

**Agosto-  
diciembre  
2018**



**Nombre del estudiante  
María Isabel Muñoz  
Lazarín**

**REPORTE FINAL PARA ACREDITAR RESIDENCIA  
PROFESIONAL DE LA CARRERA DE GESTIÓN  
EMPRESARIAL**

**MANEJO Y CONTROL DE INVENTARIOS DE LA  
EMPRESA FERQUIAGRO S.A. DE C.V.**

Nombre de la Empresa

FERQUIAGRO, S.A DE C.V.

Nombre del asesor externo  
interno  
Karen Ximena Quiroz Reyes

Nombre del asesor  
Mtra. Raquel Jáuregui Dueñas

AGOSTO-DICIEMBRE 2018

## **Agradecimientos**

Antes que nada a ti dios doy gracias por haberme concedido la oportunidad de vivir y cumplir las metas cumplidas de mi vida y estar conmigo en los momentos más difíciles y por haberme dado fuerzas, salud y desempeño para tomar la mejor decisión de mi vida. Así como a mis padres Juan Carlos e Isabel por haberme apoyado moral y económica a lo largo de la carrera y por su persistencia de que terminara mi carrera con muchos esfuerzos y sacrificios. Mis hermanos Andrea, German y Juan les agradezco por estar a mi lado y apoyarme cuando era necesario de manera incondicional. A mi asesora interna la maestra Raquel Jáuregui quien por cada detalle y momento aclarado que demostró con su ayuda incondicional y amabilidad que me brindó sus conocimientos y experiencia con paciencia. Y a mi asesora externa Karen Quiroz por el apoyo y asesoramiento y por haberme enseñado y explicado de la mejor manera posible.

## **Resumen**

El presente proyecto se realizara en la empresa ferquiagro donde tiene como mayor importancia el área del almacén donde entran y salen los productos donde existen desajustes , de inventarios a causa de una mal manejo y por la falta de documentación de todo , es por eso que se implementara un proyecto de manejo y control de inventarios de tal forma que exista procedimientos, manual de organización y la capacitación para el buen uso la información de esta, para que sea clara y concisa al momento que sea necesario. El propósito adicional de este proyecto es que se identifique las causas de los desajustes de inventario pero a su vez identificar mejoras y soluciones. Los resultados a partir de este estudio permiten inferir la problemática existente y la situación actual de variables que contribuyen a una adecuada o no gestión de inventarios. Por ello se analizó y se tomaron antecedentes de la empresa y se trabajaron propuestas de mejoras para el manejo y control de inventarios, así mismo se presentaron las propuestas y mejoras al área donde se llevó a cabo el estudio.

Finalmente se realizó las propuestas demostrando la viabilidad y los beneficios, las mejoras que se obtuvieron, así como las actividades que se realizaron conforme al periodo agosto a diciembre.

#### **4. Índice.**

### Contenido

CAPITULO 1: PREELIMINARES	
1.-Portada.....	1
2.-Agradecimientos.....	II
3.-Resumen.....	III
4.-Índice .....	IV
CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO .....	5
5.- Introducción.....	5
6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del estudiante.....	6
7. Problemas a resolver, priorizándolos.....	8
8. Justificación.....	9
9. Objetivos (General y Específicos).....	10
CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO.....	11
10. Marco Teórico (fundamentos teóricos). .....	11
Definición de Cliente:.....	20
Definición de Producto, Según Diversos Autores: .....	21
CAPÍTULO 4: DESARROLLO.....	27
11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.....	27
CAPÍTULO 5: RESULTADOS .....	31
12. Resultados .....	31
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES.....	33
14. Conclusiones del Proyecto .....	33
CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS.....	34
15. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.....	34
CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN.....	34
16. Fuentes de información .....	35
CAPÍTULO 9: ANEXOS .....	37

## **CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO**

### **5.- Introducción**

La base de una empresa comercializadora es la compra y venta de productos, por este motivo es esencial contar con un adecuado manejo y control de inventarios, el cual nos permita tener un control exacto y oportuno de las existencias de mercancía con la que se cuenta, además garantizara información que brinda utilidad para la empresa.

En este presente documento tiene como finalidad atender los lineamientos con eficacia y eficiencia el área de almacén de la empresa FERQUIAGRO, S.A de C.V.

Cada uno de los procedimientos contiene su propio objetivo, alcance, definiciones, actividades, los documentos que se relacionan con el procedimiento, formatos e instructivos de llenado. Por eso es importante mencionar que los procedimientos de este documento permiten administrar, ejercer y mantener un control de las diversas actividades que se realizan en el almacén.

## **6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del estudiante.**

Ferquiagro es una empresa dedicada al comercio de productos y servicios para aquellas personas y empresas que producen toda clase de cultivos puedan desarrollar su actividad y obtengan los mejores rendimientos. En su origen, Ferquiagro comenzó su actividad dedicándose solamente al comercio de productos agroquímicos, fertilizantes y semillas, entre otros. Sin embargo, sobre la marcha se fue constatando la relevancia de poder apoyar a los clientes resolviendo dudas técnicas respecto a cómo aplicar los productos, entre otros. Lo anterior llevo a profundizar en este aspecto intrínseco del servicio y hoy en día se cuenta con promotores-vendedores, que tienen la responsabilidad de asesorar al cliente como un valor agregado fundamental para lograr la venta.

Finalmente, es importante mencionar que, en esta trayectoria, también se ha transitado del simple comercio a la elaboración de productos propios, a partir de mezclas de distintos insumos, siendo estos hoy en día los productos estrella de la empresa.

El área donde implemento el proyecto es el área del almacén con el puesto de almacenista donde contempla desde la recepción de productos, registro, acomodo, protección y despacho de los productos con el apoyo del responsable del almacén a través del personal de apoyo.

### Objetivo principal

El objetivo principal de la empresa Ferquiagro consiste en producir y comercializar productos la mejor calidad, con una variada gama de productos y satisfacer al cliente de manera que al nombrar a la empresa sea por la calidad del servicio que ofrece los empleados y ser reconocida.

### Misión

Ofrecer los mejores servicios con la calidad que ustedes como productor y cliente de nosotros requiere en tiempo y forma. Tratando de satisfacer cada una de las necesidades sobre insumos agrícolas que durante el ciclo de producción pudiera llegar a requerir.

## Visión

Como empresa estamos realizando actualizaciones a diario para poder ofrecer y tener los mejores productos que el mercado ofrece día con día para poder ofrecer el día de mañana las tecnologías que el mercado demanda teniendo en cuenta las necesidades económicas y estas puedan ser alcanzables para cualquier productor.

## Organigrama

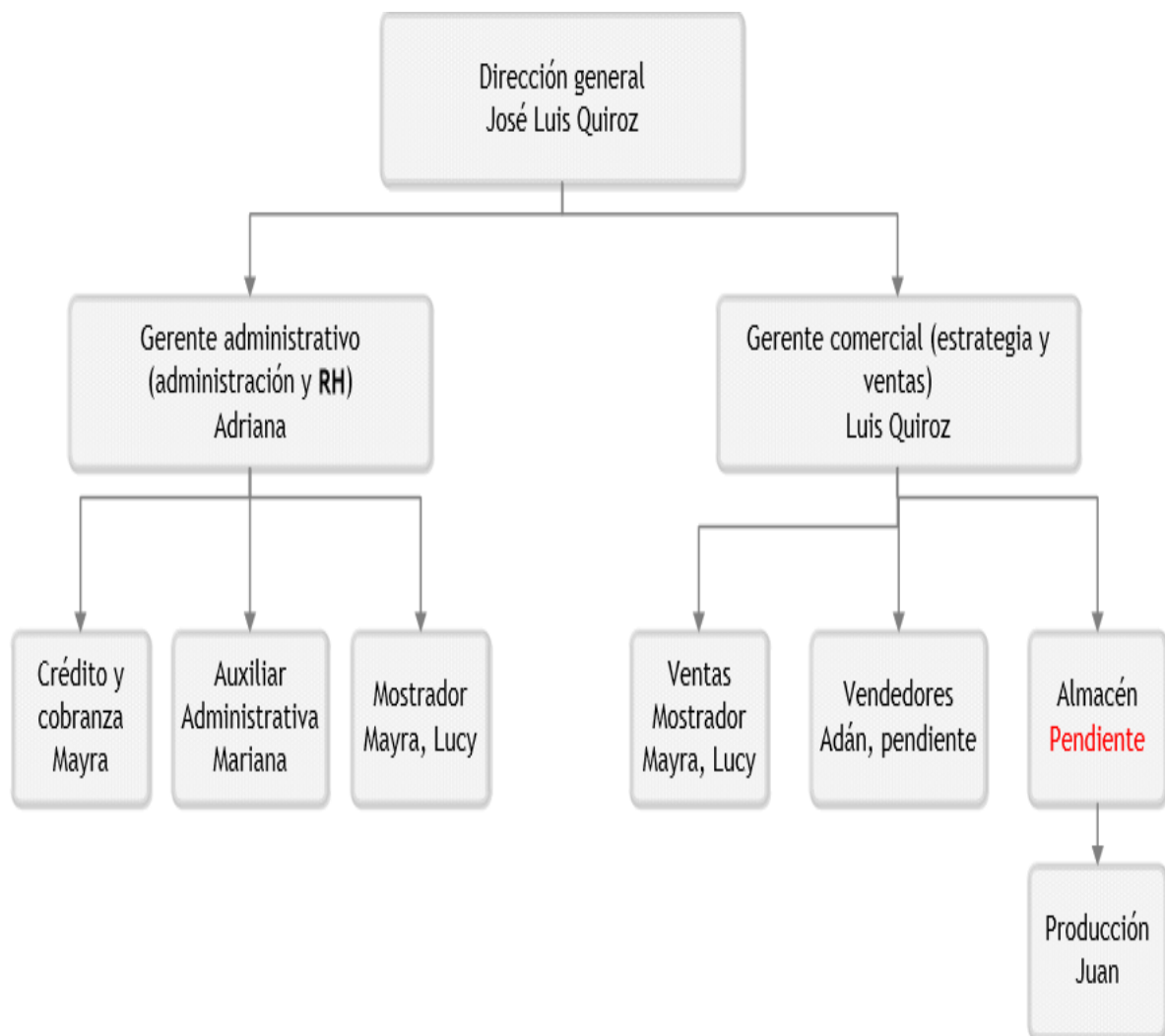


Imagen 1.1 organigrama de la empresa Ferquiagro.

## **7. Problemas a resolver, priorizándolos.**

Actualmente en la empresa Ferquiagro existen desajustes en los inventarios que conforme va pasando el tiempo no hay ninguna solución o algo que brinde alguna mejora. A causa de estos problemas que se han venido presentando tanto el área de ventas como el de almacén han tenido dificultades ya que al momento de vender no se encuentra algunos productos en el sistema digital que la empresa utiliza y en el área de almacén se encuentran tales productos o viceversa.

Algunos factores causantes de estos problemas es la falta de capacitación al personal, falta de procedimientos, políticas, normas, manuales y organización por parte de los encargados del almacén no encuentren o falten productos y los inventarios están incompletos por ello es deficiente y carece de planificación que logre una correcta organización.

Por lo antes descrito se debe tomar en cuenta que está generando a la empresa que los clientes no encuentren productos que necesitan y por ese motivo se vayan a la competencia ya que es una pérdida de tiempo para los clientes.

Para dar solución a esto se implementará de tal forma que el personal en los múltiples departamentos involucrados y en área de almacén donde está el principal problema se proporcionará algunas responsabilidades, actividades, políticas y normas para que se aplique de tal forma que sea clara y concisa para que esta solución no decaiga.

Para llevar esto de manera práctica y que el personal tenga bases de cómo se aplicara se realizaran manuales e instructivos para fundamentar la solución de los inventarios.



## **8. Justificación**

Actualmente la empresa Ferquiagro es una empresa que se encarga a la compraventa de fertilizantes e insumos agrícolas, cuenta con ingenieros especializados para dar asistencia técnica a los clientes y a cualquier persona que requiera este servicio y a promover los productos con los que cuenta la empresa.

Esta empresa cuenta con un software de manejo para los inventarios del almacén, pero al momento de hacer el inventario físico la mercancía no se encuentra acomodada y clasificada, lo cual hace que existan faltantes y sobrantes de mercancías y pérdidas de tiempo. Esto repercute que las oportunidades de generar una mejor utilidad se vean disminuidas, por este motivo es de mayor importancia la creación de procedimientos, ya que se podría tener un mejor control de la mercancía que posee la empresa y se podría llevar a cabo una buena planeación, para que en el momento que se realice un inventario el área de administración no tenga algún inconveniente, de este modo los clientes al adquirir la mercancía no haya algún problema en área de almacén y ventas para que los clientes se vayan satisfechos.

La creación de procedimientos como manuales de manejo y control de inventarios garantizaría una mejor atención al cliente, puesto que los tiempos de despachos que actualmente no son los más eficaces, debido a la falta de organización y control sobre las mercancías se harían con un tiempo razonable ya que la adaptación de este sistema de inventarios a las necesidades del negocio lograría que se tuviera clara la cantidad de productos que tenemos en el almacén y fácil ubicación de este.

La falta de manejo y control de inventario provoca que haya pérdida de tiempo y puesto que no se tiene el control respectivo sobre la cantidad de mercancía con la que cuenta la empresa y en qué lugar se encuentra dentro del área para el almacenamiento, provocando que al cliente tampoco se le dé la mercancía adecuada. Mediante la implementación de manejo y control de inventarios más adecuado se podrían controlar los productos que se compran y se venden.

Una planeación adecuada del inventario se podría alcanzar mayor utilidad para la empresa y ninguna pérdida de productos o mercancías puesto que todo esto lleva demasiado tiempo al momento de hacer un inventario.

## **9. Objetivos (General y Específicos)**

### **Objetivo general**

Elaboración de manual de organización y procedimientos para el área de almacén de la empresa Ferquiagro, para el manejo y control de sus inventarios. Así como formatos o procesos para documentar todo lo que entre y salga de la empresa y no exista ningún problema en los inventarios.

### **Objetivos específicos**

Definir políticas, normas, procedimientos e instructivos de trabajo para el reabastecimiento, recepción, registros, almacenamiento, control y distribución de los productos de almacén, según los requerimientos, en forma oportuna y eficiente, los cuales se integrarán en un manual de organización y procedimientos.

Capacitar al personal en la implementación de los procedimientos e instructivos y en la aplicación de las políticas y normas descritas en los manuales elaborados.

Supervisar al personal en la correcta aplicación del manual de organización y procedimientos.

## CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

### 10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).

De acuerdo a lo anterior se puede decir que un manual de procedimientos es un documento de apoyo para el personal en una organización, el cual contiene políticas y actividades a realizarse en una tarea específica.

El manual de procedimientos según el autor palma es un documento del sistema de control interno ,el cual se crea para obtener una información detallada ,ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones ,responsabilidades e información sobre políticas ,funciones ,sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realicen en una organización.(Palma,2005).

Los manuales de procedimientos son “un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, información y/o instrucciones sobre política y procedimientos de una empresa, que se considera necesarios para la mejor ejecución del trabajo”.  
(DuhatKizatus, 2007).

Los procedimientos especifican y detallan un proceso, los cuales conforman un conjunto ordenado de operaciones o actividades determinadas secuencialmente. En relación con los responsables de la ejecución, que deben cumplir con políticas y normas establecidas señalado la duración y flujo de documentos.

Según Gómez (2001), el manual de procedimientos es “un instrumento de apoyo en el que se encuentra de manera sistemática los pasos a seguir, para ejecutarlas actividades de un puesto determinado”.

Los manuales de procedimientos son una herramienta eficaz para transmitir conocimientos y experiencias, porque ellos documentas la tecnología acumulada hasta ese momento sobre un tema. (Torres Álvarez, 1996)

## Definición de Políticas

Según Palma (2005).Una decisión unitaria que se aplica a todas las situaciones similares y a una orientación clara hacia donde deben dirigirse todas las actividades de un mismo tipo para un lineamiento que facilita la toma de decisiones en actividades rutinarias. Tiene como propósito contribuir al proceso y actividades de organización para lograr sus propósitos.

## Definición de manual

Según Torres Álvarez, M. (1996).Son herramientas muy eficaces para transmitir conocimientos y experiencias, porque ellos documentan la tecnología acumulada hasta ese momento sobre un tema. Para incrementar y aprovechar el acumulo de conocimientos y experiencias de personas y organizaciones.

## Los manuales de políticas y procedimientos

Es un manual que documenta tecnología que se utiliza dentro de un área, departamento, dirección, gerencia u organización. (Torres Álvarez, M. ,1996).

La elaboración de manuales implica en primer lugar definir las funciones y responsabilidades de cada una de las áreas que conforman la organización.

Los manuales son las mejores herramientas administrativas porque les permiten a cualquier organización normalizar su operación. La normalización es la plataforma sobre la que se sustenta el crecimiento y el desarrollo de una organización dándole estabilidad y solidez.

## Almacén

El almacén tiene como función proveer el espacio adecuado seguro y ordenado de los bienes, a través de un sistema para coordinar económicamente las actividades, las instalaciones y mano de obra necesarias para el control total de operación. (Tompkins y Smith, 1988).

Los objetivos generales de la función de almacén son: recibir, almacenar y manejar mientras se distribuye su venta. (Espinal, 2010)

Al tener el producto en el almacén se le agrega ningún valor solo se mantiene en buen estado. El valor de un almacén reside tener el producto correcto en el lugar correcto en el tiempo correcto.

Sistemas de almacenamiento según autores:

Los sistemas de almacenamiento buscan la combinación de métodos y equipos para optimizar el almacenamiento de productos. Estos suelen ser variables y su uso depende de los recursos disponibles y las características de los productos manejados por la empresa. (Espinal, A. A. C., Montoya, R. A. G., & Arenas, J. A. C. 2010).

Proceso de gestión de almacenes

Recepción, control e inspección.

Almacenamiento.

Preparación de pedidos.

Embalaje y despacho.

Principios y objetivos en la gestión de almacenes

Entre los principios para la gestión óptima de los almacenes se considera la coordinación, el equilibrio en el manejo de los inventarios y en el servicio del cliente.

De esta forma, Mulcahy (1993) Urzelai (2006), Mauleon (2006) y Harnsberger (1997) indican que los objetivos a buscar con la gestión de almacenes son:

Minimizar

El espacio empleado con el fin de aumentar la rentabilidad.

Las necesidades de inversión y costos de administración de inventarios.

Pérdidas causadas por robos, averías e inventario extraviado.

Maximizar

La disponibilidad de productos para atender pedidos de los clientes.

La capacidad de almacenamiento y rotación de productos.

La protección de productos.

Definición de inventarios

El inventario es el conjunto de mercancías o artículos que tiene la empresa para comercializar con sus clientes ,permitiendo la compra y la venta o la fabricación primero antes de venderlos en un periodo económico determinado .adicionalmente ,se puede mencionar que los inventarios aparecen en el balance general en el grupo conocido como los activos circulantes, de igual forma también los inventarios interfieren en el estado de pérdidas y ganancias ya que el inventario final se resta del costo disponibles para la venta y así poder determinar el costo de las mercancías vendidas durante un periodo determinado. Párraga Condezo, J. A. (2011).

Según Párraga Condezo, J. A. (2011) estos son algunos tipos de inventarios:

Los inventarios por lo general se clasifican según su uso, entre estos encontramos:

Inventario de materia prima

Es el inventario que contempla todo el material que se usará para la fabricación de un determinado producto, por lo tanto, este tipo de inventario es aquel que no ha sido procesado aún y que es adquirido para darle valor agregado.

Inventario de productos en proceso

Este tipo de inventario incluye a los materiales que han sido parcialmente procesados, es decir, aún les falta ingresar a otros procesos para obtener el (los) producto (s) final (es).

## Inventario de productos terminados

El inventario de productos terminados contempla los productos finales que se han obtenido debido a una serie de transformaciones en cada etapa del proceso productivo.

## Inventario de materiales y suministro

Estos son los tipos de inventario que se necesitan para la producción, este tipo de inventario considera: Materias primas secundarias, artículos de consumo, artículos de mantenimiento, etc.

## Inventario de Seguridad

Este inventario es utilizado principalmente debido a la naturaleza variable de la demanda, de esta manera se evita la ruptura de stock y se minimiza los efectos indeseables que pudiera causar en el servicio al cliente.

## Importancia y propósito de los inventarios

Los inventarios cumplen uno de los papeles más importantes en una empresa, dado que para la mayoría de estas; los inventarios son el mayor de los activos circulantes, por lo que, los problemas que se generan en torno a ellos contribuyen y pueden ocasionar muchas veces la quiebra de los negocios. En general, los inventarios añaden flexibilidad a las operaciones en las empresas que de otra manera no existiría, es ahí donde yace su propósito. En empresas de fabricación, los inventarios de productos en proceso son una necesidad absoluta a menos que cada parte se lleve a cada máquina y esta solo se prepare para hacer una sola operación. Principalmente se tienen inventarios porque permite realizar las funciones de compras, producción y ventas a distintos niveles, por ende, debe existir un manejo inteligente de los inventarios en todas sus variedades y tipos, ello permitiría que la empresa obtenga una posición ventajosa frente a sus competidores.

Los motivos básicos para crear inventarios son:

Protegerse contra incertidumbres, permitir la producción y compra bajo condiciones ventajosas, cubrir cambios anticipados en la demanda y la oferta y mantener el tránsito entre los puntos de producción o almacenamiento. (Dittmer, P. 2003).

A continuación se mencionan las principales razones que justifican mantener un adecuado nivel de inventario:

Alienta economías en la compra y la transportación, pues justifica el manejo de inventarios si ello involucra una reducción de costos de transporte.

La compra de un lote de productos adelantada por encima de la compra común que realiza una empresa, se justifica cuando se sabe por pronósticos de los precios que estos subirán.

La variabilidad en el tiempo que necesitan las fábricas (de donde las empresas comercializadoras adquieren sus productos) para producir y transportar los bienes por toda la cadena de suministros puede causar incertidumbre que impacte en el nivel de servicio de las comercializadoras.

En el quehacer del día a día pueden ocurrir situaciones inesperadas como: pedidos muy grandes fuera de lo normal, desastres naturales, huelgas, etc.

Mantener inventario para aplacar estas situaciones es muy importante.

### Gestión de inventarios

La gestión de inventarios se deriva de la importancia que tienen las existencias para la empresa, y por lo tanto, la necesidad de administrarlas y controlarlas. Su objetivo consiste fundamentalmente en mantener un nivel de inventario que permita un mínimo de costo, un máximo de servicio de clientes. (Parada Gutiérrez, 2009).



## La demanda y la administración de inventarios

La demanda es un factor de cuidado en las empresas, dado que, del comportamiento de esta dependerá la política de aprovisionamiento que decidirán seguir las mismas. Por consiguiente, conocer la demanda de los productos que se producen o fabrican ayudará a tomar una mejor decisión referida a la administración de los inventarios. El caso más sencillo e ideal de todos es cuando la demanda es determinística, es decir se conoce con anticipación y esta es constante en el tiempo, pero ello dista mucho de la realidad ya que por lo general, existen muchas variaciones de los sistemas reales lo que hace imposible poder tener un modelo general de inventarios. Es en esta situación, donde la administración se restringe al tipo especial de demanda que puede seguir determinado producto o grupo de artículos, con la intención de optimizar los procesos de abastecimiento, almacenamiento y compras, cumpliendo de esta manera con los objetivos esperados de un buen manejo de inventarios. (Parada Gutiérrez, O.2009).

## Definición Control

El control puede ser definido como el proceso de verificar de las actividades para asegurarse de que se están llevando a cabo como se planearon y así corregir cualquier desviación importante comenta Robbins (1996).

El control en las organizaciones es la habilidad para hacer que los eventos se realicen conforme a lo planeado .es obvio que un buen control se apoya en los cimientos de una planeación sólida, explico Fulmer (1983).

Para que el establecimiento tenga éxito es necesario tener el control en los puntos más importantes, los cuales van a dar como resultado un excelente servicio, y por esto provocara que el cliente prefiera el servicio del establecimiento.

## Control de recepción

Kotschevar y Tanke señala (1991) señala que la recepción es la que verifica que la calidad y cantidad de los productos sean la misma que la que establece en la orden de compra. es recomendable itinerarios con los proveedores para estar pendiente de la hora y el día en la que cierto proveedor va enviar los productos. La mercancía debe ser inspeccionada. La factura debe coincidir con la orden de compra, los productos que se reciben deben estar exactamente los que se encuentran en esta. Una vez verificado se firma de recibido.

## Control del almacén

Un buen diseño de almacén permite tener todos los productos en buen estado y con las condiciones adecuadas en las que se debe almacenar, las cuales tiene ciertas especificaciones para cuando pida el cliente, se encuentre el producto en buen estado Kotschevar y Tanke (1991) señala que lo ideal es tener el almacén muy cerca para que al momento de vender este cerca de su alcance.

Comenta Ramos (1994), que en el almacén se tiene que estar al pendiente de los productos que se encuentran ahí y de todos los movimientos que se hagan dentro del almacén, ya que tienen que estar registradas todas las entradas y salidas para verificar el proceso y revisar que siempre se cuente con las provisiones necesarias para el buen funcionamiento del establecimiento.

## Control de inventario

Kotschevar y Tanke (1991) señala que “el inventario es un componente crítico en el control del producto. El inventario es la contabilidad que se tiene en la mano en cualquier momento”. El buen control de inventario permite conocer la cantidad de producto que se está vendiendo por lo tanto está dando información sobre las ventas que se están teniendo.

## Control de salidas del almacén

Kotschevar y Tanke (1991) comenta que el control de salidas del almacén es el procedimiento que envuelve los movimientos de los productos del almacén. es importante que cualquier movimiento que se haga se debe tener un control de salidas y así reponer el producto.

## Técnicas de control

Dittmer (2003) afirma que las técnicas de control que debe seguir un gerente es:

Establecer estándares:

Los estándares deben estar establecidos por la gerencia para que los resultados o expectativas que tiene el negocio.

Establecer procedimientos:

Los procedimientos son métodos empleados para realizar un trabajo, son aquellos que están establecidos por métodos correctos, rutinas y técnicas de operación.

Entrenamiento:

Los gerentes deben instruir al personal y así otorgándoles herramientas para que aprenda y así se obtenga buenos resultados.

Dar un buen ejemplo:

Los gerentes deben dar el mejor ejemplo al personal para que tomen las mejores actitudes para crear confianza en los trabajadores.

Observar y corregir:

Es bueno observar a los empleados continuamente, para así verificar el

cumplimiento de las actividades y responsabilidades de cada empleado.

Disciplinar al personal:

Para que el empleado haga bien su trabajo debe cumplir con las reglas y normas de la empresa y si no es así se debe llamar la atención para que no haya ningún problema.

Exigir reportes:

El gerente no siempre puede estar vigilando al empleado a todas horas, por lo tanto debe exigir reportes para cualquier situación que se presente.

Definición de Cliente:

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios".

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el cliente es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)".

En el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., encontramos que "cliente" es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.

En el libro "Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?" se menciona lo siguiente: "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer".

Algunas consideraciones de Philip Kotler acerca de los clientes:

Los productos van y vienen, el reto de las empresas se centra en que sus clientes duren más que sus productos. Tienen que considerar más los conceptos ciclo de

vida del mercado y ciclo de vida del cliente en lugar del concepto ciclo de vida del producto.

Las empresas deben considerar a sus clientes como un activo que debe ser gestionado como cualquier otro activo de la empresa.

Si no prestan atención a sus clientes, alguna otra empresa lo hará.

Definición de Producto, Según Diversos Autores:

Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", nos brindan la siguiente definición (bastante completa) de lo que es el producto: "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. La primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. El consumidor identifica los productos por su marca. En este proceso de diferenciación, el consumidor reconoce las marcas, a las que le asigna una imagen determinada.

Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea".

Según Jerome McCarthy y William Perrault, autores del libro "Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica", el producto "es la oferta con que una compañía satisface una necesidad".

Para Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", el producto es "todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad".

La American Marketing Association (A.M.A.), define el término producto, como "un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización".

Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa.

El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio".

En conclusión, y en base a las anteriores definiciones, planteo la siguiente definición de producto:

"El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)".

Definición de Distribución:

Para la American Marketing Association, la distribución (según la definición de marketing) es la comercialización y transporte de productos a los consumidores.

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., la distribución es una de las subsunciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final.

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la distribución es el acto de hacer que los productos estén disponibles para los clientes en las cantidades necesarias. Según Jack Fleitman, la distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta.

En síntesis, y complementando las anteriores definiciones, planteo la siguiente definición de distribución (para fines de mercadotecnia):

La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

Definición de Venta, Según Diversos Autores:

La American Marketing Association, define la venta como "el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)".

Diccionario de Marketing de Cultural S.A., define a la venta como "un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero". También incluye en su definición, que "la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador".

Allan L. Reid, autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones", afirma que la venta promueve un intercambio de productos y servicios.

Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", define a la venta como "la cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser: 1) al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, 2) a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y 3) a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas".

Laura Fischer y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Ambos autores señalan además, que es "en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio)".

El Diccionario de la Real Academia Española, define a la venta como "la acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado".

En síntesis, la definición de venta enfoca la misma desde dos perspectivas diferentes:

Una perspectiva general, en el que la "venta" es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido.

Una perspectiva de mercadotecnia, en el que la "venta" es toda actividad que incluye un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor 1) identifica las necesidades y/o deseos del comprador, 2) genera el impulso hacia el



intercambio y 3) satisface las necesidades y/o deseos del comprador (con un producto, servicio u otro) para lograr el beneficio de ambas partes.

### Definición de agroquímicos

La agroquímica es la especialización de la química que consiste en el uso de sustancias orgánicas en el marco de una industria y en la aplicación de productos químicos (como plaguicidas y fertilizantes) en las actividades agrícolas. (Pérez ,2015)

Por extensión, se conoce como agroquímico a la sustancia química que utiliza el ser humano con el objetivo de optimizar el rendimiento de una explotación agrícola. Dichos productos suelen utilizarse para luchar contra las plagas que afectan los cultivos y para favorecer un crecimiento más rápido de las plantas.

De la misma manera, no podemos pasar por alto otra serie importante de funciones que realizan los citados productos agroquímicos. En concreto, entre las mismas está aportar la cantidad necesaria de nutrientes a la tierra, matar a microorganismos que estén dañando el terreno o directamente los cultivos y eliminar la maleza que pueda existir. Los plaguicidas, por lo tanto, pueden ser agroquímicos. En este caso, se esparcen los productos a través de la fumigación con la intención de alejar de los cultivos a aquellas especies que pueden dañarlos.

Existen plaguicidas líquidos, sólidos y gaseosos.

De acuerdo a la plaga que combaten, los plaguicidas pueden dividirse en fungicidas (eliminan hongos), bactericidas (bacterias), insecticidas (insectos) y otros grupos. Es importante tener en cuenta que estos agroquímicos, aun cuando pueden ayudar a controlar las plagas, también pueden tener efectos nocivos sobre el medio ambiente y sobre la salud de las personas. (Pérez ,2015).

Además de los citados agroquímicos, no hay que olvidarse de otros que también son muy utilizados en el ámbito de la agricultura. Nos estamos refiriendo a algunos como estos:

Los herbicidas, que son los que tienen como función principal el llevar a cabo la eliminación de todo tipo de plantas que son nocivas para el terreno.

Los acaricidas, que son los encargados de conseguir repeler los ácaros.

Los rodenticidas, que van destinados a matar a los roedores que causan daños a los cultivos y que, además, tienen la particularidad de que pueden transmitir ciertas enfermedades a los seres humanos.

Los nematocidas, que son los utilizados por los agricultores para conseguir acabar con los gusanos que van apareciendo en el suelo y con ciertos parásitos que aparecen en las plantas.

Los fitorreguladores, que vienen a regular lo que es el crecimiento de los cultivos y lo hacen mediante lo que se da en llamar fitohormonas. De esta manera, según cada momento, impulsan o frenan el desarrollo de las raíces.

Los fertilizantes, que, como su propio nombre indica, son los agroquímicos encargados de facilitar y agilizar el crecimiento de ciertas plantas.

Definición de fertilizante según (Pérez ,2015)

Un fertilizante, en definitiva, es una sustancia inorgánica u orgánica que presenta nutrientes que pueden ser asimilados por las plantas o que sirven para incrementar la calidad nutricional del terreno. Estas sustancias realizan un aporte extra de los elementos químicos que necesitan los vegetales para crecer.

Los fertilizantes inorgánicos son producidos en laboratorios u obtenidos a partir de la explotación de un yacimiento natural. Se trata de fertilizantes minerales que contienen potasio, hierro u otros nutrientes.

Los fertilizantes orgánicos, en cambio, son de origen vegetal o animal. También es muy común el uso de estiércol, otro fertilizante orgánico.

## CAPÍTULO 4: DESARROLLO

### **11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.**

Evaluación de la situación actual:

Se realizó una inspección física de los productos del almacén y se realizó listado de productos faltantes así como aquellos productos que se vende y los que no son muy vendidos.

Al observar todo el proceso que se tiene en el almacén desde la recepción de los productos hasta que se entregan al cliente final para estar seguros de la causa del problema de los inventarios.

De manera visual se identificó la causa raíz ya que el problema de los desajustes de los inventarios era que cada producto que entraba a la empresa no era registrado ni documentado esto causaba que no se supiera las cantidades exactas que las entradas y salidas de los productos no cuadraban con las existencias en el sistema, ya que conforme pasaba el tiempo iban saliendo cada más detalles que provocaban dichos desajustes en el almacén.

Definición de políticas, normas, procedimientos e instructivos de trabajo para el control del inventario:

El identificar cada uno de los procedimientos relacionados con el control de inventarios y se documentaron de acuerdo a las políticas y normas generales que se definieron para el manejo de los mismos por la empresa. Se elaboraron los instructivos de trabajo necesarios como apoyo y autoridad para la ejecución de los procedimientos para tener establecidos los lineamientos de la empresa con la finalidad que al momento de capacitar al personal se tenga que aplicar cualquier norma o política.

Se tomó en cuenta ideas constructivas para aplicar la correcta implementación de los manuales ya que era necesario tener en cuenta las opiniones de los directivos para aplicar dichos instructivos.

Elaboración de manual de organización y procedimientos:

Ya definidos los procedimientos se procedió en primer lugar a la elaboración del manual de procedimientos y de organización correspondiente al área, identificando las funciones de los responsables e involucrados en el manejo de los inventarios y los perfiles que deben cumplir dichas personas.

En el contenido del manual se agregaron bitácoras, diagramas, formatos de entradas y salidas de mercancía, formatos de controles de tickets, documentación, pasos a seguir y la forma de cómo elaborar dichos formatos de manera clara y concisa.

En la mayoría de los formatos se tiene que documentar todo los movimientos que haga el almacén para evitar cualquier incumplimiento de las normas y políticas.

En dichos formatos tiene que agregarse fechas, lugar de destino, almacén, si es preciso número de factura o remisión quien entrego etc.

Se elaboraron los formatos dependiendo de la actividad del almacén como las entradas y salidas de mercancía, trasposos o registros de productos.

Instrucción al personal sobre la aplicación de los manuales:

Ya definido y elaborado el manual se llevó el proceso de capacitación donde se hizo una junta con el personal para dar información acerca de los lineamientos de los procesos a seguir y de lo que consiste el manual para la correcta aplicación para resolver el problema de los inventarios de manera práctica se mostraron los formatos del manual para así documentar y registrar todo. Por otra parte también se consiguió asignarse las actividades que cada trabajador debe de hacer para no tener algún problema por esa parte.

Organización del almacén:

Se procedió a organizar las mercancías dentro del almacén de forma que se facilitó la aplicación de los procedimientos descritos.

En primer lugar, se aplicó la metodología de las 5' para quitar aquello que no agrega valor como limpiar, quitar basura, plásticos, cartones, polvo y cosas que impedían acomodar la mercancía.

Después se acomodaron las cajas de productos por su proveedor de manera que fuera fácil de encontrar dichas cajas.

En los racks de plan baja se acomodaron los agroquimos por etiqueta, por proveedor, por familia y por la sustancia ya que algunos agroquimos son tóxicos y se requieren de estar en la parte baja para evitar cualquier accidente.

Se aprovechó aquellos espacios solos para el acomodo de los fertilizantes, semillas, alfalfas y foliares todos con cada producto que les corresponde.

Gracias a esto los espacios se aprovecharon los espacios y todos los productos son más fáciles de encontrarse y contarse.

Verificación de la correcta aplicación de los manuales:

Para saber que dichos manuales se aplicaron de forma correcta se pidió de forma semanal reportes que dieran a conocer que si se había aplicado como registros y evidencias de los formatos.

Los manuales se aplicaron como a lo estipulo al principio no fue tan difícil después fue mucho más sencillo por parte de los trabajadores y cada vez los inventarios mostraban buenos resultados ya que cuando se hacía de manera física se verificaba con lo del sistema no existía algún problema.

Evaluación de los resultados:

Se realizó un análisis final del estado del inventario y se comparó con la situación actual, esperando una reducción significativa del nivel de discrepancia entre el conteo físico y la existencia del sistema de la mercancía, identificando áreas de oportunidad para la mejora de los procedimientos.

Los resultados fueron los esperados ya que todas las actividades y el cronograma salió como se esperaba ya que la disposición de los trabajadores fue un éxito, aunque es muy importante tener en cuenta la capacitación constante para que no decaída la disposición ya que la empresa contrato a personal nuevo por eso es importante capacitar a los trabajadores nuevos y brindar la información del manual.

Elaboración de proyecto final de residencias profesionales:

En esta parte se recopilando toda la información necesaria conforme a las actividades del cronograma para así evidenciar lo que se realizó en el periodo.

Se agregó toda la documentación paso a paso para darle forma al proyecto con su contenido y lo que se implementó en el transcurso del periodo de forma detallada el proyecto muestra los periodos de la elaboración del proyecto como su contenido ya que el proyecto cuenta con su portada, índice, resumen, introducción, desarrollo, conclusión y resultados.

## CAPÍTULO 5: RESULTADOS

### 12. Resultados

Es importante resaltar que el proyecto de manejo y control de inventarios de la empresa ferquiagro, está concluido y los resultados fueron excelentes y es lo esperado.

En la grafica 1.1 muestra el tiempo de entrega del antes y despues de implementar el proyecto . El tiempo de entrega de antes era de 10 minutos para el almacen y 5 minutos para los racks despues con la implemetación del manual el tiempo de entrega disminuyo de manera significativa ahora el tiempo de entrega en el almacen es de 5 minutos y en los racks es de 3 minutos por la organizacion e información de la mercancia.(anexos pág.)

En la gráfica 1.1 muestra el porcentaje de disminución de espera conforme al periodo agosto a diciembre disminuyo un 22% y aumento un 78 % una entrega más rápida de lo que anteriormente la aplicación de dicho proyecto es por eso que para la empresa es de mayor importancia que los clientes estén satisfechos y su atención sea de calidad.

Cave de recalcar que la empresa está conformada por 6 personas en el área de almacén dichas personas son las que atiende a los clientes y se encargan de acomodar y organizar los productos que entren a la empresa así como los productos que salen para entregar a los clientes, la propuesta del manual de procedimientos y organización da como resultado que la mayoría del personal de la empresa conoce la mercancía da como resultado que la mayoría del personal de la empresa aplico lo que se instruyó y tiene conocimiento de la ubicación y acomodo de la mercancía.

Es por eso que la gráfica 2 muestra al personal de la empresa que la mayoría su respuesta es sí, ya que la mayoría conoce la ubicación de dónde se encuentra la mercancía sin necesidad de preguntar, gracias a la prueba que se realizó de

manera visual.

La grafica 2.1 representa de manera cuantitativa el periodo de los inventarios de agosto a diciembre ya que aumentaron de manera significativa, pero cave de resaltar que esta representación gráfica más que nada muestra como la empresa llevo a controlar los inventarios y que si existe el aumento es porque no existe algún desajuste o variable que afectara a los inventarios o algún faltante de mercancía durante ese periodo, es decir que el ajuste de inventarios se fue controlando conforme a la capacitación e implementación del manual de organización y procedimientos del periodo agosto – diciembre del 2018.

En la gráfica 2.2 se realizó de manera cualitativa envase a que el personal aportara su opinión acerca que tan indispensable sea tener una instrucción y el 81 % del personal de almacén estuvieron satisfechos con la capacitación y el 19 % estuvieron acuerdo, lo que es una señal buena de que tan importante es tener conocimiento e instrucción.

En esta grafica 3 se analizó en base a la correcta aplicación y el 90 % del personal del almacén están implementadas políticas, normas, procedimientos e instructivos de trabajo para el control del inventario y el 20 % es el personal nuevo que entra y con ayuda del manual están aprendiendo los procedimientos.



## **CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES**

### **14. Conclusiones del Proyecto**

El solo hecho de que las existencias de un producto vendibles que no posee un manejo y control o administración adecuada puede hacer que una empresa pequeña baje sus utilidades de forma brusca, por otra la mala fluidez en el manejo de los productos, para los consumidores de dicha empresa puede llevar a la pérdida de clientes. Es por eso de vital importancia conocer los inventarios así como también de mayor importancia el saber administrarlos. Gracias a implementación de manejo y control de inventarios de la empresa ferquiagro junto con la disposición del personal se establecieron lineamientos para mayor organización en la empresa y control de inventarios gracias a esto se creó una cultura organización.

Por lo tanto para que no decaiga estos lineamientos será constantemente se instruirá al personal y habrá una inspección de manera que la cultura organizacional por lo que haya desajuste o algún problema.

En conclusión es muy importante el servicio que da la empresa al cliente y que al tener una calidad de servicio así como un buen manejo y control de inventarios, la empresa y los empleados se beneficiara de manera que la empresa sea reconocida, tenga mayor impacto en utilidades para mayor oportunidad de crecer.

Es por eso que al implementar proyectos de mejora para cualquier empresa así el proyecto sea pequeño o grande las ideas que ayuden a mejorar serán de mayor significancia tanto para la empresa y para quien lo aplica.

## CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS

### 15. Competencias desarrolladas y/o aplicadas

A continuación, se muestran las competencias desarrolladas durante la estancia en la empresa.

Ética.

Compromiso.

Decisión.

Tenacidad.

Resistencia.

Automotivación.

Adaptabilidad.

Trabajo en equipo.

Reconocer los éxitos y aportaciones de otros.

Pensamiento analítico.

Análisis de problemas.

Comunicación escrita.

Manejo de estrés.

Niveles de trabajo.

## CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN

### 16. Fuentes de información

Baquero, M. (2013). Manual Práctico de Control Interno. Barcelona: PROFIT.

Brito, José A. (1999). Contabilidad Básica e Intermedia (Contabilidad I y II) Ediciones Centro de Contadores, 5ta edición.

Benítez Sánchez, Vicente, Curso de Administración y Control de Inventarios, Apartado Plaza las Américas.

Dittmer, P. (2003). Principles of Food, Beverage and Labor Cost Controls (7a. ed.) Estados Unidos: John Wiley & Sons.

Espinal, A. A. C., Montoya, R. A. G., & Arenas, J. A. C. (2010). Gestión de almacenes y tecnologías de la información y comunicación (TIC). *Estudios gerenciales*, 26(117), 145-171.

Kotschevar, Lendal H. y Mary L. Tanke, Administración de bares y negocios de bebidas, Instituto Educacional, México, 1991.

Torres, M. G. Á. (1996). *Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos*. Panorama Editorial.

Párraga Condezo, J. A. (2011). Investigación, análisis y propuestas de políticas de planeamiento y control de inventarios para el sector comercial de productos siderúrgicos.

Para los tópicos del presente numeral se ha tomado como referencia el desarrollo teórico trabajado por los autores Lee J. Krajewski y Larry P. Ritzman (2000).

Parada Gutiérrez, Ó. (2009). Un enfoque multicriterio para la toma de decisiones en la gestión de inventarios. *Cuadernos de Administración*, 22(38).

Gómez, Rondón, Francisco, Presupuesto de la Empresa Industrial, Ediciones Frigor.

Los 80 Conceptos Esenciales del Marketing de la A a la Z », de Kotler Philip, Pearson Educación S.A., 2003, Págs. 8 y 9.

Diccionario de Marketing», de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 54.

Julián Pérez Porto y María Merino (2015). Definición de agroquímicos.

Julián Pérez Porto (2015).Definición de fertilizante.

Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?», Segunda Edición, de Barquero José Daniel, Rodríguez de Llauder Carlos, Barquero Mario y Huertas Fernando, McGraw-Hill Interamericana de España, 2007, Pág. 1.

199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, de P. Bonta y M. Farber, Grupo Editorial Norma, Pág. 37

Fundamentos de Marketing, 13a edición, de Stanton, Etzel y Walker, McGraw Hill, Pág. 248.

Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica, 11a edición, de McCarthy y Perrault, Tomo 1, Pág. 271.

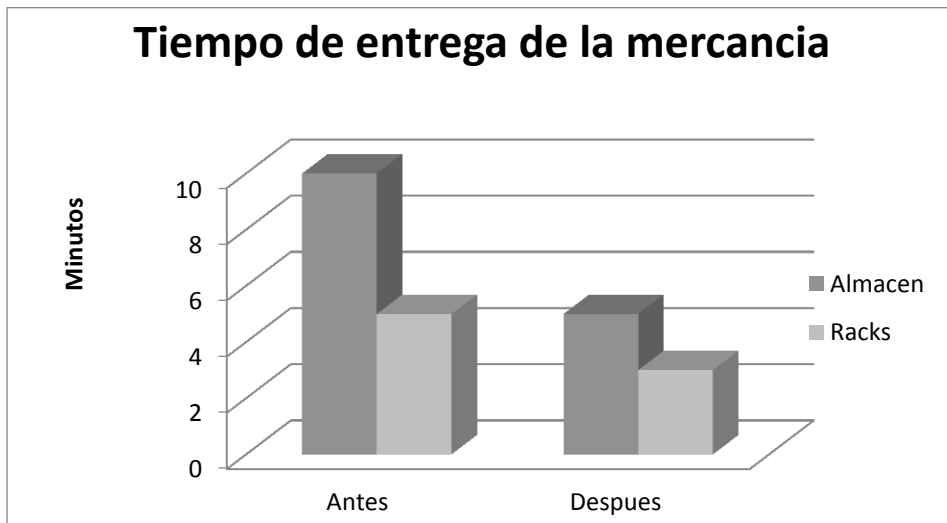
Marketing, de R. Romero, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 156.

Julián Pérez Porto y María Merino (2015). Definición de agroquímicos.

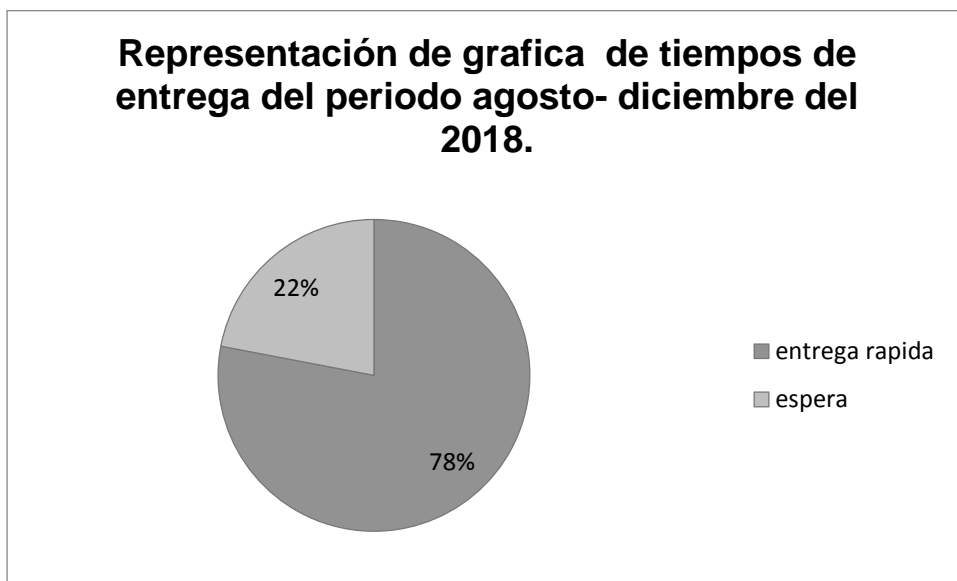
Julián Pérez Porto (2015).Definición de fertilizante.

## CAPÍTULO 9: ANEXOS

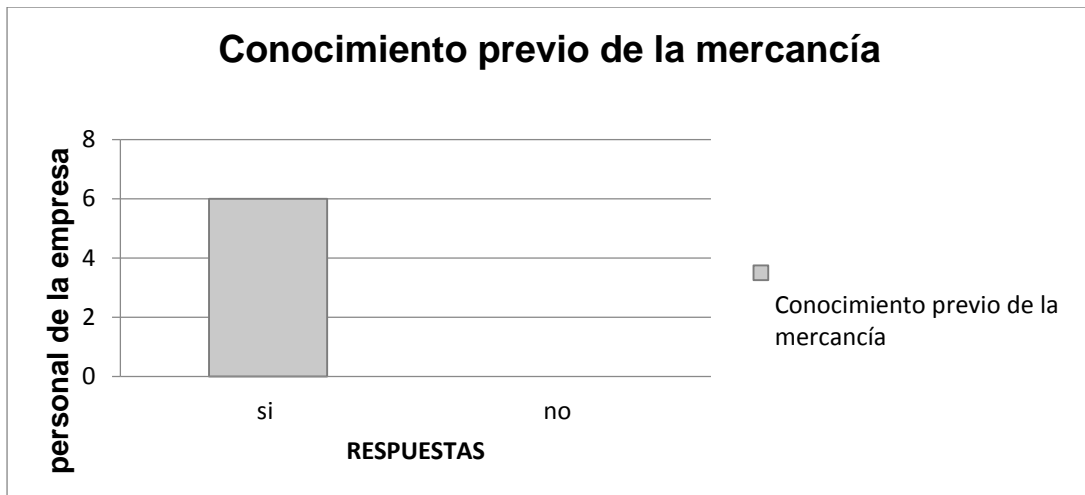
### 17. Anexos



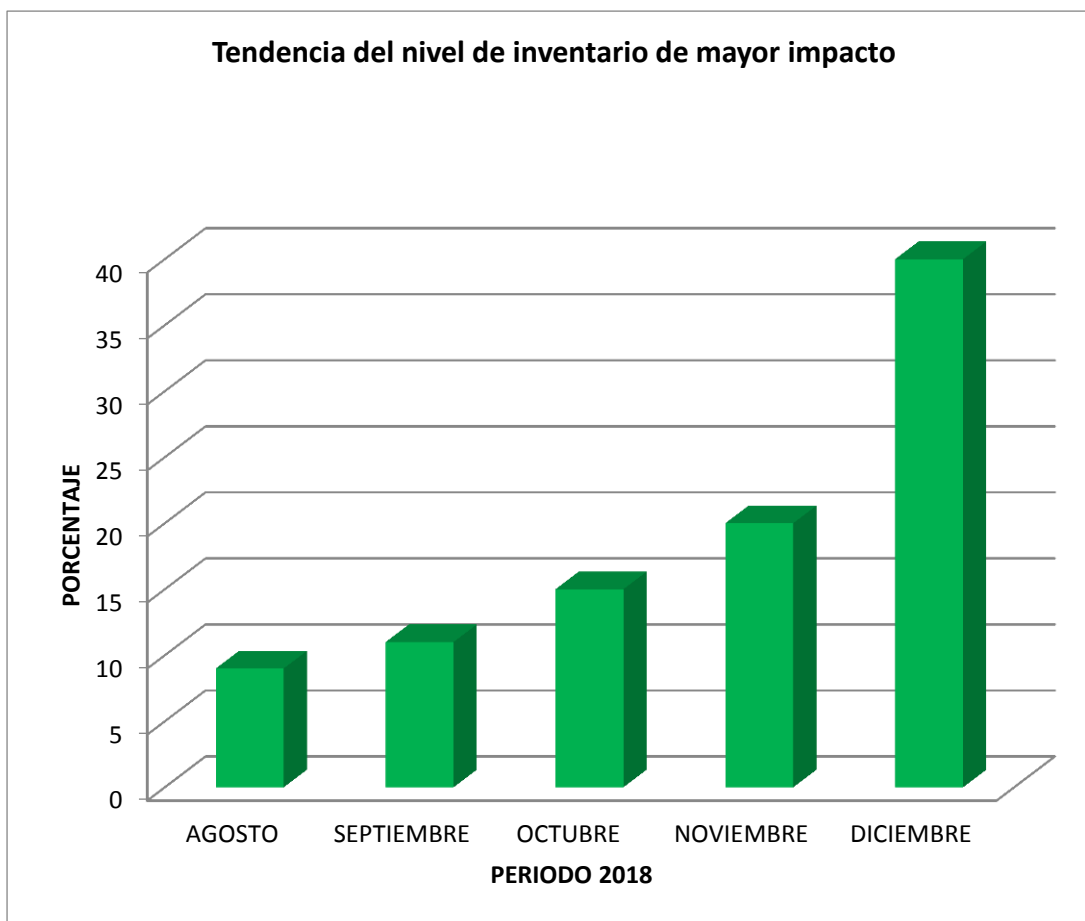
Grafica 1. Tiempo de entrega de mercancía .



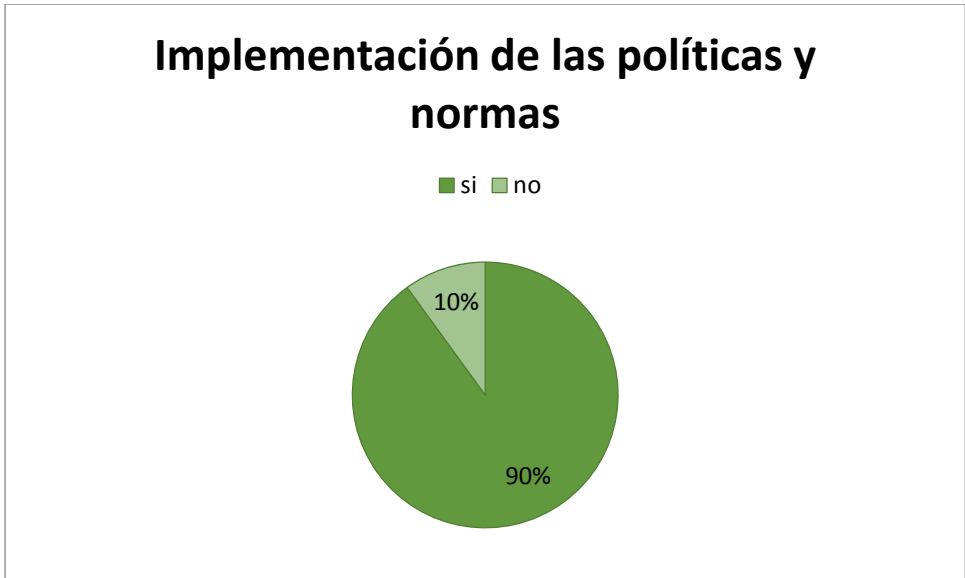
Grafica 1.1 Representación de grafica de tiempos de entrega del periodo agosto- diciembre del 2018.



Grafica 2. Conocimiento previo de la mercancía



Grafica 2.1 Tendencia del nivel de inventario de mayor impacto.



Grafica 3. Implementación de las políticas y normas



Grafica 2.2 Importancia acerca de la intrusión al personal



Imagen 1.2 Durante la organización del almacén.



Imagen 1.3 Durante el acomodo de los racks.



Imagen 1.4 organización final del almacén.





Imagen 1.5 entrega de mercancía a los clientes.

## Manual de Procedimientos y organización del Almacén



### 1.-Antecedentes

FERQUIAGRO es una empresa dedicada al comercio de productos y servicios para que las personas y empresas que producen toda clase de cultivos puedan desarrollar su actividad y obtengan los mejores rendimientos.

En su origen, FERQUIAGRO comenzó su actividad dedicándose solamente al comercio de productos agroquímicos, fertilizantes y semillas, entre otros. Sin embargo, sobre la marcha se fue constatando la relevancia de poder apoyar a los clientes resolviendo dudas técnicas respecto a cómo aplicar los productos, entre otros. Lo anterior llevó a profundizar en este aspecto intrínseco del servicio y hoy en día se cuenta con promotores-vendedores, que tienen la responsabilidad de asesorar al cliente como un valor agregado fundamental para lograr la venta.

Finalmente, es importante mencionar que, en esta trayectoria, también se ha transitado del simple comercio a la elaboración de productos propios, a partir de mezclas de distintos insumos, siendo estos hoy en día los productos estrella de la empresa

## **2.-Definición:**

### 2.1 Almacén

El almacén es un lugar especialmente estructurado y planificado para custodiar, proteger y controlar los bienes o variables de la empresa, antes de ser requeridos para la administración, la producción o la venta de artículos o mercancías.

### 2.2 Manual

Es un documento o una guía que ayuda a entender el funcionamiento de algo, o bien que educa a sus lectores acerca de un tema de forma ordenada y concisa.

## 3.-Ventajas de un manual de procedimientos de almacén.

Informar y controla el cumplimiento de las prácticas de trabajo.

Documentar el funcionamiento interno en lo relativo a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.

Auxiliar en la inducción del puesto y en el adiestramiento y capacitación del personal.

Ayudar a la coordinación de actividades y a evitar errores.

Facilitar las labores de auditoría, la evaluación del control interno y su vigilancia.

Permitir la integración de la Gestión en las Áreas de Planeación, Calidad y Control Interno.

Asegurar el conocimiento en la medida que se mejoren los procedimientos.

## **4.- Objetivos**

### 4.1 Especifico

Que los procesos de control, revisión, recepción de materia prima y productos que ingresan al almacén de la empresa FERQUIAGRO S. A DE C.V. Se aplique correctamente a fin que el abastecimiento recepción y entrega se realicen en tiempo y forma.

## 4.2 Objetivo general

Asistir en las actividades de almacén, recibiendo, revisando y organizando los materiales y productos, equipos y herramientas a fin de atender oportunamente las entregas a los clientes.

## 5.-Ambito de aplicación

Será de aplicación obligatoria al departamento del almacén e inventarios para todas las materias primas y productos que ingresen y salgan del almacén.

## 6.-Tabla de los objetivos del almacén

<b>OBJETIVOS DEL ALMACÉN</b>		
<b>CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD</b>	<b>SEGURIDAD</b>	<b>MEDIO AMBIENTE</b>
Ejecutar maniobras con seguridad para evitar mermas por malos manejos o daños. Mantener el control de caducidades de materiales para evitar pérdidas. Mantener orden permanente en existencias de almacén para surtir ágilmente los requerimientos de los productos.	Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización. Mantener libres y limpias las áreas de bodega y pasillos del almacén Custodia la mercancía existente en el almacén. Participa en los proyectos ambientales establecidos por la organización (reciclaje de pet, cartón, hojas, etc.).	

## **7.-funciones, actividades y/o tareas de la empresa ferquiagro, s.a de c.v.**

- Recibe y revisa materiales, repuestos, equipos y otros suministros que ingresan al almacén.
- Verifica que las características de materiales, repuestos, equipos y/o suministros que ingresan al almacén se correspondan con la requisición realizada y firma nota de entrega y devuelve copia al proveedor.
- Codificar la mercancía que ingresa al almacén y la registra en el archivo manual (Bitácora del almacén)
- Clasificar y organiza el material en el almacén a fin de garantizar su rápida localización.
- Recibir y revisar las requisiciones internas de materiales, repuestos y/o equipos.
- Elaborar guías de despacho y órdenes de entrega y despacha la mercancía solicitada al almacén
- Registrar los tickets en el formato determinado (en su momento).
- Lleva el control de las salidas de mercancía en el almacén registrándolo en el archivo manual (Bitácora del almacén).
- Elaborar inventarios parciales y periódicos en el almacén.
- Elaborar saldos de mercancía que quedan en existencia e informa a su superior inmediato.
- Guardar y custodiar la mercancía existente en el almacén.
- Realizar trasposos de mercancía.
- Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.

## 8.- Cronograma de las actividades de la empresa

Para llevar a cabo una correcta planeación y programación de las actividades del almacén es necesario realizar unos cronogramas de las actividades y trabajos previos para determinar las necesidades con el fin de mejorar y tener una organización.

ACTIVIDADES DIARIAS	ACTIVIDADES ESPORÁDICAS	ACTIVIDADES PERIÓDICAS
Recepción de mercancía. Acomodo de la mercancías en los racks. Entrega de productos. Entrega de facturas y remisiones. Anotación en los formatos de los tickets en su momento. Captura de entradas, salidas y devoluciones. Asegurar la entrega en tiempo y forma. Utilización de la maquinaria y equipo que cuenta el almacén. Mantenimiento de orden y limpieza del área.	Envasado mezclas físicas. Envasado de otros productos. Acomodo de los sacos de las mezclas o del producto que llega. (Estivar) Entrega de pedidos a clientes. Trasposos entre almacenes. Conteo de los totales de cargas.	Organización de la mercancía en los racks. Inventarios Mantenimiento a la maquinaria y el equipo de trabajo.

## 9.- Procedimiento para las entradas del almacén

En esta imagen muestra ejemplo de la documentación que debe llevar para dar entradas a productos o mercancías.

Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCION	REGISTRO	RESPONSABLE
1.-	INICIO			
2.-	Informar entrada de elementos del almacén.	Verificar la información de los elementos y responsables del envío.	-Por medio de la factura, Correo electrónico.	Personal o encargado del almacén
3.-	Anexar el formato correspondiente para la entrada de elementos al almacén.	Llenar el formato de entrada de almacén (anexar la factura o documento equivalente o la orden de compra.	Formato de entrada al almacén.	Personal o encargado del almacén
4.-	Recibir la entrega de los elementos	Recibir los elementos informados verificando su estado y su conteo para ingresarlos al almacén	-Documentos -facturas -orden de compra	Personal o encargado del almacén
5.-	Clasificación de elementos en el almacén	Ordenar los elementos según sus características en el almacén.		Almacén
6.-	Archivar	Archivar los documentos.	Carpeta de inventarios, bitácora	Administración Almacén

Imagen 1.6 guía para la entrada de la mercancía.

## 10.-formato de registro de entradas de los productos del almacén.

### ENTRADA ALMACEN

No. De salida: \_\_\_\_\_ Fecha: (2) \_\_\_\_\_

Proveedor: (5) \_\_\_\_\_ No. De entrada: \_\_\_\_\_

Origen: \_\_\_\_\_ Almacén destino: (6) \_\_\_\_\_

Línea de transporte: \_\_\_\_\_ (3) \_\_\_\_\_

Placas: \_\_\_\_\_

CODIGO	PRODUCTO (1)	CANTIDAD (4)	ALMACEN (6)

Imagen 1.7 formato de entrada.

### 11.-pasos para el llenado del formato de las entradas del almacén

- 1.- Anotar el nombre del artículo, producto o mercancía.
- 2.- Anotar la fecha en que se recibió la mercancía.
- 3.- Anotar el transportista.
- 4.- Anotar la cantidad de los productos o mercancías dependiendo en que se maneje el producto si es en piezas, kilogramos, cajas, etc.
- 5.- Anotar el nombre del proveedor que entrega la mercancía.
- 6.- Anotar a que almacén va destinado.

### 12.- Bitácora de llenado de cargas para el manejo de entradas y salidas de mercancía.

MOVIMIENTO DE BODEGA											FOLIO DEL DOCUMENTO
FECHA	PROVEEDOR (PRODUCTO)	ALMACEN	PISO	VIAJE	MEZCLA	PISO RACK	ENVASADO	MANIOBRA	ENTRADA	SALIDA	Observaciones

Imagen 1.8 bitácora

### 13.- formatos de las remisiones y facturas de los tickets que utiliza el almacén para el control de las cargas del almacén.

Nota: El área de ventas para identificar los folios al momento de la compra y entrega de los productos cuenta con remisiones VA, VB, VE y facturas VA, VB Y VE para que el acomodo de dichos folios tengan secuencia. Para evitar extravíos de las facturas y remisiones.

Remisión.- (1)

FECHA: (2)

Folio(3)	KG(4)	Entrego(5)

Total = (6)

Factura.- (1)

FECHA (2)

	Folio (3)	KG(4)	Entrego (5)

Total= (6)

**14.-Pasos para el acomodo de las remisiones y facturas de los tickets que utiliza el almacén para el control de las cargas.**

- 1.-Anotar si el ticket es remisión o factura de tipo A, B O E empezando del menor número al mayor.
- 2.-Agregar fecha del día.
- 3.-Anotar el número de folio que tiene el ticket si es remisión o factura.
- 4.-Agregar el número de la cantidad cargada solo se aplica en costales, sacos o kg. En piezas, artículos, accesorios o en litros no aplica., Si es así poner las iniciales de los artículos.
- 5.-Agregar el nombre de la Persona que entrego dicha mercancía.
- 6.-El total de la cantidad de cargas (con el fin de no tener ningún problema con los inventarios).

**15.-Ejemplos del llenado del formato para el acomodo de los tickets de las remisiones o facturas.**

Remisión.- VA

FECHA: 24/AGOSTO/ 2018

	Folio	KG	Entrego(5)
	1234	1000	Almacén
	1235	Agroquímico	Juan
	1236	150	Martin
	1237	Rafia	Martin
	1238	50	Almacén

Total de la mercancía cargada.

Total = 1200 kg

Factura.- VA

FECHA 24/AGOSTO/2018

	Folio	KG	Entrego
	2345	Agro	Juan
	2346	Agro	Mary
	2347	200	Almacén
	2348	500	Almacén

Total= 700 k



## Mapa de proceso para la compra, entrega y salida de la mercancía.

Nota: anotar en el formato de los tickets cuando el cliente haya dejado pendiente mercancías o productos para cualquier aclaración.

