

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL  
ALCOSA**

**SUSTENTADO POR:**

**JOSE LUIS BOLAÑOS RIVERA  
# 21411039**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE**

**MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C A**

**ENERO, 2018**

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO-----	V
INTRODUCCIÓN -----	VII
CAPÍTULO 1 -----	1
1.1. OBJETIVOS-----	2
1.2. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA-----	3
1.2.1. Reseña Histórica -----	3
1.2.2. Misión -----	5
1.2.3. Visión -----	5
1.2.4. Valores -----	5
CAPÍTULO II -----	7
2.1. ACTIVIDADES REALIZADAS-----	8
2.1.1. Gráficas de sucursales-----	8
2.1.2 Cotización de campaña Mi Vaca-----	9
2.1.3 Desarrollo de Investigación de mercado-----	9
2.1.4 Monitoreo de flota de camiones -----	10
2.1.5 Sistema de Almacenamiento-----	10
2.1.6 Metas de Supervisores-----	12
2.1.7 Elaboración de documento sobre Política de gastos de alimentación y hospedaje en forma digital-----	12
2.1.8 Reuniones con medios de comunicación -----	13
2.1.9 Metas de Canal -----	13

CAPÍTULO III -----	14
3.1.PROPUESTA DE MEJORA-----	15
3.1.1. Rediseño del Sistema de Almacenamiento-----	15
3.1.2. Valor Agregado Flan-----	24
CAPÍTULO IV -----	31
4.1.CONCLUSIONES -----	32
4.2.RECOMENDACIONES -----	33
BIBLIOGRAFÍA-----	35
GLOSARIO-----	36
ANEXOS-----	39

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cotización Campaña Mi Vaca -----	41
Tabla 2: Monitoreo de la flota de camiones -----	42
Tabla 3: Envases plásticos -----	46
Tabla 4: Materia prima sin rotación -----	22
Tabla 5: Rotación de inventario -----	47

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Gráfica crecimiento de ventas -----	40
Ilustración 2: Encuesta sobre Flan -----	42
Ilustración 3: Problema de Almacenamiento -----	43
Ilustración 4: Meta de Supervisores-----	44
Ilustración 5: Meta Canales -----	44
Ilustración 6: Dificil acceso a todos los insumos -----	45
Ilustración 7: Muestras en lugares importantes -----	45
Ilustración 8: Gráfica Venta de Envases -----	23
Ilustración 9: Prototipo Flan en Bolsa -----	47
Ilustración 10: Gráfica Presentación de flan -----	25
Ilustración 11: Gráfica Caramelo -----	26
Ilustración 12: Maquinaria dispensador de caramelo -----	48
Ilustración 13: Transporte de flan a dispensador -----	48
Ilustración 14: Fuga de Flan -----	49
Ilustración 15: Gráfica Recuperación de la Inversión en Maquinaria -----	29
Ilustración 16: Gráfica Beneficios obtenidos -----	30

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El principal propósito de éste período de trabajo llamado práctica profesional, es poder redactar el presente informe, basándose en experiencias personales en un ambiente profesional, mientras los conocimientos de la licenciatura de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, son aplicados en las actividades diarias que se realizaban en la empresa.

La empresa en cuestión es Alimentos de Cortés. S.A. ésta empresa cuenta con una cobertura a nivel nacional y espera poder encontrarse en un ambiente internacional próximamente, distribuyendo a los países vecinos en Centroamérica. El mercado en el que se encuentra Alimentos de Cortes, es el mercado de comestibles, ya que presenta una extensa gama de productos y siendo su mercado más importante, los lácteos y bebidas. Mas adelante en el informe se podrá analizar la gama de productos y la dimensión de la empresa.

En el presente informe se podrá analizar las actividades realizadas durante éste plazo de tiempo en el que se realizó la práctica profesional, dichas actividades permitieron adquirir conocimiento de la empresa, al igual que la implementación del conocimiento adquirido. Realizando éstas actividades, se pudieron encontrar oportunidades de mejoras, como podría ser en el sistema de almacenamiento o el diseño de nuevos productos.

Estas dos áreas en particular fueron influenciadas en el período de la práctica profesional, por medio de la disposición de la empresa para modificar y por la aplicación del conocimiento adquirido. Estas oportunidades de mejora se explicarán de una forma más

extensa en el presente informe, se podrá entender y ver los motivos principales que llevaron a implementar dichos cambios.

Al concluir la práctica profesional, donde se adquirió y se brindó conocimiento, se brindan, por medio de éste documento, una serie de recomendaciones dirigidas principalmente a las instalaciones educativas y a la empresa en la cual se realizó éste período de trabajo. Se brinda conclusiones sobre lo que pudo enriquecer la experiencia laboral y lo que pudo beneficiar a la empresa en éste plazo de tiempo. Seguido a estos elementos, se presentan un glosario y anexos, estos para poder tener una mejor comprensión de los términos que se llegaron a utilizar en Alimentos de Cortés, y seguido de una serie de imágenes, gráficas y tablas diseñadas para ilustrar y brindar una imagen y comprensión completa de las actividades realizadas.

Al finalizar este extenso documento se espera, que tanto los catedráticos, los estudiantes y la empresa; adquieran conocimientos importantes para su desarrollo y funcionalidad. Analizando las recomendaciones brindadas, con el propósito de dar apoyo y expandir sus expectativas tanto de su rendimiento laboral, académico y profesional. La finalidad principal de este informe es la informar y motivar principalmente a los estudiantes, quienes muchas veces dudan de sus capacidades y no pueden desarrollar grandes logros por el temor a fallar.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente informe está diseñado para poder explicar y desarrollar los procesos laborales en la empresa Alimentos de Cortes. S.A. (ALCOSA). Éste informe está desarrollado en un período de tiempo del último trimestre del año vigente.

En éste documento se podrán observar cuatro capítulos que están diseñados para abarcar desde una introducción sobre ALCOSA hasta las recomendaciones que se le harán a la misma. En éste informe se buscará presentar de forma clara todos los capítulos para poder presentar un buen panorama de la experiencia de trabajo y el desempeño del alumno en la empresa. A su vez, de presentar la información general de la empresa y las recomendaciones que se hacen a la misma, se presentarán facilitadores para la comprensión del contenido del mismo, como puede ser un extenso glosario sobre términos utilizados tanto en la empresa como adquiridos en UNITEC, en clases, también se contará con anexos, donde estará la mayor parte de los elementos ilustrativos que sirven para una mejor comprensión del contenido presentado.

En el informe se buscará implementar los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Como todo proceso en la vida, esto presentará muchas dificultades, pero gracias a la preparación recibida en UNITEC, ningún reto es imposible.



# CAPÍTULO I

## **1.1. OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

### **1.1.1. Objetivo general**

Implementar los conocimientos adquiridos en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en las diversas áreas que aplica, como son; ventas, almacenamiento y desarrollo de productos.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Generar nuevos conceptos productos para la adquisición de nuevos segmentos por medio de investigaciones de mercado.
- Implementar un Nuevo Sistema de Almacenamiento con el objetivo de tener una mayor rotación en Inventario de Materia prima por medio de la reestructuración del Almacén.
- Analizar oportunidades de mejora en el área de mercadeo para poder incrementar sus ventas por medio de campañas publicitarias.

## **1.2. DATOS GENERALES**

### **1.2.1 Reseña Historia**

Alimentos de Cortés SA (ALCOSA) fue fundada en la ciudad de San Pedro Sula en la fecha de 8 de octubre en el año 1990, con el principal objetivo de elaborar una gama extensa de productos para el consumo de la mayoría de la población hondureña.

El inicio de las operaciones de ALCOSA es en el año de 1991, comenzando con la fabricación de productos lácteos. Los primeros productos realizados por ALCOSA fueron Crema San Rafael junto con el Refresco no carbonatado Chavi.

En la actualidad ALCOSA consta con una amplia gama de productos, contando con 12 marcas, cabe mencionar que en la gama de productos lácteos de ALCOSA se encuentran: leche, crema, leche saborizada y barritas de helado. Esta extensa gama de productos está bajo las siguientes marcas:

- San Rafael.
- Mi Vaca.
- La Fina.
- Yogui.

Además de productos lácteos, ALCOSA tiene una línea de bebidas, donde se fabrican: jugos, bebidas, refrescos, gelatinas y agua. Esta línea de bebidas se encuentra bajo las siguientes marcas:

- Florida.
- Chavi.
- Gelita.
- Frutinectar.
- Chepito
- Calipso.
- Gelty
- Manantial.

ALCOSA a lo largo de su vida, ha logrado cumplir uno de sus principales objetivos, han logrado posicionarse en el mercado hondureño con una cobertura casi total del territorio hondureño. Cuentan con la casa matriz ubicada en San Pedro Sula y con diferentes centros de distribución que son los siguientes: Tegucigalpa, La Ceiba, Choluteca, Comayagua, Juticalpa, Danlí, Tocoa y Santa Rosa de Copán.

El poder de alcance a los consumidores ha caracterizado a ALCOSA por su notorio sistema de distribución y esto ha generado un importante valor agregado para los consumidores y a su vez un posicionamiento importante.

Además de tener una buena red de canales de distribución, ALCOSA se ha destacado por su constante búsqueda de mejora en sus procesos de producción, investigación y de su materia prima. Buscando así, complacer el paladar de la población hondureña con productos de calidad y buenos precios. (ALCOSA, 2017)

## **Misión**

Somos una empresa procesadora de Alimentos en la cual utilizamos materia prima de excelente calidad y personal altamente calificado, para lograr la excelencia en nuestros productos y de esta manera lograr la satisfacción de nuestros clientes.

## **Visión**

Ser una empresa procesadora de Alimentos innovadora y eficiente, que a través de su fuerza de ventas haga llegar sus productos a todos los rincones del país, para luego expandirnos a nivel centroamericano.

## **Valores**

En ALCOSA se han priorizado los siguientes valores ya que estos conllevan a la eficiencia y al mejor manejo de la empresa:

- **Integridad:** Ser una empresa transparente para el cliente y siempre tener un ambiente laboral agradable.
- **Compromiso:** Nos comprometemos con nuestros empleados, la sociedad, los clientes y con nosotros mismos a seguir siendo una empresa guiada por los valores inculcados en Honduras.

- Servicio: Queremos siempre brindar un servicio de alta calidad a nuestros clientes ya que sabemos la importancia que tienen ellos para nosotros.
- Calidad: ALCOSA se ha destacado a lo largo de los años por la calidad de sus productos ya que estos han sido diseñados para brindar valores nutricionales a los clientes.

# CAPÍTULO II

## **2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS**

Durante éste período de práctica profesional se han llevado a cabo varias actividades que han enriquecido el conocimiento y experiencia del estudiante. Poniendo en práctica las clases aprendidas en los periodos académicos, para explicar mejor esto, a continuación, se expondrán las actividades realizadas.

### **2.1.1 Gráficas de las Sucursales**

Se elaboraron gráficas sobre las ventas de todas las sucursales con las que cuenta la empresa, son un total de siete sucursales como se mencionaron en el capítulo anterior. Se comenzó realizando las sucursales de La Ceiba, Choluteca y Santa Rosa. Después se prosiguió con las demás. Es importante mencionar que cada sucursal cuenta con cinco canales de distribución, los cuales son Canal Moderno, Cremeros, Consignatarios, Mayoristas y Detalle. La elaboración de estas gráficas presenta información comparativa del periodo del 2016 hasta el mes de Julio del 2017.

Al mismo tiempo de la elaboración de gráficas, se implementó el conocimiento adquirido en la clase de Estrategia de Marketing Internacional, se elaboró unos Indicadores de Gestión (KPI) de mucha relevancia y es el crecimiento de ventas. Esto podrá presentar un panorama más claro del comportamiento del crecimiento y decrecimiento en las ventas en cada uno de los Canales de Distribución y en cada uno de los productos ofrecidos en dichos canales. <sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ilustración 1: Gráfica Crecimiento de Ventas



### **2.1.2 Cotización de Campaña Mi Vaca**

Se realizó una cotización sobre diversos elementos importantes que se utilizarán en la campaña publicitaria dirigida a la marca Mi Vaca, se cotizaron medios de comunicación, banners, degustadores de comida, bolsos deportivos para los vendedores y elementos adheribles a los vehículos motorizados. Esto con el fin de tener varias opciones para la toma de decisión en esta campaña publicitaria que llevará a cabo a finales del año 2017 e inicios del 2018. Junto a las cotizaciones se han presentado medios de comunicación masivos para ofrecer sus servicios de telecomunicación. <sup>2</sup>

### **2.1.3 Desarrollo de Investigación de Mercado**

Se elaboró una encuesta para comienzo de una investigación de mercado dirigida a un producto que estaba en una etapa beta, el producto es un Flan el cual se quiere poner a disposición de la población del Valle de Sula. Esta encuesta estaba diseñada para redefinir las principales características del flan, la idea principal de éste producto era desarrollar un flan en bolsa, a la disposición del consumidor en cualquier momento y no depender de un utensilio de cocina para poder ingerirlo.

Debido a esta encuesta realizada, se rediseñó éste producto y se estableció vender un flan en un envase de plástico con forma de un vaso a menor escala. Esto generará una mayor aceptación del producto por la población hondureña. <sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Tabla 1: Cotización Campaña Mi Vaca

<sup>3</sup> Ilustración 2: Encuesta sobre Flan

### **2.1.4 Monitoreo de Flota de Camiones**

Debido a las habilidades adquiridas en las clases de logística, se pudo identificar los equipos de localización satelital que generaban fallas y presentaban saltos de ruta, esto evitaba tener un mayor control de las rutas utilizadas que ya están establecidas con anterioridad.

A su vez, esto permite manejar tiempos con mayor eficiencia y el uso de sus recursos en combustible. Consecuencia de un mejor control en los combustibles y tiempos, se tiene un mayor control en los costos y los periodos de entrega. A su vez, con éste panorama más claro, se podrían rediseñar las rutas de distribución para lograr una optimización de los tiempos de entrega. <sup>4</sup>

### **2.1.5 Sistema de Almacenamiento**

En esta actividad se identificaron varios problemas que estaban generando dificultades y no permitían la eficiencia en los procesos de almacenamiento ni de producción.

Se identificó el mal uso de espacios en el almacenamiento, donde elementos de materia prima se estaban ubicando en unas áreas de mucho tránsito y estos elementos de materia prima no mostraban rotación en el inventario. Estos elementos de materia prima sin rotación, presentan el problema que quitan el espacio que podría utilizar una materia prima que, si la presenta, con esto se mejoraría los tiempos y existiría un control mayor en el almacenamiento.

---

<sup>4</sup> Tabla 2: Monitoreo de Flota de Camiones

Además de la materia prima que no presenta rotación por el deterioro del mismo, sino que, también se presenta en el almacenamiento elementos que se han entregado en forma de muestras. Estas muestras al igual que las materias primas sin rotación, consumen espacio vital. El principal problema con las muestras y con la materia prima es que todos estos elementos son presentados en el inventario de la empresa, cuando muchos de estos productos no se encuentran en el almacén.

La actividad realizada fue visitar el almacén para hacer un reconocimiento de los elementos existentes físicamente en el almacén para poder elaborar una lista de los elementos denominados muestras y los elementos que estaban en el almacén y sus cantidades. Esto con el fin de tomar una decisión ya sea de vender o desechar los elementos afectados por su ciclo de vida. <sup>5</sup>

### **2.1.6 Metas de Supervisores**

El Sistema de Metas para los supervisores consiste en objetivos elaborados por la gerencia para los supervisores de ventas, estos a su vez le plantean metas a su equipo de vendedores para poder lograr las metas de supervisor.

---

<sup>5</sup> Ilustraciones 3: Problema de almacenamiento

Utilizando el Sistema de control de la empresa, se ingresaron las metas para cada uno de los supervisores de la empresa, para que estos realicen un plan para lograr las cantidades demandadas por la empresa. Se introducen en una aplicación utilizando el Sistema Administrativo Contable ASNA.

En esta aplicación se pueden ingresar cada una de las metas, reportes de ventas y demás datos adjuntos que se utilizan para la elaboración de metas.<sup>6</sup>

### **2.1.7 Elaboración de documento sobre Política de Gastos de Alimentación y Hospedaje en Forma Digital**

La Gerencia de la empresa, generó Políticas de gastos de alimentación y hospedaje para todo su personal de distribución ya que estos deben de distribuir a todas las sucursales a nivel nacional. Al desarrollo de la Política de gastos de alimentación y hospedaje se demandaba el formato digital, el cual se desarrolló al terminar la elaboración y corrección de la misma Política.

### **2.1.8 Reuniones con Medios de Comunicación**

Junto a las actividades de cotización, existen las reuniones de negocios con Medios de comunicación masivos, donde se ofrecían los principales servicios de estos medios, campañas de publicidad y formas innovadoras de publicidad y transmitir el mensaje que ALCOSA desea transmitir de Mi Vaca.

---

<sup>6</sup> Ilustración 4: de Metas Supervisores

Las reuniones sirven al igual que las cotizaciones, para poder ver las opciones con las que puede contar la empresa y decidir qué medio de comunicación se puede adaptar de una forma más eficiente a la ideología de Mi Vaca.

### **2.1.9 Metas de Canal**

Se ingresaron en la misma aplicación que las metas de supervisor, en esta actividad se ingresaron los objetivos principales de cada ruta y por consiguiente el vendedor asignado de la ruta. Se plantea lo mínimo necesario para que una ruta sea autosustentable y no genere pérdidas para la empresa. Se utilizó el Sistema de Administración Contable ASNA.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Ilustración 5: Metas Canal

# CAPÍTULO III

### **3.1 PROPUESTA DE MEJORA**

En éste capítulo se presentarán una serie de propuestas de mejora que servirán para mejorar el rendimiento de la empresa, ya sea en procesos de producción, como en forma monetaria. Es normal que en toda empresa se encuentren elementos de éste estilo, es necesario poder identificar cada una de estas para poder lograr una optimización constante de los recursos de la empresa.

Durante éste período de la práctica profesional, se han podido identificar diversos elementos en los que se pueden presentar mejoras. Estos elementos se han podido identificar por el conocimiento adquirido en la licenciatura de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, y por la investigación de la satisfacción de los empleados y demanda de los consumidores. Las propuestas de mejora realizada son las siguientes: Rediseño del Sistema de Almacenamiento y Valor Agregado Flan. Estas dos propuestas se explicarán a fondo continuación.

#### **3.1.1. Rediseño del Sistema de Almacenamiento**

El actual sistema de almacenamiento, es un sistema diseñado de una forma que no permite el fácil acceso a la mayoría de la materia prima, esto puede afectar tanto la rotación del inventario basándose en el Sistema de inventario primeras entradas primeras salidas (PEPS) como la correcta administración del lugar.

Existe una serie de problemas con éste Sistema de Almacenamiento actual, los principales elementos identificados son los siguientes:

- Impedimento del Sistema PEPS.
- Adición de Muestras.
- Inventario Fantasma.

### **3.1.1.1 Impedimento del Sistema PEPS**

Éste problema podría considerarse que es el problema clave, del que se deriva uno de los siguientes problemas. En éste caso, el mal manejo del almacén ha generado que los productos con mayor período de vida útil, son los primeros colocados en las estanterías de almacenamiento, lo que deja rezagados los productos que su periodo de vida útil está por expirar.

Éste problema, además de generar dificultades a la hora de producir, genera pérdidas monetarias para la empresa, ya que la materia prima que consume su periodo de vida útil no se puede utilizar de ninguna forma. La dificultad de acceso a todos los insumos presentes es un problema clave de esta enumeración, los pasillos no cuentan con mucho espacio y principalmente los insumos que se presentan en la parte posterior del almacén de envases.

8

---

<sup>8</sup> Ilustración 6: Dificil acceso a todos los insumos.



## **Impacto de la Propuesta**

La propuesta de mejora presentada, busca la redistribución adecuada de los elementos de materia prima, según su frecuencia de uso. Se buscará ubicar los productos con mayor rotación, en los primeros niveles de la estantería para poder tener un fácil acceso a dicha materia prima. Los elementos de materia prima cuya rotación sea menor que las demás, se ubicarán en los niveles más altos de la estantería para evitar el quitar espacios de productos que si presentan rotación.

El impacto que presentará esta propuesta de mejora, se podría medir bajo la satisfacción del personal al momento de producir y encontrar la materia prima a utilizar, ya que estos tendrán una mayor facilidad al encontrarlos y trasladarlos. Esto a su vez, reduciría los tiempos de producción y optimizaría el espacio del almacenamiento. En el área de envases plásticos, se planea habilitar pasillos en medio de los envases para poder tener un mejor tránsito en esas zonas y poder utilizar la materia prima que ha sido la primera en llegar, para poder tener una mejor rotación y evitar el deterioro del producto.

### **3.1.1.2 Adición de Muestras**

La Adición de muestras, es un problema del actual Sistema de Almacén, en el cual muestras enviadas de diversas empresas promocionando sus productos, ya sean sabores, envases o diversos insumos, son ubicados en las estanterías del almacenamiento, específicamente en

el primer nivel de la estantería, lo que consume un espacio vital que podría utilizar una materia prima con una alta rotación de inventario.<sup>9</sup>

Estas muestras, además de utilizar un espacio importante del Almacenamiento, son añadidas en el inventario, lo que representa ser un activo para la empresa, generando una información que es completamente errónea. Las muestras que son representadas en el inventario como materia prima, son muestras que llevan mucho tiempo en ese espacio, llegando muchas a superar el año de estar ubicadas en esos espacios.

Además de estos problemas logísticos, mediante el contacto directo con el personal encargado de la producción, se pudo notar un alto sentimiento de inconformidad, por la ineficiente administración de las muestras. Ellos explicaron que no se les presentaban instrucciones básicas para el manejo de muestras, lo que los llevó a ubicarlos en ese espacio del almacenamiento y estas muestras con el tiempo se fueron aumentando hasta llegar a ese punto.

## **Impacto de la Propuesta**

Éste problema por sus dimensiones, es tanto un problema de logística, administrativo y de satisfacción del empleado. La solución brindada a éste problema es, eliminar principalmente las muestras actuales con las que se cuenta en el almacenamiento y por medio de un auditor, eliminarlas del inventario para que no se siga generando esa

---

<sup>9</sup> Ilustración 7 Muestras en lugares importantes del almacén.

información errónea. Los envases plásticos, se podrían vender como plástico para generar pequeños ingresos.

Habiendo eliminado las muestras actuales y habilitando la zona para la materia prima que presenta una rotación alta, se habilitará un área específica para muestras, ya sean envases y muestras que no necesiten refrigeración. Para esta área especial de muestras, se propuso el utilizar un contenedor de camión que no se utiliza para distribuir más productos, éste espacio sería ideal para la administración de muestras ya que no interrumpe los procesos de producción, por lo tanto, no consume espacios ni dificulta el tránsito del personal en el almacén.

Estas soluciones solventarán los problemas logísticos y administrativos. Con respecto a la satisfacción del personal de producción, a éste equipo de producción, se le presentará un sistema donde a la muestra se le permitirá estar en un periodo de máximo dos meses en el contenedor, se estableció un período máximo de dos meses que permanecerá en el área designada ya que el plazo de tiempo en el que se toma la decisión de implementarse o no a algún producto es de un mes o incluso menos, cabe recalcar que esta es un área exclusivamente de muestras, es decir, producto que la empresa no compró y no invirtió dinero en ellos, por lo tanto no se generaría pérdidas a la hora de desechar esa muestra, en cambio si llegan a ocupar todo el espacio designado por prolongar el periodo a un mayor tiempo, éste si podría generar un costo en términos de espacio y tiempo, cuando se deba desechar dichas muestras. En caso de que esta muestra no se implemente en algún producto que se está realizando, que ocurre en la mayoría de los casos, éste se desechará para darle

lugar a las próximas muestras que se enviarán a la empresa. Esto hará que el personal de producción, ya tenga normas a seguir e instrucciones para el manejo de muestras y no se sentirán inconformes.

### **3.1.1.3 Inventario Fantasma**

Éste problema, se analizó un poco en el problema anterior. Pero el problema del Inventario Fantasma representa un problema aún más grande al ingreso de muestras al inventario. Éste problema radica en el hecho de la mala administración del inventario y de su mala planificación en base a su desarrollo de productos. En la mala planificación de desarrollo de productos, no existió una comunicación coordinada y eficiente sobre la producción y el diseño de diversos productos, esto quiere decir, que se adquirieron materia prima que, por medio del desarrollo de productos y la evolución de los mismos, la materia prima ha quedado obsoleta.

El principal problema que existe con el hecho de que la materia prima quedase obsoleta, es la gran inversión que se ha realizado para la adquisición de la misma. El caso más claro son los envases plásticos, se adquirió grandes cantidades de envases plásticos con el sistema de cierre de la tapadera bajo presión, cuando recientemente se cambió al sistema de cierre por taparrosca. Esto dejó totalmente obsoleto una cantidad total de más de 30,000 envases plásticos, lo que genera tanto una pérdida de espacio y de capital invertido en esos envases.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Tabla 3: Envases plásticos.

Debido al tiempo transcurrido desde la actualización del sistema de cierre de los productos, muchos de estos envases han superado el periodo permitido por el registro sanitario, lo que los hace imposible reutilizarlos con otro producto. Teniendo el conocimiento de que el registro sanitario de dichos productos ya fue superado en tiempo, el hecho que estos productos estén presentados en el inventario, genera información errónea.

Además de la implementación de productos que no se encuentran en un estado óptimo en el inventario, existe un listado 54 elementos de materia prima los cuales, están incluidos en el inventario de la empresa, pero dichos insumos, no existen realmente en el Almacenamiento, por lo tanto, éste inventario cuenta con muchos otros elementos más que no presentan ningún tipo de rotación por la discontinuidad del mismo y por la inexistencia de estos. <sup>11</sup>

Para poder ser más exactos, se presenta la siguiente tabla donde se resumen las cantidades exactas de los insumos que no presentaron rotación en un periodo de 3 meses, se pudieron clasificar en tres categorías distintas y son las siguientes:

---

<sup>11</sup> Tabla 5: Rotación del inventario

Materia prima que no se mueve		
Sin Rotación	Sin Existencia	Muestras
110	54	34
198		

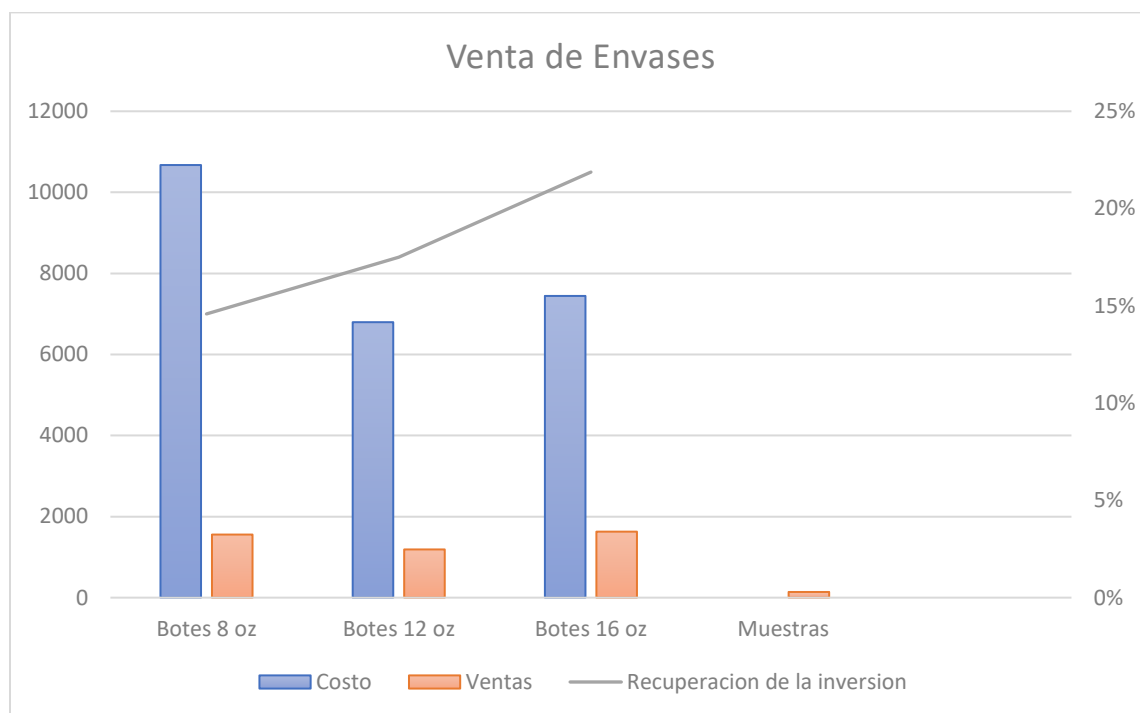
*Tabla 4: Materia prima sin movimiento (Fuente Inventario ALCOSA, Elaboración propia 2017)*

La tabla anterior hace referencia a número de insumos presentes, no hace referencia a las cantidades métricas de cada uno de estos insumos. En análisis a esta tabla, podemos distinguir que el 27.27% de esta lista de materia prima sin rotación, son insumos que no existen realmente en la empresa, añadiendo a éste 27.27% el 17.17% de las muestras, esto nos da 44.44% de insumos que no están en la empresa y son muestras, por lo tanto se le denominó como inventario fantasma, ya que representa algo que realmente no está en la empresa y con el que la empresa cuenta pero no puede hacerlo realmente. El restante 55.56% son insumos que, si están en la empresa, pero llevan un periodo muy extenso para poder ser utilizado en producción.

### **Impacto de la Propuesta**

Como una solución a éste problema, se propuso la limpieza tanto del inventario de la empresa por medio de un auditor que reporte como pérdidas por descomposición para poder eliminarlo del inventario de una forma correcta y sin incumplir ningún tipo de norma legal, y siguiente a éste eliminarlo de forma física por medio del personal de producción y

manejo del almacenamiento. En éste proceso, los productos plásticos se podrían vender como plástico para poder recuperar un pequeño porcentaje de la inversión realizada en la compra de dichos insumos.



*Ilustración 8 Gráfica Venta de Envases*

Se estima que los costos en los que se incurrieron a la hora de comprar los envases plásticos, fueron de alrededor de 25,000 Lempiras. Estimando la venta de los envases plásticos al mismo precio que periódicamente lo hace la empresa, a un precio de 3.5 lempiras/libra, pudimos determinar que de la inversión total que se realizó, se recupera un 17.55%, traducidos a unos 4,380 Lempiras, cabe resaltar que las muestras vendidas, podrían generar unos ingresos mínimos de 140 Lempiras.

Habiendo realizado esto, el almacén contará con espacios disponibles para poder colocar los insumos con mayor rotación y poder tener una mejor utilización de espacios con mejores tiempos de producción. El mantenimiento de estos espacios en éste estado de optimismo, se apoyará del Sistema de Almacenamiento PEPS, lo que como hemos mencionado, evitará el deterioro de los productos y no se comenzará a adquirir Inventario Fantasma.

### **3.1.2 Valor Agregado de Flan**

ALCOSA en los últimos meses ha estado en proceso de extender su cartera de negocios para poder aumentar sus ventas y sus ganancias. Con esta estrategia se logró desarrollar un flan para comercializar, pero éste presentaba varias dificultades que se analizarán a continuación.

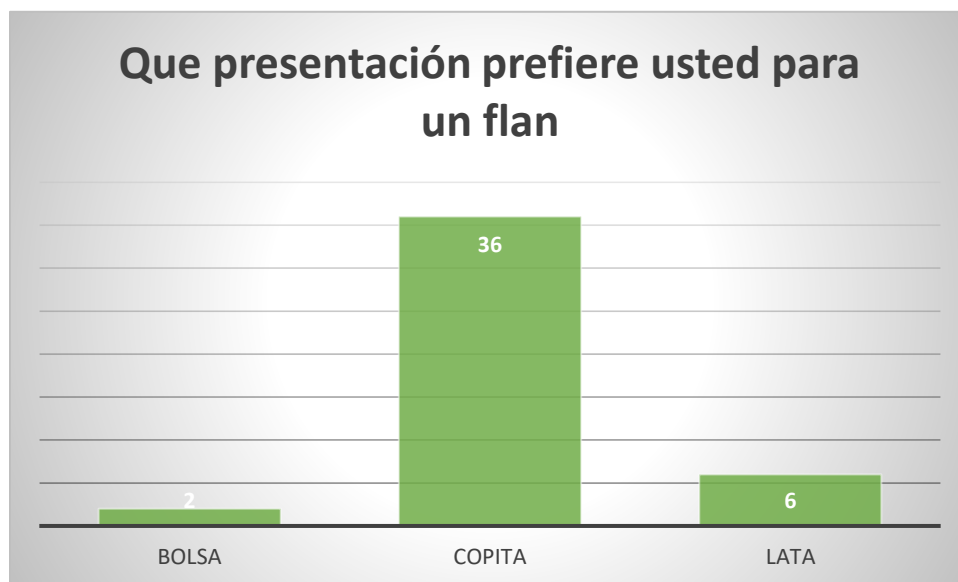
#### **3.1.2.1. Presentación**

La presentación fue una de las primeras dificultades que se dieron al momento del diseño del Flan, ya que la presentación seleccionada, había sido seleccionada con el propósito de innovar en el mercado y se creía que era la mejor opción a presentar. La presentación seleccionada por la gerencia de la empresa, era un Flan en bolsa, dirigido a un mercado de niños de escuelas, quienes no tienen preocupaciones a la hora de comer y lo pueden hacer de varias formas.



## Impacto de la Propuesta

El principal problema que presentaba éste diseño, es la estética y textura, estos dos elementos tan importantes para un producto comestible eran afectados por el empaque de bolsa. Su presentación tendía a confundir a los consumidores, ya que no están acostumbrados a ver y consumir un flan en bolsa. La textura se veía afectada ya que la textura del flan es un poco consistente, no tiene la misma facilidad para ser ingeridos en bolsa como la presenta el agua o un pudín. Estas principales dificultades no querían ser modificadas por la gerencia, pero por medio de una pequeña encuesta realizada a 50 personas se pudo rediseñar el envase en bolsa, a un envase de copita.<sup>12</sup>



*Ilustración 10: Gráfica Presentación Flan.*

---

<sup>12</sup> Ilustración 9: Flan en Bolsa.

Cabe recalcar para evitar conflicto con la información presentada, la pregunta filtro de si alguna vez consumió flan, presentó 4 personas con respuesta negativa.

### 3.1.2.2 Caramelo

Logrando resolver el problema del envase, lo que a su vez dificultaba incluir un elemento sumamente importante para los consumidores de flan, el caramelo. Modificando la presentación, se le podría adicionar el caramelo que es un elemento fundamental para el flan. Al presentar igual los resultados de la encuesta, se pudo rediseñar el prototipo de flan con el que se contaba para presentar un flan en copita y con el caramelo.

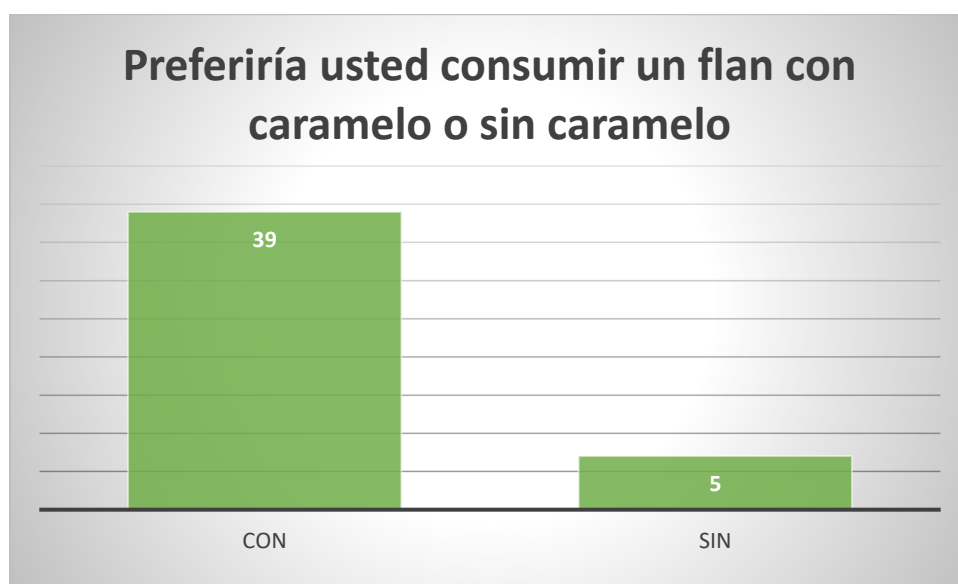


Ilustración 11: Gráfica Caramelo.

### Impacto de la propuesta

Éste proceso de adicionar el caramelo, no cuenta con mayor dificultad, ya que consiste en la adquisición de un dispensador de caramelo que se implementara en una maquinaria con

la que la empresa cuenta actualmente y se utilizaba para dispensar productos que no tienen una mayor producción.

Al igual que el resto de la maquinaria, el personal está calificado para la operación de la misma maquinaria, por lo tanto, la única inversión que se realizará, es la adquisición del dispensador de caramelo.<sup>13</sup>

Esta adición del caramelo, cumplirá una de las necesidades básicas de los consumidores con respecto al flan, ya que consideran que esto es fundamental y es parte de la esencia del flan. Además de satisfacer una de las características principales que busca un consumidor en el flan, la adición del caramelo no eleva los costos de producción debido a su composición que en su mayoría consiste en azúcar y agua.

### **3.1.2.3 Proceso de producción**

En la etapa de producción se encontró el momento de mayor riesgo del producto, donde se podía ver afectado por contaminación o cualquier tipo de accidente. Esta etapa de riesgo, es a la hora transportar el producto desde el tanque de preparación hasta la máquina dispensadora. Como éste es un prototipo, se permitió el transporte del producto por medio de cubetas, esto no se podría permitir en una mayor producción ya que dificulta las demás producciones por el continuo recorrido que se tendría que hacer para suministrar el producto.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Ilustración 12: Maquinaria de producción.

<sup>14</sup> Ilustración 13: Transporte de producto por cubeta.

## Impacto de la Propuesta

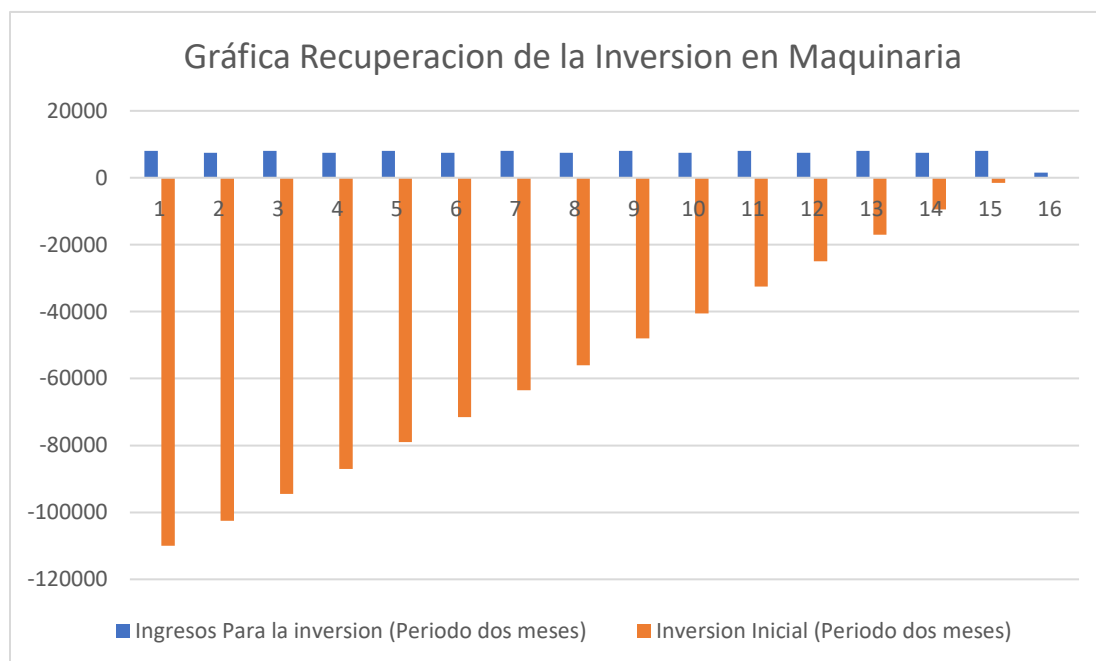
La empresa cuenta con un extenso sistema de tuberías que permite el transporte de sus productos con una mayor eficiencia, éste sistema de tuberías será utilizado para el traspaso del Flan para evitar cualquier riesgo de contaminación, esto quiere decir que no se tendrá que hacer ninguna inversión inicial, existe un tanque de producción que se puede utilizar para la elaboración, que está conectado por medio de tuberías a la máquina dispensadora del flan. Éste sistema de tuberías pasa por placas que reducen el calor de los productos, lo que será necesario para el Flan ya que su preparación consta de calentar la mezcla y luego enfriarla. Con éste proceso de pasar la mezcla por las placas, se podrá reducir la temperatura y esto facilitará el envasado del producto, ya que las altas temperaturas que presentaba, hacían que la película que cubre el producto no se pudiera adherir correctamente al envase y esto provocaba fugas en los productos.<sup>15</sup>

En esta etapa, es donde se realizará la mayor inversión de éste producto, en la adquisición de la maquinaria para dispensar el caramelo. Por medio de cotizaciones a empresas locales, se pudo determinar la inversión necesaria, es de 110,000 Lempiras, con esta inversión, se podrá adquirir la maquinaria para dispensar el caramelo. Éste es uno de los elementos más importantes de esta propuesta, ya que se debe recuperar la inversión.

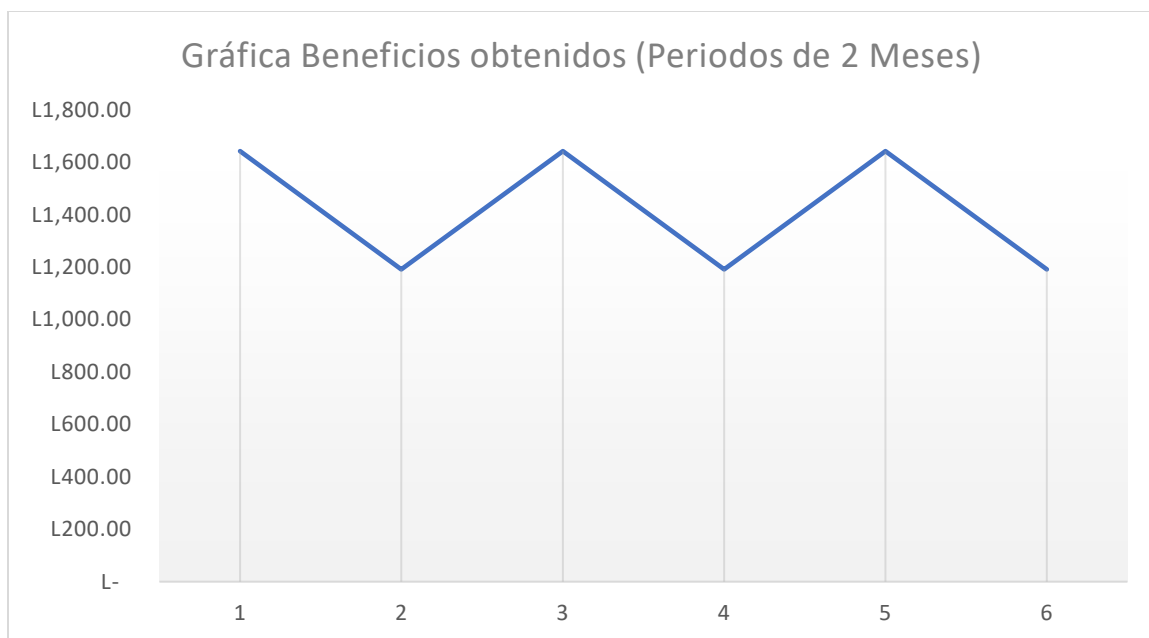
---

<sup>15</sup> Ilustración 14: Fuga de flan.

Analizando la materia prima del flan, que se compone de elementos de normal consumo de la empresa, como son: azúcar, colorante amarillo, sabor vainilla, gelatina, preservante y leche Mi Vaca. La familiaridad de estos insumos, hace que la producción del mismo, no tenga un costo elevado, siendo éste de un estimado de 2.51 Lempiras. Para poder tener una recuperación de inversión, es necesario que los ingresos sean mayores a los costos de producción y generar suficiente dinero para los beneficios de la empresa y poder recuperar la inversión inicial. Por esos motivos, se estimó un precio ideal de 18 Lempiras, éste precio permitiría una recuperación de la inversión, a un periodo de tres años. A continuación, se le presenta una tabla de cuánto efectivo irá destinado a la recuperación de la inversión y cuánto sería lo proyectado a generar el producto de beneficios.



**Ilustración 15 Gráfica Recuperación de la Inversión**



*Ilustración 16 Gráfica Beneficios Obtenidos*

Es importante mencionar que la proyección de ventas, se generó de una forma estática, es decir, se estableció que se venderían 600 unidades al mes. Se estableció esta cantidad, para no sobrepasar la capacidad de la maquinaria y no perder la inversión por algún fallo.

Analizando la información presentada, se puede determinar que los ingresos destinados para la recuperación de la inversión, es de alrededor de 7,500 a 8,000 Lempiras en un periodo de dos meses, proyectando estos ingresos a largo plazo con una producción constante, esta inversión se ve recuperada en su totalidad en un periodo de 30 meses. A partir de éste punto, con una producción constante, se generaría alrededor de 6,200 y 6,500 lempiras en un periodo de dos meses, ya habiendo reducido los costos de producción y los costos fijos, que se estimaron en 3,000 lempiras. Los beneficios generados, incluyendo la desviación de recursos para amortiguar la inversión inicial y pagando los costos totales, ronda entre los 1,600 a 1,200 Lempiras.

# CAPÍTULO IV

## 4.1 CONCLUSIONES

- Se desarrolló un Sistema de Almacenamiento que permitirá tener una rotación de inventario fluida y evitará el deterioro de los productos que se estén comercializando constantemente.
- Basándose en investigaciones de mercados a pequeña escala, se pudo modificar un prototipo de producto para el cumplimiento de los deseos y demanda del mercado.
- El periodo de práctica profesional sirvió tanto de enriquecimiento personal como en la funcionalidad de ALCOSA en sus áreas de almacenamiento y diseño de productos.



## 4.2 RECOMENDACIONES

### Recomendación a ALCOSA

Recomiendo a la empresa, a fomentar las opiniones entre sus empleados de producción y que estas opiniones o quejas, sean analizadas por la gerencia y se tomen medidas para poder tener un personal satisfecho; un personal feliz, trabaja mejor. Recomendando la comunicación entre departamentos, donde exista la comunicación constante para la toma de decisiones y se eviten los conflictos por falta de comunicación. Esto permitirá tener un desarrollo más eficiente de la empresa y evitará las pérdidas de tiempo y dinero.

### Recomendación a UNITEC:

Tras vivir esta experiencia laboral, puedo recomendar a UNITEC que motiven a los estudiantes a demostrar sus capacidades y sobresalir en éste tipo de ambientes laborales, motivar a los estudiantes a rendir de una forma impecable brindará una buena imagen de la Universidad y de todos sus docentes, al igual que sus estudiantes; recomiendo también, el evitar implementar cursos adicionales durante éste periodo, ya que dificulta el desarrollo del estudiante en su ámbito laboral, recomiendo que el curso ALFINCAS se desarrolle un periodo antes de comenzar la práctica profesional, en caso que aplique.

### Recomendación a Estudiantes:

La recomendación más importante que se les podría dar a los estudiantes de UNITEC, es motivarlos a no temer a los retos grandes, que esos retos son los que forman un carácter y les brindan experiencia valiosa para un futuro no tan lejano. Los motivo a no dudar de sus conocimientos adquiridos en estas instalaciones, que esos conocimientos los ayudarán en el desarrollo de nuevas ideas y la resolución de problemas empresariales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ALCOSA (2017). ALCOSA Sobre Nosotros.

ALCOSA (2017). ALCOSA perfil de empresa 2.

ALCOSA (2017). Reporte de inventario sin movimiento.

ALCOSA (2017). Reporte Ventas Ceiba 2017.

ALCOSA (2017). Reporte Ventas Tegucigalpa 2017.

ALCOSA (2017). Reporte Ventas San Pedro Sula 2017.

ALCOSA (2017). Reporte Ventas Juticalpa 2017.

ALCOSA (2017). Reporte Ventas Santa Rosa 2017.

ALCOSA (2017). Reporte Ventas Medina 2017.

ALCOSA (2017). Reporte Ventas Choluteca 2017.

ALCOSA (2016). Proveedores campañas publicitarias.

ALCOSA (2010). Políticas de Gastos Alimenticios y Hospedaje.

## GLOSARIO

**Banner:** Elemento publicitario donde se pueden imprimir imágenes con información sobre los servicios y productos brindados.

**Campaña publicitaria:** Proceso en el cual se implementan estrategias de marketing para el incremento de ventas de la empresa.

**Canal Consignatarios:** Éste canal hace referencia a personas particulares que compran producto y revenden estos productos.

**Canal Cremeros:** Éste canal hace referencia a las personas que tienen un puesto en algún punto de ventas y se dedican a la compra y venta de lácteos principalmente.

**Canal de Distribución:** Rutas utilizadas para la distribución de sus productos alrededor del territorio nacional.

**Canal Detalle:** Éste canal hace referencia a las pequeñas empresas que compran los insumos para venderlo en sus locales.

**Canal Mayoreo:** Éste canal hace referencia a las bodegas y éste se diferencia del moderno ya que las ventas son mayores.

**Canal Moderno:** Éste canal hace referencia a los supermercados a los que se le distribuyen productos.

**Degustadores:** Elemento publicitario donde se puede brindar muestras sobre los productos a los clientes potenciales que tiene la empresa.

**Encuesta:** Método de investigación donde se le pregunta directamente al cliente sobre temas de interés sobre un producto en específico, esto sirve para poder entender las necesidades del consumidor.

**Etapa Beta:** Etapa del producto donde se puede modificar para adaptarse a las necesidades y exigencias del consumidor para poder cumplir cada una de sus necesidades.

**KPI:** Por sus siglas en ingles Key Performance Indicator, son los elementos que ayudan a determinar el rumbo de algún elemento de la empresa, ya sea la proyección de ventas, el crecimiento de ventas, entre otros.

**Medios de comunicación masivos:** Medios de comunicación que tienen un alcance muy amplio en toda la red de comunicación en el país.

**Rotación de Inventario:** Se puede entender como el periodo de tiempo que el producto permanece en la estantería hasta el momento de su uso.

**Saltos de ruta:** Lapsos de tiempo donde el GPS dejó de rastrear la flota de distribución y se pierde el control de la ubicación del camión.

**Servicios de Telecomunicaciones:** Los servicios brindados por las empresas de Medios de comunicación, pueden ser en medios de la radio, televisor o internet.

**Sucursal:** Instalaciones ubicadas alrededor del país donde se producen y/o distribuyen productos de la empresa.

# **ANEXOS**

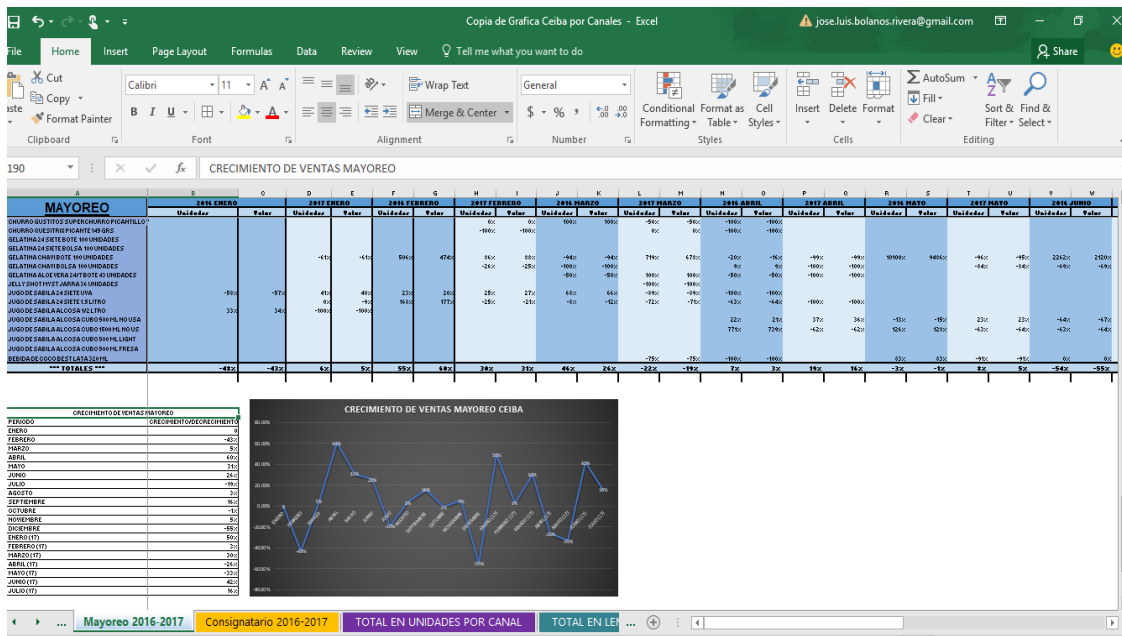


Ilustración 1 Gráfica Crecimiento de Ventas

Empresa	Descripción	Opciones	Contacto	Precio
European (correo)	150 bolsos para vendedores con el logo de MI Vaca	Bolso económico o Bolso sublimado grande	2235-9667 2232-6878	Bolso económico: a un color. 8,200  Bolso sublimado: full color. 47,437.5
Uniformes y promociones (teléfono)	150 bolsos deportivos	Bolso deportivo y Banner.	2552-0529 2552-0410	Bolsa 45 c/u+15%, 7,762. Banner 560 c/u15%, 2,576.
Grupo FAMMA (teléfono y correo)	150 bolsos deportivos		(504) 2243-5285 (504) 2243-3582	Bolso económico: 61 c/u+15% con área de impresión. Total: 10,522.5 Bolso con franja negra: 67.04 c/u +15% a un color. Total: 11,564.4 Bolso de un solo fondo: 84 c/u+15% a un color. Total: 14,490.



Emanuel Imagen y Publicidad (correo)	4 muebles de degustación 4 banners standard	Preguntar por rotulación de camiones	2505-3237 ventas.emanuelpublicidad@gmail.com	4 muebles: 4 banners: Ambos:
Print-art Publicidad y Promocionales (correo)	4 muebles de degustación 4 banners standard	Preguntar por rotulación de camiones	2510-1932 ventasprintart@gmail.com	150 bolsas deportivas: 60 c/u +15% = 10,350. 4 muebles: 4,250 c/u +15% = 19,550. 4 banners: 280 c/u +15% = 1,288. Todo: 31,188.
Impresos y suministros generales (correo)	4 muebles de degustación 4 banners standard	Preguntar por rotulación de camiones	2552-4138 2552-4799	<b>4 muebles:</b> Rectangular 4,000 c/u, 18,400 total. Ovalado 4,500 c/u 20,700 total. <b>4 banners:</b> Araña 850 c/u, 4,110 total Reloj 1,100 c/u, 5060 total. <b>Ambos:</b> Rectangular y Arana: 22,510.

Tabla 1 Cotización campaña Mi Vaca. Fuente ALCOSA.

## Encuesta Flan:

1. ¿Ha consumido flan antes? Si \_\_\_ No \_\_\_
2. Enumere los siguientes elementos del 1 al 5 según su importancia para usted. 1 = nada importante, 5 = muy importante
- a) Precio \_\_\_
- b) Presentación \_\_\_
- c) Sabor \_\_\_
- d) Marca \_\_\_
- e) Textura \_\_\_
- f) Color \_\_\_
- g) Tamaño \_\_\_
3. ¿Qué presentación prefiere usted para un flan?
- a) Bolsa \_\_\_
- b) Vacito plástico \_\_\_
- c) Lata \_\_\_
- d) Otro: \_\_\_\_\_
4. ¿Qué sabores le gustaría en un flan?
- a) Vainilla \_\_\_
- b) Dulce de leche \_\_\_
- c) Leche condensada \_\_\_
- d) Miel \_\_\_
- e) Chocolate \_\_\_
- f) Café \_\_\_
- g) Otro: \_\_\_\_\_
5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un flan personal?
- a) 5 – 10 Lempiras

Ilustración 2 Encuesta sobre Flan

Fecha 23 de octubre		
Unidades de carga	Recorrido	Calificación
C 144	?	?
C 174	?	?
C 201	SI	1
C 221	SI	1
C 232	SI	1
C-113	SI	2
C-124	?	?
C-162	?	?
C-233	SI	2
P51	SI	1

Simbología
3 muy bueno
2 regular
1 malo
0 no tuvo recorrido
? NO HAY DATO

Tabla 2 Monitoreo de flota de camiones ejemplo



*Ilustración 3 Problema de almacenamiento*

SGAM0000      Año y mes Contable      09      2017  
 MARCOS\_HN      A01 ALIMENTOS DE CORTES      Rate de cambio      23.560000

**ALCOSA**

Menú **Visor de Metas del Supervisor**

Supervisor: Año: Mes: KPI: Ver: Exportar a Excel: Imprimir: Otro KPI: Nueva Carga

Region: Cod: Nombre de supervisor: **PERVISOR 9024 EDWIN A. ROSALES V. - SUPERVISOR KPI: META ECONOMICA EN**

Region	Cod	Nombre de supervisor	Convertidas	Venta Valores Mes Anterior	Porcentaje Logrado	Meta del Mes Actual	Venta del Mes Actual	Venta del Mes Actual Valores	Porcentaje Logrado
01	21	GENERIC							
20	5170	ARNALDO A. CANALES M. - SUP TGU							
26	8539	HERNAN LOPEZ - GERENTE							
23	9024	EDWIN A. ROSALES V. - SUPERVISOR							
01	4345	ORTWIN ENRIQUE VIERA - SUP SPS							
01	4347	BRYAN ALEXANDER MELENDEZ COLIND							
21	6129	JOSE RAMON DUARTE ROSALEZ							
22	7125	ROGER OLMEDO ROMERO							
01	4364	CAROLINA YAMILETH VILLANUEVA							
20	5285	UGO V. IZAGUIRRE M. - SUPERVISOR							
21	6821	CESAR YAIR ECHENIQUE							
25	8251	SERGIO WALTHER GIRON TERCERO							
01	4394	JOSE ALONSO MELGAR S. - SUP SPS							

INS NUM CAPS SCRL 15/11/2017 03:46 p.m. ASNA SGA

Ilustración 4 Metas Supervisores

ASNA Business Solutions (SGAM0000.exe\_2017-08-27)

SGAM0000      Año y mes Contable      09      2017

MARCOS\_HN      A01 ALIMENTOS DE CORTES

Menú **Metas por ruta - escalable**

Lista de Entidades: Ruta Descripción Vend

Supervisor: Año: Mes: Ver:

Código	Nombre	Canal	Region
1	GENERIC	9	01
2	ARNALDO A. CANALES M. - SUP TG	8	20
3	HERNAN LOPEZ - GERENTE	4	26
4	EDWIN A. ROSALES V. - SUPERVIS	8	23
5	ORTWIN ENRIQUE VIERA - SUP SPS	7	01
6	BRYAN ALEXANDER MELENDEZ COLIN	1	01
7	JOSE RAMON DUARTE ROSALEZ	7	21
8	ROGER OLMEDO ROMERO	1	22
9	CAROLINA YAMILETH VILLANUEVA	2	01

Metas para el Supervisor

% de Crecim	Descripción	% de Crecimiento	Meta Supervisor	Meta Asignada

Escalar Metas Supervisor Escalar Metas Canal

Rutas que ya fueron asignadas las metas      Rutas que no tienen metas asignadas

INS NUM CAPS SCRL 15/11/2017 03:47 p.m. ASNA SGA

Ilustración 5 Meta Canales





*Ilustración 6: Dificil acceso a los insumos.*



*Ilustración 7: Muestras en espacios importantes.*

Envases Plásticos sin usar		
Envase	Bolsas	Cantidad
Envase presión 8 oz Cóctel	1	131
Envase presión 8 oz sin etiqueta	52	10400
Envase presión 8 oz Calipso	10	1880
Envase presión 8 oz Maracuyá	2	711
Envase presión 8 oz Durazno	1	220
Envase presión 12 oz Frutinectar Pera	16	2976
Envase presión 12 oz Frutinectar manzana	5	990
Envase presión 12 oz Frutinectar durazno	9	1740
Envase presión 12 oz Naranja	15	2790
Envase presión 16 oz Naranja	2	306
Envase presión 16 oz Calipso Naranja	7	1144
Envase presión 16 oz Maracuyá	14	2075
Envase cilíndrico 16 oz Coctel	23	2867
Envase cilíndrico 16 oz Maracuyá	2	240
Envase cilíndrico 16 oz Te	21	2673
Total	180	31143

Envases Plásticos Muestras	
Envase	Bolsa
8 oz rosca sin etiqueta	9.5
12 oz rosca sin etiqueta	2
Galón, rosca transparente sin etiqueta	1
16 oz rosca sin etiqueta	1.5
16 oz rosca transparente sin etiqueta	2
8 oz rosca transparente sin etiqueta	1
1/2 Galón rosca transparente sin etiqueta	1
1 litro sin etiqueta	2
16 oz Spring	9
1/2 Galón blanco sin etiqueta	3
Galón blanco para leche sin etiqueta	2
Galón para jugo sin etiqueta	4
8 oz rosca naranja	1
16 oz transparente sin etiqueta	1
Total	40

Tabla 3: Envases plásticos.

Tabla Seccion Lacteos Flu-Sabores						
Producto	Cantidad	Julio	Agosto	Septiembre	EXISTENCIA	CANTIDAD REAL
SAB CHOCOLATE LIQ FMI	19.42	X	X	X	SI	14 LB
BASE CHOCOLATE EN POLVO/P MALT.	42.49	X	X	X	SI	2 SACOS (110 LB)
BASE VAINILLA EN POLVO/P.MALT.	8.74	X	X	X	NO	0
BASE FRESA EN POLVO/P.MALT.	5.28	X	X	X	NO	0
COCOA EN POLVO	235.79	X	X	X	SI	15 SACOS (825 LB)

Tabla Seccion Mezcla de Jarabe						
Producto	Cantidad	Julio	Agosto	Septiembre	EXISTENCIA	CANTIDAD REAL
AZUCAR REFINADA	12.93	X	X	X	NO	0
JARABE DE GLUCOSA	356.3	X	X	X	SI	5 CUBETAS (220 LB)

Tabla 5: Rotación de Inventario.



Ilustración 9: Flan en Bolsa



*Ilustración 12: Maquinaria Dispensadora de Flan.*



*Ilustración 13: Transporte de Flan a dispensadora.*





Ilustración 14: Fuga de Flan.