



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

Campus Arturo Ruíz Mora  
Santo Domingo

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS  
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**Tesis previo a la obtención del título de  
INGENIERA DE EMPRESAS**

**“MODELO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA INCREMENTAR LA  
RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA FERRETERÍA “EL COLORADO”  
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2009”**

Estudiante:

**MARÍA EUGENIA GONZAGA CARRIÓN**

Director de Tesis

**Eco. Víctor Mosquera**

**Santo Domingo de los Tsáchilas- Ecuador**

**2011**

**“MODELO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA FERRETERÍA “EL COLORADO” SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2009”**

Eco. Víctor Mosquera  
**DIRECTOR DE TESIS**

---

**APROBADO**

Eco. Raúl Luna  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Eco. Jorge Garrido  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Narcisa Zambrano  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**Santo Domingo de los Tsáchilas.....de.....2011**

**Autor:** GONZAGA CARRIÓN MARÍA EUGENIA  
**Institución:** UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL  
**Título de Tesis:** “MODELO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA FERRETERÍA “EL COLORADO” SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILA, 2009”  
**Fecha:**

EL CONTENIDO DEL PRESENTE TRABAJO  
ES DE EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DE  
SU AUTORA.

---

Gonzaga Carrión María Eugenia

## INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Santo Domingo de los Tsáchilas, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2011

Ing.

Katiusca Rosero (Msc)

**DIRECTORA ACADEMICA**

Presente.-

De mi consideración:

Por medio del presente tengo a bien informar que el trabajo de investigación desarrollado por la Srta. Gonzaga Carrión María Eugenia bajo el tema: “**MODELO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA FERRETERÍA “EL COLORADO” SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2009**”, para optar por el título de Ingeniería de Empresas y Negocios, ha sido culminada en todas sus partes bajo mi supervisión y control, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Eco. Víctor Mosquera  
**DIRECTOR DE TESIS**

# DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a mis padres, ya que con su apoyo incondicional y amor supieron guiarme por el camino del estudio, además les dedico a mis hermanos, a mi esposo e hijos Ismael y Damián ya que con su apoyo me incentivaron en todo momento a culminar mi carrera profesional.

A demás dar a conocer a los jóvenes que el querer es poder siempre y cuando uno tenga la predisposición de ser alguien en la vida.

MARY

# AGRADECIMIENTO

Al Dios por darnos su amor, sabiduría e inteligencia.

Al mis padres que confiaron en mí y me supieron guiar por el camino correcto para ser una persona de bien.

Al mi esposo e hijos Ismael y Damián ya que han sido el cimiento para el logro de mis metas.

Un agradecimiento a los propietarios de la Ferrería El Colorado ya que sin su ayuda no hubiese culminado mi tesis.

Al los docentes de la UTE que compartieron sus conocimientos y de esta manera me permitieron llegar a ser una persona emprendedora.

Al Ec. Víctor Mosquera, por su dirección en este trabajo investigativo.

MARY

## ÍNDICE DEL CONTENIDO

Portada	i
Hoja de sustentación y aprobación de los integrantes del tribunal	ii
Hoja de responsabilidad del autor	iii
Informe de aprobación del Director de Tesis	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice	vii
Índice de Gráficos	xiii
Índice de Cuadros	xiv
Índice de Fotos	xvi
Índice de Anexos	xvi
Resumen Ejecutivo	xvii

## CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.2.1. Diagnóstico	2
1.2.2. Pronóstico	2
1.2.3. Control del Pronóstico	3
1.2.4. Formulación del Problema	3
1.2.5. Sistematización del Problema	3
1.3. Objetivos	4
1.3.1. General	4
1.3.2. Específicos	4
1.4. Justificación	4
1.4.1. Justificación Teórica	4
1.4.2. Justificación Metodológica	4

1.4.3. Justificación Práctica	5
1.5. Idea a Defender	5
1.6. Variables e Indicadores	5
1.6.1. Variable Independiente	5
1.6.2. Variable Dependiente	5
1.6.3. Indicadores	6
1.7. Métodos de estudio	6
1.7.1. Método de observación	6
1.7.2. Método de Análisis	6
1.7.3. Método de síntesis	6
1.7.4. Método inductivo	6
1.7.5. Método deductivo	6
1.8. Población o Muestra	7

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

2.1. Introducción a la administración	9
2.1.1. Naturaleza de la administración	9
2.2. La administración General	10
2.2.1. Etimología	10
2.2.2. Definiciones	10
2.2.3. Importancia de la Administración	11
2.3. El Proceso Administrativo	11
2.4. La Planeación	12
2.4.1. Definición	12
2.4.2. Objetivo de la Planeación	12
2.4.3. Tipos de planes	12
2.4.4. Ventajas de la planeación	13



2.4.5. Análisis FODA	15
2.5. Dirección	16
2.5.1. Importancia	16
2.5.2. Elementos	17
2.5.3. La Comunicación	17
2.5.3.1. Proceso de la Comunicación	17
2.5.4. Liderazgo	18
2.5.4.1. Cualidades del Liderazgo	18
2.5.4.1.1. Líderes autocráticos y autoritarios	18
2.5.4.1.2. Líderes democráticos	19
2.5.5. Motivación	19
2.5.5.1. Teoría de motivación	19
2.6. Organización	21
2.6.1. Principios de la Organización	21
2.6.1.1. Del objetivo	22
2.6.1.2. Especialización	22
2.6.1.3. Jerarquía	22
2.6.1.4. Paridad de autoridad y responsabilidad	22
2.6.1.5. Unidad de mando	23
2.6.1.6. Difusión	23
2.6.1.7. Amplitud o tramo de control	23
2.6.1.8. De la Coordinación	23
2.6.1.9. Continuidad	24
2.6.2. Etapas de la Organización	24
2.6.2.1. División del trabajo	24
2.6.2.2. Jerarquización	24
2.6.2.3. Departamentalización	24
2.6.3. Técnicas de organización	24
2.6.3.1. Organigramas	24
2.6.3.2. Crecimiento Vertical y horizontal	24

2.6.4. Manuales	25
2.6.5. Análisis del puesto	26
2.7. Control	26
2.7.1. Tipos de control	27
2.7.1.1. Control posterior	28
2.7.1.2. Control previo	28
2.7.1.3. Control concurrente	28
2.8. Estados Financiero	29
2.8.1.1. Estado de Situación Inicial	29
2.8.1.2. Balance de Resultados.	30
2.8.3. Rentabilidad	30
2.8.3.1. Indicadores de Rentabilidad	30
2.8.3.2. Rentabilidad neta del activo (Dupont)	31
2.8.3.3. Margen Bruto	31
2.8.3.4. Margen Operacional	31
2.8.3.5. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	32
2.8.3.6. Rentabilidad Operacional del Patrimonio	32
2.8.3.7. Rentabilidad Financiera	32
2.8.4. Utilidad	33
2.8.5. Solvencia	33
2.8.6. Administración del capital de trabajo	33
2.8.7. Administración del activo circulante	34
2.8.8. Administración de los Inventarios	36
2.8.9. El Inventario Como Fuente de Fondos	38

### **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

3.1. Antecedentes Ferretería El Colorado	39
3.2. Ubicación geográfica	39

3.3. Análisis Organizacional	40
3.3.1. Realidad interna del área administrativa	40
3.3.1.1. Misión	40
3.3.1.2. Visión	40
3.3.1.3. Valores Corporativos	40
3.3.1.4. Objetivos	40
3.3.1.5. Manual de funciones	41
3.3.1.6. Organigrama estructural	41
3.4. Análisis FODA	42
3.5. Realidad interna de Área Financiera.	43
3.5.1. Balance General	43
3.5.2. Balance de Resultados	43
3.6. Estudio de mercados.	44
3.6.1. Encuestas aplicadas a los empleados de la Ferretería El Colorado.	44
3.6.2. Encuesta dirigida a los clientes de la Ferretería El Colorado.	52
3.6.3. Encuesta realizada a la Propietaria de Ferretería El Colorado.	57
3.6.4. Diagnóstico de encuestas dirigidas hacia los empleados de Ferretería El Colorado	65
3.6.5. Diagnóstico de encuestas dirigidas hacia los clientes de la Ferretería El Colorado	65
3.6.6. Diagnóstico de encuesta dirigida a la propietaria de la Ferretería El Colorado.	66

## **CAPÍTULO IV**

### **MODELO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA FERRETERÍA “EL COLORADO”**

4.1. Misión.	67
4.2. Visión.	67
4.3. Valores Corporativos.	68

4.4. Política corporativa.	69
4.5. Motivación.	69
4.6. Organización.	70
4.6.1. Propuesta del Organigrama Estructural.	70
4.6.2. Manual de funciones.	73
4.7. Propuesta del Análisis FODA.	77
4.7.1. Matriz axiológica de evaluación de factores críticos externos.	79
4.7.2. Matriz axiológica de evaluación de factores críticos internos.	80
4.7.3. Determinación de objetivos.	82
4.7.3.1. Objetivo General.	82
4.7.3.2. Objetivos Específicos.	82
4.7.4. Elaboración y selección de estrategias.	82
4.7.5. Presupuesto para cumplir con las estrategias propuestas.	85
4.8. Propuesta Financiera.	85
4.8.1. Plan de Cuentas.	85
4.8.2. Proceso contable.	88
4.8.2.1. Contabilidad.	89
4.8.2.2. Inventario.	90
4.9. Indicadores.	91
4.10. Proyecciones de Estados Financieros.	96
4.11. Modelo Dupont.	99
4.11.1 Proyección del Rendimiento Sobre la Inversión para El Año 2015.	101

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. Conclusiones.	102
5.2. Recomendaciones.	103
5.3. Bibliografía.	104
5.4. Anexos.	106

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N°1.- La empresa cuenta con una misión.	45
Gráfico N°2.- Conoce usted de la visión de la empresa.	46
Gráfico N°3.- La empresa cuenta con un organigrama institucional.	47
Gráfico N°4.- Usted conoce el manual de funciones de la Ferretería El Colorado.	48
Gráfico N°5.- Ha recibido Ud. capacitaciones durante el tiempo que esta laborando en la Ferretería Lleva laborando.	49
Gráfico N°6.- Cómo son sus relaciones Obrero – Patronales.	50
Gráfico N°7.- El ambiente de trabajo que usted se desenvuelve.	51
Gráfico N°8.- La atención al cliente en la Ferretería El Colorado.	52
Gráfico N°9.- Qué opina usted de la variedad y calidad de los productos que ofrece la Ferretería El Colorado.	53
Gráfico N°10.- Considera usted que las instalaciones de la Ferretería El Colorado son lo suficientemente adecuadas.	54
Gráfico N°11.- Los precios de los Productos en la Ferretería El Colorado.	55
Gráfico N°12.- Considera que la Ferretería debería implementar más Variedad de productos.	56
Gráfico N°13.- Lleva en la empresa un control Administrativo y Financiero.	57
Gráfico N°14.- Usted ha capacitado a su personal que labora en la empresa.	58
Gráfico N°15.- Cuenta la empresa con una misión.	59
Gráfico N°16.- La Ferretería El Colorado tiene estructurado la visión.	60
Gráfico N°17.- Cuenta la empresa con un manual de funciones.	61
Gráfico N°18.- Lleva registros contables la empresa Ferretería El Colorado.	62
Gráfico N°19.- A su criterio que registros contables debe realizar una Empresa.	63
Gráfico N°20.- Cuenta con un sistema informático contable en el área Financiera.	64

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1.- Tamaño de la población.	7
Cuadro N°2.- Base de datos.	8
Cuadro N°3.- Esquema del proceso administrativo.	11
Cuadro N°4.- Por el tiempo.	13
Cuadro N°5.- Pirámide de las Necesidades de Maslow.	20
Cuadro N°6.- Componentes de la Organización.	21
Cuadro N°7.- Pasos Básicos en el Proceso de Control.	27
Cuadro N°8.- Administración del activo circulante.	35
Cuadro N°9.- Costos incurridos por tener poco o mucho activo.	36
Cuadro N°10.- Administración de los Inventarios.	37
Cuadro N°11.- Punto de Vista Respecto Al Inventario.	37
Cuadro N°12.- El inventario como fuente de fondos.	38
Cuadro N°13.- Localización del proyecto	39
Cuadro N°14.- Organigrama Estructural.	41
Cuadro N°15.- Matriz Axiológica de Factores Internos y Externos.	42
Cuadro N°16.- Matriz FODA Ferretería El Colorado	43
Cuadro N°17.- La empresa cuenta con una misión.	45
Cuadro N°18.- Conoce usted de la visión de la empresa.	46
Cuadro N°19.- La empresa cuenta con un organigrama institucional.	47
Cuadro N°20.- Usted conoce el manual de funciones de la Ferretería El Colorado.	48
Cuadro N°21.- Ha recibido Ud. capacitaciones durante el tiempo que Esta laborado en la Ferretería.	49
Cuadro N°22.- Cómo son sus relaciones Obrero – Patronales.	50
Cuadro N°23.- El ambiente de trabajo que usted se desenvuelve.	51
Cuadro N°24.- La atención al cliente en la Ferretería El Colorado.	52
Cuadro N°25.- Qué opina usted de la variedad y calidad de los productos que ofrece la Ferretería El Colorado.	53

Cuadro N°26.- Considera usted que las instalaciones de la Ferretería El Colorado son lo suficientemente adecuada.	54
Cuadro N°27.- Los precios de los Productos en la Ferretería El Colorado.	55
Cuadro N°28.- Considera que la Ferretería debería implementar más Variedad de productos.	56
Cuadro N°29.- Lleva en la empresa un control Administrativo y Financiero.	57
Cuadro N°30.- Usted ha capacitado al personal que labora en la empresa.	58
Cuadro N°31.- Cuenta la empresa con una misión.	59
Cuadro N°32.- La Ferretería El Colorado tiene estructurado la visión.	60
Cuadro N°33.- Cuenta la empresa con un manual de funciones.	61
Cuadro N°34.- Lleva registros contables la empresa Ferretería El Colorado.	62
Cuadro N°35.- A su criterio que registros contables debe realizar una Empresa.	63
Cuadro N°36.- Cuenta con un sistema informático contable en el área Financiera.	64
Cuadro N°37.- Organigrama Estructural.	71
Cuadro N°38.- Organigrama Funcional.	72
Cuadro N°39.- FODA Ferretería El Colorado.	78
Cuadro N°40.- Matriz axiológica de evaluación de Factores Críticos Externos.	80
Cuadro N°41.- Matriz axiológica de evaluación de Factores Internos.	81
Cuadro N°42.- Matriz Programa Operacional.	83
Cuadro N°43.- Asignación presupuestaria para las estrategias propuestas.	85
Cuadro N°44.- Propuesta del Plan de Cuentas.	86
Cuadro N°45.- Balance General.	91
Cuadro N°46.- Estado de Resultados.	92
Cuadro N°47.- Razón Corriente.	93
Cuadro N°48.- Prueba Acida.	93
Cuadro N°49.- Capital de Trabajo.	93

Cuadro N°50.- Margen de Utilidad Bruta.	94
Cuadro N°51.- Margen de utilidad Neta.	94
Cuadro N°52.- Rendimiento sobre Activos.	94
Cuadro N°53.- Rendimiento sobre Patrimonio.	95
Cuadro N°54.- Rotación de Activos.	95
Cuadro N°55.- Razón de Endeudamiento.	95
Cuadro N°56.- Apalancamiento.	96
Cuadro N°57.- Estado de resultados proyectados.	97
Cuadro N°58.- Estado de Situación Financiera Proyectados.	98
Cuadro N°59.- Modelo Dupont.	100

### **ÍNDICE DE FOTOS**

Foto N°1.- Sistema Informático Contable Monica 8.0.	88
Foto N°2.- Sistema Informático Contable Monica 8.0 / Contabilidad.	89
Foto N°3.- Sistema Informático Contable Monica 8.0 / Inventarios.	90

### **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo N° 1.- Encuestas realizadas a Empleados de Ferretería El Colorado.	107
Anexo N° 2.- Fotografías de los Productos de Ferretería El Colorado.	113
Anexo N° 3.- Inventarios.	115



## RESUMEN EJECUTIVO

Ferretería El Colorado es una empresa que se dedica a la venta de materiales para la construcción, la misma que al inicio de sus actividades ha carecido de una adecuada administración, planificación, organización, dirección y control de sus operaciones, por lo cual la institución no está preparada para enfrentar estos desafíos y retos debido al poco conocimiento administrativo y financiero.

En el primer capítulo de la investigación se da a conocer los antecedentes, deficiencias y las consecuencias que está generando dentro de la Ferretería El Colorado no cuenta con una administración adecuada, para la cual se da a conocer la justificación el de Implementar un Modelo Administrativo – Financiero para incrementar la rentabilidad de la microempresa Ferretería El Colorado.

En el segundo capítulo de justifica mediante la teoría en Administración de empresa, las razones él porque es importante para la organización aplicar dicho modelo.

En el tercer capítulo se da a conocer la situación actual de la empresa aquellas falencias que posee y qué efectos puede incurrir para la organización, para ello también se realizó encuestas a los empleados, clientes y gerente de la empresa.

En el cuarto capítulo, cumplidos los pasos anteriores proponemos a la empresa la aplicación del Modelo Administrativo y Financiero en la cual abarca la planeación, dirección, organización y control y proceso contables.

En el quinto capítulo se llega a concluir como se encuentra la Ferretería El Colorado para de esta manera determinar recomendaciones que ayuden a la empresa a cumplir sus objetivos.

## **CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Antecedentes**

La historia de Santo Domingo de los Colorados nos lleva a recordar que inicialmente este sector de la patria era una parroquia rural de Quito, la cual se crea el 3 de julio de 1967. El cantón Santo Domingo está ubicado entre la Costa y la Sierra, lo que la convierte en el punto de enlace entre Quito, Guayaquil, Portoviejo, Chone, Esmeraldas, Manta, Ambato, Quevedo y otras ciudades importantes.

Adicionalmente los procesos de globalización y competitividad que vive el mundo ha incidido en el crecimiento y la generación de nuevos y complejos conflictos socioeconómicos, los mismos que se reflejan en sus ciclos de crecimiento, mantenimiento y permanencia de la industria y el comercio que desarrollan las empresas y microempresas del país; a tal punto que muchas de estas se han visto en la imperiosa necesidad de cerrar sus actividades o en su efecto a implementar procesos de tecnificación y desarrollar sistemas que les permita mejorar sus niveles de competitividad.

La actividad comercial, agrícola y de servicio es muy relevante en esta zona. Por tal razón en los últimos años se han incrementado la venta de materiales para la construcción, lo que beneficia al sector comercial. Teniendo como resultado un incremento de la oferta en la localidad y sus zonas aledañas. Dentro de los ofertantes está la Ferretería “El Colorado”, ofreciendo los servicios de materiales para la construcción. Siendo su Gerente Propietaria la Señora Yeny López, en la que toma la iniciativa de crear esta microempresa para aportar al desarrollo de la ciudad de Santo Domingo y sus alrededores entregando servicios y productos garantizados.

## **1.2. Planteamiento del problema**

### **1.2.1. Diagnóstico**

En Santo Domingo de los Tsáchilas, la oferta y la demanda de materiales de construcción se ha incrementado. En la actualidad, la construcción de viviendas, edificios, instalaciones industriales, galpones agrícolas y otros, los cuales registran una tasa de crecimiento del 2% anual<sup>1</sup>.

La Ferretería “El Colorado” surge como una empresa que pretende satisfacer las necesidades y los requerimientos de este mercado; sin embargo, esta empresa comercial no está preparada para enfrentar estos desafíos y retos debidos al poco conocimiento administrativo y financiero que posee.

El proceso administrativo son la planificación, la organización, la dirección y el control son ineficientes; la empresa enfrenta problemas en distintas áreas como recursos humanos, en la que existen fricciones laborales constantes, así mismo, el personal no cuenta con programas de capacitación y motivación.

Existe un inadecuado manejo de inventario, y la gestión financiera es deficiente, dando como resultado un limitado posicionamiento en el mercado, y un bajo nivel en ventas, lo que influye directamente en la rentabilidad financiera de la empresa.

### **1.2.2. Pronóstico**

Al no realizar un modelo administrativo y financiero en la Ferretería “El Colorado”, esta empresa será poco competitiva en el mercado de los servicios de la construcción, lo que provocará una reducción de sus ingresos, pérdida de clientes y proveedores, lo cual la llevaría a una salida paulatina del mercado.

---

<sup>1</sup> COLEGIO DE INGENIEROS CIVILES DE SANTO DOMINGO.

### **1.2.3. Control del pronóstico**

Es necesario implementar un modelo administrativo que favorezca la planificación, la organización, la dirección y el control empresarial. Así como la propuesta de un modelo financiero que coopere en el logro de niveles de rentabilidad significativos.

De esta manera, Ferretería “El Colorado” podrá alcanzar un mejor posicionamiento en el mercado, a la vez que aumente su productividad, y como empresa organizada se posicionará en la mente del consumidor, incrementando sus niveles de venta, lo que significa un incremento progresivo de sus ingresos y, la generación de beneficios económicos importantes para sus clientes internos, lo que motiva a ofrecer los mejores esfuerzos laborales al Recurso Humano de la Empresa.

### **1.2.4. Formulación del Problema**

¿Cómo influye la inexistencia de un modelo administrativo y financiero en la rentabilidad de Ferretería El Colorado?

### **1.2.5. Sistematización del Problema**

- ¿La mala atención al cliente influye en el nivel de ventas de la Ferretería?
- ¿Los precios de los productos que oferta la empresa, son competitivos?
- ¿El personal que labora en la empresa no se siente comprometido con la organización?

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. General**

Elaborar un modelo administrativo y financiero para incrementar la rentabilidad de la microempresa Ferretería El Colorado.

#### **1.3.2. Específicos**

- Analizar la situación de la empresa.
- Efectuar la evaluación financiera de la empresa.
- Realizar el FODA de la empresa.
- Proponer el modelo administrativo financiero para Ferretería El Colorado.

### **1.4. Justificación**

#### **1.4.1. Justificación Teórica**

El presente estudio tiene como finalidad lograr que Ferretería El Colorado mejore y optimice los procesos administrativos y financieros, los mismos que guarden una estrecha relación con la planificación, la organización, la dirección y el control institucional. De esta manera se fortalecerá la competitividad institucional y se logrará la consecución de los objetivos institucionales propuestos.

#### **1.4.2. Justificación Metodológica**

El estudio se lo realizará mediante la aplicación de instrumentos de investigación, aplicando técnicas de investigación como encuestas, entrevistas, entre otros, para de esta manera poder determinar la situación actual de la empresa y poderla

analizar en el escenario de su entorno comercial. Logrando finalmente la determinación de la situación real de Ferretería “El Colorado”.

### **1.4.3. Justificación Práctica**

Mediante la implementación del modelo administrativo se pretende mejorar la organización de la empresa logrando beneficios adicionales como trabajar en equipo, delegar funciones al personal que la labora en la organización, mejorar la atención al cliente y la imagen de la empresa. Para ello se requiere un mayor compromiso laboral del cliente interno con la organización.

### **1.5. Idea a defender**

Con el modelo administrativo y financiero se pretende incrementar la rentabilidad y mejorar la dirección organizacional de Ferretería “El Colorado”.

### **1.6. Variables e Indicadores**

#### **1.6.1 Variable Independiente**

- Modelo Administrativo y Financiero.

#### **1.6.2. Variable Dependiente**

- Estructura Administrativa
- Rentabilidad financiera.
- Servicio al cliente
- Ventas

### 1.6.3. Indicadores

- Diseño organizacional.
- Razones financieras.
- Grado de satisfacción.
- Volumen de ventas.

### 1.7. Métodos de estudio

**1.7.1. Método de observación.-** Se considera este método ya que para un correcto desarrollo de la investigación se recopile informaciones reales y confiables.

**1.7.2. Método de Análisis.-** Este método permite establecer la causa – efecto que conlleva al problema para de esta manera separar cada una del inconveniente para estudiarlos por separado.

**1.7.3. Método de síntesis.-** Porque en el marco teórico se procede a sintetizar temas y subtemas referentes al estudio en la investigación.

**1.7.4. Método inductivo.-** En este método se revisara literatura para llegar a una conclusión de los diferentes problemas que se dan en la misma para dar solución que no afecte a la organización.

**1.7.5. Método deductivo.-** A través de este método se analizaran los problemas generales de la mala administraciones pasadas y poca colaboración de los socios.

## 1.8. Población o Muestra

Para el cálculo de la muestra tomamos de base de datos de la Ferretería “El Colorado”, es decir, el total de los clientes externos que tiene la organización que ascienden a 200 usuarios, quienes conforman el mercado cautivo de la empresa para la realización del Estudio de Mercado. A continuación, se presenta la fórmula y el cálculo respectivo para la determinación del tamaño de la muestra.

Cuadro N° 1  
Tamaño de la población

DATOS	
N = Tamaño de la población.	200
n = Tamaño de la muestra	86
Z = Referencia estandarizada nivel de confianza	1,96
E = Error máximo permisible	8%
S2 = Varianza (p.q).	
p = Probabilidad favorable	50%
q = Probabilidad no favorable	50%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: María Gonzaga/2009

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{\epsilon^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(200)(0,50)(0,50)}{(0,08)^2(200-1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)} = 86$$

La muestra representativa, mediante el cálculo matemático determina que se deben realizar 86 encuestas a los clientes externos. Así mismo, por ser un número reducido de clientes internos, se considera adecuado aplicar encuestas a todos sus colaboradores, cuya nómina es 5 personas.



Cuadro Nº 2  
Base de datos

<b>CATEGORÍA</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Clientes Internos	5

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2009

## CAPÍTULO II MARCO TEORICO

### 2.1. Introducción a la Administración

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en los procesos industriales y el impacto de la electrónica, tanto en los aspectos productivos como en la gestión y control de las actividades económicas, hacen que cada vez sea más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la gestión empresarial.

La incesante aparición de nuevos productos y la evaluación de los mercados llevan a una necesidad de conocer el día a día para poder reaccionar de una manera ágil y eficaz, a fin de evitar el ser marginado del mercado por la competencia o la obsolescencia de los productos ofertados.

#### 2.1.1. Naturaleza de la Administración

La administración es de interés universal porque trata acerca de los fundamentos para establecer los objetivos propuestos. Por esto, de alguna manera se encuentra en casi todas las formas de actividad humana: oficina, educación, banca, fuerzas armadas, gobierno, iglesias, sindicatos, cooperativas, hoteles, hogares, clubes, entre otros. Donde hay alguien que mande y otros que obedecen, hay administración, porque hay jerarquías, hay una finalidad que alcanzar y una meta que cumplir.

Para producir más y mejor con menos desgastes de energías, tiempo y medios, y para contento de las partes interesadas, las personas comprometidas en la producción precisan **ADMINISTRAR**: manejar la empresa con eficiencia.

## 2.2. La Administración General

### 2.2.1. Etimología

La palabra Administración viene del latín **ad** que significa **dirección**, y de **minister** que significa **subordinado u obediencia**, es el cumplimiento de una función bajo el mando de otro; un servicio que se presta.

### 2.2.2. Definiciones

Las siguientes definiciones son dadas por los principales autores de la administración.

- **Peterson and Plowman:** “Una técnica por medio de la cual se determinan, clarifican y realizan los propósitos y objetivos de un grupo humano particular”<sup>2</sup>.
- **H. Fayol:** “Administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar”<sup>3</sup>.
- **E. F. Brech:** “Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado”<sup>4</sup>.

Por lo tanto, La administración se refiere al proceso de realizar actividades y terminirlas eficientemente con y a través de otras personas. El proceso representa las funciones o actividades primarias con las que los administradores están comprometidos. Estas funciones son tradicionalmente clasificadas como planificación, organización, dirección y control.

---

<sup>2</sup> PETERSON AND PLOWMAN: Administración moderna, McGraw-Hill, Madrid – España, Pág. 14.

<sup>3</sup> HENRY FAVOL: Administración moderna, Editorial McGraw-Hill, España, 2007, Pág., 18.

<sup>4</sup> E. F. BREACH: ADMINISTRACION, Editorial McGraw-Hill, España, 2005, Pag. 23.

### 2.2.3. Importancia de la Administración

La administración es importante porque nos permite utilizar los recursos disponibles de una empresa con eficiencia y eficacia. **“Eficiencia significa hacer las cosas bien”**. Es decir optimizar los recursos, hacer más con menos. El éxito de toda persona u organización es que las actividades o tareas que se diseñaron desde un principio lleguen a culminarse, entonces yace aquí la eficacia. **“La eficacia es entonces hacer lo correcto”** y a tiempo, **“La eficiencia y la eficacia están relacionadas entre sí”**.

### 2.3. El Proceso Administrativo

Se determina como conjunto de acciones interrelacionadas e interdependientes que conforman la función de administración e involucra diferentes actividades tendientes a la consecución de un fin a través del uso óptimo de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos. Por lo tanto, dentro del proceso administrativo tenemos la planificación, la organización, la dirección y el control.

#### Cuadro N° 3

#### Esquema del proceso administrativo



Fuente: Investigación Bibliográfica  
Elaborado por: Gonzaga María / 2010

## **2.4. LA PLANEACIÓN**

### **2.4.1. Definición**

Son los objetivos o metas de la organización, establecimientos de una estrategia general para alcanzar estas metas y el desarrollo de una jerarquía completa de planes para integrar y coordinar actividades.

Por la tanto en la planeación las empresas plasman sus objetivos que son sus sueños, retos, riesgos que quieren alcanzar en un tiempo determinado.

### **2.4.2. Objetivo de la Planeación**

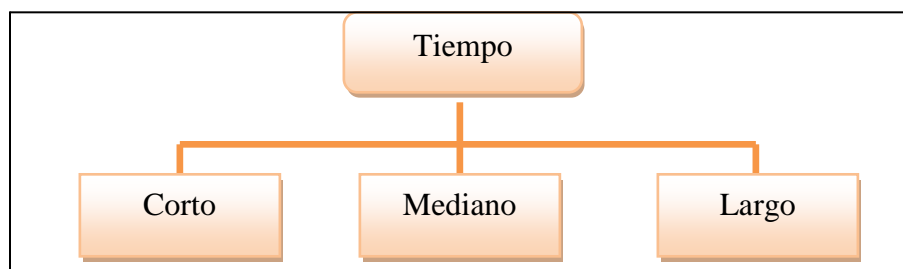
- La planeación debido a que proporciona dirección, reduce el impacto del cambio, minimiza las pérdidas y la redundancia, y establece los estándares para facilitar el control.
- La planeación establece esfuerzos coordinados. Éste proporciona orientación a los administradores y a los no administradores.
- Reduce la incertidumbre al obligar a los administradores a ver hacia el futuro, anticipar los cambios, considerar el impacto del cambio y desarrollar las respuestas.

### **2.4.3. Tipos de planes**

Las formas más comunes para describir los planes son por su extensión (estratégicos) en comparación a los operacionales, estructura en cuanto al tiempo (a corto plazo en comparación al largo plazo) y carácter específico (tipo específico en comparación al tiempo de direccional).

- **Planes estratégicos.-** Planes que incluyen a todos los objetivos de la organización, estableciendo objetivos generales y colocando a una organización en términos de su ambiente.
- **Planes operacionales.-** Planes que especifican los detalles en la manera en que se van a lograr los objetivos.

**Cuadro N° 4**  
**Por el tiempo**



Fuente: Administración. Schermerhorn, John R  
Elaborado por: Gonzaga María / 2010

- **Planes a corto plazo.-** Planes que cubren menos de un año.
- **Planes a mediano plazo.-** 1 a 2 años.
- **Planes a largo plazo.-** Planes que se extienden a más de cinco años
- **Planes específicos.-** Planes que son claramente definidos y no dan lugar a la interpretación.
- **Planes direccionales.-** Planes flexibles que se establecen como patrones generales.

#### 2.4.4. Ventajas de la planeación

La planeación es ventajosa porque:

1. **Contribuye a las actividades ordenadas y con propósito.** Todos los esfuerzos están apuntados hacia los resultados deseados y se logra una secuencia efectiva de tales esfuerzos.
2. **Señala la necesidad de cambios futuros.** La planeación ayuda a visualizar las posibilidades futuras y a evaluar nuevos campos futuros; capacita al gerente a evitar la entropía, o sea, la tendencia a dejar que las cosas sigan su curso, y a ver las cosas como podrían ser, no como son.
3. **Responde a la pregunta ¿Qué pasa si?** Esto permita ver a través de una complejidad de variedades que afectan a la acción que decida a emprender las preguntas típicas, por ejemplo:
  - ¿Qué sucedería con nuestros empleados si automatizamos la línea de producción?
  - ¿Qué sucedería con nuestro presupuesto si retiráramos bonos de la circulación y emitimos más acciones preferentes?
4. **Proporciona una base para el control.** El gemelo de la planeación es el control, el cual se ejecuta para saber que la planeación sigue un rumbo exitoso y los resultados que se desean alcanzar. Por medio de la planeación se determina los límites de tiempo para la iniciación y terminación de cada actividad.
5. **Fomenta el logro.** Solo el acto de colocar nuestros pensamientos, nuestras ideas por escrito y formular un plan proporcional al planeador, la orientación y el impulso para el logro. La planeación reduce las posibilidades al azar.
6. **Obliga a la visualización de un todo.** Esta forma de abarcar todo es muy valioso, ya que capacita al gerente a ver las relaciones de importancia, a

obtener una comprensión más plena y apreciar las bases sobre las cuales están apoyadas sus acciones administrativas. Mediante la planeación se obtiene la identificación constructiva de los problemas y potencialidades de la empresa en general.

7. **Ayuda al gerente a ganar status.** Si la planificación es adecuada esto ayudara al gerente a proporcionar una dirección confiada y agresiva, lo capacita a administrar sus asuntos, en vez de permitir que los asuntos se diluyan y nieguen sus esfuerzos. El pensar las cosas por anticipado proporciona orientaciones a largo plazo.

#### 2.4.5 Análisis FODA

El análisis del FODA representa las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, permitiendo tener un panorama general de la situación actual de la empresa.

“El análisis FODA es el perfil de amenazas y oportunidades en el medio, el perfil competitivo, el perfil de capacidades y fortalezas internas, y si es posible una base de referencias del medio (benchmarking), entre otros métodos de diagnóstico empresarial”<sup>5</sup>.

- **Fortalezas.-** Son aquellas características propias que tiene la empresa, y que le facilitan o le favorecen para el logro de los objetivos de la organización. Por ejemplo; personal calificado.
- **Oportunidades.-** Son aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos de la organización. por ejemplo; escasa competencia.

---

<sup>5</sup> SALLENAVE Jean Paúl. Gerencia y planeación Estratégica. Editorial Grupo Norma. Pág. 35. Año 1993



- **Debilidades.-** Son aquellas características propias de la empresa, que constituyen obstáculos internos para el logro de los objetivos de la organización. Por ejemplo manejarse empíricamente.
- **Amenazas.-** Son aquellas situaciones que se presentan en el medio ambiente de las empresas y que podrían afectar negativamente, las posibilidades de logro de los objetivos de la organización. Por ejemplo; tecnología.

## 2.5. Dirección

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea, permitiendo que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas.<sup>6</sup>

Por lo tanto, la “dirección implica el logro de los objetivos y metas de la empresa, ya que debe existir una buena relación de jefes a subordinados para de esta manera cumplir los objetivos propuestos.

### 2.5.1. Importancia

La dirección es la parte esencial y central de la administración, a la cual se deben subordinar y ordenar todos los demás elementos.

En efecto, si se prevé, planea, organiza, integra y controla, es sólo para realizar bien las actividades organizacionales. De nada sirven las técnicas complicadas en cualquiera de los otros cinco elementos si no se logra una buena ejecución, la cual depende de manera inmediata, y coincide temporalmente, con una buena

---

<sup>6</sup> [www.modeloadministrativo-unesr.blogspot.com/](http://www.modeloadministrativo-unesr.blogspot.com/)

dirección, en tanto, serán todas las demás técnicas útiles e interesantes las que permitan dirigir y realizar mejor las actividades institucionales.

### 2.5.2. Elementos

- **El Jefe:** Es aquel que tiene la función de dirigir.
- **Los Dirigidos:** Son a los que dirige el jefe.
- **La Situación:** Es el momento donde se lleva a cabo la dirección.
- **Importancia:** Estimula y dirige a las personas al logro de los objetivos, propuestas o trabajos.

### 2.5.3. La Comunicación

Es uno de los facilitadores más importantes de la administración. Sin ella no se puede intercambiar ideas y experiencias. Un gerente transmite ideas e información de su mente hacia otras mentes, lo que piensa la otra persona estimula la comunicación.

#### 2.5.3.1. Proceso de la Comunicación

Lasswell presentó cinco preguntas para ayudar a entender lo esencial del proceso de la comunicación:

- **¿Quién?:** Fuente/Origen del mensaje.
- **¿Quién dice?:** Símbolos verbales y no verbales que constituyen el mensaje.
- **¿En qué canal?:** Selección de la transmisión de la información (hablada, escrita, entre otros.)
- **¿A quién?:** Receptor internacional o no internacional del mensaje.

- **¿A afecto de qué?:** ¿Es el mensaje interpretado con exactitud y se actúa en forma adecuada?

#### **2.5.4. Liderazgo**

Es la iluminación de la visión del hombre hacia perspectivas más altas, el surgimiento del rendimiento del hombre a estándares más elevados, la construcción de la personalidad del hombre más allá de sus limitaciones normales.

##### **2.5.4.1. Cualidades del Liderazgo**

La teoría de la cualidad característica del liderazgo se concreta en el líder. Esta teoría supone que la eficiencia del liderazgo se puede explicar aislada ya que las características o peculiaridades físicas o psicológicas hacen que se diferencie al líder del grupo. Algunas de las peculiaridades más frecuentes de un buen líder son:

- Honestidad
- Veracidad
- Imparcialidad
- Valor
- Perseverancia.

Los líderes de las organizaciones y empresas tienen las siguientes características:

##### **2.5.4.1.1. Líderes autocráticos y autoritarios**

Lo que el jefe dice se hace y punto. Los líderes autocráticos centralizan el poder y la toma de decisiones en sí mismo. Determinan la situación global del trabajo para los empleados, quienes deben hacer tal y como se les ordena.

#### **2.5.4.1.2. Líderes democráticos**

En este caso, el jefe o líder considera la opinión de los empleados y entre todos toman una decisión.

Si los empleados conocen más sobre lo que se tiene que decidir, por estar más cerca que el jefe, entonces este los toma en cuenta y entre todos llegan a un acuerdo. A este tipo de jefe se le llama jefe democrático.

#### **2.5.5. Motivación**

La motivación es el impulso de una persona para entrar en acción, porque desea hacerlo para satisfacer sus necesidades. Es decir, consiste en ayudar al trabajador mediante una motivación para de esta manera desarrollar las actividades de una mejor manera.

##### **2.5.5.1. Teoría de la motivación**

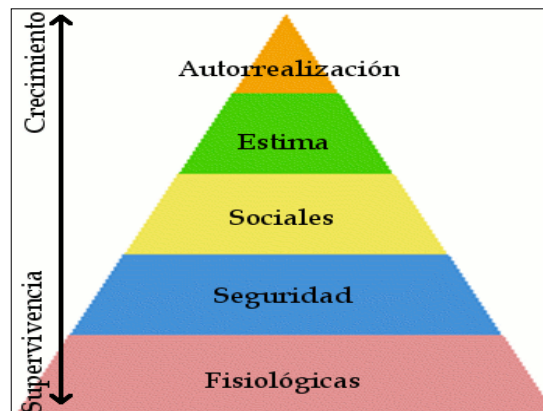
#### **Pirámide de las Jerarquías de las necesidades de Maslow**

Maslow señala que las necesidades pueden ser clasificadas en cinco áreas principales:

- Fisiológicas.
- De seguridad.
- De pertenencia social.
- De status.
- De autorrealización.

A medida que se satisfacen las necesidades de orden inferior surgen las de orden superior con mayor fuerza. En el nivel donde se hayan acumulado un mayor número de puntos se encuentran las necesidades de mayor importancia para la persona.

### Cuadro N° 5 Pirámide de las Necesidades de Maslow



Fuente: Investigación Bibliográfica  
Elaborado por: Gonzaga María / 2010

Según Abraham Maslow, todas las necesidades del ser humano están jerarquizadas de forma tal, que se van cubriendo desde aquellas orientadas hacia la supervivencia, hacia las que se orientan hacia el desarrollo. A medida que uno va satisfaciendo las necesidades de un nivel inferior, como muestra la pirámide, uno como persona aspira a satisfacer las necesidades del nivel superior, de esta manera se va creciendo como persona.

Las necesidades que uno ha de satisfacer son según su importancia, las fisiológicas, las de seguridad, las sociales o de pertenencia, las de estima y finalmente las de autorrealización.

## 2.6. Organización

“La organización consiste en asignar tareas, en agrupar las actividades en departamentos y en asignar la autoridad y los recursos en la organización<sup>7</sup>”.

Por lo tanto, la “Organización nos ayuda a un mejor desarrollo de las actividades de cada uno de los departamentos para cumplir las metas establecidas de las empresas”.

Así mismo, en las empresas es necesario organizar sus componentes como son: recursos humanos, económicos, materiales y tecnológicos.

**Cuadro N° 6**  
**Componentes de la Organización**



Fuente: Investigación Bibliográfica  
Elaborado por: Gonzaga María / 2010

### 2.6.1. Principios de la Organización

Hay nueve principios que dan la pauta para establecer una organización racional.

<sup>7</sup> Daft, Richard: Administración, Sexta Edición, Pág.7.

### **2.6.1.1 Del objetivo**

Este principio se refiere a que todas las actividades establecidas en la organización, las que deben estar relacionadas con los objetivos y propósitos de la empresa. Esto nos dice que la existencia de un puesto solo es justificable si sirve para alcanzar los objetivos establecidos y no se deben hacer gastos innecesarios en puestos que no contribuyen en nada a lograr los objetivos.

### **2.6.1.2. Especialización**

Este principio afirma que el trabajo de una persona debe limitarse, hasta donde sea posible, a la realización de una sola actividad. El trabajo se llevará a cabo más fácilmente si se subdivide en actividades claramente relacionadas y delimitadas. Mientras más específico y menor sea el campo de acción de un individuo, mayor será su eficiencia y destreza.

### **2.6.1.3. Jerarquía**

Este principio se refiere a la necesidad de establecer centros de autoridad de los que emane la comunicación necesaria para lograr los planes, en los cuales la autoridad y la responsabilidad fluyan en línea clara e ininterrumpida, desde el más alto ejecutivo hasta el nivel más bajo. Este principio establece que la organización es una jerarquía.

### **2.6.1.4. Paridad de autoridad y responsabilidad**

Esto se refiere a que a cada grado de responsabilidad debe corresponder al grado de autoridad necesario para cumplir dicha responsabilidad. Por ejemplo, no se le puede hacer responsable de un trabajo a una persona, sino se le otorga la autoridad para poder realizarlo; y de igual manera, no se le puede dar autoridad a

un empleado, sobre determinado trabajo, sino se le hace responsable por los resultados.

#### **2.6.1.5. Unidad de mando**

Este principio establece que al determinar un centro de autoridad y decisión para cada función, debe asignarse un solo jefe; y los subordinados no deberán reportar a más de un superior porque si el empleado recibe órdenes de más de un solo jefe, esto solo le ocasionara confusión, ineficiencia y fuga de responsabilidad.

#### **2.6.1.6. Difusión**

Este principio nos dice que las obligaciones de cada puesto que cubren autoridad y responsabilidad, deben publicarse y ponerse por escrito, a disposición de todos los miembros de la empresa que tengan relación con dicha autoridad y responsabilidad. Por otra parte la relación de labores no debe hacerse con demasiado detalle.

#### **2.6.1.7. Amplitud o tramo de control**

Debe haber un límite en cuanto al número de subordinados que deben reportar a un ejecutivo, de manera que este pueda realizar sus funciones con eficiencia. Lyndall Urwick dice que un gerente no debe ejercer autoridad directa a más de cinco o seis subordinados, con el fin de asegurar que no esté sobrecargado y pueda, en determinado momento, atender funciones de mayor importancia.

#### **2.6.1.8. De la Coordinación**

Siempre deberán mantenerse en equilibrio las unidades de una organización. El Administrador debe buscar el equilibrio adecuado en todas las funciones.



### **2.6.1.9. Continuidad**

La empresa debe mantenerse, mejorarse y ajustarse constantemente.

### **2.6.2. Etapas de la Organización**

**2.6.2.1. División del trabajo.-** Es la separación y delimitación de las actividades con el fin de realizar una función con la mayor precisión, eficiencia y mínimo de esfuerzo, dando lugar a la especialización y perfeccionamiento del trabajo.

**2.6.2.2. Jerarquización:** Se refiere a la disposición de funciones por orden de rango, grado o importancia.

**2.6.2.3. Departamentalización:** Es la división o agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas con base en su similitud.

### **2.6.3. Técnicas de organización**

#### **2.6.3.1. Organigramas**

Los organigramas son herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional, en los cuales se establecen las líneas de autoridad y responsabilidad, así como funciones y responsabilidades de cada miembro de la organización.

#### **2.6.3.2. Crecimiento Vertical y horizontal**

Existe crecimiento horizontal, cuando a medida que aumenta las funciones un jefe nombra nuevos auxiliares que dependen directamente de él. Por el contrario,

cuando considera que son ya muy numerosos los subordinados que tiene que supervisar, hace que dependa del solo dos o más, y a los demás los coloca bajo la supervisión inmediata de estos, entonces existe el crecimiento vertical.

Por consiguiente, el crecimiento horizontal implica el aumento de funciones o jefes, sin que aumenten los niveles; mientras que, el crecimiento vertical supone simultáneamente crecimiento de jefes, en niveles jerárquicos.

El crecimiento vertical tiene por inconveniente la lentitud e ineficacia de las comunicaciones. En efecto, toda orden para llegar a los niveles inferiores, tiene que pasar por todos los jefes de la escala jerárquica; lo que ocasiona la mayoría de las veces, demoro, malas interpretaciones y distorsión del contenido de la orden. Desde luego, el problema será tanto mayor, cuando más niveles existan. Por tanto, las limitaciones que tienen ambos crecimientos.

El crecimiento horizontal tiene el inconveniente de que aumenta la amplitud del control, esto es, recargo del trabajo ejecutivo, ineficiencia en la supervisión, retardo en la resolución de problemas, entre otros. Por tanto, los ejecutivos experimentados recomiendan el crecimiento horizontal hasta el momento en que el recargo de trabajo del jefe, la dificultad de atender a sus subordinados, o la acumulación de problemas, empieza a hacer necesario un nuevo nivel. Recién entonces, empezará el crecimiento vertical.

#### **2.6.4. Manuales.**

Son documentos detallados, que contienen en forma ordenada y sistemática, información acerca de la organización de la empresa y pueden ser: de políticas, departamentales, de bienvenida, de organización, de procedimientos, de contenido múltiple, de técnicas y de puestos.

## **Importancia de los manuales**

- Uniforman y controlan en el cumplimiento de funciones.
- Delimitan las actividades, responsabilidad y funciones.
- Aumenta la eficiencia de los empleados.
- Son una fuente de información, pues muestran la organización de la empresa.
- Ayudan a la coordinación y evitan la duplicidad y las fugas de responsabilidad.
- Son la base para el mejoramiento de los sistemas.
- Reduce costos al incrementar la eficiencia.

### **2.6.5. Análisis del puesto.**

Es una técnica pormenorizada de las labores que se desempeñan en una unidad de trabajo específica e impersonal, así como las características, conocimientos y aptitudes que debe poseer el personal que lo desempeña.

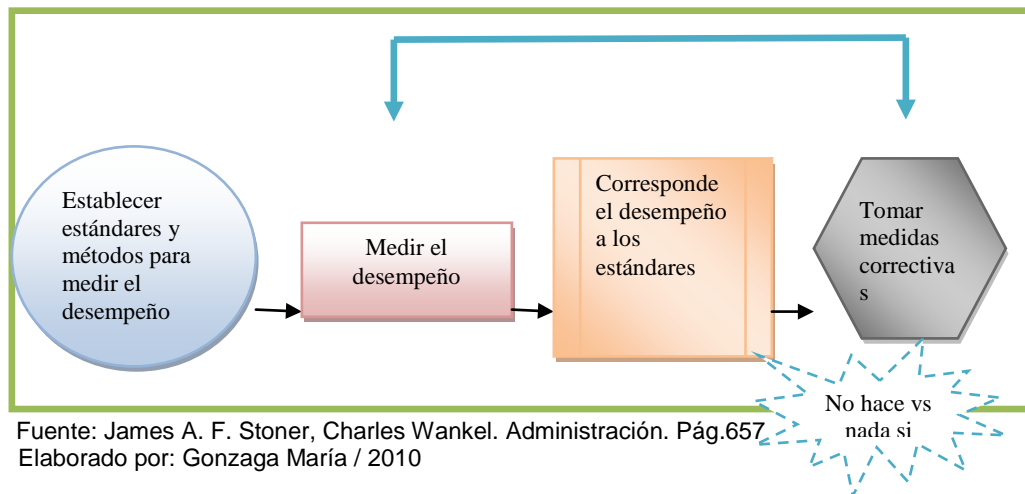
El análisis del puesto tiene como objetivos: mejorar los sistemas de trabajo, delimitar funciones y responsabilidades, evitar fugas de responsabilidad y autoridad, fundamentar programas de entrenamiento, retribuir adecuadamente al personal y mejorar la selección del personal.

## **2.7. Control**

El control administrativo es un esfuerzo sistemático para fijar niveles de desempeño con objetivos de planeación, para diseñar los sistemas de retroalimentación de la información, para comparar el desempeño real con esos niveles determinados de antemano, para determinar si hay desviaciones y medir su importancia y para tomar las medidas tendientes a garantizar que todos los

recursos de la empresa se utilicen en la forma más eficaz y eficiente posible en la obtención de los objetivos organizacionales<sup>8</sup>.

**Cuadro N° 7**  
**Pasos Básicos en el Proceso de Control**



El control es un proceso mediante el cual la administración se cerciora si lo que ocurre concuerda con lo que supuestamente debiera ocurrir, de lo contrario, será necesario que se hagan los ajustes o correcciones necesarios. Aquí en esta etapa del proceso administrativo se podrá evaluar el desempeño de los recursos que posee la empresa mediante la creación de estándares, normas y políticas que permitirán el cumplimiento de los objetivos planteados.

### 2.7.1. Tipos de control

Las técnicas y los sistemas de control como parte de la gestión empresarial día a día van desarrollando métodos eficientes para cumplir con su propósito, su metodología y aplicación están en función de las necesidades de información que

<sup>8</sup> James A. F. Stoner, Charles Wankel. Administración. Tercera edición. Editorial Prentice Hall, México, 1989, Pág. 657.

requiera la administración de él, con este propósito analizaremos el control concurrente, preventivo y posterior.

**2.7.1.1. Control posterior:** Una de las mayores incertidumbres de los administradores sin duda, es el de querer predecir si las acciones que se han emprendido en cada una de las funciones de la organización se ajustan a los planes, estrategias y políticas diseñadas con ese propósito. La realidad operativa generalmente nos lleva a encontrarlos al final del ciclo de operaciones con desviaciones en los resultados con relación a los estándares e indicadores de gestión fijados en la planeación de la empresa que generalmente miden el nivel de competitividad, eficiencia y eficacia, los mismos que pueden estar sobre, bajo o en el promedio del estándar.

**2.7.1.2. Control previo:** Este tipo de control permite a la organización anticipar acciones de carácter preventivo para garantizar los resultados futuros, constituye un elemento sustancial de la etapa del planeamiento y debe estar ligado a los indicadores o estándares de gestión previstos por la empresa. Para su implantación se requiere de administradores o técnicos con un amplio conocimiento, experiencia y pericia sobre el negocio y los factores internos y externos de la empresa; sin embargo, hay que considerar que de sobreestimar los niveles de control previo pueden incidir en los resultados de la empresa y consiguientemente en el logro de los objetivos.

**2.7.1.3. Control concurrente:** Sin duda sobre este tipo de control la administración ha puesto mayor énfasis, toda vez que la incertidumbre de las inversiones de la organización tiende a disminuir cuando el tramo de control es continuo y permanente. La planeación mira al control concurrente como una de los aspectos claves de su filosofía para el logro de resultados y cumplimiento de los objetivos y metas.

## **2.8. Estados Financieros**

Es la planeación de los recursos económicos para que su aplicación sea de la forma más óptima posible, además de investigar sobre las fuentes de financiamiento para la captación de recursos cuando la empresa tenga necesidades de los mismos, busca la reducción de la incertidumbre de la inversión, todo esto con la finalidad de obtener las máximas utilidades por acción o la rentabilidad de una empresa<sup>9</sup>.

### **2.8.1.1. Estado de Situación Inicial**

Es un informe contable que presenta en forma ordenada y sistemáticamente las cuentas del activo, pasivo y patrimonio; determina la posición financiera de la empresa en un momento dado, puede también ser identificado con las siguientes definiciones: Estado de Situación Financiera, Balance General o Estado de Activos, Pasivos y Patrimonio.

Cuando mencionamos los activos nos referimos a lo que pertenece a la organización, estos activos pueden ser corrientes, fijos y otros activos. A diferencia de los pasivos, son las obligaciones que tiene la empresa hacia terceros, tenemos pasivos a corto y largo plazo.

Por último, dentro de esta organización encontramos el capital que es la diferencia del activo versus el pasivo. Si trataríamos de comprar una empresa el precio de esta sería el capital social.

---

<sup>9</sup> [www.mitecnologico.com/.../ConceptoDefinicionFuncionFinanciera](http://www.mitecnologico.com/.../ConceptoDefinicionFuncionFinanciera) -

### **2.8.1.2 Balance de Resultados**

“El estado de resultados constituye un resumen de ingresos y gastos a través de un determinado periodo de tiempo y es el segundo tipo de estado financiero necesario para llevar a cabo la función de control”<sup>10</sup>.

También este informe muestra los efectos de las operaciones económicas de la empresa, así como sus resultados finales, los mismos que obedecerán a la relación de ingresos y gastos. Adicionalmente, deberá reflejar los hechos económicos más significativos que originaron un aumento o disminución significativa en el patrimonio de la empresa.

### **2.8.3. Rentabilidad**

“Es alcanzar un beneficio como consecuencia del trabajo bien hecho”<sup>11</sup>. Una empresa es rentable económicamente solo si su beneficio es mayor que el que los inversionistas pueden lograr por sí mismo en los mercados de capital.

#### **2.8.3.1. Indicadores de Rentabilidad**

Sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total).

---

<sup>10</sup> HARGADON B, Muñera A. Principios de Contabilidad. Pág. 154.

<sup>11</sup> Marketing y Ventas. Ediciones Didácticas Multimedia, Madrid – España, CD. Capítulo 1 (Los conceptos básicos del marketing). Tema 1 (necesidades, deseos y demandas. Pág. 5

### 2.8.3.2. Rentabilidad neta del activo (Dupont)

Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como “**Sistema Dupont**”, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio.

### 2.8.3.3. Margen Bruto

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

### 2.8.3.4. Margen Operacional

El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiada.



### **2.8.3.5. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto).**

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes. La inconveniencia de estos últimos se deriva del hecho que este tipo de ingresos tienden a ser inestables o esporádicos y no reflejan la rentabilidad propia del negocio.

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

### **2.8.3.6. Rentabilidad Operacional del Patrimonio**

La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que le ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.

$$\text{Rentabilidad Operacional del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

### **2.8.3.7. Rentabilidad Financiera**

La rentabilidad financiera se constituye en un indicador sumamente importante, pues mide el beneficio neto (deducidos los gastos financieros, impuestos y

participación de trabajadores) generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Refleja además, las expectativas de los accionistas o socios, que suelen estar representadas por el denominado costo de oportunidad, que indica la rentabilidad que dejan de percibir en lugar de optar por otras alternativas de inversiones de riesgo.

#### **2.8.4. Utilidad**

“Término genérico aplicado al excedente de ingreso productivo o precio de venta, sobre los costos correspondientes, cualquier beneficio pecuniario procedente de una operación comercial, de la práctica de una profesión, o de una o más transacciones individuales, llevados al cabo por cualquier persona, va usualmente precedido de una palabra o frase que lo califica y que significa la inclusión de los gastos o costos correlativos”<sup>12</sup>.

#### **2.8.5. Solvencia**

Condición existente cuando el importe de las obligaciones a pagar es inferior a la suma de los activos; capacidad de pago de deudas.<sup>13</sup>

#### **2.8.6. Administración del capital de trabajo**

Los conceptos principales del capital de trabajo son dos: El capital de trabajo neto y el capital de trabajo bruto. Cuando los contadores usan el término capital de trabajo, por lo general se refieren al capital de trabajo neto, que es la diferencia en dólares entre el activo y el pasivo circulantes.

---

<sup>12</sup> Kohler. Diccionario para Contadores. Editorial Limusa. México. Pág. 520. Año 1994.

<sup>13</sup> J. M. Rosenberg. Diccionario de Administración y Finanzas. Edición original Wiley John y Sons, Inc. Pág. 392

Es una medida del grado en que las empresas están protegidas contra problemas de liquidez. Sin embargo, desde un punto de vista administrativo, no tiene mucho sentido tratar de manejar una diferencia neta entre el activo y el pasivo circulantes, sobre todo cuando dicha diferencia varía de manera continua.

### **Políticas de la administración del capital del trabajo**

El capital de trabajo se refiere a los activos circulantes, es la inversión que una empresa hace en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, inventarios y cuentas por cobrar).

El capital de trabajo neto son los activos circulantes menos los pasivos circulantes. La razón circulante se calcula dividiendo los activos circulantes entre los pasivos circulantes y mide la liquidez de una empresa.

La razón rápida o prueba del ácido, mide la liquidez y se obtiene restando los inventarios (menos líquidos) de los activos circulantes y dividiendo entre los activos circulantes. El más amplio panorama de liquidez lo muestra el presupuesto de efectivo, ya que pronostica los flujos de entrada y salida de efectivo, centrándose en la capacidad de la empresa de satisfacer sus flujos de salida.

La política de capital de trabajo hace referencia a:

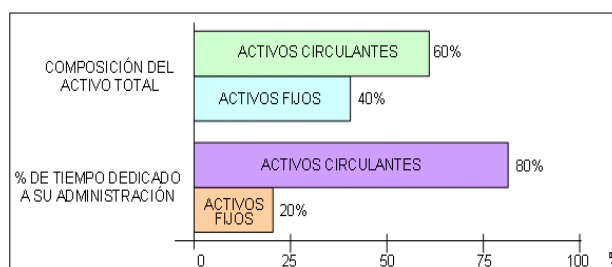
- 1) Los niveles fijados como meta para cada categoría de activos circulantes.
- 2) La forma en que se financiarán los activos circulantes.

#### **2.8.7. Administración del activo circulante**

Normalmente en las empresas comerciales, a menos que estén sean de gran magnitud industrial, el activo circulante representa entre el 60% y el 80% del activo

total y en consecuencia consumen más del 80% del tiempo de la gerencia de activos. Un gráfico "casi real" es el siguiente:

**Cuadro N° 8**  
**Administración del activo circulante**



Fuente: Investigación Bibliográfica  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Por lo tanto requieren atención a diario (ventas a contado, pagos, depósitos, transferencias, pagos de gastos, salarios, ventas a créditos, entre otros.), pueden ser difícil de automatizar, mecanizar o delegar, aparte de que el nivel de los activos circulantes es volátil (condiciones de la empresa siempre cambian), y ninguna empresa puede prescindir de los activos circulantes.

### **Costos por administrar inadecuadamente los activos circulantes**

La tarea del gerente financiero es encontrar el punto óptimo de activos circulantes, en el cual hay activo suficiente, pero no demasiado. Se incurren en costos de igual manera si el negocio mantiene insuficiente activo como si mantiene demasiado activo circulante.

### Cuadro N° 9

#### COSTOS INCURRIDOS POR TENER POCO O MUCHO ACTIVO

ACTIVO	ALTENER POCO DEL ACTIVO	ALTENER MUCHO DELACTIVO
EFFECTIVO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incapacidad de pagar cuentas, inclusive a sus propios empleados, problemas con sus acreedores y suministradores.</li> <li>2. Pérdidas de oportunidades de inversión por falta de liquidez.</li> <li>3. Incapacidad de afrontar emergencias financieras.</li> </ol>	Efectivo ocioso; se deja de percibir rendimiento sobre el recurso financiero.
CUENTAS POR COBRAR	Pérdida de ventas por no otorgar crédito	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuentas malas.</li> <li>2. Altos costos de administración de cuentas por cobrar.</li> <li>3. Altos costos de cobranza de cuentas por cobrar.</li> <li>4. Mucho capital inmovilizado en cuentas por cobrar.</li> </ol>
INVENTARIOS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pérdida de ventas inmediatas por no tener la mercancía.</li> <li>2. Creación de mala fama comercial, de "no tener nada".</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Altos costos de mantenimiento del <i>stock</i></li> <li>2. Pérdidas por obsolescencia y deterioro de mercancía.</li> <li>3. Mucho capital inmovilizado.</li> </ol>

Fuente: Investigación Bibliográfica.

Elaborado por: Gonzaga María / 2011.

#### 2.8.8. Administración de los Inventarios

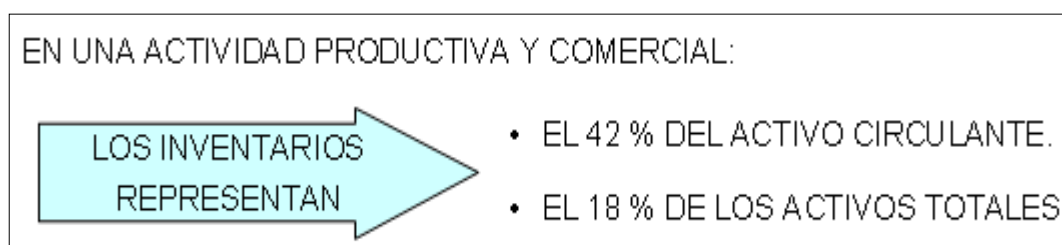
La administración de los inventarios de forma eficiente tiene su base en los siguientes postulados:

- Maximizar la ganancia neta por concepto de inventarios, lo cual significa lograr el nivel óptimo de este activo.
- Minimizar los costos, lo cual significa lograr el nivel óptimo de inventarios, para reducir al mínimo los costos asociados con ellos.

De igual forma la administración de los inventarios, al igual que el efectivo y las cuentas por cobrar, exige la aplicación del principio, como activo circulante que es, "ni poco ni mucho", por las razones dadas anteriormente, y por lo siguiente:

### Cuadro N° 10

#### Administración de los Inventarios



Fuente: Investigación Bibliográfica  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

En cuanto a la administración de los inventarios, cada uno de los gerentes de una empresa piensa de forma distinta, es así como el gerente de comercialización, el gerente de producción, el gerente de compras y el administrador financiero, tienen concepciones deferentes acerca del inventario, tal como se expone a continuación:

### Cuadro N° 11

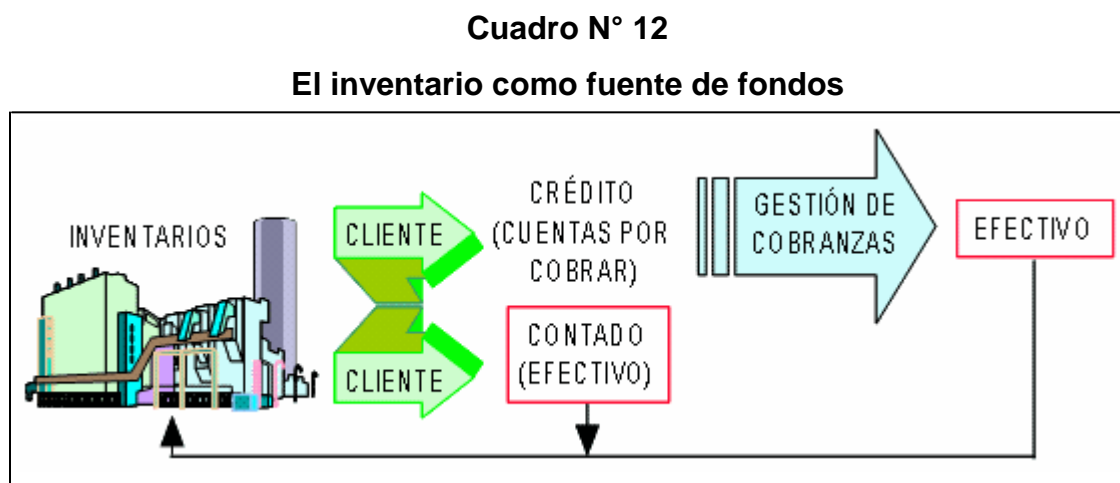
#### Punto de Vista Respecto Al Inventario



Fuente: Investigación Bibliográfica  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### 2.8.9. El Inventario Como Fuente de Fondos

El nivel y la administración del inventario, las cuentas por cobrar y el efectivo están estrechamente ligados, en un ciclo que se representa a continuación:



Fuente: Investigación Bibliográfica  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

La velocidad de transformación del inventario en efectivo dependerá de:

- La gestión de comercialización para colocar el producto.
- De las políticas de crédito (normas y condiciones).
- De la gestión de cobranzas.

Normalmente el costo de mantener un artículo en inventario es mayor que el costo de tenerlo en una cuenta por cobrar, sin embargo al tomar la decisión de utilizar ese inventario como fuente de fondos, cuando se va a dar a crédito, es importante tener en cuenta lo expuesto que el inventario va a estar y considerarlo en la administración de las cuentas por cobrar.

## CAPÍTULO III METODOLOGÍA

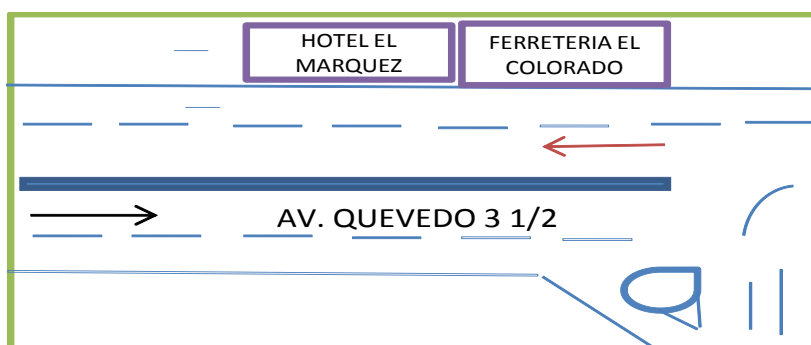
### 3.1. Antecedentes Ferretería El Colorado

La Ferretería El Colorado inicia su actividad económica en el año de 1967, es una empresa dedicada a la comercialización de artículos y materiales para la construcción y acabados, entre otros. Siendo su Gerente Propietario la Sra. Yeny López, toma la iniciativa de crear la microempresa para aportar al desarrollo de la ciudad de Santo Domingo y sus zonas de influencia entregando servicios y productos garantizados. Debido al constante crecimiento de la demanda y oferta, la organización no tiene conocimiento requerido para satisfacer dichas necesidades tanto institucionales como de los clientes.

### 3.2. Ubicación geográfica

La Ferretería El Colorado se encuentra ubicada en la ciudad de Santo Domingo, en la Avenida Quevedo Kilometro 3 ½ y Bypass Chone.

**Cuadro N° 13**  
**Localización del proyecto**



Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2010



### **3.3. Análisis Organizacional**

#### **3.3.1. Realidad interna del área administrativa**

##### **3.3.1.1. Misión**

Desde el inicio de sus actividades Ferretería El Colorado no tiene establecida una Misión. Ya que para la empresa mediante la aplicación de la misma nos ayudaría a saber cuál es la razón de la organización y de esta manera definir para que estamos en el mercado laboral en la venta de materiales para la construcción.

##### **3.3.1.2. Visión**

Ferretería El Colorado no tiene establecida la visión lo cual ayudaría a una exposición clara que indique hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

##### **3.3.1.3. Valores Corporativos**

La empresa no cuenta con valores corporativos que ayuden a tener una identidad que ayude a un mejor desenvolvimiento laboral.

##### **3.3.1.4. Objetivos**

Los objetivos son esenciales para el éxito de una empresa, ya que estos nos ayudan a establecer un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa requerimiento que la Ferretería El Colorado no posee

### 3.3.1.5. Manual de funciones

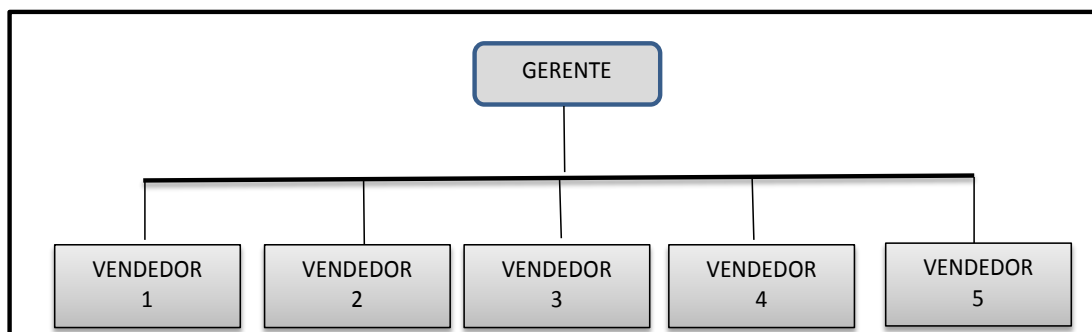
La empresa no cuenta con un manual de funciones que ayude a delimitar las responsabilidades y funciones de los empleados, ya que con esto se evitaría funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdida de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa.

### 3.3.1.6. Organigrama estructural

En la actualidad la empresa no cuenta con un organigrama ya que la microempresa se maneja empíricamente. Cabe señalar que lo único establecido es el cargo del Gerente Propietario que tiene la Ferretería EL COLORADO ya que es la única persona que busca el bienestar institucional.

Por lo tanto, se presenta el organigrama establecido en la actualidad donde los colaboradores desempeñan sus funciones en base a las necesidades que se presentan, este esquema está basado a lo que se aprecia dentro de la organización lo cual no permite un mejor desenvolvimiento laboral.

**Cuadro N° 14**  
**Organigrama Estructural**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### 3.4. Análisis FODA

Mediante la aplicación del FODA se tomará en cuenta las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la situación real de la empresa.

**Cuadro N° 15**  
**Matriz Axiológica de Factores Internos y Externos**

FACTORES	DEBILIDADES					FORTALEZAS				
	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
El local es propio										4
La credibilidad de la empresa es reconocida								3		
No existe una selección apropiada del personal		-4								
Control de los registros contables deficiente			-3							
Los gastos se manejan empíricamente			-3							
Carencia de manual de funciones		-4								
No posee un organigrama estructural			-3							
El establecimiento se maneja con recursos propios								3		
Calidad de productos									4	
	AMENAZAS					OPORTUNIDADES				
Posecionamiento de la competencia		-4								
Nuevos nichos de mercado							2			
Posecionamiento en el mercado comercial								3		
Crecimiento de la población									4	
Incremento de índices delincuencia		-4								
Ausencia de fuentes de financiamiento			-3							
Incremento de la inflación		-4								

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**Cuadro N° 16**  
**Matriz FODA Ferretería El**  
**Colorado**

INTERNA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Local propio	Mano de obra no calificada
Credibilidad comercial	Registros contables deficientes
Recurso Financiero propio	Gastos manejados empíricamente
Calidad de los productos	Carencia de un manual de funciones
	No posee un organigrama estructural
EXTERNA	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Nuevos nichos de mercado	Elevada competencia
Posicionamiento en el mercado	Inseguridad social
Crecimiento de la demanda	Ausencia de fuentes de financiamiento

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **3.5. Realidad interna de Área Financiera**

#### **3.5.1 Balance General**

La Ferretería El Colorado lleva una contabilidad simplificada, lo cual no permite tener en forma ordenada y sistemática los activos, pasivos y patrimonio que la empresa posee.

#### **3.5.2 Balance de Resultados**

La empresa no tiene registros contables que ayuden a determinar si el negocio es rentable o no, ya que mediante la aplicación del estado de resultados se mide la calidad de la gestión, nos ayuda a llevar un control de los gastos y de las deudas

que demandan la empresa, así mismo tomar decisiones gerenciales que nos ayudan a evaluar los aciertos y desaciertos del Gerente.

- **Plan de Cuentas**

La empresa no cuenta con un plan de cuentas, ya que este se estructura de acuerdo a las necesidades de información presentes y futuras de la empresa y esta se elabora luego de un estudio previo que permita conocer sus metas, particularidades y políticas.

### **3.6. Estudio de Mercado**

La siguiente investigación tiene como objetivo recabar información para llevar un análisis administrativo y financiero el que permitirá establecer la situación real de la empresa, para proponer alternativas de desarrollo institucional.

#### **3.6.1. Encuestas aplicadas a los Empleados de la Ferretería El Colorado**

Las encuestas realizadas a los 5 empleados de Ferretería El Colorado son:

## 1. ¿La empresa cuenta con una misión?

### Cuadro N° 17

#### La empresa cuenta con una misión

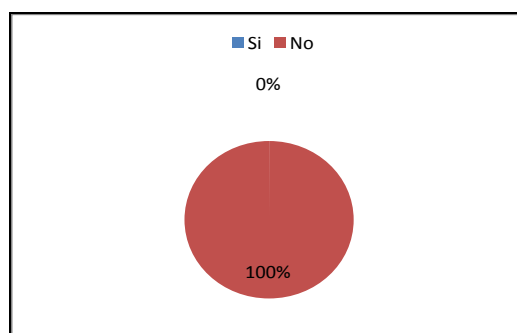
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	5	100%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### Gráfico N° 1

#### La Empresa Cuenta con una Misión



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### Análisis:

El 100% del personal que labora en la empresa afirma que no tiene una misión la empresa.

## 2. ¿Conoce usted de la visión de la empresa?

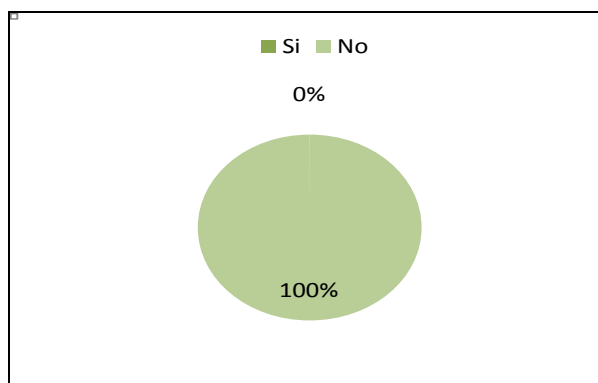
**Cuadro N° 18**  
**Conoce usted de la visión de la empresa**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	5	100%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 2**  
**Conoce usted de la visión de la empresa**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **Análisis:**

El personal de la empresa no conoce la visión de la empresa, ya que no conocen cuál es su objetivo a largo plazo.

### 3. ¿La empresa cuenta con un organigrama institucional?

**Cuadro N° 19**

**La empresa cuenta con un organigrama institucional**

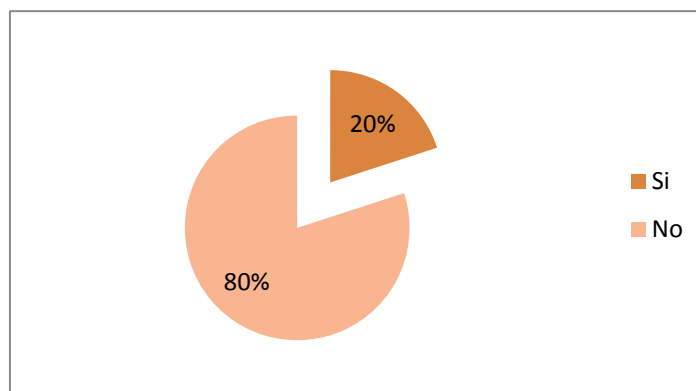
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 3**

**La empresa cuenta con un organigrama institucional**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### **Análisis:**

De las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa, el 20% si conoce el diseño organizacional de la institucional y, 80% no conocen de la existencia y desconocen el tema.



#### 4. ¿Usted conoce el Manual de Funciones de la Ferretería El Colorado?

**Cuadro N° 20**

#### Usted conoce el manual de funciones de la Ferretería El Colorado

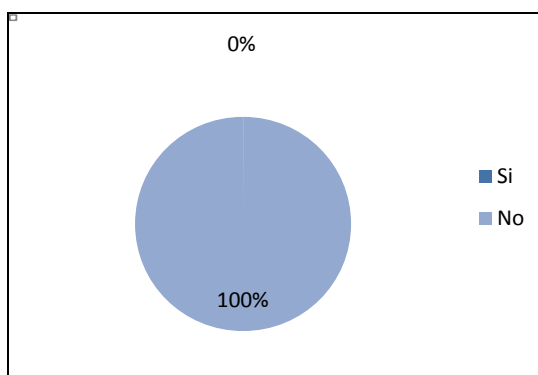
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	5	100%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 4**

#### Usted conoce el manual de funciones de la Ferretería El Colorado



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### **Análisis:**

El 100% de las encuestas realizadas a los empleados de la empresa no conocen la existencia de un manual de funciones, cuya respuesta la han contestado con seguridad y desconocen la terminología Manual de funciones.

5. ¿Ha recibido usted capacitaciones durante el tiempo que está laborando en la Ferretería?

**Cuadro N° 21**

**Ha recibido capacitaciones durante el tiempo que está laborando en la Ferretería**

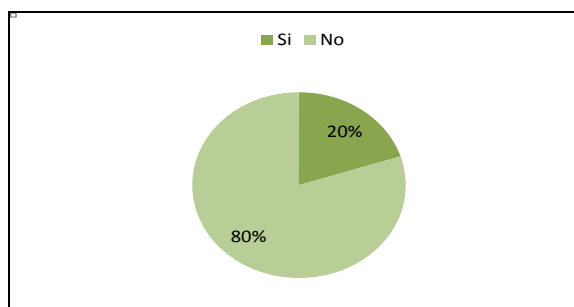
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 5**

**Ha recibido capacitaciones durante el tiempo que está laborando en la Ferretería**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **Análisis:**

El 20% de los empleados manifestaron que ha recibido capacitaciones durante el tiempo que lleva laborando, mientras que el 80% afirma que no ha recibido capacitaciones.

## 6. ¿Cómo son sus relaciones obrero - patronales?

**Cuadro N° 22**

### **Cómo son sus relaciones Obrero – Patronales**

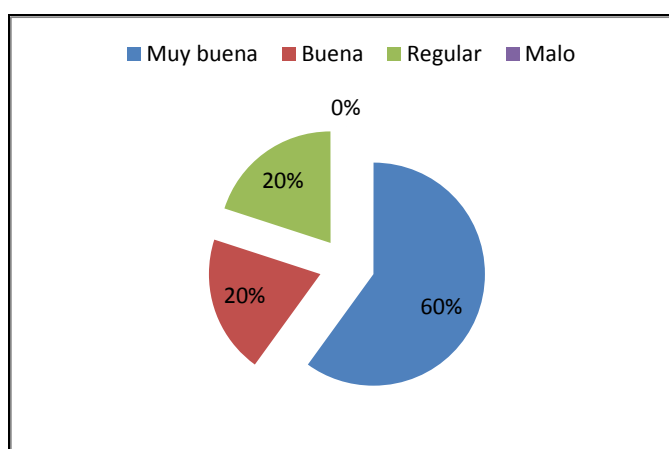
<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy buena	3	60%
Buena	1	20%
Regular	1	20%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 6**

### **Cómo son sus relaciones obrero - patronales**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **Análisis:**

Del 100% de los empleados encuestados, el 60% afirma que las relaciones de empleado y empleador son muy buenas, el 20% opina que son buenas, mientras que un 20% manifiesta que su relación es regular.

## 7. ¿El ambiente de trabajo que usted se desenvuelve es?

**Cuadro N° 23**

### El ambiente de trabajo que usted se desenvuelve

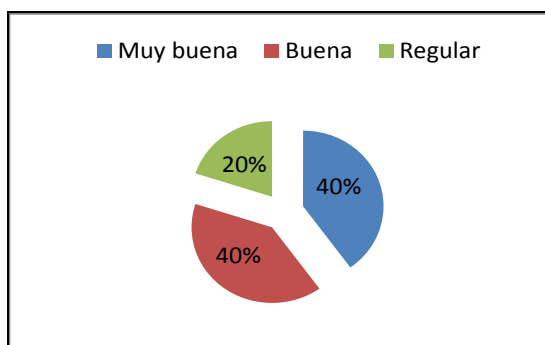
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	2	40%
Buena	2	40%
Regular	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 7**

### El ambiente de trabajo que usted se desenvuelve



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### Análisis:

Del 100% de las encuestas realizadas a los empleados, el 40% afirman que el ambiente de trabajo es muy bueno, el 40% opina que es buena y el 20% en cambio que el ambiente que se desenvuelve dentro de la organización es regular.

### 3.6.2. Encuesta dirigida a los clientes de Ferretería El Colorado

Para el presente estudio de mercado se procedió a encuestar a un total de 86 clientes con la finalidad de conocer las opiniones y sugerencias sobre distintos ámbitos a mejorar para la organización.

#### 1. ¿La atención al cliente en la Ferretería El Colorado es?

**Cuadro N° 24**

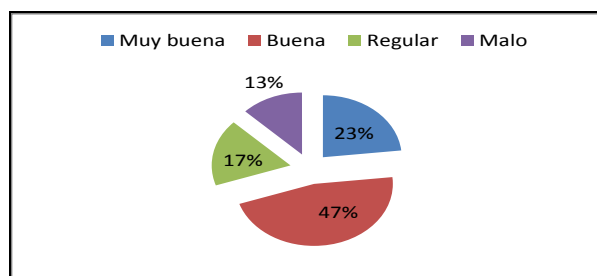
#### La atención al cliente en la Ferretería El Colorado

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	20	23%
Buena	40	47%
Regular	15	17%
Malo	11	13%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 8**

#### La atención al cliente en la Ferretería El Colorado



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### Análisis:

Del 100% de clientes encuestados, el 23% opina que la atención al personal es muy buena, en cambio un 47% considera que es buena; mientras que el 17% indica que la atención es regular; el 13% opina que el servicio es malo.

2. ¿Qué opina usted de la variedad y calidad de los productos que ofrece la Ferretería El Colorado?

**Cuadro N° 25**

**Qué opina usted de la variedad y calidad de los productos que ofrece la Ferretería El Colorado**

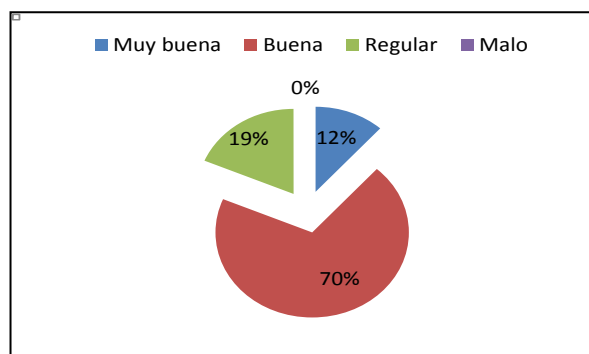
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Muy buena	10	12%
Buena	60	70%
Regular	16	19%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 9**

**Qué opina usted de la variedad y calidad de los productos que ofrece la Ferretería El Colorado**



Fuentes: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **Análisis:**

El 12% de los clientes encuestados manifiesta que la variedad y calidad de los productos es muy buena, el 70% opina que es buena, en cambio el 19% afirma que es regular.

**3. ¿Considera usted que las instalaciones de Ferretería El Colorado son lo suficientemente adecuadas?**

**Cuadro N° 26**

**Considera usted que las instalaciones de Ferretería El Colorado son lo suficientemente adecuadas**

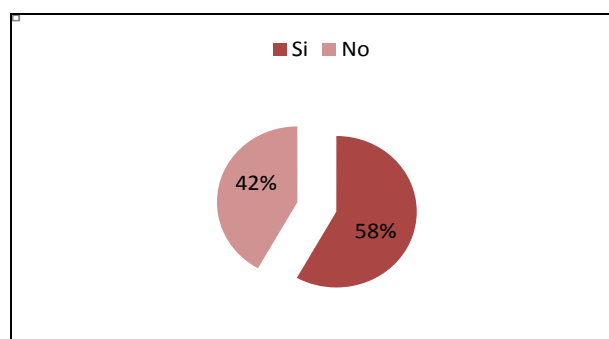
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	50	58%
No	36	42%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 10**

**Considera usted que las instalaciones de Ferretería El Colorado son lo suficientemente adecuadas**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**Análisis:**

Del 100% de encuestados, el 58% de los clientes consideran que las instalaciones son adecuadas, el 42% opina que sus instalaciones no son propias para la atención y servicio que la Ferretería El Colorado.

#### 4. ¿Los precios de los Productos en la Ferretería El Colorado son?

**Cuadro N° 27**

#### Los precios de los Productos en la Ferretería El Colorado

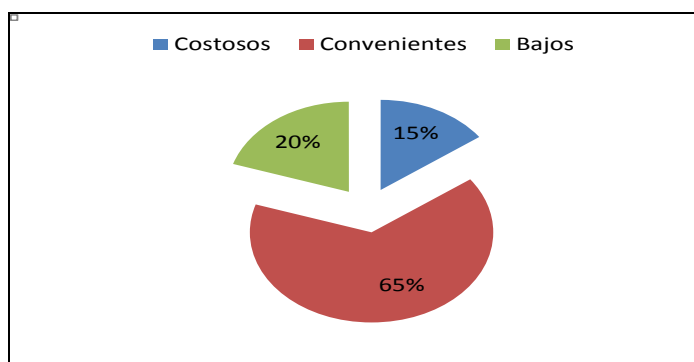
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Costosos	42	15%
Convenientes	30	65%
Bajos	14	20%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 11**

#### Los precios de los Productos en la Ferretería El Colorado



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### **Análisis:**

Del 100% de los clientes encuestados, el 15% manifiesta que los precios de los productos son costosos, el 65% asegura que son convenientes, mientras que el 20% afirma que los precios son bajos



5. ¿Considera que la Ferretería debería implementar más variedad de productos?

**Cuadro N° 28**

**Considera que la Ferretería debería implementar más variedad de productos**

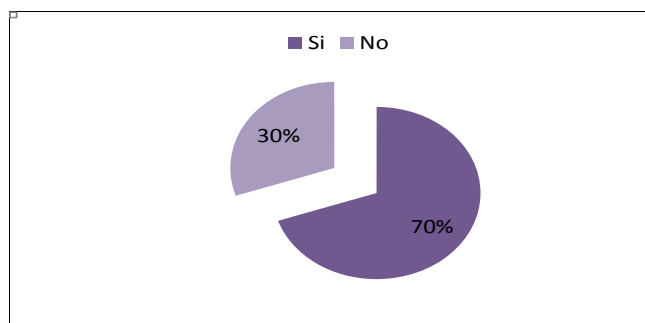
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	60	70%
No	26	30%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 12**

**Considera que la Ferretería debería implementar más variedad de productos**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **Análisis:**

El 70% de encuestados opina que se debería implementar más variedad de productos, a diferencia del 30% que afirma que no, por lo que es necesario incrementar nueva líneas relacionadas con la actividad a que se dedica.

### 3.6.3. Encuesta realizada a la Propietaria de Ferretería El Colorado

#### 1. ¿Lleva en la empresa un control Administrativo y Financiero?

**Cuadro N° 29**

#### Lleva en la empresa un control Administrativo y Financiero

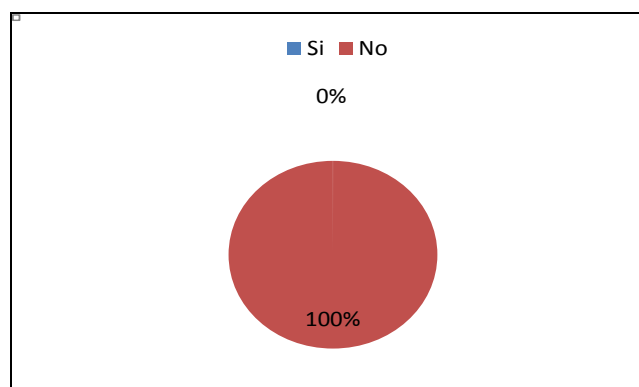
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 13**

#### Lleva en la empresa un control Administrativo y Financiero



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### **Análisis:**

La Ferretería El Colorado es una empresa que se dedica a la venta de materiales para la construcción y herramientas, en la cual la propietaria manifestó que la empresa no cuenta con un control Administrativo y Financiero, lo que conlleva a que se maneje empíricamente la organización sin una debida planificación, dirección, organización y control de sus actividades y registros contables.

## 2. ¿Usted ha capacitado al personal que labora en la empresa?

**Cuadro N° 30**

**Usted ha capacitado al personal que labora en la empresa**

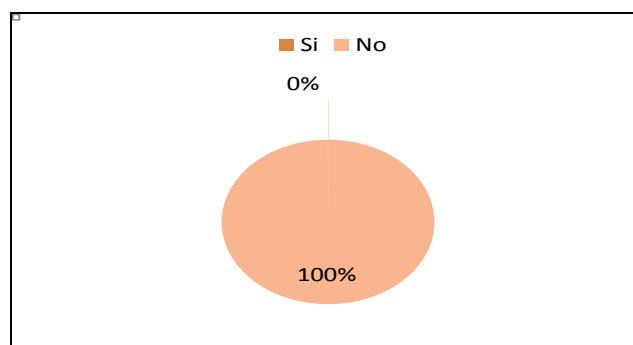
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 14**

**Usted ha capacitado al personal que labora en la empresa**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **Análisis:**

El personal operativo ha manifestado que no ha realizado capacitaciones por el costo que ella influye, y que el personal que labora ahí tiende a buscar otras fuentes de empleo por lo que no cuenta con empleados fijos.

### 3. ¿Cuenta la empresa con una misión?

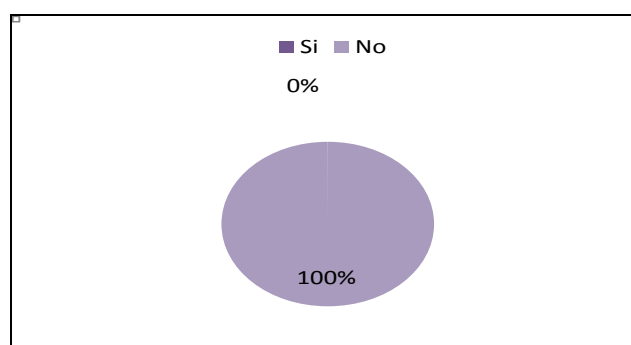
**Cuadro N° 31**  
**Cuenta la empresa con una misión**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 15**  
**Cuenta la empresa con una misión**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### **Análisis:**

La propietaria afirma que la organización no tiene establecida la razón de ser de la empresa, lo claro que tiene es que esta en el mercado laboral para ser competitivo y brindar una buena atención al cliente.

#### 4. ¿La Ferrería El Colorado tiene estructurada la visión?

**Cuadro N° 32**

**La Ferrería El Colorado tiene estructurada la visión**

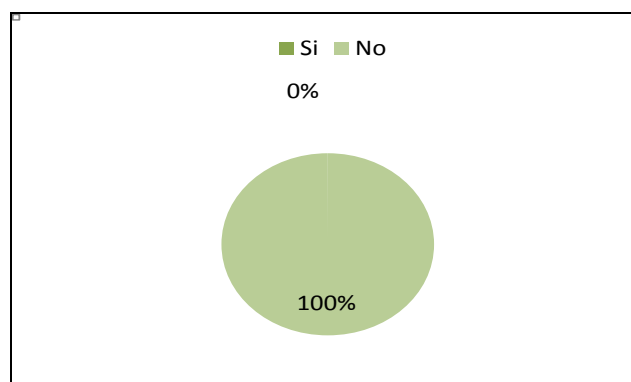
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 16**

**La Ferrería El Colorado tiene estructurada la visión**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### **Análisis:**

Nos manifestó que la organización no cuenta con una visión, puesto que la administración la lleva empíricamente.

## 5. ¿Cuenta la empresa con un manual de funciones?

**Cuadro N° 33**

### Cuenta la empresa con un manual de funciones

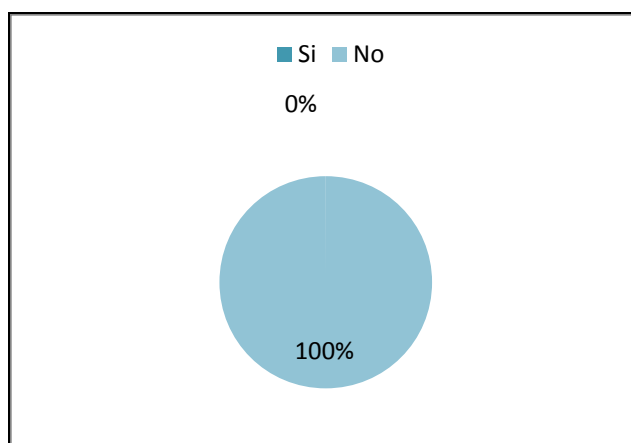
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 17**

### Cuenta la empresa con un manual de funciones



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### Análisis:

En otro punto de la encuesta también se consultó sobre si existía un manual de funciones para los empleados nos manifestó que no posee la organización, lo que hace que no sepan las funciones de cada una de los colaboradores dentro de la empresa.

## 6. ¿Lleva registros contables la empresa Ferretería El Colorado?

**Cuadro N° 34**

### Lleva registros contables la empresa Ferretería El Colorado

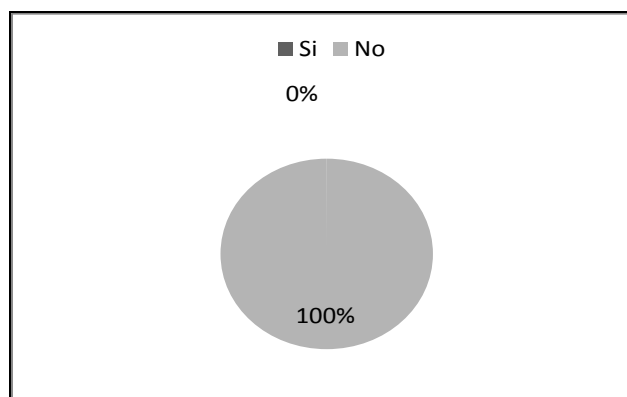
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 18**

### Lleva registros contables la empresa Ferretería El Colorado



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### Análisis:

La Ferretería El Colorado no lleva un control de sus registros contables lo cual no permite a la propietaria, tomar decisiones idóneas en base a las necesidades que requiere la empresa.

## 7. ¿A su criterio que registros contables debe realizar una empresa?

**Cuadro N° 35**

### A su criterio que registros contables debe realizar una empresa

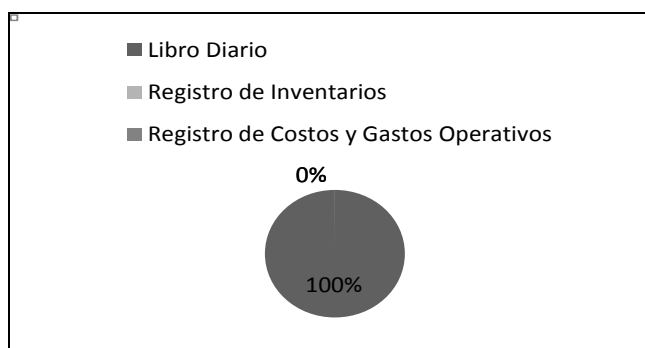
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Libro Diario	1	1%
Registro de Inventarios	0	0%
Registro de Costos y Gastos Operativos	0	0%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 19**

### A su criterio que registros contables debe realizar una empresa



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### Análisis:

La Gerente ha manifestado que lo más importante es el libro diario ya que se realiza el registro de lo que compra y vende en una empresa.

Pero cabe señalar que todos los registros son importantes porque ayudan a determinar la situación económica de la empresa para de esta manera llevar un control financiero de la misma.



## 8. ¿Cuenta con un sistema informático contable en el área financiero?

**Cuadro N° 36**

### Cuenta con un sistema informático contable en el área financiera

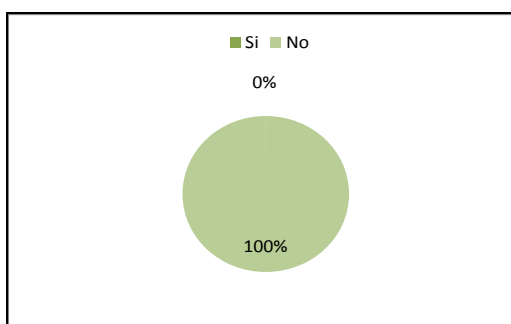
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	1	100%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**GRÁFICO N° 20**

### Cuenta con un sistema informático contable en el área financiera



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### Análisis:

La empresa no cuenta con un sistema informático contable que nos facilite el registro contable de las diferentes transacciones que se desarrollan en la Ferretería El Colorado.

#### **3.6.4. Diagnóstico de encuestas dirigidas hacia los empleados de Ferretería El Colorado**

Las conclusiones del estudio de mercado realizado a los empleados de la Ferretería El Colorado son las siguientes:

Los trabajadores de la Ferretería El Colorado no tiene conocimiento de la misión, visión y objetivos de la empresa esto hace que afecte el crecimiento de la organización, por otra parte, los empleados no conocen sus funciones o obligaciones que deben realizar dentro de su jornada de trabajo lo que ocasiona que realicen varias actividades a la vez como atención al cliente, facturación, despacho, perchar productos, debido a que no están establecidas las funciones en base a los requerimientos de la empresa. Ferretería El Colorado no ha capacitado a los colaboradores internos lo que hace que desempeñen su trabajo sin una adecuada motivación.

#### **3.6.5. Diagnóstico de encuestas dirigidas hacia los clientes de Ferretería El Colorado**

Se logró determinar que la atención del personal de la Ferretería El Colorado es aceptable pero aun no cumple las expectativas del cliente, debido a que no existe un adecuado entrenamiento a los vendedores sobre atención y servicio a los clientes.

Por consiguiente, se debería implementar más productos para de esta manera mantener y captar nuevos clientes, y no se obligue al usuario a buscar nuevos locales donde adquirir sus productos.

### **3.6.6. Diagnóstico de la encuesta dirigida a la Ferretería El Colorado**

Los resultados obtenidos de la encuesta dirigida a la propietaria de Ferretería El Colorado, se logró conocer que no cuenta con un control administrativo y financiero; es decir, su administración es empírica, lo que no permite que la empresa pueda desarrollarse en base a un plan de acción establecido por objetivos y estrategias alcanzables, diseñadas o apegadas a los requerimientos del mercado.

También se podría decir que la organización se desenvuelve en un ambiente laboral agradable; pero se ha descuidado de capacitar al personal, igualmente la Ferretería El Colorado no cuenta con un manual de funciones que ayude a establecer las funciones y responsabilidades a cumplir por cada uno de sus colaboradores, así mismo no se tiene establecido un organigrama estructural, en donde se determine el grado de responsabilidad que tiene en la organización. Finalmente cabe destacar que no se lleva un registro contable que nos ayude a determinar la situación económica real de la empresa, lo que no permite aprovechar las ventajas económicas generadas por esta actividad comercial.

## **CAPÍTULO IV**

### **MODELO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA FERRETERÍA “EL COLORADO”**

La propuesta del modelo administrativo y financiero para incrementar la rentabilidad de la microempresa Ferretería El Colorado tiene como objetivo:

- Diseñar un modelo de gestión Administrativa y Financieros.
- Diseñar una estructura organizacional y funcional.
- Integrar la capacitación continua como una prioridad básica organizacional.
- Desarrollar un análisis financiero acorde a las necesidades de la empresa.
- Determinar con exactitud los costos y gastos operativos.
- Proporcionar información oportuna al propietario para toma decisiones.

A continuación se menciona la propuesta de la misión, visión, valores corporativos, políticas corporativas y motivación para la Ferretería El Colorado que son las siguientes.

#### **4.1. Misión**

Brindar servicios y productos de calidad a clientes y público en general, a través del mejoramiento continuo, ofreciendo atención capacitada y comprometida con el desarrollo de la comunidad y la organización.

#### **4.2. Visión**

Ser una empresa de reconocimiento en el mercado local y nacional, donde se ofrezcan productos y servicios de calidad, con mejoramiento continuo en todas las actividades empresariales.

### 4.3. Valores Corporativos

- **Honestidad**

Proceder con honradez e integridad en nuestras actividades diarias, buscando ser ejemplo para los demás, para de esta manera corresponder a la confianza que la empresa ha depositado en nosotros, observando una conducta leal y honorable en nuestras actividades cotidianas.

- **Profesionalismo**

El profesionalismo comprende la responsabilidad empresarial, el cumplir con los compromisos y retos del trabajo diario, transfiriendo todos nuestros conocimientos y habilidades personales para así involucrarnos a fondo en cada tarea con la motivación de que en ello se sustenta el crecimiento de nuestra empresa Ferretería El Colorado.

- **Lealtad**

Manifestar fidelidad y congruencia con la misión, visión y valores de la empresa en nuestro desempeño cotidiano e invertir hasta el tope de nuestra capacidad, talento y esfuerzo en el logro de los objetivos estratégicos de la misma, a través de las funciones y tareas de nuestros particulares puestos de trabajo, como muestra de pertenencia laboral y profesional.

- **Respeto a los demás**

Dentro de Ferretería El Colorado se promoverá permanentemente las relaciones humanas cordiales, respetuosas y armoniosas con los clientes, proveedores, jefes, colaboradores y compañeros de trabajo.

- **Excelencia en el logro de objetivos**

Se llevará a cabo mediante la excelencia en el trabajo diario, alcanzando los niveles de calidad requerido por nuestro clientes, ofreciendo una atención esmerada que pueda distinguirnos como empresa, trabajando apegados a la misión y visión, para ello se deben sumar esfuerzos para alcanzar los objetivos institucionales propuestos.

#### **4.4. Políticas corporativas**

La Ferretería El Colorado presenta los lineamientos a seguir en el ejercicio de todas las actividades que se realicen.

- El personal que labora en la empresa deberá asistir obligatoriamente a los programas de capacitación sin excepción alguna.
- Mantener y promover los valores de la institución en las actividades diarias.
- Brindar atención y servicio de calidad a los clientes y público en general.
- Fomentar una cultura de puertas abiertas tanto para el cliente interno como externo.
- El personal de la empresa recibirá todos los beneficios de ley que se encuentran estipulados en el Código de Trabajo.
- El personal cumplirá con sus jornadas laborales en apego, estricto al horario de entrada y salida.

#### **4.5. Motivación**

La motivación es de gran importancia dentro de la organización ya que se trata de diferenciar las necesidades superiores e inferiores dentro de una jerarquización. Para las cuales se debe utilizar estrategias específicas, las mismas que se detallan a continuación.

- **El empleado del mes**

Una forma de motivar al personal de una empresa es reconociendo el esfuerzo y el trabajo realizado mediante sus labores cotidianas y para ello se debe evaluar a los colaboradores para de esta manera seleccionar a la persona comprometida con la organización.

Proceder diariamente apegados a la excelencia y/a generación de incentivos adicionales que no representen un gasto para la institución.

- **Remuneraciones sin atrasos**

El realizar los pagos de las remuneraciones en las fechas establecidas con los beneficios de ley es uno de los factores que motivan al personal.

- **Fechas Especiales**

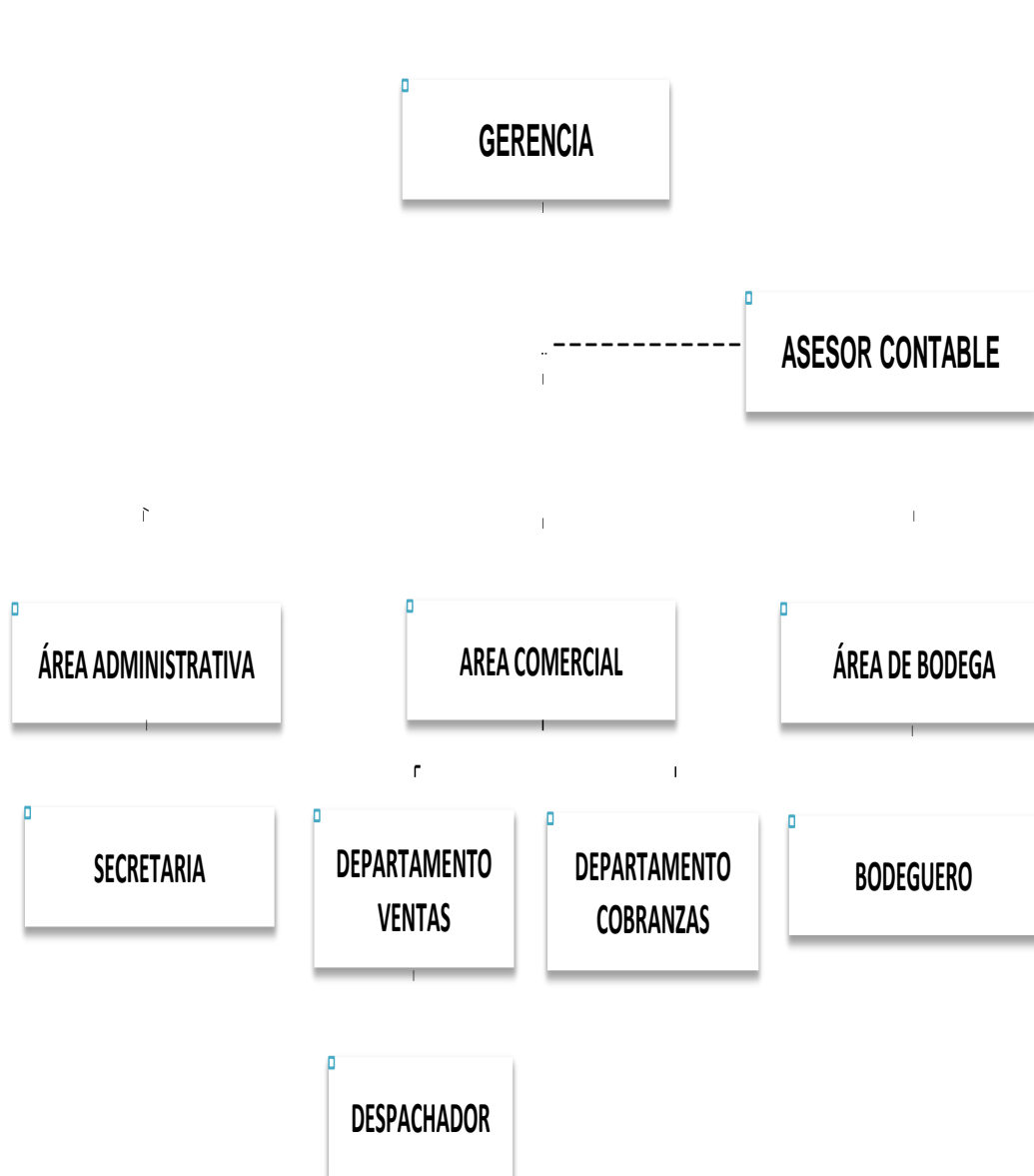
Generalmente el empleador desconoce las fechas especiales de sus colaboradores (cumpleaños). Para ello es de vital importancia que se tome en cuenta para de esta manera extender una sincera felicitación que haga sentir al empleado como parte de la organización. De igual manera se debe dar reuniones y agasajos en época de navidad.

## **4.6. Organización**

### **4.6.1. Propuesta del Organigrama Estructural**

El siguiente organigrama está considerado en base a las necesidades de la Ferretería El Colorado, para mediante la aplicación se logre la flexibilidad y éxito institucional, a través de la aceptabilidad en el mercado de los demandantes de productos y materiales para la construcción.

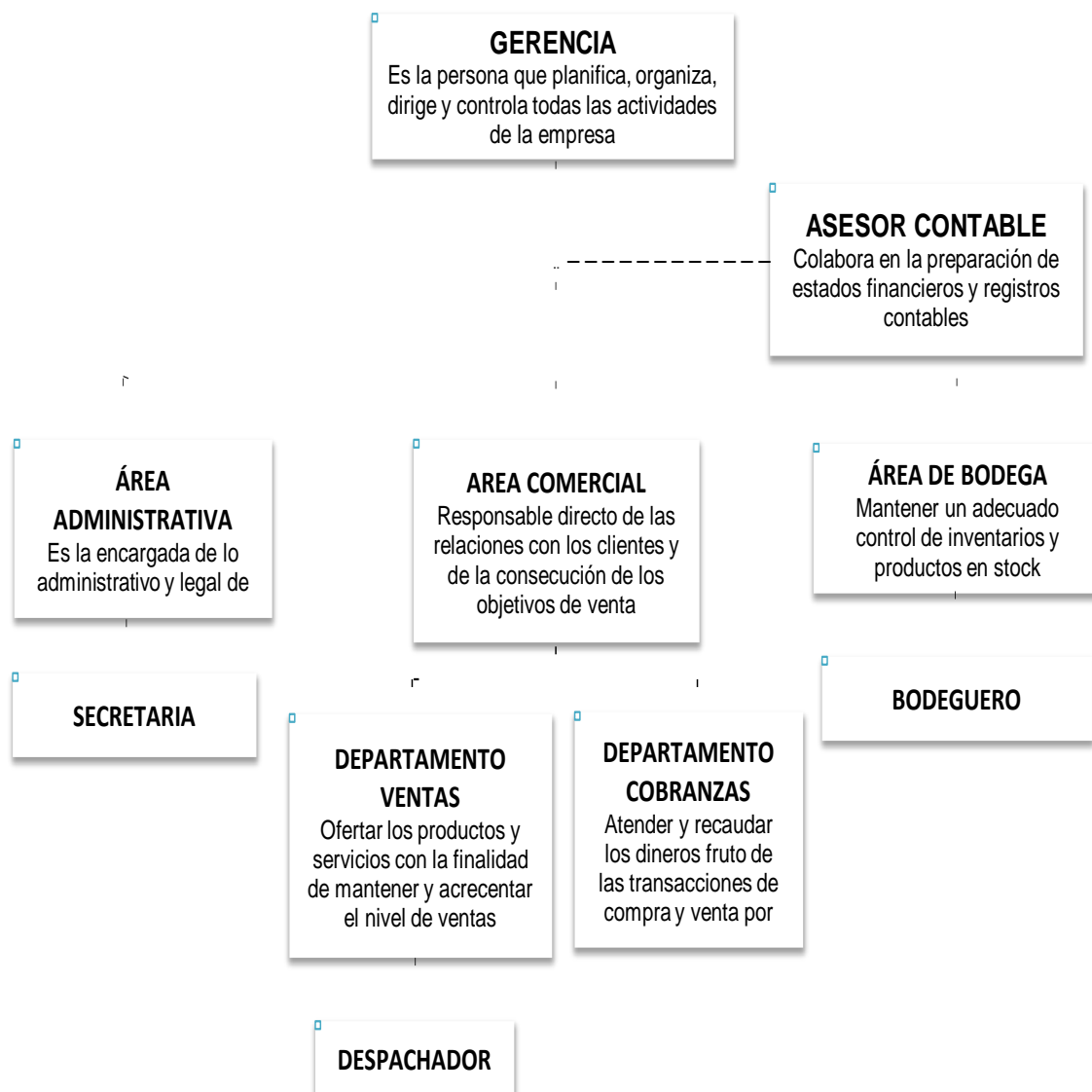
**Cuadro N° 37**  
**Organigrama Estructural**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 201



**Cuadro N° 38**  
**Organigrama Funcional**



#### **4.6.2. Manual de funciones**

##### **Gerencia**

**Perfil:** Ingeniero en Administración de Empresas o Finanzas. Experiencia mínima de 3 años. Sólidos conocimientos en materiales de la construcción.

##### **Funciones:**

- Representante legal de la empresa.
- Responsable de administración general de la empresa.
- Planificar las actividades a corto, mediano y largo plazo de la empresa.
- Seleccionar y contratar al personal de la empresa.
- Estudiar, analizar y aprobar los Estados Financieros de la Empresa.
- Calificación de proveedores de productos para la Ferretería El Colorado.
- Manejo financiero de la empresa.

##### **Asesor Contable**

**Perfil:** Ingeniero en Auditoria, Contador Público Autorizado (CPA), conocimientos contables y financieros.

##### **Funciones:**

- Refrendar los soportes de registro de las operaciones financieras y contables de la entidad, informando de cualquier demora, incongruencia o anomalía, en procura de salvaguardar la integridad del proceso contable administrativo en la entidad.
- Elaborar los soportes contables, efectuar los asientos en los libros de contabilidad, mayores y auxiliares, respondiendo porque se encuentren al día y

sean herramienta eficaz en el completo entendimiento y detalle de la contabilidad de la Ferreteria El Colorado.

- Proponer y relatar informes relativos a su área.
- Llevar por medio del programa el control sobre el presupuesto de la entidad.
- Llevar el inventario general de la entidad, y todos los recursos físicos de consumo y activos fijo, llevando el respectivo control de activos.
- Proponer y ejecutar políticas para el manejo contable y financiero de la entidad.
- Mensualmente realizar las liquidaciones y declaraciones del IVA, impuesto a la renta y retenciones en la fuente y demás obligaciones tributarias de la empresa.

### **Secretaria**

**Perfil:** Titulo en secretaria ejecutiva, tecnológica o estudiante de carreras profesionales con mínimo cuatro (4) semestres aprobados, en cualquiera de las siguientes áreas: Ciencias Administrativas, Contables, Financieras.

### **Funciones**

- Llevar en forma eficaz el informe y control sobre la correspondencia recibida y despachada, y presentar mensualmente a la propietaria de la empresa
- Llevar estricto control de la correspondencia recibida y enviada, de forma que se posibilite la reproducción ágil de informes cuando se requieran.
- Responsabilizarse por los archivos a su cargo y colaborar con aquellos de las otras dependencias para garantizar en todo momento su integridad.
- Atender y brindar oportunamente atención a los usuarios de la Ferreteria El Colorado y resolver sus requerimientos, de forma personal o telefónica, o darles si es posible la información que necesiten.
- Llevar el control debido a las llamadas, para verificar su uso racional.
- Coordinar el trabajo contable con el asesor contable de la empresa

- Las demás funciones que disponga la Gerencia.

### **Departamento de Ventas**

**Perfil.-** Título de Ingeniero de Empresas y Negocios o Marketing, tener experiencia en ventas y conocimientos de mercadeo.

### **Funciones**

- Encargado de estudios de mercado para la Ferretería El Colorado.
- Cumplir objetivos de ventas en beneficio de la empresa.
- Realizar estrategias para incrementar el volumen de ventas de la Ferretería El Colorado.
- Asesorar a los clientes de nuestros productos que ofrece la Ferretería El Colorado.

### **Despachador**

**Perfil:** Bachiller en contabilidad o Electricidad, tener experiencia en ventas y atención al cliente.

### **Funciones:**

- Apoyar a los cobradores en el proceso de venta, específicamente al momento de guardar los productos vendidos en las envolturas para de esta manera otorgar mayor comodidad al cliente.
- Atención al cliente.

## **Departamento de Cobranzas**

**Perfil.-** Título de administración, finanzas o estudiantes de carreras profesionales con mínimo cuatro (4) semestres aprobados, en cualquiera de las siguientes áreas: Ciencias Administrativas, Financieras.

### **Funciones:**

- Atender al público en general en lo que respecta al cobro del producto vendido
- Validar diariamente del perfecto funcionamiento del sistema para empezar a operar
- Realizar el respectivo cruce de información tanto del sistema como con los documentos de soporte, facturas o recibidos.
- Entregar al cliente la factura original y la copia mantener en archivo para contabilidad y como soporte para los distintos órganos de control.
- Verificar que el dinero fruto de las transacciones realizadas no sea falsificada o tenga anomalías para su respectivo uso.

## **Bodeguero**

**Perfil:** Bachiller en Comercio y Administración, tener experiencia en el manejo de inventarios y conocimientos en informática, poseer plenos conocimientos

### **Funciones:**

- Registrar la entrada de mercadería por medio de controles informáticos.
- Presentar a Gerencia un informe diario de la entrada y salida de mercadería.
- Ordenar en bodega todo el inventario de mercadería.

#### **4.7. Propuesta del análisis FODA**

Las estrategias y tácticas a aplicarse en la Ferretería El Colorado estarán basadas en el análisis FODA realizado a la empresa, así tenemos:

**CUADRO N° 39**  
**FODA Ferretería El Colorado**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1. Edificación propia y amplia. 2. Credibilidad de la empresa reconocida. 3. Recursos propios. 4. Se ofrecen productos de calidad.	1. Registros contables fácilmente manipulables. 2. Los gastos se manejan empíricamente. 3. No cuenta con manual de funciones. 4. No cuenta con un diseño organizacional. 5. Los grados de autoridad y responsabilidad están centralizados. 6. Mala atención al cliente
<b>OPORTUNIDADES</b>  1. Nuevos nichos de mercado 2. Posicionamiento en el mercado comercial. 3. Crecimiento de la población.	<b>(F2; O2)</b>  <b>Objetivo 1:</b> <b>Atención al cliente</b>	<b>(D1;D2; O2)</b>  <b>Objetivo 2:</b> <b>Competitividad</b> <b>(D6; O1)</b> <b>Objetivo: 3</b> <b>Capacitación</b>
<b>AMENAZAS</b>  1. Posicionamiento de la competencia. 2. Incremento de índice de la delincuencia. 3. Poco conocimiento de manejo empresarial.	<b>(F2; F4; A1)</b>  <b>Objetivo 4:</b> <b>Liderazgo institucional</b>	<b>(D3; D4; D5; A3;)</b>  <b>Objetivo 5:</b> <b>Departamentalización</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Gonzaga María / 2011

A través de las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, se conoce la situación real de la institución que es parte del mercado local, en cuanto a materiales de construcción y herramientas.

#### **4.7.1. Matriz axiológica de evaluación de factores críticos externos**

Esta matriz permite evaluar los factores críticos externos, procediendo a relacionar las amenazas y oportunidades a las que está sujeta FERRETERÍA EL COLORADO, en ella relacionamos las políticas económicas de gobierno, clientes reales, potenciales, y los competidores.

En el análisis observamos que la inflación, las políticas sectoriales y su capacidad financiera, alianzas estratégicas y su capacidad de crédito son las amenazas que influyen de forma muy decisiva sobre FERRETERÍA EL COLORADO. Así mismo, las oportunidades que tiene esta organización son el, crecimiento poblacional, calidad del servicio, precios y garantía de cumplimiento. Estos factores permiten tener una idea de los factores del entorno que influyen decisivamente sobre la misma y, las decisiones que se deben tomar para dinamizar el desarrollo económico financiero de la institución.



CUADRO No. 40

## Matriz axiológica de evaluación de factores críticos externos

FACTORES	AMENAZAS					OPORTUNIDADES				
	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
<b>GOBIERNO (Político Económico)</b>										
Política sectorial				●						
Niveles de inflación		●								
<b>CLIENTES</b>										
Crecimiento de la población								●		
Calidad en el servicio							●			
Precio								●		
<b>COMPETENCIA</b>										
Tecnología incorporada									●	
Oferta del servicio								●		
Capacidad financiera					●					
Alianza estratégica				●						
<b>PROVEEDORES</b>										
Garantía de cumplimiento								●		
Capacidad de crédito				●						

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

## 4.7.2. Matriz axiológica de evaluación de factores críticos internos

Mediante esta matriz relacionamos los factores internos como son las debilidades y fortalezas. Las debilidades observadas a nivel gerencial, en el manejo financiero y estratégico son un pobre sistema contable financiero, la inexistencia de una evaluación financiera, el presupuesto anual a alcanzar, el seguimiento y evaluación y la estructura organizacional de la empresa.

Las fortalezas a destacar en la Ferretería El Colorado son: comunicación efectiva, políticas institucionales, calidad del servicio, atención al cliente, ambiente de trabajo y la motivación. Todos estos factores se deben destacar sin embargo, es necesario fortalecer los mismos a niveles más importantes, a fin de lograr un mayor crecimiento financiero.

**CUADRO No. 41**

**Matriz axiológica de evaluación de factores internos**

FACTORES	DEBILIDADES					FORTALEZAS				
	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
<b>GERENCIA – DIRECCIÓN</b>										
Comunicación								3		
Liderazgo Institucional								3		
Política Institucional						1				
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>										
Calidad del servicio									4	
Atención al cliente								3		
<b>FINANCIERA</b>										
Sistema contable computarizado			-3							
Análisis financiero			-3							
Presupuesto				-2						
<b>TALENTO HUMANO</b>										
Ambiente de trabajo								3		
Motivación							2			
Estructura organizacional				-2						

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### **4.7.3. Determinación de objetivos**

#### **4.7.3.1. Objetivo General**

- Diseñar un Modelo Administrativo y Financiero para LA FERRETERÍA EL COLORADO

#### **4.7.3.2. Objetivos Específicos**

- Desarrollar estrategias administrativas para mejorar la gestión institucional.
- Proponer las herramientas de gestión financiera que permitan controlar los recursos de FERRETERÍA EL COLORADO.

### **4.7.4. Elaboración y selección de estrategias**

Analizada la situación actual de FERRETERÍA EL COLORADO, se observa que el manejo financiero de la empresa ha sido tomado a la ligera, sin que permita llevar un control seguro y estricto de las operaciones financieras de la entidad en estudio. Para ello se plantean estrategias en función de objetivos a seguir, así tenemos:

**Cuadro N° 42**

**Matriz Programa Operacion**

<b>Objetivo General</b>				
Diseñar un modelo Administrativo y Financiero para la Ferretería El Colorado				
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Recursos</b>	<b>Responsable</b>
1.- Mejorar la atención a fin de lograr fidelidad de los clientes del mercado de productos y materiales de construcción	*Crear un bono económico al mejor vendedor de cada mes, para ello todos los vendedores seran evaluados permanentemente en atención al cliente. *Establecer como política institucional que el vendedor sea un asesor de negocios del área de la construcción y ferretería.	Anual	Humanos Tecnológico Físico Material	Gerencia
2.- Implementar un software informático para llevar un registro de todas las transacciones comerciales de la Ferretería El Colorado.	* Adquirir un software informático para el registro contable de las operaciones comerciales de la empresa, así mismo conocer la realidad de la empresa y tomar decisiones oportunas y eficaces. *Contratar los servicios profesionales de un Contador Público Autorizado externo para que sea el responsable del manejo contable de la empresa.	Anual	Físico Tecnológico Humano Financiero	Área Administrativa

<p>3.- Capacitar al personal en temas tendientes a mejorar la atención y servicio al cliente, técnicas en construcción y electricidad</p>	<p>*Capacitar al personal en atención y servicio al cliente, a fin de crear una cultura y clima organizacionl con innovación constante, con la cual el único favorecido es el consumidor. *Realizar alianzas estrategias con las empresas proveedoras, a fin de acceder a capacitaciones técnicas en temas de construcción y materiales de Ferretería, con la cual se brinda asesoramiento al consumidor final.</p>	<p>Cada semestre</p>	<p>Humano Tecnológico Material</p>	<p>Gerencia</p>
<p>4.- Mantener la calidad de los productos y servicios de la Ferretería El Colorado a fin de mantener el liderazgo en el mercado local.</p>	<p>* Asegurar la calidad de los productos de la Ferretería El Colorado. * Brindar servicios post-venta (llamadas Telefónicas) a los clientes reales a fin de generar fidelidad en los clientes.</p>	<p>Mensualmente</p>	<p>Humano Tecnológico Material</p>	<p>Área Administrativa</p>
<p>5.- Implementar un diseño organizacional en la Ferretería El Colorado propuesto a fin de establecer las funciones, responsabilidades para cada miembro de la organización</p>	<p>* Contratar los servicios profesionales de Administrador de Empresas a fin que realice el diseño organizacional para la empresa. * Dictar conferencias de clima organizacional y liderazgo, a fin de que el personal se integre y se genere un ambiente de trabajo armónico acorde a las condiciones institucionales que la empresa necesita para cumplir con sus compromisos institucionales.</p>	<p>Anual</p>	<p>Humano Tecnológico Financiero</p>	<p>Área Administrativa</p>

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 201

#### 4.7.5. Presupuesto para cumplir con las estrategias propuestas

Las asignaciones presupuestarias para el cumplimiento de las estrategias propuestas es la siguiente:

#### CUADRO No. 43

#### Asignación presupuestaria para las estrategias propuestas

Objetivos	Descripcion de estrategias	Precio	Tipo asignación	Subtotal
1	Incentivo económico	\$ 50,00	Mensual	\$ 600,00
2	Software informativo contable	\$ 700,00	Anual	\$ 700,00
	Contador público - servicios profesionales	\$ 150,00	Mensual	\$ 1.800,00
3	Capacitación	\$ 1.600,00	Anual	\$ 1.600,00
4	Servicio telefónico	\$ 60,00	Mensual	\$ 720,00
5	Servicios profesionales - Administración de Empresas	\$ 700,00	Anual	\$ 700,00
	Conferencias: Clima organizacional y liderazgo	\$ 800,00	Anual	\$ 800,00
<b>Total</b>				<b>\$ 6.920,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### 4.8 Propuestas Financiera

#### 4.8.1 Plan de Cuentas

En nuestro trabajo de investigación un plan de cuentas nos facilitaría en las tareas contables ya que permitiría presentar estados financieros y estadísticos que son de gran utilidad para la Ferretería El Colorado, con la cual nos permitiría conocer la rentabilidad de la empresa y como también en la toma de decisiones.

Para el diseño se tomara en cuenta, que su actividad principal es la venta de productos de materiales para la construcción.

**Cuadro N° 44**  
**Propuesta del Plan de Cuentas**

1.	<b>ACTIVOS</b>
1.1.	<b>CORRIENTES</b>
1.1.1.	<b>ACTIVO DISPONIBLE</b>
1.1.1.1	Caja
1.1.1.2	Caja Chica
1.1.1.3	Bancos
1.1.2.	<b>EXIJIBLES</b>
1.1.2.1	Clientes
1.1.2.2	IVA en Compras
1.1.3.	<b>REALIZABLE</b>
1.1.3.1	Inv. Mercaderías
1.1.3.2	.....
1.1.5	<b>FIJOS</b>
1.1.5.1	<b>DEPRECIABLES</b>
1.1.5.1.1	Muebles Oficina
1.1.5.1.2	Equipo de Oficina
1.1.5.1.3	Edificio
1.1.5.1.4	Vehículo
1.1.5.1.6	Equipo de computo
1.1.5.1.7	(-) Depreciación Acumulada Edificio
1.1.5.1.8	(-) Depreciación Acumulada Vehículo
1.1.5.1.9	(-) Depreciación Acumulada Equipo de Oficina
1.1.5.1.10	(-) Depreciación Acumulada Equipo de Computo
1.1.5.1.11	(-) Depreciación Acumulada Muebles de Oficina
2	<b>PASIVOS</b>
2,1	<b>CORRIENTES</b>
2.1.1	Préstamos Bancarios por Pagar
2.1.1	Proveedores
2.1.3	Aporte individual IESS por pagar
2.1.4	Aporte Patronal IESS por pagar
2.1.5	IVA en Ventas
2.1.6	Impuesto a la Renta por pagar
2,2	<b>NO CORRIENTES</b>
2.2.2	Hipoteca por pagar
3	<b>PATRIMONIO</b>
3,1	<b>CAPITAL</b>
3.1.1	Capital Social

3,3	<b>RESULTADOS</b>
3.3.1	Utilidad del presente ejercicio
3.3.2	Utilidades Retenidas años anteriores
3.3.3	Pérdida del Ejercicio
4	<b>INGRESOS</b>
4,1	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>
4.1.1	Ventas
4.1.2	.....
4,2	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>
4.2.2	Intereses ganados
4.2.3	Comisiones Ganadas
5	<b>GASTOS</b>
5,1	<b>G . OPERACIONALES</b>
5.1.1	<b>COSTO DE VENTAS</b>
5.1.1.1	Costo de Ventas
5,2	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>
5.2.1	<b>GASTO DE PERSONAL</b>
5.2.1.1	Sueldos
5.2.1.2	Horas EXTRAS
5.2.1.3	Bonificacion por responsabilidad
5.2.1.4	Décimo Tercer Sueldo
5.2.1.5	Décimo Cuarto Sueldo
5.2.1.6	Aporte Patronal IESS
5.2.1.7	Fondos de Reserva
5.2.1.8	Vacaciones
5.2.1.9	Anticipo sueldo
5,3	<b>GASTOS GENERALES</b>
5.3.1	Servicios básicos
5.3.2	Seguridad y Vigilancia
5.3.3	Publicidad y Propaganda
5.3.5	Horarios Profesionales
5.3.6	Depreciación Edificio
5.3.7	Depreciación Vehículo
5.3.8	Depreciación Equipo de Oficina
5.3.9	Depreciación Muebles de Oficina
5.3.10	Depreciación Equipo de Cómputo

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María /2011



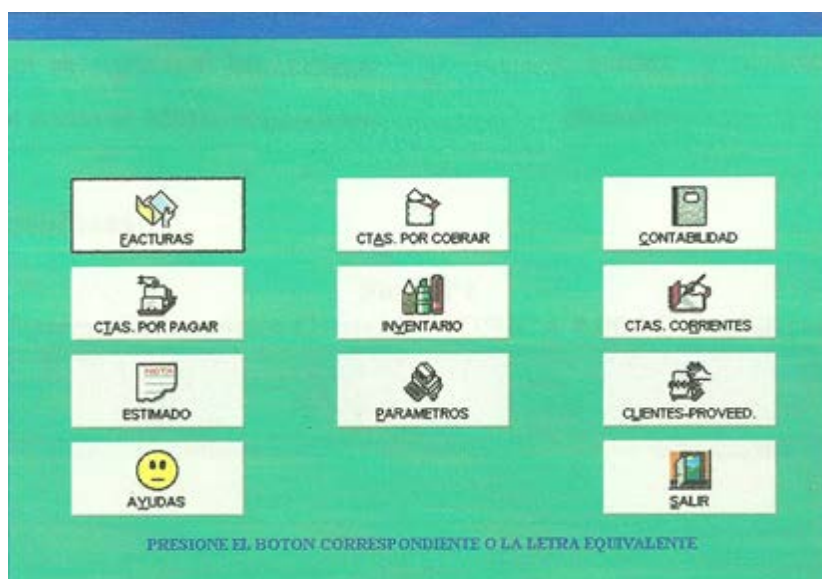
#### 4.8.2. Proceso contable

Para el adecuado manejo del registro contable se propone a la empresa utilizar el Sistema Informático Mónica 8.0, lo cual le servirá para llevar un control adecuado de sus operaciones tales como.

- Facturación
- Control de Cuentas por Cobrar y por Pagar
- Inventarios
- Contabilidad
- Información relevante de clientes y proveedores
- Cuentas Corrientes

#### Foto N° 1

#### Sistema Informático Contable Monica 8.0

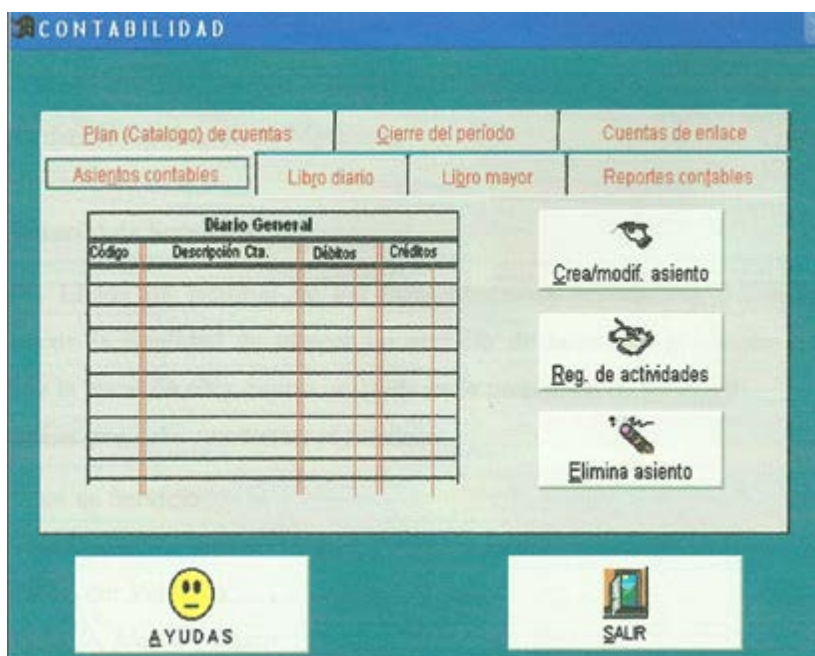


Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

### 4.8.2.1. Contabilidad

Foto N° 2

#### Sistema Informático Contable Monica 8.0



Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Mediante este proceso se registrara todos los movimientos contables de la Ferretería El Colorado, con lo cual se podrá obtener los reportes financieros, entre otros procesos.

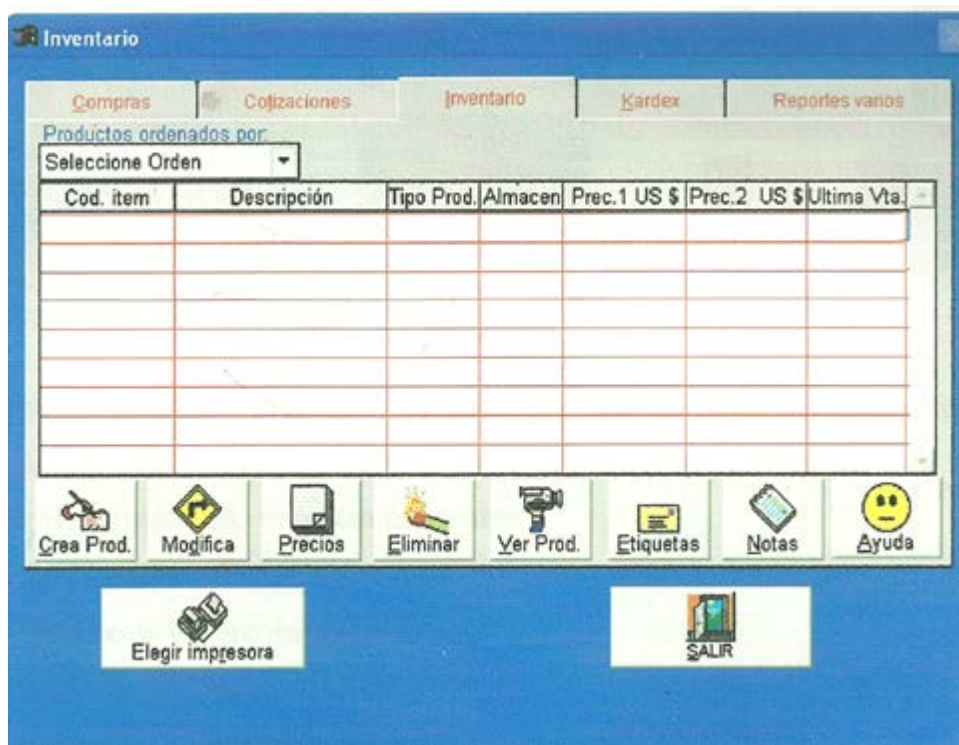
- Libros Contables
- Balance General
- Libro Mayor
- Balance de Comprobación
- Balance de Resultados
- Balances Tributarios

Los cuales ayudaran a la Gerencia a tomar mejores decisiones para beneficio de la organización y de esta manera verificar lo rentable que es el Negocio.

#### 4.8.2.2. Inventario

### Foto N° 3

#### Sistema Informático Contable Monica 8.0 / Inventarios



Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María /2011

Con el adecuado manejo de los Inventarios Ferretería El Colorado llevara un registro y control adecuados de los productos que tiene para la venta y compra de mercadería.

#### 4.9. Indicadores

Para el análisis de los índices financieros se ha tomado en consideración el año 2010 ya que la empresa no cuenta con un registro contable para la cual se tomó en consideración las declaraciones que la Ferretería El Colorado realiza.

**Cuadro N° 45**  
**Balance General**

<b>FERRETERÍA EL COLORADO</b>	
<b>Balance General</b>	
<b>al 31 Diciembre de 2010</b>	
<b>Activos corrientes</b>	
Caja	\$ 8.000,00
Banco	\$ 15.000,00
Cuentas por Cobrar	\$ 14.800,00
Inv. Mercadería	\$ 20.000,00
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 57.800,00</b>
<b>Activos fijos</b>	
Edificio	\$ 80.000,00
Vehículos	\$ 10.000,00
Muebles	\$ 1.120,00
Equipo de oficina	\$ 657,00
Depreciación acumulada de Edificio	\$ -3.800,00
Depreciación acumulada de vehículos	\$ -1.600,00
Depreciación acumulada de muebles y enseres	\$ -100,80
Depreciación acumulada equipo de oficina	\$ -146,00
<b>Total activos fijos</b>	<b>\$ 86.130,20</b>
<b>Total de los activos</b>	<b>\$ 143.930,20</b>
<b>Pasivo corriente</b>	
Proveedores	\$ 10.000,00
less por pagar	\$ 600,00
Impuesto a la renta por pagar	\$ 728,26
15% participación de trabajadores	\$ 514,07
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$ 11.842,32</b>
<b>Pasivo largo plazo</b>	
Hipotecas por pagar	\$ 20.000,00
<b>Total Pasivo largo plazo</b>	<b>\$ 20.000,00</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 31.842,32</b>
<b>Patrimonio de los accionistas</b>	
Capital social	\$ 96.462,28
Utilidad del ejercicio	\$ 15.625,60
<b>Total patrimonio de los accionistas</b>	<b>\$ 112.087,88</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 143.930,20</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

El Estado de Resultados al 31 de diciembre del 2010 es el siguiente:

**Cuadro N° 46**  
**Estado de Resultados**

<b>FERRETERÍA EL COLORADO</b>		
<b>Estado de Resultados</b>		
<b>Al 31 de Diciembre del 2010</b>		
<b>Ventas</b>		<b>\$ 225.640,00</b>
Costo de las ventas		\$ 161.900,00
Utilidad bruta		<b>\$ 63.740,00</b>
<b>Gastos de operación</b>		
<b>Gastos de personal</b>		
Sueldos y beneficios sociales	\$ 23.068,46	
		<b>\$ 23.068,46</b>
<b>Gastos Generales</b>		
Consumo Agua Luz Telefono	\$ 3.250,00	
Intereses por pagar	\$ 3.000,00	
Honorarios Profesionales	\$ 1.800,00	
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 1.140,00	
Gastos Multas e Intereses SRI	\$ 124,00	
Depreciación Edificio	\$ 3.800,00	
Depreciación Vehículo	\$ 1.600,00	
Depreciación Acum. Muebles y Enseres	\$ 100,80	
Depreciación Acum. Equipo de Oficina	\$ 146,00	
Gastos Varios	\$ 1.200,00	
		<b>\$ 16.160,80</b>
<b>Utilidad de operación</b>		<b>\$ 24.510,74</b>
<b>Otros ingresos (gastos)</b>		
Gastos financieros		
Intereses ganados		
Utilidad antes del 15% e impuesto a la renta		<b>\$ 24.510,74</b>
15% para trabajadores		\$ 3.676,61
Utilidad antes de impuestos		\$ 20.834,13
25% de impuesto a la renta		\$ 5.208,53
<b>Utilidad neta</b>		<b>\$ 15.625,60</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Con los estados financieros anteriores, se ha realizado el análisis aplicando ratios financieros los cuales reflejan los siguientes resultados:

**Cuadro N° 47**  
**Razón Corriente**

Activo Corriente	57.800,00	1,82
Pasivo Corriente	31.842,32	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María /2011

La Ferretería El Colorado tiene \$1,82 de activo corriente por cada dólar de pasivo corriente.

**Cuadro N° 48**  
**Prueba Ácida**

Activo Corriente - Inventario	37.800,00	1,19
Pasivo Corriente	31.842,32	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María /2011

Ferretería El Colorado dispone de \$ 1,19 de manera inmediata para pagar un dólar de pasivo corriente.

**Cuadro N° 49**  
**Capital de Trabajo**

Activo Corriente - Pasivo Corriente	57.800,00	31.842,32	25.957,68
-------------------------------------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Ferretería El Colorado dispone de \$ 25.957,68 para las operaciones de la empresa.

**Cuadro N° 50**  
**Margen de Utilidad Bruta**

Utilidad Bruta	24.510,74	11%
Venta	225.640,00	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Por cada \$ 100 en ventas, ferretería El Colorado obtiene el 11% de utilidad bruta

**Cuadro N° 51**  
**Margen de utilidad Neta**

Utilidad Neta	15.625,60	7%
Ventas Netas	225.640,00	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Por cada cien dólares de ventas, Ferretería El Colorado obtiene 7% de utilidad neta.

**Cuadro N°52**  
**Rendimiento sobre Activos**

Utilidad Neta	15.625,60	11%
Total de los Activos	143.930,20	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Por cada cien dólares de activos, Ferretería El Colorado obtiene el 11% de utilidad neta.

**Cuadro N° 53**  
**Rendimiento Sobre Patrimonio**

Utilidad Neta	15.625,60	14%
Total Patrimonio	112.087,88	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Por cada cien dólares de patrimonio, Ferretería El Colorado obtiene el 14% de utilidad neta.

**Cuadro N° 54**  
**Rotación de activos**

Ventas	225.640,00	1,57
Total Activo	143.930,20	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

En el 2010, los activos de la Ferretería El Colorado han rotado 1,57 veces

**Cuadro N° 55**  
**Razón de Endeudamiento**

Total Activos	143.930,20	4,52
Total Pasivo	31.842,32	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

Por cada cien dólares de activos de la Ferretería El Colorado, los pasivos han financiado el 4,52%.



**Cuadro N° 56**  
**Apalancamiento**

Total Activo	143.930,20	1,28
Total Patrimonio	112.087,88	

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

En el 2010, \$ 1,28 de activos fueron financiados con \$ 1 de patrimonio, el resto fue financiado por los acreedores.

**Análisis:**

Ferretería El Colorado cuenta con capacidad económica para realizar sus pagos de forma inmediato todo esto se puede determinar en base a la prueba ácida que nos demuestra que cuenta con un \$ 1,19 para pagar de forma inmediata un dólar de pasivo. Por ende cabe señalar que la empresa no tiene problemas de liquidez ya que genera efectivo en las operaciones normales.

Sin embargo, en función de la rotación global de los activos es normal pero debe tener cuidado sobre estos aspectos que podrían deteriorar no solo la liquidez sino también la rentabilidad, ya que a mayor rotación mayor rentabilidad.

**4.10. Proyecciones de Estados Financieros.**

Para realizar la proyección de un incremento del 10% se toma en consideración lo siguiente.

- La tasa de inflación del 3.17% anual del año 2011 según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

- Se tomó en consideración el incremento de la construcción de viviendas, edificios, instalaciones industriales, galpones agrícolas y otros ya que estos registran una tasa de crecimiento del 2% anual. Datos proporcionados por el Colegio de Ingenieros Civiles de Santo Domingo
- Se determinó un crecimiento histórico de las ventas del 4.83%

**Cuadro N° 57**  
**Estados de resultados proyectados**

FERRETERÍA EL COLORADO						
PROYECCIÓN DE PRESUPUESTO						
	2010	2011	2012	21013	2014	2015
<b>Ventas</b>	\$ 225.640,00	\$ 248.204,00	\$ 273.024,40	\$ 300.326,84	\$ 330.359,52	\$ 363.395,48
Menos: Costo de las ventas	\$ 161.900,00	\$ 178.090,00	\$ 195.899,00	\$ 215.488,90	\$ 237.037,79	\$ 260.741,57
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 63.740,00</b>	<b>\$ 70.114,00</b>	<b>\$ 77.125,40</b>	<b>\$ 84.837,94</b>	<b>\$ 93.321,73</b>	<b>\$ 102.653,91</b>
<b>Menos: Gastos de operación</b>						
<b>Gastos de personal</b>						
Sueldos y beneficios sociales	\$ 23.068,46	\$ 25.375,31	\$ 27.912,84	\$ 30.704,12	\$ 33.774,53	\$ 37.151,99
	<b>\$ 25.375,31</b>	<b>\$ 25.375,31</b>	<b>\$ 27.912,84</b>	<b>\$ 30.704,12</b>	<b>\$ 33.774,53</b>	<b>\$ 37.151,99</b>
<b>Gastos de ventas</b>						
Consumo Agua Luz Telefono	\$ 3.250,00	\$ 3.575,00	\$ 3.932,50	\$ 4.325,75	\$ 4.758,33	\$ 5.234,16
Intereses por pagar	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Honorarios Profesionales	\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.178,00	\$ 2.395,80	\$ 2.635,38	\$ 2.898,92
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 1.140,00	\$ 1.254,00	\$ 1.379,40	\$ 1.517,34	\$ 1.669,07	\$ 1.835,98
Gastos Multas e Intereses SRI	\$ 124,00	\$ 136,40	\$ 150,04	\$ 165,04	\$ 181,55	\$ 199,70
Depreciación Edificio	\$ 3.800,00	\$ 4.180,00	\$ 4.598,00	\$ 5.057,80	\$ 5.563,58	\$ 6.119,94
Depreciación Vehículo	\$ 1.600,00	\$ 1.760,00	\$ 1.936,00	\$ 2.129,60	\$ 2.342,56	\$ 2.576,82
Depreciación Acum. Muebles y Enseres	\$ 100,80	\$ 110,88	\$ 121,97	\$ 134,16	\$ 147,58	\$ 162,34
Depreciación Acum. Equipo de Oficina	\$ 146,00	\$ 160,60	\$ 176,66	\$ 194,33	\$ 213,76	\$ 235,13
Gastos Varios	\$ 1.200,00	\$ 1.320,00	\$ 1.452,00	\$ 1.597,20	\$ 1.756,92	\$ 1.932,61
<b>Total gasto de ventas</b>	<b>\$ 16.160,80</b>	<b>\$ 17.776,88</b>	<b>\$ 19.554,57</b>	<b>\$ 21.510,02</b>	<b>\$ 23.661,03</b>	<b>\$ 24.195,60</b>
<b>Utilidad de operación</b>	<b>\$ 22.203,89</b>	<b>\$ 26.961,81</b>	<b>\$ 29.658,00</b>	<b>\$ 32.623,79</b>	<b>\$ 35.886,17</b>	<b>\$ 41.306,32</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

**Cuadro N° 58**  
**Estado de Situación Financiera Proyectados**

<b>FERRETERÍA EL COLORADO</b>						
<b>PROYECCIÓN DE PRESUPUESTO</b>						
<b>Activos corrientes</b>	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Caja	\$ 8.000,00	\$ 8.800,00	\$ 9.680,00	\$ 10.648,00	\$ 11.712,80	\$ 12.884,08
Banco	\$ 15.000,00	\$ 16.500,00	\$ 18.150,00	\$ 19.965,00	\$ 21.961,50	\$ 24.157,65
Cuentas por Cobrar	\$ 14.800,00	\$ 16.280,00	\$ 17.908,00	\$ 19.698,80	\$ 21.668,68	\$ 23.835,55
Inv. Mercadería	\$ 20.000,00	\$ 22.000,00	\$ 24.200,00	\$ 26.620,00	\$ 29.282,00	\$ 32.210,20
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 57.800,00</b>	<b>\$ 63.580,00</b>	<b>\$ 69.938,00</b>	<b>\$ 76.931,80</b>	<b>\$ 84.624,98</b>	<b>\$ 93.087,48</b>
<b>Activos fijos</b>						
Edificio	\$ 80.000,00	\$ 88.000,00	\$ 96.800,00	\$ 106.480,00	\$ 117.128,00	\$ 128.840,80
Vehículos	\$ 10.000,00	\$ 11.000,00	\$ 12.100,00	\$ 13.310,00	\$ 14.641,00	\$ 16.105,10
Muebles	\$ 1.120,00	\$ 1.232,00	\$ 1.355,20	\$ 1.490,72	\$ 1.639,79	\$ 1.803,77
Equipo de oficina	\$ 657,00	\$ 722,70	\$ 794,97	\$ 874,47	\$ 961,91	\$ 1.058,11
Depreciación acumulada de Edificio	\$ -3.800,00	\$ -3.800,00	\$ -3.800,00	\$ -3.800,00	\$ -3.800,00	\$ -3.800,00
Depreciación acumulada de vehículos	\$ -1.600,00	\$ -1.600,00	\$ -1.600,00	\$ -1.600,00	\$ -1.600,00	\$ -1.600,00
Depreciación acumulada muebles y enseres	\$ -100,80	\$ -100,80	\$ -100,80	\$ -100,80	\$ -100,80	\$ -100,80
Depreciación acumulada equipo de oficina	\$ -146,00	\$ -146,00	\$ -146,00	\$ -146,00	\$ -146,00	\$ -146,00
<b>Total activos fijos</b>	<b>\$ 86.130,20</b>	<b>\$ 95.307,90</b>	<b>\$ 105.403,37</b>	<b>\$ 116.508,39</b>	<b>\$ 128.723,91</b>	<b>\$ 142.160,98</b>
<b>Total de los activos</b>	<b>\$ 143.930,20</b>	<b>\$ 158.887,90</b>	<b>\$ 175.341,37</b>	<b>\$ 193.440,19</b>	<b>\$ 213.348,89</b>	<b>\$ 235.248,45</b>
<b>Pasivo corriente</b>						
Proveedores	\$ 10.000,00	\$ 11.000,00	\$ 12.100,00	\$ 13.310,00	\$ 14.641,00	\$ 16.105,10
less por pagar	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 726,00	\$ 798,60	\$ 878,46	\$ 966,31
Impuesto a la renta por pagar	\$ 728,26	\$ 801,08	\$ 881,19	\$ 969,31	\$ 1.066,24	\$ 1.172,87
15% participación de trabajadores	\$ 514,07	\$ 565,47	\$ 622,02	\$ 684,22	\$ 752,64	\$ 827,91
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$ 11.842,32</b>	<b>\$ 13.026,56</b>	<b>\$ 14.329,21</b>	<b>\$ 15.762,13</b>	<b>\$ 17.338,35</b>	<b>\$ 19.072,18</b>
<b>Pasivo largo plazo</b>						
Hipotecas por pagar	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
<b>Total pasivo largo plazo</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 20.000,00</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 31.842,32</b>	<b>\$ 33.026,56</b>	<b>\$ 34.329,21</b>	<b>\$ 35.762,13</b>	<b>\$ 37.338,35</b>	<b>\$ 39.072,18</b>
<b>Patrimonio de los accionistas</b>						
Capital social	\$ 96.462,28	\$ 108.673,19	\$ 122.105,19	\$ 136.880,38	\$ 153.133,10	\$ 171.011,09
Utilidad del ejercicio	\$ 15.625,60	\$ 17.188,16	\$ 18.906,97	\$ 20.797,67	\$ 22.877,44	\$ 25.165,18
<b>Total patrimonio de los accionistas</b>	<b>\$ 112.087,88</b>	<b>\$ 125.861,34</b>	<b>\$ 141.012,16</b>	<b>\$ 157.678,05</b>	<b>\$ 176.010,54</b>	<b>\$ 196.176,27</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 143.930,20</b>	<b>\$ 158.887,90</b>	<b>\$ 175.341,37</b>	<b>\$ 193.440,19</b>	<b>\$ 213.348,89</b>	<b>\$ 235.248,45</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Gonzaga María / 2011

#### 4.11 Modelo Dupont

El sistema Financiero Du Pont es un modelo de gestión financiera que une las razones financieras de actividad y de margen de utilidad sobre las ventas, mostrando como actúan entre si estas y como se determina la productividad de los activos.

La naturaleza del sistema se expone en la Cuadro N° 59 se determinara con el sistema de dupont en ultima estancia el rendimiento de la inversión total R.S.I. de la empresa.

Esta se puede ver en la siguiente formula:

$$\text{R.S.I.} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$



Para la realización del sistema de Dupont se recopiló información del Estado Financiero y del Balance de Resultados para de esta manera determinar el rendimiento de los capitales invertidos que tiene un porcentaje del 10,86%.

#### 4.11.1 Proyección del Rendimiento Sobre la Inversión para El Año 2015.

Para la realización del sistema financiero de DuPont se consideró los siguientes factores que pueden incidir en la Ferretería El Colorado.

- La tasa de Inflación que corresponde al 3.17% anual según datos obtenidos por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Se consideró la tasa de Interés Pasiva que corresponde al 4,25% datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

$$\text{R.S.I.} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{R.S.I.} = \frac{25.165,18}{235.248,46} = 10,70\%$$

#### Análisis:

En el 2010 teníamos un rendimiento sobre la inversión del 10,86% en relación a la proyección para el 2015 que se posee un 10,70% todo esto se debe menores utilidades se debe a la inflación y la tasa de interés pasiva que son factores preponderantes para generar una inversión en los activos

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones.

- Al realizar un estudio minucioso sobre la situación actual la empresa se pudo visualizar la carencia de procesos administrativos idóneos, puesto que la institución no cuenta con una misión, visión, valores corporativos y políticas corporativas definidos.
- La empresa no dispone de un manual de funciones, por lo que los colaboradores desconocen las actividades de carácter específico que deben desarrollar.
- Ferretería El Colorado carece de programas de motivación anual para el personal, lo que puede ocasionar problemas en base a relaciones laborales que sean encomendadas a los colaboradores incluso puede causar insatisfacción en la atención a los clientes.
- Para el manejo financiero de la Ferretería El Colorado no se cuenta con un software contable que permita registrar en forma segura las operaciones comerciales de la institución.
- El capital de trabajo de la empresa para llevar adelante el giro del negocio es de \$ 25.957,68 dólares americanos es el dinero con el que cuenta la empresa para la financiamientos de sus activos a corto plazo.
- Ferretería El Colorado es una empresa que cuenta con los recursos necesarios para atender sus obligaciones en el corto plazo, esto es 1.19 dólares por cada dólar de pasivos corrientes.

## 5.2 Recomendaciones.

- Estipular en forma clara y concisa la misión, visión y objetivos corporativos de la empresa, con la finalidad de crear una cultura organizacional responsable en beneficio de la institución.
- Proponer un manual de funciones para de esta manera los colaboradores de la organización tenga definida la función a desempeñar en sus labores cotidianas.
- Fomentar programas de capacitación para todos los empleados de la empresa, donde se establezcan técnicas de liderazgo, motivación entre otros.
- Implementar un sistema de software contable, para la empresa que permita registrar en forma segura las operaciones comerciales de las entidad y/ a su vez poder conocer en forma efectiva la realidad económica de la empresa.
- Ampliar su capital de trabajo, a fin de reducir el gasto financiero y poder ampliar
- Mantener los márgenes de utilidad que tiene la empresa por sus actividades laborales, a fin de cubrir sus obligaciones a corto plazo en forma efectiva.



### 5.3 BIBLIOGRAFÍA

1. ARMSTRONG, Michael, Gerencia de Recursos Humanos. 1990
2. BURBANO, Jorge y ORTIZ, Alberto. Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Mc Graw Hill Bogotá. Segunda Edición.
3. DAFT, Richard L. Administración. Sexta Edición, Pág.7
4. E. F. BREACH: Administración, Editorial McGraw-Hill, España, 2005, Pág. 23.
5. HARGADON B, Muñera A. Principios de Contabilidad. Pág. 154.
6. HENRY FAVOL: Administración moderna, Editorial McGraw-Hill, España, 2007, Pág., 18.
7. HILL, Charles, JONES Gareth. Administración Estratégica, edición tercera.
8. James A. F. Stoner, Charles Wankel. Administración. Tercera edición. Editorial Prentice Hall, México, 1989, Pág. 657
9. J. M. Resenberg: Diccionario de Administración y Finanzas. Edición Original Wiley John y Sons, Inc. Pág. 324.
10. KOHLER. Diccionario para Contadores. Editorial Limusa. México. Pág. 520. Año 1994.
11. MARKETING Y VENTAS. Ediciones Didácticas Multimedia, Madrid – España, CD. Capítulo 1 (Los conceptos básicos del marketing). Tema 1 (necesidades, deseos y demandas. Pág. 5
12. MASLOW, Abrahán H. Motivación y personalidad. Ediciones Díaz santos S.A. año 1999
13. NATIONAL ASSOCIATION OF ACCOUNTANTS. Financial analysis to guide capital expenditure decisions. Research Report 43. New York. 1967.
14. PAULET, Jean, Diccionario de Economía y Empresa, Editorial Gestión, 2000
15. POWEL, T.C, Administración de la calidad total una ventaja competitiva, 1999

16. PETERSON AND PLOWMAN: Administración moderna, McGraw-Hill, Madrid – España, Pág. 14.
17. ROBBINS & CULTER, Administración, Edición McGraw Hill, México, 2000
18. ROBBINS Stephen, COULTER Mary: Administración, Sexta Edición, Mexico, 2000
19. SALLENAVE Jean Paúl. Gerencia y planeación Estratégica. Editorial Grupo Norma. Pág. 35. Año 1993
20. SARMIENTO, Euclides Alfredo. Los presupuestos teoría y aplicaciones. Universidad Distrital. Bogotá. 1989.
21. SCHERMERHORN John, Administración: Trabajo en Equipo, 2004.
22. Zapata Sánchez, Pedro. Cuaderno de Prácticas Contables. Contabilidad General. Quinta Edición. Editorial Mc Graw Hill, México, 2005
23. James A. F. Stoner, Charles Wankel. Administración. Tercera edición. Editorial Prentice Hall, México, 1989, Pág. 657

**INTERNET:**

<http://www.monografias.com>

<http://www.gestiopolis.com>

<http://www.eumed.net/libros/2006c/219/1n.htm>

<http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>

<http://www.modeloadministrativo-unesr.blogspot.com/>

# ANEXOS

## ANEXO 1



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Campus Arturo Ruiz Mora**  
**Estudio de Mercado de la Ferretería El Colorado**

**Objetivo:** El presente estudio de mercado para la Ferretería El Colorado es recabar información para poder aplicar el modelo administrativo-financiero con la finalidad de incrementar la rentabilidad.

**Dirigido a:** A los empleados de la Ferretería El Colorado

**Instrucciones:** Conteste las siguientes preguntas marcando (x) dentro del paréntesis según crea conveniente.

1. ¿La empresa cuenta con una misión?

- Si ( )                      No ( )

2. ¿Conoce usted de la visión de la empresa?

- Si ( )                      No ( )

3. ¿La empresa cuenta con un organigrama institucional?

- Si ( )                      No ( )

4. ¿Usted conoce el manual de funciones de la Ferretería El Colorado?

- Si ( )                      No ( )

**5. ¿Ha recibido usted capacitaciones durante el tiempo que está laborando en la ferretería?**

- Si ( )
- No ( )

**6. ¿Cómo son sus relaciones obrero - patronales?**

- Muy buena ( )
- Buena ( )
- Regular ( )
- Malo ( )

**7. ¿El ambiente de trabajo que usted se desenvuelve es?**

- Muy Bueno ( )
- Bueno ( )
- Regular ( )

**Gracias por su colaboración**



## UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Campus Arturo Ruiz Mora

### Estudio de Mercado de la Ferretería El Colorado

**Objetivo:** El presente estudio de mercado para la Ferretería El Colorado es recabar información para poder aplicar el modelo administrativo-financiero con la finalidad de incrementar la rentabilidad.

**Dirigido a:** A los clientes de la Ferretería El Colorado

**Instrucciones:** Conteste las siguientes preguntas marcando (x) dentro del paréntesis según crea conveniente.

#### 1. ¿La atención al cliente en la Ferretería El Colorado es?

- Muy Buena ( )
- Buena ( )
- Regular ( )
- Malo ( )

#### 2. ¿Qué opina usted de la variedad y calidad de los productos que ofrece la Ferretería El Colorado?

- Muy Buena ( )
- Buena ( )
- Regular ( )
- Malo ( )

#### 3. ¿Considera usted que las instalaciones de la Ferretería El Colorado son los suficientemente adecuadas?

- Si ( )                      No ( )

**4. ¿Los precios de los Productos en la Ferretería El Colorado son?**

- Costosos ( )
- Convenientes ( )
- Bajos ( )
- 

**5. ¿Considera que la Ferretería debería implementar más variedad de productos?**

- Si ( )      No ( )

**Gracias por su colaboración**



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Campus Arturo Ruiz Mora**  
**Estudio de Mercado de la Ferretería El Colorado**

**Objetivo:** El presente estudio de mercado para la Ferretería El Colorado es recabar información para poder aplicar el modelo administrativo-financiero con la finalidad de incrementar la rentabilidad.

**Dirigido a:** A la propietaria de la Ferretería El Colorado

**Instrucciones:** Conteste las siguientes preguntas marcando (x) dentro del paréntesis según crea conveniente.

**1. ¿Lleva en la empresa un control Administrativo y Financiero?**

- Si ( ) No ( )

**2. ¿Usted ha capacitado al personal que labora en la empresa?**

- Si ( ) No ( )

**3. ¿Cuenta la empresa con una misión?**

- Si ( ) No ( )

**4. ¿La Ferretería El Colorado tiene estructurado la visión?**

- Si ( ) No ( )

**5. ¿Cuenta la empresa con un manual de funciones?**

- Si ( ) No ( )



**6. ¿Lleva registros contables la empresa Ferretería El Colorado?**

- Si ( ) No ( )

**7. ¿A su criterio que registros contables debe realizar una empresa?**

- Libro Diario ( )
- Registro de inventarios ( )
- Registro de Costos y Gastos Operativos ( )

**8. ¿Cuenta con un sistema informático contable en el área financiero?**

- Si ( ) No ( )

**Gracias por su colaboración**

**ANEXO 2**

Fotografías de estructura y productos de Ferretería El Colorado





## ANEXO 3 INVENTARIOS

Ferretería El Colorado

ITEM 1

ORDEN	CANTIDAD	PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS	V./COMPRA	TOTAL COMPRA	V./VENTA	TOTAL VENTA
1	13	ACEITE	3/1 CHICO	0,45	5,85	0,65	8,45
2	13	ACEITE	3/1 GRANDE	0,79	10,27	1,20	15,60
3	25	ACEITE	ROJO	1,25	31,25	2,00	50,00
4	15	ACEITE	OLG INGLE	1,97	29,55	2,80	42,00
5	17	ACEITE	2 TIEMPO	3,45	58,65	4,50	76,50
6	15	ACEITE	40 SPRAY	2,40	36,00	3,30	49,50
7	23	ALICATE CHINO		1,29	29,67	1,75	40,25
8	31	ALICATE CHINO		1,46	45,26	2,00	62,00
9	42	ALICATE CHINO		1,56	65,52	2,10	88,20
10	37		CORTA CERAMICA	1,60	59,20	2,60	96,20
11	3		STANLEY NEGRO 7	5,71	17,13	7,70	23,10
12	6		PELAR CABLE	1,57	9,42	2,35	14,10
13	9	ALICATE STANLEY	NEGRO	6,41	57,69	8,65	77,85
14	10	ALCAYATA		1,95	19,50	2,90	29,00
15	5	AUTOMATICO DE BOMBA	POOLO	5,00	25,00	7,00	35,00
16	10	AUTOMATICO DE BOMBA	S/D	9,35	93,50	12,65	126,50
17	11	ARCOS SIERRA	STAMPE	2,22	24,42	3,10	34,10
18	10	ARCOS SIERRA	STANLEY NIGUELADO	4,52	45,20	6,10	61,00
19	5	ARCOS SIERRA	STANLEY ECONOMICO	2,20	11,00	3,10	15,50
20	9		BELLOTO 21	6,25	56,25	7,90	71,10
21	5		BELLOTO 24	6,99	34,95	8,75	43,75
22	7		BELLOTO 30	7,62	53,34	9,55	66,85
23	8		OHAYO	1,21	9,68	1,85	14,80
24	6		SHILL COCHO NEGRO	1,56	9,36	2,40	14,40
25	27		SHILL COCHO NARANJADO	0,86	23,22	1,50	40,50
26	15		TRAMONTINA	2,75	41,25	4,00	60,00
27	20		COLOR U	0,63	12,60	1,35	27,00
28	18		COLOR S SIERRA	0,96	17,28	1,60	28,80
29	30		NEGRO	1,18	35,40	1,90	57,00
30	12		N/B REFORZADO	2,72	32,64	3,70	44,40
31	13		M/PLAST	1,07	13,91	1,60	20,80
32	15	AUTO BRILLANTE	CHERRY	1,30	19,50	1,75	26,25
33	20	AUTO BRILLANTE	BACEROLA	1,06	21,20	1,50	30,00
34	11	ACOPLE	BRONCE 3/8	1,18	12,98	1,60	17,60
35	18	ACOPLE	BRONCE 1/4	0,73	13,14	1,00	18,00
36	20	ACOPLE	BAMBA	0,69	13,80	1,00	20,00
37	15	ACOPLE	MACHO FIJO	0,71	10,65	1,00	15,00
38	30	ADAPTADOR	FLEX 1/2	0,04	1,20	0,20	6,00
39	45	ADAPTADOR	FLEX 3/4	0,08	3,60	0,25	11,25
40	35	ADAPTADOR	FLEX 1	0,18	6,30	0,30	10,50
41	17		RO PLOMO BLANCO	0,16	2,72	0,25	4,25
42	9		300	1,88	16,92	3,00	27,00
43	13		500	2,27	29,51	3,50	45,50
44	8		1000	3,19	25,52	4,80	38,40
45	25		HEMBRA 1/2	0,13	3,25	0,25	6,25
46	10		HEMBRA 1	0,62	6,20	0,95	9,50
47	25		ALUMINIO 3/4	0,52	13,00	1,00	25,00
48	21		ALUMINIO 1/2	0,43	9,03	0,85	17,85
49	21		ALUNINIO 1	0,60	12,60	1,00	21,00
50	10		ADAPTADOR 1800 ACUSTICO	7,05	70,50	10,00	100,00

## Ferretería El Colorado

## ITEM 2

51	40	ABRAZADERA	ABRAZADERA 1/2	0,05	2,00	0,20	8,00
52	30		ABRAZADERA 7/8	0,11	3,30	0,25	7,50
53	45		ABRAZADERA 1	0,10	4,50	0,25	11,25
54	45		ABRAZADERA 2	0,12	5,40	0,25	11,25
55	30		ABRAZADERA 5/8	0,07	2,10	0,15	4,50
56	25		ABRAZADERA 1 1/4	0,10	2,50	0,25	6,25
57	20		ABRAZADERA 4	0,23	4,60	0,40	8,00
58	40		ABRAZADERA 3	0,13	5,20	0,30	12,00
59	30		ABRAZADERA 1 1/2	0,13	3,90	0,25	7,50
60	15	ALAMBRE	ESPIÑO 200	8,74	131,10	10,95	164,25
61	5		ESPIÑO 500	20,95	104,75	24,00	120,00
62	15	AZADA BELLOTA	2A	5,07	76,05	6,60	99,00
63	13		2B	5,07	65,91	6,70	87,10
64	20		2C	5,49	109,80	7,00	140,00
65	50	ASPERSON	PLASTICO	1,16	58,00	1,80	90,00
66	40		METAL	5,42	216,80	7,35	294,00
67	50	ARGOLLA CORTA	ARGOLLA CORTA 1/2	0,09	4,50	0,18	9,00
68	40		ARGOLLA CORTA 3/4	0,09	3,60	0,25	10,00
69	10	ANTENA	TV BASE	1,62	16,20	2,30	23,00
70	10		AIRE	1,80	18,00	3,00	30,00
71	12	BIZAGRA REFORZADA	B/R 1	0,15	1,80	0,60	7,20
72	20		B/R 1 1/2	0,67	13,40	1,20	24,00
73	25		B/R 2	1,60	40,00	2,20	55,00
74	25		B/R 2 1/2	1,40	35,00	2,10	52,50
75	20		B/R 3	3,86	77,20	5,00	100,00
76	30	BRUJITA	ORIGINAL	1,20	36,00	1,80	54,00
77	20		UHU	0,76	15,20	1,05	21,00
78	20		SUPER BLUE	0,29	5,80	0,40	8,00
79	50		ECONOMICO	0,10	5,00	0,25	12,50
80	40		ABRO	0,51	20,40	0,75	30,00
81	10	BRILLA METAL	BRAZO	1,35	13,50	1,90	19,00
82	20		PULIBRAS	0,50	10,00	0,82	16,40
83	30	BACEROLA	LUSTRE	0,42	12,60	0,70	21,00
84	20		CHERRY 65	1,08	21,60	1,55	31,00
85	20		CHERRY 110	1,50	30,00	2,05	41,00
86	15		POLO	0,69	10,35	1,00	15,00
87	25		KUMI	0,84	21,00	1,23	30,75
88	15		KARES	0,27	4,05	0,37	5,55
89	20		VIRGINIA CHICO	0,58	11,60	0,80	16,00
90	10	BREKER	20-16-30 ED	3,88	38,80	5,30	53,00
91	10		50-40-60 ED	4,17	41,70	5,70	57,00
92	20		TIZINO	3,70	74,00	4,30	86,00
93	20		ORIGINAL 1 X 40	4,00	80,00	5,20	104,00
94	20		ORIGINAL 1 X 20	3,65	73,00	4,80	96,00
95	15		ORIGINAL 1 X 30	3,65	54,75	4,80	72,00
96	20	BOQUILLA	FOCO DICROICO E.12	0,33	6,60	0,50	10,00
97	15		PLATON LOZA	0,59	8,85	0,80	12,00
98	30		LAZO	0,14	4,20	0,30	9,00
99	25		CAUCHO C/C	0,28	7,00	0,50	12,50
100	35		PETROMAX	0,23	8,05	0,40	14,00

## Ferretería El Colorado

## ITEM 3

101	20		CANDELABRO	0,07	1,40	0,20	4,00
102	50		E 10	0,10	5,00	0,25	12,50
103	38		E 12	0,07	2,66	0,25	9,50
104	15		TIZINO	0,86	12,90	1,20	18,00
105	20	BROCHAS	WILSON 3/4	0,53	10,60	0,75	15,00
106	15		WILSON 1	0,57	8,55	1,00	15,00
107	20		WILSON 1/2	0,98	19,60	1,35	27,00
108	20		WILSON 2	1,27	25,40	1,75	35,00
109	10		WILSON 2 1/2	1,67	16,70	2,25	22,50
110	15		WILSON 3	1,95	29,25	2,65	39,75
111	20		WILSON 4	2,75	55,00	3,75	75,00
112	12		WILSON 5	3,14	37,68	4,90	58,80
113	10		WILSON 6	3,80	38,00	5,80	58,00
114	30		IDEAL 1/2	0,21	6,30	0,30	9,00
115	30		IDEAL 1	0,13	3,90	0,20	6,00
116	30		IDEAL 1 1/2	0,17	5,10	0,25	7,50
117	10		IDEAL 2	0,23	2,30	0,35	3,50
118	15		IDEAL 2 1/2	0,31	4,65	0,50	7,50
119	13		IDEAL 3	0,40	5,20	0,60	7,80
120	20		SOYODA 1/2	0,13	2,60	0,25	5,00
121	25		SOYODA 3/4	0,17	4,25	0,30	7,50
122	15		SOYODA 1	0,21	3,15	0,40	6,00
123	20		SOYODA 1 1/2	0,29	5,80	0,50	10,00
124	15		SOYODA 2	0,39	5,85	0,65	9,75
125	25		SOYODA 2 1/2	0,59	14,75	0,90	22,50
126	15		SOYODA 3	0,74	11,10	1,10	16,50
127	20		SOYODA 4	1,18	23,60	1,70	34,00
128	18		SOYODA 5	2,03	36,54	2,80	50,40
129	12		SOYODA 6	2,52	30,24	3,50	42,00
130	10	BROCAS	PALETO 3/4	2,95	29,50	4,00	40,00
131	10		PALETO 1	3,11	31,10	4,20	42,00
132	21		PALETO 1 1/4	4,49	94,29	6,05	127,05
133	17		PALETO 7/8	2,84	48,28	3,35	56,95
134	15		PALETO 5/8	2,44	36,60	3,40	51,00
135	23		HIERRO ALEMANA 1/8	0,59	13,57	0,80	18,40
136	22		HIERRO ALEMANA 1/4	1,11	24,42	1,50	33,00
137	27		HIERRO ALEMANA 3/64	0,50	13,50	0,70	18,90
138	30		HIERRO ALEMANA 5/64	0,50	15,00	0,65	19,50
139	43		HIERRO ALEMANA 9/64	0,63	27,09	0,85	36,55
140	21		HIERRO ALEMANA 3/16	0,75	15,75	1,00	21,00
141	23		HIERRO ALEMANA 5/32	0,62	14,26	0,85	19,55
142	25		HIERRO ALEMANA 1/2	3,00	75,00	4,10	102,50
143	15		HIERRO ALEMANA 3/8	2,11	31,65	2,85	42,75
144	10		HIERRO ALEMANA 5/16	1,61	16,10	2,30	23,00
145	20		HIERRO ALEMANA 3/32	0,40	8,00	0,75	15,00
146	20		HIERRO ALEMANA 7/64	0,54	10,80	0,75	15,00
147	20		HIERRO ALEMANA 1/16	0,50	10,00	0,70	14,00
148	10		HIERRO ALEMANA 7/16	1,74	17,40	3,50	35,00
149	20		HIERRO ALEMANA 1/32	0,36	7,20	1,20	24,00
150	20		HIERRO ALEMANA 1 1/16	0,45	9,00	0,65	13,00

## Ferretería El Colorado

## ITEM 4

151	30		HIERRO CHINA 1/8	0,09	2,70	0,20	6,00
152	18		HIERRO CHINA 1/4	0,18	3,24	0,30	5,40
153	35		HIERRO CHINA 9/64	0,10	3,50	0,20	7,00
154	23		HIERRO CHINA 3/16	0,17	3,91	0,30	6,90
155	35		HIERRO CHINA 5/32	0,11	3,85	0,20	7,00
156	15		HIERRO CHINA 1/2	0,59	8,85	0,80	12,00
157	23		HIERRO CHINA 3/8	0,45	10,35	0,70	16,10
158	33		HIERRO CHINA 5/16	0,34	11,22	0,60	19,80
159	45		HIERRO CHINA 7/64	0,08	3,60	0,15	6,75
160	28		HIERRO CHINA 1/16	0,07	1,96	0,15	4,20
161	18		HIERRO CHINA 7/16	0,51	9,18	0,95	17,10
162	16	BOMBAS	DESTOPAR	0,60	9,60	0,95	15,20
163	4		AGUA PEDRALO 1/2	47,00	188,00	56,00	224,00
164	3		POALO 1/2	34,81	104,43	39,00	117,00
165	2		POALO 1	59,00	118,00	65,00	130,00
166	4		SWERGIBLE 3/4	72,75	291,00	78,00	312,00
167	3		SWERGIBLE 1	80,50	241,50	88,00	264,00
168	3		SWERGIBLE ECO	62,68	188,04	70,00	210,00
169	20		DRAGON PEQUEÑO	1,38	27,60	1,90	38,00
170	12		DRAGON GRANDE	1,72	20,64	2,30	27,60
171	19		BAYGON	1,13	21,47	1,50	28,50
172	10		BARRON 1/2 HP	18,29	182,90	25,00	250,00
173	16	BARRETA	12 LIBRA	12,57	201,12	15,70	251,20
174	19		14 LIBRA	12,00	228,00	15,00	285,00
175	9	CANDADO TRAPER	38	2,58	23,22	3,60	32,40
176	13		45	2,80	36,40	3,90	50,70
177	20		50	3,38	67,60	4,75	95,00
178	25	CANDADO PLANO SOBO	40	1,29	32,25	1,95	48,75
179	9		50	2,10	18,90	3,10	27,90
180	10		30	0,76	7,60	1,15	11,50
181	20		25	0,61	12,20	0,90	18,00
182	31	CANDADO WUZZI	20	0,47	14,57	0,70	21,70
183	34		25	0,59	20,06	0,90	30,60
184	10		32	0,81	8,10	1,20	12,00
185	19		38	0,97	18,43	1,40	26,60
186	24		50	1,69	40,56	2,40	57,60
187	11	CANDADO RINO	40	2,89	31,79	3,95	43,45
188	11		50	4,06	44,66	6,00	66,00
189	10		60	5,40	54,00	7,45	74,50
190	8	CANDADO EXTRA	38 S/P	1,29	10,32	2,00	16,00
191	8		50 S/P	2,19	17,52	3,10	24,80
192	7	CANDADO SNOTAR	30	1,77	12,39	2,50	17,50
193	4		40	2,12	8,48	3,10	12,40
194	5		50	3,10	15,50	5,27	26,35
195	8		60	5,05	40,40	7,10	56,80
196	6		70	7,60	45,60	10,60	63,60
197	9		45	2,33	20,97	3,30	29,70
198	14	CANDADO BRONCE MASTER	20	1,05	14,70	1,50	21,00
199	8		30	2,39	19,12	3,25	26,00
200	9		40	2,57	23,13	3,70	33,30

## Ferretería El Colorado

## ITEM 5

201	15		50	4,26	63,90	6,10	91,50
202	6		60	5,74	34,44	7,80	46,80
203	6	CANDADO EXTRA ELP	40	2,37	14,22	3,35	20,10
204	7		50	3,04	21,28	4,25	29,75
205	9		60	3,65	32,85	5,10	45,90
206	19	CANDADO FIGHER	20	0,91	17,29	1,35	25,65
207	13		25	1,13	14,69	1,70	22,10
208	12		30	1,30	15,60	1,90	22,80
209	17		40	2,10	35,70	2,95	50,15
210	4		50	3,20	12,80	4,35	17,40
211	3		60	4,77	14,31	6,45	19,35
212	3	CANDADO SLOBE NEGRO	20	0,29	0,87	0,55	1,65
213	21		25	0,39	8,19	0,65	13,65
214	20		30	0,42	8,40	0,95	19,00
215	10		40	0,51	5,10	1,10	11,00
216	22		50	1,03	22,66	1,80	39,60
217	3		60	1,35	4,05	2,40	7,20
218	4		75	1,89	7,56	3,00	12,00
219	5	CANDADO TLUIRO	30	2,53	12,65	3,50	17,50
220	4		40	2,69	10,76	3,95	15,80
221	3		50	2,80	8,40	5,80	17,40
222	5		70	3,26	16,30	4,60	23,00
223	3	CANDADO YEHY	20	0,40	1,20	0,60	1,80
224	2		25	0,50	1,00	0,75	1,50
225	4		30	0,57	2,28	0,85	3,40
226	5		40	0,88	4,40	1,25	6,25
227	3		50	1,01	3,03	1,60	4,80
228	6		60	2,06	12,36	2,80	16,80
229	5	CANDADO NIQ EXTRA NIG	40C/P	1,97	9,85	3,00	15,00
230	3		50C/P	2,46	7,38	3,70	11,10
231	4		60 S/P	1,71	6,84	2,55	10,20
232	2		63 S/P	2,44	4,88	3,50	7,00
233	6	CANDADO WIZI O ROCKET	38	1,45	8,70	2,20	13,20
234	3		50	2,08	6,24	3,10	9,30
235	4	CANDADO CLONE	30	1,59	6,36	2,30	9,20
236	2		35	1,52	3,04	2,10	4,20
237	4		40	2,38	9,52	3,30	13,20
238	5	CANDADO BIRD	30	1,92	9,60	2,70	13,50
239	3		40	2,84	8,52	3,95	11,85
240	4		50	4,24	16,96	5,80	23,20
241	7		60	5,59	39,13	8,00	56,00
242	5		70	8,82	44,10	11,90	59,50
243	6	CERA RALLY	250	3,17	19,02	4,40	26,40
244	3		CAJIN 400	1,42	4,26	1,90	5,70
245	5		CAJIN 600	1,58	7,90	2,15	10,75
246	3		250 TURBO MAX	2,79	8,37	3,70	11,10
247	9		400	3,69	33,21	4,60	41,40
248	8	CADENAS DE PERRO	CADENA 2	0,47	3,76	0,70	5,60
249	9		CADENA 3	0,92	8,28	1,50	13,50
250	10		CADENA 25	0,86	8,60	1,30	13,00



## Ferretería El Colorado

## ITEM 6

251	6		CADENA 30	1,11	6,66	1,70	10,20
252	3	CEMENTO	BLANCO	1,99	5,97	2,70	8,10
253	14		LLANO ROJO	0,80	11,20	1,10	15,40
254	3	CINCELES	NIGULADO 9 X 7/8	1,43	4,29	1,95	5,85
255	3		NIGULADO 7X7/8	1,17	3,51	1,80	5,40
256	17		PLANO 10 C/P	0,95	16,15	1,45	24,65
257	7		BELLOTA 18X250	3,96	27,72	5,15	36,05
258	9		BELLOTO 16X250	2,92	26,28	3,95	35,55
259	5		BELLOTO 14X300	2,78	13,90	3,75	18,75
260	12		BELLOTO 16X200	3,10	37,20	4,20	50,40
261	23		BELLOTO 16X300	4,05	93,15	5,45	125,35
262	3		ALCON 104	1,76	5,28	2,70	8,10
263	4	CANCAMO	ABIERTO1/2	1,19	4,76	0,03	0,12
264	7		ABIERTO3/4	2,44	17,08	0,04	0,28
265	6		ABIERTO 1	3,14	18,84	0,05	0,30
266	6		ABIERTO 1/4	2,35	14,10	0,07	0,42
267	6		ABIERTO 1/2	3,82	22,92	0,08	0,48
268	5		ABIERTO 2	4,60	23,00	0,20	1,00
269	2		ABIERTO 2/2	9,60	19,20	0,12	0,24
270	14		ABIERTO 3/2	0,08	1,12	0,20	2,80
271	21		ABIERTO 4	0,14	2,94	0,25	5,25
272	5		CERRADO 1/2	1,14	5,70	0,02	0,10
273	8		CERRADO1/4	3,26	26,08	0,05	0,40
274	7		CERRADO 2	7,61	53,27	0,10	0,70
275	9	CONECTOR	CONECTOR 3/4	0,72	6,48	1,40	12,60
276	6		1	0,70	4,20	1,55	9,30
277	12		T/U	0,06	0,72	0,20	2,40
278	23	CODO PUE	2	0,18	4,14	0,30	6,90
279	12		3	0,42	5,04	0,66	7,92
280	15		4	0,76	11,40	1,20	18,00
281	25	CODO SOLVONAJADO	1/2X90	0,13	3,25	0,27	6,75
282	17		3/4X90	0,26	4,42	0,40	6,80
283	16		3/4X45	0,50	8,00	0,75	12,00
284	9		1X90	0,64	5,76	0,90	8,10
285	3		1X45	0,27	0,81	0,46	1,38
286	2		SOLVONAJADO 1/4	0,55	1,10	0,80	1,60
287	2	CODO ROSEABLE PUE EXONO	ROSEABLE 1/2	0,11	0,22	0,20	0,40
288	3		1/2 A	0,29	0,87	0,40	1,20
289	5		3/4 A	0,31	1,55	0,50	2,50
290	6	CODO HIDROTEX	HIDROTEX 1/2	0,27	1,62	0,40	2,40
291	4		HIDROTEX 3/4	0,34	1,36	0,65	2,60
292	7		1	0,91	6,37	1,30	9,10
293	8	CODO POLIMEX	POLIMEX 1/2	0,30	2,40	0,50	4,00
294	9		POLIMEX 3/4	0,34	3,06	0,65	5,85
295	2		1	1,22	2,44	1,40	2,80
296	4	CINETAS T/KONELOSA	10	1,89	7,56	2,80	11,20
297	6		15	1,33	7,98	3,50	21,00
298	2		20	3,11	6,22	4,70	9,40
299	5		30	4,54	22,70	6,50	32,50
300	4		50	6,64	26,56	9,30	37,20

## Ferretería El Colorado

## ITEM 7

301	6	CINETAS DOBLE FAS	3/4X5 M	2,77	16,62	3,75	22,50
302	7		3/4X2 M	1,91	13,37	2,60	18,20
303	8		1/2X5 M	1,96	15,68	2,70	21,60
304	2		1/2X2 M	1,28	2,56	1,80	3,60
305	4	CINETAS MOSTUZ	MOSTUZ 1/2	0,35	1,40	0,55	2,20
306	3		MOSTUZ 3/4	0,60	1,80	0,85	2,55
307	9		MOSTUZ 1	0,75	6,75	1,10	9,90
308	5		MOSTUZ 1/2	1,15	5,75	1,60	8,00
309	7		2	1,56	10,92	2,10	14,70
310	38	CEPILLOS DORADO	7	0,46	17,48	0,80	30,40
311	24		8	0,62	14,88	1,00	24,00
312	6	CIRCULAR	6	10,66	63,96	14,40	86,40
313	9		8	13,25	119,25	17,50	157,50
314	5	CARPINTERO	5	7,12	35,60	10,00	50,00
315	8		6	8,17	65,36	11,50	92,00
316	9	CALIBRADOR	PLASTICO	0,72	6,48	1,20	10,80
317	9	CANAleta	24X14	1,48	13,32	2,00	18,00
318	7		20X10	0,77	5,39	1,50	10,50
319	12		15X10	0,90	10,80	1,50	18,00
320	9	CORTA VIDRIO	JOBO	1,28	11,52	1,80	16,20
321	10	CALENTADOR AGUA	500	0,86	8,60	1,30	13,00
322	10		600	0,91	9,10	1,40	14,00
323	9		MULLO	1,00	9,00	1,50	13,50
324	9		LENGUA	2,77	24,93	3,75	33,75
325	15		700	0,96	14,40	1,50	22,50
326	6		LOZA	1,00	6,00	1,60	9,60
327	23	CAUTIN	30	0,81	18,63	1,20	27,60
328	21		40	0,77	16,17	1,30	27,30
329	16		60	0,84	13,44	1,55	24,80
330	6		75	1,91	11,46	2,70	16,20
331	9		80	1,37	12,33	2,00	18,00
332	8		100	1,67	13,36	2,40	19,20
333	9	CARBONES A	1	2,09	18,81	3,00	27,00
334	9		34	3,06	27,54	4,70	42,30
335	10		5	1,98	19,80	2,80	28,00
336	5		32	2,52	12,60	3,75	18,75
337	8		10	2,98	23,84	4,20	33,60
338	9		49	2,55	22,95	3,70	33,30
339	5		58	2,55	12,75	3,70	18,50
340	6		18	1,98	11,88	2,80	16,80
341	14		28	2,21	30,94	3,10	43,40
342	5	CARBONES B	40	4,05	20,25	5,70	28,50
343	7		3	2,79	19,53	3,90	27,30
344	8		8	3,02	24,16	4,25	34,00
345	9		10	2,60	23,40	3,90	35,10
346	4		49	2,70	10,80	3,80	15,20
347	6		58	2,70	16,20	3,80	22,80
348	5		96	2,70	13,50	3,80	19,00
349	9		44	2,79	25,11	3,90	35,10
350	3		50	2,55	7,65	3,60	10,80

## Ferretería El Colorado

## ITEM 8

351	21		63	2,61	54,81	3,65	76,65
352	6		18	3,78	22,68	5,30	31,80
353	9		92	3,06	27,54	4,30	38,70
354	8	CAJAS TERMICA	1	7,55	60,40	10,20	81,60
355	7		4	11,50	80,50	15,50	108,50
356	8		6	23,15	185,20	30,00	240,00
357	11		8	21,33	234,63	29,00	319,00
358	4	CORTADORA CERAMICA	400	17,66	70,64	24,00	96,00
359	6		600	25,72	154,32	33,00	198,00
360	12		500	20,60	247,20	28,00	336,00
361	8	CUERDAS	AGUSTINA 1-3	0,45	3,60	3,50	28,00
362	2		AGUSTINA 4-6	0,95	1,90	5,50	11,00
363	6		BELLO 1-3	0,45	2,70	3,50	21,00
364	4		BELLO 4-6	0,95	3,80	7,50	30,00
365	5		JUEGO C.750	4,80	24,00	7,50	37,50
366	2		900B	7,25	14,50	10,80	21,60
367	2		10P.H	8,50	17,00	12,50	25,00
368	2		C800	4,80	9,60	7,50	15,00
369	3	CAUCHO	SELLADERO 200	1,62	4,86	2,50	7,50
370	5		300	2,53	12,65	3,70	18,50
371	6	COLADEROS	SHELL	14,34	86,04	21,00	126,00
372	7	CARRETILLA	SASÓN	31,00	217,00	35,00	245,00
373	8	COMBOS	4 LB	1,48	11,84	2,50	20,00
374	9		8 LB	2,72	24,48	4,10	36,90
375	6		18 LB	7,02	42,12	10,00	60,00
376	4		20 LB	8,32	33,28	11,50	46,00
377	7	CABLES	U.T.P	0,37	2,59	0,70	4,90
378	5		GEMELO 2X20	23,95	119,75	0,33	1,65
379	9		2X18	23,23	209,07	0,40	3,60
380	6		2X16	34,23	205,38	0,57	3,42
381	5		2X14	56,62	283,10	0,80	4,00
382	7	CHAPAS	300	18,30	128,10	23,00	161,00
383	6		500	22,15	132,90	26,00	156,00
384	5		700	22,50	112,50	27,00	135,00
385	4	CHAPAS DORMITORIO	500-1-2-3	3,40	13,60	4,70	18,80
386	5		5798 BN	2,56	12,80	4,00	20,00
387	6		MEIKO C/U	4,35	26,10	5,80	34,80
388	5		TEKNO DOBLE LLAVE	4,74	23,70	6,40	32,00
389	9		YALE	7,20	64,80	10,00	90,00
390	6		TEKNO	2,70	16,20	4,00	24,00
391	3		T/ALFA	1,95	5,85	3,00	9,00
392	4		5871	2,50	10,00	3,80	15,20
393	4		LLAVE JOCK	5,65	22,60	7,65	30,60
394	5		PLATINIUM	3,96	19,80	5,30	26,50
395	8		CISSA	3,66	29,28	4,95	39,60
396	9	CAJÓN	600	0,54	4,86	0,80	7,20
397	9		ROJO	0,52	4,68	0,80	7,20
398	6		GATO	1,02	6,12	1,55	9,30
399	5		VIDRIO	0,37	1,85	0,70	3,50
400	6		PHILIP 21	2,57	15,42	3,45	20,70

## Ferretería El Colorado

## ITEM 9

401	7	CAJÓN VITRINA	EVERGOOD	0,74	5,18	1,60	11,20
402	8		EVERGOOD BOTON	1,04	8,32	1,60	12,80
403	9		ANGELO	0,86	7,74	1,50	13,50
404	8		PHILIP	4,46	35,68	6,80	54,40
405	4	CARRETILLA		28,11	112,44	47,43	189,72
406	4	CHOQUES	5/8 PRESION	9,84	39,36	13,30	53,20
407	3		3/8X1/2 ACE	4,33	12,99	6,50	19,50
408	3		1/4 ROSE	1,60	4,80	3,00	9,00
409	3		3/8X3/8 P	1,14	3,42	2,80	8,40
410	4	CHISPERO	TAYWAN	1,64	6,56	2,45	9,80
411	5	CHOVA	10 MOTO	9,25	46,25	1,45	7,25
412	6	DESARMADORES PLANO Y ESTRELLA	1/4X3	0,55	3,30	0,85	5,10
413	9		4	0,55	4,95	0,85	7,65
414	10		5	0,59	5,90	0,90	9,00
415	11		6	0,64	7,04	1,05	11,55
416	15		PLANO 4	0,46	6,90	0,70	10,50
417	19		ESTRELLA 4	0,48	9,12	0,70	13,30
418	11		JUEGO ESTANLEY 5	1,30	14,30	7,20	79,20
419	14		JUEGO T/E	1,33	18,62	1,80	25,20
420	25		COPA 6	0,21	5,25	0,60	15,00
421	23		ESTRELLA ESTANLEY 1/4	0,84	19,32	1,25	28,75
422	16		ESTRELLA ESTANLEY 3/16	0,84	13,44	1,25	20,00
423	19		ALCON 4	0,48	9,12	0,70	13,30
424	33		RINO T/E 1/3X3	0,27	8,91	0,50	16,50
425	12		1/3X4	0,29	3,48	0,55	6,60
426	17		5	0,32	5,44	0,60	10,20
427	21		6	0,34	7,14	0,65	13,65
428	22		8	0,39	8,58	0,75	16,50
429	8		T/E 1/4X3	0,27	2,16	0,40	3,20
430	7		1/4X4	0,30	2,10	0,45	3,15
431	6		5	0,38	2,28	0,60	3,60
432	5		6	0,43	2,15	0,65	3,25
433	3	DERIVACION	EGLE	0,60	1,80	1,00	3,00
434	2		T/EGLE	0,28	0,56	0,50	1,00
435	9	DUCHAS	FU	3,26	29,34	3,60	32,40
436	4		HIDROMASAJE	5,17	20,68	7,00	28,00
437	6		TELEFONO	2,84	17,04	4,25	25,50
438	7		EDESA	3,00	21,00	3,30	23,10
439	8		FILO NEGRO NIQ	3,08	24,64	4,20	33,60
440	10	DISCOS	DIAMANTE RINO	6,48	64,80	10,50	105,00
441	4		MOTOL 7 NORTON	1,08	4,32	2,00	8,00
442	6		DESBASTE ACERO 4	1,35	8,10	1,85	11,10
443	8		DESBASTE ACERO 4 1/2	0,89	7,12	1,35	10,80
444	9		CORTE ACERO 4 1/2	0,67	6,03	1,00	9,00
445	2		DIAMANTE MAKITA 4	1,80	3,60	2,70	5,40
446	5		7X 1/4X7/8 NORTON DEIBASTE	2,08	10,40	2,90	14,50
447	3		C/PIEDRA TINOLIT	1,50	4,50	2,20	6,60
448	25	DESTORCEDOR	PESEA NIQ	0,15	3,75	0,30	7,50
449	5	SADO STANLEY	10	1,30	6,50	1,75	8,75
450	7		11	1,30	9,10	1,75	12,25

## Ferretería El Colorado

## ITEM 10

451	8		12	1,34	10,72	1,80	14,40
452	9		13	1,34	12,06	1,80	16,20
453	8		14	1,34	10,72	1,80	14,40
454	7		15	1,30	9,10	1,75	12,25
455	6		16	1,34	8,04	1,80	10,80
456	5		17	1,64	8,20	2,25	11,25
457	4		18	1,87	7,48	2,55	10,20
458	3		19	1,96	5,88	2,65	7,95
459	6		24	2,43	14,58	3,30	19,80
460	14	DADOS P TALADRO	TALADRO 1/4	1,36	19,04	1,85	25,90
461	4		TALADRO 5/16	1,36	5,44	1,85	7,40
462	7	DESOXIDANTE	LITIO	1,71	11,97	2,30	16,10
463	9	DIAMANTE	CORTADOR 400	3,00	27,00	4,20	37,80
464	7		C/BLISTER	2,56	17,92	3,60	25,20
465	60	DURATECHO	DURATECHO 3/60	13,00	780,00	17,10	1026,00
466	24	ENCHUFES	CAUCHO REDONDO S/A	0,20	4,80	0,50	12,00
467	21		PERUANO	0,11	2,31	0,20	4,20
468	31		BOGUELITO	0,11	3,41	0,25	7,75
469	27		BLINDADO NIQ 3P	0,44	11,88	0,80	21,60
470	16		PLANCHA C/BASE DE LOZA	0,40	6,40	0,70	11,20
471	5	EXTINGIDOR	2 LIBRAS	7,39	36,95	10,00	50,00
472	7		5 LIBRAS	14,82	103,74	19,50	136,50
473	9		1 LIRA	6,52	58,68	8,80	79,20
474	8	ESCUADRAS	CHINAS 10	0,55	4,40	0,90	7,20
475	6		12	0,68	4,08	1,00	6,00
476	9		8	0,85	7,65	1,25	11,25
477	8		10	0,92	7,36	1,40	11,20
478	7		FAMASTIL 10	2,63	18,41	3,50	24,50
479	6		14	2,84	17,04	4,50	27,00
480	3		STANLEY 10	2,58	7,74	3,50	10,50
481	4	EXTENSION	BANANA 2X18	3,62	14,48	6,00	24,00
482	4		NARANJA 2X16.10	7,63	30,52	10,50	42,00
483	3		2X16.15	10,65	31,95	15,00	45,00
484	10	TELEFONO	NILCHOLS 2	0,34	3,40	0,70	7,00
485	10		3	0,47	4,70	0,90	9,00
486	13		4	0,67	8,71	1,00	13,00
487	15		5	0,73	10,95	1,20	18,00
488	8		10	1,34	10,72	2,20	17,60
489	9		7	1,06	9,54	1,60	14,40
490	9	ESPATULA	CHINA 1	0,15	1,35	0,30	2,70
491	8		1 1/2	0,21	1,68	0,35	2,80
492	3		2	0,23	0,69	0,35	1,05
493	4		2 1/2	0,29	1,16	0,40	1,60
494	3		3	0,27	0,81	0,40	1,20
495	7		3 1/2	0,30	2,10	0,45	3,15
496	4		4	0,34	1,36	0,50	2,00
497	9		ESTANLEY 2	1,47	13,23	2,00	18,00
498	8		2 1/2	1,49	11,92	2,10	16,80
499	6		3	1,62	9,72	2,25	13,50
500	7	ESTILETE	GRANDE	0,31	2,17	0,45	3,15

## Ferretería El Colorado

## ITEM 11

501	6		3 PIEZAS	0,30	1,80	0,45	2,70
502	5	ENGRASADORA	ALEMANA	8,50	42,50	12,00	60,00
503	4		CHINA 200	3,46	13,84	4,80	19,20
504	3		CHINA 400	3,42	10,26	6,50	19,50
505	15	FOCOS AHORRADORES	13W 3W	2,21	33,15	3,00	45,00
506	15		18W 3W	1,98	29,70	2,90	43,50
507	17		25W ESPIRAL	2,55	43,35	3,70	62,90
508	16		ESPIRAL HENGSH 7W	1,91	30,56	2,70	43,20
509	17		2V 15W	1,00	17,00	1,50	25,50
510	14		3V 30W	1,66	23,24	2,40	33,60
511	14		4V 65W	6,75	94,50	9,00	126,00
512	20		HOSTRAN	1,98	39,60	2,70	54,00
513	11	FOCOS VARIOS	200 Y 150	0,67	7,37	1,00	11,00
514	12		100	0,32	3,84	0,50	6,00
515	3		BOLA COLOR	0,40	1,20	0,69	2,07
516	2		REFLECTOR 60 T/W	2,92	5,84	4,00	8,00
517	3		REFLECTOR 60 BLANCO	1,32	3,96	1,40	4,20
518	4		BOLA E 14	0,59	2,36	0,75	3,00
519	5	FLEXOMETRO	STANLEY 3	2,46	12,30	3,63	18,15
520	6		STANLEY 5	4,88	29,28	6,70	40,20
521	7		3 WOOD	0,50	3,50	1,00	7,00
522	8		5 WOOD	0,86	6,88	1,50	12,00
523	9		3 CAUCHO	0,56	5,04	1,00	9,00
524	7		5 CAUCHO	0,88	6,16	1,40	9,80
525	8		3MTS	0,76	6,08	1,30	10,40
526	6		5MTS	1,09	6,54	1,70	10,20
527	4		8MTS	1,67	6,68	2,30	9,20
528	9		3MTS GIAN	0,78	7,02	1,20	10,80
529	10		5MTS GIAN	1,18	11,80	1,75	17,50
530	9	FRANELA	75X50	0,79	7,11	1,10	9,90
531	7	FORMON	STANLEY 3/4	3,30	23,10	4,70	32,90
532	8		STANLEY 1	3,80	30,40	5,50	44,00
533	9		STANLEY 7/8	3,55	31,95	5,15	46,35
534	4		CHINO 1	1,11	4,44	1,80	7,20
535	3		CHINO 7/8	0,48	1,44	0,75	2,25
536	2		CHINO 1/2	0,75	1,50	1,15	2,30
537	4		CHINO 3/4	1,15	4,60	1,70	6,80
538	5	FLAPER	CAUCHO C/C	0,48	2,40	0,80	4,00
539	6		AMERICAN HOME	0,56	3,36	1,00	6,00
540	4	FREGADERO	100 X 50	31,00	124,00	42,00	168,00
541	7		80 X 50	27,12	189,84	34,00	238,00
542	6		68 X 43	17,00	102,00	24,00	144,00
543	5		46 X 36	16,00	80,00	21,00	105,00
544	4		2 POZO 1	63,00	252,00	78,00	312,00
545	3		40 X 31	11,00	33,00	14,00	42,00
546	1		COPA	13,00	13,00	17,50	17,50
547	2		69 X 43	18,80	37,60	25,00	50,00
548	9		39 X 42	16,00	144,00	20,60	185,40
549	20	FUSIBLE	20 A	0,75	15,00	3,20	64,00
550	20		25 A	0,75	15,00	3,20	64,00

## Ferretería El Colorado

## ITEM 12

551	14		30 A	0,80	11,20	3,07	42,98
552	9	FLOTODAS	FLOTODOS 1/2	2,53	22,77	3,50	31,50
553	7		FLOTODOS 3/4	4,35	30,45	5,90	41,30
554	8		FLOTODOS 1	3,43	27,44	6,50	52,00
555	6	GAFAS	FIBRA VIDRIO	1,00	6,00	1,70	10,20
556	15	GUANTES	CAUCHO BIEDAS	0,62	9,30	0,85	12,75
557	11		CUERO SENCILLO CORTO	1,30	14,30	2,20	24,20
558	5		LARGO SENCILLO	1,70	8,50	2,80	14,00
559	13		REFORZADO CORTO	1,80	23,40	2,60	33,80
560	32		PUPO	0,46	14,72	0,70	22,40
561	20		CUERO NEGRO	2,00	40,00	3,00	60,00
562	12		CAUCHO IND	0,50	6,00	1,50	18,00
563	23		CAUCHO NEGRO Y VERDE	1,46	33,58	2,10	48,30
564	3	GRASA		0,80	2,40	1,20	3,60
565	15	GRILLETES	GRILLETES 5/16	0,11	1,65	0,25	3,75
566	12		GRILLETES 3/8	0,18	2,16	0,30	3,60
567	13		GRILLETES 3/4	0,67	8,71	1,00	13,00
568	17		GRILLETES 5/8	0,54	9,18	0,80	13,60
569	25		GRILLETES 3/16	0,07	1,75	0,20	5,00
570	27		GRILLETES 1/4	0,08	2,16	0,25	6,75
571	6	GARRUCHAS	ESPEJO 1 1/2	1,00	6,00	1,40	8,40
572	7		ESPEJO 2	1,18	8,26	2,00	14,00
573	5	GATA	2 TONELADA	6,51	32,55	9,80	49,00
574	4		3 TONELADA	8,47	33,88	13,00	52,00
575	4	GRAPA PARA BANDA	35	0,41	1,64	0,70	2,80
576	6		45	0,49	2,94	0,80	4,80
577	12	GUARDA CABO	G/C 3/8	0,14	1,68	0,30	3,60
578	15	GUARDA CABO	G/C 1/2	0,18	2,70	0,40	6,00
579	21		G/c 1/4	0,07	1,47	0,25	5,25
580	20	HOCHA	800 GR M/M ROJO	1,42	28,40	2,10	42,00
581	12		1000 GR M/M ROJO	1,52	18,24	2,30	27,60
582	9		HEROUGRO 4 LITRO	6,15	55,35	8,00	72,00
583	4		HEROUGRO 3 1/2 LBRS	7,06	28,24	9,50	38,00
584	8		C / MADERA 14 600GR	1,87	14,96	2,70	21,60
585	5		MULTIUSO NEGRA	1,35	6,75	2,50	12,50
586	3		C/ MADERA 14 700GR	1,99	5,97	2,80	8,40
587	6	HOJA LATE		1,57	9,42	2,60	15,60
588	5	HOJA CEPILLO	STANLEY 2 3/8	6,57	32,85	9,00	45,00
589	7	HOZ CHINA		0,53	3,71	1,00	7,00
590	10	HASPIE		2,34	23,40	2,80	28,00
591	3	INTERRUPTORES	S/PTEMO	0,73	2,19	1,20	3,60
592	6		TEKNO 1 LUZ	0,58	3,48	1,15	6,90
593	8		TEKNO 2 LUZ	1,00	8,00	1,50	12,00
594	9		T/VETO	0,26	2,34	0,50	4,50
595	13		COLGANTE CHINO	0,17	2,21	0,30	3,90
596	11		LIGLE BASE AZUL	0,72	7,92	1,25	13,75
597	15		T/T	0,21	3,15	0,40	6,00
598	6		TEKNO 3 LUZ	1,28	7,68	1,85	11,10
599	9		TIMBRE T/T	0,21	1,89	0,50	4,50
600	12		TIMBRE TREMIO	1,14	13,68	1,60	19,20

## Ferretería El Colorado

## ITEM 13

601	20		TIMBRE REDONDO	0,07	1,40	0,20	4,00
602	15		TOMA TERNO	0,89	13,35	1,50	22,50
603	16		BOTON TIMBRE	0,12	1,92	0,23	3,68
604	15		MINI	0,15	2,25	0,25	3,75
605	17		DOBLE COOPER S/P	2,82	47,94	4,00	68,00
606	12		INT TOMA COOPER S/P	3,09	37,08	4,40	52,80
607	20		VETO C/PLACAS C/LUZ INT MIXTO	1,59	31,80	2,30	46,00
608	20		INT MIXTO 1/5	1,00	20,00	1,45	29,00
609	18		INT MIXTO 2/5	1,69	30,42	2,30	41,40
610	19		INT MIXTO 3/5	1,91	36,29	2,65	50,35
611	15		18 TV Y COA	1,63	24,45	2,70	40,50
612	13		CAUMATADOR	1,06	13,78	1,55	20,15
613	17		INT MIXTO TV FONOS	2,28	38,76	3,10	52,70
614	16		INT MIXTO S/ PUESTO	0,22	3,52	0,40	6,40
615	15	TAPAS SANITARIAS	BLANCA	3,29	49,35	4,50	67,50
616	17	TAZA COLOR		25,94	440,98	32,00	544,00
617	11	TAZA BLANCA		23,09	253,99	29,00	319,00
618	13	TAZA Y TANQUE BLEO		41,13	534,69	48,00	624,00
619	10	TAZA Y TANQUE COLOR		45,22	452,20	50,00	500,00
620	3	POCETA CAMP		11,95	35,85	14,00	42,00
621	7	INSECTICIDA	DRAGON 1/2	1,38	9,66	1,90	13,30
622	20		DRAGON 1	2,54	50,80	3,35	67,00
623	30		SPRAY	2,19	65,70	2,90	87,00
624	38	BAYGON	1/4 LTR	0,84	31,92	1,20	45,60
625	10		1/2 LTR	1,48	14,80	2,00	20,00
626	7		1	2,63	18,41	3,55	24,85
627	24		DRAGON 1/4	0,76	18,24	1,00	24,00
628	12	INFLADOR	ABEJITA	1,95	23,40	2,80	33,60
629	9		C/TAQUE	2,55	22,95	3,50	31,50
630	5		ROJO	1,75	8,75	3,00	15,00
631	6		PEQUEÑA	1,92	11,52	2,70	16,20
632	7	JUEGO DE BAÑO		50,34	352,38	77,50	542,50
633	7	JUEGO RACHE	41 PZA	2,81	19,67	4,20	29,40
634	9	JUEGO RACHE	32 PZA	3,70	33,30	5,00	45,00
635	10	JUEGO ARCO	C/5 PIEZAS	1,15	11,50	1,70	17,00
636	6	JUEGO HERRAJE	CHINO	3,72	22,32	5,50	33,00
637	5	TORROJA ROJA		3,30	16,50	4,50	22,50
638	7	CARAMELO 10 PZA		1,21	8,47	2,70	18,90
639	6	LLOSE ALAN 10 PZAS		0,73	4,38	1,20	7,20
640	9	LLOSE ALAN 14 PZAS		0,67	6,03	1,20	10,80
641	9	DADO 40 OZAS		3,99	35,91	5,40	48,60
642	10	HERROJE ACUERICAN		5,94	59,40	8,45	84,50
643	4	TERRAJA 1/2 A 1 1/4		15,86	63,44	22,00	88,00
644	9	TERRAJA PLATINIUN		2,59	23,31	4,20	37,80
645	8	BAÑO 5 PIEZAS		6,58	52,64	9,00	72,00
646	2	JUEGO DESARMADOR PUBICON		2,54	5,08	3,60	7,20
647	12	DESARMADOR 6 STANLEY		5,72	68,64	7,00	84,00
648	31	JUEGO DESARMADOR 2 PIEZAS	PEQUEÑO	0,41	12,71	0,70	21,70
649	3	HERRAJE FV		4,74	14,22	6,40	19,20
650	5	KLERAY		0,65	3,25	0,95	4,75



## Ferretería El Colorado

## ITEM 14

651	6	BOMBA	KIT	4,18	25,08	5,70	34,20
652	7	LINTERNAS	BARTA	7,94	55,58	10,50	73,50
653	4		METALICO EVEREADY 2 PIEZAS	1,72	6,88	2,30	9,20
654	56		PLASTICO COLOR	0,75	42,00	1,20	67,20
655	4		RAYOVA 2 PIEZAS	1,44	5,76	2,20	8,80
656	5		KEREX	4,22	21,10	6,50	32,50
657	5	LIMAS	BELTO 6	1,52	7,60	2,25	11,25
658	6		7	1,70	10,20	2,30	13,80
659	3		8	1,75	5,25	2,25	6,75
660	2		9	2,00	4,00	2,60	5,20
661	1		10	1,37	1,37	2,60	2,60
662	4		PLANA 6	1,97	7,88	2,70	10,80
663	5		8	2,63	13,15	3,55	17,75
664	6		10	3,63	21,78	5,40	32,40
665	7		1/2 CAÑO 6	3,42	23,94	4,45	31,15
666	8	LIJAS	320	0,23	1,84	0,35	2,80
667	9		AGUA 80	0,29	2,61	0,45	4,05
668	8		100	0,26	2,08	0,40	3,20
669	7		120	0,23	1,61	0,35	2,45
670	6		150	0,22	1,32	0,35	2,10
671	2		220-180	0,20	0,40	0,35	0,70
672	3		DISCO 36	0,55	1,65	0,80	2,40
673	3		24	0,62	1,86	0,80	2,40
674	4		50	0,46	1,84	0,70	2,80
675	7		60	0,43	3,01	0,70	4,90
676	8		80	0,42	3,36	0,70	5,60
677	9		100	0,43	3,87	0,70	6,30
678	7		120	0,43	3,01	0,70	4,90
679	7		FIERRO 1/2	0,33	2,31	0,50	3,50
680	8		FIERRO 2	0,36	2,88	0,50	4,00
681	9		FIERRO 3	0,40	3,60	0,55	4,95
682	4	LAVADOR 100 HONGOS		1,54	6,16	2,50	10,00
683	2	LAVADOR 100 SARRO		1,69	3,38	2,70	5,40
684	12	LAPIZ	BLANCOS	0,04	0,48	0,20	2,40
685	3		ROJO	0,06	0,18	0,20	0,60
686	4	LAMPARA	KEREX #1	3,31	13,24	6,00	24,00
687	3		20 LUMINEX	3,36	10,08	5,00	15,00
688	2		PETROMAX	25,19	50,38	33,00	66,00
689	5		32 COMPLETA CHILL	4,21	21,05	6,65	33,25
690	6		LUMINEX 2X40	8,96	53,76	12,00	72,00
691	4		LUXAR 1X20	3,77	15,08	5,50	22,00
692	8		1X40	4,40	35,20	6,20	49,60
693	9		HANSA1	4,59	41,31	6,20	55,80
694	3	LUSTRE	PISO	0,64	1,92	0,95	2,85
695	4	LLAVES REGADERO	15 CUT	1,66	6,64	2,50	10,00
696	5		PARED C Y S	4,74	23,70	6,40	32,00
697	6		REGADERA PIES ROJO	3,47	20,82	4,70	28,20
698	7		PICO ALTO PARED	3,27	22,89	4,20	29,40
699	2		CUELLO LARGO	5,04	10,08	6,80	13,60
700	3		PICO C ALTO	4,70	14,10	6,40	19,20

## Ferretería El Colorado

## ITEM 15

701	5	LLAVES COMPUERTA	1/2 COMPUERTA	2,09	10,45	2,85	14,25
702	6		3/4 COMPUERTA	2,36	14,16	3,20	19,20
703	7		1	3,20	22,40	4,35	30,45
704	2		3/4 COMPUERTA	2,04	4,08	4,20	8,40
705	3		1	3,09	9,27	4,50	13,50
706	4		1/4 COMPUERTA	2,72	10,88	3,70	14,80
707	6	LLAVE LAVADO	I/ CAP	5,68	34,08	7,70	46,20
708	7		FV BLANC	10,49	73,43	13,40	93,80
709	8		P/METAL SENCILLO	2,37	18,96	3,50	28,00
710	9		POMO ACRILICO	3,02	27,18	4,10	36,90
711	3		DISPENSADOR	1,00	3,00	1,70	5,10
712	4		FV POMO ACRILICO	7,42	29,68	10,00	40,00
713	5		CAPRI FV	7,27	36,35	9,00	45,00
714	6		MESCLADORA	9,14	54,84	12,30	73,80
715	4	LLAVE PICO C/ROSCA	FV REFORSADO	5,79	23,16	9,00	36,00
716	3		FV MEDIANO	4,87	14,61	6,85	20,55
717	5		FV CHICO	3,52	17,60	4,90	24,50
718	23		SCOTT C/ROSCA	4,16	95,68	1,85	42,55
719	12		T/SCOTT	2,40	28,80	3,25	39,00
720	32		CROMADO PICO LIZO	1,72	55,04	9,00	288,00
721	43		EDESA ROSCA T/E	2,71	116,53	4,00	172,00
722	56		LIVIANA 1/2	4,28	239,68	5,82	325,92
723	7		REFORZADO 1/2	4,55	31,85	6,15	43,05
724	8	LLAVE PASO	FV DUCHA	13,25	106,00	16,00	128,00
725	9		T/RED WHITIZ	2,25	20,25	3,20	28,80
726	5		FV MARIPOSA	4,16	20,80	6,00	30,00
727	4		FV LIVIANA	4,28	17,12	5,80	23,20
728	21		FV ROSCA ROJA	6,68	140,28	9,00	189,00
729	12		CRUZ FV PLATIADO	3,76	45,12	5,10	61,20
730	13		DUCHA CHINA	2,62	34,06	3,60	46,80
731	23		PASO 1/2 ITALIANO	4,26	97,98	5,75	132,25
732	43		PASO 3/4 ITALIANO	4,71	202,53	6,40	275,20
733	45		T/TOYA 1/2	2,52	113,40	3,60	162,00
734	3		DUCHA EDESA	9,30	27,90	12,50	37,50
735	2		EDESA PEQUEÑA	4,35	8,70	5,85	11,70
736	12	LLAVES MIXTA	CHINA 7	0,21	2,52	0,35	4,20
737	32		8	0,25	8,00	0,40	12,80
738	2		9	0,22	0,44	0,40	0,80
739	1		12	0,22	0,22	0,50	0,50
740	3		13	0,42	1,26	0,70	2,10
741	2		14	0,25	0,50	0,80	1,60
742	4		15	0,34	1,36	0,85	3,40
743	3		16	0,51	1,53	0,70	2,10
744	5		17	0,50	2,50	0,95	4,75
745	6		18	0,47	2,82	0,90	5,40
746	3		19	0,60	1,80	0,90	2,70
747	7		23	1,22	8,54	1,80	12,60
748	8		STANLEY 8	1,39	11,12	2,05	16,40
749	9		9	1,53	13,77	2,05	18,45
750	7		10	1,26	8,82	2,05	14,35

## Ferretería El Colorado

## ITEM 16

751	4		11	1,49	5,96	2,40	9,60
752	3		12	1,76	5,28	2,40	7,20
753	4		13	1,90	7,60	2,50	10,00
754	8		14	1,97	15,76	2,70	21,60
755	6		15	2,30	13,80	3,25	19,50
756	5		16	2,42	12,10	3,10	15,50
757	4		17	2,73	10,92	3,70	14,80
758	3		18	2,84	8,52	3,85	11,55
759	6		19	3,23	19,38	4,05	24,30
760	3		JUEGO LLAVE SLEM 8P	0,33	0,99	0,80	2,40
761	2		JUEGO LLAVE SLEM 10P	0,60	1,20	0,90	1,80
762	4	LLAVE TUBO	HARE SUTTI 8	1,90	7,60	3,25	13,00
763	5		10	2,33	11,65	3,25	16,25
764	67		12	3,12	209,04	4,25	284,75
765	3		14	4,07	12,21	5,50	16,50
766	4		18	9,92	39,68	13,90	55,60
767	5		STANLEY 10	9,35	46,75	12,60	63,00
768	6		12	11,15	66,90	14,50	87,00
769	7		14	11,25	78,75	18,50	129,50
770	8		TALADRO 3/8	0,73	5,84	1,50	12,00
771	9		TALADRO 1/2	1,14	10,26	1,80	16,20
772	3		TALADRO 5/8	0,79	2,37	1,10	3,30
773	7		TALADRO 3/4	1,18	8,26	1,60	11,20
774	5		TALADRO 1/4	0,68	3,40	1,00	5,00
775	4	MASILLAS	VIDRIO	0,67	2,68	1,00	4,00
776	3		BORDENIO	1,27	3,81	1,75	5,25
777	2	MANOMETROS	PAOLO	2,55	5,10	3,80	7,60
778	4	MULTIMETRO	SAM	1,83	7,32	3,25	13,00
779	3		DIGITAL	3,58	10,74	5,30	15,90
780	45		ISAM	5,95	267,75	8,10	364,50
781	6		IDAP	2,40	14,40	3,40	20,40
782	7	MEDIDOR AGUA		8,60	60,20	11,70	81,90
783	8	MOTOR	MOGENIA	5,56	44,48	8,00	64,00
784	9	MASCARA	SOLDAR	2,85	25,65	4,00	36,00
785	7		TRIANGULAR	0,22	1,54	0,40	2,80
786	5		DESECHABLE	0,04	0,20	0,15	0,75
787	3		PESCA VIDRIO	8,00	24,00	11,50	34,50
788	2		PESCA PLASTICO	6,50	13,00	9,00	18,00
789	4	MALLAS	PLASTICO	1,80	7,20	2,40	9,60
790	5		5/8 POLLO 30M	62,73	313,65	1,31	6,55
791	6	MANGUERAS	SENCILLO 1/2	12,50	75,00	0,20	1,20
792	7		SENCILLO 3/4	18,50	129,50	0,30	2,10
793	8		1	25,22	201,76	0,35	2,80
794	4		GAS AZUL	19,28	77,12	0,30	1,20
795	3		GAS AMARILLO IND	16,50	49,50	0,55	1,65
796	5		TRANSPORTE 1/4	14,75	73,75	0,25	1,25
797	6		TRANSPORTE 3/16	8,56	51,36	0,20	1,20
798	7		TRANSPORTE 5/32	6,81	47,67	0,15	1,05
799	6		TRANSPORTE 3/4	4,49	26,94	0,65	3,90
800	34	MARTILLOS	FAMASTIL 29	3,65	124,10	4,25	144,50

## Ferretería El Colorado

## ITEM 17

801	6		27	3,23	19,38	4,40	26,40
802	7		25	3,11	21,77	4,20	29,40
803	8		COMBO BELLOTA 2	3,37	26,96	4,55	36,40
804	9		3	4,11	36,99	5,55	49,95
805	4		COMBO SHELL 4 LIB	3,04	12,16	4,55	18,20
806	2	MACHETE	AGUILA	3,63	7,26	4,75	9,50
807	3		11 1/2	3,94	11,82	4,95	14,85
808	4		13 1/2	3,93	15,72	5,10	20,40
809	5		YEGUA	5,09	25,45	6,80	34,00
810	6		BELLOTA C/ROJO	2,75	16,50	3,55	21,30
811	7	MALAYO	HANSA	3,85	26,95	5,20	36,40
812	8	MADEROL	LITRO	3,92	31,36	5,30	42,40
813	9	MOLINO	CORONA	21,83	196,47	25,00	225,00
814	8		CHINO	13,40	107,20	18,00	144,00
815	7	MANGUERA	AGUA 1/2	11,50	80,50	0,20	1,40
816	6		AGUA 3/4	17,00	102,00	0,25	1,50
817	4		1	23,00	92,00	0,35	1,40
818	4	NAYLON	20	0,38	1,52	0,55	2,20
819	3		25	0,64	1,92	0,90	2,70
820	6		30	0,54	3,24	0,90	5,40
821	4		35	0,58	2,32	0,85	3,40
822	8		40	0,58	4,64	1,00	8,00
823	9		45	0,84	7,56	1,25	11,25
824	7		50	0,91	6,37	1,35	9,45
825	5		60	1,45	7,25	2,00	10,00
826	3		70	1,46	4,38	2,20	6,60
827	2	NIQUELINA	600	0,47	0,94	0,80	1,60
828	3		DUCHA PAOLO	2,20	6,60	3,00	9,00
829	1		TUBULAS	0,83	0,83	1,20	1,20
830	3	NIVELES	CHINO 14	0,99	2,97	1,50	4,50
831	4		16	1,08	4,32	1,70	6,80
832	3		18	1,49	4,47	2,25	6,75
833	4		STANLEY 18	4,78	19,12	6,50	26,00
834	5		T/E AMARILLO M/M 10	1,27	6,35	1,80	9,00
835	6		16	2,20	13,20	3,10	18,60
836	7		18	2,39	16,73	3,40	23,80
837	2		22	1,32	2,64	2,00	4,00
838	23	NUDOS	NUDOS 1/2	0,66	15,18	0,90	20,70
839	5		NUDOS 3/4	0,92	4,60	1,10	5,50
840	3		1	1,20	3,60	1,80	5,40
841	4		1 1/4	1,65	6,60	2,30	9,20
842	5		POLIMEX 1/2	0,73	3,65	1,05	5,25
843	6		POLIMEX 3/4	1,39	8,34	1,90	11,40
844	7		1	3,24	22,68	4,30	30,10
845	8	NEPLOS	2	0,22	1,76	0,35	2,80
846	9		3	0,23	2,07	0,35	3,15
847	12		4	0,33	3,96	0,50	6,00
848	3		6	0,49	1,47	0,75	2,25
849	2		CAFÉ 3/4	0,20	0,40	0,40	0,80
850	4		1	0,32	1,28	0,50	2,00

## Ferretería El Colorado

## ITEM 18

851	5		3/4X6	0,26	1,30	0,45	2,25
852	10		3/4X8	0,36	3,60	0,60	6,00
853	3		3/4X10	0,41	1,23	0,70	2,10
854	4	PINTURAS	ESMALTE MILENIUM SOLON	8,23	32,92	10,80	43,20
855	5		LITIO	2,60	13,00	3,40	17,00
856	6		PHOS COLOR	7,80	46,80	10,00	60,00
857	8		LITIO	0,71	5,68	1,00	8,00
858	7	SPRAY	ABRO ORO	3,09	21,63	3,90	27,30
859	9		CROMO	2,97	26,73	3,95	35,55
860	2		COLOR	1,32	2,64	2,30	4,60
861	1		ECONOMICA	1,35	1,35	1,85	1,85
862	4		TOUCH	1,48	5,92	2,00	8,00
863	5		PAINT COLOR	1,26	6,30	1,70	8,50
864	6		PAINT CROMO	2,91	17,46	3,90	23,40
865	7		PAINT DORADO	3,15	22,05	4,00	28,00
866	8		CONDOR STUCCO	2,26	18,08	3,05	24,40
867	9		MASA CORRIDA	1,72	15,48	2,35	21,15
868	6		REMOVEDOR	4,97	29,82	6,45	38,70
869	3		DESODIXANTE	1,94	5,82	2,70	8,10
870	3		ACABADO	0,68	2,04	0,95	2,85
871	2	PLACAS	METALICAS EGLE	0,11	0,22	0,25	0,50
872	4		OCTAGONAL CHICA	0,11	0,44	0,17	0,68
873	5	POLVOS	CEMENTO BLANCO	1,95	9,75	0,30	1,50
874	7		CEMENTINA	0,04	0,28	0,10	0,70
875	8		ALBALUS	0,06	0,48	0,10	0,80
876	9		TIZA 50K	10,33	92,97	0,20	1,80
877	2		NOGOL 25K	35,00	70,00	1,20	2,40
878	15		CELESTE	0,65	9,75	1,20	18,00
879	5		YESO	0,19	0,95	0,28	1,40
880	6	PINZAS	PUNTA REDONDA	1,11	6,66	1,55	9,30
881	7		PLATINIUM	1,27	8,89	1,90	13,30
882	8		c/c ACE	1,54	12,32	1,60	12,80
883	4	PLAYO	CHINO 6	0,84	3,36	1,30	5,20
884	5		8	1,22	6,10	1,85	9,25
885	6		PRECION CHINO 7	2,25	13,50	3,20	19,20
886	7		10	2,64	18,48	3,70	25,90
887	9		PRECION STANLEY 7	5,45	49,05	7,00	63,00
888	1		10	5,84	5,84	7,80	7,80
889	2	PEGA TUBO	ADEPLAS	0,41	0,82	0,60	1,20
890	3		KALI PEGA	1,77	5,31	2,45	7,35
891	4	PESCADITO		0,15	0,60	0,30	1,20
892	5	PIEDRAS	NORTON RECTANGULAR 6	1,96	9,80	3,15	15,75
893	6		7	2,26	13,56	3,30	19,80
894	8		8	2,49	19,92	3,50	28,00
895	9		NORTON 6X3/4X1 1/4	4,90	44,10	6,60	59,40
896	7		6X1X1 1/4	4,69	32,83	6,70	46,90
897	5		8X3/4X1 1/4	6,80	34,00	9,20	46,00
898	12		10X1X1 1/2	15,14	181,68	20,45	245,40
899	10		REDONDA CHINA 4	0,68	6,80	1,25	12,50
900	7		5	0,87	6,09	1,80	12,60

## Ferretería El Colorado

## ITEM 19

901	2		6	1,27	2,54	2,10	4,20
902	3	PILAS	MEDIUM EVREADY	0,85	2,55	1,15	3,45
903	4		BATERIA ENERGIZER	2,30	9,20	3,00	12,00
904	5		EVEREADY CHICA	0,50	2,50	0,70	3,50
905	6		PANASONIC DEDO	0,31	1,86	0,50	3,00
906	6		VARTA	3,51	21,06	4,75	28,50
907	3		EVEREADY GRANDE	0,97	2,91	1,30	3,90
908	4		TEKNO	1,26	5,04	1,76	7,04
909	5		BATERIA DURACEL	2,04	10,20	2,70	13,50
910	6	PASTA	SOLDERTIN	0,49	2,94	0,80	4,80
911	7		BURNEY	1,35	9,45	2,00	14,00
912	8	PLASTICO	10	0,64	5,12	0,90	7,20
913	9		15	82,06	738,54	1,20	10,80
914	1		20	114,92	114,92	1,15	1,15
915	3	PERNOS	C/CX KILO NEGRO	2,48	7,44	3,20	9,60
916	3		PARA TANQUE METALICO	0,54	1,62	0,90	2,70
917	7		TAPA BAÑO	0,29	2,03	0,60	4,20
918	8		PARA TANQUE BAÑO	0,27	2,16	0,60	4,80
919	9	PIOLAS	A 2	1,46	13,14	1,95	17,55
920	4		A 4	1,76	7,04	2,30	9,20
921	7		A 6	1,43	10,01	1,95	13,65
922	8		ALGODÓN CHICO	0,48	3,84	0,65	5,20
923	2		ALGODÓN GRANDE	0,67	1,34	0,95	1,90
924	1	PAPELERA	SENCILLA	1,20	1,20	2,00	2,00
925	3	PITON	BRONCE	1,68	5,04	2,30	6,90
926	4	PALAS	TOMBO CUADRADO	13,41	53,64	16,80	67,20
927	12		TOMBO CUADRADO CHINO	8,00	96,00	10,00	120,00
928	3		BELLOTA CUADRADO	9,36	28,08	11,70	35,10
929	6	PINCEL	0	0,15	0,90	0,30	1,80
930	7		2	0,16	1,12	0,30	2,10
931	8		4	0,20	1,60	0,35	2,80
932	3		6	0,20	0,60	0,40	1,20
933	5		8	0,20	1,00	0,45	2,25
934	7		10	0,22	1,54	0,50	3,50
935	8		14	0,18	1,44	0,45	3,60
936	9		16	0,22	1,98	0,50	4,50
937	7		18-20	0,48	3,36	0,90	6,30
938	10	PUNTAS	14X250	3,05	30,50	4,20	42,00
939	12		16X250B	3,34	40,08	4,55	54,60
940	23		18X250B	4,26	97,98	5,75	132,25
941	4		14X250	2,66	10,64	3,60	14,40
942	6		16X250	2,92	17,52	3,95	23,70
943	7	PISTOLA	SILICON 1200	0,69	4,83	1,30	9,10
944	8		CARTUCHO 10	0,87	6,96	1,30	10,40
945	1	PEGA	KALI PEGA	1,74	1,74	2,30	2,30
946	2		PEGA TUBO	0,42	0,84	0,65	1,30
947	3		2 TONELADA	3,32	9,96	4,60	13,80
948	34	POLVORA	1 ONZA	0,75	25,50	1,15	39,10
949	54	PATA CABRA	20X18	1,26	68,04	1,85	99,90
950	4		24X18	2,18	8,72	3,30	13,20

## Ferretería El Colorado

## ITEM 20

951	5	PLOMADA	NIQ 300	0,87	4,35	1,35	6,75
952	5		250	0,83	4,15	1,25	6,25
953	8		200	0,65	5,20	1,00	8,00
954	9		400	0,87	7,83	1,50	13,50
955	3		150	0,36	1,08	0,80	2,40
956	4	POLEAS	NOC 2	2,45	9,80	3,30	13,20
957	5		3	3,95	19,75	5,30	26,50
958	3		4	4,95	14,85	7,00	21,00
959	6		5	6,00	36,00	8,10	48,60
960	1		CHINO 4	9,24	9,24	12,50	12,50
961	5		3	6,13	30,65	8,30	41,50
962	7	PLATINA	ALUMINIO LAVADO	0,83	5,81	1,25	8,75
963	10	REJILLA	2	0,50	5,00	0,90	9,00
964	3		3	0,69	2,07	1,10	3,30
965	4		BRONCE 2	1,60	6,40	2,30	9,20
966	6		4	1,00	6,00	1,50	9,00
967	7	RODILLO	ESPAYA	0,99	6,93	1,50	10,50
968	8		FULPA	1,24	9,92	1,85	14,80
969	9		ESP CHICO	0,60	5,40	0,90	8,10
970	5	RULIMAN	BOMBA	2,00	10,00	2,80	14,00
971	3		MOLINO	0,39	1,17	0,60	1,80
972	7	REBERBERO	GRANDE E/TOPO	6,50	45,50	10,00	70,00
973	4		GRANDE S/TOPO	6,00	24,00	9,00	36,00
974	3		PEQUEÑO	5,00	15,00	8,00	24,00
975	2	RUEDAS	SOLA CHINA 75	0,44	0,88	0,75	1,50
976	5		85	0,76	3,80	1,15	5,75
977	4		100	1,03	4,12	1,65	6,60
978	5		125	1,23	6,15	1,80	9,00
979	2		160	2,09	4,18	3,15	6,30
980	1		200	2,78	2,78	4,20	4,20
981	3		250	4,66	13,98	6,90	20,70
982	12		SOLA ALEMANA 80	2,07	24,84	2,70	32,40
983	10		100	2,29	22,90	3,10	31,00
984	3		125	3,02	9,06	4,10	12,30
985	4		160	4,70	18,80	6,35	25,40
986	5		200	6,36	31,80	8,60	43,00
987	5		GIRATORIA CHINA 75	1,28	6,40	1,80	9,00
988	8		85	1,56	12,48	2,25	18,00
989	7		100	2,26	15,82	3,20	22,40
990	9		125	2,46	22,14	3,50	31,50
991	6		160	4,95	29,70	6,70	40,20
992	1		200	4,32	4,32	6,10	6,10
993	2		GIRATORIA ALEMANA 85	4,95	9,90	6,10	12,20
994	3		100	5,19	15,57	6,80	20,40
995	4		125	5,79	23,16	8,25	33,00
996	4		160	9,97	39,88	13,00	52,00
997	5	RADAR	NEGRO	3,88	19,40	5,50	27,50
998	20		ANARANJADO	4,70	94,00	7,00	140,00
999	2	REFLECTOR	150W	3,73	7,46	5,50	11,00
1000	7		500W	5,00	35,00	7,50	52,50

## Ferretería El Colorado

## ITEM 21

1001	8		1000W	9,59	76,72	13,50	108,00
1002	4	SIFON	1 1/4 GRIS C/REJILLA	1,02	4,08	0,91	3,64
1003	5		DOBLE 1 1/4 AMERICAN	2,55	12,75	3,45	17,25
1004	6		1 1/2 AMERICAN	3,15	18,90	4,20	25,20
1005	6		PUE 2	0,32	1,92	0,65	3,90
1006	15		3	0,74	11,10	1,10	16,50
1007	8		4	1,40	11,20	2,00	16,00
1008	45	SOPORTES	PLASTICO 1/2	0,17	7,65	0,25	11,25
1009	32		PLASTICO 3/4	0,24	7,68	0,35	11,20
1010	23		METALICO 1/2	0,28	6,44	0,40	9,20
1011	21		LAMPARA	0,28	5,88	0,60	12,60
1012	6	SIERRA	SAMFLE	1,13	6,78	1,50	9,00
1013	7		PELO	0,09	0,63	0,20	1,40
1014	9		BELLOTO 21	1,44	12,96	2,20	19,80
1015	8		24	1,81	14,48	2,45	19,60
1016	2		30	1,70	3,40	2,50	5,00
1017	20	SAPITO	AMERICAN	0,43	8,60	0,80	16,00
1018	18		INCAMET	0,56	10,08	0,85	15,30
1019	5	SILICON	ABRO 40	1,18	5,90	1,65	8,25
1020	6		ABRO 3	1,57	9,42	2,20	13,20
1021	7		1200 NEGRO	3,19	22,33	3,90	27,30
1022	8		FINO	6,17	49,36	0,15	1,20
1023	9		ROJO CHICO	1,08	9,72	1,55	13,95
1024	34		SISTA 7 ML	1,34	45,56	1,80	61,20
1025	6		SISTA 300 ML	2,55	15,30	3,45	20,70
1026	33	SELLO ROJO	SELLO BOMBA	0,38	12,54	1,00	33,00
1027	23	SIKA	2 KILO	1,87	43,01	2,60	59,80
1028	21	SELLADORA	FUNDA CREMA	16,14	338,94	24,00	504,00
1029	1	SERRUCHO	TOP 14	1,97	1,97	2,90	2,90
1030	8		16	2,00	16,00	3,00	24,00
1031	5		18	2,94	14,70	4,00	20,00
1032	6		20	2,15	12,90	3,80	22,80
1033	7		BELLOTA 16	7,09	49,63	9,50	66,50
1034	6		18	8,23	49,38	10,50	63,00
1035	10		20	9,12	91,20	11,50	115,00
1036	57	TIRADERAS	297 AC	0,32	18,24	0,60	34,20
1037	6		317	3,01	18,06	4,10	24,60
1038	7		310AC	0,81	5,67	1,20	8,40
1039	8		295 AC	3,84	30,72	5,20	41,60
1040	9		120 AC	0,56	5,04	0,85	7,65
1041	3		316AC	1,65	4,95	3,50	10,50
1042	4		318 AC	1,84	7,36	3,00	12,00
1043	6	TALADRO	FORMULA 1	12,70	76,20	17,15	102,90
1044	3	TANQUE ELEVADO	BOTELLA 2500	190,00	570,00	224,00	672,00
1045	3	TANQUE DE PRECIÓN		145,00	435,00	175,00	525,00
1046	7	TEFLON	ROJO	0,16	1,12	0,25	1,75
1047	9	TEMPLADORES	5/16X5	0,33	2,97	0,50	4,50
1048	8		1/2X8	0,83	6,64	1,25	10,00
1049	2		5/8X10	1,89	3,78	2,60	5,20
1050	6	TIJERAS	AZUL 10 LOTA	2,28	13,68	3,40	20,40



## Ferretería El Colorado

## ITEM 22

1051	5		12 LOTA	2,65	13,25	3,65	18,25
1052	12		STANLEY 8	6,34	76,08	8,70	104,40
1053	21		LATA 8	1,65	34,65	2,50	52,50
1054	20		TIGRE 8	1,91	38,20	2,70	54,00
1055	6		TELA	1,70	10,20	2,50	15,00
1056	43	TOMACORRIENTE	LOZA 1	0,17	7,31	0,30	12,90
1057	22		2	0,28	6,16	0,50	11,00
1058	34		3	0,37	12,58	0,60	20,40
1059	21		POLARIZADO S/P	0,53	11,13	0,85	17,85
1060	32		6 T/ACE	1,50	48,00	2,40	76,80
1061	12		6 ACE	3,87	46,44	5,60	67,20
1062	32		3 MOTO	2,06	65,92	3,20	102,40
1063	12		5	2,33	27,96	3,80	45,60
1064	11		2	1,72	18,92	2,80	30,80
1065	22		10	4,09	89,98	5,75	126,50
1066	6	TUBOS	PLASTIGAMA1/2	6,55	39,30	8,60	51,60
1067	8		PLASTIGAMA 3/4	7,21	57,68	9,80	78,40
1068	4		ECONOMICO 1/2	2,20	8,80	3,00	12,00
1069	5		ECONOMICO 3/4	2,80	14,00	4,35	21,75
1070	21		1	4,65	97,65	6,30	132,30
1071	7		ROJA TRICAPA 1/2	4,88	34,16	6,50	45,50
1072	6		ROJA TRICAPA 3/4	7,15	42,90	9,50	57,00
1073	8		ROJA TRICAPA 1	11,84	94,72	16,00	128,00
1074	9		ECONOMICO 2	1,57	14,13	2,15	19,35
1075	4		ECONOMICO 3	3,00	12,00	3,85	15,40
1076	3		ECONOMICO 4	4,06	12,18	5,50	16,50
1077	5		PLASTIGAMA 2	2,60	13,00	3,25	16,25
1078	10		PLASTIGAMA 3	4,50	45,00	5,65	56,50
1079	13		PLASTIGAMA 4	7,64	99,32	9,60	124,80
1080	16		PLASTIGAMA BLANCO	4,35	69,60	5,45	87,20
1081	17	DORADO CORTINA	1/2 X 640	5,87	99,79	8,60	146,20
1082	12		3/4 X 6	7,31	87,72	10,00	120,00
1083	30		CHINO 150	0,59	17,70	1,00	30,00
1084	13	ABASTO METAL		1,90	24,70	2,50	32,50
1085	15	ABASTO PLASTICO		0,73	10,95	1,10	16,50
1086	17	ABASTO INCAMETAL		0,72	12,24	1,20	20,40
1087	15	TRANSFORMADOR	32 LUXAR	2,72	40,80	3,70	55,50
1088	23		22 LUXAR	2,46	56,58	3,45	79,35
1089	15		32 CHILLODA	3,16	47,40	4,30	64,50
1090	17		22 CHILLODA	2,43	41,31	3,30	56,10
1091	14		20 ELECTRONICO	2,72	38,08	3,70	51,80
1092	18		40 ELECTRONICO	3,30	59,40	4,50	81,00
1093	26		40 LAMPARA NEC	1,62	42,12	2,45	63,70
1094	25		DOBLE 22 - 32	5,02	125,50	6,75	168,75
1095	19		20 G.E	1,42	26,98	2,00	38,00
1096	10		CAPITAL 20W	1,90	19,00	2,70	27,00
1097	17		1 X 40 HENSE	1,37	23,29	2,40	40,80
1098	22	TOPE	EMGRAMPE	0,07	1,54	0,14	3,08
1099	30		RESORTE	0,10	3,00	0,25	7,50
1100	45	TACHUELA	TACHUELA 1/2	0,70	31,50	1,30	58,50

## Ferretería El Colorado

## ITEM 23

1101	42		TACHUELA 5/8	0,67	28,14	1,30	54,60
1102	26		DORADO C/C	1,74	45,24	2,60	67,60
1103	13	TIMBRE	CAMPANA	9,70	126,10	13,00	169,00
1104	15		DIN DONG	3,22	48,30	4,40	66,00
1105	17		SUMBADOR	1,82	30,94	2,70	45,90
1106	12		CAMPARO	7,74	92,88	10,50	126,00
1107	64	TRAMPA RATON	PLAMA CHICO	0,59	37,76	1,00	64,00
1108	10		PLAMA GRANDE	1,22	12,20	1,80	18,00
1109	19	TUERCAS	1/4 MARIPOSA	0,05	0,95	0,10	1,90
1110	26		3/16 MARIPOSA	0,04	1,04	0,10	2,60
1111	12	TAPON	PUE 2	0,19	2,28	0,34	4,08
1112	34		3	0,37	12,58	0,55	18,70
1113	40		4	0,50	20,00	0,75	30,00
1114	47		PLASTIGAMA MACHO 1/2	0,28	13,16	0,40	18,80
1115	50		MACHO 3/4	0,32	16,00	0,50	25,00
1116	41		1	0,30	12,30	0,45	18,45
1117	25		HEMBRA 1/2	0,28	7,00	0,40	10,00
1118	34		HEMBRA 3/4	0,33	11,22	0,50	17,00
1119	40		1	0,55	22,00	0,80	32,00
1120	12	TORNILLOS TRIPA DE PATO	ACERO 6X20	2,45	29,40	0,05	0,60
1121	10		35	3,25	32,50	0,06	0,60
1122	8		40	3,17	25,36	0,07	0,56
1123	5		50	5,23	26,15	0,10	0,50
1124	7		ACERO 5X20	1,87	13,09	0,05	0,35
1125	6		25	2,08	12,48	0,05	0,30
1126	11		30	2,51	27,61	0,06	0,66
1127	21		35	2,77	58,17	0,05	1,05
1128	43		40	0,03	1,29	0,05	2,15
1129	2		50	1,85	3,70	0,04	0,08
1130	56		45	0,03	1,68	0,05	2,80
1131	23		ACERO 4X20	0,83	19,09	0,03	0,69
1132	6		25	1,23	7,38	0,04	0,24
1133	7		30	1,54	10,78	0,04	0,28
1134	3		35	1,25	3,75	0,04	0,12
1135	4		40	1,81	7,24	0,04	0,16
1136	6		50	2,05	12,30	0,06	0,36
1137	7	TIRAFONDOS	TIRAFONDOS 1 1/2	2,57	17,99	0,05	0,35
1138	8		TIRAFONDOS 2 1/2	2,44	19,52	0,07	0,56
1139	9		3	2,78	25,02	0,08	0,72
1140	7		4	5,29	37,03	0,10	0,70
1141	19		5	0,06	1,14	0,12	2,28
1142	12	TORNILLO PARA MADERA	TORNILLO PARA MADERA 1% 1X6	0,72	8,64	1,10	13,20
1143	23		1X7	0,78	17,94	1,25	28,75
1144	37		1X8	0,92	34,04	1,50	55,50
1145	9		1X9	1,17	10,53	1,75	15,75
1146	10		5	0,37	3,70	0,60	6,00
1147	46		TORNILLO PARA MADERA 3/4% 1X6	0,58	26,68	0,90	41,40
1148	23		1X7	0,63	14,49	0,95	21,85
1149	30		TORNILLO PARA MADERA 1/2% 1X6	0,38	11,40	0,70	21,00
1150	15		5	0,29	4,35	0,40	6,00

## Ferretería El Colorado

## ITEM 24

1151	18	TORNILLO VARIOS	MDF 2X8	0,98	17,64	0,03	0,54
1152	25		MDF 1X6	0,43	10,75	0,02	0,50
1153	17		MDF 2X6	0,66	11,22	0,02	0,34
1154	15		3/16X2	2,60	39,00	0,05	0,75
1155	20		1/4X2	3,85	77,00	0,07	1,40
1156	17	TORNILLO ABELLANADO	3/4%	0,33	5,61	0,02	0,34
1157	17		7	0,40	6,80	0,02	0,34
1158	9		8	0,43	3,87	0,02	0,18
1159	20	TIBURON		0,30	6,00	0,60	12,00
1160	20	TEMPLADORES	5/16X5	0,48	9,60	0,75	15,00
1161	7		1/2X8	1,44	10,08	2,10	14,70
1162	9		3/8X6	0,74	6,66	1,05	9,45
1163	7	TARRAJA	PLATIN	2,89	20,23	4,20	29,40
1164	8		PLASTICO	1,65	13,20	3,00	24,00
1165	9		TITANIUM	2,70	24,30	4,20	37,80
1166	3		PRECION	15,61	46,83	20,00	60,00
1167	7	TOALLERO	18	2,76	19,32	3,90	27,30
1168	8		24	1,92	15,36	2,60	20,80
1169	6	TERMINAL	1	1,32	7,92	5,85	35,10
1170	12		PLANCHA	0,25	3,00	0,50	6,00
1171	20		CORTINA 1/2	0,08	1,60	0,25	5,00
1172	15		CORTINA 3/4	0,21	3,15	0,35	5,25
1173	6		CORTINA 1	0,25	1,50	0,45	2,70
1174	10	UNION	PUE 2	0,12	1,20	0,30	3,00
1175	15		FLEX 1/2	0,04	0,60	0,20	3,00
1176	38		FLEX 1	0,11	4,18	0,20	7,60
1177	9		POLIMEX 1/2	0,32	2,88	0,50	4,50
1178	11		POLIMEX 3/4	0,45	4,95	0,45	4,95
1179	11		1	0,80	8,80	1,10	12,10
1180	16	VALVULAS	VALVULA SAN JUDUST	1,93	30,88	3,00	48,00
1181	8		VALVULA CENCO	3,25	26,00	5,00	40,00
1182	9		ADMISION	2,40	21,60	3,40	30,60
1183	11	VARILLA	COPER WELL	5,57	61,27	7,70	84,70
1184	12	VIDRIO	12	0,15	1,80	0,40	4,80
1185	17		10	0,15	2,55	0,40	6,80
1186	20	WAYPE		0,04	0,80	0,10	2,00
1187	10	YESO	PUE 2	0,35	3,50	0,55	5,50
1188	13		3	0,78	10,14	1,15	14,95
1189	6		ZIZALLA 14	4,46	26,76	6,50	39,00
1190	11		18	4,82	53,02	7,00	77,00
1191	10	ZAPA PICO	BELLOTA	7,04	70,40	9,15	91,50
1192	20	ZAS		0,18	3,60	0,25	5,00