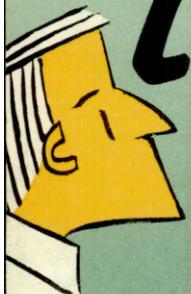


COPIA UNICA
NO SACAR

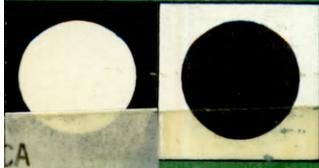


H I R D S N I
L R M C U E D
D S E A P N A N S

SECCION No 3



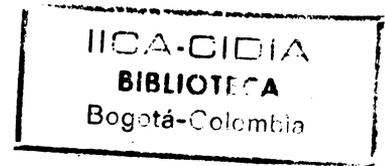
LA ADMINISTRACION DE UNA MA DESPENSA



CA
-493
34
3







INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA - IICA
Oficina en Colombia

INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO - IDEMA

Publicación Miscelánea No. 493

LA ADMINISTRACION DE UNA DESPENSA

MODULO DE CAPACITACION PARA ADMINISTRADORES DE DESPENSA

Bogotá, Colombia, 1984

This One



H4YX-H1B-KGOC

Digitized by Google

Diseñado y Elaborado por:
MARLENE PEÑA ARDILA
Psicóloga.

P R E S E N T A C I O N

Este módulo didáctico ha sido elaborado con el propósito de contribuir a la capacitación de los Administradores de Des-
pensa del IDEMA.

A través de él se pretende desarrollar conocimientos y habilidades que faciliten el mejor desempeño en las funciones propias del cargo.

I N D I C E

	<u>Pág.</u>
Introducción	1
SECCION No. 3 - FUNCIONES ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES DEL ADMINISTRADOR DE DESPENSA,	
TAREA No.1 - Analizar el proceso de la Comunicación e Identificar Técnicas para mejorar la Comu- nicación y Relaciones Humanas,	67
TAREA No.2 - Identificar y Explicar Técnicas de Venta Minoritaria,.....	78
TAREA No.3 - La Organización de los Documentos de la Despensa.....	90
TAREA No.4 - Identificar la Importancia del Abastecimien- to de la Despensa y el Procedimiento Esta- blecido para Solicitar Pedidos de Producto,...	92
TAREA No. 5 - Diligenciamiento de la Factura de Venta V-2 en una Despensa.....	99
TAREA No.6 - Elaboración del Informe Mensual de Ventas,....	111
Bibliografía	

MODULO PARA ADMINISTRADORES DE DESPENSA

I N T R O D U C C I O N

Este módulo de capacitación ha sido diseñado y elaborado con el propósito de contribuir al desarrollo de conocimientos y habilidades importantes en su trabajo diario.

Está compuesto de cinco (5) secciones, cada una independiente y completa, pero que en conjunto conforman el módulo.

El diseño y organización del material permite que usted lo estudia su propio ritmo -más rápido o más despacio- y que pueda consultar o revisar el tema cuando lo considere conveniente.

El contenido de cada sección se desarrolla a través de varias tareas y a fin de que usted compruebe o verifique cuánto va aprendiendo, se le proponen evaluaciones y ejercicios de aplicación práctica para que los realice.

Es importante estudiar cada sección en el orden en que se le va presentando en el módulo. El contenido lleva un orden o secuencia que hace más fácil su comprensión y aprendizaje.

Todo el módulo contribuye a un mejor conocimiento y desempeño en el cargo de Administrador de Despensa. Su contenido es el siguiente:

Sección No. 1: Historia, Objetivos y Organización del IDEMA. Beneficios al personal.

Sección No. 2: Disposiciones legales y normativas sobre funcionamiento de las Despensas.

Sección No. 3: Funciones Administrativas y Comerciales del Administrador de Despensa.

Sección No. 4: Funciones contables del Administrador de Despensa.

Sección No. 5: Almacenamiento y Conservación de Productos en una Despensa.

Lo invitamos a estudiarlo con interés y entusiasmo. El éxito depende de su dedicación y esfuerzo, ya que es usted quien controla el tiempo que dedica a estudiar y quien se interesa por aplicar en la práctica diaria lo aprendido. Le deseamos que obtenga los mejores resultados.

SECCION No. 3

Funciones Administrativas y Comerciales del Administrador de Despensa.

SECCION N. 3 FUNCIONES ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES DEL ADMINISTRADOR DE DESPENSA.

AL FINALIZAR EL ESTUDIO DE LA SECCION, EL ADMINISTRADOR ESTARA ACTUALIZADO EN PROCEDIMIENTOS PARA ELABORAR PEDIDO DE PRODUCTOS, FACTURAS DE VENTA E INFORME MENSUAL DE VENTAS Y PODRA APLICAR TECNICAS DE COMUNICACION Y RELACIONES HUMANAS, DE VENTA MINORISTA Y DE ORGANIZACION DE DOCUMENTOS, QUE FACILITARAN UN MEJOR DESEMPEÑO DE LAS FUNCIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS DE SU CARGO.

TAREA N. 1 ANALIZAR EL PROCESO DE LA COMUNICACION E IDENTIFICAR TECNICAS PARA MEJORAR LA COMUNICACION Y RELACIONES HUMANAS.

Para interrelaciones con las otras personas necesitamos comunicarnos y esto significa mas que simplemente hablar. Comunicarse quiere decir establecer con otra persona o personas un campo común de entendimiento.

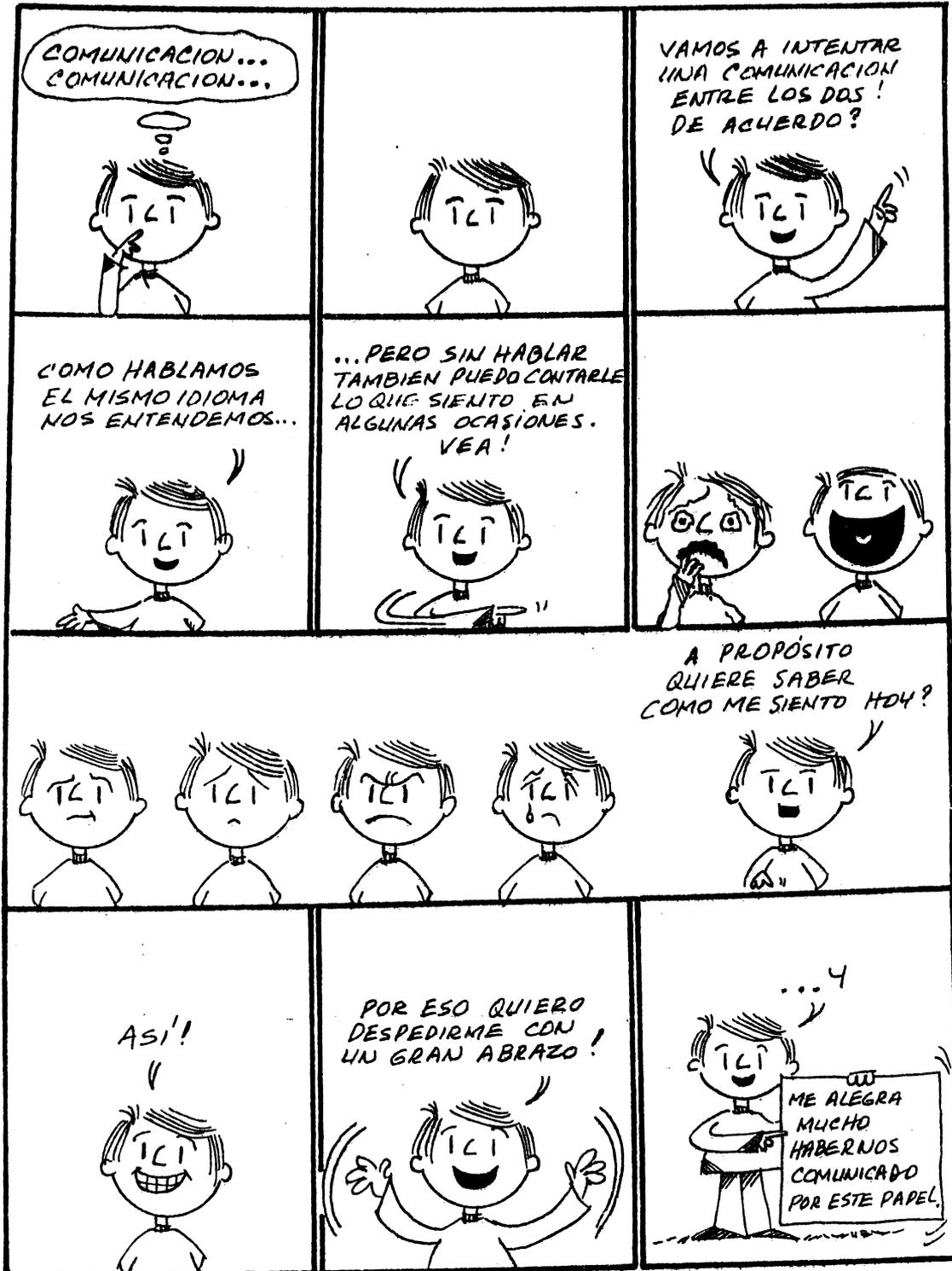
La comunicación es fundamental y necesaria para relacionarnos con otras personas en nuestra vida diaria. Es la base de nuestras relaciones en el hogar, trabajo con los amigos y conocidos.

Para comunicarnos utilizamos un lenguaje que varía de una situación a otra. Nos comunicamos por medio de la palabra hablada o escrita; por medio de gestos o por medio de movimientos. Cuando una persona pregunta a otra "dónde está la calle doce" y el otro contesta señalando con la mano la ruta hacia esa calle, estamos ante una situación en la

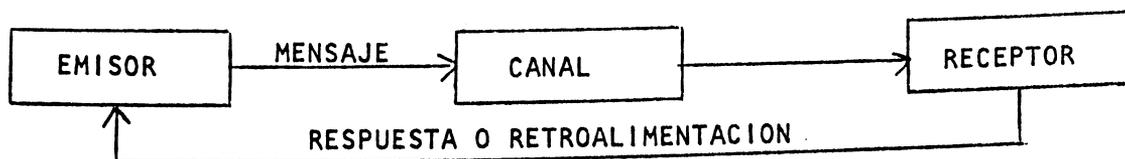
que para lograr la comunicación se utilizan dos clases de lenguaje: hablado y gestual.

De otra parte, casi nunca utilizamos una sola clase de lenguaje, por lo general combinamos los gestos y movimientos con las palabras: con las manos, el movimiento de las cejas, de la cabeza y aún de todo el cuerpo se está reafirmando o negando lo que decimos con palabras.

Para lograr una buena comunicación es importante que tanto nuestros gestos o movimientos y las palabras se refuercen, o sea se apoyen entre sí: De lo contrario se causa desconcierto en quien recibe el mensaje y probablemente no se logre la comunicación.



Para que se produzca comunicación se necesitan los siguientes elementos: Un emisor, un mensaje, un canal y un receptor.



Emisor: *Es quien comunica, quien desea transmitir una idea o mensaje que tenga significado para otra u otras personas.*

Mensaje: *Es la idea, el tema o contenido, es lo que se quiere comunicar a otra persona.*

Canal: *Es el medio o vehículo que lleva el mensaje. Puede ser por ejemplo, una carta, una llamada telefónica, un impreso, como este módulo; la radio, la televisión, o la conversación directa, cara a cara, entre dos o más personas.*

Receptor: *Es quien recibe la información o mensaje que se desea transmitir. Es quien responde ante el mensaje que se envía.*

La retroalimentación o respuesta que se da establece un círculo que amplía o cierra la comunicación.

Ejemplo:

Emisor (cliente): "Por favor dos tarros de leche y dos libras de chocolate" (mensaje).

Canal utilizado: Las palabras.

Receptor (Administrador): "Solamente tenemos leche. El chocolate nos llega mañana" (Respuesta-mensaje).

Emisor (cliente) "Está bien, deme solamente la leche".

Receptor (Administrador): "No olvide regresar mañana por el chocolate...."

Emisor (cliente): Mañana regreso y muchas gracias.

La comunicación humana es un proceso por medio del cual se transmiten y reciben ideas, opiniones y conceptos, mensajes, sentimientos, que contribuyen al entendimiento mutuo.

La lengua en el sentido más amplio, es el lenguaje o idioma que hablamos. En nuestro idioma, castellano, muchas palabras de las que utilizamos tienen diversos significados que nos permiten expresar lo que pensamos, sentimos, opinamos, creemos.

Es evidente que para que se comprenda el mensaje, tanto quien lo envía como quien lo recibe, procuren desarrollar habilidad para interpretar correctamente los significados. Es decir, que nos aseguremos por medio de preguntas o aclaraciones, que el mensaje si ha sido comprendido, de acuerdo con lo que queríamos comunicar.

En síntesis:

- a) Escoger las palabras, gestos, etc. más adecuados para lo que deseemos comunicar.
- b) Asegurarnos de comprobar, (con preguntas o aclaraciones) que se entendió lo que queríamos decir.
- c) En caso contrario, buscar la manera de *aclarar* la comunicación.

Un refrán popular dice: no hay palabras mal dichas sino mal interpretadas". Eso quiere decir que a veces interpretamos las palabras dándoles distinto significado del que tenían para quien las dijo y no porque tengamos esa intención realmente. De ahí la necesidad de hacer aclaraciones.

Ejemplo:

Pepe: "Huy! Qué tinto tan cargado!"

Juán: "Cargado?"

Pepe: "Sí, muy fuerte, muy espeso. En mi tierra decimos "cargado".

Para aprender a interpretar, a entender lo que nos comunican otros necesitamos aprender a escuchar, a pensar, a leer, a escribir.

Algunos de los problemas que surgen en la comunicación y las relaciones entre las personas se deben a dificultades para comprender los mensajes, o para expresar nuestras propias ideas, nuestro pensar y sentir.

Analícemos algunas de esas dificultades con el propósito de comprenderlas mejor. No se les puede encontrar "Soluciones rápidas", pues interviene no solo el mensaje sino nuestra personalidad, nuestra forma de ser.

Cada persona enfrenta las situaciones de manera diferente y en esa iniciativa y recursividad está el éxito de las relaciones humanas. En el hogar, en el trabajo, en las diversiones, en todas nuestras acciones estamos aprendiendo permanentemente a interrelacionarnos mejor. Y en muchas situaciones es en el respeto y la consideración a los demás donde encontramos un eslabón o punto de apoyo muy fuerte.

Entre las dificultades que surgen en la comunicación y que afectan nuestras relaciones con otras personas están:

- a) El temor: Tenemos miedo de expresarnos por temor a herir los sentimientos de otros, o por temor a equivocarnos y ser rechazados por nuestros errores. Algunas veces porque no confiamos suficientemente en nosotros mismos, es decir que la dificultad surge de nosotros. En otras ocasiones, porque quisiéramos dominar una situación y al no lograrlo nos retraemos y no actuamos.

Las alternativas para el manejo de esta dificultad son diversas: desde identificar en qué razón se respalda nuestro miedo o temor, hasta hacerse consciente que ser más espontáneo, más abierto a los demás puede ayudar a mejorar algunas situaciones.

Por otra parte, aceptar que todos somos susceptibles de equivocarnos y que por lo tanto no existen ni las personas ni las situaciones perfectas. Si existe la posibilidad de equivocarnos, reconocerlo y aceptarlo puede disminuir el temor.

- b) No escuchar: Aprender a escuchar es difícil. Significa entre otras cosas saber quedarse callado y dejar que la otra persona exprese sus ideas en forma completa. Al cortar una idea en la mitad, se pierde la posibilidad de comprender su verdadero significado.

En algunas ocasiones "no se escucha" porque se cree tener la razón, la única verdad y por ello no se da opción, alternativa o chance a otro. El sabelotodo no escucha, y generalmente quiere imponer.

En otras ocasiones no se escucha, porque todos hablan al tiempo, esto produce un gran "ruido" y no se comprenden ni los mensajes ni las personas.

Alternativas a esta dificultad son: Ponerse en el lugar de la otra persona y pensar que todos deseamos ser oídos. No ser reconocido ni oído constituye una situación intolerable para la mayoría de las personas. También es importante dejar hablar en forma completa, no interrumpir en la mitad

sacando conclusiones antes de que exponga toda una idea u opinión.

Otro aspecto es tener presente que las opiniones son juicios personales, maneras muy propias de ver los hechos y por tanto es supremamente difícil pretender cambiarlos para imponer nuestras propias opiniones.

- c) **Estar a la defensiva:** Hay personas que en todo momento se sienten atacadas o amenazadas. Siempre "andan prevenidas". Por esta razón su actitud no les deja escuchar y tampoco responder de manera ecuánime. Hay situaciones que favorecen que la persona se ponga a la defensiva: cuando se siente calificada o evaluada; cuando está recibiendo "demasiados" consejos, pues la persona siente que pierde la libertad de actuación; cuando nota que se están sacando conclusiones antes de que ella acabe de hablar; cuando siente que no es apreciada cuanto merece.

Algunas alternativas ante estas situaciones son: lograr decirle a la otra persona que uno se siente mal por lo que está diciendo o por lo que está haciendo; esto es, lograr expresar nuestro sentimiento, no solo nuestro pensamiento, buscando con ello descargar nuestra tensión, malestar o angustia de una manera más constructiva.

Alternativa puede ser "Bajar la guardia" reconociendo cuando la otra persona no está interesada en atacarnos sino en comunicarse con nosotros.

- d) **Utilizar un lenguaje "diferente":** Hay personas que al hablar utilizan términos o palabras rebuscados, confusos o poco

conocidas. A veces lo hacen por parecer importantes, por impresionar o hasta por ignorancia. Decimos un lenguaje diferente pero un poco es que las personas pretenden ser "diferentes" o "especiales" y con ello lo que producen es dificultades en la comunicación y en las interrelaciones con otros.

La alternativa pareciera ser: si partimos de la base de que el lenguaje nos facilita la comunicación y el entendimiento, apreciamos mejor por qué es necesario *ponerse en el nivel de quien oye*. Es decir, hablar en un lenguaje común, *que comunique*.

Las anteriores son algunas de las dificultades de relación entre las personas y la mejor práctica para mejorar nuestras relaciones humana está en la vida diaria.

Permanentemente la persona está perfeccionando por medio de sus relaciones con otros, de lo que aprende en el ambiente familiar, en el medio laboral, en sus diferentes actividades. No existen "fórmulas" para las diversas situaciones, ya que cada persona reacciona por diferentes motivos y finalmente trata de elegir aquellos comportamientos o maneras de ser que le faciliten su entendimiento con los demás. Esa es la práctica diaria de las relaciones humanas.

Realice la autoevaluación No. 1 de la siguiente página.

SECCION No. 3
AUTOEVALUACION No. 1

Las autoevaluaciones son una forma de que usted verifique cuánto ha aprendido sobre el tema que viene estudiando en el módulo.

Por favor, conteste las preguntas y una vez haya finalizado de responderlas todas, confróntelas con la hoja de respuestas.

1. Escriba qué es la comunicación _____

2. Cuáles son los elementos que intervienen en la comunicación _____

3. Mencione las dificultades que afectan la comunicación y qué alternativas tomará usted para tratar de solucionarlas _____

SECCION No. 3
HOJA DE RESPUESTAS A LA AUTOEVALUACION No. 1

1. La comunicación es un proceso por medio del cual transmitimos a otros ideas, sentimientos opiniones, etc., con el propósito de lograr un entendimiento.
2. Un emisor, un mensaje, un canal y un receptor.
3.
 - 1) El temor
 - 2) No escuchar
 - 3) Estar permanentemente a la defensiva.
 - 4) No tener en cuenta los sentimientos de los demás.
 - 5) Utilizar un lenguaje diferente.

Las alternativas varían de una dificultad a otra y de un criterio personal para escoger la más oportuna según la circunstancia.

Si respondió correctamente todas las preguntas continúe el estudio de la sección en la tarea No. 2. En caso contrario, por favor, vuelva a estudiar el material correspondiente a esta evaluación.

TAREA N.º 2 IDENTIFICAR Y APLICAR TÉCNICAS DE VENTA MINORISTA.



Vender es una profesión tan importante como cualquier otra, algunos consideran que vender es un arte. Esto significa que el vendedor debe desarrollar sus habilidades y aprender todas aquellas técnicas que faciliten su labor.

El objetivo de la venta es servir y satisfacer al consumidor.

El vendedor profesional es el contacto entre la empresa y la clientela y tiene la responsabilidad de dar una excelente imagen en cuanto a servicio, atención, calidad. En el caso del IDEMA a través de sus canales minoristas, el administrador de despensa es el contacto entre el público y el Instituto,

Como se deduce de lo anterior usted desarrolla una actividad muy importante. Al vender los productos al público, también está vendiendo su imagen, su trabajo, sus capacidades. Al ser un buen vendedor usted está demostrándose a sí mismo y a los demás que es un profesional competente, que conoce su oficio y sabe lo que hace,

CARACTERÍSTICAS DEL VENDEDOR

Todos tenemos habilidades y disposiciones que facilitan nuestras actividades. Para ser buen vendedor se requiere principalmente:

- a) *Habilidad para comunicar y persuadir:* Nuestras interrelaciones con las personas requieren permanentemente de la comunicación. En la práctica diaria desarrollamos habilidad para comunicarnos cuando logramos la atención de las personas, que nos entiendan, nos respeten y nos crean. En la venta, la comunicación facilita la relación con el cliente.
- b) *Iniciativa y responsabilidad:* Esto facilita poder hacer las cosas por sí mismo, con poca supervisión. Generalmente quien vende se desenvuelve solo con alto grado de libertad, dirigiéndose a sí mismo. En el caso de la despensa, el administrador es quien dirige y procura un óptimo funcionamiento tanto en las ventas como en los aspectos administrativos.
- c) *Creatividad:* Cada cliente es diferente y cada situación de venta es distinta. El administrador de la despensa deberá estar atento a enfocar cada situación, buscando siempre lograr el propósito de vender, dejando satisfecho al consumidor.

Trate de recordar a sus clientes... el que llega al mostrador de la despensa y no pide hasta tanto no se le pregunta qué desea ... el que llega pidiendo ser atendido antes que los demás... el que no sabe leer y por lo tanto hay que decirle el precio de cada producto, aunque la cartelera de precios lo exhiba ... el niño que pregunta cuánto vale algo y luego sale corriendo a traer el dinero...

Qué conclusión saca usted de lo anterior? ... Cada uno es diferente y merece un trato especial. En su habilidad para manejar cada situación de venta de la mejor forma posible, tanto para el comprador como para usted, está su éxito y su creatividad.

- d) *Conocer el producto:* Fundamental. Si se conocen los productos se podrá explicar al cliente sus características, sus ventajas y desventajas. Por ejemplo, con el arroz, diferenciar sus variedades, formas de presentación, precios. Cuando se conoce el producto se tienen mejores posibilidades de ofrecer alternativas al cliente.

No conocer lo que se vende, dá impresión de poca inteligencia y de una imagen pobre de quien vende y de la despensa.

- e) *Gustar de la gente:* Usted trabaja con público, es a personas a quienes les ofrece productos, servicios, ideas. Ser simpático no basta, hay que aceptar la gente como es aun cuando no tenga la razón, despierte nuestro enojo o en ocasiones nos desanime.

Gustar de la gente es interesarse por comprender a los demás. Es mostrar confianza en usted mismo, en sus posibilidades y capacidades. Es creer en usted y en los demás. Si a usted le gusta su trabajo muestra entusiasmo, deseo e interés por hacerlo bien, lo que se aprecia en su satisfacción.

- f) *Presentación personal y compostura:* Es procurar limpieza y buena presentación en usted mismo. Esto favorece su imagen y su bienestar.

La compostura se refiere a tener calma, No estar permanentemente predispuesto a situaciones, es tener buenos modales, tacto y respeto hacia los demás,

En síntesis, para ser vendedor se requiere:

- a) Habilidad para comunicar y persuadir,
- b) Iniciativa y responsabilidad
- c) Creatividad
- d) Conocer los productos
- e) Gustar de la gente, tener entusiasmo y confianza,
- f) Buena presentación personal y compostura,

Las ventas en almacenes, tiendas o supermercados son ventas minoristas. En una despensa del IDEMA se vende de esta manera,

Partiendo de la base de que la despensa:

- a) Permanentemente esté bien surtida y abastecida,
- b) Esté bien situada en lugar accesible al público,
- c) Esté adecuadamente dotada y organizada,

a continuación, estudiemos y analicemos técnicas que favorecen la venta misma,

La venta minorista se realiza en el caso de IDEMA en las despensas donde el cliente acude, generalmente con ideas de lo que quiere,

Usualmente, además del producto, otros aspectos hacen atractiva la compra: el nombre de la tienda, la buena imagen de que goza, la publicidad que hace a los productos que vende, los precios, la buena presentación de los productos debidamente organizados en góndolas, el ambiente de limpieza, organización y la buena atención al público,



El vendedor minorista, en este caso el administrador de la despensa, por lo general maneja varios productos y atiende diversas personas casi que simultáneamente,

El proceso de esta venta es el siguiente:

- a) Se recibe al cliente con un saludo cortés.
- b) Se le ofrece el servicio "en qué le puedo servir" o se le pregunta qué desea.
- c) Se selecciona el producto de acuerdo con lo solicitado y se le muestra al cliente.
- d) Se contestan las preguntas o inquietudes del cliente, si las hay. En este momento se puede aprovechar para mencionar las ventajas del producto y persuadir la compra.
- e) Se envuelve el producto, se recibe el dinero y se entrega la mercancía. En las despensas del IDEMA siempre se debe pagar en efectivo.
- f) Se despide al cliente y se le invita a volver.

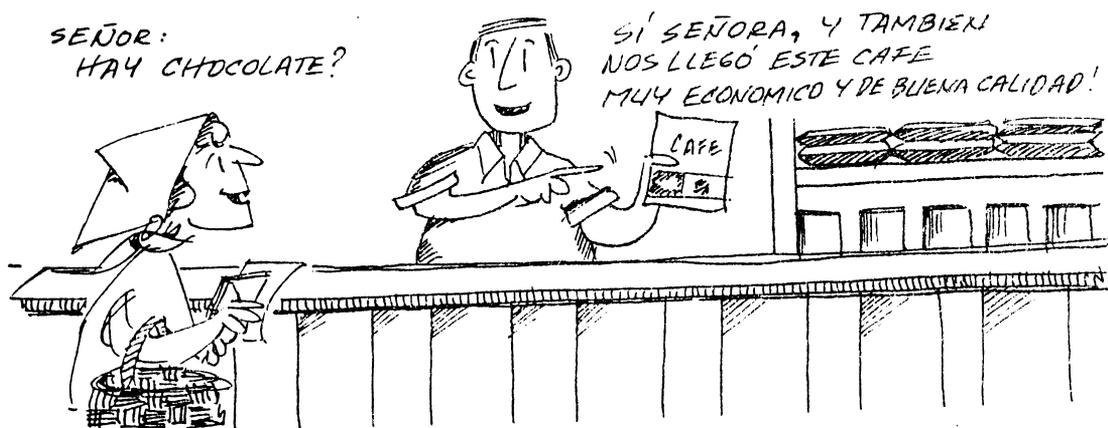


En la venta minorista también hay que aprender a darle la razón al cliente, no obligarlo a comprar lo que no desea y manejar las posibles objeciones del cliente, respondiendo sus preguntas y prestando un buen servicio.

Como usted puede apreciar, esta venta no es tan mecánica como mostrar el producto, envolverlo y cobrar.

Analicemos ahora **TECNICAS PARA AUMENTAR LAS VENTAS MINORISTAS**,

La Sugerencia: Consiste en vender mercancía adicional, diferente a la inicialmente solicitada por el cliente. Se llama sugerencia, porque se "sugiere", casi siempre está relacionada con el producto inicial que lleva el cliente, o lo complementa. Ejemplo: A quien lleva leche, ofrecerle chocolate o café, a quien compra arroz ofrecerle aceite o sal.



Exhibir: Al mostrar el producto solicitado aprovechar para mostrar o exhibir otro relacionado. Es una forma de "sugerir" un producto sin tener que mencionarlo especialmente ya que el producto se "VENDE" solo. Tenga precaución de no "Exhibir" a la fuerza, pues el cliente se siente presionado y como respuesta no compra.

Otra forma de exhibir productos es tener cerca al mostrador una góndola bien cargada y con variedad de productos, o colocar afiches, carteles destacando la llegada de un producto,

Respuestas alternativas : Cuando un cliente pregunta o solicita un producto, preguntarle si desea 1 ó 2 (cantidad solicitada). Ejemplo: si solicita chocolate, decirle "desea 1 ó 2 libras?". Lo que finalmente se pretende con esta técnica es persuadir al cliente a llevar más cantidad de la que inicialmente pensó o solicitó. Debe tenerse tacto y no presionar en caso de que el cliente no desee.

Conocer los productos: Significa conocer su precio y forma de presentación. Pero, además sus ventajas o características frente a productos similares. Es saber destacar los aspectos que identifican y califican el producto,

Venta de sustitutos: En las ventas minoristas por el hecho de contar con variados productos, el vendedor tiene la facilidad de poder ofrecerle al cliente, artículos que reemplazan el solicitado porque no lo hay en el momento de la venta. Ejemplo: "No tenemos ese, pero le puedo ofrecer este arroz que también es muy bueno". Esta técnica se aplicará buscando que el sustituto sea el más adecuado,

Podemos resumir las técnicas para aumentar las ventas minoristas así:

- a) La sugerencia
- b) La exhibición
- c) Respuestas alternativas

- d) Conocimiento de los productos
- e) Venta de sustitutos.

*Realice la autoevaluación No. 2
de la siguiente página.*

SECCION No, 3
AUTOEVALUACION No, 2

Las autoevaluaciones son una forma de que usted verifique cuánto ha aprendido sobre el tema que viene estudiando en el módulo,

Por favor, conteste las preguntas y una vez haya finalizado de responderlas todas, confróntelas con la hoja de respuestas,

1. Escriba cuál es el objetivo de la venta _____

2. Escriba tres de las características de un buen vendedor _____

3. Escriba tres estrategias o técnicas que sirven para incrementar las ventas minoristas,

SECCION No. 3
HOJA DE RESPUESTAS A LA AUTOEVALUACION No. 2

1. Satisfacer o servir al consumidor,
2. Conocimiento del producto, habilidad para comunicar o persuadir, buena presentación personal y compostura, creatividad, iniciativa y responsabilidad, gusto por atender la gente. (Para el ejercicio se pedfa identificar tres (3) de las anteriores),
3. -Exhibir los productos
-Vender sustitutos
-Sugerir productos,
-Conocer bien los productos,
-Ofrecer respuestas alternativas al cliente,

Para el ejercicio se pedfa identificar tres (3) de las anteriores;

Si respondió correctamente todas las preguntas, continúe el estudio de la sección. En caso contrario, por favor vuelva a estudiar el material correspondiente a esta autoevaluación (Tarea No. 2),

TAREA N. 3 LA ORGANIZACION DE LOS DOCUMENTOS DE LA DESPENSA.

Una tarea administrativa importante es la relacionada con el manejo y archivo de los documentos de una despensa.

De acuerdo con las diferentes actividades comerciales y contables de una despensa se producen una serie de documentos que necesitan ser organizados. Algunos de ellos son: Las hojas de Pedido, Facturas de Ventas, Consignaciones, Relaciones de Consignaciones, Transferencias de Mercancías, Notas de Cargo o de Abono.

Organizar adecuadamente las copias de estos documentos tiene como finalidad facilitar la búsqueda en el momento conveniente, así como procurar que se mantengan en buen estado.

La persona responsable de esta actividad es el Administrador de la Despensa, quien de acuerdo con sus conocimientos y necesidades organiza un archivo sencillo de los documentos a su cargo. Cada día se elabora Factura de Venta y Consignación bancaria; esto supone organizar las copias de cada uno de estos documentos y distribuirlos adecuadamente, reservando para la Despensa copias que se archivan en folderes con nombre que los identifique de forma precisa.

Considerando que la cantidad de documentos no es muy grande y que son de uso permanente, conviene utilizar una técnica sencilla de clasificación de los mismos.

Clasificar es agrupar por tema o contenido buscando dar una organización a la distribución de los documentos. Puede escogerse diferente metodología: en el caso de despensas puede ser muy útil el hacerlo por los temas, combinando con el dato cronológico o de fecha.

Ejemplo: Las Facturas de Venta, organizarlas desde el primer día hasta el último del mes.

Los Informes Mensuales de Venta, organizarlos desde el primero hasta el último mes del año.

Las Consignaciones Bancarias, organizarlas desde la primera hasta la última del mes, y así con otros documentos.

Un folder para cada clase de documento con su correspondiente marbete o marquilla, permitirá encontrar rápidamente un papel solicitado.

La técnica que se escoja para archivar o clasificar los documentos depende mucho de la utilidad que preste al usuario, que en este caso es el Administrador. El criterio será la funcionalidad y el orden, que proporcione seguridad sobre sus papeles de trabajo. Recuerde que todos ellos deben estar fuera del acceso del público.

Como ejercicio de práctica reorganice su archivo de documentos de la Despensa.

Una vez realizado el ejercicio puede continuar con la Tarea No. 4.

TAREA N. 4 IDENTIFICAR LA IMPORTANCIA DEL ABASTECIMIENTO DE LA DESPENSA Y EL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO PARA SOLICITAR PEDIDOS DE PRODUCTO,

Abastecer una despensa es mantenerla surtida en variedad y cantidad tal, que responda a las necesidades y ventas en la región o sitio donde esté ubicada.

La variedad se refiere a los diversos productos que se venden. La Despensa debe permanecer abastecida con los productos que el IDEMA esté comercializando; de esta manera se puede atender en mejor forma las necesidades de los consumidores y se incrementan las ventas.

La cantidad se refiere al volumen de producto que se debe solicitar en el pedido y mantener en la despensa de acuerdo con el flujo o movimiento de ventas.

Es función del Administrador de Despensa estar atento al movimiento de ventas y elaborar pedidos de productos en forma planeada y con el tiempo suficiente para que lleguen, evitando así que la despensa se quede sin productos.

Ejemplo: Si el tamaño de la Despensa solo permite hacer pedidos que alcanzan para las ventas de 15 días, el nuevo pedido deberá hacerse antes de que finalice la primera semana, de manera tal, que permanente-mente esté abastecida.

Para realizar el pedido de productos se diligencia la "Hoja de Pedido", que puede observar en la siguiente página (Cuadro No. 1).

HOJA DE PEDIDO

IDEMA
Subgerencia de Ventas
Sección Despensas

CENTRO O PLANTA
DESPENSAS
FECHA

Despensas

PRODUCTOS	EXISTENCIAS				P E D I D O			
	Total kls Exist.	# Bultos	# bols. X kl.	# bols. X kl.	Total Kls Pedidos	# bultos	# bols. X Kl.	# bols. X kl.
Arroz grado 1								
Arroz grado 2								
Arroz grado 3								
Arroz IR-8								
Aceite								
Azúcar sulf.								
Azúcar ref.								
Maíz amarillo								
Maíz blanco								
Maíz trillado								
Sal yodada								
Sal industrial								
Sal marina								
Leche								
Fríjol								
Lenteja								

OBSERVACIONES:

Administrador

Supervisor

Al diligenciar la "Hoja de Pedido" usted necesita:

- a) Conocer y tener en cuenta el promedio de ventas por producto semanal y/o mensual. El promedio se refiere no solo al valor sino también la cantidad.
- b) Conocer la aceptación o rechazo que un producto tiene entre el público, es decir, saber cuáles tienen "más salida" y cuáles son menos solicitados.
- c) Conocer el área física (tamaño) de la despensa, esto para hacer pedidos racionales que puedan guardarse en el espacio que se tiene.

En la HOJA DE PEDIDO:

- a) Se registran las existencias en despensa de los diferentes productos, según la forma de presentación: bultos, bolsa 5 X k, frasco, etc., en las columnas de EXISTENCIAS.
- b) Se programa el pedido registrando las cantidades que se solicitan en la columna de PEDIDO, teniendo en cuenta también la forma de presentación por producto (bultos, X 5 K, etc.),

En algunas ocasiones no habrá necesidad de pedir un producto porque exista una buena cantidad almacenada y no se ha presentado mucha compra por parte del consumidor.

La frecuencia con que debe realizarse el pedido depende de varios aspectos:

- 1) El tamaño de la despensa (por la cantidad que puede almacenarse)

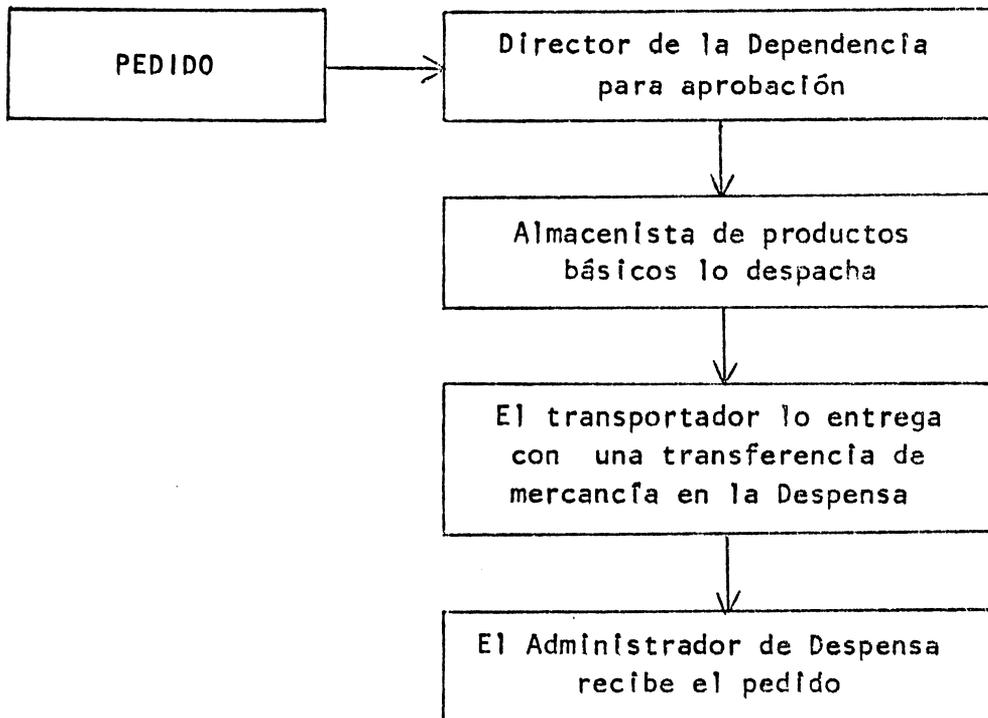
2) La ubicación y distancia de la despensa con respecto a la Planta o Centro que la abastece, Las despensas demasiado alejadas pueden verse afectadas por problemas de transporte, En estos sitios el pedido que se hace generalmente es grande, para que alcance a más de 20 días de venta.

3) El movimiento o flujo de ventas,

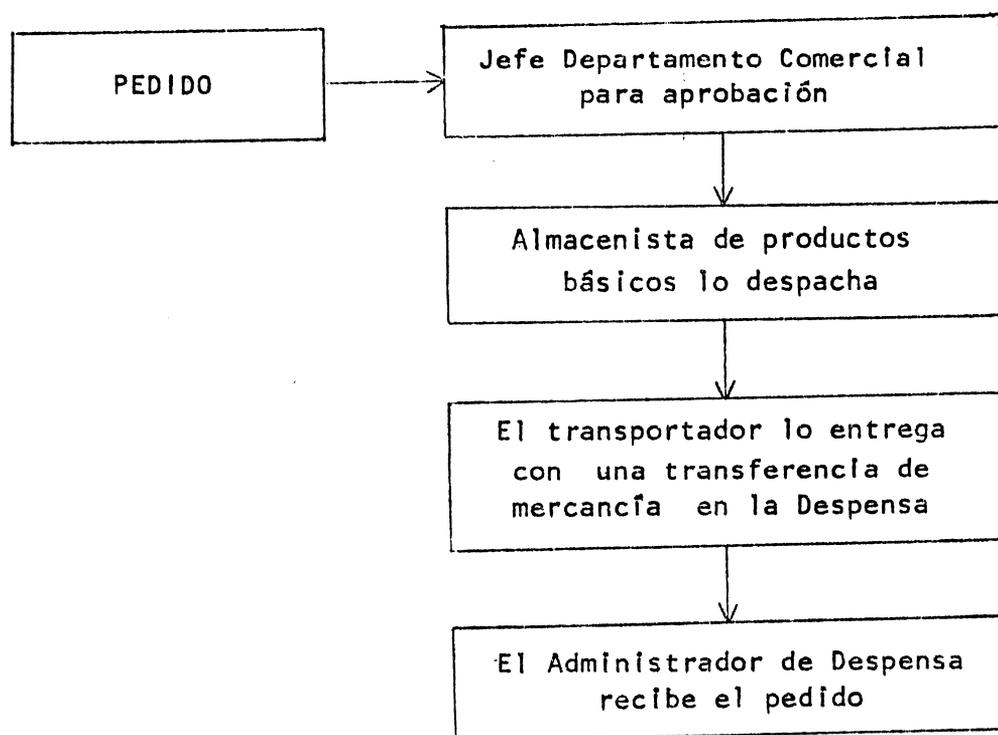
4) La escasez o abundancia de productos en el IDEMA y/o en el mercado.

Una vez diligenciada la "Hoja de Pedido" tiene el siguiente recorrido:

a) Cuando la Despensa depende de una Planta de Silos, Centro de Distribución o Centro de Acopio.



b) Cuando la Despensa depende de una Regional,



IMPORTANTE: Al recibir los productos usted deberá verificar que estos se encuentren tal cual aparece en las especificaciones de calidad y cantidad relacionadas en la "Transferencia de Mercancías".

Si usted encuentra alguna diferencia debe dejar constancia escrita en el original de la Transferencia de Mercancías, que firma y entrega al transportador, En su archivo debe quedar copia,

Al firmar la Transferencia de Mercancías (Cuadro No. 2 que observa en la siguiente página) queda legalizada la entrada de productos a la despensa, Desde ese momento las mercancías hacen parte de los valores que están a su cargo y que se contabilizan en el inventario,

Posterior al recibo de la mercancía se debe anotar la cantidad recibida por producto en la tarjeta de "Existencia de mercancías", que explicaremos en la sección No. 4 del módulo.

Como ejercicio de autoevaluación por favor realice el pedido de productos aplicando lo aprendido en esta tarea No. 4:

Si al realizar el ejercicio encuentra dificultades, consideramos conveniente que repase nuevamente la Tarea No. 4.

Al terminar este ejercicio puede continuar con la Tarea No. 5 de esta sección del módulo.

TAREA Nº 5 DILIGENCIAMIENTO DE LA FACTURA DE VENTA V-2
EN UNA DESPENSA,

La Factura de Venta es un documento que legaliza las ventas que realiza el Instituto a través de sus diferentes canales de distribución.

En las Despensas se diligencia diariamente al finalizar la jornada de ventas al público,

A continuación vamos a realizar una descripción de las partes en que está dividido el documento y cómo diligenciarlo, escribiendo la información necesaria para reportar las Ventas de Despensa (Algunas columnas del formato no son necesarias de diligenciar en las Despensas),

Observe la Factura de Venta en la siguiente página,

Analícemos las partes:

I. IDENTIFICACION DEL DOCUMENTO: FACTURA DE VENTA

II. ESPECIFICACIONES DE LA OPERACION:

EN LA FECHA _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Día	Mes	Año

Escriba con letras sobre la línea , el día, mes y año en que se elabora el documento. En **frente** escriba la misma información en números arábigos (nunca **romanos**)

Ejemplo:

EN LA FECHA Junio veinte de mil novecientos ochenta y tres:

20	6	83
Día	Mes	Año

-EN NUESTRA DEPENDENCIA _____

--	--

--	--

--	--	--

Regional Código Dependencia

Sobre la línea escriba el nombre de la Dependencia donde se elabora el documento. Para Despensas escriba DP. Enfrente se registra el código de localización, que siempre consta de siete (7) números.

Ejemplo:

EN NUESTRA DEPENDENCIA DP. FACATATIVA

0	4
---	---

0	0
---	---

5	0	7
---	---	---

Regional Código Dependencia

que significa: Despensa de Facatativá

Regional 4 Fontibón

Dependencia 507 - El número de la Despensa de Facatativá.

La lista de códigos de localización se encuentra en todas las dependencias. Solicítelo a aquella de donde depende la Despensa que usted administra.

-INVENTARIO

1

2

3

4

5

IDEMA P.M.A. D.R.I. Consignación Fideicomiso

En el IDEMA existen cinco (5) clases de inventarios. Marque con X en la casilla correspondiente. En el caso de las Despensas, todos los productos y empaques que se venden son propiedad del IDEMA y hacen parte de sus inventarios. O sea, debe marcar en el espacio correspondiente a IDEMA.

Ejemplo: INVENTARIO

1	X
---	---

IDEMA

-
 NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL COMPRADOR

En el caso de las Despensas, siempre se escribirá: Programa Amas de Casa.

Ejemplo:
 NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL COMPRADOR

-
 CANTIDAD TOTAL VENDIDA VALOR TOTAL VENTA

En esta casilla escribā la cantidad total de producto vendido, en kilos y en la siguiente casilla el valor (\$) total de dicha venta.

Ejemplo:
 CANTIDAD TOTAL VENDIDA VALOR TOTAL VENTA

-CANAL DE VENTA

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
1	2	3	4	5	6
DESPENSA	CREDITO SOCIAL	CONVENIOS ESPECIALES	CONVENIOS INDUSTRIALES	BOLSA NACIONAL AGROPECUARIA	DIRECTA

En el caso de Despensas se marca con X en la casilla "Despensa", que es la correspondiente,

Ejemplo: Canal de Venta X
 Despensa Crédito Social

En la siguiente página se observa un ejemplo que resume lo explicado sobre: I, Identificación del documento y II, Especificaciones de la operación en la factura de venta,

1 - ESPECIFICACIONES DE LA OPERACION
 EN LA FECHA 06 DIA 07 MES 83 AÑO

EN NUESTRA DEPENDENCIA D.P. El Fresno

INVENTARIO : 1 X 2 3 4 5
P. M. A. D. R. I. COMBINACION FIDELICORSO

1 - IDENTIFICACION DOCUMENTO

FACTURA DE VENTA **V2 115527**

ABULADA

NOMBRE O RAZON SOCIAL COMPRADOR
Amas de Casa

CANAL DE VENTA : <input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> X <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7	DESPENSA	CREDITO SOCIAL	CONVENIOS ESPECIALES	CONVENIOS INDUSTRIALES	BOLSA NACIONAL AGROPECUARIA	DIRECCION	EXPORTACION
---	----------	----------------	----------------------	------------------------	-----------------------------	-----------	-------------

En una factura de venta original existen más casillas de información pero en el caso de las Despensas, sólo es necesario diligenciar las señaladas en el ejemplo.

III. IDENTIFICACION DEL PRODUCTO,

-DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y/O EMPAQUE -VARIEDAD,

Se utiliza un renglón por producto, escribiendo el nombre completo y especificando la variedad,

-GRADO

Escriba en esta columna en números arábigos el grado que le corresponde al producto vendido, Si no tiene grado se escribe 0.

Ejemplo:

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	GRADO
Azúcar sulfitado	0
Arroz blanco	3
Leche en polvo X 500 grs.	0
Sal yodada	0

Nota: Las columnas siguientes Factores y Código Ubicación Interna no debe diligenciarlas, Por favor pase a la columna Cantidad

-CANTIDAD,

Escriba en números arábigos el peso total en kilos netos del producto vendido,

El aceite se relaciona en cm^3 ,

Ejemplo:

DESCRIPCION PRODUCTO Y/O EMPAQUE O VARIEDAD	G R A D O	CANTIDAD PRODUCTOS: PESO NETO (Kilo, o cm ³) EMPAQUES (Unidades) (Dos decimales)
Arroz	3	80,00 K
Azúcar sulfitada	0	50,00 K
Leche IDEMA	0	31,00 K
Aceite IDEMA	0	13.000.00 cm ³

-PRESENTACION

Esta información se registra en tres (3) columnas:

1) Presentación: Es la forma en que se presenta el producto y se escribe las letras que corresponde, así:

- UN - para indicar empaques
- FR - Para indicar frascos
- GL - Para indicar galones
- TB - Para indicar tambor
- BL - Para indicar bolsa
- TR - Para indicar tarro
- GR - Para indicar granel
- BU - Para indicar bulto

No se debe relacionar la presentación en cajas; lo que interesa es el contenido de las cajas: Frascos, tarros,

2) No. de Unidades: Escriba la cantidad de unidades vendidas por producto.

3) Peso Promedio por Unidad de Presentación: Kilos netos o cm³.

Ejemplo:

I T E M SE	DESCRIPCION PRODUCTO Y/O EMPAQUES - VARIEDAD	O R A D O	CANTIDAD PRODUCTOS: PESO NETO (Kilos o EMPAQUES (Unidades) cm ³ 88 (DOS DECIMALES) 78	PRESENTACION		PESO PROMEDIO POR UNIDAD DE PRESENTACION KILOS NETOS O CM ³
				UNIDAD/FRASCO BULTO/GALON TAMBOR/BOLSA TARRO/GRANEL	No. de Unidades	
01	Arroz	3	80.00 K	BL	16	X 5 K
02	Azúcar sulfitada	0	50.00 K	BL	10	X 5 K
03	Leche IDEMA	0	31.00 K	TR	62	0.5 K
04	Aceite IDEMA	0	13.000.00 cm ³	FR	13	0.92 K
05						
06						

Recuerde que un (1) tarro de leche equivale a 0,5 K y un (1) frasco de frasco de aceite a 1,000 cm³ ó 0,92 K,

-PESO TOTAL EN KILOS NETOS

Se obtiene producto por producto, multiplicando No. de UNIDADES por PESO PROMEDIO DE PRESENTACION,

No. de Unidades	Peso Promedio	Peso total Kilos Netos
6	X 50 K	300 K

Observe el ejemplo en la página siguiente.

I T E M	DESCRIPCION PRODUCTO Y/O EMPAQUES - VARIEDAD	O R A D O	CANTIDAD PRODUCTOS: PESO NETO (Kilos o EMPAQUES (Unidades) cm ³) 65 (DOS DECIMALES) 75	PRESENTACION		PESO TOTAL EN KILOS NETOS PRODUCTOS Y EMPAQUES
				UNIDAD/FRASCO BULTO/GALON TAMBOR/BOLSA TARRO/GRANEL	PESO PROMEDIO POR UNIDAD DE PRESENTACION KILOS NETOS O CM ³	
01	Arroz	3	80,00 K	BL	16 X 5 K	80,00
02	Azúcar sulfitada	0	50,00 K	BL	10 X 5 K	50,00
03	Leche IDEMA	0	31,00 K	TR	62 0,5 K	31,00
04	Aceite IDEMA	0	13,000,00' cm ³	FR	13 0,92 K	11,96
05						
06						

-VALOR

Esta Información se registra en dos columnas:

1) Unitario \$ (Seis decimales)

Es el precio de venta asignado para cada kilo del producto o unidad de empaque de acuerdo con las normas,

2) Total \$ (Dos decimales),

Es el precio de venta total de los kilos, Se obtiene multiplicando el total de kilos netos por el precio unitario,

Total Kilos Netos	V A L O R	
	Unitario \$ (Seis decimales)	Total \$ (Dos decimales)
300	39.00	11.700,00

-VALOR TOTAL EN LETRAS

Este renglón se encuentra debajo de las columnas antes explicadas y es para escribir en letras el valor obtenido en el total \$.

A continuación se aprecia un ejemplo que resume lo que se ha explicado sobre el diligenciamiento de la factura de venta en cuanto a: III. IDENTIFICACION DEL PRODUCTO.

IDENTIFICACION PRODUCTO	DESCRIPCION PRODUCTO Y/O EMPAQUES - VARIEDAD	CANTIDAD PRODUCTOS* PESO NETO (Kilos o cm ³) EMPAQUES (Unidades) 75	PRESENTACION			PESO PROMEDIO POR UNIDAD DE PRESENTACION KILOS NETOS O CM ³	PESO TOTAL EN KILOS NETOS PRODUCTOS Y EMPAQUES	VALOR	
			UNIDAD/FRASCO BULTO/GALON TAMBOR/BOLSA TARRO/GRANEL	No. de Unidades	Peso			UNITARIO \$ (SEIS DECIMALES) 87	TOTAL \$ (DOS DECIMALES)
01	ARROZ	3 80.00 K	BL	16	X 5 K	80.00	38.000000	3.040.00	
02	Azúcar sulfitada	0 50.00 K	BL	10	X 5 K	50.00	35.000000	1.750.00	
03	Leche IDEMA	0 31.00 K	TR	62	0.5 K	31.00	150.000000	9.300.00	
04	Aceite IDEMA	0 13.000.00 cm ³	FR	13	0.92 K	11.96	121.000000	1.447.16	
05									
06									
07									
08									
09									
Total peso bruto						172.96			
(VALOR TOTAL EN LETRAS) SON : QUINCE MIL QUINIENTOS TREINTA Y SIETE PESOS CON DIEZ Y SEIS CENTAVOS								VALOR TOTAL ▶ 15.537.16	

En una factura de venta original existen más casillas de información pero en el caso de las Despensas, sólo es necesario diligenciar las señaladas en el ejemplo.

IV. FORMA DE PAGO

El Administrador de Despensa solo debe escribir X en el espacio que se indica para: ventas en efectivo

Efectivo

En el espacio para "Observaciones" puede escribir la información que considere necesaria o complementaria a la Factura de Venta. Cuando por error u omisión es necesario anular la factura, en "Observaciones" debe escribirse el número y fecha de la nueva factura que la reemplaza. NUNCA debe destruirse una factura mal diligenciada, son documentos prenumerados.

V. AUTORIZACIONES

El Administrador de Despensa debe firmar en el espacio señalado para "Almacenista o Administrador" y sellar el documento.

La Factura de Venta V-2 debe diligenciarse diariamente en cada Despensa, para legalizar las ventas del día. Se elabora en original y seis copias que se distribuyen así:

El original para la Contraloría

1a. copia para Contabilidad Centrales

2a. copia para Contabilidad Local

3a. copia para Caja Local

4a. copia para el Grupo Comercial

5a. copia para archivo despensa

6a. copia disponible.

Como ejercicio de autoevaluación, por favor diligencie la Factura de Venta V-2 del día, aplicando lo aprendido en esta tarea No. 5.

Si encuentra dificultades al realizar el ejercicio, consideramos conveniente que repase nuevamente la tarea No. 5

Al terminar el ejercicio puede continuar con la tarea No. 6 de esta sección del módulo.

TAREA N. 6 ELABORACION DEL INFORME MENSUAL DE VENTAS.

El Informe mensual es un resumen de las ventas realizadas en el mes. Se elabora con base en los totales de las Facturas de Venta diarias. El informe mensual de ventas debe cuadrar con la suma total de las facturas.

En las Despensas, se elabora al cierre del movimiento mensual de ventas, el último día hábil de cada mes, en original y cuatro (4) copias que se distribuyen así:

Original: División Canales Detallistas y Despensas de Oficinas Centrales,

Primera copia: Grupo Comercial o Centro respectivo,

Segunda copia: Contabilidad de la Regional o Centro

Tercera copia: Departamento Comercial de la Regional

Cuarta copia: Administrador,

El formato para Informe mensual de ventas se aprecia en la siguiente página.

Analicemos las partes y cómo diligenciarlas.

INFORME MENSUAL DE VENTAS,

MES: Nombre del mes al que corresponde el informe,

DESPENSA: El nombre de la Despensa a su cargo.

DEPENDENCIA: El nombre de la Planta de Silos, Centro de Acopio o de Distribución a la que está adscrita la Despensa,

REGIONAL: El nombre de la correspondiente Regional,

CANAL DE VENTAS: Usted debe marcar con X donde dice "Despensa", pues es el canal que efectuó la venta.

Ejemplo:

INFORME MENSUAL DE VENTAS									
MES <u>Julio</u>								0,7	8,3
LOCALIZACION									
Despensa <u>Ataco</u>		Dependencia <u>P S. Espinal</u>			Regional <u>Seis</u>		0,6	4,1	5,0,1
10 REGIONAL									
CANAL DE VENTAS									
17		17		17		17		17	
1	2	3	4	5	6				
Directas	Despensas	Crédito Social	Convenios	Bolsa Nat. Agropecuaria	Industrial				

A continuación se analizan las siguientes partes del formato:

-CODIGO: No debe escribir en este espacio, Se diligencia en Oficinas Centrales,

-PRODUCTO: Escriba el nombre completo del producto especificando variedad. Para cada producto se utiliza un renglón,

Ejemplo:

PRODUCTO	
18 CODIGO	NOMBRE
	Arroz blanco grado 3
	Azúcar sulfitado
	Chocolate
	Leche en polvo
	Maíz trillado

-PRESENTACION: Escriba la forma de presentación del producto vendido; Kilos; X 5 kilos, tarro, frasco,

Ejemplo:

PRODUCTO		PRESENTACION
18 CODIGO	NOMBRE	24
	Arroz blanco grado 3	Bolsa X 5 K
	Azúcar sulfitado	Bolsa X 5 K
	Chocolate	Libra
	Leche en polvo	Tarro
	Maíz trillado	Bolsa X 2 K

-CANTIDAD VENDIDA EN KILOS: Escriba el total de producto vendido, haciendo las correspondientes conversiones a kilos,

Recuerde que un (1) tarro de leche equivale a 0,5 K; un (1) frasco de aceite equivale a 0.92 K; una (1) libra de chocolate a 0,5 K.

Así, si se han vendido 300 frascos de aceite, equivalen a:
 $300 \times 0.92 = 276 \text{ K.}$

Si se han vendido 30 libras de chocolate, equivalen a 15 K.

Ejemplo:

PRODUCTO		PRESENTACION	CANTIDAD VENDIDA EN KILOS
18 CODIGO	NOMBRE	24	30
	Arroz blanco grado 3	Bolsa X 5 K	6,195
	Azúcar sulfitado	Bolsa X 5 K	1,150
	Chocolate	Libra	193,5
	Leche en polvo	Tarro	122,5
	Maíz trillado	Bolsa X 2 K	134
TOTAL MES			7,795

-VALOR UNITARIO: Escriba el valor de un kilo por producto, Se toma el valor de los productos según la última transferencia de mercancías llegada a la Despensa,

Ejemplo:

Cod.	PRODUCTO	PRESENTACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
	NOMBRE	24	VENDIDA EN KILOS 30	39
	Arroz blanco grado 3	Bolsa X 5 K	6.195,0	\$ 34,20
	Azúcar sulfitado	Bolsa X 5 K	1.150,0	\$190,00
	Chocolate	Libra	193,5	\$ 67,00 LB
	Leche en polvo	Tarro	122,5	\$150,00 TR
	Maíz trillado	Bolsa X 2 K	123,0	\$ 32,25
	TOTAL MES		7.795,0	

-VALOR TOTAL: Escriba el resultado de multiplicar la cantidad vendida en kilos por el valor unitario. Este cálculo se hace producto por producto, Al finalizar se totaliza la columna,

Ejemplo:

PRODUCTO	PRESENTACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VR. TOTAL
NOMBRE	24	VENDIDA EN KILOS 30	39	47
Arroz blanco grado 3	Bolsa X 5 K	6.195,0	\$34,20	\$ 211,869,00
Azúcar sulfitado	Bolsa X 5 K	1.150,0	\$38,00	43,700,00
Chocolate	Libra	193,5	\$134,00 K	25,929,00
Leche en polvo	Tarro	122,5	\$300,00 K	36,750,00
Maíz trillado	Bolsa X 2 K	134,0	\$32,25	4,321,50
TOTAL MES		7.795,0		\$ 322,569,50

-TOTAL MES: En esta hilera se totalizan las columnas "Cantidad vendida en kilos" y "Valor total".

Ejemplo: Por favor observe los totales en el ejemplo anterior,

-TOTAL MES ANTERIOR: En esta hilera y en los espacios correspondientes, se escriben los valores de total en kilos vendidos y total en dinero, correspondientes al mes anterior del informe que se presenta,

Esto tiene como objetivo facilitar la comparación entre los niveles de venta en la despensa mes por mes,

Ejemplo:

	CANTIDAD VENDIDA EN KILOS	VALOR TOTAL
	30	47
TOTAL MES	7 . 7 9 5	3 2 2 . 5 6 9 5 0
TOTAL MES ANTERIOR	7 . 3 2 0	3 0 1 . 2 7 5 0 0

En la siguiente parte del formato está "OBSERVACIONES"

OBSERVACIONES	FECHA	PAGINA _____
	RESPONSABLE (Firma y Sello)	DE _____
NOTA: LOS CODIGOS SE DILIGENCIARAN EN OFCEN.		

OBSERVACIONES: Escriba sus comentarios al informe, ejemplo cuando ha habido cambios de precios en los productos usted especifica las cantidades vendidas según cada precio. Igualmente puede comentar un caso de disminución en las ventas si se debe a falta de oportuno y completo abastecimiento, así como otras "Observaciones" que considere convenientes.

FECHA: Escriba la fecha del día en que se elabora el informe de ventas. Recuerde que debe elaborarse el último día hábil del mes, para el cierre del movimiento mensual de ventas.

RESPONSABLE (FIRMA Y SELLO): La firma del Administrador de la Despensa, quien es el responsable de la elaboración del informe.

Como ejercicio de autoevaluación realice un informe mensual de ventas. En el anexo No. 1 encuentra el formato para este ejercicio.

Si encuentra dificultades al realizar el ejercicio, consideramos conveniente que repase nuevamente la Tarea No. 6.

Si considera conveniente repase el contenido de toda la Sección No. 3 y consulte con su Jefe Inmediato o con el Supervisor o Coordinador de Despensa a fin de aclarar las dudas.

Al finalizar el ejercicio puede continuar con la Sección No. 4 del Módulo

B I B L I O G R A F I A

1. HOWLAND, Richard H, Técnicas de Venta, Buenos Aires, Ateneas, 1975.
2. INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO, Un Año de Labores 1982, Bogotá, IDEMA 1983.
3. INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO, Estatutos, Bogotá, IDEMA 1982.
4. NAPIER, R. Grupos: Teoría y Experiencia. México, Trillas 1976.
5. SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE, Formación Básica para Técnicos Medios en Técnicas Administrativas, Bogotá, SENA, 1976
6. VELA, Jesús Andrés. Técnica y Práctica de las Relaciones Humanas. Indo-American Press Service, Bogotá.

ICA-CRIDA
BIBLIOTECA
Bogotá-Columbiana

PUBLICACION MISCELANEA No. 493

BOGOTA, COLOMBIA. 1984