual se anulara la factura, esta información debe ser clara ya que ayudara a seguir los siguientes lineamientos del procedimiento.
- b) El **Chofer** se encarga de recoger y llevar la mercadería al almacén, revisa la cantidad y el estado físico de la mercadería en el punto de devolución, si todo está conforme según factura y estado físico hace llegar la mercadería al almacén, si existe alguna discrepancia en cuanto a cantidades, colores o estado físico, se comunica con su inmediato superior para reportar el caso y seguir las instrucciones.
- c) El **Encargado de Despacho** recepción y revisa la mercadería, realizando un control en físico comparando con la factura, dejando toda la mercadería en el área de anulaciones, poniendo el motivo por el cual se anulará la factura.
- d) El **Auxiliar de Despacho** realiza el levantamiento de datos, llenando el formulario de anulación, adjuntando una copia de la nota se las entrega al auxiliar de almacén.


	PROCEDIMIENTO	Página: 2
	FACTURACION Y ANULACION DE FACTURAS	Código: PR-RB-RME-01
		Fecha: 02/01/2019

- e) El **Auxiliar de Almacén** envía un correo electrónico diario hasta las 16:00 PM, llenando un formato de anulaciones donde se especifica el número de facturas a anular, numero de factura, nombre del cliente, motivo de anulación, nombre del promotor, nombre del chofer, etc. Dejando una columna en blanco, para que el área de contabilidad adjunte el número de anulación que corresponde. Las áreas involucradas en el correo son: almacén, comercial, contabilidad, finanzas.
- f) El **Supervisor de Despacho** da el visto bueno confirmando la solicitud de anulación vía correo y firmando el formulario físico de anulaciones, hasta las 16:30 PM, y delega para que se guarde la mercadería a su respectivo lugar. Se genera un registro de anulaciones teniendo una base de datos, para poder proyectar un informe mensual en cuanto al costo total por anulaciones y número de anulaciones mensuales, para poder analizar y dar soluciones a las falencias.
- g) Con la aprobación del supervisor, el **Área Contable** procede a generar el número de anulación de factura para cada anulación solicitada, vía correo como máximo hasta las 16:45 PM.
- h) Una vez se finaliza el proceso de anulación, el **Facturador** debe reemplazar la factura anulada haciendo mención en la glosa que reemplaza un número de factura. Todo el proceso debe estar cerrado como máximo hasta las 17:30 PM.

8. RECOMENDACIONES

- 8.1** Tomar en cuenta el motivo por el cual se anuló, que tipo de anulación es (total o parcial).
- 8.2** Reemplazar correctamente en cuanto a cantidades, color, nombre, NIT, forma de pago, etc.
- 8.3** Se debe tomar en cuenta que toda anulación genera un costo, una erogación de flujo, una salida de dinero, una desventaja competitiva en cuanto a rentabilidad, Que resta a toda la empresa. Los costos que influyen en una anulación son:
- ❖ Costo administrativo
 - ❖ Costo operativo
 - ❖ Costo de transporte
 - ❖ Costo logístico
 - ❖ Costo de distribución

2.6.5 Procedimiento de cambio de producto

	PROCEDIMIENTO	Página: 1
	CAMBIO DE PRODUCTO	Código: PR-RB-RME-02
		Fecha:31/12/2018

1. OBJETIVO

- Gestionar el cambio de producto, cuando así amerite las circunstancias, para satisfacer al 100% las necesidades de nuestros clientes. Saber escucharlo, tomarle la palabra y darle la solución en el menor tiempo posible.
- Minimizar el número de devoluciones realizadas, ya que aportan valor alguno a la cadena de suministro y transporte, suponiendo un coste innecesario.

2. ALCANCE

- El procedimiento aplica a todo cambio de producto, siempre y cuando el producto este en mal estado y no tenga alguna alteración por parte del cliente.


3. RESPONSABLES

Vendedores y/o Asesores Comerciales. - Atender la queja del cliente y realizar la solicitud de devolución de mercancía del cliente. Llenar el Formulario N° II, indicando el motivo, causa y acción a tomar. Tomar decisiones y dar seguimiento a la queja.

Jefe de Almacén/ Comercial/ Calidad. – Toma de decisiones y autorizaciones, para salvar guardar los intereses de la empresa, para cambio físico o rechazo del producto devuelto. **(Ver política de devolución).**

Repartidor. - Verificar la información de validación de cliente contra la mercancía que está recogiendo.

Encargado de despacho. – Verificar la documentación y mercancía en mal estado, entregado por el personal de ventas.

	PROCEDIMIENTO	Página: 2
	CAMBIO DE PRODUCTO	Código: PR-RB-RME-02
		Fecha:31/12/2018

4. DEFINICIONES

Cambio: Acción de reponer, intercambiar.

Alteración: Modificación algún objeto.


5. DOCUMENTACION APLICABLE

Norma ISO 9001:2015

6. TIPOLOGIA DE DEVOLUCION


Clasificación de devoluciones

- Entrega de más de material solicitado
- Entrega de material no solicitado
- Producto defectuoso o en mal estado
- Producto deteriorado en transporte
- Producto caducado
- Producto con pronta caducidad
- Condiciones de almacenamientos incorrectas
- No se ajusta a las necesidades solicitadas
- Pedido duplicado
- Envase en mal estado

	PROCEDIMIENTO	Página: 3
	CAMBIO DE PRODUCTO	Código: PR-RB-RME-02
		Fecha:31/12/2018

7. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

- a) El **Vendedor/ Asesor Comercial** que reciba una queja del cliente sobre un producto, deberá reportarlo y realizar la solicitud de devolución (Formulario N°II) y dar seguimiento.
- b) El **Vendedor/ Asesor Comercial** deberá asistir para atender la queja, realizando pruebas de funcionalidad del producto, para la toma de decisiones en cuanto a una posible devolución (ver historial de cliente en caso de reincidencia en devoluciones).
- c) La entidad **ADMINISTRATIVA (Jefe Comercial/ Almacén/ Calidad)** corrobora la documentación para aceptar o rechazar la devolución donde deberá tomar en cuenta las **políticas de devolución** del almacén del centro de distribución.
- d) Si esta es aceptada se entrega la documentación al **REPARTIDOR** para recoger el producto en mal estado.
- e) Al recibir el producto físicamente se debe corroborar los datos de la documentación, el producto en físico y firmar como acuerdo e identificar el producto y separar.
- f) El **Encargado de despacho**, deberá identificar el material devuelto a cambiar, revisar la documentación entregada por el repartidor y reportar al **Jefe de Almacén** quien dará la autorización para el cambio de producto.
- g) El **Jefe de almacén** emitirá un informe de confirmación de recepción del producto y la autorización para realizar el cambio del producto. Si se desea agregar otro producto deberá anexar la documentación correspondiente.
- h) La devolución deberá estar lista antes que el camión llegue al centro de distribución tanto físicamente como en documentación. **NOTA:** Previamente revisada y verificada por el **Encargado de despacho**.
- i) Entregar al **chofer de almacén** el producto y documentación, el verificará la cantidad de producto a devolver en el documento y firmará como **RECIBIDO**, si este no firma será responsabilidad del Encargado de almacén.

	PROCEDIMIENTO	Página: 4
	CAMBIO DE PRODUCTO	Código: PR-RB-RME-02
		Fecha:31/12/2018


- j) El producto devuelto en mal estado pasara a un proceso de recuperación y/o devolución a fábrica en caso de que sea un producto de Coral.
- k) La persona responsable de la recuperación y/o devolución emitirá un informe del estado actual en cual se encuentra dicho producto.

7.1 RECOMENDACIONES PARA LA PREVENCION DE DEVOLUCIONES POR PARTE DEL CLIENTE


- Los Asesores Comerciales deben ser capacitados continuamente para poder brindar un mejor servicio.
- El producto terminado en los almacenes deberá cumplir con las primeras entradas y primeras salidas, conservación, orden y limpieza. Lo mismo con las unidades de transporte.
- Los productos deberán ser entregados con los empaques originales, limpios y correctamente sellados en conservación del producto
- El personal del almacén deberá asegurarse de entregar los productos en óptimas condiciones.
- Dar las recomendaciones al cliente sobre el uso y manipuleo de los productos.

8. POLITICA DE DEVOLUCION

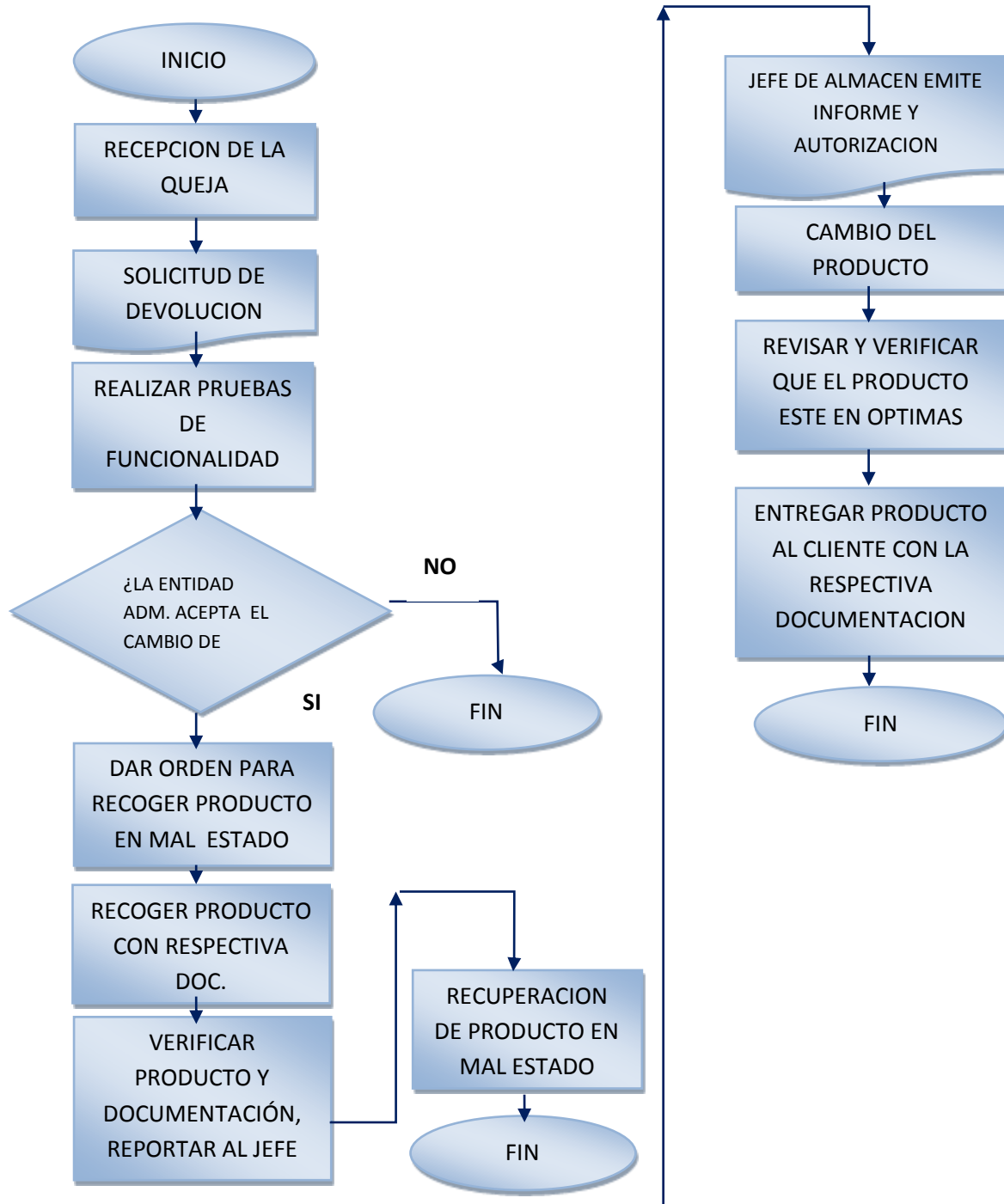
- ❖ Es responsabilidad de los Jefes administrativos y/o de ventas de los centros de distribución, que los productos que ellos solicitan a Almacén sean comercializados en su totalidad, en caso de que sean productos para el interior.

	PROCEDIMIENTO	Página: 5
	CAMBIO DE PRODUCTO	Código: PR-RB-RME-02
		Fecha:31/12/2018

- ❖ Asegurar el buen control y funcionamiento de los almacenes del centro de distribución, considerando manejo de producto, acomodo, rotación de producto, limpieza y orden, respetando el orden de primera entrada primera salida, verificando que no se genere rezagados de producto.
- ❖ Es responsabilidad del Área Comercial identificar la necesidad real del cliente, para evitar que se le entregue más de lo que consume.
- ❖ Asegurase que los productos entregados al cliente se encuentren almacenados en óptimas condiciones.
- ❖ Revisar el buen manejo y aplicación de los productos en los negocios para detectar fallas, errores que pueden provocar en devoluciones.
- ❖ No se podrá aceptar devoluciones de productos incompletos, que no sean originales, mezclados con otros productos o con sustancias extrañas, con empaque o envase diferente y que no demuestre la falla de la empresa.
- ❖ No se acepta productos caducados.
- ❖ Todo producto que sea devuelto, no por los puntos anteriormente mencionados, se evaluara y procederá al cambio de producto según el tipo de cliente y será cargado como egreso por marketing.

	PROCEDIMIENTO	Página: 6
	CAMBIO DE PRODUCTO	Código: PR-RB-RME-02
		Fecha: 31/12/2018

9. DIAGRAMA DE FLUJO



3 PROPUESTA CODIFICACIÓN DE CLIENTES

Se identificó que la empresa no contaba con una codificación de clientes esto puede dificultar al momento de recabar información del cliente por ejemplo su número de teléfono y su dirección.

Se procedió de esta manera a la aplicación de codificación numérica a todos los clientes de la empresa de esta manera identificamos el número total de clientes esto se realizó hasta el mes de septiembre del 2019, dándonos como dato 65 clientes correspondientes a tres segmentos (rotuladores, sublimadores, publicidad gráfica).

Se procedio a la codificación., la creación de un sistema de clasificación basada en un código puede utilizar tres vías fundamentales:

- ❖ Utilizando símbolos exclusivamente alfabética.
- ❖ Utilizando símbolos exclusivamente numéricos.
- ❖ Utilizando símbolos alfanuméricos, es decir, mixtos.

Para la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. aplicamos símbolos alfanuméricos estos están según alfabeto de nuestros clientes y a la vez se les proporciono una serie munerica que son tratados con mayor agilidad y comprensibles para los clientes de la empresa.

Los criterios básicos que nos inspiró la elaboración de un código son los siguientes:

1. Por la elaboración de una muestra del total de clientes.
2. Para su mayor acceso en el sistema al momento de facturar.

Se elaboró la codificación de la siguiente manera:

CODIFICACIÓN DE CLIENTES

Código de cliente	Nombre
5001	ABEL NICOLAS PASTRANA T.
5002	ADAN ESPOSO LLANOS
5003	ARTE IMPRESIÓN
5004	ALFREDO AGUIRRE ACHACOLLO
5005	ALFREDO ARAMAYO TOLABA
5006	ANGELA ROMERO

5007	ARCELIA GARCIA & MARCELO BORDA
5008	AYLLON
5009	BIG BANG DESIGN SRL JOSUE J. MARTINEZ
5010	BODEGAS Y VIÑEDOS LA CABAÑA CONSTANTINO ANCAZIL)
5011	BRIANDA CARMEN ROCHA BORDA (INSUMOS)
5012	CONSTANTINO ANCASI
5013	CRISTIAN CASTILLO
5014	DAYSI VILLENA (TJA)
5015	DENNIS GUERRA
5016	DESIGN WORKS
5017	EDMUNDO ARMIJO
5018	ELVIS LLANOS
5019	ELVIS ROLY TITO VILLCA
5020	ETERNITY
5021	EULOGIO RUIZ(MAQUINA)
5022	FULL COLOR
5023	FREDDY CONDORI
5024	GRAFIMUNDO
5025	GRAFITEC
5026	GRAVEDAD ZERO
5027	GONZALO ANGULO TARIJA
5028	IMPRESA REAL-TEOFILO SALAZAR RODAS
5029	INMAKING
5030	IVAN MARTINEZ RODRIGUEZ
5031	JAVIER ALEX MAMANI ALVARADO
5032	JOHNNY MOLLINEDO MONTANO (INSUMOS)
5033	JOSE MOLLINEDO MONTANO(INSUMOS)
5034	JORGE VIZA MAMANI
5035	JOSE LUIS CHURA
5036	JOSE LUIS ITURRI(INSUMOS)
5037	JOSE A. CARMONA
5038	JUAN GABRIEL CACERES BOLIVAR
5039	JUAN GABRIEL DIAZ
5040	JUAN JOSE TORREZ.(tj)
5041	LIDIA ATAHUICHI
5042	LIDIA CHURA
5043	LUIS ALVARADO
5044	LUIS MAMANI CALLISAYA
5045	MACEDONIO AGUILAR CAMACHO

5046	MARIO ALBERTO CASTRO MAMANI
5047	MARIO ALBIZU
5048	MEGA IMAGEN(CLAUDIA Y SEGOVIA)
5049	NELSON CONDORI COLQUE
5050	PISIS SUBLIMACION
5051	PLUBLI EXTERIOR
5052	PLUS PRINT
5053	PRINT ART IMP.JUAN M.
5054	RAFAEL DUCHEN
5055	ROLANDO TARIFA FARFAN(ROLANDO T. PALACIOS)
5056	RUBEN BENJAMIN VELASQUEZ
5057	SANDRA MENDOZA
5058	SILVESTRE LOPEZ LIMACHI
5059	SIMEON QUISPE QUISPE
5060	SUBLIMAR TARIJA
5061	TECNOGRAFIC
5062	TEXTILES LEA(Lisset Challa-MAQUINA)
5063	TECNOSUBLIMART
5064	URBAN SIGNS MAURICIO HERRERA
5065	VENTAS TARIJA

4. ANÁLISIS DE UNA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA

El objetivo del cuestionario pretende identificar y analizar las percepciones y expectativas que tienen los clientes hacia el servicio que ofrece la Empresa Acricolor Gráfica S.R.L. de la ciudad de Tarija, se aplicó encuestas con el fin de recopilar información que permita identificar los factores que puedan satisfacer necesidades de los consumidores para mejorar el servicio y como también poder dar solución a distintos problemas existentes.

4.1 Tamaño de población

Para seleccionar la muestra se decidió utilizar un muestreo probabilístico, con el fin de evitar sesgos en la selección y utilizar la teoría estadística

A través del método de Muestreo Aleatorio Simple, permitirá identificar el número de la muestra de los clientes de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. de la ciudad de Tarija.

Se identificó una población de 65 clientes, mediante elaboración de códigos, hasta el mes de septiembre del 2019, 65 clientes correspondientes a tres segmentos (rotuladores, sublimadores, publicidad gráfica). La cual representa la población.

CUADRO N°1

CLIENTES CODIFICADOS

ROTULADORES	SUBLIMADORES	PUBLICIDAD GRAFICA	TOTAL CLIENTES
20	35	10	65

Fuente: Elaboración propia

El cuestionario estará dirigido netamente a los tres tipos de segmentos, rotuladores, sublimadores y publicidad gráfica debido a que la información que se obtendrá será más confiable y valida.

Fórmulas utilizadas:

CUADRO N°2

FORMULAS PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Tamaño de muestra provisional
$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$

Dónde:

N = N° de unidades de la población (segmento rotuladores, sublimadores y publicidad gráfica)

n = Número de unidades de la muestra (tamaño de muestra)

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error

Z = Nivel de confianza

Cálculo del tamaño de la muestra:

$$N = 65$$

$$n = \text{¿?}$$

$$p = 95\% = 0.95$$

$$q = 5\% = 0.05$$

$$e = 0.5\% = 0.05$$

$$Z = 95\% \text{ (dist. normal) } = 1.96$$

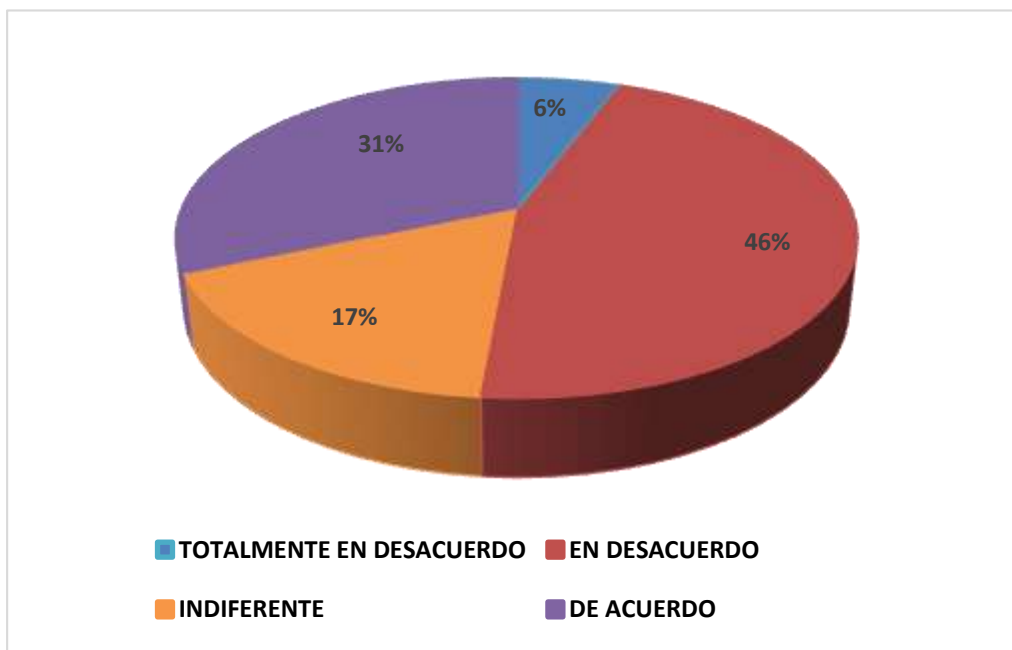
$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (65)(0.95 * 0.05)}{(0.05)^2 (65 - 1) + (1.96)^2 (0.95 * 0.05)}$$
$$n = 34,63 \text{ clientes}$$
$$n = 35 \text{ clientes}$$

El número de la muestra para la recopilación de datos primarios se realizará la encuesta a 35 clientes pertenecientes a la población que tiene la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. de la ciudad de Tarija.

4.2 EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Considera que la atención al cliente por parte de la jefa de ventas, es satisfactorio?

Gráfico No. 1 Nivel de satisfacción general respecto a la atención)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 1

PREGUNTA 1	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	6%
EN DESACUERDO	16	46%
INDIFERENTE	6	17%
DE ACUERDO	11	31%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

Como primera medida, se realiza una pregunta averiguando el nivel general de satisfacción del cliente con respecto a la atención que reciben de la empresa. Los resultados demuestran que el 31% expresa que se encuentra de acuerdo, el 69% no se encuentra de acuerdo.

Análisis de datos:

De acuerdo a los datos recopilados, se identificó que la mayor cantidad de clientes, no se encuentran satisfechos por la atención que brindan el personal jefe de ventas.

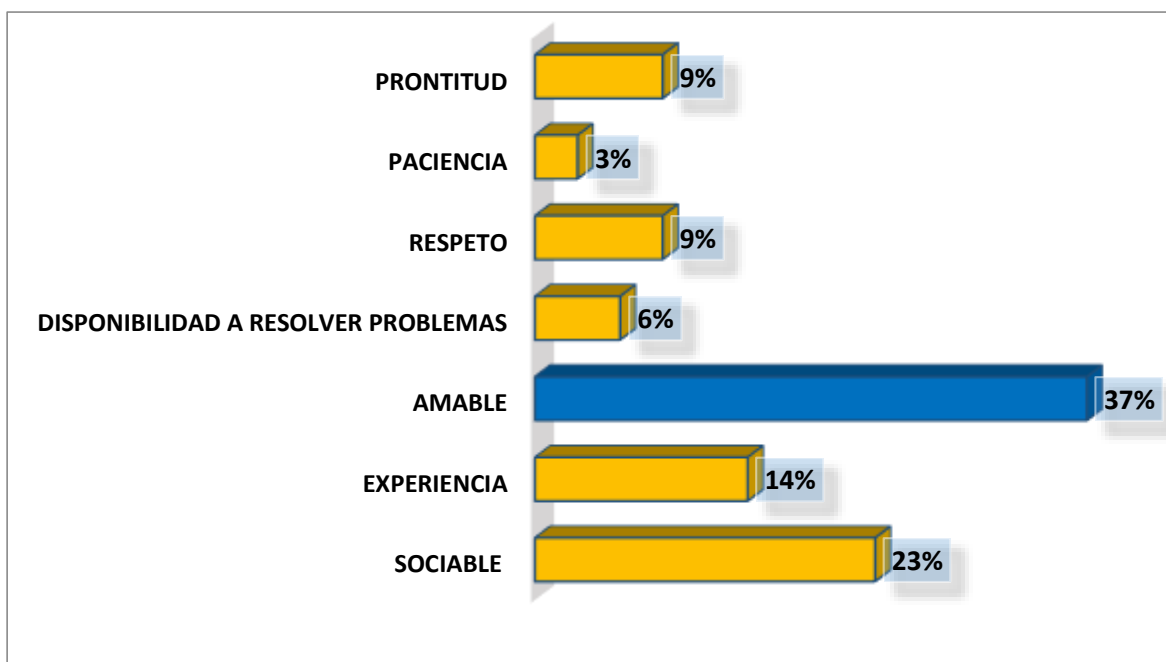
Tomando en cuenta que el 69% siendo una mayor parte de los clientes no se encuentran satisfechos provocando molestias y distanciamiento hacia la empresa, lo que indica que el nivel de satisfacción general está por debajo de lo esperado.

Se destaca que la atención a los clientes se hace de dos formas: la primera es personalizada, donde un vendedor de la empresa se acerca al cliente, está pendiente de sus solicitudes y tramita la venta hasta su finalización. La otra es vía telefónica, donde la mayoría de veces el cliente llama a solicitar productos, pedir información y consultar algún tema relacionado con los productos.

Teniendo en cuenta lo anterior, la responsabilidad en la atención a los clientes esta principalmente en la fuerza de ventas, y en quienes reciben las llamadas telefónicas. Por tal razón es importante evaluar a fondo la manera como se está atendiendo al cliente, a fin de subir los porcentajes de satisfacción.

2. ¿Según su criterio que cualidades considera que posee el personal administrativo?

Gráfico No. 2 (Nivel de las cualidades que posee el personal)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 2

PREGUNTA 2	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOCIABLE	8	23%
EXPERIENCIA	5	14%
AMABLE	13	37%
DISPONIBILIDAD A RESOLVER PROBLEMAS	2	6%
RESPETO	3	9%
PACIENCIA	1	3%
PRONTITUD	3	9%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

La segunda pregunta se relaciona con el nivel de satisfacción por factores, en esta se evalúan las siguientes cualidades: sociable, experiencia, amable, disponibilidad y predisposición a resolver problemas, respeto, paciencia, prontitud.

Análisis de datos:

De los datos evaluados se obtienen los siguientes resultados:

- ❖ El 37% de los clientes indican que una de las cualidades que posee el personal administrativo es amable.
- ❖ El 23% de los clientes indican que una de las cualidades que posee el personal administrativo es sociable
- ❖ El 14% de los clientes indican que una de las cualidades que posee el personal administrativo posee experiencia.
- ❖ El 9% de los clientes indican que una de las cualidades que posee el personal administrativo son respeto y prontitud.
- ❖ El 6% de los clientes indican que una de las cualidades que posee el personal administrativo son la disponibilidad y predisposición a resolver problemas.
- ❖ El 3% de los clientes indican que una de las cualidades que posee el personal administrativo es la paciencia.

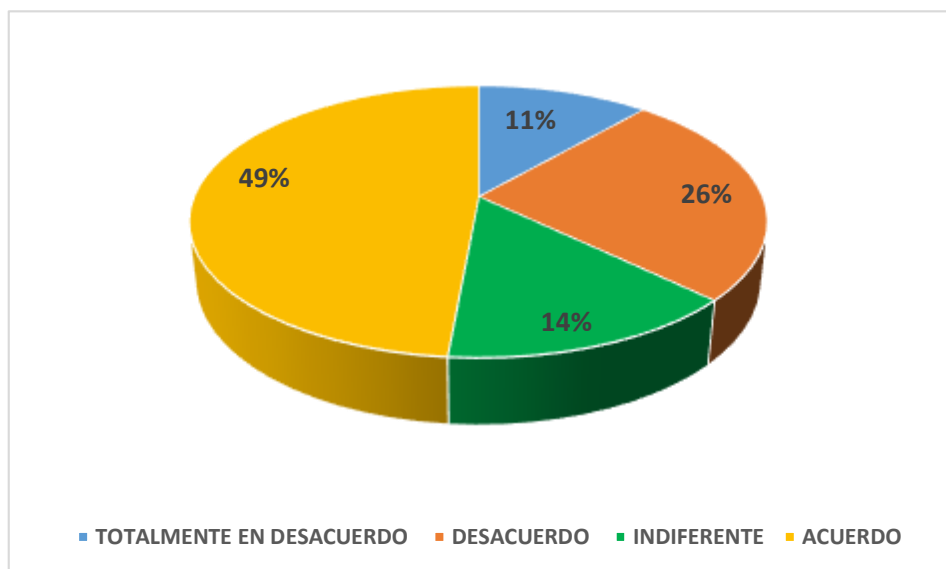
Al evaluar la satisfacción con respecto a factores como los planteados anteriormente, se pretende saber la percepción que el cliente tiene de la imagen de la empresa. Se observan valores bajos para la disponibilidad y predisposición a resolver problemas y la paciencia, para los clientes la cualidad que posee el personal administrativo en un factor no tan elevado es la amabilidad al momento de la compra con un 37% dejando claro que a la empresa le hace falta posicionar mejor su imagen ante los clientes actuales y futuros.

De acuerdo al análisis del gráfico N°2 los clientes indican que el personal administrativo debe mejorar la atención al cliente una de sus cualidades que debería poseer es tener disponibilidad para resolver problemas debido a que en la actualidad reciben un trato no grato, este motivo se debe a que el personal administrativo no está capacitado para atender a los clientes.

De igual modo, la falta de capacidad del personal se refleja que los clientes indiquen que se debería mejorar tales cualidades para buscar que los clientes se sientan satisfechos con el servicio que deberían brindar todos los miembros que forman la empresa.

3.- Considera que los horarios de la empresa programados son flexibles y se adapta a su tiempo disponible?

Gráfico No. 3 (Frecuencia del horario de atención de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 3

PREGUNTA 3	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	11%
DESACUERDO	9	26%
INDIFERENTE	5	14%
ACUERDO	17	49%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

- ❖ El 49% de los clientes consideran que los horarios son flexibles a su tiempo disponible por tal motivo están de acuerdo en la programación de los horarios de la empresa.
- ❖ El 51 % de los clientes de los clientes consideran que los horarios no son flexibles a su tiempo disponible por tal motivo están en desacuerdo en la programación de los horarios de la empresa.

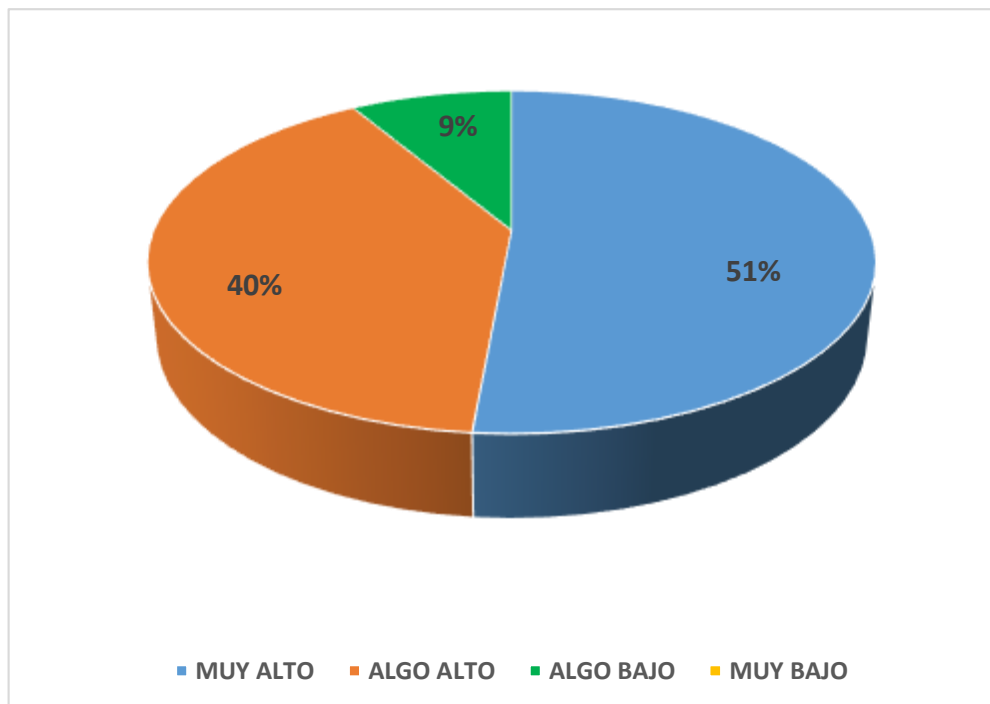
Análisis de datos:

El 49% de los clientes consideran que los horarios son flexibles porque estos también trabajan con el mismo horario se encuentran satisfechos y están de acuerdo con el horario programado por la empresa este se debe que la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. tiene dos turnos en la mañana y la tarde de modo que los clientes también manejan el mismo horario siendo eficiente los horarios que están establecidos y estos tienen la disponibilidad de elegir el horario más cómodo que deseen al momento de la compra,

El 51% de los clientes consideran que los horarios de la empresa no son flexibles y se encuentran en desacuerdo, esto puede ser por motivos personales ya sean que en el horario que tienen en la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. no son cumplidos en su totalidad por parte de los empleados indicando a través de consulta verbal que muchas veces al momento de compra los empleados no se encuentran en su horario de trabajo esto dificulta al momento de la compra indicando que tienen que volver a la empresa y este se encuentra en una ubicación distante lo cual les dificulta y a la vez estos mencionan una pérdida de tiempo.

4. ¿Considera que los precios de los productos de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. con relación a la competencia y calidad?

Gráfico No. 4 (Percepción del precio respecto al de la competencia)



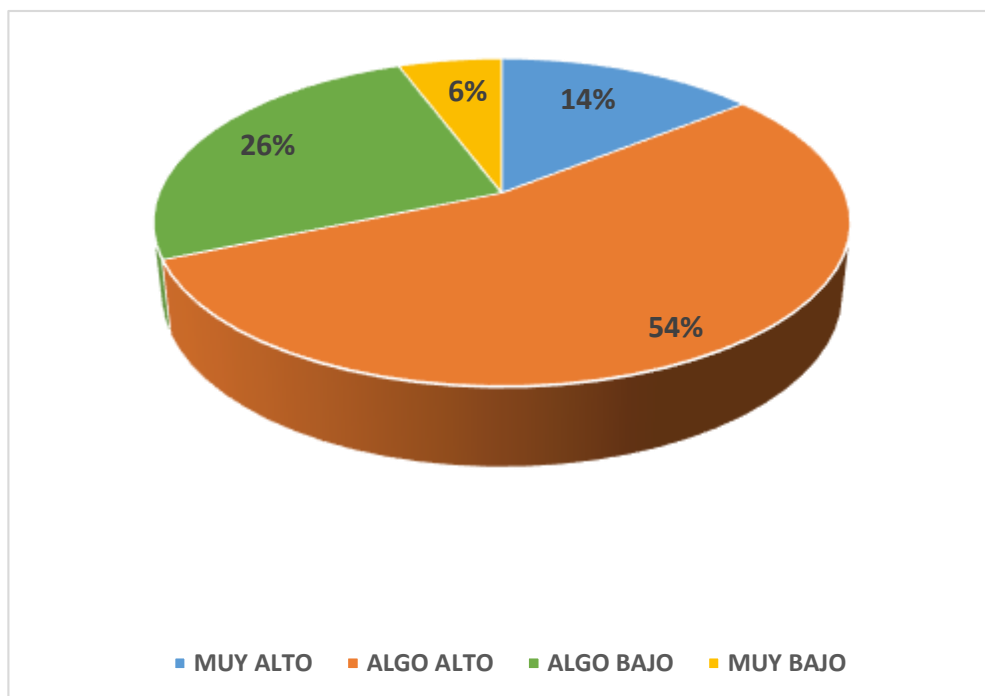
Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 4

PREGUNTA 4	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY ALTO	18	51%
ALGO ALTO	14	40%
ALGO BAJO	3	9%
MUY BAJO	0	0%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico No. 5 (Percepción del precio respecto a la calidad)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 5

PREGUNTA 4	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY ALTO	5	14%
ALGO ALTO	19	54%
ALGO BAJO	9	26%
MUY BAJO	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

Con respecto a la competencia

El 91% de los clientes consideran que el precio de los productos de la empresa con relación a la competencia es alto.

El 9% de los clientes consideran que el precio de los productos de la empresa con relación a la competencia es algo bajo.

Análisis de datos:

Con respecto a la percepción de los precios, los resultados evidencian la sumatoria de los resultados en la respuesta “muy alto” y “algo alto” para esta pregunta, permite observar que el 91% la percepción sobre la competitividad con respecto a los precios de estos son altos que maneja la empresa, por lo que se puede determinar que con referencia a este tema, el cliente no se encuentra satisfecho con respecto al precio,

Otro tipo de información que se tuvo por parte de los clientes que el precio es muy alto y algo alto, debido a que el servicio que reciben de parte de la empresa no cumple con sus expectativas porque muchas veces los productos que son entregados contienen daños, manchas, como también nos indican que los precios son algo altos con respecto a la competencia por un porcentaje no muy elevado indican que la diferencia es mínima por esta razón muchas veces optan en comprar de la empresa ya que esta se encuentra en la ciudad de Tarija y otras veces de la competencia debido que por estrategia tienen tendencia al ahorro.

Interpretación de resultados:

Con respecto a la calidad

El 68% de los clientes consideran que el precio de los productos de la empresa con relación a la calidad es alto.

El 32% de los clientes consideran que el precio de los productos de la empresa con relación a la calidad es bajo.

Análisis de datos:

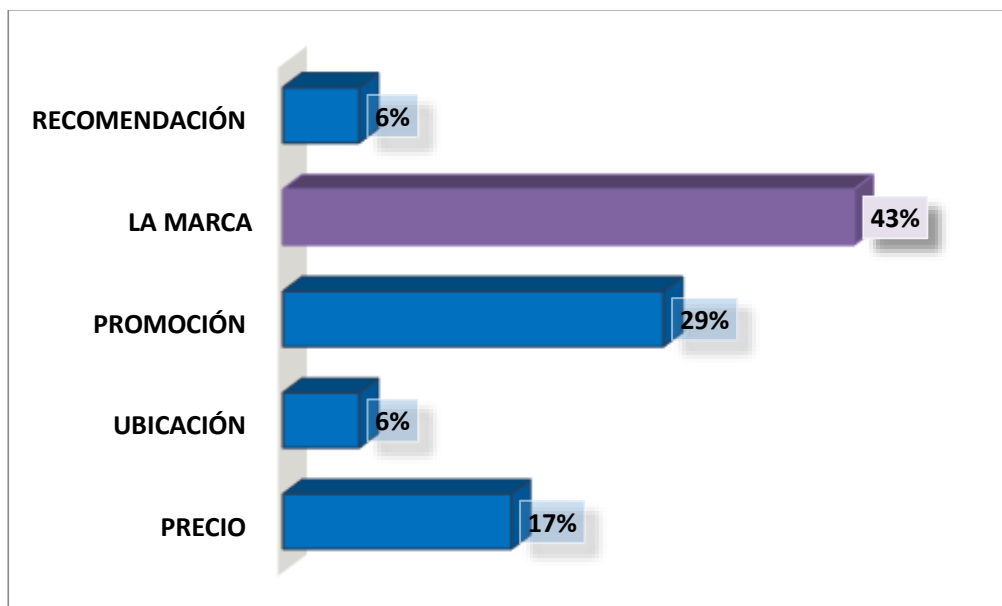
Con respecto a la percepción con respecto a la calidad los resultados evidencian que el 68% expresa que son algo altos, siendo estos productos de buena calidad y a la vez la empresa brinda certificado de calidad si los clientes que lo requieren muchas veces cuando tienen contrataciones con entidades estas las obligan que tengan una certificación de esta manera los clientes se sienten satisfechos con respecto a la calidad.

Un 32% indican que si son bajos con respecto a la calidad por parte de algunos productos por su molestia que muchas veces los productos a pesar que tienen buen calidad estos son entregados con manchas o daños.

Otro tipo de información que se tuvo por parte de los clientes con respecto a la calidad son bajos, debido a que el servicio que reciben de parte de la empresa no cumple con algunos estándares de calidad que estos requieren. Como también los clientes mencionan que deben tener más cuidado en la manipulación de los productos.

5. ¿Qué factores motivan para que usted compre en la empresa?

Gráfico No.6 (Frecuencia de los factores que motivan al cliente)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 6

PREGUNTA 5	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	6	17%
UBICACIÓN	2	6%
PROMOCIÓN	10	29%
LA MARCA	15	43%
RECOMENDACIÓN	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

El 43% de los clientes mencionan que les motiva a comprar de la empresa es la marca.

El 29% de los clientes mencionan que les motiva a comprar de la empresa es la promoción de los productos.

El 17% de los clientes mencionan que les motiva a comprar de la empresa es el precio.

El 6% de los clientes mencionan que les motiva a comprar de la empresa es por recomendación y la ubicación.

Análisis de datos:

Según la información obtenida se puede ver que los clientes en un 43% les motiva a comprar por la marca, indican que la marca de los productos son muy buenos esto permite que el producto al momento de ser procesado estos tengan un producto final de calidad. Se puede observar que la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos con la marca que maneja la empresa

Como también les motiva a comprar los productos en un 29% la promoción de los productos les incentiva a la compra y a la vez los clientes tienen tendencia al ahorro.

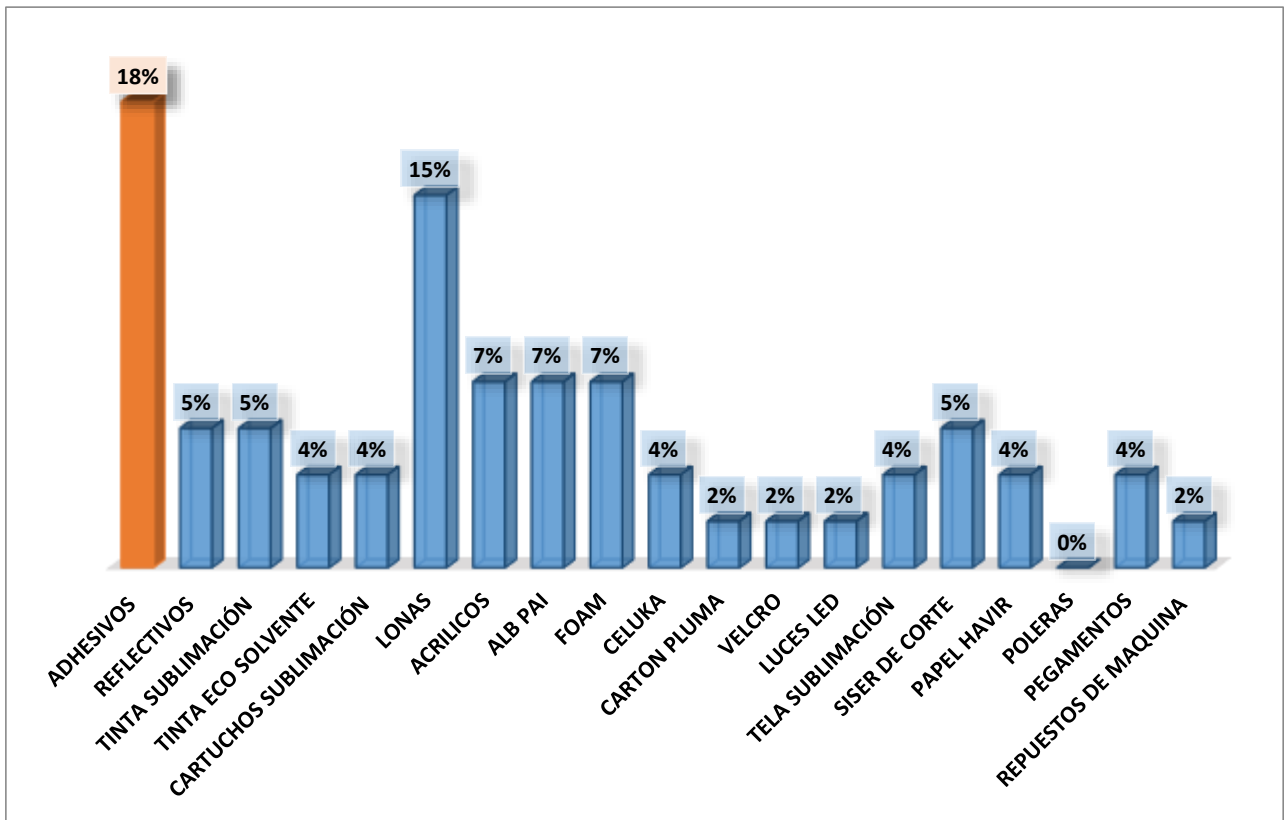
Aunque el porcentaje de respuestas positivas con relación a la marca y las promociones para esta pregunta es bueno que exista esta motivación por parte de la empresa de esta manera incentivar y obtener una entrada de recursos elevada en cierta temporada según los productos que se promocionan en distintos meses.

Es importante poner atención a los 17 % de los clientes les motiva el precio ya que muchos productos tienen un precio justo al momento de la compra, 6% de los clientes le es accesible las instalaciones como también es importante para algunos les motivo comprar a la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

De este aspecto se destaca una vez más la necesidad de mejorar en la atención y la percepción de la imagen de la empresa ante sus clientes, dado que esta se presenta la recomendación con un 6% como uno de los factores de menor influencia en las motivaciones de compra del cliente.

6. ¿ Que producto(s) usted adquiere de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. (Marque en las casillas)

Gráfico No 7 (nivel de adquisición de productos)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 7

PREGUNTA 6	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ADHESIVOS	10	18%
REFLECTIVOS	3	5%
TINTA SUBLIMACIÓN	3	5%
TINTA ECO SOLVENTE	2	4%
CARTUCHOS SUBLIMACIÓN	2	4%
LONAS	8	15%
ACRILICOS	4	7%
ALB PAI	4	7%
FOAM	4	7%
CELUKA	2	4%
CARTON PLUMA	1	2%
VELCRO	1	2%
LUCES LED	1	2%
TELA SUBLIMACIÓN	2	4%
SISER DE CORTE	3	5%
PAPEL HAVIR	2	4%
POLERAS	0	0%
PEGAMENTOS	2	4%
REPUESTOS DE MAQUINA	1	2%
TOTAL	55	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

- ❖ El 18 % de los clientes indican que adquieren adhesivos de la empresa.
- ❖ El 15 % de los clientes indican que adquieren lonas de la empresa.
- ❖ El 7 % de los clientes indican que adquieren acrílicos, alb pai, foam, de la empresa.
- ❖ El 5% de los clientes indican que adquieren reflectivos, tintas de sublimación, siser de corte y el resto con un 4% y 2% el restante de productos que ofrece la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. como ser pegamentos, papel havir, repuestos de máquina, etc.
- ❖ Como también se puede observar productos como las poleras no compran los clientes de la empresa lo cual tiene un porcentaje de 0%

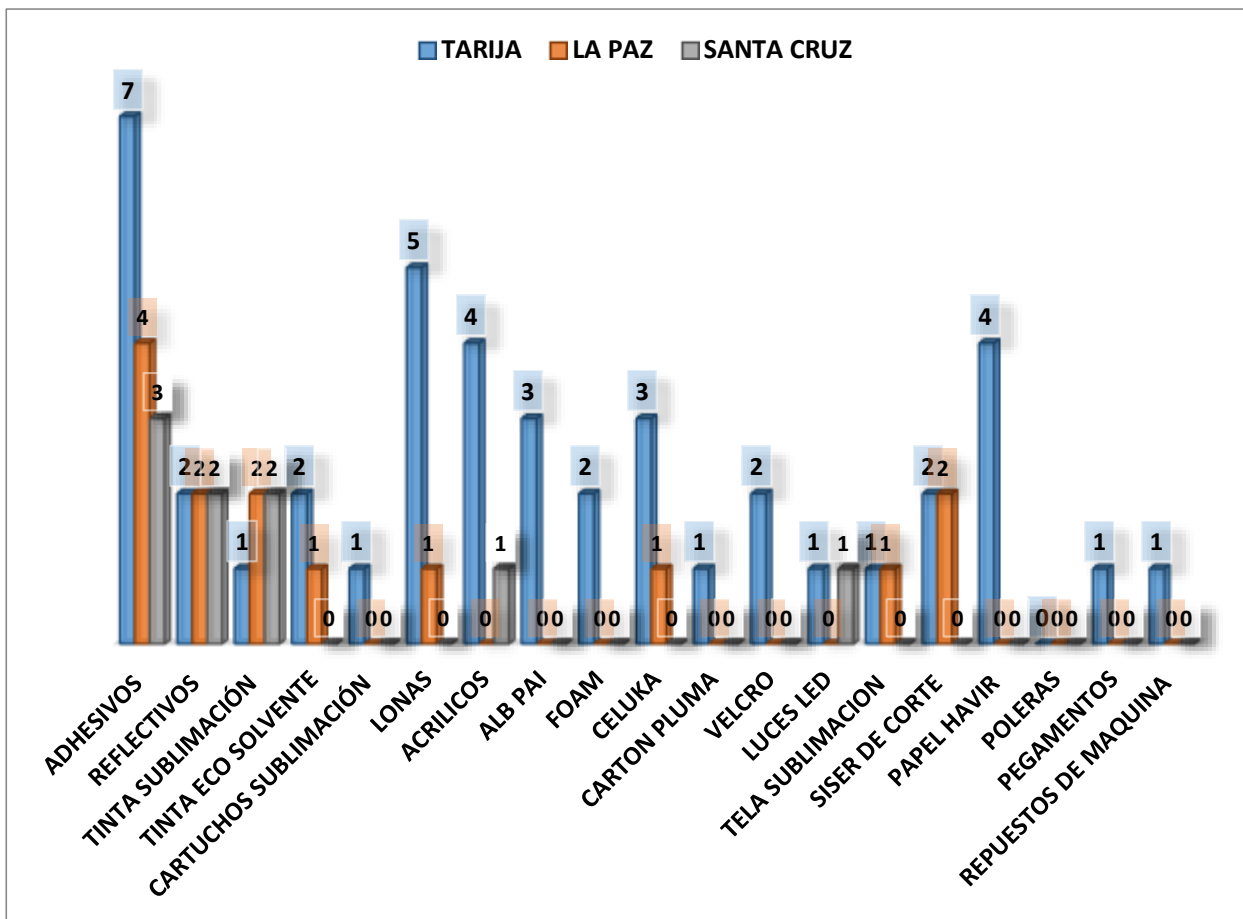
Análisis de datos:

Sobre los productos se pretende establecer si los clientes identifican los mismos con sus necesidades. Al respecto el resultado el 18%, de encuestados que expresan que los productos si están acordes con sus necesidades, en este caso los rotuladores ya que estos son los que realizan la compra de adhesivos frente a un 15 % que manifiesta que adquiere lonas de la empresa siendo estos en este caso empresas graficas encargadas de publicidad que existen en Tarija.

Aunque el porcentaje de respuestas positivas para esta pregunta son bajos, esto porque son distintas empresas que compran y estas tienen distintos rubros clasificados como rotuladores sublimadores y empresas graficas es importante poner atención a los 5% y 2% siendo estos empresas de sublimación alas que no se les está llegando con eficiencia extendiendo a comprar de otros departamentos, estos clientes que no sientes que los productos estén acorde con sus necesidades, pues un pequeño grupo de clientes inconformes puede fomentar una mala imagen de la empresa.

7. ¿Qué producto(s) usted adquiere de los departamentos de Tarija, La Paz y Santa Cruz?

Gráfico No. 8 (Frecuencia de productos por departamentos de Tarija, La Paz y Santa Cruz)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 8

PRODUCTOS	TARIJA		LA PAZ		SANTA CRUZ	
	TARIJA	TARIJA	LA PAZ	LA PAZ	SANTA CRUZ	SANTA CRUZ
ADHESIVOS	7	20%	4	29%	3	33%
REFLECTIVOS	2	6%	2	14%	2	22%
TINTA SUBLIMACIÓN	1	3%	2	14%	2	22%
TINTA ECO SOLVENTE	2	6%	1	7%	0	0%
CARTUCHOS SUBLIMACIÓN	1	3%	0	0%	0	0%
LONAS	5	14%	1	7%	0	0%
ACRILICOS	4	11%	0	0%	1	11%
ALB PAI	3	9%	0	0%	0	0%
FOAM	2	6%	0	0%	0	0%
CELUKA	3	9%	1	7%	0	0%
CARTON PLUMA	1	3%	0	0%	0	0%
VELCRO	2	6%	0	0%	0	0%
LUCES LED	1	3%	0	0%	1	11%
TELA SUBLIMACION	1	3%	1	7%	0	0%
SISER DE CORTE	2	6%	2	14%	0	0%
PAPEL HAVIR	4	11%	0	0%	0	0%
POLERAS	0	0%	0	0%	0	0%
PEGAMENTOS	1	3%	0	0%	0	0%
REPUESTOS DE MAQUINA	1	3%	0	0%	0	0%
TOTAL	43	123%	14	100%	9	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

- ❖ El 20% de los clientes indican que adquieren productos como ser adhesivos de la ciudad de Tarija.
- ❖ El 29% de los clientes indican que adquieren productos como ser adhesivos de la ciudad de la paz
- ❖ El 33% de los clientes indican que adquieren productos como ser adhesivos de la ciudad de Santa Cruz.
- ❖ El 14% de los clientes indican que adquieren productos como ser lonas de la ciudad de Tarija.
- ❖ El 7% de los clientes indican que adquieren productos como ser lonas de la ciudad de La Paz
- ❖ El 6% de los clientes indican que adquieren productos como ser reflectivos de la ciudad de Tarija.
- ❖ El 14% de los clientes indican que adquieren productos como ser reflectivos de la ciudad de La Paz
- ❖ El 22% de los clientes indican que adquieren productos como ser adhesivos de la ciudad de Santa Cruz.
- ❖ El 14% de los clientes indican que adquieren productos como ser tintas de sublimación de la ciudad de La Paz

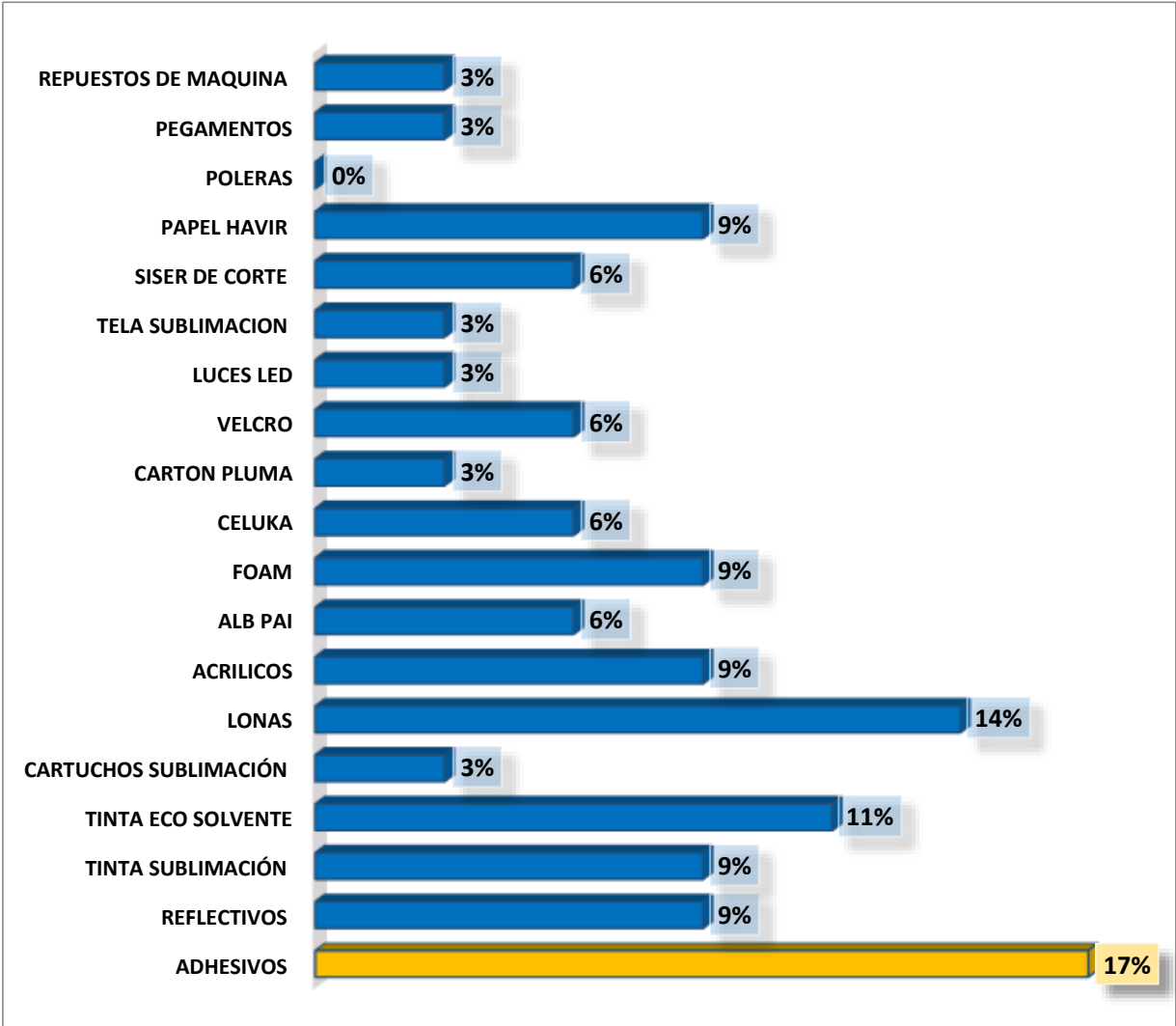
Interpretación de resultados:

Podemos observar que los productos como adhesivos con los más requeridos ya sea en la ciudad de La Paz, Santa Cruz y Tarija observando un nicho de mercado grande donde la empresa de aprovechar para entrar en este mercado rotuladores y de esta manera centralizar este producto en la ciudad de Tarija así incrementa las ventas y satisfacer las necesidades de los clientes con respecto a este producto adhesivos.

De la misma manera para los productos como ser reflectivo que estos están siendo comprados en su mayoría de los otros departamentos. Lo mismo pasa con las tintas de sublimación como estudiantes recabamos información que estos en su mayoría están siendo comprados en la ciudad de La Paz. Estos son los productos que tienen mayor porcentaje de compra en otros departamentos

8. ¿Considera usted que la línea de productos de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. está acorde a sus necesidades? Qué materia prima utiliza para su empresa?

Gráfico No. 9 (Frecuencia de materia prima que utilizan los clientes)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 9

PREGUNTA 8	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ADHESIVOS	6	17%
REFLECTIVOS	3	9%
TINTA SUBLIMACIÓN	3	9%
TINTA ECO SOLVENTE	4	11%
CARTUCHOS SUBLIMACIÓN	1	3%
LONAS	5	14%
ACRILICOS	3	9%
ALB PAI	2	6%
FOAM	3	9%
CELUKA	2	6%
CARTON PLUMA	1	3%
VELCRO	2	6%
LUCES LED	1	3%
TELA SUBLIMACION	1	3%
SISER DE CORTE	2	6%
PAPEL HAVIR	3	9%
POLERAS	0	0%
PEGAMENTOS	1	3%
REPUESTOS DE MAQUINA	1	3%
TOTAL	44	126%

Fuente: elaboración propia

Análisis de datos:

- ❖ El 17% de los clientes indican que la línea de productos como ser adhesivos están acorde a sus necesidades.
- ❖ El 14% de los clientes indican que la línea de productos como ser lonas están acorde a sus necesidades
- ❖ El 9% de los clientes indican que la línea de productos como ser tintas eco solvente , reflectivo están acorde a sus necesidades
- ❖ El 6% de los clientes indican que la línea de productos como ser foam, alb pai, celuka están acorde a sus necesidades

Interpretación de resultados:

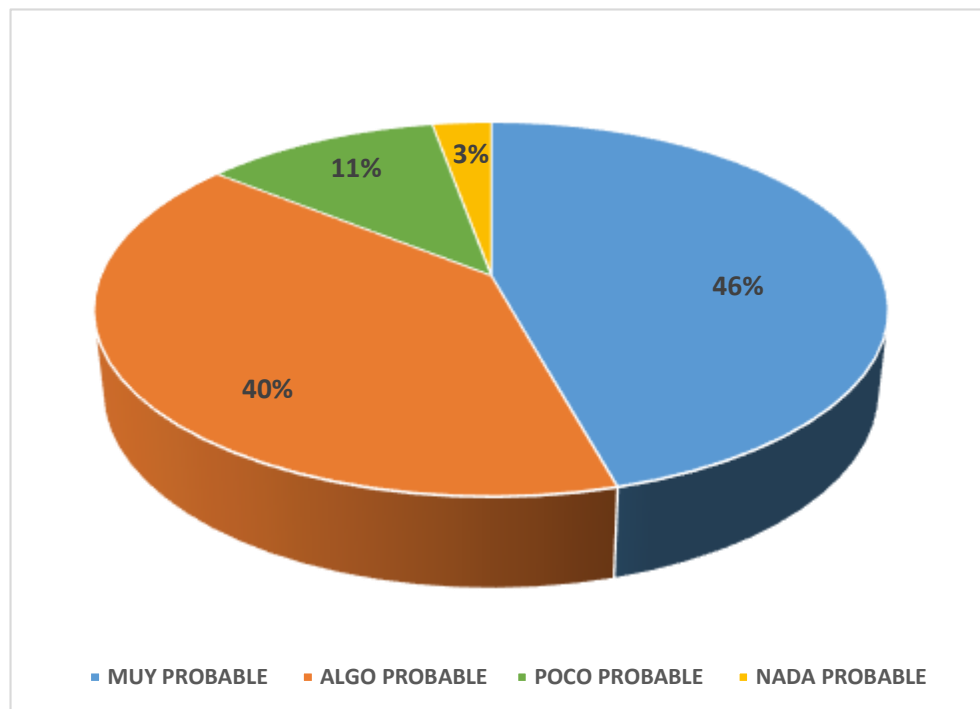
Sobre la línea de productos se pretende establecer si los clientes identifican los mismos con sus necesidades. Al respecto el resultado supera el 17%, con un 14% de encuestados que expresan que los productos si están acordes con sus necesidades, frente a un 3% que manifiesta lo contrario.

Aunque el porcentaje de respuestas positivas para esta pregunta es alto, es importante poner atención a los % clientes que no sienten que los productos estén acorde con sus necesidades, pues un pequeño grupo de clientes inconformes puede fomentar una mala imagen de la empresa.

Estos indican que muchos de los productos si están acorde de sus necesidades porque estos productos cuentan con calidad que la empresa certifica de esta manera el cliente se siente respaldado al momento si este no cumple su estándar de calidad. En este caso los productos que resaltan son las lonas, reflectivos, adhesivos, que son comprados en cantidad por trabajos con instituciones públicas y privadas.

9. ¿Cuál es la probabilidad de que usted recomiende los productos de la empresa Acricolor Grafica S.R.L?

Gráfico No.10 (Probabilidad de recomendación de los productos)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 10

PREGUNTA 9	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY PROBABLE	16	46%
ALGO PROBABLE	14	40%
POCO PROBABLE	4	11%
NADA PROBABLE	1	3%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

- ❖ El 46% de los clientes indican que la probabilidad de que recomienden los productos que ofrece la empresa es muy probable.
- ❖ El 40% de los clientes indican que la probabilidad de que recomienden los productos que ofrece la empresa es algo probable.
- ❖ El 11% de los clientes indican que la probabilidad de recomendación de los productos que ofrece la empresa es poco probable y el 3% nada probable.

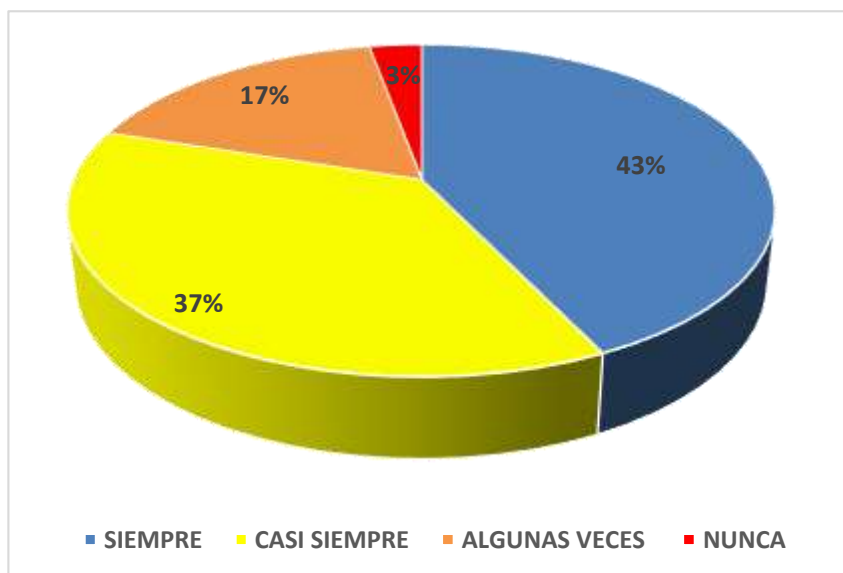
Análisis de los datos:

Con esta pregunta se busca plantear cual es la probabilidad de que los clientes lleguen a recomendar los productos de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. la cual sería un motivo por el cual los clientes se acercarían a adquirir los productos de la empresa. Esta apreciación fundamenta en la imagen que la compañía proyecta y la intervención de los empleados en la promoción de ventas que puedan llevarse a cabo y sea un incentivo más para aquellos clientes nuevos.

El 46% de los clientes se encuentran aptos de poder recomendar, es muy probable ya que los productos que ofrece la empresa Acricolor Grafica S.R.L sido para ellos de gran necesidad y como también les satisface ya que logran llegar a un producto final con la materia prima que adquieren de la empresa.

10. ¿Cuánto usted requiere los productos de la empresa tiene fácil acceso por medio telefónico u otro?

Gráfico No. 11 (Frecuencia del fácil acceso de medio telefónico hacia la empresa)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 11

PREGUNTA 10	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	15	43%
CASI SIEMPRE	13	37%
ALGUNAS VECES	6	17%
NUNCA	1	3%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

La pregunta número 10 se orienta a establecer la facilidad que tiene el cliente para acceder a la empresa por vía telefónica. Sumando los resultados obtenidos del total de los encuestados según las opciones siempre y casi siempre se da un porcentaje del 80% lo cual implica en su mayoría lo fácil acceso por vía telefónica.

Análisis de los datos:

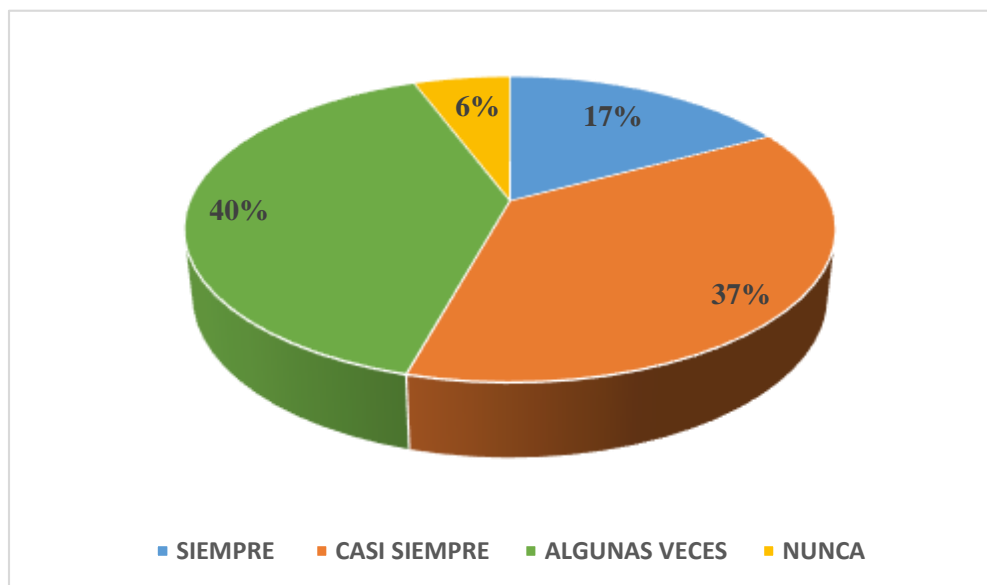
Es importante resaltar que la empresa actualmente no cuenta con un call center, y que la atención telefónica la hace directamente el personal de la empresa. Por tal razón, las estrategias en la atención telefónica deben propender por la capacitación del personal y el fomento del compromiso con el servicio al cliente de un mejor desempeño en la atención telefónica.

Por tanto el tópico de la atención telefónica sigue siendo uno de los puntos susceptibles de mejorar con respecto al servicio al cliente.

En la cual los clientes optan en su mayoría que siempre requiere los productos de la empresa por vía telefónica en la cual indica que la facilidad para comunicarse, disponibilidad del empleado, tiempo de transferencia de la llamada, amabilidad, calidad de la información y devolución de llamadas a fin de determinar los puntos críticos que deben ser mejorados.

11. ¿El despacho de los pedidos que usted solicita es oportuno?

Gráfico No. 12 (Frecuencia sobre el despacho de pedidos si es oportuno)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 12

PREGUNTA 11	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	17%
CASI SIEMPRE	13	37%
ALGUNAS VECES	14	40%
NUNCA	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

La pregunta número once investiga la oportuna toma de pedidos con el fin de señalar si la gestión de ventas es eficiente en este tema. Las respuestas arrojan resultados del 54 % lo cual nos indica que siempre y casi siempre los pedidos se despachan de manera oportuna y el 46 % algunas veces o nunca despachan de manera oportuna.

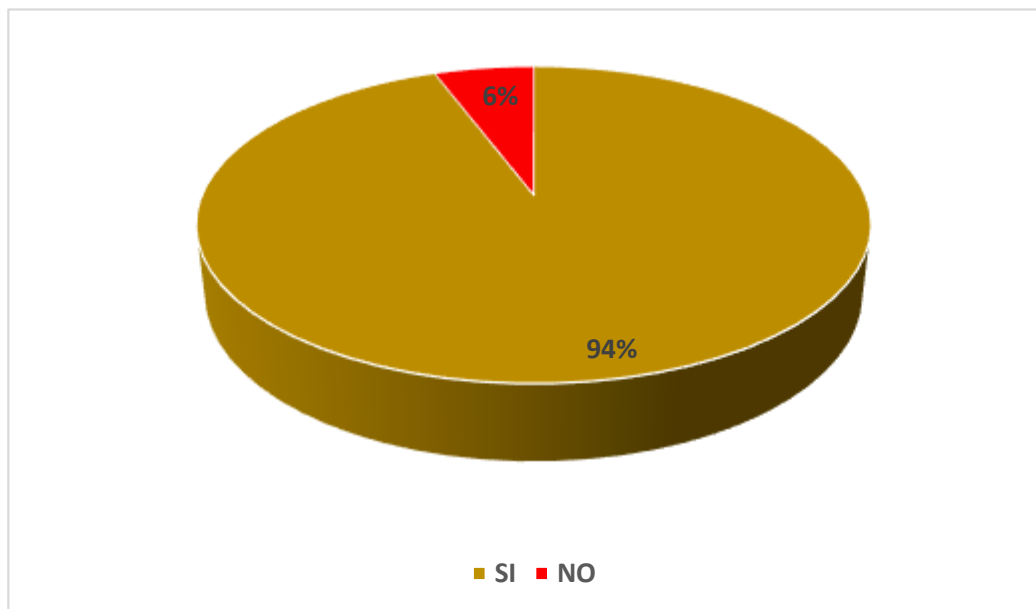
Análisis de los datos:

La sumatoria de las respuestas de “siempre” y “casi siempre” suma el 54 %, indicando que este tema es “apenas aceptable” con relación a la eficiencia en la calidad de la atención telefónica de pedidos.

En los resultados nos indica en su mayoría el 40 % algunas veces es oportuno los pedidos que realizan los cliente, en la cual llega a ser una deficiencia para la empresa ya que los pedidos no se despachan al momento oportuno que desea el cliente cabe destacar que vendría a ser una insatisfacción sobre la atención al cliente por la demora de entrega de los respectivos pedidos.

12. ¿Le gustaría recibir información de los productos que ofrece la empresa Acricolor Grafica S.R.L?

Gráfico No. 13 (Frecuencia si le gustaría recibir información de la empresa)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 13

PREGUNTA 12	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	94%
NO	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

El 94% del total de los encuestados en su mayoría indican que si les gustaría recibir información de los productos que ofrece la empresa y el 6 % del total de los encuestados en su menoría no les gustaría recibir información de los productos que ofrece la empresa.

Análisis de los datos:

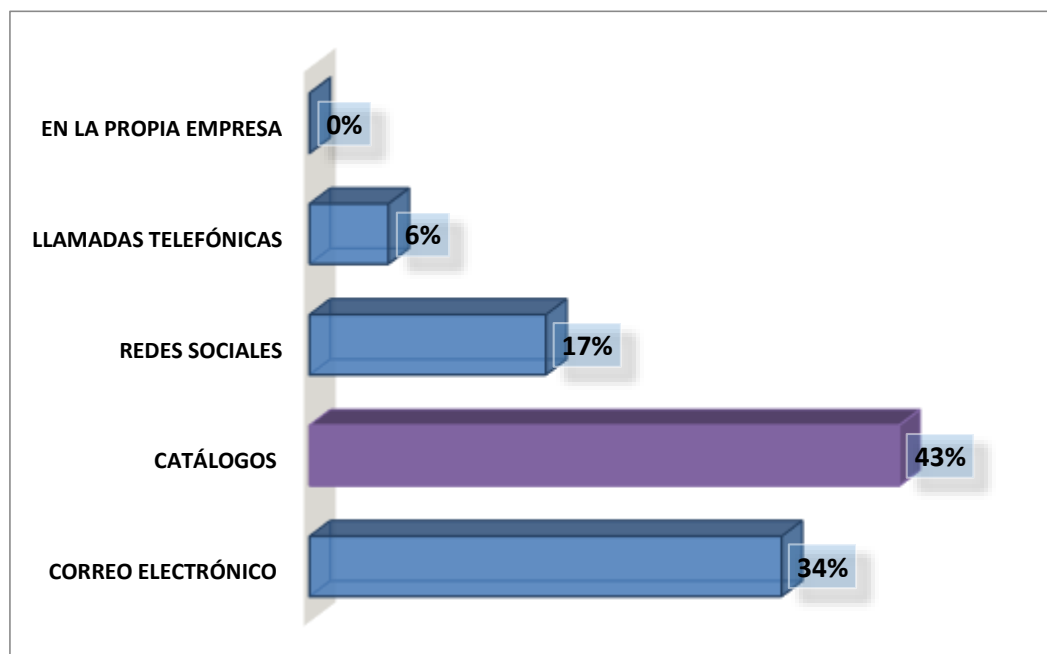
Existe un porcentaje mayor de clientes que si les gustaría recibir información de los productos que ofrece la empresa ya que tienen la necesidad de dichos productos saber el precio, como de algunos productos nuevos que ofrezca y puedan llegar a necesitarles, como también saber si hay algunos descuentos u ofertas de algún producto.

Toda empresa está en la búsqueda de impulsar y maximizar el crecimiento de sus ingresos como fórmula para crear un negocio sustentable en el tiempo. Reducir costos, optimizar los canales de distribución o generar potenciales alianzas están en la parte superior de la “Lista por hacer” de todo gerente logístico.

De esa manera la empresa debe brindarles la información de los productos hacia los clientes nuevos o ya fieles de la empresa ya que el sustento de la empresa son los clientes.

13. ¿Porque medio prefiere recibir dicha información?

Gráfico No. 14 (Frecuencia si prefiere recibir información de los productos que ofrece)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No 14

PREGUNTA 13	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CORREO ELECTRÓNICO	12	34%
CATÁLOGOS	15	43%
REDES SOCIALES	6	17%
LLAMADAS TELEFÓNICAS	2	6%
EN LA PROPIA EMPRESA	0	0%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

El 43% del total de los encuestados en su mayoría dicha información de los productos que ofrece la empresa les gustaría recibir por catálogos, el 34% les gustaría recibir información mediante correo electrónico, el 17% mediante redes sociales, el 6% mediante llamadas telefónicas y el 0% no optan por recibir información en la propia empresa.

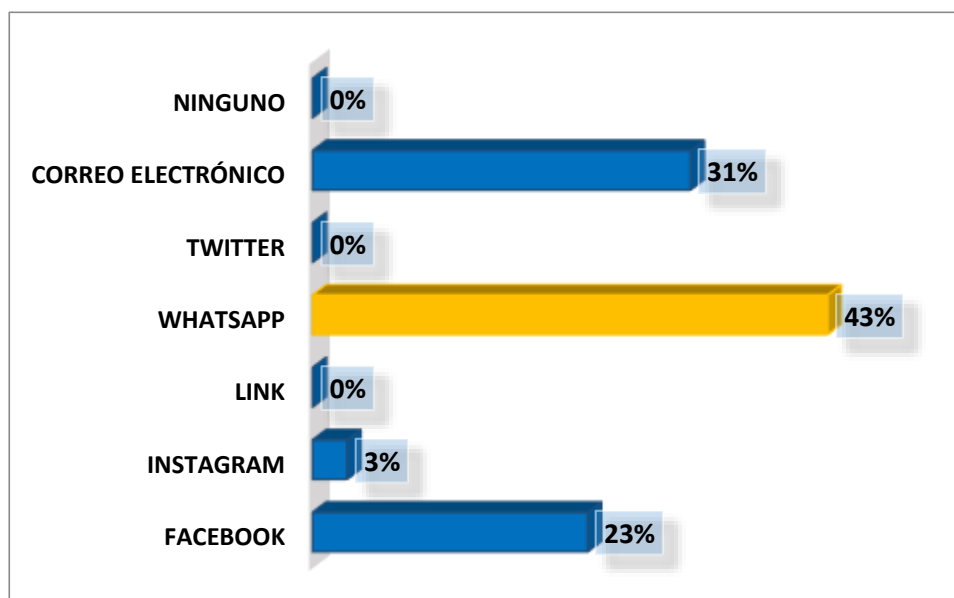
Análisis de los datos:

Según la información obtenida se puede tomar como oportunidad que la mayoría de los clientes prefieren recibir información mediante un catálogo debido a que pueden satisfacerles y poder interactuar con un producto en físico y tener el conocimiento de todos los productos que ofrece la empresa como fin de saber que productos están de oferta.

Como también optan con un 34% que prefieren recibir información mediante correo electrónico mes a mes por la fácil accesibilidad mediante el internet.

14. ¿Marque que redes sociales con la que cuenta actualmente?

Gráfico No. 15 (Frecuencia con la que cuentan los clientes respecto a redes sociales)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 15

PREGUNTA No. 14	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	8	23%
INSTAGRAM	1	3%
LINK	0	0%
WHATSAPP	15	43%
TWITTER	0	0%
CORREO ELECTRÓNICO	11	31%
NINGUNO	0	0%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

- ❖ El 23% de los clientes utilizan con mayor frecuencia el medio de comunicación es el Facebook.
- ❖ El 3% de los clientes utilizan con mayor frecuencia el medio de comunicación el Instagram.
- ❖ El 43% de los clientes utilizan con mayor frecuencia el medio de comunicación Whatsapp.
- ❖ El 31% de los clientes utilizan con mayor frecuencia el medio de comunicación el Correo Electrónico.
- ❖ El 0% es donde los clientes no cuentan con el medio de comunicación como ser: Link, Twitter y Ninguno.

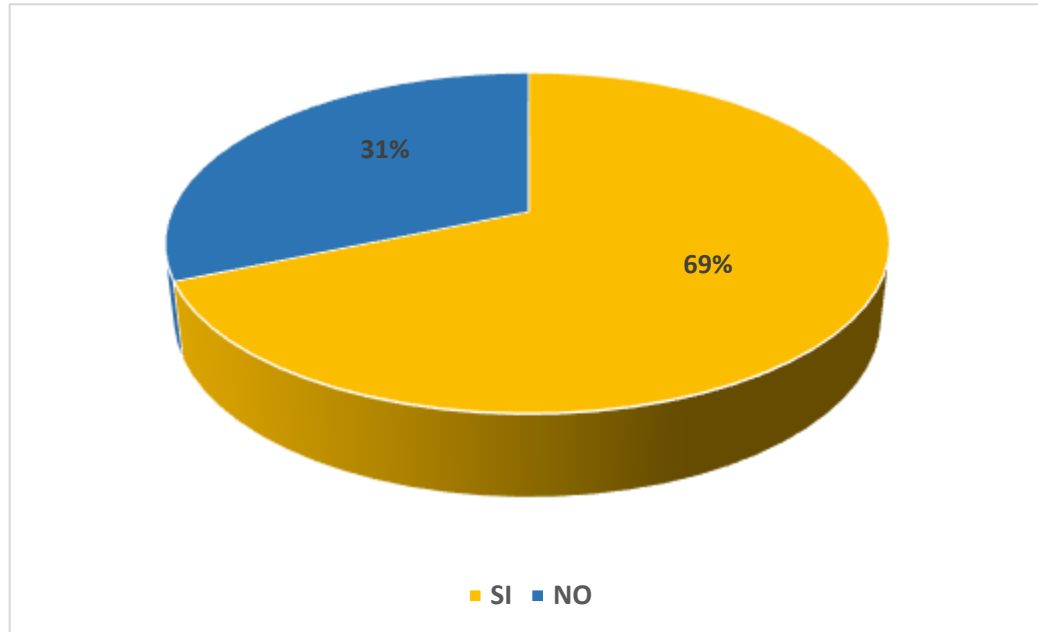
Análisis de los datos:

Según la información obtenida se puede tomar como oportunidad que la mayoría de los clientes utilizan como medio de comunicación el Whatsapp, correo electrónico y Facebook, ya que son medios de comunicación populares y conocidas redes sociales, una de sus características es que es un costo reducido y que existe contacto directo con clientes a través de conversaciones, plataformas virtuales de modo que todos se encuentran conectados en red. Por tal motivo las estrategias de corto plazo se apoyaran a través de estos resultados para utilizar las redes sociales.

Los medios de comunicación del Instagram, Link, Twitter son medios por los que no cuentan los clientes de esa manera no optan por ellos.

15. ¿Ha realizado usted algún reclamo a la empresa sea este formal o verbalmente?

Gráfico No. 16 (Frecuencia de la existencia de reclamos hacia la empresa)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 16

PREGUNTA No. 15	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	69%
NO	11	31%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

La pregunta número quince busca establecer si los clientes han realizado algún reclamo a la empresa en algún momento. Según a los resultados del total de los encuestado un 69% en su mayoría si han realizado reclamos y como menoría el 31 % expresa que no. Este último porcentaje de respuestas se ubica por debajo del rango mínimo de “apenas aceptable”, dejando evidente que no es un nivel de satisfacción adecuado para lo que la empresa se propone con respecto al servicio.

Análisis de los datos:

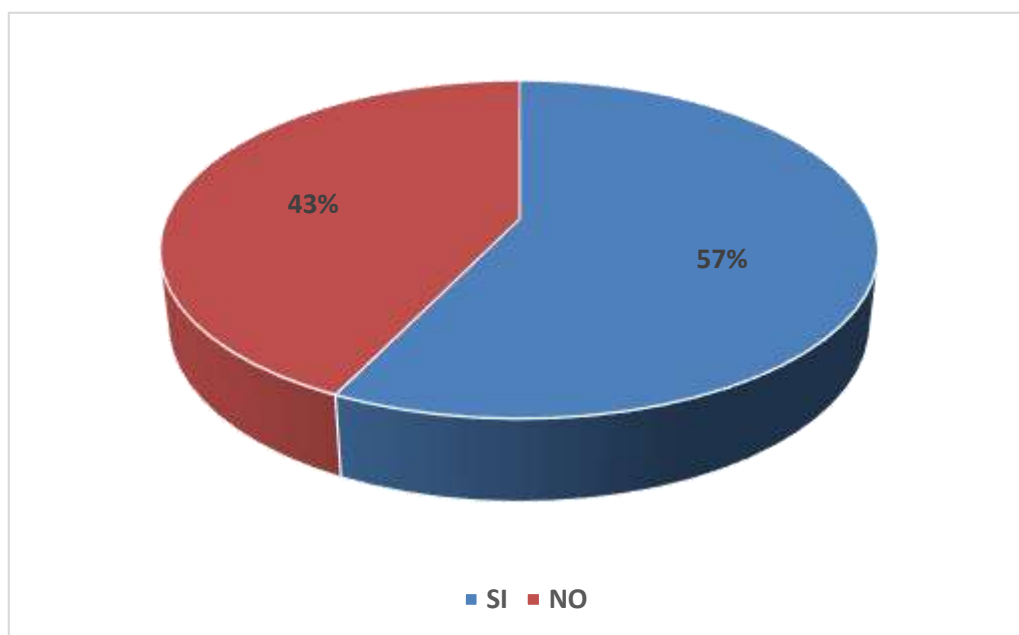
En un gran porcentaje del 69% de los clientes mencionan que si realizaron reclamos y quejas hacia la empresa los distintos reclamos que hicieron son: Material dañado, material confundido por parte del almacén que no entregan los productos según a lo pedido y facturado, etc.

Para la empresa es un problema grande ya que cuando un cliente expresa una queja, da un paso atrás. Puede ser difícil permanecer impassible frente a las críticas, pero una respuesta emocional solo servirá para irritar más al cliente.

La empresa debe resolverse lo más rápido posible ya que es una necesidad que tiene el cliente.

16. ¿La empresa ha dado solución a los reclamos que usted realizó?

Gráfico No. 17 (Frecuencia si la empresa soluciona o no la duda o queja de los clientes)



Fuente: elaboración propia

CUADRO No. 17

PREGUNTA No 16	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	57%
NO	15	43%
TOTAL	35	100%

Fuente: elaboración propia

Interpretación de resultados:

- ❖ El 57 % del total de los encuestados en su mayoría como resultado si se soluciona alguna queja o duda por parte de la empresa.
- ❖ El 43 % del total de los encuestados como resultado no se soluciona alguna queja o duda por parte de la empresa.

Análisis de los datos:

La solución de dudas a los clientes refleja la importancia que se le brinda a estos últimos en contribuir por un servicio completo que satisfaga todas sus necesidades. Pues en el mercado de hoy, el cliente no espera solamente adquirir un producto, sino que este vaya acompañado de asesoría, recomendaciones y solución de dudas.

5 Análisis FODA

FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DE LA EMPRESA ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Infraestructura apropiada. ❖ Credibilidad ante los clientes. ❖ Variedad de productos. ❖ Proveedores confiables con representación de marcas reconocidas a nivel mundial. ❖ Ubicación estratégica de las sucursales que eleva el flujo de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Clientes potenciales. ❖ Expansión de la infraestructura ❖ Acaparar mercado, al ser la primera empresa en atacar un área poco explotada. ❖ Ofrecer precios accesibles sin descuidar la calidad. ❖ Penetrar en otros segmentos de mercado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Bajo nivel de relacionamiento y comunicación con los clientes. ❖ No se realiza capacitación del personal. ❖ La existencia de reclamos por parte de los clientes. ❖ No se realizan actividades de promoción. ❖ inexistencia de políticas claras en atención al cliente. ❖ Poco posicionamiento de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ingreso de competencia en la ciudad de Tarija. ❖ Competencia desleal ❖ Precios bajos de los competidores de otros departamentos. ❖ Clientes desleales. ❖ Disminución de la demanda de poleras, debido a la competencia. ❖ La competencia ofrece mejores servicios.

6 PROBLEMÁTICA ENCONTRADA

En el transcurso de estas actividades se ha podido identificar un problema dentro de almacén, se pudo identificar por medio de la observación y documentación revisada que no se cuenta con un inventario no cuenta con orden de productos , solo esta almacenada físicamente sin registro, en cajones que no permite la visualización del producto lo que dificulta y toma tiempo (demora) al momento de entrega del producto, es deficiente y toma mucho tiempo al momento de entrega y a la vez el material llega a dañarse porque no existe un cuidado o limpieza constante , la cual muestra una gran debilidad para la empresa la cual puede provocar pérdida de clientes, además que el jefe de área de almacén no debe descuidar sus demás funciones diarias y dada la importancia para la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

En área de almacén no cuenta con números de ítem mucho menos con numeración/codificación de productos, de esta manera produce un desorden en almacén como también dificulta al momento del abastecimiento de dicho almacén porque se realizaba de manera empírica visualizando según los productos que llegaban a terminarse para la venta.

Se encontró con un gran número de productos entre ellos productos en buen estado y productos caducados productos dañados. Como ser tintas en el piso y en cajas ocultas existiendo la desinformación de material existente sin ninguna codificación ni orden de productos.

Almacén llevaba un registro mediante cuadernos y los empleados al ver que el producto se estaba por terminar o muchas veces se encontraban ocultos por el desorden que existía muchos de llegaban a caducar o llenarse con tela araña, insectos, roedores como también afectaba a los productos la humedad.

El transporte de los productos era deficiente al momento de entrega por que se llamaba a radio móvil para la entrega al no ser una movilidad apta para el traslado de los productos muchas veces en el transcurso de nuestra pasantía evidenciamos daños en el producto por el medio de transporte (radio móvil) hacia el cliente como ser: roturas rayado, etc.

El almacén no contaba con un registro en el sistema de la empresa.

Área de almacén encontrada:



Desorden de adhesivos



productos encajonados

De esta manera se procedió a aplicar la metodología 5S que esta contribuirá a la mejora del manejo de los recursos que tiene almacén como también para el área superior en este caso los jefes de venta, de esta manera contribuir a la satisfacción al momento de compra del cliente .

6.1 PROPUESTA

6.1.1 METODOLOGÍA 5”S”

Se propone poner los conceptos fundamentales de la metodología de las 5 S de manera general para la mejora continua de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

Comúnmente es llamada la estrategia de las 5´S porque, representan acciones que son principios expresados con cinco palabras japonesas. Cada palabra tiene un significado importante para la creación de un lugar digno y seguro donde trabajar.

Estas cinco palabras son las que a continuación se enuncian en la tabla

Tabla SIGNIFICADO METODOLOGÍA KAISEN

PALABRA JAPONESA	SIGNIFICADO
SEIRI	Clasificar
SEITON	Ordenar
SEISOU	Limpiar
SEIKETSU	Mantener
SHITSUKE	Disciplina



Las cinco "S" son el fundamento del modelo de productividad creado en Japón y que ahora ha sido aplicado en muchas empresas. No es que las 5'S sean características exclusivas de la cultura japonesa. En realidad todos dentro de nuestras culturas las hemos practicado, en nuestra vida personal y en numerosas oportunidades, simplemente no lo hemos notado. Se ha practicado el seiri (clasificar) y seiton (ordenar) cuando se mantienen en lugares apropiados e identificados los elementos como herramientas ,productos, extintores, basura, libretas, reglas, llaves etc., de esta forma el entorno de trabajo o lugar están organizados y limpios. Entonces, en general son poco frecuentes las fábricas, talleres y oficinas que aplican en forma estandarizada (por completo) las 5'S.

Esto no debería ser así según lo indica la metodología, ya que en el trabajo diario las rutinas de mantener el orden y la organización sirven para mejorar la eficiencia en el trabajo y la calidad de vida en aquel lugar donde se pasa más de la mitad de la vida de los empleados.

Es por ello su importancia pues no se trata de una moda, un nuevo modelo de dirección o un proceso de introducción de algo japonés simplemente, es un principio básico de mejorar nuestra vida (casa y trabajo) y hacer de nuestro sitio de trabajo un lugar donde valga la pena vivir plenamente. Y si con todo esto, además, se obtiene mejorar tanto la productividad de cada individuo, así también se logrará incrementar tanto la eficiencia de la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L., en el alcance de su mayor productividad.

6.2 IMPORTANCIA DEL SISTEMA

Para la aplicación del sistema señalamos la importancia de este para que a la vez el personal se encuentre comprometido explicando de esta manera. La metodología de las 5'S es un concepto sencillo que a menudo las personas no le dan la suficiente importancia; sin embargo, su aplicación puede contribuir al logro de muchos objetivos, que a través del tiempo se transforman en beneficios en cuanto a que una empresa limpia y segura nos permite orientarla más fácilmente hacia las siguientes oportunidades.

- a. Se logra dar respuesta a la necesidad de mejorar el ambiente de trabajo, eliminando desperdicios producidos por el desorden, falta de aseo, contaminación, etc. las cual se ven directamente reducidas poco después de aplicar el programa.
- b. Se busca la reducción en pérdidas que influyen en la mala calidad, así como tiempos y costos con la intervención del personal en el cuidado del sitio de trabajo e incremento así de la moral y mayor atención por su trabajo.
- c. El uso de elementos de control visual como tarjetas, tableros, pizarras, se facilita para mantener ordenados todos los elementos y productos documentos que intervienen en el momento de entrega.

A continuación, se representan aquellos requisitos necesarios e importantes a considerar por cada uno de los miembros dentro de la empresa, y que específicamente representan los mismos compromisos en causa de su aplicación.

a) Cambio: se necesita un cambio de actitud, tanto para la empresa, en este caso el de la administración, como de parte de los trabajadores, pues en ambos casos puede presentarse ciertos indicios de resistencia a cambiar.

b) Tiempo: dado por iniciado la aplicación de la metodología, el cambio debe ser continuo y para siempre.

c) Equipo: debe ser el necesario para lograr los objetivos del programa.

d) Instalaciones: permitir mostrar cambios importantes, que motiven a otros a repetir la experiencia.

e) Compromiso: tanto de la empresa (alta gerencia) como de los trabajadores para lograr el mejoramiento buscado.

Se llevó a cabo la aplicación de la metodología 5S descrita a continuación:

6.3 APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA 5S EN ALMACÉN

Para mejorar la entrega del producto al cliente se aplicó las 5S como ser clasificar, ordenar, limpiar y dar una numeración (codificación) esto permite tener una ubicación directa de los productos, entrega más rápida y eficaz a los clientes de la empresa.

Donde se aplicó la numeración a cada producto y la elaboración de un inventario para ejemplo de poleras codificadas de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.



6.4 PROPUESTA DETALLADA DE IMPLEMENTACIÓN DE KAIZEN SISTEMA 5 S ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

Promover la filosofía kaizen dentro de la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L., determinamos el área almacén y documentos indicada para el objeto de aplicación (servicios, distribución), partir de la detección del problema en cuanto a la demora de entrega de productos causando quejas y reclamos por parte de los clientes.

Otro punto muy importante, es que antes de introducir cualquier tipo de cambio, hay que conocer a fondo el sistema actual (valores, actitudes, compromiso, de los empleados). Ésta es la regla básica, porque cada empleado tiene un pensamiento, grado de escolaridad, participación y variabilidad de caracteres, por tal razón es esencial que se promueva la información siguiente, dentro del área seleccionada.

6.5 SEIRI (CLASIFICAR)

Diferenciar entre lo útil y lo inútil

Seire o clasificar, significa eliminar del área de trabajo todos elementos innecesarios En el lugar de trabajo sea un almacén, una oficina y en el mismo hogar existen cosas que no son necesarias. Por ejemplo en un almacén se puede encontrar productos obsoletos, en las oficinas documentos y registros de gestiones pasadas que ya nadie necesita, en el hogar objetos que ya no ocupamos.

El primer y más directo impacto del seiri está relacionado con la clasificación de productos ante la presencia de elementos innecesarios. El seiri debe acoplarse como un proceso continuo, realizado en el día a día.

En nuestra práctica se realizó estos procesos para la mejora, este puede observarse en la figura siguiente:

PRIMERA S

SEIRI (CLASIFICAR)

1. Separar en el sitio de trabajo las cosas que realmente sirven de las que no sirven.
2. Clasificar lo necesario de lo innecesario para el trabajo rutinario.
3. Mantener lo que se necesita y eliminar lo excesivo.
4. separar los elementos empleados de acuerdo a su naturaleza, uso, seguridad y frecuencia de utilización con el objeto de facilitar la agilidad en el trabajo.
5. Organizar las herramientas de trabajo en sitios donde los cambios se puedan realizar en el menor tiempo posible.

Con la aplicación de cada uno de los procesos que ofrece seiri, se pretende optimizar nuevas habilidades y conocimientos en el trabajo dentro del área de almacén.

Problemas encontrados

Frecuentemente en el puesto de trabajo se acumulan productos y herramientas, cajas de productos y elementos personales, estos perjudican la entrega inmediata de un producto.

Cuándo el ambiente de trabajo es tenso, impide el proceso correcto de preparación de pedidos, dificultad al observar el lugar correspondiente de cada producto para su despacho inmediato, las salidas de emergencia quedan obstaculizadas haciendo todo esto que el área de trabajo sea insegura.

A continuación, se muestra, cómo funciona la primera S, en aplicación dentro de almacén de la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

1. Separar en el sitio de trabajo las cosas que realmente sirven de las que no sirven.

Se realizó en almacén la separación de los productos según la línea de productos, eliminando los productos vencidos como ser tintas caducadas, adhesivos dañados, lonas en mal estado, cajas de cartón vacíos.

2. Clasificar lo necesario de lo innecesario para el trabajo rutinario.

El segundo proceso realizado fue clasificar lo necesario al momento de preparar los pedidos, clasificando las herramientas de trabajo como ser reglas, tijeras, flexo, muestrarios, bolsas en buen estado y mal estado. Se separó lo innecesario cajas con documentos pertenecientes a otras áreas.

3. Mantener lo que se necesita y eliminar lo excesivo.

Una vez realizado la separación y clasificación de productos y herramientas de trabajo, se procedió a mantener todo lo necesario para la preparación de pedidos, a la vez eliminar lo excesivo anteriormente mencionado.(tintas caducadas, adhesivos dañados, lonas en mal estado, cajas de cartón vacíos y cajas con documentos pertenecientes a otras áreas)

4. Separar los elementos empleados de acuerdo a su uso, seguridad y frecuencia de utilización con el objeto de facilitar la agilidad en el trabajo.

En este proceso se llevó a cabo la separación y ubicación de la mesa metálica para preparar los pedidos ,la ubicación de productos(lonas, tintas, sustratos rígidos, entre otros), herramientas de trabajo(escalera, carrito para transportar) elementos de seguridad (extintores, guantes, fajas lumbares).de esta manera facilitar el tiempo en el trabajo.

5. Organizar las herramientas de trabajo en sitios donde los cambios se puedan realizar en el menor tiempo posible.

En este proceso se organizó las herramientas de trabajo diarias, en un sitio cercano a la mesa de trabajo metálica que se utiliza para el preparado de pedido llevando la manipulación de herramientas en un tiempo mínimo.

Con la aplicación seiri (clasificar) se obtuvo los siguientes beneficios

a. Espacio libre en almacén para poder medir los productos.

Se encontró una mesa metálica (mesa para medir materiales) la cual se encontraba con materiales como ser adhesivos, siser, reglas,tijeras, cinta de embalaje y otros estos materiales obstaculizan y perjudican el desarrollo de los procesos, como también genera demora en el momento de entrega.

Se realizó el levantamiento de todos los materiales que se encontraban en la mesa obstaculizando el trabajo (medida y corte) de los productos dejando libre, ordenada y limpia el área de trabajo en el momento de entrega los productos se encuentren en buenas condiciones.

Mesa llena de productos

Desorden



Mesa para medir los productos

Orden



b. Reducir los tiempos de acceso al material

Al tener todo el almacén ordenado cada cosa en su respectivo lugar se redujo el tiempo de entrega del pedido siendo este más oportuno y rápido como ser los siguientes materiales (Lonas, telas, adhesivos, tintas, sustratos rígidos, etc.), documentos, herramientas y otros elementos de trabajo.

Productos encajonados (Tintas)



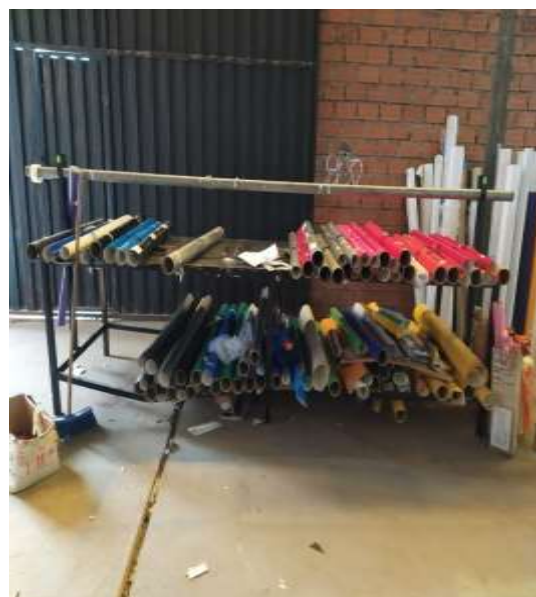
Productos fácil acceso (Tintas)



c. Mejorar el control visual de los productos

Se procedió a la ubicación y señalización mediante carteles con los nombres de los respectivos productos y su codificación para que de esta manera se mas optima la visualización de estos como también se puso membrete a las carpetas con información (documentos, pólizas, notas de venta).

Productos adhesivos y lonas sin señalización



Productos adhesivos y lonas con sus respectivos carteles



d. Eliminación producto

Los productos que se deterioran por permanecer un largo tiempo expuestos en un ambiente no adecuado para ellos (humedad, insectos, roedores, etc.); por ejemplo, material de lonas , etiquetas, envases plásticos, cajas de cartón y otros.

Se llevó a cabo el descarte de productos en mal estado para luego ser almacenados en el ambiente exterior que se encuentra en la empresa estos serán analizados para cuantificar las pérdidas por parte del personal administrativo.

Estos productos recomendamos dar de baja, eliminarlos ya que no tienen ningún uso y por ultimo desecharlos mediante la empresa de aseo EMAT.

Depósito de productos en mal estado



Productos en mal estado



6.6 SEITON (ORDENAR)

Ordenar lo útil y decidir sobre lo inútil.

El seiton trata de disponer como corresponde cada cosa para minimizar el tiempo de búsqueda y esfuerzo.

Una vez que se ha llevado a cabo el seiri (clasificar), y todos los elementos innecesarios se han retirado del área de trabajo, dejando solamente lo necesario. Pueden ser elementos que no tengan uso si se almacenan demasiado lejos del área de trabajo o en un lugar donde no pueden encontrarse. Esto hace que se prosiga con la siguiente etapa, seiton que significa ordenar los elementos para uso y disponibilidad como corresponde, para minimizar el esfuerzo y tiempo de búsqueda de los mismos.

SEGUNDA S	SEITON (ORDENAR)
	<ol style="list-style-type: none">1. Disponer de un sitio adecuado para cada elemento utilizado en el trabajo diario, para facilitar su acceso y retorno al lugar (indumentaria).2. Mantener los sitios identificados para ubicar o almacenar los elementos que se emplean con poca frecuencia.3. Disponer de lugares para mantener el material o elementos que no se usarán en el futuro.4. Facilitar la identificación visual de herramientas y productos.5. Emplear y promover siempre el concepto un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.

Para lograr la segunda S seiton (ordenar) cada producto debe tener una ubicación, un nombre, espacio designado, visualización, acceso así como el número máximo de apilamiento.

Problemas encontrados

Se pudo evidenciar que no existía un orden de productos, ubicación disponibilidad de espacio, layout, transitividad interna en almacén. Estos generaban demora al momento de preparación de los pedidos.

A continuación, se muestra, cómo funciona la segunda S, en aplicación dentro de almacén de la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

1. Disponer de un sitio adecuado para cada elemento utilizado en el trabajo diario, para facilitar su acceso y retorno al lugar.

Dar espacio a cada producto, herramienta e indumentaria utilizada en el trabajo diario de esta manera facilitar el acceso y movimiento en almacén.

2. Mantener los sitios identificados para ubicar o almacenar los elementos que se emplean con poca frecuencia.

Mantener el diseño de la línea de productos, herramientas utilizadas con poca frecuencia que se encuentran correctamente ubicados en almacén como ser extintores los cuales se encuentran ubicados en un sitio poco transitable pero de fácil acceso.

3. Disponer de lugares para mantener el material o productos que no se usarán en el futuro.

Este proceso nos lleva a los ambientes que se encuentran fuera de almacén en el cual se mantiene el material que no se utiliza como ser cajas con documentación de otras áreas y productos dañados.

4. Facilitar la identificación visual de herramientas y productos.

Este proceso despeja cualquier elemento que obstaculice el trabajo de esta manera poder identificar de manera rápida los equipos y herramientas como ser (computadoras, sistemas de seguridad, alarmas, paneles de control), líneas de productos (lonas, poleras, tintas, sustratos rígidos entre otros) para facilitar su inspección y control de limpieza.

5. Emplear y promover siempre el concepto un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.

Se pretende promover el orden y el aseo en el lugar de trabajo empleando un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.

Con la aplicación de seiton (ordenar) se obtuvo los siguientes beneficios:

a) Orden dentro almacén

Los elementos que están en el área de trabajo deben colocarse en el área específicamente designada para cada uno de ellos. En otras palabras, cada uno debe tener su propia ubicación y, viceversa, cada espacio también debe tener su destino señalado (un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar). La colocación de elementos tales como tijeras, herramientas, cintas de embalaje y flexos, guantes, se señalaron por su ubicación.

b) La señalización de productos en la pared

Los carteles puestos como señalización de productos indican las ubicaciones apropiadas de los productos, el área donde estarán ubicados la línea de productos, se crea un espacio suficiente para almacenar y al mismo tiempo, cualquier desviación de lo señalado se hace evidente instantáneamente.



c) **Ubicación de herramientas**

Las herramientas se puso al alcance de la mano y para ser fáciles de recoger y regresar a su sitio. Esto facilita saber cuándo se encuentran en uso.



d) **Señalización de área**

Los pasillos también se señalizaron claramente con pintura para denotar que son espacios destinados al tránsito, por lo tanto, no debe dejarse nada en el lugar y deben estar completamente despejados.

Señalización con pintura



e) Controles visuales

Se basa en la representación de color y en forma numérica que sea muy fácil de ver. Se pudo usar membretes dentro de las oficinas para las carpetas mientras que para almacén se señaló mediante carteles de colores y anotaciones numéricas, líneas pintadas para el espacio de cada producto.

Además, en las oficinas de almacén sirven para mostrar la ubicación de carpetas con documentación, materiales de oficina (bolígrafos, papel, tinta, sellos, etc.), elementos para cálculos (calculadoras, calibradores, cintras métricas, etc.) utilizadas en el sitio de trabajo.

Anexos

Elaboración de carteles



Control Visual



f) Control por mapa o plano de ubicación

Se elaboro un plano (sencillo) para identificar y ubicar los productos a ordenar en el almacén y escritorios, este plano permite mostrar el lugar destinado a cada producto, extintores de fuego, pasillos y salidas de emergencia, archivos con documentos y equipos computarizados.



g) Señalizar y ubicar por color

En cuanto a la ubicación, se decidió la mejor localización, éstas pueden identificarse por medio de carteles, de tal forma que cada uno (trabajador) sepa dónde están las cosas, y cuántas cosas de cada elemento hay en cada sitio.

Se propuso en la empresa el uso carteles a colores con su código respectivo para identificar, los productos en el almacén.

Color de figura

Los colores que se propuso en la empresa para su visualización de los productos para el acceso rápido de materiales como por ejemplo adhesivos según su color.



En este proceso seiton (ordenar) se puede observar los casos siguientes en almacén.

a) Lista de productos dañados

La lista de productos dañados, es una buena forma de poder llevar un registro de forma ordenada para que estos productos se puedan dar en oferta de esta manera no perder todo el producto ya que los daños son leves en muchos casos.

b) inventario de productos

El inventario es una buena manera de registro documental de los bienes y demás objetivos pertenecientes a la empresa y que se encuentra realizado a partir de mucha precisión y prolijidad en la plasmación de los datos.

El inventario fue elaborado, insertado al sistema de control de la empresa, este por ser de vital importancia para la empresa.

Considerando el concepto de almacén del autor Alfonso García Cantú

El almacén es una unidad de servicio estructurada, orgánica y funcional de una empresa comercial o industrial, con objetivos bien definidos de resguardo, custodia, control y abastecimiento de materiales y productos.

Considerando el concepto de almacén del autor Orlando Espinoza

El control de inventarios es una herramienta fundamental en la administración moderna ya que esta permite a las empresas y organizaciones conocer las cantidades existentes de productos disponibles para la venta, en un lugar y tiempo determinado así como las condiciones de almacenamiento aplicables en las industrias.

A continuación detallamos el estado de inventario de almacén elaborado con su respectiva codificación de los productos para la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. la incorporación al sistema de la empresa (Sistema Microsoft Dynamics AX).

Inventario elaborado

ESTADO DE INVENTARIO DE ALMACEN Expresado en Moneda Nacional Bs

Articulo	U-M	Cod-Int	Cantidad
Almacén Tarija 20019			
VINIL DIGIMAX TRANSPARENTE 130 G 1.52X50 MTS	MTS	39600	50,00
Total Marca :GENERAL FORMULATIONS			50,00
Total Subgrupo :VINIL			50,00
ARCLAD ADHESIV.BRILL.VBB82 1.40X50MTS.BLANCO (VBB75)	MTS	1621	53,60
ARCLAD ADHESIV.SOLVEN. BLANCO MAT 1.40X50MTS (VBM82)	MTS	1625	3,11
ARCLAD ADHESIV.BRILL.BLANCO VBB75 -P1 1.52X50MTS.	MTS	4373	902,30
ARCLAD ADHESIV.SOLVEN. 1.52X50MTS.BLANCO MAT (VBM75)	MTS	4465	112,27
Total Marca :ARCLAD			1.071,28

Marca :0001.0001.0002.0066-NINGBO YINZHOU SICOL SIGNS MATERIAL				
INTERTACK BLANCO BRILLANTE 1.52*50 MTS P10140G	MTS	4587		42,00
INTERTACK BLANCO MATTE 1.52*50 MTS P10140M	MTS	9610		150,00
VINIL INTERTACK PLUS HITACK W081140RG-LNT 1.52*50MTS BLANCO BRILLANTE	MTS	9723		850,00
Total Marca :NINGBO YINZHOU SICOL SIGNS MATERIAL				1.042,00
Marca :0001.0001.0002.0073-PINO PLASTIC				
PINO VINIL BLANCO GLOSSY 1.52X50	MTS	1891		6,00
Total Marca :PINO PLASTIC				6,00
Total Subgrupo :VINIL				2.119,28
Subgrupo :0001.0001.0003.0000-ESMERILADO				
MACAL ESMERILADO C/CHISPAS ETCH- FILM WHITE 1.22*50MTS.	MTS	1926		139,00
Total Marca :MACAL				139,00
Marca :0001.0001.0003.0073-PINO PLASTIC				
PINO VINIL TRANSPARENTE MATTE 1.52X50	MTS	1994		200,00
Total Marca :PINO PLASTIC				200,00
Marca :0001.0001.0003.0147-PRIME SIGN				
PRIME-VINYL ESMERILADO LINEAS RECTAS 1.22*45 MTS WF-5007	MTS	15435		45,00
Total Marca :PRIME SIGN				45,00
Total Subgrupo :VINIL				384,00
Subgrupo :0001.0001.0004.0000-ESPECIALES				
3M ELECTRO CORTE NEGRO 0.60 X45.70 MTS (1178C)	MTS	3283		25,70
3M ELECTRO CORTE ROJA 0.60X45.7 MTS (1172C)	MTS	3284		25,70
Total Marca :3M				51,40
Marca :0001.0001.0004.0054-MACAL				
MACAL POLYESTER PLATA 1.22 X 50 MTS	MTS	3070		4,59
Total Marca :MACAL				4,59
Marca :0001.0001.0004.0071-ORACAL				
ORAFOL-5061-24 ORALITE ELECTROCORTE NEGRO 0.61*45.70 MTS	MTS	9892		1,20
Total Marca :ORACAL				1,20
Total Subgrupo :VINIL				57,19
Subgrupo :0001.0001.0007.0000-MASCARA TRANSFER				
MACAL AP-S TRANSFER TRANSPARENTE APLICAT.TAPE C/LI	MTS	2172		101,75
Total Marca :MACAL				101,75
Total Subgrupo :VINIL				101,75
Subgrupo :0001.0001.0008.0000-MICROPERFORADO				
PINO PERFORADO ONE VISION 1.37 X 50	MTS	2004		350,00
PINO PERFORADO ONE VISION 1.52 X50	MTS	2501		290,00
Total Marca :PINO PLASTIC				640,00
PRIME-VINYL HOLOGRAMA 1.37*50 MTS	MTS	15429		50,00
PRIME-VINYL PERFORADO ONE VISION 1.52*50 MTS	MTS	20322		159,20
Total Marca :PRIME SIGN				209,20
Total Subgrupo :VINIL				849,20
Subgrupo :0001.0001.0009.0000-OPACO				
ADHES.PLATA OPACO VPL175-P-K135 1.22MTS	MTS	1623		112,68
ARCLAD OPACO GRIS OSCURO VGR175-P 1.22	MTS	1707		2,00
ARCLAD OPACO NEGRO BRILL VNB75-P1 1.22	MTS	1708		127,60
ARCLAD OPACO ORO VOR175 P K135 1.22	MTS	1709		55,46
ARCLAD OPACO AMARILLO CLARO VAM175 1.22	MTS	1710		134,80

ARCLAD OPACO AMARILLO OSCUR VAM275 1.22	MTS	1711	181,60
ARCLAD OPACO NARANJA VNA275 -P 1.22	MTS	1712	40,91
ARCLAD OPACO ROJO PASION VRO275 1.22MTS	MTS	1713	154,00
ARCLAD OPACO ROJO CEREZA VRO475 1.22MTS	MTS	1714	73,95
ARCLAD OPACO AZUL OSCURO VAZ175 1.22MTS	MTS	1715	146,56
ARCLAD OPACO AZUL VIOLETA VAZ275 1.22	MTS	1716	128,59
ARCLAD OPACO AZUL REY VAZ475 1.22 MTS	MTS	1717	53,35
ARCLAD OPACO AZUL CLARO VAZ675 1.22MTS	MTS	1718	22,22
ARCLAD OPACO AZUL TURQUESA VAZ775 1.22 M	MTS	1719	70,50
ARCLAD OPACO VERDE ACIDO VVE375 1.22 MTS	MTS	1720	96,84
ARCLAD OPACO VERDE ESMERALDA VVE175 1.22	MTS	1721	96,40
ARCLAD OPACO ROSADO VRS175 1.22 MTS	MTS	1722	98,20
ARCLAD OPACO ROJO ESCARLATA VRO375 1.22	MTS	1723	192,43
ARCLAD OPACO VINO TINTO VRO575 1.22 MTS	MTS	1724	42,00
ARCLAD-VNM82 OPACO NEGRO MATE 1.40*0.50 VNM75	MTS	2101	30,33
ARCLAD OPACO VIOLETA VINIL ADHES.1.22*50MTS-VV1175	MTS	2391	87,00
ARCLAD VINIL ADHESIVO 1.22*50MTS-VCF175 CAFÉ	MTS	2392	45,00
Total Marca :ARCLAD			1.992,42
Total Subgrupo :VINIL			1.992,42
Subgrupo :0001.0001.0010.0000-REFLECTIVO			
3M REFLECTIVO DG3 VERDE 0.61X45.7 MTS	MTS	14378	0,30
3M REFLECTIVO HIP AMARILLO 0.90x45.70 MTS	MTS	3185	13,70
3M REFLECTIVO EG AZUL 1.22 X 45.70 MTS	MTS	3657	2,00
3M REFLECTIVO DG3 AZUL 1.22X45.70 MTS (4095)	MTS	3676	0,50
Total Marca :3M			16,50
Marca :0001.0001.0010.0050-REFLOMAX			
REFLOMAX-REFLECTIVO HIP ROJO 1.22*45.70 MTS	MTS	4703	2,00
Total Marca :REFLOMAX			2,00
Marca :0001.0001.0010.0071-ORACAL			
ORAFOL- REFLECTIVO P/IMPRESION ORALITE SERIE 5600 BLANCO 1.22*45.70 MTS	MTS	13452	18,70
ORAFOL-5900 ORALITE REFLECTIVO HIP VERDE 1.22*45.70 MTS	MTS	14266	20,70
ORAFOL-5300-48 ORALITE REFLECTIVO GRADO ING. VERDE 1.22X45.70 MTS	MTS	15562	2,00
ORAFOL-5300-48 ORALITE REFLECTIVO GRADO ING. AMARILLO 1.22X45.70 MTS	MTS	15563	2,00
ORAFOL-5300-48 ORALITE REFLECTIVO GRADO ING. BLANCO 1.22X45.70 MTS	MTS	9890	35,10
Total Marca :ORACAL			78,50
Total Subgrupo :VINIL			97,00
Subgrupo :0001.0001.0011.0000-ROTULACION			
VINIL MAX ROTULACION DIGIGOLD BCO 0.07 1.52X50 MTS (130 G)	MTS	34802	68,00
Total Marca :IMPRIMAX			68,00
Total Subgrupo :VINIL			68,00
Subgrupo :0001.0001.0013.0000-TRASLUCIDOS			
3M 3630-36 TRASL SCAL DARK BLUE 1.22 X 45.7	MTS	3147	2,24
3M 3630-87 TRASL SCAL ROYAL BLUE 1.22 X 45.70	MTS	3154	1,90
Total Marca :3M			4,14
Total Subgrupo :VINIL			4,14

Subgrupo :0001.0001.0014.0000-TRANSPARENTE			
ARCLAD ADHESIV.TRANSF.VTB82 1.40X50MTS. (VTB75)	MTS	1622	26,00
Total Marca :ARCLAD			26,00
Total Subgrupo :VINIL			26,00
PINO VINIL TRANSPARENTE GLOSSY 1.52X50	MTS	2056	678,00
PINO VINYL BLANCO GLOSSY BLOCKOUT 1.52*50MTS	MTS	32826	50,00
PINO VINYL BLANCO MATTE BLOCKOUT 1.52*50MTS	MTS	32827	200,00
Total Marca :PINO PLASTIC			928,00
Total Subgrupo :VINIL			996,14
Total Grupo :VINIL			6.719,12
Grupo :0001.0002.0000.0000-TINTAS ECOSOLVENTE			
TINTA MARABU DI-LA 459 CYAN 1 LTS	LTS	20847	8,00
TINTA MARABU DI-LA 428 YELLOW 1 LTS.	LTS	20848	8,00
TINTA MARABU DI-LA 438 MAGENTA 1 LTS.	LTS	20849	4,00
TINTA MARABU DI-LA 489 BLACK 1 LTS.	LTS	20850	8,00
Total Marca :MARABU			28,00
Marca :0001.0002.0001.0122-NAZDAR			
TINTA DXCI1000 ECOSOLVENTE BLACK 1 LTS	LTS	13594	1,00
Total Marca :NAZDAR			1,00
Marca :0001.0002.0001.0123-LOCOR			
LOCOR TINTA NEGRA ECO SOLVENT 1 LT.	LTS	4394	5,00
LOCOR TINTA YELLOW ECO SOLVENT 1 LT.	LTS	4469	4,00
LOCOR TINTA CYAN ECO SOLVENT 1LT.	LTS	4470	4,00
LOCOR TINTA MAGENTA ECO SOLVENT 1 LT.	LTS	4471	2,00
Total Marca :LOCOR			15,00
Total Subgrupo :TINTAS			44,00
Subgrupo :0001.0002.0002.0000-FLUSH			
FLUSHING ACRICOLOR CLAS G LT	LTS	1968	1,00
Total Marca: TRIANGLE DIGITAL INX CO.			1,00
Marca :0001.0002.0002.0129-KIIAN			
KIIAN FLUSH 1 LTS	LTS	4652	3,00
Total Marca :KIIAN			3,00
Total Subgrupo :TINTAS			4,00
Subgrupo :0001.0002.0003.0000-LATEX			
HP-789 CH620A CARTUCHO TIJ LIGHT MAGENTA 775ML	UND	2858	1,00
Total Marca :HEWLETT PACKARD			1,00
Total Subgrupo :TINTAS			1,00
Subgrupo :0001.0002.0004.0000-SOLVENTE			
TINTA ACRICOLOR CLAS G MAGENTA LT	LTS	1960	1,00
TINTA ACRICOLOR CLAS G BLACK LT	LTS	1961	5,00
TINTA ACRICOLOR CLAS G YELLOW LT	LTS	1962	4,00
TINTA ACRICOLOR CLAS G CYAN LT	LTS	1963	5,00
Total Marca: TRIANGLE DIGITAL INX CO.			15,00
Total Subgrupo :TINTAS			15,00
Subgrupo :0001.0002.0005.0000-SUBLIMACION			
INKTEC- TINTA P / SUBLIMACION DT104 YELLOW 1 LT.	UND	4317	1,00
TINTA ACRICOLOR SK CYAN DT102 100 ML (INKTEC)	UND	4391	2,00
TINTA ACRICOLOR SK MAGENTA DT103 100 ML (INKTEC)	UND	4392	1,00

Total Marca :INKTEC			4,00
Marca :0001.0002.0005.0085-ROLAND DGA CORPORATION			
ROLAND TINTA D/SUBLIMACION RT-640 SBL3-FY 1LTS. FLUOR YELLOW	LTS	20038	1,00
ROLAND TINTA D/SUBLIMACION RT-640 SBL3-FP 1LTS. FLUOR PINK	LTS	20039	1,00
ROLAND TINTA D/SUBLIMACION RT-640 SBL3-BK 1LTS. BLACK	LTS	4589	1,00
ROLAND TINTA D/SUBLIMACION RT-640 SBL3-CY 1LTS. CYAN	LTS	4590	2,00
ROLAND TINTA D/SUBLIMACION RT-640 SBL3-MG 1LTS. MAGENTA	LTS	4591	2,00
ROLAND TINTA D/SUBLIMACION RT-640 SBL3-YE 1LTS. YELLOW	LTS	4592	2,00
Total Marca :ROLAND DGA CORPORATION			9,00
Marca :0001.0002.0005.0129-KIIAN			
KIIAN- HD ONE TINTA DE SUBLIMACION YELLOW FLUO 1LTS	LTS.	13130	1,00
KIIAN HI-PRO SUBLIMACION MAGENTA 1LTS	LTS	4648	5,00
KIIAN HI-PRO SUBLIMACION YELLOW 1LTS	LTS	4649	8,00
KIIAN HI-PRO SUBLIMACION BLACK 1 LTS	LTS	4650	8,00
KIIAN HI-PRO SUBLIMACION CYAN 1 LTS	LTS	4651	6,00
KIIAN- HD ONE TINTA SUBLIMACION YELLOW 1 LTS	LTS	9897	1,00
KIIAN- HD ONE TINTA SUBLIMACION MAGENTA 1 LTS	LTS	9898	1,00
KIIAN- HD ONE TINTA SUBLIMACION CYAN 1LTS	LTS	9899	2,00
Total Marca :KIIAN			32,00
Total Subgrupo :TINTAS			45,00
Total Grupo :TINTAS			109,00
Grupo :0001.0003.0000.0000-LONA			
3M PANAGRAPHICS III 1.50 X 50	MTS	3204	50,00
Total Marca :3M			50,00
Marca :0001.0003.0001.0073-PINO PLASTIC			
PINO BACKLIT TEXTILE 1.52*50 MTS	MTS	14506	50,00
LUMIJET BACKLIT GLOSS 15 OZ 2.50*50 MTS	MTS	19025	200,00
PINO BACKLIT GLOSS 15 OZ 2.20X50	MTS	2114	100,00
PINO BACKLIT GLOSS EXTRA-SMOOTH 15 OZ 1.50X50	MTS	2264	100,00
PINO BACKLIT GLOSS EXTRA-SMOOTH 15 OZ 3.20X50	MTS	2394	150,00
Total Marca :PINO PLASTIC			600,00
Total Subgrupo :LONA			650,00
Subgrupo :0001.0003.0002.0000-FRONTLIGHT 10oz			
SOLVENT PRINT MAX 10 OZ BLANCO 3.20*50 MTS 500X500	MTS	19028	200,00
PINO LONA PLASTIC GLOSS 10 OZ 2.50X50	MTS	1996	800,00
PINO LONA PLASTIC GLOSS 10 OZ 3.20X50	MTS	2396	146,00
Total Marca :PINO PLASTIC			1.146,00
Total Subgrupo :LONA			1.146,00
Subgrupo :0001.0003.0004.0000-FRONTLIGHT 12oz			
PINO LONA PLASTIC GLOSS 12 OZ 2.20X50 ULTRA-SMOOTH	MTS	2000	50,00
PINO BLOCKOUT ULTRA SMOOTH 12 OZ 2.20 X50 MTS	MTS	4059	50,00
Total Marca :PINO PLASTIC			100,00
Marca :0001.0003.0004.0181-UMAG			
UMAG LONA 12OZ FRONTLIT 3.20*50 MTS	MTS	20457	300,00
Total Marca :UMAG			300,00
Total Subgrupo :LONA			400,00

Subgrupo :0001.0003.0005.0000-FRONTLIGHT 13oz				
LONA 13 OZ ULTRA SMOOTH 3.20*50 MTS 500X500	MTS	19029		50,00
PINO LONA PLASTIC GLOSS 13 OZ 3.20X50 ULTRA SMOOTH	MTS	3187		50,00
PINO LONA PLASTIC GLOSS 13 OZ 2.20x50 MTS ULTRA SMOOTH	MTS	4697		150,00
PINO LONA PLASTIC GLOSS 13 OZ 3.20 MTS ULTRA SMOOTH	MTS	4699		150,00
Total Marca :PINO PLASTIC				400,00
Total Subgrupo :LONA				400,00
Subgrupo :0001.0003.0007.0000-FRONTLIGHT 18oz				
ALPHAFLEX MAX 18 OZ ROJO 3.20*50 MTS	MTS	19165		50,00
Total Marca :PINO PLASTIC				50,00
Total Subgrupo :LONA				50,00
Subgrupo :0001.0003.0008.0000-FRONTLIGHT 8oz				
LONA BLOCKOUT 8 OZ 3.20 X50 MTS	MTS	19027		200,00
Total Marca :PINO PLASTIC				200,00
Total Subgrupo :LONA				200,00
Subgrupo :0001.0003.0009.0000-MESH				
PINO MESH MEDIA 3.20X50 M	UND	3711		50,00
Total Marca :PINO PLASTIC				50,00
Total Subgrupo :LONA				50,00
Total Grupo :LONA				2.896,00
Grupo :0001.0004.0000.0000-SUSTRATO RIGIDO				
ACRILICO CAST YELLOW 1.22*2.44MTS 2MM	UND	4723		2,00
ACRILICO CAST BLUE 1.22*2.44MTS 2MM	UND	4724		3,00
Total Marca :GUANGNING OCEAN				5,00
Marca :0001.0004.0001.0172-TITAN				
TI. ACRILICO CAST CRYSTAL 1.22*2.44 MTS 2MM	UND	21135		5,00
TI. ACRILICO CAST CRYSTAL 1.22*2.44 MTS 3MM	UND	21136		3,00
TI. ACRILICO CAST CRYSTAL 1.22*2.44 MTS 10MM	UND	21138		2,00
TI. ACRILICO CAST BLANCO 1.22*2.44 MTS 2MM	UND	21139		2,00
TI. ACRILICO CAST BLANCO 1.22*2.44 MTS 3MM	UND	21140		2,00
Total Marca :TITAN				14,00
Marca :0001.0004.0001.0180-BOLD				
BR. ACRILICO CAST ESPEJO DORADO 1.22*2.44 MTS 2M	UND	29338		3,00
BR. ACRILICO CAST ESPEJO PLATA 1.22*2.44 MTS 2M	UND	29339		3,00
BR. ACRILICO CAST CRYSTAL 1.22*2.44 MTS 10MM	UND	33062		4,00
Total Marca :BOLD				10,00
Total Subgrupo :SUSTRATO RIGIDO				29,00
Subgrupo :0001.0004.0005.0000-PAI				
ALB-PAI BLANCO A.BRILHO C/CORONA 2MM 120x240 CM	UND	13875		19,00
ALB-PAI BLANCO A.BRILHO C/CORONA 0.50MM 120x240 CM	UND	4690		13,00
ALB-PAI BLANCO A.BRILHO C/CORONA 0.70MM 120x240 CM	UND	4691		4,00
Total Marca :ALBAN				36,00
Total Subgrupo :SUSTRATO RIGIDO				36,00
Subgrupo :0001.0004.0008.0000-PS FOAM				
EASTSING PS FOAM 5MM.CARTON PLUMA BLANCO 1.22X2.44	MTS	1970		24,00
EASTSING PS FOAM 3MM.CARTON PLUMA BLANCO 1.22X2.44	UND	3705		9,00
EASTSING PS FOAM CARTON PLUMA NEGRO 5MM 1.22X2.44 MTS	UND	4695		28,00

Total Marca :EASTSINGN				61,00
Total Subgrupo :SUSTRATO RIGIDO				61,00
Subgrupo :0001.0004.0009.0000-PVC CORRUGADO				
B-PP CORRUGADO 1.22*2.44 2MM 450G/M2	UND	4378		20,00
Total Marca :BODO				20,00
Total Subgrupo :SUSTRATO RIGIDO				20,00
Subgrupo :0001.0004.0010.0000-PVC FOAM				
B-PVC CELUKA BLANCO 1.22*2.44 MTS 10MM	UND	13529		13,00
B-PVC CELUKA BLANCO 1.22*2.44 MTS 13MM	UND	13530		4,00
B-PVC CELUKA BLANCO 1.22*2.44 MTS 16MM 0.55 D	UND	13531		3,00
B-PVC FOAM MEDIA SUP. SUAVE 1.22*2.44 2MM (SOFTER SURFACE B)	UND	13533		51,00
B-PVC FOAM MEDIA SUP. SUAVE 1.22*2.44 3MM (SOFTER SURFACE B)	UND	13534		2,00
B-PVC FOAM ALTA SUP. RIGIDA 1.22*2.44 2MM (RIGID SURFACE)	UND	4074		2,00
B-PVC FOAM ALTA SUP. MEDIA 1.22*2.44 2MM (MIDDLE SURFACE)	UND	4077		7,00
B-PVC FOAM ALTA SUP. MEDIA 1.22*2.44 3MM (MIDDLE SURFACE)	UND	4078		5,00
B-PVC FOAM MEDIA SUP. SUAVE 1.22*2.44 2MM (SOFTER SURFACE)	UND	4079		24,00
B-PVC FOAM MEDIA SUP. SUAVE 1.22*2.44 3MM (SOFTER SURFACE)	UND	4080		2,00
B-PVC FOAM MEDIA SUP. SUAVE 1.22*2.44 5MM (SOFTER SURFACE)	UND	4081		7,00
B-PVC FOAM MEDIA SUP. SUAVE 1.22*2.44 10MM (SOFTER SURFACE)	UND	4082		2,00
Total Marca :BODO				122,00
Total Subgrupo :SUSTRATO RIGIDO				122,00
Subgrupo :0001.0004.0013.0000-MDF				
PANEL MDF TRUPAN 2440X2135X9MM	UND	21942		6,00
Total Marca :ARAUCO				6,00
Total Subgrupo :SUSTRATO RIGIDO				6,00
Total Grupo :SUSTRATO RIGIDO				274,00
Grupo :0001.0005.0000.0000-LED/ILUMINACION				
KIT ACCESORIOS-1 POWER CORD, 1 FRONT PIN, 1 END CAP, 2 SHRINKABLE HEAT TUBE P/ STANDARD	UND	13570		5,00
PIN DE EMPALME -2 PZAS P/LED TUBO MINI	UND	13574		30,00
PANEL COLOR LED TUBO 12V MINI -14 COLORES	UND	13580		4,00
ENDCAPS-MINI P/TEMINACIONES EN LED DE COLOR VERDE	UND	15457		20,00
ENDCAPS- MINI P/TEMINACIONES EN LED DE COLOR ROJO	UND	15458		20,00
ENDCAPS- MINI P/TEMINACIONES EN LED DE COLOR BLANCO	UND	15459		5,00
ENDCAPS- MINI P/TEMINACIONES EN LED DE COLOR AMARILLO	UND	15461		30,00
ENDCAPS- MINI P/TEMINACIONES EN LED DE COLOR AZUL	UND	15462		20,00
PIN CON CABLE – LARGO	UND	15465		39,00
Total Marca :LIYU				173,00
Total Subgrupo :LED/ILUMINACION				173,00
Subgrupo :0001.0005.0003.0000-CONTROLADOR				
BLUEVIEW-RGB CONTROLADOR BLUEVIEW. 120 W -BV-LED	UND	4012		2,00
Total Marca :BLUEVIEW ELEC-OPTIC				2,00
Total Subgrupo :LED/ILUMINACION				2,00
Subgrupo :0001.0005.0006.0000-LED MODULOS				
STARTEC RO3C-BLUE CAPSULA AZUL	UND	13035		103,00

STARTEC R03CH-W CAPSULA BLANCO 1.2 WATTS	UND	15188	46,00
KANWOO-R04W LED 4 UNIDAD.BLANCO	UND	2546	50,00
KANWOO-R03-25KN W LED 3 UNID. EPOXI WHITE	UND	2995	110,00
Total Marca :KANWOO			309,00
Marca :0001.0005.0006.0365-SHENZHEN LINGBENYAN			
LBY ZE02QAC RO2 1W IP65 160°	UND	40088	100,00
LBY ZF01BB3 CAJAS DE 1MT DE ALTO 1.32W IP68	UND	40089	100,00
LBY ZX01BB2 CAJA DE LUZ 2 MTS DE ALTO 2.5W IP67	UND	40090	60,00
LBY ZX01QB3 CAJA DE LUZ DOBLE 3 MTS 2.2W 220lum IP65	UND	40091	20,00
LBY ZE09QB1 CAJA DE LUZ 1 CARA 2.5W 220lum IP65	UND	40093	18,00
LBY 12030KA SMPS 30W	UND	40094	1,00
LBY 12060KA SMPS 60W	UND	40095	1,00
Total Marca :SHENZHEN LINGBENYAN			300,00
Total Subgrupo :LED/ILUMINACION			609,00
Subgrupo :0001.0005.0007.0000-LED ROLLO			
BLUEVIEW - LED CINTA BLANCO 30LED/M IP65, 5 MTS -1 ROLLO	UND	19232	3,00
BLUEVIEW - LED CINTA BLANCO 60LED/M IP65, 5 MTS -1 ROLLO	UND	19234	11,00
BLUEVIEW - LED CINTA BLANCO 60LED/M IP65, 5 MTS INTERIOR-1 ROLLO	UND	19235	10,00
Total Marca :BLUEVIEW ELEC-OPTIC			24,00
Total Subgrupo :LED/ILUMINACION			24,00
Subgrupo :0001.0005.0008.0000-LED NEON			
LED TIPO NEON (EN TUBO) STANDART 12 VOL. 800 LED/MTS VERDE 5.3W/MT	MTS	13561	10,00
LED TIPO NEON (EN TUBO) MINI 12 VOL 90 LED/MTS ROJO CALIDO 6.6W/MT	MTS	15452	44,70
LED TIPO NEON (EN TUBO) MINI 12 VOL 90 LED/MTS AZUL CALIDO 6.6W/MT	MTS	15455	50,00
Total Marca :LIYU			104,70
Total Subgrupo :LED/ILUMINACION			104,70
Subgrupo :0001.0005.0009.0000-TRANSFORMADORES			
KANWOO-SMPS 150W	UND	2549	3,00
KANWOO-SMPS 200W	UND	2550	3,00
STARTEC SMPS 60 W	UND	3122	2,00
STARTEC SMPS 40W	UND	4239	1,00
Total Marca :KANWOO			9,00
Total Subgrupo :LED/ILUMINACION			9,00
Total Grupo :LED/ILUMINACION			921,70
Grupo :0001.0006.0000.0000-INSUMOS ESPECIALES			
CLEARSTAR-BARNIZ BASE AGUA BRILLANTE LL-1 LTS	LTS	4270	6,00
Total Marca :CLEAR COUTING			6,00
Total Subgrupo :INSUMOS ESPECIALES			6,00
Subgrupo :0001.0006.0002.0000-ESPECIALES			
MANTA MAGNETICA 0.315 X 20 MT 0.5	MTS	1481	3,50
Total Marca :INTERFORMING			3,50
Marca :0001.0006.0002.0064-NEON 2000			
DGS PAPEL P/PARED PVC FREE 1.27*91.40MTS	MTS	3245	91,40
Total Marca :NEON 2000			91,40
Marca :0001.0006.0002.0147-PRIME SIGN			
PRIME SIGN CANVAS 100% ALGODON 340 GR 1.52*30MTS	MTS	15189	1,52

Total Marca :PRIME SIGN			1,52
Total Subgrupo :INSUMOS ESPECIALES			96,42
Subgrupo :0001.0006.0003.0000-PAPEL NORMAL/PAPEL ADHESIVO			
VILA-PAPEL SKYBLUE P/IMPRESION 120GRS*1.60*300MTS.	MTS	2885	100,00
Total Marca :J. VILASECA S.A.			100,00
Total Subgrupo :INSUMOS ESPECIALES			100,00
Subgrupo :0001.0006.0004.0000-TEXTIL PARA PUBLICIDAD			
TELA PINO PLASTIC-FLAG P1109 90GM MICROPERFORADO	MTS	13184	75,00
PINO FRONTLIT TEXTILE 1.52*50MTS	MTS	14507	50,00
Total Marca :PINO PLASTIC			125,00
Marca :0001.0006.0004.0158-LAFAYETTE			
LAFAYETTE BANTEC-2.06*30MTS SOLV +ECO+LATEX-PENDONES/PANCARTAS/GIGANTOGRAFIAS	MTS	20084	3,50
Total Marca :LAFAYETTE			3,50
Total Subgrupo :INSUMOS ESPECIALES			128,50
Total Grupo :INSUMOS ESPECIALES			330,92
Grupo :0001.0007.0000.0000-ACCESORIOSESORIOS/COMPLEMENTOS/ESPECIALIDADES			
VHB CINTA TAPE 4972 12MMX 20 MTS 3M	UND	3022	15,00
Total Marca :3M			15,00
Total Subgrupo :ACCESORIOSESORIOS/COMPLEMENTOS/ESPECIALIDADES			15,00
Total Grupo :ACCESORIOSESORIOS/COMPLEMENTOS/ESPECIALIDADES			15,00
Grupo :0001.0010.0000.0000-OFFSET			
ARCLAD PAPEL ADHESIVO 70X100 BANCO SEMI-BRILLO L90-P3H-K80S-H1 HJA.	UND	40128	500,00
Total Marca :ARCLAD			500,00
Total Subgrupo :OFFSET			500,00
Total Grupo :OFFSET			500,00
Grupo :0001.0011.0000.0000-TEXTIL			
TELA POLYESTER PIQUE P/ SUBLIMACION 170 g/m2 TUBULAR BLANCO	MTS	13019	313,56
CUELLO POLYESTER BLANCO 41*9 CM	UND	13022	467,60
TELA POLYESTER P/BUZO.VENEZA NEW2F ABTO. 280 g/m2 1.65mts A. BLANCO 18.81kg/roll prom.	UND	13596	2,00
TELA POLYESTER PIQUE DUPLO MIX 185g/m2 90 cm anchoTUBULAR BLANCO, 18.92 kg/roll prom.	UND	13601	1,46
TELA POLYESTER P/SUBLIMACION JERSEY FLOPPY STRONG 160g/m2 1.18mTUBULAR BLANCO 94.15kg/R	UND	21112	0,50
Total Marca :CAIMAN			785,12
Total Subgrupo :TEXTIL			785,12
Subgrupo :0001.0011.0002.0000-TRANSFER TEXTIL			
SISER TRANSFER ELECTRIC PURPLE 38*45.70 MTS	MTS	13805	3,00
SISER SEASYWEED TURQUOISE 0.38X9.14 MTS	MTS	14344	2,00
SISER SEASYWEED HIBISCUS 0.38X9.14 MTS	MTS	14345	2,00
SISER EASYWEED PURPLE 0.38*9.14MTS	MTS	14354	1,50
SISER EASYWEED TRANSFER BLANCO 50CM* 45.70 MTS	MTS	15447	1,40
SISER EASYWEED TRANSFER NEGRO 50CM* 45.70 MTS	MTS	15448	7,24
SISER COLORPRINT PU 50CM* 22.86 MTS	MTS	15449	0,91
SISER TRANSFER ELECTRIC SILVER LENS 38*9.14MTS	MTS	21298	0,60
SISER TRANSFER HOLOGRAPHIC PEARL 45.72*45.70 MTS	MTS	21307	0,75
SISER EASYWEED NARANJA 38 CMX 45.70 MTS	MTS	3448	1,00

SISER ELECTR BLUE/TRANSFER 38 CM X 9.14 MTS	MTS	3449	0,38
SISER COLOR PRINT CRYSTAL GLOSSY 075X45.70 MTS	MTS	3862	9,18
SISER TRANSFER RASPBERRY FLUOR 38CMX45.70MTS.	MTS	4497	4,50
SISER TRANSFER VERDE FLUOR 38CMX45.70MTS.	MTS	4498	8,00
SISER COLOR PRINT SUBLITHIN MATTE 51CMX22.86 MTS	MTS	4509	3,52
SISER TRANSFER VEGAS GOLD 38CMX45.70MTS	MTS	4598	2,99
SISER STRIPFLOCK LEMON 038CM*9.14 MTS	MTS	4601	1,30
SISER GLITTER GOLD 0.51 X9.14MTS	MTS	4604	3,00
SISER GLITTER GOLD CONFETTI 0.51 X9.14MTS	MTS	4605	1,45
SISER EASYWEED SKY BLUE 38*45.70 MTS	MTS	4672	1,71
SISER GLITTER RED 51*9.14 MTS	MTS	4674	0,70
SISER HOLOGRAPHIC AQUA 51x9.14 MTS.	MTS	9617	2,00
SISER TRANSFER CORAL FLUOR 38x 45.70 MTS	MTS	9625	1,84
SISER GLITTER NEON AMARILLO 51x9.14 MTS	MTS	9626	1,00
SISER GLITTER NEON PINK 51x9.14 MTS	MTS	9627	2,00
SISER GLITTER NEON PURPLE 51x9.14 MTS	MTS	9628	2,00
SISER GLITTER AQUA 51x9.14 MTS	MTS	9629	2,00
SISER TRANSFER AZUL FLUOR 38CM* 45.70 MTS	MTS	9887	3,50
Total Marca :SISER NORTH AMERICA			71,47
Total Subgrupo :TEXTIL			71,47
Subgrupo :0001.0011.0004.0000-PAPEL DE SUBLIMACION ROLLOS			
HAVIR-PAPEL P/SUBLIMACION TACK62 250*1.60 MTS	MTS	39206	1.250,00
HAVIR-PAPEL P/SUBLIMACION TACK90 100*1.11 MTS	MTS	4247	4.089,93
HAVIR-PAPEL P/SUBLIMACION TACK90 100*1.60 MTS	MTS	4642	1.750,00
Total Marca :HAVIR			7.089,93
Total Subgrupo :TEXTIL			7.089,93
Subgrupo :0001.0011.0005.0000-SUBLIMACION O IMPRESION A4 A3			
HAVIR-PAPEL P/ SUBLIMACION HOJAS A4	UND	4147	1.830,00
Total Marca :HAVIR			1.830,00
Marca :0001.0011.0005.0110-ONE STEP PAPERS			
ONE STEP SUBLI TO COTTON 50 HOJAS 8.5"x11"y 75grs Polvo	UND	14267	3,00
Total Marca :ONE STEP PAPERS			3,00
Total Subgrupo :TEXTIL			1.833,00
Subgrupo :0001.0011.0007.0000-OTROS COMPLEMENTOS Y ACCESORIOS TEXTIL			
SUBLICOTTON TRANSPARENTE 1 KG	UND	4256	5,00
Total Marca :FS. GUARU INDUSTRIA			5,00
Total Subgrupo :TEXTIL			5,00
Subgrupo :0001.0011.0009.0000-POLERAS DE ALGODÓN			
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS CLARO	UND	10009	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS CLARO TALLA 12	UND	10010	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS CLARO TALLA 14	UND	10011	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS CLARO TALLA 16	UND	10012	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR ROJO FRESA TALLA 6	UND	10013	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR ROJO FRESA TALLA 8	UND	10014	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR ROJO FRESA TALLA 10	UND	10015	2,00

POLERA ALGODON NIÑO 180 GR ROJO FRESA TALLA 12	UND	10016	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR ROJO FRESA TALLA 14	UND	10017	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR ROJO FRESA TALLA 16	UND	10018	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL PETROLEO TALLA 6	UND	10019	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL PETROLEO TALLA 8	UND	10020	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL PETROLEO TALLA 10	UND	10021	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL PETROLEO TALLA 12	UND	10022	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL PETROLEO TALLA 14	UND	10023	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL PETROLEO TALLA 16	UND	10024	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR BLANCO TALLA 6	UND	10025	1,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR BLANCO TALLA 8	UND	10026	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR BLANCO TALLA 10	UND	10027	1,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR BLANCO TALLA 12	UND	10028	1,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR BLANCO TALLA 14	UND	10029	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR BLANCO TALLA 16	UND	10030	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL ELECTRICO TALLA 6	UND	10031	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL ELECTRICO TALLA 8	UND	10032	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL ELECTRICO TALLA 10	UND	10033	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL ELECTRICO TALLA 12	UND	10034	3,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL ELECTRICO TALLA 14	UND	10035	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL ELECTRICO TALLA 16	UND	10036	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS MEDIO TALLA 6	UND	10037	3,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS MEDIO TALLA 8	UND	10038	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS MEDIO TALLA 10	UND	10039	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS MEDIO TALLA 12	UND	10040	3,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS MEDIO TALLA 14	UND	10041	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR GRIS MEDIO TALLA 16	UND	10042	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL MEDIO TALLA 6	UND	10043	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL MEDIO TALLA 8	UND	10044	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL MEDIO TALLA 10	UND	10045	3,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL MEDIO TALLA 12	UND	10046	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL MEDIO TALLA 14	UND	10047	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR AZUL MEDIO TALLA 16	UND	10048	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR VERDE BENETTON TALLA 6	UND	10049	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR VERDE BENETTON TALLA 8	UND	10050	2,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR VERDE BENETTON TALLA 10	UND	10051	3,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR VERDE BENETTON TALLA 12	UND	10052	3,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR VERDE BENETTON TALLA 14	UND	10053	3,00
POLERA ALGODON NIÑO 180 GR VERDE BENETTON TALLA 16	UND	10054	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO MORADO TALLA S	UND	10055	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO MORADO TALLA M	UND	10056	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO MORADO TALLA L	UND	10057	4,00

BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO MORADO TALLA XL	UND	10058	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AZUL TURQUESA TALLA S	UND	10059	3,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AZUL TURQUESA TALLA M	UND	10060	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AZUL TURQUESA TALLA L	UND	10061	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AZUL TURQUESA TALLA XL	UND	10062	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AMARILLO CLARO TALLA S	UND	10063	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AMARILLO CLARO TALLA M	UND	10064	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AMARILLO CLARO TALLA L	UND	10065	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO AMARILLO CLARO TALLA XL	UND	10066	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO ROJO FRESA TALLA S	UND	10067	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO ROJO FRESA TALLA M	UND	10068	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO ROJO FRESA TALLA L	UND	10069	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO ROJO FRESA TALLA XL	UND	10070	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO NEGRO TALLA S	UND	10071	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO NEGRO TALLA M	UND	10072	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO NEGRO TALLA L	UND	10073	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO NEGRO TALLA XL	UND	10075	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO BLANCO TALLA S	UND	10076	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO BLANCO TALLA M	UND	10077	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO BLANCO TALLA L	UND	10078	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO BLANCO TALLA XL	UND	10079	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO VERDE JADE TALLA S	UND	10080	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO VERDE JADE TALLA M	UND	10081	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO VERDE JADE TALLA L	UND	10082	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO REDONDO VERDE JADE TALLA XL	UND	10083	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V MORADO TALLA S	UND	10084	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V MORADO TALLA M	UND	10085	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V MORADO TALLA L	UND	10086	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V MORADO TALLA XL	UND	10087	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AZUL TURQUESA TALLA S	UND	10088	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AZUL TURQUESA TALLA M	UND	10089	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AZUL TURQUESA TALLA L	UND	10090	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AZUL TURQUESA TALLA XL	UND	10091	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AMARILLO CLARO TALLA S	UND	10092	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AMARILLO CLARO TALLA M	UND	10093	4,00

BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AMARILLO CLARO TALLA L	UND	10094	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V AMARILLO CLARO TALLA XL	UND	10095	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V ROJO FRESA TALLA S	UND	10096	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V ROJO FRESA TALLA M	UND	10097	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V ROJO FRESA TALLA L	UND	10098	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V ROJO FRESA TALLA XL	UND	10099	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V NEGRO TALLA M	UND	10101	1,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V NEGRO TALLA L	UND	10102	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V NEGRO TALLA XL	UND	10103	2,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V VERDE JADE TALLA S	UND	10108	3,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V VERDE JADE TALLA M	UND	10109	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V VERDE JADE TALLA L	UND	10110	4,00
BLUSA ALGODON DAMA LYCRA 200 GR CUELLO EN V VERDE JADE TALLA XL	UND	10111	2,00
POLERA ALGODÓN PROMOCIONAL BLANCA 160GR TALLA S	UND	9771	2,00
POLERA ALGODÓN PROMOCIONAL BLANCA 160GR TALLA M	UND	9772	4,00
POLERA ALGODÓN PROMOCIONAL BLANCA 160GR TALLA L	UND	9773	4,00
POLERA ALGODÓN PROMOCIONAL BLANCA 160GR TALLA XL	UND	9774	1,00
POLERA ALGODÓN OPE NED BLANCA 170 GR TALLA S	UND	9775	2,00
POLERA ALGODÓN OPE NED BLANCA 170 GR TALLA M	UND	9776	3,00
POLERA ALGODÓN OPE NED BLANCA 170 GR TALLA L	UND	9777	4,00
POLERA ALGODÓN OPE NED NEGRA 170 GR TALLA S	UND	9779	3,00
POLERA ALGODÓN OPE NED NEGRA 170 GR TALLA XL	UND	9782	3,00
POLERA ALGODÓN CARDADO BLANCA 180GR TALLA M	UND	9784	4,00
POLERA ALGODÓN CARDADO BLANCA 180GR TALLA L	UND	9785	4,00
POLERA ALGODÓN CARDADO BLANCA 180GR TALLA XL	UND	9786	2,00
POLERA ALGODÓN CARDADO NEGRO 180GR TALLA S	UND	9787	3,00
POLERA ALGODÓN CARDADO NEGRO 180GR TALLA M	UND	9788	3,00
POLERA ALGODÓN CARDADO NEGRO 180GR TALLA L	UND	9789	2,00
POLERA ALGODÓN CARDADO NEGRO 180GR TALLA XL	UND	9790	4,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR NARANJA TALLA 6	UND	9967	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR NARANJA TALLA 8	UND	9968	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR NARANJA TALLA 10	UND	9969	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR NARANJA TALLA 12	UND	9970	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR NARANJA TALLA 14	UND	9971	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR NARANJA TALLA 16	UND	9972	3,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR AMARILLO CLARO TALLA 6	UND	9973	3,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR AMARILLO CLARO TALLA 8	UND	9974	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR AMARILLO CLARO TALLA 10	UND	9975	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR AMARILLO CLARO TALLA 12	UND	9976	2,00

POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR AMARILLO CLARO TALLA 14	UND	9977	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR AMARILLO CLARO TALLA 16	UND	9978	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR GRIS CLARO TALLA 6	UND	9979	2,00
POLERA ALGODÓN NIÑO 180 GR GRIS CLARO TALLA 8	UND	9980	2,00
Total Marca :DISPORTELA			331,00
Total Subgrupo :TEXTIL			331,00
Subgrupo :0001.0011.0011.0000-CINTAS DE FIJACION LOOP & HOOK			
VELCRO HOOK T91,25mm, NEGRO 25 MTS - TEXTIL	UND	20261	5,00
VELCRO LOOP T93,25mm, NEGRO 25 MTS - TEXTIL	UND	20262	5,00
VELCRO HOOK T91,25mm, BLANCO 25 MTS - TEXTIL	UND	20263	5,00
VELCRO LOOPT93, 25mm, BLANCO 25 M/R, TX brand.	UND	20264	5,00
VELCRO HOOK T91,25mm, VERDE MILITAR 25 MTS - TEXTIL	UND	20265	5,00
VELCRO LOOPT93,25mm, VERDE MILITAR 25 MTS - TEXTIL	UND	20266	5,00
VELCRO HOOK K88,20mm NEGRO 22.86 MTS - ADHESIVO	UND	20267	5,00
VELCRO LOOP LP1000,20mm, NEGRO , 22.86 MTS - ADHESIVO	UND	20268	5,00
VELCRO HOOK HK88, 20mm, BLANCO 22.86 MTS ADHESIVO	UND	20269	5,00
VELCRO LOOP LP1000,20mm BLANCO 22.86 MTS ADHESIVO	UND	20270	5,00
VELCRO HOOK HK88 50mm NEGRO 22.86 MTS ADHESIVO	UND	20271	2,00
VELCRO LP1000 50mm NEGRO 22.86 MTS ADHESIVO	UND	20272	2,00
VELCRO HOOK HK88 MONEDA NEGRO 22.86 MTS DE 16mm DIAMETRO	UND	20273	1,00
VELCRO LP1000 MONEDA NEGRO 22.86 MTS DE 16mm DIAMETRO	UND	20274	1,00
VELCRO HOOK HK88 MONEDA BLANCO 22.86 MTS DE 16mm DIAMETRO	UND	20275	1,00
VELCRO LP1000 MONEDA BLANCO 22.86 MTS DE 16mm DIAMETRO	UND	20276	1,00
Total Marca :VELCRO			58,00
Total Subgrupo :TEXTIL			58,00
Subgrupo :0001.0011.0012.0000-TRANSFER TEXTIL EN HOJAS			
SISER HEAT TRANSFER COVER SHEET18X20 SINGLE	UND	32272	23,00
Total Marca :SISER NORTH AMERICA			23,00
Total Subgrupo :TEXTIL			23,00
Total Grupo :TEXTIL			10.196,52
Total Línea :INSUMOS			21.962,26
Línea :0003.0000.0000.0000-ACCESORIOS			
3M ESPATULA DORADAS UD	UND	1028	1,00
Total Marca :3M			1,00
Marca :0003.0001.0001.0103-SISER NORTH AMERICA			
SISER WEEDER - 10 PK	UND	3462	4,00
SISER COLOR GUIDE	UND	4612	7,00
Total Marca :SISER NORTH AMERICA			11,00
Marca :0003.0001.0001.0120-YELLOTOOLS INC.USA			
YEL-ESPATULA DE FIELTRO/FELTBLOC 055 HALFM	UND	3254	11,00
Total Marca :YELLOTOOLS INC.USA			11,00
Total Subgrupo :ACCESORIOS/COMPLEMENTOS/ESPECIALIDADES			23,00
Subgrupo :0003.0001.0003.0000-ESPECIALES			
TEK BOND COLA SPRAY PERMANENTE TUBO 305GR/500ML_UND	UND	20163	33,00
Total Marca :TEK BOND			33,00
TEK BOND ADESIVO INSTANTANEO CIANOACRILATO TEK BOND 793 20GR A_CJA_12	UND	20151	111,00

Total Marca :TEK BOND			111,00
Total Subgrupo :ACCESORIOSESORIOS/COMPLEMENTOS/ESPECIALIDADES			144,00
Marca :0003.0001.0006.0170-CK DISPLAY			
EMBELLECEDORES P/ ACRILICO 25MM*25MM CK-S25925S	UND	14284	78,00
EMBELLECEDORES P/ ACRILICO 25MM*25MM ALUMINIO SATINADO A-STD-1925-ST	UND	14285	16,00
Total Marca :CK DISPLAY			94,00
Total Subgrupo :ACCESORIOSESORIOS/COMPLEMENTOS/ESPECIALIDADES			94,00
Total Grupo :ACCESORIOSESORIOS/COMPLEMENTOS/ESPECIALIDADES			261,00
Grupo :0003.0002.0000.0000-DISPLAYS			
PINO PORTA BANNER-ROLL STAND BANNER 0.80*2M	UND	2256	8,00
PINO PORTA BANNER-ROLL STAND BANNER 1.00*2M	UND	2672	26,00
Total Marca :PINO PLASTIC			34,00
Total Subgrupo :DISPLAYS			34,00
Total Grupo :DISPLAYS			34,00
Total Línea :ACCESORIOS			295,00
Línea :0005.0000.0000.0000-REPUESTOS			
AEROMATRIX PAÑO P/SPECTRA-CLEAN FABRIC	UND	1838	1,00
Total Marca : AEROMATRIX			1,00
Marca :0005.0001.0001.0035-GRAPHTEC			
CUCHILLAS P/PLOTTER ECONOMICAS CBO9-E	UND	240	4,00
Total Marca :GRAPHTEC			4,00
Marca :0005.0001.0001.0039-HEWLETT PACKARD			
HP-789 CH622A DEPOSITO PARA LIMPIEZA	UND	2860	2,00
Total Marca :HEWLETT PACKARD			2,00
Marca :0005.0001.0001.0130-MUTOH			
MUTOH- ABSORBER A	UND	13442	2,00
MUTOH-ABSORBER B	UND	13443	2,00
Total Marca :MUTOH			4,00
Total Subgrupo :REPUESTOS			11,00
Total Grupo :REPUESTOS			11,00
Total Línea :REPUESTOS			11,00
Línea :0019.0000.0000.0000-EMBALAJE			
ENVASES P/ TINTA SUBLIMACION SENSIENT 100 ML	UND	4290	1,00
TAPA C/APLICADOR ENVASE P/ TINTA SUBLIMACION SENSIENT 100 ML	UND	4306	1,00
Total Marca :PROVEEDORES LOCALES			2,00
Total Subgrupo :ENVASES			2,00
Total Grupo :ENVASES			2,00
Total Línea :EMBALAJE			2,00
Línea :0026.0000.0000.0000-ARTE			
BOLD PEGAMENTO ACRILICO DELGADO S-320 / 1LT	UND	32334	3,00
Total Marca :PROVEEDORES LOCALES			3,00
Total Subgrupo :MANUALIDADES Y ARTISTICA			3,00
Total Almacén Tarifa			22.273,26

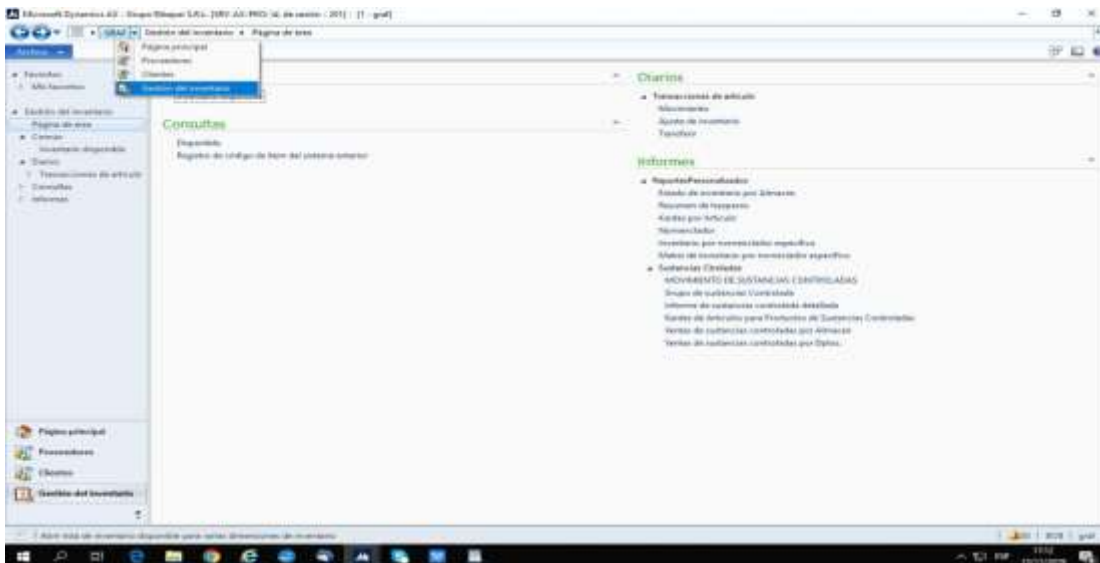
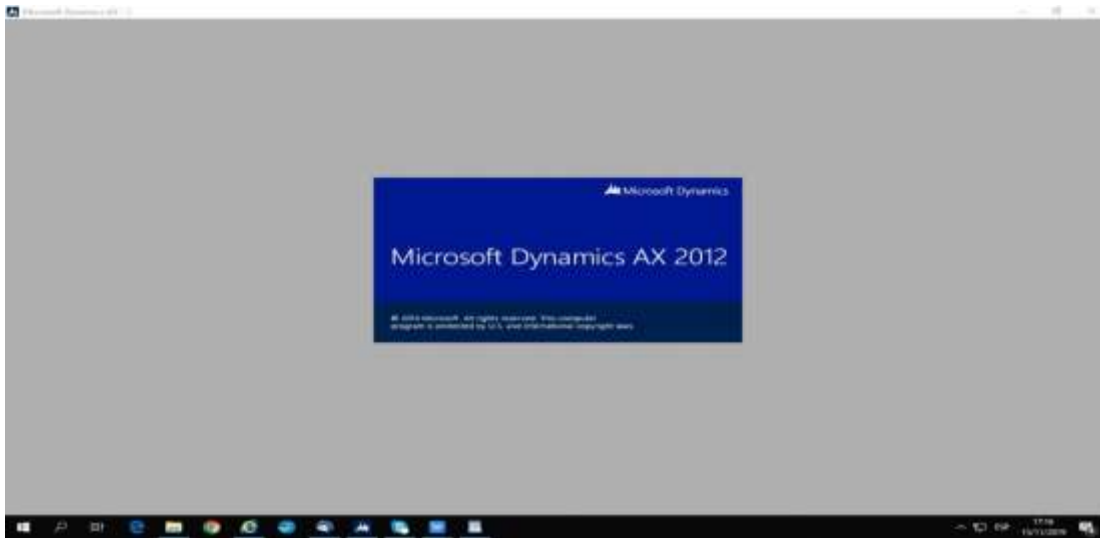
6.6.1 Implementación del inventario al sistema de la empresa

Este sistema fue puesto a evaluación por el Ing. Fernando Robledo Rojas, quien encontró mejor uso añadiéndolo al Sistema Microsoft Dynamics AX ya que Microsoft Excel no

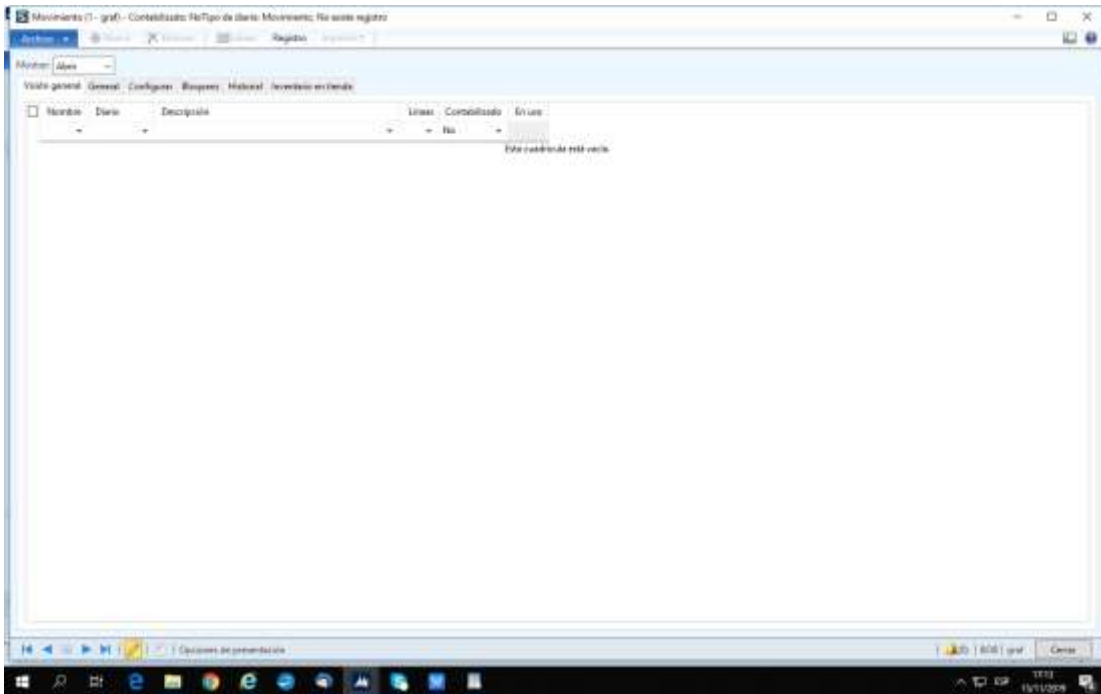
ofrece acceso a Intranet, función muy esencial para que el jefe de venta, encargado de almacén y auxiliar de almacén tengan acceso a la información.

A continuación se muestra las características del sistema y la implementación de inventarios en las siguientes figura:

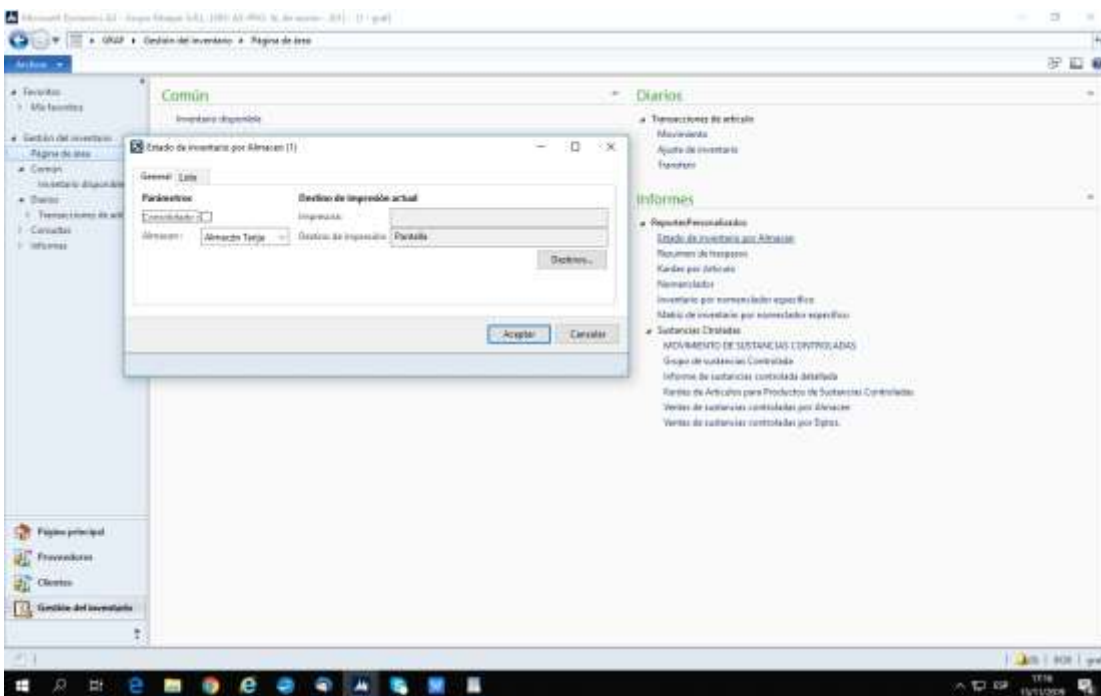
Inicio del sistema



Gestión de inventario vacío



Implementación de inventario en el sistema de la empresa por el Ing. Fernando Robledo



Beneficios de seiton (ordenar) tanto los trabajadores como la empresa obtienen:

- a. fácil acceso de los elementos necesarios para realizar la tarea.
- b. fácil acceso a la información debido a que se libera el espacio en el sitio de trabajo.
- c. El área de trabajo se mantiene limpia y aseada promoviendo la seguridad, mejorando la presentación de almacén.
- d. El ambiente de trabajo es más agradable, existe orden, responsabilidad y compromiso en el trabajo de cada uno.
- e. Mejora la eficacia de almacén, disminuyendo los errores, pues existe mayor orden.
- f. Se puede contar con sistemas simples de control visual de materiales y materias primas que estén almacenadas en proceso.
- g. Los trabajadores adoptan un manejo responsable y ordenado conservando los equipos, maquinaria y productos.

Para su aplicación, se necesitó que los empleados involucrados desarrollen métodos simples de utilizar y que a su vez sean fácilmente percibidos e identificados.

6.7 SEISO (LIMPIAR)

Vigilar el orden y limpieza siempre

Consiste en limpiar y descontaminar el entorno de trabajo de factores como la suciedad, polvo. También consiste en verificar el orden y asegurarse que el orden y la limpieza sea parte de trabajo diario.

Seiso o limpiar significa que cada uno es responsable por llevar la limpieza completamente de su lugar de trabajo, de tal forma que no exista polvo en el piso, oficinas del área, en las computadoras y productos. Esta S propone con su práctica, la disminución de problemas, como manchas en los productos, deterioro. Incluye además de la actividad de limpiar las áreas de trabajo (pisos, paredes,) y los equipos (computadoras impresoras y herramientas),

el diseño de aplicaciones (métodos, horarios, quién, cómo y cuándo lo harán) que permitan evitar o al menos disminuir la suciedad y hacer más seguros los ambientes de trabajo. Sólo a través de la limpieza se pueden identificar algunas fallas, la limitación y señalización de áreas restringidas, de evacuación y de acceso generan mayor seguridad y sensación de seguridad entre los empleados.

Seiso constituye una gran experiencia de aprendizaje para los operarios (u otros trabajadores), ya que pueden hacer muchos descubrimientos útiles mientras limpian las máquinas, equipos, herramientas, oficinas etc., dentro del área de despacho y almacén.

TERCERA S	SEISO (LIMPIAR)
	<ol style="list-style-type: none">1. Integrar y practicar la limpieza de 5 a 10 minutos diarios.2. Combinar la limpieza con la inspección, asumiéndola como una actividad de mantenimiento autónomo.3. Buscar, con la limpieza las fuentes de suciedad, y contaminación hasta eliminar sus causas primarias.4. Repetir el ciclo barrer, limpiar, arreglar Y ordenar, en el día dedicado a la limpieza.(Sábado)

El seiso debe seguir una serie de pasos que contribuyan a crear el hábito de mantener el sitio de trabajo en condiciones limpias.

Para el proceso de aplicación se efectuará un programa de entrenamiento, pues generalmente la cultura de mucha gente, le impide adoptar o colaborar con esta estrategia, además se proveerá de los elementos necesarios así como, del tiempo requerido para su realización.

Problemas encontrados

Las fuentes de suciedad y desperfectos pueden traer graves consecuencias, con frecuencia son provocados por polvo, capas adheridas de aceite a las paredes, cables eléctricos pelados, residuos de material, hasta incluso, roedores e insectos.

A continuación, se muestra, cómo funciona la tercera S, en aplicación dentro de almacén de la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

1. Integrar y practicar la limpieza de 5 a 10 minutos diarios.

La limpieza es una de las mejores maneras de identificar un sitio de trabajo seguro aplicando y practicando el aseo diario durante 5 a 10 minutos en el área de trabajó.

2. Combinar la limpieza con la inspección, asumiéndola como una actividad de mantenimiento autónomo.

Se combinó de manera sencilla la limpieza por parte del personal de almacén y la inspección por el inmediato superior sienta la jefa del área comercial como una actividad de supervisión semanal

3. Buscar, con la limpieza las fuentes de suciedad, y contaminación hasta eliminar sus causas primarias.

La constante práctica mediante la aplicación en la empresa Acricolor Grafica S.R.L., trata de evitar la presencia de partículas extras adheridas al lugar de trabajo.

4. Repetir el ciclo barrer, limpiar, arreglar y ordenar, en el día dedicado a la limpieza.

Algo muy importante, de este paso, es que el personal deberá organizar un día dedicado a la limpieza. Éste podrá ser sugerido como el día más considerable para realizar esta labor durante un período fijo y único de aseo en un intervalo de tiempo determinado (horas o día completo). Por ejemplo, puede ser un día sábado por ser un día con menos frecuencia de pedidos.

Entre los beneficios que seiso (limpiar) puede ofrecer son los siguientes:

a) Campaña de limpieza

Se inició con una campaña de limpieza, en la que se enfatice la eliminación de los elementos innecesarios, se limpien los equipos, pasillos, estantes, cajones. Esta campaña es considerada como un buen inicio de preparación para la práctica de la limpieza permanente (no se considera como un seiso totalmente desarrollado).

Esta jornada de limpieza ayuda a obtener un estándar de la forma como deben estar los equipos e instalaciones permanentemente, y a partir de esto tratar de mantener el estándar alcanzado el día de la jornada inicial.

b) Planificación de limpieza

El encargado del área de almacén (jefe de almacén) asigna un día de trabajo de limpieza en almacén, determinando responsabilidades, en materia de lo que debe hacer (limpieza del área de trabajo), cómo (una vez al mes desempolvar y barrer) y cuándo (el gran día de limpieza).

c) Gran día de la limpieza

Finalmente se debe efectuar la limpieza de almacén, en donde se deberá retirar y limpiar profundamente la suciedad, desechos, polvo, residuos, papeles, bolsas pintura y otras materias extrañas de todas las superficies (equipos, maquinarias, herramientas, paredes, ventanas etc.). No hay que olvidar las cajas de control eléctrico, ya que allí se deposita polvo y no es frecuente por motivos de seguridad, abrir y observar el estado interior.

Con la adopción de seiso (limpiar) tanto trabajadores como la empresa obtienen

- a. La limpieza conduce a un aumento significativo de la efectividad de los productos, equipos, herramientas etc. que se posee en almacén.
- b. La vida útil de los equipos se incrementa, al evitar su deterioro por suciedad y contaminación.
- c. El bienestar físico y mental del trabajador se mejora, debido a que se mantiene limpio y aseado.

d. Con su aplicación se reduce el riesgo de que se produzcan accidentes por pisos resbalosos por residuos de papeles plásticos, humedad, manchas con tintas, etc.

e. Con el constante control, se reducen desperdicios en materiales. La calidad se mejora y se evitan las pérdidas por suciedad y contaminación del producto de empaque.

6.8 SEIKETSU (MANTENER)

Cuidar la higiene y el aseo personal

Consiste en mantener el estado de limpieza y organización alcanzadas, con seiri, seiton, seiso. Las personas deben mantenerse limpias también por uso de uniforme y su equipo de seguridad de ser necesario.

El mantener la limpieza de la persona por medio del uso de ropa de trabajo adecuada, mascarillas, guantes, así como conservar un entorno de trabajo saludable y limpio, es también otra interpretación de seiketsu, la cual debe ser practicada en forma continua y todos los días (principios de kaizen).

Es aquí en donde la gerencia junto con el personal a cargo debe diseñar sistemas y procedimientos que aseguren la efectiva continuidad de seiri, seiton y seiso. Es por ello que el compromiso, respaldo e involucramiento de la gerencia en la metodología de las 5'S se vuelve esencial, porque éste debe formar parte del programa anual de planeación, en cuanto a la determinación, frecuencia y qué personas deberán estar involucradas en llevar a cabo cada una de las S descritas.

CUARTA S

SEIKETSU (MANTENER)

1. Mantener el estado de limpieza alcanzado con las tres primeras S.
2. Establecer una medida o situación temporal.
3. Estabilizar la situación como estándar para el alcance, aplicando normas necesarias de limpieza, tiempo y medidas de seguridad a emplear.
4. Mantener y mejorar continuamente el estándar.

Con la aplicación de seiketsu se pretende mantener el estado de limpieza y organización, ya alcanzado con las primeras tres S (seiri, seiton, seiso). En esta etapa (debe ser permanente), son los trabajadores los que tienen a su cargo el desarrollo de programas y diseño de mecanismos en su propio beneficio.

Problemas encontrados

La empresa cuenta con un manual de funciones, el mismo no es conocido por los empleados esto ocasiona que el personal no realice de forma correcta la manipulación de sus recursos en almacén.

A continuación, se muestra, cómo funciona la cuarta S, en aplicación dentro de almacén de la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

Está fuertemente relacionada con la creación y fijación de los hábitos para conservar el lugar de trabajo en perfectas condiciones.

1. Mantener el estado de limpieza alcanzado con las tres primeras S.

Mantener los logros alcanzados, mediante un proceso de autocontrol permanente de limpieza para conservar el lugar de trabajo (mesa de preparación de productos y los productos).

2. Establecer una medida.

Se introdujo técnicas sencillas necesarias para realizar el trabajo de limpieza, tiempo empleado, medidas de seguridad a tener en cuenta al ocurrir algo no esperado.

3. Estabilizar la situación como estándar para el alcance, aplicando normas necesarias de limpieza, tiempo y medidas de seguridad a emplear.

Se introdujo una técnica sencilla para reducir el tiempo al momento de entrega y se pretende mantener el mismo. Esta técnica nos lleva a la atención del cliente el cual no debe esperar más 15 minutos en la entrega de su pedido siendo este en las instalaciones de la empresa.

4. Mantener y mejorar continuamente el estándar.

La aplicación de la metodología 5 S en esta etapa nos indica que debemos mantener lo anterior puesto en práctica, clasificar, ordenar, limpiar como también mejorar continuamente eliminando brechas que se lleguen a presentar en el camino.

Con la aplicación de seiketsu (mantener) se obtuvo el siguiente beneficio:

Establecimiento de responsabilidades y tareas

Cada operario o trabajador dentro de almacén conoce exactamente cuáles son sus responsabilidades Instrucciones y acciones a cumplir ante qué hacer, cuándo, dónde y cómo efectuarlo. El establecimiento de los estándares debe ser preparado por el jefe de almacén tomando en cuenta que progresivamente exista un mejoramiento en tiempos y métodos de limpieza. La integración de seiri, seiton y seiso en las actividades diarias para el alcance de seiketsu

El mantenimiento de las condiciones, debe ser una parte natural del trabajo regular de cada día. Después de efectuar el proceso de arreglar, ordenar, limpiar se debe mantener. Al utilizar cualquier método de control visual.

Seiketsu trata de establecer y mantener en todo momento, un alto estándar de orden y limpieza y en el lugar de trabajo. Se mejora el bienestar del personal al crear un hábito de conservar impecable el sitio de trabajo.

Los tiempos de intervención se mejoran y se incrementa la productividad.

6.9 SHITSUKE (DISCIPLINA)

Generar el hábito de la autodisciplina.

Shitsuke, tiene un significado muy particular y es la disciplina. Es decir todos aquellos trabajadores que finalmente se acoplan a la práctica continua de las cuatro S anteriores (seiri, seiton, seiso y seiketsu) y que por lo tanto, han logrado el hábito de realizar estas actividades en su trabajo diario, adquieren autodisciplina.

Las 5 S, entonces se considerarán como una forma de vida en el trabajo diario, pues ésta comienza por descartar lo que no necesitamos en el área de trabajo (seiri), luego se disponen todos los elementos innecesarios del área en una forma ordenada (seiton). Posteriormente, debe conservarse un ambiente limpio, de manera que puedan identificarse con facilidad las anomalías (seiso), y los tres pasos anteriores deben mantenerse sobre una base continua (seiketsu). Finalmente, los trabajadores logran acatar las normas establecidas y acordadas en cada paso, y para el momento en que se llega a shitsuke tendrán la disciplina para continuarlas en su trabajo cotidiano.

La quinta S, debe efectuarse mediante un proceso continuo (día a día), considerando las bases de las cuatro descritas en los puntos anteriores, estos puede observarse en el cuadro siguiente:

QUINTA S SHITSUKE (DISCIPLINA)

1. Mantener el lugar de trabajo siempre limpio y ordenado.
2. Seguir y respetar las reglas, normas organizacionales y de estándares para conservar el área de trabajo en excelentes condiciones.
3. Fomentar las buenas relaciones humanas y el trabajo en equipo.
4. Realizar un control personal, constatando el hábito de autodisciplina sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas.
5. Mejorar el respeto de uno mismo y de los demás, manteniendo en condiciones de orden, limpieza, seguridad las áreas designadas para tales fines.

Bien, shitsuke implica un desarrollo de la cultura del autocontrol dentro de la empresa, por lo tanto el mantenimiento es el puente entre las 5 S y el concepto kaizen de mejora continua.

Problemas encontrados

La falta de práctica de hábitos que implica la implementación de las 5 S pueden llevar a problemas en la aplicación de estos procesos como ser ignorar los procesos de la tercera S limpiar, la falta de comunicación.

A continuación, se muestra, cómo funciona la última S, en aplicación dentro de almacén de la empresa ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

1. Mantener el lugar de trabajo siempre limpio y ordenado.

Una de las tareas que el empleado tiene en su trabajo, es limpiar su área designada de trabajo y mantener el orden para que no ocurra alteraciones que conlleven a problemas posteriores.

2. Seguir y respetar las reglas, normas organizacionales y de estándares para conservar el área de trabajo en excelentes condiciones.

El manual de funciones es muy importante para que el trabajador aplique las tareas que este debe seguir y la aplicación de kaizen en este caso mantener el trabajador debe mantener sus area de trabajo en perfectas condiciones

3. Fomentar las buenas relaciones humanas y el trabajo en equipo.

Es el ámbito del conjunto de interacciones que se da en los individuos creando vínculos entre los empleados de la empresa un mejor trabajo en equipo.

4. Realizar un control personal, constatando el hábito de autodisciplina sobre el nivel de cumplimiento de las normas establecidas.

El control por parte del gerente general sobre el personal del area comercial mantendrá una disciplina y cumplimiento de los proceos que requiere la aplicación de las 5S para una mejora continua.

5. Mejorar el respeto de uno mismo y de los demás, manteniendo en condiciones de orden, limpieza, seguridad las áreas designadas para tales fines.

El respeto de uno mismo y de los demás, la disciplina, compromiso, llevaran a mantener las implementación de Kaizen en la empresa.

Con la aplicación de shitsuke (disciplina) se obtuvo el siguiente beneficio:

1. Se crea una cultura de sensibilidad, respeto y cuidado de los recursos de la empresa.
2. La disciplina es una forma de cambiar hábitos.
3. El cliente se sentir satisfecho ya que los niveles de calidad serán superiores debido a que se han respetado íntegramente los procedimientos y normas establecidas.
4. El sitio de trabajo es un lugar realmente atractivo llegar día a día.

De esta manera se concluye la metodología kaizen al área de almacén mediante la aplicación de las 5S que conlleva a establecer una mejora significativa para que los productos estén en orden con su respectiva codificación y sea accesible su manipulación al momento de entregar el pedido al cliente.

7. APLICACIÓN DEL LAS 5S EN LA DOCUMENTACIÓN

Problema identificado

Posteriormente nos trasladamos al Área ventas y registros de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

Llegando a evidenciar una falta efectividad a la hora de archivar los respectivos documentos.

En el transcurso de estas actividades se pudo identificar un problema por medio de la observación y documentación revisada. No se cuenta con una metodología para almacenar los documentos y carpetas, solo esta almacenada físicamente, lo que dificulta y toma tiempo cuando se requiere obtener información, de manera rápida, además que el encargado de área no debe descuidar sus demás funciones diarias y dada la importancia en la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

En esta área también aplicamos la metodología de kaisen

1. Seiri = clasificar

Para obtener un entorno de trabajo ordenado, es fundamental comenzar con la clasificación de los documentos encontrados.

Se contribuyó en el ordenamiento de facturas de la gestión 2019.

En conjunto se organizó facturas, notas de venta, pólizas, detalles de venta, traspaso de ventas a tesorería, resumen de ventas, contabilidad de venta y tesorería y boletas de depósitos. Para mejorar visualmente y sea fácil acceso al momento de requerir la información a través de señalización visual de las carpetas membretadas como ser:

- ❖ Facturas
- ❖ Notas de venta
- ❖ Pólizas
- ❖ Contabilidad ventas

Por fin de mes se realizó el orden de archivos e informes de ventas mensuales de la siguiente manera:

- 1.-Caja venta a Caja Tesorería
- 2.-Resumen de Arqueo de Caja
- 3.-Detalle de Ventas
- 4.-Contabilidad Venta
- 5.-Informe Excel
- 6.-Caja Tesorería a Banco
- 7.-Depósito

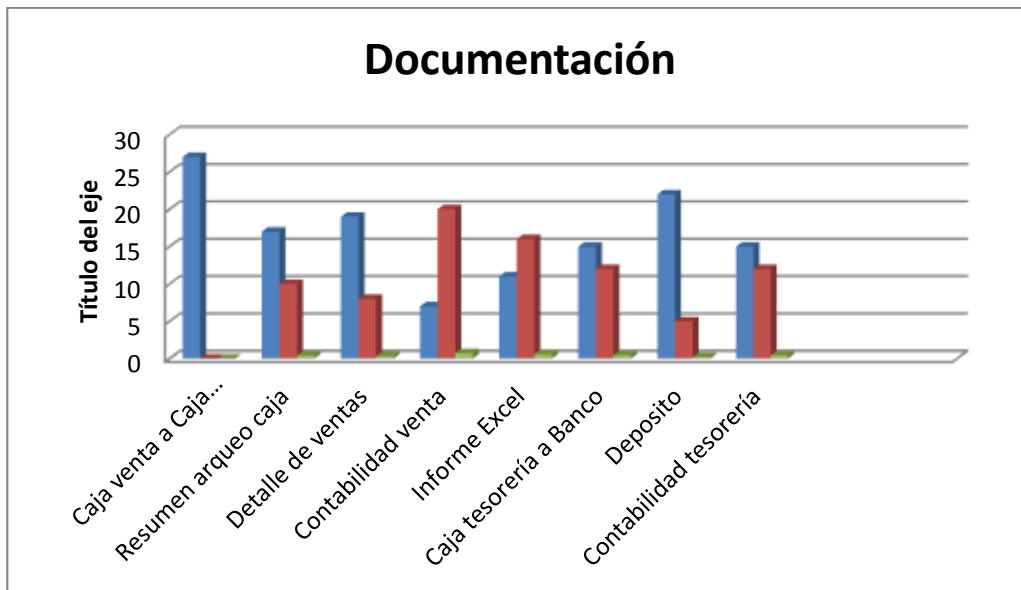
Observamos los faltantes del mes de agosto siendo 27 días hábiles que se presenta a continuación:

CUADRO N°1

OBSERVACIONES ENCONTRADAS EN LOS INFORMES DEL MES DE AGOSTO 2019 ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.

Información faltante de informe de ventas	Frecuencia de existencia	de	Frecuencia de no existencia	de no existencia	Porcentaje de no existencia
Caja venta a Caja tesorería	27		0		0%
Resumen arqueo caja	17		10		37%
Detalle de ventas	19		8		30%
Contabilidad venta	7		20		74%
Informe Excel	11		16		59%
Caja tesorería a Banco	15		12		45%
Depósito	22		5		19%
Contabilidad tesorería	15		12		45%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

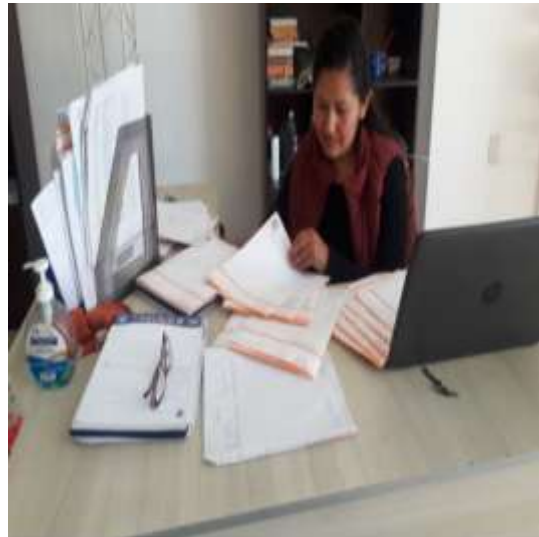
El gráfico muestra un alto porcentaje de documentos faltantes presentados por el área comercial para ser remitidos a la Gerente General, estos documentos son (Resumen de arqueo caja, detalle de ventas, contabilidad venta, informe Excel, caja tesorería a banco, depósitos, contabilidad tesorería).

Ante esta situación se dio efecto a la elaboración y el respectivo llenado e impresión para culminar el orden y presentar a la gerente general Lic. Nimbania Aramayo Hoyos.

Documentación en desorden



Clasificación de documentos



2. Seiton = ordenar

Una vez realizada la clasificación el siguiente paso fue darle una correcta ubicación a los documentos necesarios, se llevó acabo la señalización mediante carpetas membretadas para el fácil acceso de los documentos.

❖ Definir la ubicación de carpetas

La ubicación de carpetas a través de un orden lógico que le permita acceder a los documentos en el momento que lo necesita.

Por esta situación se procedió a implementar estas carpetas para que la empresa tenga un orden y optimo llevado de archivos para su posterior utilización.

❖ Visualización de las carpetas

Se realizó mediante membretes con sus respectivos nombres a las carpetas para la manipulación rápida como se muestra a continuación.



3. Seiso = Limpiar

Una vez aplicado los dos procesos clasificar y ordenar resulta más fácil realizar una adecuada limpieza del estante donde se encuentran los documentos. La limpieza debe ser un hábito del personal en este caso de jefe de ventas y cajera. Se recomienda los siguientes pasos a seguir:

- ❖ Siempre se debe limpiar
- ❖ Respetar el orden
- ❖ No alterar la documentación
- ❖ Remover materiales extraños

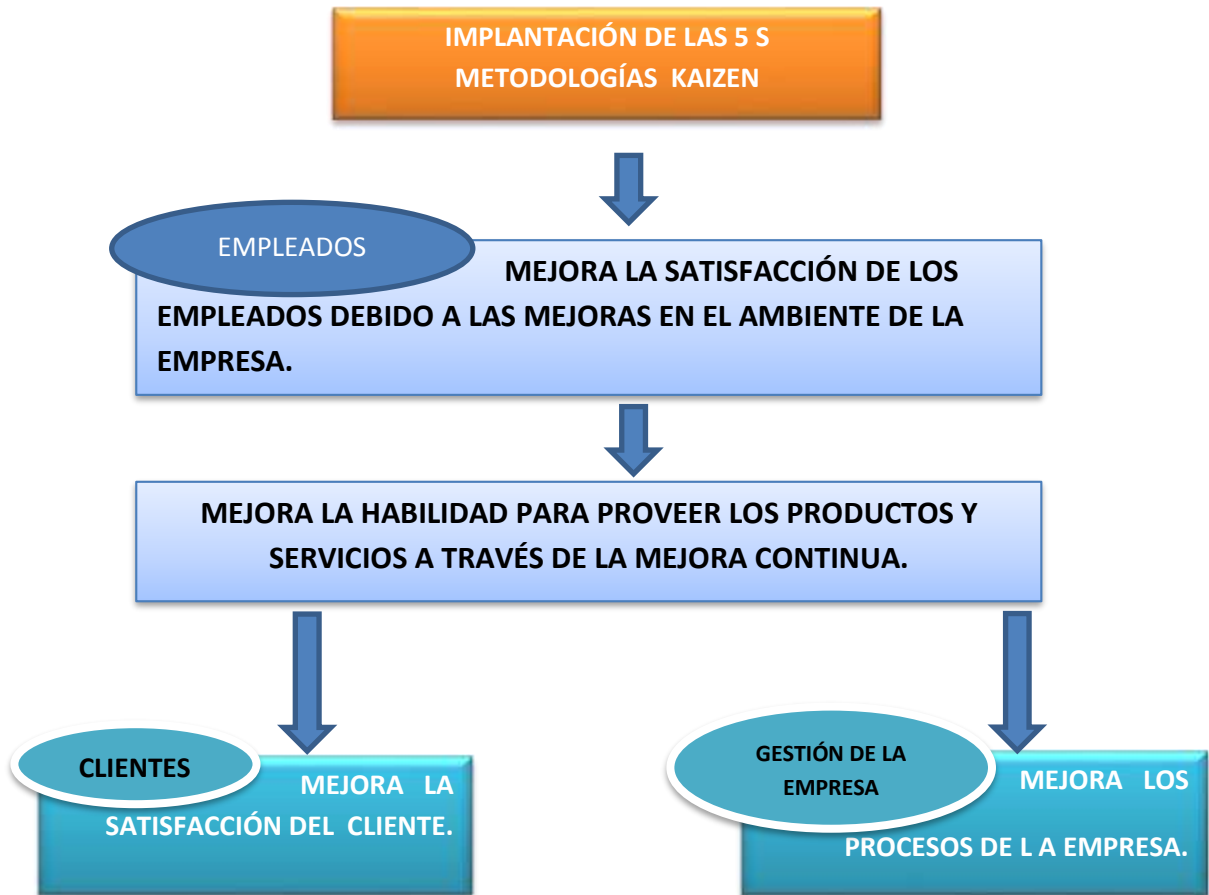
4. Seiketsu = Mantener

Se debe mantener un lugar para cada cosa y cada cosa en su respectivo lugar en este caso la documentación esta presentado en carpetas como ser facturas, notas de venta, notas de envío a sucursales pólizas, comprobantes de ingreso .

5. Shitsuke = Disciplina

La disciplina del manejo de los documentos es un conjunto de reglas de comportamiento para mantener el orden en los miembros de la empresa. El cumplimiento constante de la última S mejora la interaccion del personal asi también el cumplimiento de los procesos. En la siguiente grafica podemos observar los logros que se obtuvo en la implementación de las 5 s en almacen y los documentos.

**LOGROS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS 5 S EN LA EMPRESA
ACRICOLOR GRÁFICA S.R.L.**



8 BUZÓN DE SUGERENCIAS

Considerando que los clientes no se encuentran muy satisfechos por la atención del servicio que brinda la empresa propusimos poner un buzón de sugerencias para la mejora de atención.

El buzón de sugerencias y quejas es una propuesta interesante y temporal se recomienda revisar este cada fin de mes que permite a los clientes a poder presentar sus sugerencias, quejas y recomendaciones formuladas por ellos mismos según sus necesidades para la mejora del servicio.

De esta manera interactuar con los clientes mediante el llenado de las boletas “¿cómo lo atendimos hoy?” En la cual el principal objetivo es ofrecer el mejor servicio, con una cantidad mínima de preguntas enfocadas hacia la atención del servicio que brinda la empresa.

De esta manera se pretende solucionar a través de las sugerencias, quejas y recomendaciones obtenidas mejorar el servicio de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.



¿COMO LO ATENDIMOS

HOY?

Estimado(a) cliente:

En nuestra empresa el principal objetivo es ofrecer el mejor servicio, apreciamos que nos haga conocer su experiencia con nosotros.

1. ¿Qué personal de la empresa ACRICOLOR visitó?

2. ¿Cómo fue la atención? Excelente Bueno Malo

- a) Presentación del personal
- b) Rapidez en la atención
- c) Información proporcionada
- d) Cortesía
- e) Nombre del funcionario

3. ¿Cómo evalúa la empresa?

- a) Comodidad
- b) Ubicación

4. ¿Está satisfecho con la atención recibida?

Sí No

5. ¿Cómo podemos atenderlo mejor?

Por favor tomase uso minutos de su tiempo para darnos sus sugerencias y/o reclamos.

Si desea identificarse por favor registre sus datos personales.

Nombre:

Teléfono:

E-mail:

Fecha:

Favor deposite esta papeleta en el buzón.

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO



¿COMO LO ATENDIMOS

HOY?

Estimado(a) cliente:

En nuestra empresa el principal objetivo es ofrecer el mejor servicio, apreciamos que nos haga conocer su experiencia con nosotros.

1. ¿Qué personal de la empresa ACRICOLOR visitó?

2. ¿Cómo fue la atención? Excelente Bueno Malo

- a) Presentación del personal
- b) Rapidez en la atención
- c) Información proporcionada
- d) Cortesía
- e) Nombre del funcionario

3. ¿Cómo evalúa la empresa?

- a) Comodidad
- b) Ubicación

4. ¿Está satisfecho con la atención recibida?

Sí No

5. ¿Cómo podemos atenderlo mejor?

Por favor tomase uso minutos de su tiempo para darnos sus sugerencias y/o reclamos.

Si desea identificarse por favor registre sus datos personales.

Nombre:

Teléfono:

E-mail:

Fecha:

Favor deposite esta papeleta en el buzón.

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO



9. MEMORIA DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

9.1 INFORME DE ACTIVIDADES RELIZADAS

Nos incorporamos en Fecha 12 de agosto a la Área Marketing de la Empresa Acricolor Gráfica S.R.L. Mediante una junta organizada por el Lic. Franz Naval Guerrero – Jefe de unidad de RR.HH y la Lic. Nimbania Aramayo Hoyos - Gerente General conformada por resto del personal, fuimos asignadas a la Área comercial- almacenamiento y atención al cliente a cargo de la Lic. Delyse Cartagena Cáceres - Jefe de Ventas.

Capacitación

En fecha 12 de agosto hasta el 17 de agosto

En primer lugar se nos facilitó la capacitación de los productos que ofrece la empresa, como también el reglamento interno y la capacitación para el manejo de sistema “Microsoft Dynamics AX 2012” para que realicemos levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envío de pedido. Asumiendo el rol de cajera auxiliar y auxiliar de almacén mediante rotación por semana

Se nos proporcionó nuestros respectivos escritorios para atención al cliente como también nuestro escritorio para almacén.

En fecha 19 de agosto hasta el 24 de agosto

Almacén: se procedió a la limpieza y ordenamiento de almacén donde observamos que los productos no contaban una organización, control los productos se encontraban en el piso sin código de producto. (Fotos anexo)

De esta manera se decidió realizar con la clasificación, ubicación y una codificación de esta manera reducir el tiempo de manipulación y por lo tanto el plazo de entrega a cliente también reduce.

Realizamos la clasificación por colores, tallas de las poleras de algodón para niños y adultos de la marca GUARU-TEXTIL, luego procedimos a el empaquetado y codificación de poleras, para luego ubicarlos en un espacio respectivo para la manipulación más rápida

al momento de entrega de esta manera empezamos el levantamiento de inventario mediante la creación de un Excel de esta manera obtener la lista de productos junto a su codificación y detalle del producto y la cantidad existente.

Atención al cliente: se procedió al levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envío de pedido donde observamos quejas y reclamos de parte de algunos clientes por entrega de materiales en mal estado y la demora de entrega de los productos nuestro accionar mediante una queja o reclamo es afrontar rápidamente el problema que nos permitirá demostrarle al cliente nuestro interés por ayudarlo, y así apaciguarlo escucharlo atentamente sin interrumpirlo de esta manera, entender bien el problema y poder mejorar comunicando una solución al problema y realizar un seguimiento a cada caso para asegurarnos que el cliente quede satisfecho y el problema no se vuelva a repetir.

En fecha 26 de agosto hasta el 31 de agosto

Almacén: Se encontró las tintas en el piso como también en cajas ocultas existiendo la desinformación de material existente sin ninguna codificación ni orden de esta manera se realizó la clasificación de tintas para industria gráfica en marca “Marabu”, “Nazcar” y tintas para sublimar marca “Kiian”, “hewlett packard” y “inx co” como también cartuchos de tinta marca “HP-Kiian”, ubicando en dos estantes separados que se encontraban sin uso, luego se realizó la codificación numérica por colores y marca con su respectivo limpiador marca “Locor”, encontramos materiales caducados los cuales se hizo un levantamiento de materiales con fechas vencidas ya siendo estas una pérdida para la empresa.

Atención al cliente: Se procedió al levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envío de pedido.

En fecha 2 de septiembre hasta el 7 de septiembre

De acuerdo a la modalidad de memoria experiencia laboral, en fecha 2 al 7 de septiembre se realizó un trabajo en Almacén de Acricolor Gráfica enfocado a la clasificación y codificación de adhesivos es un producto que lo usan para rotulación en la cual la empresa ofrece tres marcas las cuales son de distintos colores y medidas:

- Arclad adhesivo.
- Intertak.
- Macal Esmerilado.

La empresa Acricolor Grafica, para la venta de adhesivos ofrece por royos que contienen 50 más dicho cliente tiene la opción de escoger distintos colores la cual deben completar 50 más. El estado en que se encontraban los adhesivos fue el desorden estaban de distintos colores mezclados como también algunos estaban dañados, descodificados no se sabía de cuanto contiene cada adhesivo, es decir la medida.

Durante esa semana se realizó la clasificación, codificación y medición del producto de adhesivos en la cual vimos primeramente de cambiarlos de lugar de tal manera para que no se dañen y pueda ser más accesible el manipuleo del producto.

Se accedió a la medición de distintos royos de adhesivos en la cual llegamos a que la empresa pueda ofrecerlos, ofertarlos a los clientes y ya con eso evitamos la perdida de dicho producto, como también se codifico a todos los royos de adhesivos que se encontraban con distintas medidas y colores como también aquellos adhesivos completos encontrados en caja que miden 50 mts, dicha codificación del producto permitió a que la empresa automaticé el catalogo y ventas ya que dichos códigos permiten identificar el producto y llevar a cabo la venta, como también le ayuda a tomar mejores decisiones.

Como también se realizó una clasificación de los adhesivos ya que a la empresa le puede servir para que pueda tener un proceso de pedidos será mucho más rápido y eficaz.

Durante la primera semana de septiembre también se realizó depósitos de las ventas que se tuvieron durante la semana.

La empresa Acricolor Gráfica tiene dos cuentas corrientes en las entidades financieras del banco mercantil Santa Cruz y banco Ganadero en las cuales se hace sus respectivos depósitos.

Se realizó un trabajo de campo en la cual se fue a distintas direcciones por la cobranza de deudas con la que cuentan los clientes debido al atraso del pago de sus facturas.

La atención al cliente se realiza diario en la empresa es una atención personalizada que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente, donde se le brinda al cliente con distintos productos de acuerdo a la necesidad que tenga como también es una atención pronta generalizada mediante un sistema donde se especifica los precios o de algunos productos que están en descuento.

En fecha 9 de septiembre hasta 14 de septiembre

De acuerdo a la modalidad de memoria de experiencia laboral, en fecha 9 al 14 de septiembre se realizó un trabajo en Almacén de Acricolor Gráfica enfocado a la clasificación y codificación de productos.

Foam que es un producto que lo usan para decoración y rotulación de superficies planas como también para hacer maquetas y anuncios publicitarios la marca del producto es BODO, el producto es de color transparente, blanco, amarillo y azul son de tres tipos suaves, media y rígida cada uno con su distinto espesor de 2mm, 3mm, 5mm y 10mm las medidas de los Foam es de 1.22*2.44 mts. Como también se realizó la clasificación y codificación de Celuka es un producto que lo usan para hacer estructuras decoradas para viviendas, el producto Celuka su espesor es grueso de 10 mm, 13mm y 16mm son de color blanco con medida de 1.22*2.44 mts.

La empresa Acricolor Gráfica, para la venta de Foam y celuka ofrece por láminas.

La diferencia que se tiene de los Foam es que es suave, media y rígida mientras que del producto Celuka es duro.

El estado en que se encontraban los Foam y Celuka fue el desorden se encontró algunos Foam dañados, descodificados y estaban mezcladas de distinto espesor, no se sabía de cual es suave, media y rígida o dura.

Durante esa semana se realizó la clasificación, codificación del producto de Foam y Celuka lo que se hizo es separar los suaves, media y rígida como también tomando en cuenta las medidas y espesor clasificando lo que es Foam y Celuka de tal manera pueda ser más accesible el manipuleo del producto, se realizó la codificación de cada Foam y Celuka

la cual permite agilizar e identificar el producto como también el de acceder al sistema para su respectivo precio o cotización del producto.

Se ordenó las notas de entrega de almacén las cuales se encontró de algunas notas no firmadas por el cliente y como también faltantes de notas de entrega se los archivo según al orden o número de factura.

La atención al cliente se realiza diario en la empresa es una atención personalizada que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente, donde se le brinda al cliente con distintos productos de acuerdo a la necesidad que tenga como también es una atención pronta generalizada mediante un sistema donde se especifica los precios de algunos productos que están en descuento.

Para la atención al cliente también existen pedidos por medio de redes sociales y se procede a la entrega del producto al cliente mediante vía de transporte.

En fecha 16 de septiembre hasta el 21 de septiembre

De acuerdo a la modalidad de memoria experiencia laboral, en fecha 16 al 21 de septiembre se realizó un trabajo en Almacén de Acricolor Gráfica enfocado a la clasificación y codificación de Siser es un producto que sirve para la aplicación en prendas de algodón son de distintos colores las medidas que se ofrece es de 0.38*9.14 mts. y 50cm*22.86 mts. La empresa Acricolor Gráfica ofrece los Siser de Marca Caiman.

Se realizó la clasificación y codificación de los reflectivos es un producto parecido al siser que sirve para pisos y prendas de vestir los reflectivos que ofrece la empresa son de color blanco, verde, amarillo son de única medida de 1.22*45.70 mts. Los reflectivos son de marca Reflomap.

Tanto el producto Siser y reflectivo se encontraban descodificados y no estaban con la respectiva medición por cada royo de esta manera decidimos acceder a la medición de distintos roys tanto de siser y reflectivos y codificación en la cual llegamos a que la empresa pueda estar más al tanto de algunos faltantes de siser para que así cliente que vaya y necesite siser logre la empresa tener el color que desea y satisfaga a los clientes.

Promoción de un producto nuevo'' papel havir''

El nuevo producto que ofrece la empresa es el producto papel Havir que sirve para sublimar es de medida de 1.10*100mts y de 1.60*100mts de esta manera se accedió a la promoción de dicho producto donde se realizó un trabajo de campo visitando a distintos negocios ubicados en la calle Cochabamba donde se fue a informar y dar a conocer o presentar la existencia del nuevo producto, se obsequió al cliente muestras del producto como también informamos que es de precio económico es un material más delgado pero cuenta con los mismos beneficios.

Pagos de servicios básicos

La empresa Acricolor Gráfica realiza pagos de servicios básicos mes a mes ya que es una necesidad fundamental que requiere la empresa debido a las diferentes funciones de trabajo que realiza en especial el sistema de cotización de pedido que requieren los clientes, de esa manera se realiza el pago de los servicios básicos que son:

- Setar.
- Cosaalt.
- Cosset.

La atención al cliente que realiza la empresa Acricolor Gráfica los clientes que asisten a la empresa requieren de una transparente y rápida información en cuanto a los precios y características de distintos productos según a la necesidad o deseo del cliente en la para ello elaboramos un listado de clientes fieles de la empresa que cuentas cada uno de ellos con un código en la cual nos permite una rápida atención o acceso al sistema para su cotización que requiera.

En fecha 23 de septiembre hasta el 28 de septiembre

Almacén: Realizamos la clasificación por colores, de adhesivos blancos y adhesivos transparentes luego procedimos a el empaquetado, ubicación de los adhesivos blancos de distintas marcas por último la codificación de los adhesivos , para luego ubicarlos en un espacio respectivo para la manipulación más rápida al momento de entrega de esta manera continuamos con el levantamiento de inventario mediante Excel de esta manera obtener la lista de productos junto a su codificación y detalle del producto y la cantidad existente.

Atención al cliente: se procedió al levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envío de pedido donde observamos quejas y reclamos de parte de algunos clientes por entrega de materiales en mal estado y la demora de entrega de los productos nuestro accionar mediante una queja o reclamo es afrontar rápidamente el problema que nos permitirá demostrarle al cliente nuestro interés por ayudarlo, y así apaciguarlo escucharlo atentamente sin interrumpirlo de esta manera, entender bien el problema y poder mejorar comunicando una solución al problema y realizar un seguimiento a cada caso para asegurarnos que el cliente quede satisfecho y el problema no se vuelva a repetir

En fecha 30 de septiembre hasta el 5 octubre

Almacén: Se encontró cajas en el piso como también en cajas ocultas a desinformación de material existente sin ninguna codificación ni orden de esta manera se realizó la clasificación de reflectivos para industria gráfica se clasifico por colores, continuando con la codificación de los reflectivos , para luego ubicarlos en un espacio respectivo para la manipulación más rápida al momento de entrega de esta manera continuamos con el levantamiento de inventario mediante Excel de esta manera obtener la lista de productos junto a su codificación y detalle del producto y la cantidad existente.

Atención al cliente: Se procedió al levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envío de pedido.

Por fin de mes se realizó el orden de archivos e informes de ventas mensuales de la siguiente manera:

- 1.-Caja venta a Caja Tesorería
- 2.-Resumen de Arqueo de Caja
- 3.-Detalle de Ventas
- 4.-Contabilidad Venta
- 5.-Informe Excel

6.-Caja Tesorería a Banco

7.-Depósito

8.-Contabilidad Tesorería

9.- Sello y Firma de la jefa de ventas

10.- Sello y Firma

11.- Sello y Firma

Observamos los faltantes del mes de agosto siendo 28 días hábiles que se presenta a continuación:

A la revisión de informes se encontró un porcentaje mínimo de faltantes presentados al Área Comercial para luego ser remitidos a la Gerente General, le faltan (Resumen de arqueo caja, detalle de ventas, contabilidad venta, informe Excel, caja tesorería a banco, depósitos, contabilidad tesorería).

Ante esta situación se dio efecto a la elaboración y el respectivo llenado e impresión para culminar el orden y presentar a la gerente general Lic. Nimbania Aramayo Hoyos

En fecha 7 de octubre hasta el 12 de octubre

Se realizó el trabajo enfocado a la clasificación y codificación de adhesivos es un producto que lo usa para rotulación en la cual la empresa ofrece tres marcas las cuales son de distintos colores y medidas:

- Arclad adhesivo.
- Intertak.
- Macal Esmerilado.

La empresa Acricolor Grafica, para la venta de adhesivos ofrece por royos que contienen 50 mts El estado en que se encontraban los adhesivos fue el desorden estaban de distintos colores mezclados como también algunos estaban dañados, descodificados

Durante esa semana se realizó la clasificación, codificación del producto de adhesivos en la cual vimos primeramente de cambiarlos de lugar de tal manera para que no se dañen y pueda ser más accesible el manipuleo del producto.

Se accedió a la ubicación de distintos rojos de adhesivos por colores , como también se codifico a todos los rojos de adhesivos que se encontraban en distintas partes de almacén , dicha codificación del producto permite a la empresa identificar el producto y llevar a cabo la venta, como también le ayuda a tomar mejores decisiones.

Como también se realizó una clasificación de los adhesivos ya que a la empresa le puede servir para que pueda tener un proceso de pedidos será mucho más rápido y eficaz.

Atención al cliente: Durante la primera semana de octubre también se realizó depósitos de las ventas que se tuvieron durante la semana en las cuentas bancarias que tiene la empresa.

Se realizó un trabajo de campo en la cual se fue a distintas direcciones por la cobranza de deudas con la que cuentan los clientes debido al atraso del pago de sus facturas.

La atención al cliente se realiza diario en la empresa es una atención personalizada que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente, donde se le brinda al cliente con distintos productos de acuerdo a la necesidad que tenga como también es una atención pronta generalizada mediante un sistema donde se especifica los precios o de algunos productos que están en descuento.

En fecha 14 de octubre hasta 19 de octubre

Se realizó clasificación y orden las notas de entrega de almacén las cuales se encontró de algunas notas no firmadas por el cliente y como también faltantes de notas de entrega se los archivo según al orden o número de factura.

Atención al cliente: se realiza diario en la empresa es una atención personalizada que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente, donde se le brinda al cliente con distintos productos de acuerdo a la necesidad que tenga como también es una atención pronta generalizada mediante un sistema donde se especifica los precios o de algunos productos que están en descuento.

Se procedió al ordenamiento de facturas según el número de factura con la ubicación en carpetas para la mejor manipulación al momento de cobranza al cliente o a la revisión de alguna factura si esta es solicitada por gerencia.

En fecha 21 de octubre hasta el 26 de octubre

Almacén: de Acricolor Gráfica enfocado a la clasificación y codificación de lonas es un producto que sirve para la fabricación de letreros .Se realizó la clasificación y codificación de las lonas estos se encontraban descodificados y no estaban con la respectiva ubicación por medida siendo estos de 3.20 metros 2.50 metros, 2.20 metros, 1.50 metros cada royo de esta manera se llegó a la ubicación respectiva y codificación de esta manera continuamos con el levantamiento de inventario mediante Excel de esta manera obtener la lista de productos junto a su codificación y detalle del producto y la cantidad existente.

Atención al cliente

Pagos de servicios básicos

La empresa Acricolor Gráfica realiza pagos de servicios básicos mes a mes ya que es una necesidad fundamental que requiere la empresa debido a las diferentes funciones de trabajo que realiza en especial el sistema de cotización de pedido que requieren los clientes, de esa manera se realiza el pago de los servicios básicos que son:

- Setar.
- Cosaalt.
- Cosset.

La atención al cliente que realiza la empresa Acricolor Gráfica los clientes que asisten a la empresa requieren de una transparente y rápida información en cuanto a los precios y características de distintos productos según a la necesidad o deseo del cliente en la para ello elaboramos un listado de clientes fieles de la empresa que cuentas cada uno de ellos con un código en la cual nos permite una rápida atención o acceso al sistema para su cotización que requiera.

En fecha 28 de octubre hasta 2 de noviembre

Almacén: Se realizó clasificación y orden las notas de entrega de almacén y como también faltantes de notas de entrega se los archivo según al orden o número de factura.

Como también se continuo con el levantamiento de inventario de los materiales velcro, cartón pluma, telas de sublimación, roll de banner y led tipo neón procediendo al ordenamiento limpieza y codificación de velcro, cartón pluma, telas de sublimación, roll de banner y led tipo neón de distintos colores que se encontraban sin ninguna ubicación y estos fueron llevados a los armazones que cuenta la empresa para su mejor manipulación ala momento de entrega.

Atención al cliente: se realiza diario en la empresa es una atención personalizada que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente, donde se le brinda al cliente con distintos productos de acuerdo a la necesidad que tenga como también es una atención pronta generalizada mediante un sistema donde te especifica los precio o de algunos productos que están en descuento.

Se procedió al levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envió de pedido.

Por fin de mes se realizó el orden de archivos e informes de ventas mensuales de la siguiente manera:

- 1.-Caja venta a Caja Tesorería
- 2.-Resumen de Arqueo de Caja
- 3.-Detalle de Ventas
- 4.-Contabilidad Venta
- 5.-Informe Excel
- 6.-Caja Tesorería a Banco
- 7.-Depósito

8.-Contabilidad Tesorería

9.- Sello y Firma de la jefa de ventas

10.- Sello y Firma

11.- Sello y Firma

En fecha 4 de noviembre hasta 9 de noviembre

Almacén: Al concluir con la codificación de papel haber y el levantamiento de inventario con sus respectivas cantidades y numeración (codificación) en Excel este se introdujo al sistema de la empresa que no contaba con un inventario gracias al Ing. Fernando Robledo Rojas este inventario tendrá mayor utilización para la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

Se llevó acabo la marca de líneas en almacén con pintura blanca para que esta tenga un segmento de cada producto y la ubicación de carteles con sus respectivos códigos y colores para que al momento de la manipulación se tenga una mejor visualización.

Atención al cliente: se realiza diario en la empresa es una atención personalizada que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias particulares del cliente, donde se le brinda al cliente con distintos productos de acuerdo a la necesidad que tenga como también es una atención pronta generalizada mediante un sistema donde se especifica los precios o de algunos productos que están en descuento.

Se procedió al levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envío de pedido.

Por ultimo en esta etapa de revisión de documentos y atención al cliente se procedió al membretado de carpetas con sus respectivos nombres para la mejor visualización al momento de obtener cualquier documento o información y este sea de manera más rápida.

En fecha 11 de octubre hasta 16 de noviembre

Almacén: se entregó los documentos de las 5S aplicada en almacén para el conocimiento del jefe de almacén y la jefa de venta. Se llevó a cabo una pequeña introducción sobre las

últimas 2 S que es mantener y disciplina porque esta será muy importante de aquí en adelante para que la empresa mantenga el orden de almacén para su mejor manipulación.

Atención al cliente: Se procedió al levantamiento de pedidos, luego proceder a la facturación, cobranza, entrega o envío de pedido.

Se implementó un buzón de sugerencias y quejas para que la empresa revise temporalmente el buzón porque este permitirá a los clientes poder expresar sus sugerencias, quejas y recomendaciones formuladas por ellos mismos según sus necesidades.

De esta manera se pretende solucionar a través de las sugerencias, quejas y recomendaciones obtenidas mejorar el servicio de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L.

9.2 HABILIDADES

De acuerdo a la modalidad de memoria de experiencia profesional, resulta positiva para el estudiante, debido que a través de la misma se adquiere experiencia real y existente, ya que se enfrenta a problemas reales por los que atraviesa la Empresa Acricolor Gráfica S.R.L. a través del desarrollo de habilidades administrativas adquiridas como también el desarrollo de la capacidad de demostrar solución a los problemas encontrados con la posibilidad de colaborar con propuestas que permitirá tomar decisiones y buscar las mejoras soluciones posibles.

Aplicando cada uno de los conocimientos adquiridos durante la etapa de estudio, se adquiere diversas habilidades técnicas, humanas y conceptuales, que son necesarias un buen desempeño profesional.

9.2.1 Habilidades técnicas

Al realizar esta modalidad de memoria de experiencia profesional a través del cargo de auxiliar de almacén y cajera se pudo desarrollar las habilidades técnicas adquiridas en el lapso de 3 meses, las cuales consistían en las tareas asignadas por parte de la jefa comercial como ser: revisión de los documentos de oficina “cajera”, copia de facturas, cada registro de trasposos de venta a tesorería, resumen arqueos caja, detalle de ventas, contabilidad venta, informe Excel, caja tesorería a banco, depósito, contabilidad tesorería, se pudo aprender y conocer los distintos manejos de sistemas de control programa “Microsoft

Dynamics AX 2012”, como también la organización y revisión de documentos de almacén, notas de envíos sucursales, pólizas, envíos provinciales y comprobantes de ingresos notas de ventas, la aplicación de la metodología de las 5S clasificar, ordenar, limpiar , mantener y disciplina se evidencio la necesidad de realizar un ordenamiento a su área de trabajo almacén , como también el análisis con el servicio que ofrece la empresa ,dicho trabajo es fundamental para el apoyo y mejora del servicio en cuanto a su atención, con la finalidad de que dicha autoridad tome las decisiones convenientes para la implementación de planes de acción y prevención de riesgos en el caso de que los requiera.

La experiencia de desarrollar el cargo de auxiliar de almacén y cajera, con las tareas asignadas, se logro poner en practica los conocimientos adquiridos durante la formación academica.con situaciones reales que se llagaron a vivir dentro de la empresa, se buscó las mejores soluciones posibles para ayudar a resolver problemas existentes: el mejoramiento de la visualización de los productos en almacén, el sistema de control de almacén a través de la implementación de un inventario codificado con un consenso con el ingeniero de sistemas se pudo introducir al programa “Microsoft Dynamics AX 2012” el inventario físico.

9.2.2 Habilidades humanas

Durante los tres meses de trabajo que se realizó en la empresa Acricolor Grafica S.R.L, esta es una de las habilidades que se mas se desarrolló, una de estas es la capacidad de trabajar en equipo,se pudo relacionar con personas internas y externas poder observar de cerca el comportamiento de los empleados y los clientes dentro de una empresa real.

El trabajar con un clima organizacional confraternizado, y como también un clima laboral con los clientes conflictivo fue uno de los mayores desafíos que se nos presentó dentro del desarrollo de las prácticas profesionales, aprender a relacionarnos con otras personas y trabajar junto a ellas , comprendiendo sus actividades y aprendiendo a la vez, fue lo que permitió lograr trabajar en equipo para realizar las tareas asignadas en el cargo de auxiliar de almacén y cajera.

Así de este modo el relacionamiento con los miembros de la empresa, el intercambio de conocimiento y socialización con los trabajadores de la empresa permitió recabar

información necesaria para analizar el tipo de decisiones que se propusieron a la Gerencia General para mejorar la atención al cliente.

Se profundizó en la aplicación de la puesta en acción e implementación de la metodología de Kaizen 5S, el mismo permitió lograr obtener mayor confianza con el personal y los clientes, con lo cual se pudo descubrir el potencial de la capacidad que tenemos como administradores de empresas.

Trabajar con la gerencia general, jefes comerciales encargados de almacén, debido a las capacidades que desarrollamos en nuestra carrera profesional, nos permitieron mejorar las aptitudes para relacionarnos con las personas con el objeto de crear un ambiente de trabajo positivo en el área de auxiliar de almacén y cajera.

9.2.3. Habilidades conceptuales

Pudimos observar las complejidades que suceden dentro de la empresa y ver la importancia de la atención al cliente, el rol que cumple este, al ser parte de la empresa, ya que el cliente debe ser cuidado de acuerdo a los objetivos y cumplir con sus obligaciones y responsabilidades, adaptándose al clima de la empresa.

Se pudo desarrollar la habilidad conceptual de trabajar con ideas, conceptos, teorías y prácticas que se forjaron en el periodo de estudios de la universidad de modo actual laboral nos hizo comprender las diversas funciones que cumple una empresa y como estas trabajan en conjunto para buscar un objetivo en común.

Observando cómo se relaciona la empresa con el cliente y como afectan los cambios en una parte de ellas a las demás, la importancia de atención al cliente, si estas no van acorde a las necesidades de los clientes y ayuda a la atención oportuna a dar solución con los problemas que sucede dentro de la empresa Acricolor Grafica S.R.L.

El estudio de la importancia de la satisfacción del servicio de atención al cliente, la implementación de la metodología de 5S, permitió comprender la identificación de fallas y correcciones en el transcurso de la pasantía, así de este modo como objetivo fundamental de nuestro cargo fue el de adquirir y desarrollar competencia relacionadas con la carrera

de administración de empresas a través del aprendizaje de la aplicación de conocimientos, comportamientos y actitudes.

9.3 CONCLUSIONES DE ENCUESTAS

Aunque la empresa lleva 20 años en el mercado Tarijeño, tiene actualmente un grupo importante de clientes, pero hasta la fecha no ha realizado una evaluación del servicio, ni existen políticas encaminadas a la atención al cliente en pro de la fidelización, recomendación y preferencia del cliente.

El servicio y atención al cliente son de gran relevancia para la empresa dado que los productos que ofrece son útiles para el cliente y la competencia es agresiva en este sector.

- ❖ Se implementa una encuesta con el fin de conocer la percepción del cliente en cuanto a: atención, calidad en el trato, comunicación, presentación de los productos, imagen de la empresa y actitud de los empleados. En la cual se concluye tomando en cuenta que el 46% siendo una mayor parte de los clientes no se encuentran satisfechos provocando molestias y distanciamiento hacia la empresa, lo que indica que el nivel de satisfacción en general está por debajo de lo esperado.
- ❖ Uno de los factores críticos percibidos por el cliente es la comunicación telefónica. El indicador obtenido se ubica como siempre con un 43%. Las mayores quejas son por demoras en la transferencia de las llamadas, espera en el teléfono y demora en contestar.
- ❖ Según a la encuesta realizada también se pudo evidenciar en su mayoría con un 69% de los clientes que si tuvieron reclamos y quejas hacia la empresa los cuales son: Material dañado, material confundido por parte del almacén que no entregan los productos según a lo pedido y facturado, esto nos indica que hay una mala atención hacia los clientes.
- ❖ De acuerdo con los resultados obtenidos es posible concluir según la percepción del precio con respecto a la calidad y competencia nos indica que el 51% de los clientes

consideran que el precio de los productos de la empresa con relación a la competencia es alto, la cual nos indica que el cliente no se encuentra satisfecho con respecto al precio. El 54% de los clientes consideran que el precio de los productos de la empresa con relación a la calidad es algo alto es posible concluir que los productos que ofrece la empresa son de buena calidad y a la vez la empresa brinda certificado de calidad si los clientes que lo requieren muchas veces cuando tienen contrataciones con entidades estas las obligan que tengan una certificación de esta manera los clientes se sienten satisfechos con respecto a la calidad.

- ❖ Según a los resultados obtenidos también se pudo evidenciar en su mayoría 40 % algunas veces es oportuno, los pedidos que realizan los cliente, no se despachan al momento oportuno que desea el cliente cabe destacar que vendría a ser una insatisfacción sobre la atención al cliente por la demora de entrega de los respectivos pedidos.
- ❖ Con respecto a los reclamos y quejas realizadas por parte de los clientes según a los resultados se pudo concluir que 57 % en su mayoría sí se soluciona alguna queja o duda por parte de la empresa. La solución de dudas a los clientes refleja la importancia que se le brinda a estos últimos en contribuir por un servicio completo que satisfaga todas sus necesidades.

9.4 CONCLUSIONES GENERALES

- ❖ Una conclusión de carácter general, es que la empresa Acricolor gráfica S.R.L. fundada el año 1999 como empresa estructurada y profesional en Tarija, tiene un gran potencial de crecimiento cuenta con elementos de orientación estratégica como la visión, misión y objetivos. Sin embargo elementos como la experiencia acumulada en los años de trabajo, los principios y valores actuales que están alineados a los servicios de la empresa, hacen que la empresa genere grandes perspectivas de convertirse en una empresa con alto nivel de participación en el mercado de la ciudad de Tarija.

- ❖ Una vez analizada la situación actual de la empresa se determinó que cuenta con fortalezas tales como la ubicación estratégica de las sucursales, que incrementa el flujo de clientes generando contactos sólidos. Cuenta con proveedores confiables de marcas reconocidas a nivel mundial que garantizan la calidad de los productos.
- ❖ Sobre las debilidades encontradas de la empresa, uno de ellos es que tiene bajo nivel de relacionamiento y comunicación con los clientes y otra de las debilidades más fuertes es la existencia de reclamos por parte de los clientes como ser: material dañado, manchas.
- ❖ Con los resultados de la aplicación y análisis de las encuestas se llegó a conocer la percepción y expectativa que tienen los clientes hacia la satisfacción y el servicio de la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. en la ciudad de Tarija llegamos a la conclusión que el 46% no se encuentran satisfechos provocando molestias y distanciamiento hacia la empresa, lo que indica que la satisfacción en general está por debajo de lo esperado, también se pudo percatar que en la empresa existe demora en la entrega de pedidos, la atención al cliente no es oportuna. Pudimos concluir haciendo una estrategia la cual es buzón de sugerencia sobre el ¿Cómo lo atendimos hoy? donde el cliente atendido pueda incorporarse al buzón a llenar; de esta manera brindar un mejor servicio personalizado mientras se aliste su pedido.
- ❖ Se pudo ver en la parte de almacén que los productos estaban descodificados y mal ubicados como también habían materiales en mal estado, se evidenció que no contaban con un inventario de todos los productos de esa manera logramos concluir con la propuesta de la metodología 5 “S” que representan acciones que son: Clasificar, Ordenar, Limpiar, mantener y disciplina; la cual resultó para que los clientes lleguen a ser atendidos de manera oportuna, como también se hizo un inventario clasificación y codificación de todos los productos en la cual llegamos a percibir productos faltantes y dañados.

9.5 RECOMENDACIONES

De acuerdo al análisis de la situación actual de la empresa y a los resultados obtenidos es necesario plantear las siguientes recomendaciones para que la empresa Acricolor Gráfica S.R.L. pueda mejorar sus ventas y llegue a ser eficiente de esta manera logren cumplir sus objetivos.

- ❖ Se recomienda que la gerencia general establezca la metodología del kaizen 5S como parte de la cultura laboral.
- ❖ Mejorar la interacción directa del cliente con la empresa mediante la comunicación permitiendo relaciones duraderas.
- ❖ Se recomienda que mantengan el orden de la documentación y del almacén.
- ❖ La propuesta presentada kaizen 5 S podría potencializar las fortalezas y minimizar sus debilidades, y prepararla para aprovechar las oportunidades de mercado y prever las posibles amenazas.
- ❖ Para mejorar la atención al cliente, se propone la estrategia de buzón de sugerencias del ¿cómo lo atendimos hoy? donde el cliente pueda expresarse al llenar el formulario; pretendemos mejorar la atención a nuestros clientes.
- ❖ Se recomienda que se mantenga un sistema de gestión del inventario que facilite el trabajo en almacén.