

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIA E INGENIERÍAS FÍSICAS Y FORMALES

PROGRAMA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



“Diseño de Mejora para Elevar el Rendimiento del Almacén de una Empresa
Distribuidora de Alimentos, Caso DASUR EIRL”

***Tesis presentado por el Bachiller:
Marco Antonio Apaza Condori
Para optar el título Profesional
De Ingeniero Industrial***

**AREQUIPA – PERU
2013**

Dedico esta tesis:

A Dios todopoderoso, quien me acompaña en cada nuevo paso que doy en mi vida.

A mi abuelita Rosita que me mostro su apoyo desde el primer día que decidí seguir este camino y hoy descansa en la paz del señor

A mis padres por su amor, paciencia, esfuerzo y apoyo condicional sin el cual yo no estaría aquí

A mi familia por sus enseñanzas, compañía y su apoyo incondicional

A mis maestros por sus enseñanzas en diferentes ámbitos resaltando los valores y la ética profesional, especialmente a mis asesores ya que su apoyo fue crucial para la culminación del presente trabajo

A todos los que me apoyaron para culminar satisfactoriamente esta tesis

Muchas Gracias

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	I
INDICE GENERAL.....	II
INTRODUCCION	XVI
RESUMEN	XVII
ABSTRACT	XVIII

CAPITULO I

Generalidades

1.1 Planteamiento del Problema Empresa	2
1.1.1 Identificación del Problema	2
1.1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.1.3 Tipo de Problema de Investigación.....	3
1.1.4 Diseño de Investigación.....	3
1.1.5 Campo , Área y Línea	4
1.1.6 Interrogantes Básicas	4
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.2 Objetivo Especifico	4
1.3 Justificación	5
1.4 Variables e Indicadores	6

1.5 Hipótesis.....	8
1.6 Alcances.....	8
1.7 Viabilidad.....	8

CAPITULO II

Marco Teórico

2.1 Los Sistemas y Modelos de Organización para Negocios.....	10
2.1.1 Definición de Empresa.....	10
2.1.1.1 Tipos de Empresa.....	11
2.1.1.2 Formas Societarias.....	14
2.1.2 Modelo de Negocios.....	17
2.1.2.1 Lienzo de Canvas en los Negocios.....	30
2.2 Gestión de Almacenes Comerciales.....	31
2.3.1 La Gestión de Almacén.....	31
2.3.2 El Almacén.....	36
2.3.2.1 Clasificación de Almacenes.....	37
2.3.2.2 Las Áreas de Almacén.....	43
2.3.2.3 Mermas en los Almacenes Comerciales.....	45
2.3.3 ¿Por qué Almacenar?.....	46
2.3.4 Operaciones de Almacén.....	47
2.3 Análisis de la Gestión Almacenes.....	49
2.2.1 Flujograma de Procesos.....	49
2.2.2 Diagrama Causa – Efecto (Ishikawa).....	51
2.2.3 Análisis PESTE.....	51
2.2.4 Gestión de Administración Estratégica.....	52

2.2.3.1 Matriz EFI	52
2.2.3.2 Matriz EFE	53
2.2.3.3 Matriz Interna – Externa (IE).....	55
2.2.3.4 Matriz Gran Estrategia (MGE)	55
2.2.3.5 Matriz FODA.....	56
2.2.3.6 Matriz de Decisión (MD)	58
2.2.3.7 Matriz MCPE.....	59
2.2.3.8 Matriz de Rumelt.....	61
2.4 Políticas de Inventario en Almacenes Comercial.....	63
2.4.1 Inventarios en Almacenes Comerciales	63
2.4.1.1 Clasificación de Inventario.....	63
2.4.1.2 El Principio de Pareto en Inventarios.....	65
2.4.1.3 Rotación y Proyección de Inventarios.....	68
2.4.1.4 Políticas de Revisión de Inventarios	69
2.4.2 Políticas de Inventario.....	73
2.4.2.1 Métodos de Cálculos de los Pronósticos	73
2.4.2.2 Modelo del lote económico EOQ	75
2.5 Las 5´S en los Negocios para Mejora de Servicios	76
2.5.1 La Metodología de las 5´S	76
2.5.1.1 SEIRI – Clasificación	78
2.5.1.2 SEITON – Orden	79
2.5.1.3 SEISO – Limpieza	83
2.5.1.4 SEIKETSU – Estandarizar	85
2.5.1.5 SHITSUKE – Disciplina	86

CAPITULO III

Diagnostico Situacional

3.1 La Empresa	90
3.1.1 Descripción de la empresa.....	90
3.1.2 Reseña Histórica.....	90
3.1.3 Datos Generales	91
3.1.4 Misión.....	91
3.1.5 Visión	92
3.1.6 Valores.....	92
3.1.7 Logo y Personal	92
3.1.8 Organigrama.....	93
3.1.9 La Visión Funcional.....	94
3.1.10 Clientes Principales	100
3.1.11 Proveedores Principales	101
3.2 El Modelo de Negocios de la Empresa.....	102
3.2.1 Metodología de Modelo de Negocios.....	103
3.2.1.1 Clientes.....	104
3.2.1.2 Propuesta de valor.....	106
3.2.1.3 Canales de comunicación y distribución.....	109
3.2.1.4 Relación con los clientes	112
3.2.1.5 Fuentes de ingresos	113
3.2.1.6 Recursos clave	115
3.2.1.7 Actividades clave	122
3.2.1.8 Alianzas clave.....	125

3.2.1.9 Estructura de costos	127
3.2.2 Lienzo de Canvas	128
3.3 El Análisis Externo (PESTE).....	130
3.3.1 Análisis Político	130
3.3.2 Análisis Económico	134
3.3.3 Análisis Social	138
3.3.4 Análisis Tecnológico	143
3.3.5 Análisis Ecológico	146
3.4 El Área de Almacén	148
3.4.1 Las Líneas de Productos	148
3.4.2 Los Almacenes	149
3.4.3 El Flujo de Procesos	154
3.4.4 Diagrama Causa – Efecto	156
3.5 Resultados del Diagnostico	157
3.5.1 Las Fortalezas y Debilidades.....	157
3.5.2 Las Oportunidades y Amenazas.....	159
3.5.3 La Identificación de la Problemática.....	160

CAPITULO IV

Formulación de Estrategias

4.1 Metodología.....	162
4.2 Etapa de Inicial	163
4.2.1 La Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	163
4.2.2 La Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	165
4.3 Etapa de Emparejamiento	166

4.3.1 La Matriz Interna – Externa (IE)	166
4.3.2 La Matriz de la Gran Estrategia (GE)	167
4.3.3 La Matriz FODA	169
4.4 Etapa de Salida	171
4.4.1 La Matriz de Decisión.....	171
4.4.2 La Matriz MCPE	173
4.4.3 La Matriz de Rumelt.....	176
4.5 Resultados de la Formulación de Estrategias	178

CAPITULO V Propuesta e Implementación del Diseño de Mejora

5.1 Propuesta de Implementación de Políticas de Gestión de Almacenes.....	181
5.1.1 Priorización de Productos	181
5.1.1.1 Metodología de la Identificación de Criterios	181
5.1.1.2 Análisis de los Criterios	188
5.1.1.3 Ponderación de los Criterios.....	194
5.1.2 Pronostico de la Demanda.....	197
5.1.3 Políticas de Aprovisionamiento	201
5.1.3.1 Costo de Mantenimiento	201
5.1.3.2 Costo de Aprovisionamiento.....	205
5.2 Propuesta de Implementación de un Programa de Orden y Mantenimiento de los Almacene	210
5.4.1 Evaluación inicial para Implementación de las 5´S	210
5.4.2 Propuesta de Implementación de SEIRI	216

5.4.2.1 Procedimiento de Aplicación de SEIRI	217
5.4.3 Propuesta de Implementación de SEITON	222
5.4.3.1 Procedimiento de Aplicación de SEITON	223
5.4.4 Propuesta de Implementación de SEISO.....	257
5.4.5 Propuesta de Implementación de SEIKETSU.....	259
5.4.6 Propuesta de Implementación de SHITSUKE.....	260
5.4.7 Evaluación final de la Implementación de las 5´S.....	261
5.3 Propuesta de Implementación de un Programa de Control de Inventarios.	266
5.3.1 Cronograma para Control de Inventario.....	266
5.3.2 Cuadro de Análisis de Inventario	267
5.3.3 Políticas para Manejo de Inventario	270
5.4 Resultados de Rendimiento Esperados.....	271

CAPITULO VI

Conclusiones Y Recomendaciones

6.1 Conclusiones	273
6.2 Recomendaciones.....	277

BIBLIOGRAFIA	279

INFORMATOGRAFIA	284

ANEXOS	286

Anexo N°1 Cuestionario Aplicado al Modelo de Negocios

Anexo N°2 Formato de Lluvia de Ideas

Anexo N°3 Formato de Calificación de Criterios

Anexo N°4 Formato de Ponderación de Criterios

Anexo N°5 Base de Datos Para Análisis de Criterios, Año 2012

Anexo N°6 Análisis de Pareto y Criticalidad

Anexo N°7 Pronóstico de la Demanda Para el Año 2013

Anexo N°8 Inventario de los Artículos Detallados al 20 de Julio del Presente Año

Anexo N°9 Políticas de Aprovisionamiento

Anexo N°10 Formato de Evaluación del Programa de las 5`S

Anexo N°11 Formato de la Tarjeta Roja

Anexo N°12 Análisis de Pareto de Abarrotes Voluminosos

Anexo N°13 Análisis de Pareto de Abarrotes No Voluminosos

Anexo N°14 Análisis de Pareto de Licores en General

Anexo N°15 Análisis de Pareto de Materiales de Limpieza y Cuidado Personal

Anexo N°16 Cuadro de Análisis de Inventarios

Anexo N°17 Reglamento Interno Para el Personal de la Empresa DASUR

INDICE DE CUADROS

Cuadro N°1-1 Identificación de Variables.....	7
Cuadro N° 2-1 Metodología de las 5´S.....	77
Cuadro N° 3-1 Organigrama	93
Cuadro N° 3-2 Integrantes del FOCUS GROUP (M.Negocios).....	103
Cuadro N° 3-3 Productos más Vendidos según P. de Ventas Totales.....	105

Cuadro N° 3-4 Análisis de la Propuesta de Valor.....	108
Cuadro N° 3-5 Actividad de Distribución	111
Cuadro N° 3-6 Ventas en Soles Según Años Anteriores.....	114
Cuadro N° 3-7 Descripción de Recursos Humanos	118
Cuadro N° 3-8 Descripción de las Maquinaria y Equipos.....	118
Cuadro N° 3-9 Descripción de la Infraestructura.....	119
Cuadro N° 3-10 Estados de Resultados de la Empresa.....	119
Cuadro N° 3-11 Estado de Situación Financiera.....	120
Cuadro N° 3-12 Análisis de Proporciones del E.S.F	120
Cuadro N° 3-13 Gastos de Operación.....	128
Cuadro N° 3-14 Lienzo de Canvas.....	129
Cuadro N° 3-15 Líneas de Productos.....	148
Cuadro N° 3-16 Diagrama de Flujo de Logística de Entrada en Almacén.....	154
Cuadro N° 3-17 Diagrama de Flujo de Logística de Salida en Almacén	155
Cuadro N° 3-18 Diagrama Causa – Efecto	156
Cuadro N° 4-1 Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).....	164
Cuadro N° 4-2 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	165
Cuadro N° 4-3 Matriz Interna - Externa (IE)	167
Cuadro N° 4-4 Matriz de la Gran Estrategia.....	168
Cuadro N° 4-5 Matriz FODA.....	170
Cuadro N° 4-6 Matriz de Decisión (MD)	172
Cuadro N° 4-7 Lista de las Estrategias Específicas para la Matriz MCPE	173
Cuadro N° 4-8 Matriz MCPE Aplicado a las Estrategias de DASUR.....	174
Cuadro N° 4-9 Priorización de Estrategias.....	176

Cuadro N° 4-10 Matriz de Rumelt	177
Cuadro N° 4-11 Estrategias a Desarrollar	178
Cuadro N° 5-1 Integrantes del FOCUS GROUP (Criticalidad)	182
Cuadro N° 5-2 Lluvia de Ideas	183
Cuadro N°5-3 Resumen de Calificación de Criterios.....	185
Cuadro N°5-4 Criterios más Relevantes	186
Cuadro N° 5-5 Ponderación de Criterios	188
Cuadro N° 5-6 Criterio Demanda Anual (Productos A)	190
Cuadro N° 5-7 Criterio Margen de Utilidad Unitario (Productos A).....	191
Cuadro N° 5-8 Criterio Venta Anual (Productos A).....	193
Cuadro N° 5-9 Asignación de Valor Numérico	195
Cuadro N° 5-10 Resultado de la Criticalidad.....	196
Cuadro N° 5-11Pronostico de la Demanda (Alicorp, Año 2013).....	198
Cuadro N° 5-12Pronóstico de Demanda (Producto Críticos)	199
Cuadro N° 5-13 Promedio de pedidos Unitarios por Proveedor	206
Cuadro N° 5-14 Pedidos Anuales.....	207
Cuadro N° 5-15 Políticas de Aprovisionamiento (Productos Críticos)	208
Cuadro N°5-16Evaluación Inicial 5´S -Almacén Principal	212
Cuadro N°5-17 Resultados de la Evaluación Inicial 5´S -Almacén Principal.....	213
Cuadro N°5-18Evaluación Inicial 5´S -Almacén Auxiliar	214
Cuadro N°5-19 Resultados de la Evaluación Inicial 5´S -Almacén Auxiliar.....	215
Cuadro N°5-20 Resultados de la Evaluación Inicial 5´S.....	216
Cuadro N°5-21 Lista de Elementos Innecesarios.....	221
Cuadro N°5-22 Apilamiento de Productos.....	228

Cuadro N°5-23 Línea de Productos Establecidas	232
Cuadro N°5-24 Pareto – Abarrotes Voluminosos	239
Cuadro N°5-25 Pareto – Abarrotes No Voluminosos	240
Cuadro N°5-26 Pareto – Licores en General.....	240
Cuadro N°5-27 Pareto – M. de Limpieza y Cuidado Personal	241
Cuadro N°5-28Costo de Distribución de Parihuelas – A. Principal.....	249
Cuadro N°5-29Costo de Distribución de Parihuelas – A. Auxiliar	249
Cuadro N°5-30Programa de Limpieza de los Almacenes	258
Cuadro N°5-31Costos Incurridos para la I. del Programa de las 5´S	261
Cuadro N°5-32Costo de Eliminación de los mezanines de la Empresa	261
Cuadro N°5-33Evaluación Final 5´S -Almacén Principal.....	262
Cuadro N°5-34Evaluación Final 5´S -Almacén Auxiliar.....	263
Cuadro N°5-35Resultados de la Evaluación Final 5´S -Almacén Principal	264
Cuadro N°5-36Resultados de la Evaluación Final 5´S -Almacén Auxiliar	264
Cuadro N°5-37Resultados de la Evaluación Final 5´S	264
Cuadro N°5-38Políticas del Cronograma de Inventarios.....	266
Cuadro N°5-39Cronograma de Control de Inventarios.....	267
Cuadro N°5-40Cuadro de Análisis de Inventario para Productos Críticos	269

INDICE DE GRAFICOS

Grafico N°2-1 Modelo De Negocio	20
Grafico N°2-2 Modelo de Negocios - Segmento De Cliente.....	21
Grafico N°2-3 Modelo De Negocios - Propuesta De Valor	22

Grafico N°2-4 Modelo De Negocios - Canales De Comunicación Y Distribución	23
Grafico N°2-5 Modelo De Negocios -Relación Con El Cliente	24
Grafico N°2-6 Modelo De Negocios - Fuentes De Ingresos	25
Grafico N°2-7 Modelo De Negocios - Recursos Claves	26
Grafico N°2-8 Modelo De Negocios - Actividades Claves	27
Grafico N°2-9 Modelo De Negocios - Socios Claves.....	28
Grafico N°2-10 Modelo De Negocios– Estructura De Costes	29
Grafico N° 2-11 Lienzo de Modelo de Negocios	31
Grafico N°2-12 Centro de Consolidación	40
Grafico N°2-13 Centro de Ruptura	41
Grafico N°2-14 Separación de Almacén de Reserva y Picking	42
Grafico N°2-15 Criterios de evaluación de estrategias.....	62
Grafico N°2-16 Matriz de Prueba de Estrategia o Matriz de Rumelt	62
Grafico N°2-17 Revisión Periódica de Inventario	70
Grafico N°2-18 Revisión Continua de Inventario	72
Grafico N°2-19 Ejemplo de Mapa de Ventas.....	73
Grafico N°2-20 Recta de Mínimos Cuadrados	74
Grafico N°2-21 Metodología SEIRI I.....	78
Grafico N°2-22 Metodología SEIRI II.....	79
Grafico N°2-23 Diagrama para Implementación de 2'S.....	82
Gráfico N°3-1 Esquema del Modelo de Negocios	102
Gráfico N°3-2 Incidencia de Pobreza por Departamentos.....	131
Gráfico N°3-3 Tasa del Crecimiento del PBI	134
Gráfico N°3-4 PBI del PERÚ según sectores.....	135

Gráfico N°3-5REMYPE, por actividad económica y tipo de empresas	136
Gráfico N°3-6REMYPE, por tamaño de empresa y número de trabajadores	137
Gráfico N°3-7REMYPE por región, según tamaño de empresa y N.T	137
Gráfico N°3-8 Promedio de Empresas S.P. por Cantidad de Trabajadores	139
Gráfico N°3-9 Ocupaciones de Mayor Frecuencia en el S.P	140
Gráfico N°3-10 Principales indicadores del mercado de trabajo	141
Gráfico N°3-11 Distribución de la PEA ocupada por grupo ocupacional	142
Gráfico N°3-12 Ingreso Laboral Mensual Promedio de la PEA ocupada	142
Gráfico N°3-13Población por edad y frecuencia del uso de internet	144
Gráfico N°3-14 Almacén Principal	152
Gráfico N°3-15 Almacén Auxiliar	153
Grafico N°4-1 Metodología de Formulación de Estrategias	162
Grafico N°5-1Tasas de Inversión a Plazo Fijo.....	203
Grafico N°5-2Fondos Mutuos BBVA, Renta Mixta y Variable	204
Grafico N°5-3Clasificación de los Productos en del Almacén principal	236
Grafico N°5-4Clasificación de los Productos en del Almacén Auxiliar.....	237
Grafico N°5-5Distribución de Parihuelas y Anaqueles en el A. Principal.....	250
Grafico N°5-5Distribución de Parihuelas en el Almacén Auxiliar.....	251
Grafico N°5-6Sistema de Rotación de Inventarios FIFO	253
Grafico N°5-7Plano de seguridad del Almacén Principal	255
Grafico N°5-8Plano de seguridad del Almacén Auxiliar	256
Grafico N°5-9Leyenda de los Planos de Seguridad	257

INDICE DE IMAGENES

Imagen N°3-1 Logo de la Empresa	92
Imagen N°3-2 Personal de la Empresa	93
Imagen N°5-1 Aplicación se SEIRI en el sub-almacén E	218
Imagen N°5-2 Aplicación se SEIRI en el sub-almacén E	218
Imagen N°5-3 Aplicación se SEIRI en el sub-almacén D	219
Imagen N°5-4 Aplicación se SEIRI en el sub-almacén F	219
Imagen N°5-5 Aplicación se SEIRI en el sub-almacén G	220
Imagen N°5-6 Aplicación se SEIRI en el sub-almacén H	220
Imagen N°5-7 Condiciones del Almacén	224
Imagen N°5-8 Parihuelas de Almacenaje	225
Imagen N°5-9 Método de Arrume por Columna	227
Imagen N°5-10 Método de Arrume por Trabajo	227
Imagen N°5-11 Aplicación de letreros en los almacenes de la empresa	238
Imagen N°5-12 U.de M. de Limpieza y Herramientas en el A. Principal	243
Imagen N°5-13 U.de M. de Limpieza y Herramientas en el A. Auxiliar	243
Imagen N°5-14 U.de M. de los Artículos Personales en el A. Principal	244
Imagen N°5-15 Anaquel del Sub-almacén B	246
Imagen N°5-16 Anaquel del Sub-almacén D	247
Imagen N°5-17 Anaquel del Sub-almacén F	247
Imagen N°5-18 Aplicación de SEITON en el Almacén Principal	252
Imagen N°5-19 Aplicación de SEITON en el Almacén Auxiliar	252
Imagen N°5-20 Charla sobre la aplicación del P. de las 5`S	260

INTRODUCCIÓN

La gestión de los almacenas de la empresa DASUR E.I.R.L. ha sufrido un desajuste debido al crecimiento de la empresa en los últimos años. Se observó que este desajuste ha conllevado a una deficiencia en mantenimiento y control principalmente.

La empresa tiene dos almacenes a los que se denominan principal y auxiliar, los cuales almacenan productos como abarrotes que representan la línea de mayor movimiento y rendimiento de la empresa por lo cual se mantiene grandes volúmenes ocupando gran parte de almacén, como son el caso de licores en general, materiales de limpieza y cuidado personal.

La realidad que se evidencia en la empresa es que no se está obtenido el máximo rendimiento de DASUR por una mala gestión de sus almacenes como uno de los problemas principales para la empresa lo cual influye directamente en el servicio que brinda, lo que puede llegar a generar un descontento por parte de los clientes, que es la razón principal de la empresa.

RESUMEN

Actualmente las empresas se enfrentan a un entorno competitivo, en el cual se busca el crecimiento, expansión y posicionamiento estratégico para prevalecer como negocio, por lo tanto necesitan proyectarse hacia el futuro mejorando su gestión empresarial. Uno de los problemas más frecuentes en empresas de comercialización y distribución de productos alimenticios y no alimenticios dentro de la gestión empresarial es la gestión de sus almacenes, debido a la poca importancia y tiempo que se le dedica.

Por lo que el desarrollo de la presente tesis que tuvo como objetivo diseñar la mejora de gestión de almacenes con el fin de elevar el rendimiento de los almacenes de la empresa distribuidora de alimentos DASUR E.I.R.L.

La propuesta del diseño de mejora se sustentó en un diagnostico donde se identificó factores internos como fortalezas y debilidades y factores externos como oportunidades y amenazas. Para luego establecer una metodología de formulación de estrategias que ha permitido por medio del análisis de los factores internos y externos identificar las mejores estrategias que integren el diseño de mejora planteada.

Una vez establecido el diseño de mejora se procedió a implementarlo en los almacenes de la empresa, el cual obtuvo como resultado el incremento del

rendimiento en los almacenes debido a la implementación de políticas para su gestión, el programa de las 5'S que mejora el orden y mantenimiento de los almacenes y la implementación de un programa de control de inventarios que sirve como mando de control.

ABSTRACT

Currently companies are facing a competitive environment, which seeks growth, expansion, and strategic positioning to prevail as a business, therefore they need to project into the future improve its business management. One of the most common problems in companies in marketing and distribution of food and non-food products within the business managements is the management of its stores, due to the minor and time is dedicated to him.

Therefore the development of this thesis which aimed design improvement of warehouse management in order to raise the performance of the company distributor of DASUR E.I.R.L. food warehouses

The design of improvement proposal was based on a diagnosis where was identified as strengths and weaknesses and external factors as opportunities and threats-internal factors. Then establish a methodology of formulating strategies that has identified through analysis of the internal and external factors the best strategies that integrate the design of proposed improvement.

Once established the design improvement was implemented in the company warehouses, which resulted in the increase of yield in the stores due to the implementation of policies to run, the program of the 5'S which improves the order

and maintenance of warehouses and the implementation of a program of inventory control that serves as a control button.





CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Identificación del Problema

Al momento la empresa DASUR es una empresa que cuenta con más de 20 años de fundado, su crecimiento ha sido constante llevándola a convertirse en una de las principales empresas de comercio de productos de abarrotes en la ciudad de PUNO y como es normal el crecimiento ha originado problemas de congestión que le ocasiona pérdidas por vencimiento de productos, mermas, mal control de los productos, conllevando a una deficiencia en el mantenimiento y control de los almacenes.

La empresa cuenta con dos almacenes de los cuales una de ellos funciona como tienda y almacén, los productos principales se pueden clasificar en tres grandes rubros; abarrotes, licores en general y productos de limpieza y cuidado personal.

Los abarrotes representan los productos de mayor movimiento y rendimiento por lo que se mantiene grandes volúmenes ocupando gran parte del almacén, por la cantidad de estos productos no se cuenta con un control ocasionando desorden y pérdidas por vencimiento y deterioro. En las zonas de productos de licores y limpieza y cuidado personal se producen de manera similar, inmovilizando capitales.

Esta realidad evidencia que no se está obteniendo el máximo rendimiento de DASUR por un mal control de sus almacenes, ante ello nos planteamos las siguientes preguntas:

¿Cómo DASUR debe organizar sus almacenes para obtener mayor rendimiento?

¿Cuál es la política de inventarios que debe implementar DASUR para sus productos importantes?

1.1.2. Planteamiento del Problema

Diseño de mejora para elevar el rendimiento del almacén de una empresa distribuidora de alimentos; Caso DASUR E.I.R.L. Puno, 2013.

1.1.3. Tipo del Problema de Investigación

La investigación a realizar es del tipo descriptiva debido que se debe desarrollar en una empresa existente, se utilizará la metodología casuística para el diagnóstico y análisis correspondiente.

1.1.4. Diseño de la Investigación

La investigación es explicativa fundamentada en desarrollo de la empresa existente, identificando las diferentes variables involucradas en el sistema existente.

1.1.5. Campo, Área y Línea

Campo : Ingeniería Industrial

Área : Logística

Línea : Gestión de Almacenes

1.1.6. Interrogantes Básicas

- ¿Cómo DASUR debe organizar sus almacenes para obtener mayor rendimiento?
- ¿Cuál es la política de inventarios que debe implementar DASUR para sus productos importantes?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Diseñar la mejora de gestión de almacenes y establecer políticas de inventarios para los productos, que permita elevar el rendimiento de los almacenes en una empresa distribuidora de alimentos, Caso DASUR EIRL

1.2.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la empresa y sus almacenes para identificar el problema.

- Identificar y aplicar una metodología de formulación de estrategias dirigida a los almacenes.
- Establecer un modelo de aprovisionamiento para el manejo de almacenes en empresas comerciales.
- Implementar el programa de las 5's para los almacenes comerciales.
- Establecer políticas de control inventario para los productos de la empresa.

1.3. Justificación

Es común escuchar que las empresas pequeñas se convierten en empresas medianas y grandes, tal como el ser humano a través del tiempo de niño se transforma en adulto, así también las empresas crecen y pasan a ser mediana y luego gran empresa y si no están preparadas detienen su desarrollo y pueden estancarse, retraerse y hasta desaparecer. En el caso de las empresas de distribución sucede lo mismo de la noche a la mañana su capacidad se duplica o multiplica, es el caso de las tiendas Wong en Lima que de una simple tienda de barrio se convirtió en un gran supermercado.

Con el crecimiento de las empresas los ingresos continúan, por lo que la mayor preocupación está en generar más clientes y en atender a los mismos y no se detiene a meditar que el crecimiento trae también complejidad en el abastecimiento, el almacenamiento, ocasionando bajos rendimientos por mermas, descontrol y obsolescencia al que llamaremos desperdicios.

En ese sentido DASUR, es una empresa con rendimientos importantes que le ha permitido crecer sin embargo sus desperdicios han ido también creciendo a tal punto que no se tiene una real evaluación de los mismos.

Es así que en el presente estudio partiremos de un diagnostico situacional de la empresa y sus almacenes utilizando el modelo de negocios, análisis Ishikawa y el análisis PESTE para luego plantear estrategias que estarán enfocados en el análisis de la problemática de los almacenes de la empresa, con las estrategias identificadas se procederá a diseñar un modelo de gestión de almacenes utilizando métodos como la ley de Pareto o clasificación ABC para priorizar los productos de la empresa, políticas de inventario y administración de almacenes para el mejor control del mismo y finalmente generaremos una cultura organizacional sostenible utilizando la metodología de las 5'S.

1.4. Variables e indicadores

El estudio de investigación tiene las siguientes variables:

- Variable Independiente: Diseño de Mejora en la Gestión de Almacén.
- Variable Dependiente: Rendimiento del Almacén.

Cuadro N°1-1 “Identificación de Variables”

VARIABLE		INDICADORES	SUB INDICADORES
Variable Independiente	Diseño de Mejora en la Gestión de Almacén	Diagnostico Situacional de la Empresa y sus Almacenes	- Misión y Visión - Análisis PESTE - Organigrama - Visión Funcional - Modelo de Negocios - Análisis de Almacenes - Flujograma de Procesos - Diagrama Causa - Efecto
		Formulación de Estrategias	- Etapa de Entrada - Etapa de Emparejamiento - Etapa de Salida
		Método ABC	- Demanda Anual - Margen de Utilidad - Estacionalidad - Vencimiento - Lead Time - Ventas Anuales
		Políticas de Inventario	- Criticalidad - Control de Existencia - Administración de Existencias
		Metodología de 5'S	- Clasificar - Ordenar - Limpiar - Normalizar - Disciplinar
Variable Dependiente	Rendimiento de Almacén	Gestión de Almacenes	- Productos Relevantes - Planificación de demanda - Aprovisionamiento Estándar - Eficiencia de Almacén - Mantenimiento de Almacén - Seguridad - Sanciones.

Fuente: Elaboración Propia

1.5. Hipótesis

La gestión de almacenes en una empresa comercial mejora sustancialmente a través del uso adecuado del control selectivo de inventarios y el uso de las 5'S.

1.6. Alcances

El alcance que tiene la presente investigación es de gran importancia en el sector comercial y específicamente en el rubro de la comercialización y distribución de productos de consumo masivo y está orientada a dar una solución sostenida a la problemática de la gestión de almacenes.

También tendrá un alcance a cualquier empresa nueva o existente que quiera gestionar mejor sus almacenes.

La investigación estará limitada al análisis de los productos del área de almacén de la empresa DASUR, en el periodo 2012. Tanto el Diseño de Mejora como las propuestas formales están dirigidos a desarrollar los métodos y la gestión de almacenes.

1.7. Viabilidad

Este Proyecto de investigación es totalmente viable ya que se cuenta con el apoyo de la gerencia de la Empresa “Distribuidora Abarrotera del Sur E.I.R.L”

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Los Sistemas y Modelos de Organización para Negocios

2.1.1 Definición de Empresa

La empresa se define, de manera clásica, como una unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.¹

Como institución económico-social, no cabe duda que el desarrollo de las instituciones económicas y sociales, en particular de la institución empresarial en sus más diversas manifestaciones, constituye hoy en las sociedades modernas, una de las encrucijadas más importantes para el desarrollo y bienestar y de la capacidad de utilización de los potenciales disponibles en un país.

La empresa es la institución que dispone de recursos escasos por lo general, de la forma y tecnología con la que los integra para lograr productos y/o servicios de los que va a depender el éxito o fracaso de esa institución, así como el resultado conjunto de la economía de un país.

El éxito económico y social depende del éxito en la dirección de los recursos, en particular de los recursos humanos en las instituciones singulares.

La economía de la empresa, como expresión de la economía de las instituciones, pues afecta a todas las instituciones ya que cualquiera de ellas en su más diversa naturaleza y cometidos actúa disponiendo de recursos económicos y humanos escasos generalmente, ha experimentado en los últimos años una evolución muy notable: pasa de una economía de la empresa

¹Cultural S.A. (2005). Diccionario de marketing. España: Cultural S.A pp. 7.

orientada a interpretar la actividad empresarial como meros sistemas funcionales, formalizados, a una economía de la empresa basada en el análisis de la racionalidad singular o específica de la asignación de recursos, hasta llegar a una economía de la empresa centrada en el desarrollo de la capacidad para configurar procesos empresariales e institucionales. Esta evolución hacia una economía empresarial institucional ha significado en los últimos años uno de los grandes avances para dar respuesta a las exigencias de la realidad económica y social.

De esta manera se asumen las exigencias tanto de la globalidad como de las redes o interdependencias en la realidad económico-empresarial.

No cabe la menor duda que la economía de la empresa se desarrolla con un auge vertiginoso en sistemas abiertos competitivos, no sólo por ser lo que afecta a las exigencias de la empresa, sino también a las exigencias de cualquier otra institución pública o privada, por ejemplo, universidad, ayuntamiento, etc.²

2.1.1.1 Tipos de Empresa

Empresas Industriales: Son aquellas en las cuales la actividad esencial es la producción de productos o bienes, mediante la extracción de materias primas.

Empresas Primarias: Dice de todas aquellas que explotan los recursos naturales renovables como no renovables, en este tipo tenemos:

²García Echevarría, S. (2003). *Introducción a la economía de la empresa*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. pp. 82-86.

Las extractivas: Tienen como único fin explotar los diversos recursos naturales, como las mineras, pesqueras, madereras, petroleras, Etc.

Mineras: Se definen como ligada a la extracción, producción y comercialización de los recursos minerales no renovables con el fin de obtener beneficios económicos. Este sector tiene fuertemente orientadas sus ventas al extranjero.

Pesqueras: Se definen como ligada a la extracción y explotación de las riquezas del mar y comprenden todas las actividades destinadas a capturar, cazar, segar, poseer, recolectar, conservar y utilizar todas las especies hidrobiológicas que tienen el mar como fuente de vida.

Las Agropecuarias: Este sector está constituido por dos actividades la Agrícola y la Ganadera o Pecuaria, las cuales están constituidas por una actividad primaria productora la cual puede llevarse a cabo en la tierra o no y una actividad secundaria de elaboración o transformación que puede llevarse a cabo en cualquier otro lugar, en este sector tiene espacio la producción de hortalizas, cereales, frutas, viñas y ganadería. La ganadería se refiere netamente a la actividad de criar animales para su posterior venta o faenación para su venta.

Empresas Secundarias: Las Manufactureras: Dice de todas aquellas que tienen como fin elaborar o convertir materias primas, productos semi-elaborados y productos terminados, con la finalidad de trazarlos en el mercado nacional o internacional y dentro de estas tenemos: Empresas que producen bienes de producción, estas tienen como fin satisfacer la demanda de empresas de

consumo final, y Empresas que producen bienes de consumo final, las que se alimentan de las empresas que producen bienes de producción.

De Construcción: Son todas aquellas que realizan obras públicas y privadas, como la construcción de calles, carreteras, casas, edificios, Etc.

Empresas Comerciales: Dice de todas aquellas que se dedican o realizan el acto propio de comercio, y su función principal es la compra-venta de productos terminados en la cual interfieren dos intermediarios que son el productor y el consumidor, dentro de las que podemos señalar:

La compra y permuta de cosas muebles, hechas con ánimo de venderlas, permutarlas o arrendarlas.

- La compra de un establecimiento comercial.
- Las empresas de fábricas, distribuidoras, almacenes tiendas, bazares.
- Las empresas de transporte por tierra, mar, ríos o vías navegables.
- Las empresas de depósitos de mercadería, provisiones o suministros, las agencias de negocios.
- Las empresas de espectáculos públicos. Etc.

También dentro de este sector podemos determinar tipos de empresas según la cantidad en el monto de las ventas, por ello tenemos que hay:

- Empresas Mayoristas: Que son aquellas que venden a empresas minoristas y también a otras mayoristas a gran escala.
- Empresas Minoristas: Son aquellas que venden sus productos al consumidor al detalle.

Empresas de Servicio: Son todas aquellas que realizan una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios con fines de lucro.

Así tenemos empresas que prestan servicios a la comunidad con el fin de recuperar dineros, como Agua, Luz, Gas.

Empresas de Servicios Financieros: Son todas aquellas que realizan una actividad comercial, prestadora de servicios de intermediación relacionados al ámbito de generación de valor a través del dinero.

Así tenemos:

Bancos e Instituciones Financieras: Bancos Nacionales, Internacionales.

Oferta y Contratación de Seguros: Compañías de seguros generales, de vida, Etc.

Administradoras de Fondos: Generales, de Pensiones Mutuos, para la Vivienda, de Inversión.

Mercado de Valores: Bolsa de Comercio, de Valores, Corredores.

Otros Servicios Financieros: Factoring, Leasing, Casas de Cambio.³

2.1.1.2 Formas Societarias

Empresa Unipersonal: En este tipo de empresa el titular (la persona natural) desarrollará toda la actividad comercial y financiera de la empresa en cuestión. La dificultad está que, al no ser una empresa de responsabilidad limitada, por lo cual tú responderás con tu patrimonio personal (propiedades, dinero, etc.) por

³ Sociedad Nacional de Industrial; publicaciones 2012 pág. 21-37.

las deudas que pueda tener tu empresa. Generalmente se opta por una empresa unipersonal cuando se trata de un proyecto pequeño en el cual tú aportarás el trabajo y capital. Cabe resaltar que, a diferencia del resto de tipos de empresas, el registro y la documentación de las empresas unipersonales son sencillos.

Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.): Este tipo de empresa es una persona jurídica con derecho privado que está constituida por la voluntad de un titular. Como la responsabilidad de la empresa es limitada, esta responde con su propio capital en cuando a las deudas, quedando libre de responsabilidad el titular y su patrimonio. Las actividades que competen a esta son únicamente de pequeña empresa. Asimismo, el capital de la empresa puede ser dinero o bienes no dinerarios (muebles, maquinaria, etc.).

Sociedad Anónima (S.A.): La Sociedad Anónima es una persona jurídica de derecho privado cuya naturaleza puede ser comercial o mercantil. Se constituye en un solo acto por sus socios fundadores (Sociedad, o bien sucesivamente mediante la oferta a terceros, siendo esta empresa de responsabilidad limitado, por lo cual ninguno de estos socios responde con su patrimonio ante las deudas de la empresa. El capital de una Sociedad Anónima está representado por acciones nominativas, las cuales se constituyen por el aporte de los socios, que pueden ser asimismo bienes dinerarios o no dinerarios. La Sociedad Anónima puede adoptar cualquiera las nominaciones

de abierta o cerrada, peor lo que sí es obligatorio es que figure la indicación de Sociedad Anónima o las siglas “S.A.”.

- Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.): Una Sociedad Anónima es Abierta cuando sus acciones están abiertas a oferta, es decir, que alguien puede “comprar” sus acciones y formar parte del grupo de accionistas. Asimismo, una Sociedad Anónima Abierta puede ser tal cuando tiene más de 750 accionistas, cuando más del 35% de sus acciones pertenece a 175 o más accionistas, cuando la empresa se constituye como tal y cuando todos los accionistas que tienen derecho a voto deciden por unanimidad tal denominación.
- Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.): Esta es uno de los tipos de empresas más comunes en el Perú. Una Sociedad Anónima es Cerrada cuando su número de accionistas no excede los 20 y sus acciones no están inscritas en el Registro Público, de tal modo que nadie salvo sus socios puede adquirir acciones. Asimismo, sus acciones están divididas en participaciones sociales.

Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.): En este tipo de empresa el capital se divide en participaciones iguales, las cuales no pueden ser incorporadas en títulos valores ni tampoco llamarse “acciones”. Asimismo, los socios de este tipo de empresa no pueden exceder la cantidad de 20, y por el hecho de tratarse de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, no responden con su patrimonio personal ante las deudas de la empresa. El

capital de este tipo de empresa está constituido por el aporte de cada socio, y debe estar ocupado en no menos del 25% de cada participación.⁴

2.1.2 Modelo de Negocios

Existen varias definiciones de modelos de negocios. Se puede definir un modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción”⁵. El término más importante dentro de esta definición está dado por la palabra interdependientes. Y esta es una de las principales diferencias de esta herramienta. En términos generales se suele usar para definir como un negocio o empresa genera valor a través de la utilización de la cadena de valor⁶. Si bien esta es una herramienta muy importante, la misma es muy estática, lineal y que no muestra relaciones entre las actividades primarias y las actividades de apoyo.

Es importante destacar que algunos cambios en el modelo de negocio han llevado a que cambien en forma total toda una industria. Por ejemplo es el caso las líneas aéreas dentro de la industria del turismo. Durante años, la industria de las líneas aéreas estuvo sumergida en grandes pérdidas. Pero aún en esas condiciones de la industria aparecieron empresas como Southwest en Estados Unidos y Ryanair en Europa con un modelo lowcost (bajo costo) que utilizan

⁴Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, MÓDULO DE CAPACITACIÓN EN LA CONSTITUCIÓN Y GESTIÓN DE MYPES 2010 p. 20-24.

⁵ Winter, S. y Sulanzki, G. “Replication as Strategy”, Organization Science Vol. 12, No. 6, November-December 2001, pp. 730-743.

⁶Porter, M. Ventaja Competitiva. CECSA, 1985.P.78.

rutas secundarias, aeropuertos secundarios y una cantidad de elementos que hacían que su modelo de negocio fuera muy difícil de imitar. Esto lleva a una tendencia en el mundo de las líneas aéreas, produciendo no solo una tendencia sino también una necesidad. Así hemos visto nacer a GOL en Brasil, a Volaris en México y a líneas tradicionales tratando de “tomar” algunos elementos de este novedoso modelo de negocio para poder competir en una industria tan dinámica. Otro ejemplo interesante dentro de esta industria es la aparición del modelo de negocio basado en Internet. Uno de los casos ha sido el de despegar.com. Esta empresa, ha desintermediado entre los hoteles y líneas aéreas dando la posibilidad de ofrecer los mejores precios en el mercado. Es importante destacar que la tecnología suele ser una de las variables clave para comprender los cambios o creación de nuevos modelos de negocios.

Función del Modelo de Negocio: Un punto importante pero no menor, es el de que la efectividad del modelo de negocio depende fundamentalmente de en la interacción con el diseño de otros modelos de negocio de otros jugadores con los cuales interactúan. Un modelo de negocio exitoso representa una mejor forma que otros modelos alternativos o existentes. Por ejemplo es el caso de la empresa despegar.com donde se cambia el modelo de negocio por otro alternativo a través de la desintermediación. Todos los nuevos modelos de negocio son variaciones de la cadena de valor que existe en todo negocio. Pero la cadena de valor tradicional es un modelo estático de distintas variables o criterios. No así es el caso del modelo de negocio que es una visión dinámica

de análisis. El modelo de negocio es el resultado de la estrategia: la lógica realizada de la empresa. Todas las empresas tienen un modelo de negocio. Sin embargo no todas son conscientes que la existencia de este modelo de negocio, por lo que normalmente no lo estructuran formalmente. No todos los recursos de la empresa son igualmente importantes; una empresa puede capturar parte del valor creado por un recurso cuando ese recurso sea raro, difícil de imitar y no sea fácil de sustituir⁷. La ventaja competitiva sostenible de una empresa consiste en la capacidad para detectar, construir, explotar, mantener y adaptar esos recursos tan valiosos⁸. Cuando se habla de organización debemos estudiar la cadena de valor de la empresa para entender las relaciones que genera la empresa desde el aprovisionamiento hasta el cliente final. Pero esto implica también pensar en la apropiación de valor dentro de la red de valor⁹. Chesbrough y Rosembloom¹⁰, presentan una definición un poco más detallada y operativa de las funciones de un modelo de negocio: articular la proposición de valor, identificar un segmento de mercado, definir la estructura de la cadena de valor, estimar la estructura de costos, describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva. La función del modelo de negocio consiste en definir cuál es la proposición de valor de los recursos valiosos para un mercado objetivo, como desarrollar la cadena de valor y la red de relaciones dentro del ecosistema de

⁷Barney, J. "Firm Resources and sustained competitive advantage" Journal of Management, Vol. 17, No. 1, 99-120 (1991).

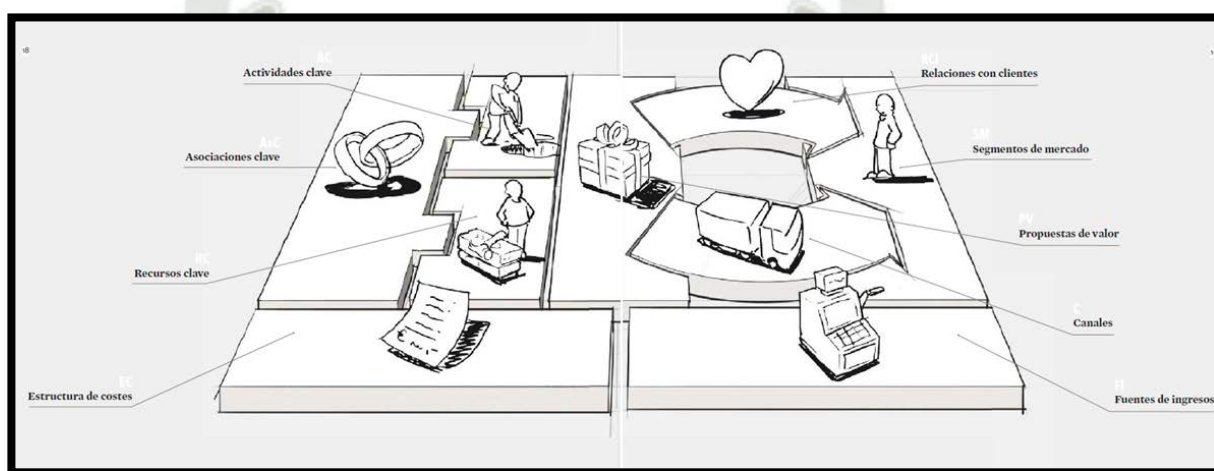
⁸Teece,D. "Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of sustainable enterprise performance". Strategic Management Journal, 2007.

⁹Chesbrough, P & Rosenbloom, R "The role of Business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies" Industrial and Corporate Change vol 11, 2002.

¹⁰Chesbrough, P & Rosenbloom, R "The role of Business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies" Industrial and Corporate Change vol 11, 2002.

la empresa de tal forma que permita la construcción de estos recursos valiosos, cuales son las fuentes de ingresos que permitirán capturar el valor generado por dichos recursos valiosos, y finalmente cual es la estrategia competitiva que permite sostener en el tiempo el valor de los recursos de la empresa.¹¹

Grafico N°2-1 Modelo De Negocio



Fuente: Business ModelGeneration; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 19

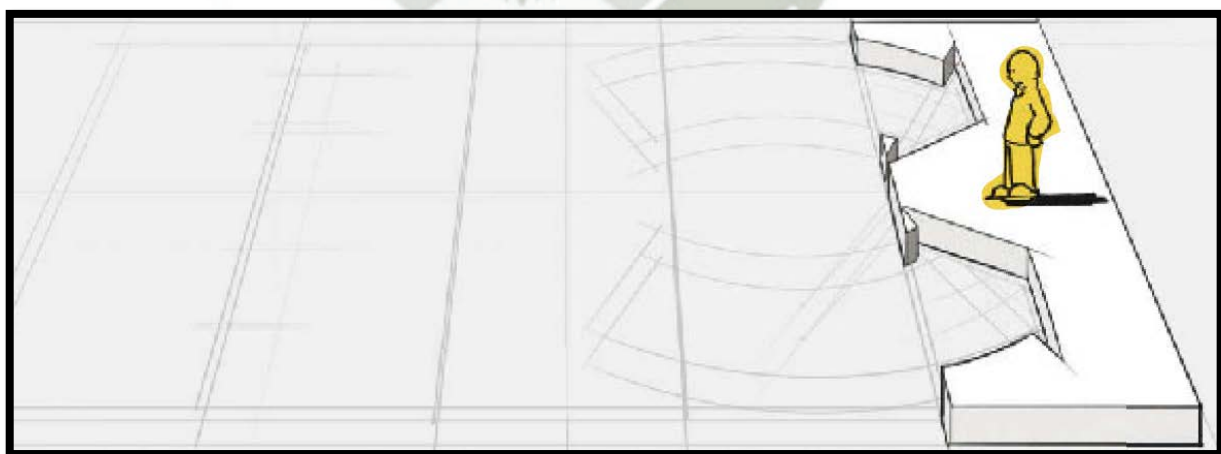
1. **Segmentos de Clientes:** Los segmentos de clientes representa la tan conocida segmentación del mercado, es decir a que grupos de personas queremos ofrecer nuestro servicio o producto. Para segmentar el mercado podemos agrupar por diferentes necesidades a las que satisfacer, diferentes canales a través de los que llegar, diferentes tipos de relaciones o diferentes tipos de oferta.

¹¹Chesbrough, P & Rosenbloom, R "The role of Business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies" Industrial and Corporate Change vol 11, 2002.

Algunos ejemplos de segmentos de clientes son:

- **Mercado de masas:** el negocio se dirige a un mercado lo más amplio posible con unas necesidades y problemas similares.
- **Nichos:** segmentos de mercado altamente especializados que atienden a unos requisitos muy específicos.
- **Segmentados:** segmentos de mercado con necesidades poco diferenciadas.
- **Diversificados:** segmentos muy diferentes entre sí, con necesidades y problemas únicos.
- **Multi-segmentos:** segmentos que dependen de varios segmentos a la vez. Un buen ejemplo sería el de la publicidad que por un lado requiere de empresas que contraten espacios publicitarios y a la vez se necesita que la publicidad llegue a los usuarios.

Grafico N°2-2 Modelo de Negocios - Segmento De Clientes

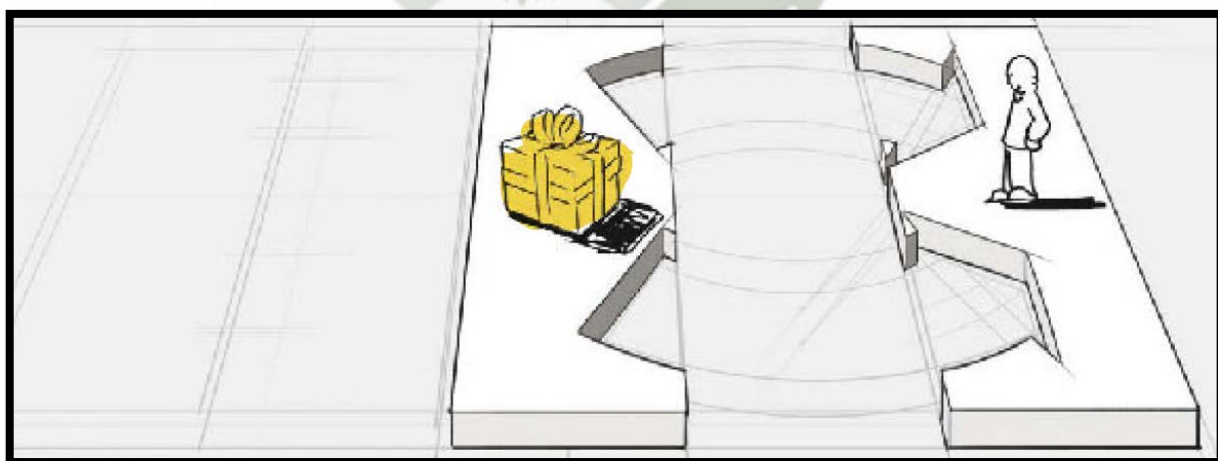


Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 21.

2. Propuesta de Valor: La propuesta de valor describe el conjunto de características y beneficios que crean valor a un segmento específico. Explica el servicio o producto que ofrecemos a nuestros clientes. Las características de la propuesta de valor se pueden basar en una serie de criterios:

- **Novedad:** cubrimos una necesidad o problema para el que todavía no existía un producto o servicio específico.
- **Rendimiento:** mejora del rendimiento sobre la oferta actual: mayor calidad, más velocidad...
- **Personalización:** ofrecemos productos o servicios adaptados individualmente o incluso co-creados por el mismo usuario.
- **Diseño:** ofrecemos un diseño más cuidado o novedoso respecto a la oferta existente. Un caso típico sería Apple.
- **Precio:** podemos ofrecer soluciones lowcost.

Grafico N°2-3 Modelo De Negocios– Propuesta De Valor



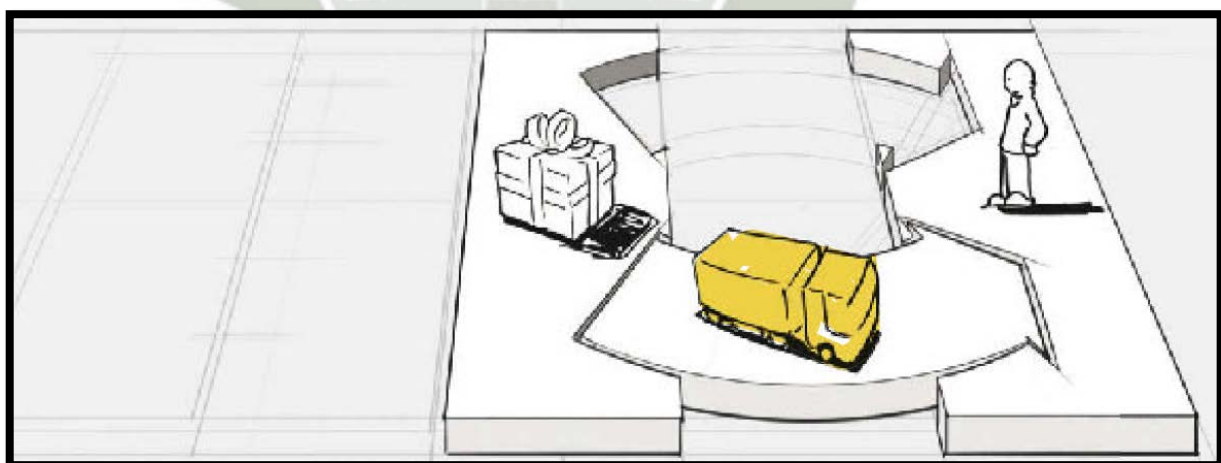
Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 25.

3. **Canales de Comunicación y Distribución:** Para comunicarnos, y alcanzar y entregar nuestra propuesta de valor a nuestra audiencia podemos utilizar diversidad de canales diferentes.

Los canales pueden ser propios o de socios y a su vez directos o indirectos. Los canales centran su actividad en 5 fases:

- **Notoriedad:** cómo hacemos para que la gente nos conozca.
- **Evaluación:** cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar nuestra propuesta de valor.
- **Compra:** cómo permitimos que los clientes compren los servicios o productos.
- **Entrega:** cómo entregamos la propuesta de valor a nuestros clientes.
- **Postventa:** cómo proporcionamos servicios postventa a los clientes.

**Grafico N°2-4 Modelo De Negocios– Canales De Comunicación Y
Distribución**

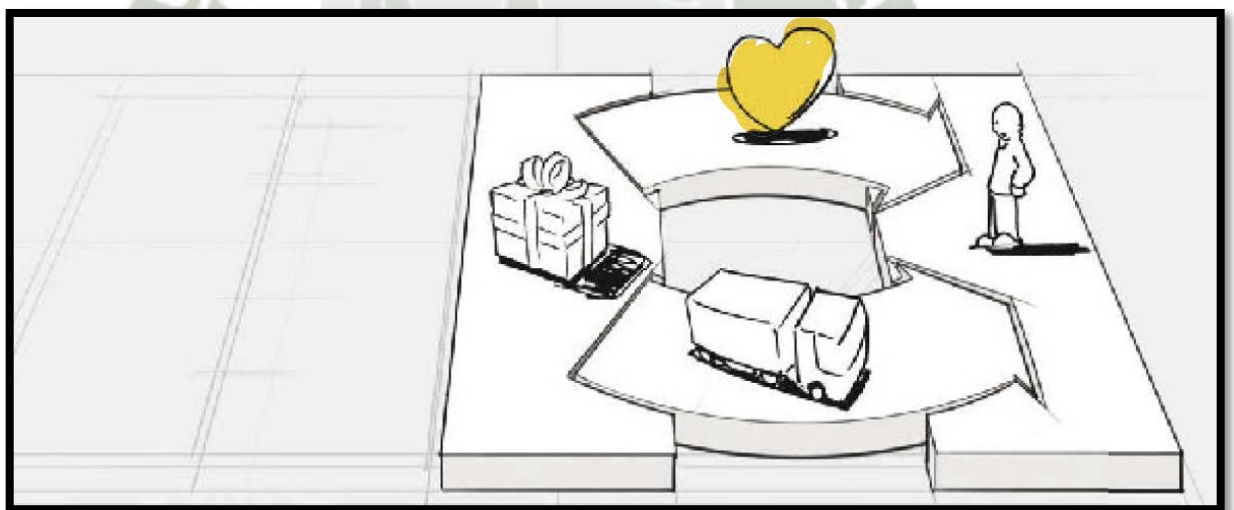


Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 27.

4. **Relación con el Cliente:** Existen diferentes tipos de relaciones que podemos establecer con segmentos específicos de clientes. Algunos ejemplos son:

- **Asistencia personal:** basada evidentemente en interacción entre personas, el cliente con un representante de la empresa.
- **Self-service:** no hay relación directa con el cliente, sino que ofrecemos todos los medios necesarios para que el cliente se puedan resolver los problemas por si mismos.
- **Servicios automatizados:** es una mezcla entre relación self-service con procesos automatizados.

Grafico N°2-5 Modelo De Negocios - Relación Con El Cliente

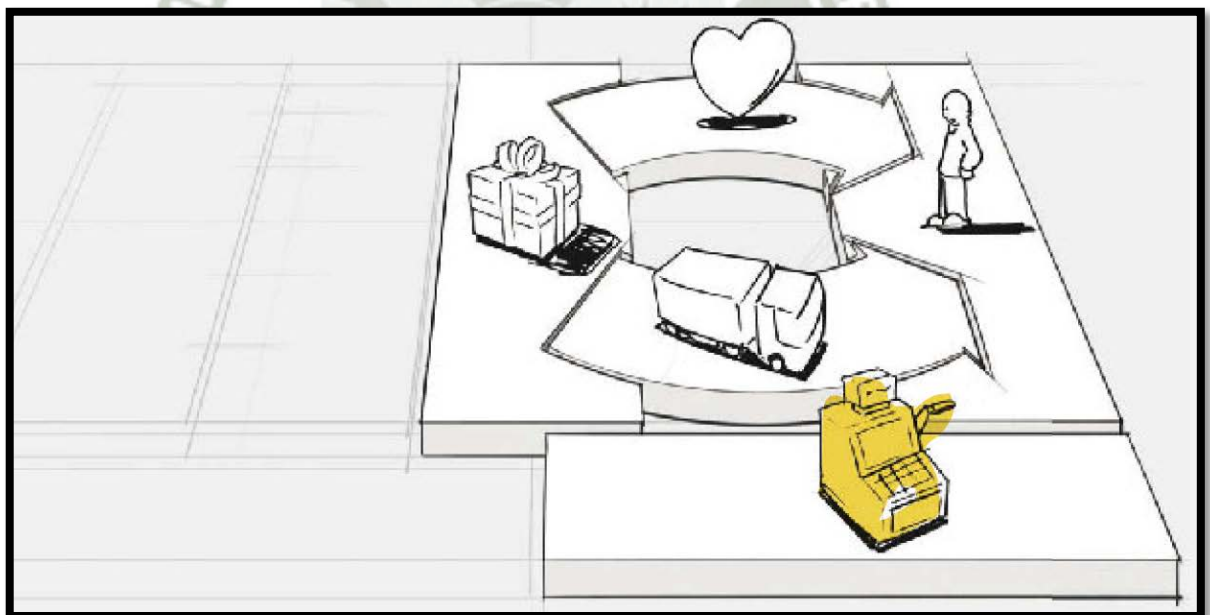


Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 29.

5. **Fuentes de Ingresos:** Las fuentes de ingresos representa la forma en que la empresa genera los ingresos para cada cliente. La obtención de ingresos puede ser de un solo pago o de un pago recurrente. La generación de estos ingresos puede ser de diferentes tipos:

- **Venta:** es la más típica de las fuentes de ingresos. La compañía vende un producto a un cliente por el que recibirá un único pago.
- **Pago por uso:** se paga por el uso que se hace del servicio, mayor uso mayor pago.
- **Suscripción:** pago recurrente por usar un servicio.

Grafico N°2-6 Modelo De Negocios - Fuentes De Ingresos

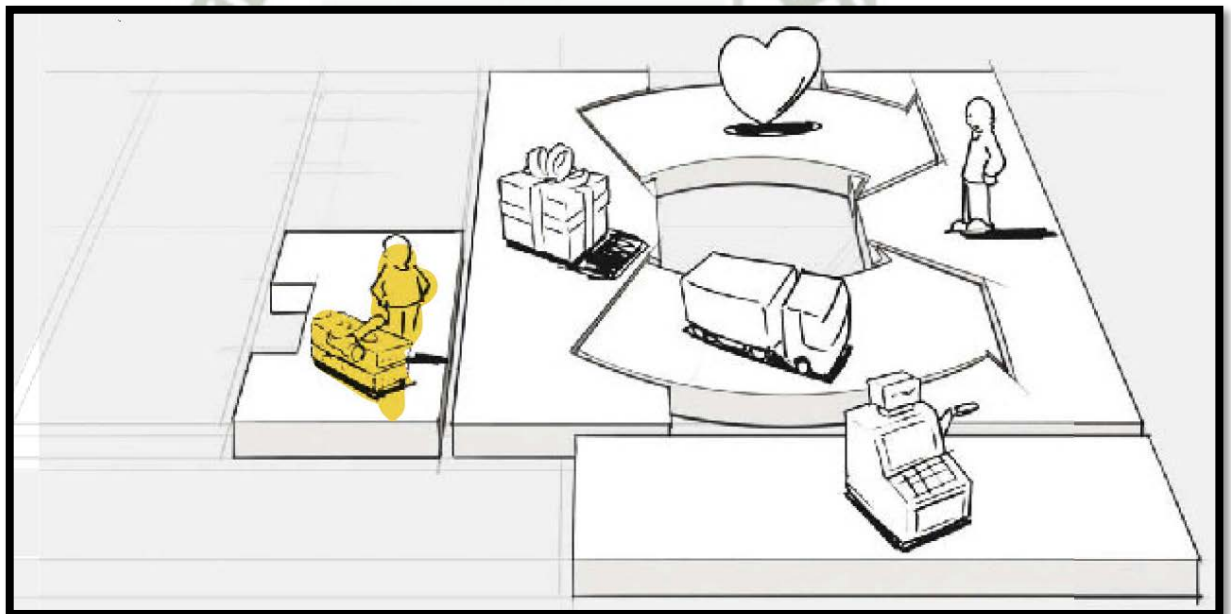


Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 33.

6. **Recursos Clave:** Este bloque describe los recursos más importantes que necesitamos para que funcione nuestro modelo de negocio. Estos se pueden categorizar en:

- **Físicos:** maquinarias, vehículos, edificios.
- **Intelectuales:** marcas, patentes, copyrights.
- **Humanos:** dependiendo del modelo de negocio pueden ser necesarios recursos humanos clave en un área determinada.
- **Financieros:** efectivo, líneas de crédito, etc.

Grafico N°2-7 Modelo De Negocios– Recursos Claves

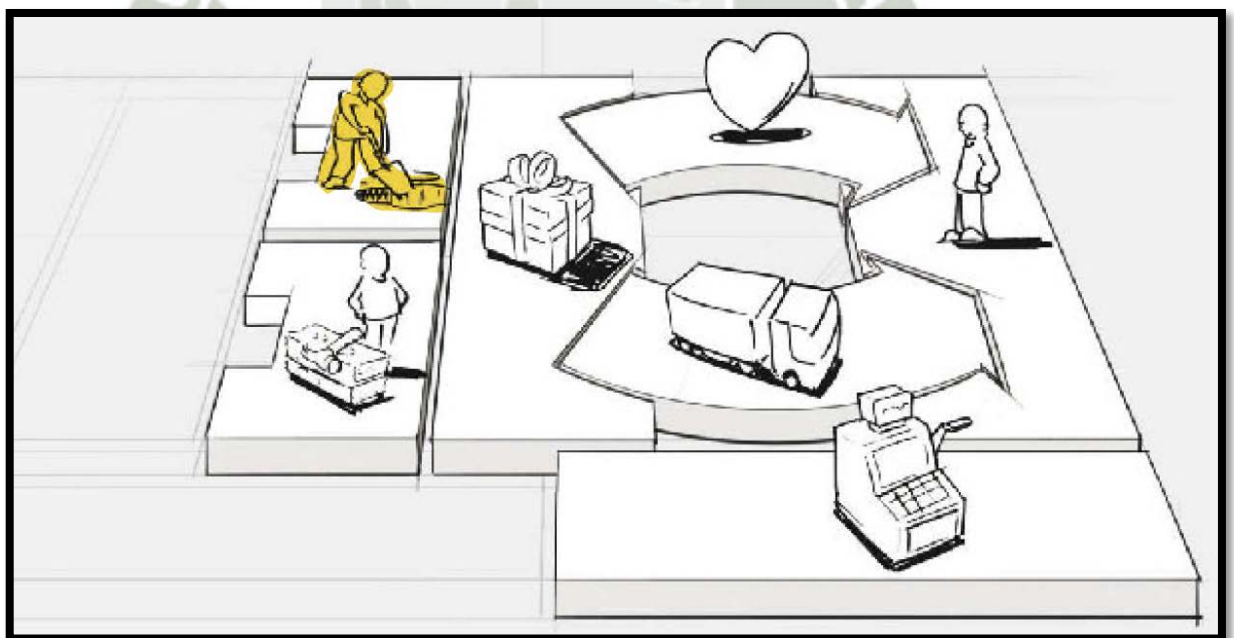


Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 35.

7. **Actividades clave:** En toda empresa existen unos procesos que serán los más importantes para el desempeño de su actividad. Estas actividades se pueden categorizar según los siguientes criterios:

- **Producción:** diseño, desarrollo o entrega de un producto por ejemplo.
- **Solución de problemas:** para empresas que requieran de soluciones a problemas individuales de los clientes.
- **Plataforma:** si el modelo tiene como recurso clave el una plataforma necesitará una serie de actividades clave para su desarrollo o gestión.

Grafico N°2-8 Modelo De Negocios–Actividades Claves



Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 37.

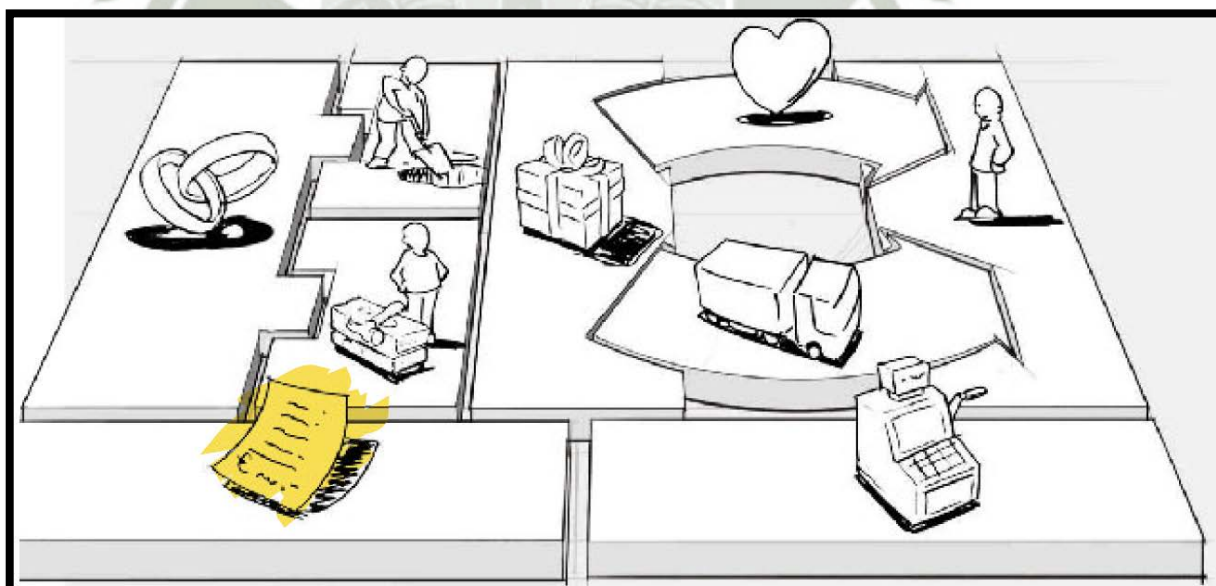
- **Optimización y economías de escala:** las empresas no pueden proveerse de todo de forma interna, por lo que es necesario contar con proveedores para reducir costes.
- **Reducción de riesgos:** pueden ser necesarias alianzas estratégicas que nos permitan reducir la incertidumbre.
- **Adquisición de recursos o actividades:** las compañías no suelen tener todos los recursos necesarios ni pueden desarrollar todas las actividades de forma interna.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

9. **Estructura de costes:** La estructura de costes describe todos los costes en los que se incurren al operar el modelo de negocio. Los costes pueden estar guiados por diferentes factores:

- **Coste:** minimización de costes en lo posible.
- **Valor:** propuestas de valor Premium que se centren en generar el máximo valor posible para el cliente.
- **Costes fijos:** costes independientes al volumen de negocio.
- **Costes variables:** costes proporcionales al volumen de negocio.
- **Economías de escala:** crecimientos exponenciales de los ingresos reduciendo el coste por producto a mayor volumen.

Grafico N°2-10 Modelo De Negocios– Estructura De Costes



Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 41.

2.1.2.1 Lienzo de Canvas en los Negocios

Tipos de Canvas (lienços) para realizar modelos de negocios Son herramientas de modelo de negocio ideados por expertos en negocios, que basados en el desarrollo de estrategia empresarial permiten describir de manera lógica la forma en que un modelo de negocio en marcha o recién iniciado crea, entrega y captura valor.^{12,13}El proceso del diseño del modelo de negocios es parte de la estrategia de negocios, por lo que es importante estructurar este tipo de recursos para conocer en profundidad cómo opera una empresa y conocer las fortalezas y debilidades de la misma.

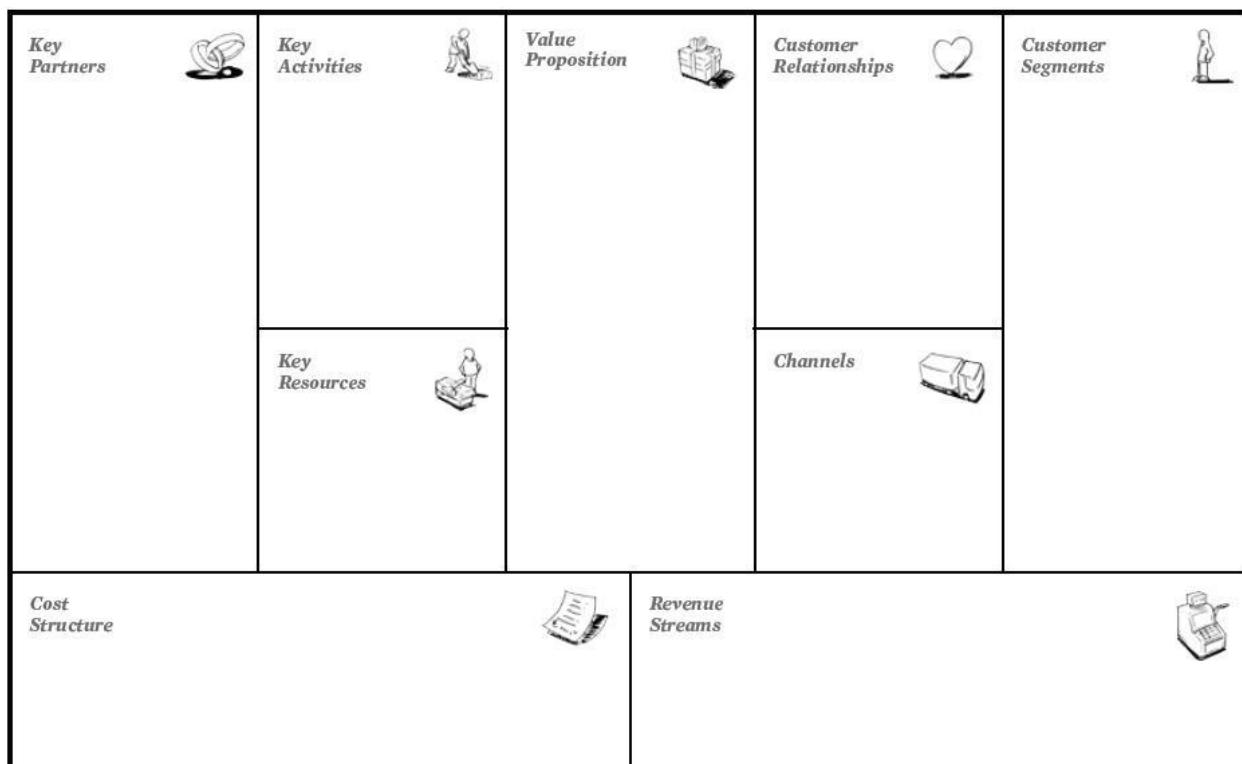
Existen diferentes tipos de herramientas para la elaboración de modelos de negocio, entre los que se encuentra: “Business model Generation”, por Alexander Osterwalder; Business lifemodel por Santiago Restrepo Barrera, Fluid Minds por Patrick Stahler, lienzo de IDEO, entre otros.

Cabe mencionar que todo modelo de negocios aportará un valor agregado a cualquier empresa que haga uso de ellos, pues a partir de los mismos, existirá una mayor noción y visión de la organización, a través de un enfoque sistémico que englobe todos los aspectos de la corporación.

¹²Kim, W. C.; Mauborgne, R. (2002).«Charting Your Company's Future» (en inglés). Harvard Business Review: pp. 77-83.

¹³Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Smith, Allan; et. al. (2009).«1» (en Inglés).Business Model Generation. Nueva Jersey: Hoboken Publication.Pp. 34.

Grafico N° 2-11 Lienzo de Modelo de Negocios



Fuente: Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010. Pp. 45.

2.2 Gestión de Almacenes Comerciales

2.3.1 La Gestión de Almacén

La primera razón de ser de un almacén nace de la natural imposibilidad práctica de reducir a cero el colapso de tiempo entre la preparación para consumo de un elemento material y el acto en sí del consumo, bien por pura imposibilidad de ajustar oferta con demanda, bien por las características del producto (perecedero, inflamables, etc.).

Este fundamento no acota el origen y destino del elemento almacenado. Por ello es aplicable tanto a necesidades externas de consumo (clientes) como necesidades internas (clientes internos) entre procesos o áreas.

En segundo lugar, existen razones puramente financieras que dan sentido al uso de almacenes por parte de una empresa. Así por ejemplo, puede salir más rentable realizar aprovisionamientos en grandes cantidades para reducir los precios, a pesar de necesitar mayor espacio para su almacenamiento, o realizar movimientos de materiales en grandes cantidades.

Independientemente de estas consideraciones, las técnicas de gestión de almacenes son aplicables a todo elemento físico material que tome parte de la compañía. Es decir, no sólo aquellos que forman parte directa del negocio, sino también cualquier documentación generada.

Importancia y Objetivos de la Gestión de Almacenes: Observando el mapa de procesos de un sistema de almacenaje, una de las principales características de un almacén es la ausencia de actividades que añadan valor de manera directa a los materiales que maneja.

A pesar de ello, los fundamentos de su existencia evidencian una posición vital como proceso soporte de la función logística y justifican la necesidad de desarrollar una gestión de almacenes en toda su extensión, con impacto tangible en factores de primer nivel para la empresa, obteniendo beneficios.

Por ello, los objetivos principales que se obtienen de un sistema de almacenaje son:

- Rapidez de entregas
- Fiabilidad
- Reducción de costes
- Maximización del volumen disponible
- Minimización de las operaciones de manipulación y transporte.

La gestión de almacenes es ampliamente contemplada en la ISO 9000. Desde la recepción de mercancías hasta su salida de almacén, pasando por la adecuada conservación de los productos almacenados, la ISO 9000 normaliza las actividades desarrolladas en el almacén así como las zonas que una empresa debe habilitar para el aseguramiento de su sistema de calidad.

Pero además, la norma implica al almacén el cumplimiento de otros aspectos como la identificación de los productos, factor éste fundamental para la gestión de un almacén y para la trazabilidad de los mismos incluso más allá del almacén, también contemplado por la norma.¹⁴

Una buena gestión en los centros de distribución depende del conocimiento que las directivas tengan del tipo de estructura para el almacenamiento que posee la empresa; esto es principalmente conocer si la compañía tiene un centro de distribución (Cedi), o si tiene un almacén o una bodega.

- El Centro de Distribución (Cedi), se puede definir como el lugar físico (*SKU's: Stock Keeping Units*) donde una o varias empresas almacenan diferentes tipos de mercancías o materias primas, ya sean fabricadas

¹⁴Gestación de Almacenes: http://www.pwc.com/en_GX/gx/world-2050/pdf/world_2050_bricks.pdf. marzo 2008.

por ellas o adquiridas a un tercero. En estos espacios, o *sku's*, se manejan dimensiones que pueden ir desde muy grandes (*pallets* con mercancía) hasta unidades sueltas.

Normalmente los centros de distribución no se encuentran en las propias instalaciones de la empresa, sino fuera de ellas, en áreas de fácil acceso y preferiblemente cerca de autopistas, aeropuertos o puertos; esto facilita un rápido recibo y despacho de la mercancía que administran. Los centros de distribución cumplen funciones no solo de depósito de mercancías, sino también sirven como agentes aduaneros. Asimismo, realizan operaciones productivas en su interior como, por ejemplo, procesos de re empaque.¹⁵

- El almacén, se puede definir como el espacio físico de una empresa en el que se almacenan productos terminados, materias primas o productos en proceso. No es tan grande como el anterior y se encuentra en las instalaciones de la compañía; solo se destina para almacenaje sin ningún otro tipo de labor.
- La bodega, espacio físico que la empresa dedica para almacenar todo tipo de mercancías. Normalmente es el espacio desde donde los almacenes de *retail* (supermercados) surten los productos que irán a las diferentes estanterías que poseen. Esta estructura de almacenamiento se encuentra en las instalaciones de la empresa.

¹⁵Frazelle, E. (2002). *World class warehousing and material Handling*. New York, USA: McGraw Hill. Pp. 94.

Una vez que se identifica el espacio físico que la empresa posee para almacenar las mercancías, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos para poder llevar a cabo una buena gestión de almacenamiento: (1) qué tipo de almacén debe tener la empresa; (2) qué perfil de actividades tiene el almacén; (3) qué operaciones se llevarán a cabo en el almacén o centro de distribución; (4) cómo medir de qué manera se está administrando el Cedi, almacén o bodega; (5) cuál es el *layout* del almacén, cedi o bodega; y (6) qué tipo de equipos de manejo de materiales y de almacenamiento se usan en el centro de distribución, almacén o bodega.¹⁶

Es importante aclarar que no importa si la empresa maneja un Cedi, un almacén o una bodega, la pregunta que siempre se debe responder es por qué su empresa requiere almacenar mercancías. Y una respuesta a esa interrogante puede ser para dar un mejor servicio al cliente.

Una tarea muy importante de las gerencias de las empresas, especialmente de la dirección logística, es evaluar el funcionamiento de su centro de distribución en cuanto a indicadores de gestión usados. Estos pueden ser la calidad y exactitud en el inventario, la rotación de la mercancía, los costos de almacenamiento.

Junto con la dirección de producción, se debe evaluar si el sistema productivo que tiene la empresa, ya sea para inventario o sobre pedido, puede ser apoyado por el almacén. Tal como lo mencionan Van Der Veeken y

¹⁶Bartholdi, J., & Hackman, S. (2009). *Warehouse and distribution science*. Atlanta, USA: Georgia Institute of Technology. Pp.95.

Rutten(1998)¹⁷ , la medición de los costos en el almacén es un aspecto clave para evaluar el desempeño de las diferentes actividades que se llevan a cabo en ese espacio; ellos sirven para reforzar los planes de mejoramiento de las condiciones operativas y administrativas del almacén.

Adicionalmente, el estudio, análisis y mejoramiento de las condiciones de almacenamiento de los productos que faciliten su ubicación y selección permite a las empresas a manejar mejores niveles de servicio al cliente.

Dicha situación redunda en un cliente más satisfecho; y un cliente satisfecho lleva a que la empresa, desde su servicio de almacén, tenga un mejor desempeño administrativo y se logren mejores niveles de calidad en toda la organización.¹⁸

2.3.2 El Almacén

El concepto de almacén ha ido variando a lo largo de los años, ampliando su ámbito de responsabilidad dentro de la función logística.

Actualmente, la gestión de almacenes se define como: proceso de la función logística que trata la recepción, almacenamiento y movimiento dentro de un mismo almacén hasta el punto de consumo de cualquier materia, materias primas, semielaboradas, terminados, así como el tratamiento e información de los datos generados.

¹⁷Van Der Veecken, D., Rutten, W. (1998). *Logistics service management opportunities for differentiation*. USA: Logistics Management 91-98.

¹⁸Dresner M., Xu, K. (1995). *Customer service, customer satisfaction and corporate performance in the service sector*. Journal of Business Logistics, pp. 23-40.

Así, el ámbito de responsabilidad del área de almacenes nace en la recepción del elemento físico en las propias instalaciones y se extiende al mantenimiento del mismo en las mejores condiciones para su posterior tratamiento (proceso, transporte o consumo), guardando evidencia de ello.

La gestión de almacenes se sitúa en el mapa de procesos logísticos entre la gestión de existencias y el proceso de gestión de pedidos y distribución. La propia evolución de la logística ha provocado el solapamiento de funciones y responsabilidades, llegando a la conclusión, principalmente entre la gestión de inventarios y la gestión de almacenes.

El mismo origen de la existencia de un almacén, fundamentalmente, la necesidad de mantener inventarios, marca el límite entre la gestión de existencias y la gestión de almacenes.

Del mismo modo, la gestión de almacenes ve finalizada su función cuando los objetos almacenados pasan a ser pedido. A partir de ahí, el ámbito de responsabilidad se traslada al proceso de gestión de pedidos y distribución.

2.3.2.1 Clasificación de Almacenes

Cada almacén es diferente de cualquier otro. Por ello es necesario establecer mecanismos para clasificar los almacenes. Algunos de los parámetros según los que clasificar son:

1) Según su relación con el flujo de producción

Se pueden clasificar los almacenes según su relación con el flujo de producción en

Los siguientes grupos:

- Almacenes de Materias Primas: Aquellos que contiene materiales, suministros, envases, etc.; que serán posteriormente utilizados en el proceso de transformación.
- Almacenes de Productos Intermedios: Aquellos que sirven de colchón entre las distintas fases de obtención de un producto.
- Almacenes de Productos Terminados: Exclusivamente destinados al almacenaje del resultado final del proceso de transformación.
- Almacenes de Materia Auxiliar: Sirve para almacenar repuestos, productos de limpieza, aceites, pinturas, etc. La demanda de estos productos suele ser estocástica.
- Almacenes de preparación de pedidos y distribución: Su objeto es acondicionar el producto terminado y ponerlo a disposición del cliente.

2) Según su ubicación

- Almacenaje interior: Almacenaje de productos con protección completa contra cualquiera de los agentes atmosféricos, permitiéndose incluso modificar las condiciones de temperatura e iluminación.
- Almacenaje al aire libre: Carecen de cualquier tipo de edificación y que están formados por espacios delimitados por cercas, marcados por números, señales pintadas, etc. Se almacenan productos que no necesitan protección contra los agentes atmosféricos.

3) Según el material a almacenar

- Almacén para bultos: El objetivo es juntar el material en unidades de transporte y de almacén cada vez mayores para el aprovechamiento pleno de la capacidad de carga de un vehículo para conseguir su transporte económico.
- Almacenaje de gráneles: Si es posible, debe estar en las proximidades del lugar de consumo debido a que el transporte es costoso. Hay que hacer transportable y almacenable el material que se puede verter. Su contenido debe poderse medir automáticamente, su extracción regulable y con conexión a un medio de transporte.
- Almacenaje de líquidos: Es un material específico de granel pero que pueden ser transportables por cañerías.
- Almacenaje de gases: Requieren unas medidas de seguridad especiales que han de ser observadas por la alta presión o la particular inflamabilidad.

4) Según su localización

Se clasifican en almacenes centrales y regionales.

- Almacenes centrales: aquellos que se localizan lo más cerca posible del centro de fabricación. Están preparados para manipular cargas de grandes dimensiones.
- Almacenes regionales: aquellos que se ubican cerca del punto de consumo. Están preparados para recoger cargas de grandes

dimensiones y servir mediante camiones de distribución de menor capacidad.

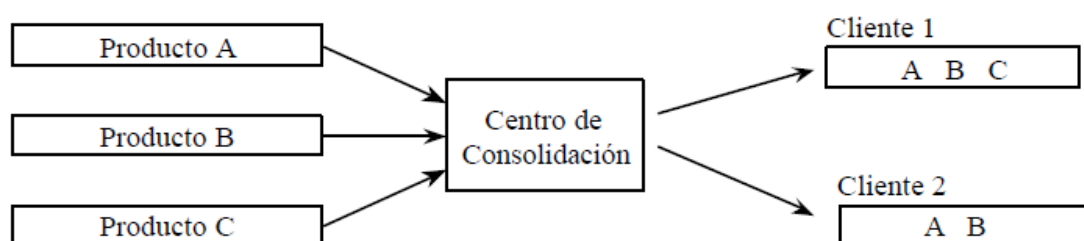
La elección de almacenes centrales o almacenes regionales depende del tipo de carga y la estructura de costes de la empresa. Así productos de bajo valor, o costes de transporte elevados, conducen al uso de almacenes regionales. Por el contrario con costes de almacén elevados, por el valor del producto, implican almacenes centrales. En cualquier caso existen métodos para la evaluación de la mejor decisión.

5) Según su función logística

Según la función logística del almacén se pueden clasificar los almacenes del siguiente modo:

- Centro de consolidación: Estos almacenes reciben productos de múltiples proveedores y los agrupan para servirlos al mismo cliente.

Grafico N°2-12 Centro de Consolidación



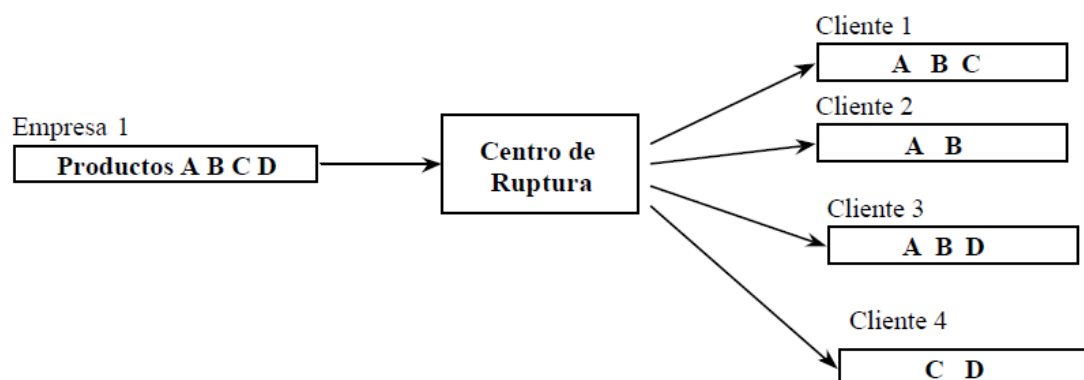
Fuente: Departamento de Organización de Empresas, E.F. y C. Diseño de Sistemas Productivos y Logísticos pp. 6

Son muy habituales en industrias cuyos productos tiene una gran cantidad de componentes. El centro de consolidación produce ahorros por el uso de medios eficientes de transporte al agrupar envíos reduciendo los niveles de stock en el cliente. Una empresa optará por aprovisionarse a través de un centro de consolidación pues le permitirá reducir la congestión en la recepción de pedidos.

Los proveedores a su vez podrán preparar de modo eficiente el suministro JIT.

- Centro de ruptura: Tienen la función inversa de los centros de consolidación. Recibe la carga de un número reducido de proveedores y sirven a un gran número de clientes, con necesidades dispares.

Grafico N°2-13 Centro de Ruptura



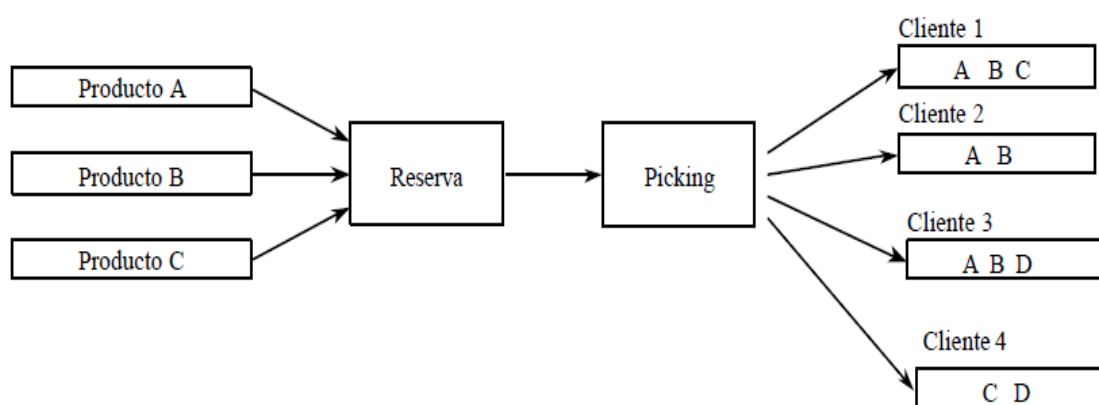
Fuente: Departamento de Organización de Empresas, E.F. y C. Diseño de Sistemas Productivos y Logísticos pp. 7

Reducen el número de contactos de los fabricantes con los clientes finales y reducen el movimiento de los clientes que únicamente han de acudir a un centro de ruptura para recoger múltiples productos.

La mayor simplicidad de estos dos sistemas hace que en la práctica, empresas con múltiples proveedores y múltiples clientes (como los sistemas de distribución) desagrupen las funciones pasando a tener un centro de consolidación para el aprovisionamiento y un centro de ruptura para la distribución.

- Separación del almacén de reserva y picking : Es interesante considerarla cuando la unidad de carga de salida es menor que la unidad de carga de entrada.

Grafico N°2-14 Separación de Almacén de Reserva y Picking



Fuente: Departamento de Organización de Empresas, E.F. y C. Diseño de Sistemas Productivos y Logísticos pp. 8

- Centro de tránsito: Conocidos en inglés como cross-dock, son almacenes que no almacenan, sólo mueven productos. Un ejemplo claro

son los almacenes de transporte urgente. Este tipo de centros, muy complicados de gestionar, permite aumentar la eficiencia del transporte entre nodos y mantener altos niveles de servicio al cliente reduciendo el stock total.

- Almacenes cíclicos o estacionales: Son almacenes que recogen una producción puntual para hacer frente a una demanda constante, o que permiten resolver una demanda puntual frente a una producción más constante.
- Almacenes de custodia a largo plazo: Es el único de los almacenes analizados cuyo objetivo es estar lleno, sin importarle costes de transporte, demandas o ritmos de producción.¹⁹

2.3.2.2 Las Áreas de Almacén

Normalmente una planta manufacturera o un negocio de compra y venta, debe tener tres áreas en el almacén, como base de su planeación:

- Recepción
- Almacenamiento
- Entrega

El tamaño de distribución de estas tres áreas depende del volumen de operaciones y de la organización de cada empresa en lo particular.

¹⁹Diseño de Sistemas Productivos y Logísticos. Almacenes en
<http://personales.upv.es/jpgarcia/LinkedDocuments/7%20Almacenes.pdf> pp 4.

Áreas De Recepción: El flujo rápido del material que entra, para que esté libre de toda congestión o demora, requiere de la correcta planeación de las aéreas de recepción y de su óptima utilización.

Condiciones que impiden el flujo rápido:

1. Espacio de maniobras restringido o inadecuado.
2. Medios de manejo de materiales deficientes.
3. Demoras en la inspección y documentación de entrada.

El objetivo que persigue toda empresa es obtener rapidez en la descarga y lograr que la permanencia de la mercancía en el área de recepción sea la mínima posible.

El espacio requerido y el costo de operación dependen de la fluidez con que estas se pasan del vehículo del proveedor al almacén. Todo estancamiento innecesario eleva el costo del producto.

Área de almacenamiento: Un área de almacenamiento es una subdivisión física o lógica en un tipo de almacén que reúne ubicaciones con características similares, tales como:

- * Materiales pesados
- * Artículos de alta rotación
- * Artículos de baja rotación

Área De Entrega: Es la zona donde se prepara la mercancía para la carga, y se realiza la verificación de la mercancía que sale, un buen control en las entradas y salidas de mercancía es básico para que no se produzcan diferencias.²⁰

2.3.2.3 Mermas en los Almacenes Comerciales

Una merma es una pérdida o reducción de un cierto número de mercancías o de la actualización de un stock que provoca una fluctuación, es decir, la diferencia entre el contenido de los libros de inventario y la cantidad real de productos o mercancía dentro de un establecimiento, negocio o empresa que conlleva a una pérdida monetaria. Técnicamente una merma es una pérdida de utilidades en término físico.

Los tipos de merma dentro de un establecimiento comercial son los siguientes:

- **Mermas administrativas.** Estos se producen por errores en los movimientos administrativos como en las transferencias, en montos por cargos, por malos cobros en cajas o por no recibir adecuadamente la mercancía.
- **Mermas operativas.** Se generan por descuidos, operaciones indebidas en el trabajo por omisiones o negligencia del personal, en este tipo de merma las mercancías son dañadas, destruidas o descompuestas.

²⁰Soret Ignacio. Logística comercial y empresarial editorial ESIC 1997. Pp 23-51

- **Mermas naturales.** Son mermas que se generan en productos perecederos, es toda aquella mercancía que tiene una caducidad, que se echa a perder, y que se le debe dar la debida rotación antes de que se pudra y se haga no apta para la venta. También son pérdidas naturales aquellas que se producen en el caso de químicos volátiles por evaporación o embutidos al fundirse y resumirse la grasa que contienen.
- **Mermas por robo.** Es aquella merma que se genera por la sustracción o robo de dinero o productos dentro del negocio o establecimiento en cuestión.
- **Mermas por producción.** Es cuando hay merma por producción en los casos en el que la materia prima tiene un desperdicio al manufacturar el producto terminado.²¹

2.3.3 ¿Por qué Almacenar?

Para que un almacén adquiriera un nivel competitivo debe ser visto no como el lugar donde permanecen las mercancías, sino como un centro de distribución y consolidación de productos en donde se realizan labores mucho más complejas y de mayor responsabilidad sobre el producto final.²²

Adicionalmente, el concepto de rentabilidad se ha vuelto muy importante; por tanto, una adecuada gestión de los centros de distribución optimiza el uso del espacio de almacenamiento, reduciendo los productos obsoletos y disminuye la cantidad de inventarios que se tiene almacenada. Para ello, las empresas

²¹Marín, R. (2000). *Almacén de clase mundial*. Caracas, Venezuela: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. Pp. 61.

²²Marín, R. (2000). *Almacén de clase mundial*. Caracas, Venezuela: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. Pp. 94.

deben contar con un mínimo de productos almacenados para poder funcionar. En otras palabras ellas requieren comprender de un almacén de materias primas, un almacén de productos terminados y, de un almacén de productos en proceso.

Las empresas deciden almacenar mercancías cuando se presentan situaciones comerciales coyunturales. Por ejemplo, puede ser para el aprovechamiento de precios, si se sabe que va a haber un alza en los precios de los productos en un futuro próximo. En tales casos, las empresas se aprovisionan del producto o la mercancía necesaria para así reeditar con el alza en el precio del producto comprándolo antes del incremento. Otra razón para almacenar productos es para hacerle frente a las variaciones en la demanda, de tal manera que cuando la demanda se incrementa, entonces se puede surtir desde el inventario.²³

Una vez determinado qué tipo de almacén se va a utilizar y la razón para almacenar, la empresa debe analizar cuál es el perfil de las actividades de almacenamiento de sus productos. Con estos factores claros, se podrá evaluar las condiciones y las políticas de almacenamiento de sus artículos.

2.3.4 Operaciones de Almacén

Una buena gestión en los centros de distribución también requiere que los niveles directivos conozcan en detalle qué tipo de operaciones debe realizar su almacén. Una buena evaluación puede identificar si se están llevando a cabo

²³Arrieta, .J. (2002). *La Administración de operaciones y su papel central dentro de toda organización*. Revista Universidad EAFIT, pp. 127.

más tareas de las que son necesarias y usando recursos en tareas que no son de su propia labor.

A continuación se presenta una breve descripción de las diferentes tareas que se desarrollan en un centro de distribución:

- **Recibo y descargue:** una vez que arriba el vehículo al muelle de descarga o de carga se desarrollan todas las operaciones para recibir o despachar la mercancía desde y hacia el vehículo.
- **Movimiento y almacenamiento:** consiste en todas las operaciones que se hacen para llevar la mercancía a su posición de almacenamiento, y desde este lugar hasta los muelles de carga.
- **Recogida (*orderpicking*):** consiste en recoger la mercancía en la posición de almacenamiento de acuerdo con los requerimientos de los clientes o de quien solicite el pedido.
- **Empaque y cargue:** una vez recogida la mercancía de su posición de almacenamiento se procede a empacarla o a embalarla (formar un *pallet*) de acuerdo con los requerimientos del pedido.
- **Mantenimiento, sanidad, seguridad:** son tareas de apoyo a las labores del almacén. Estas son tareas necesarias y de apoyo para la administración del almacén.
- **Control de vehículos (recibo y despacho):** consiste en programar y coordinar las fechas, las horas, los puertos de llegada y salida de los vehículos para dejar y llevar la mercancía

- **Manejo de retornos:** consiste en administrar las devoluciones por calidad, por sobrantes o por obsoletos que se dan al interior del centro de distribución o que lleguen de terceros a quienes se les envió mercancía.

Cada una de estas operaciones, que se efectúan en un centro de distribución, debe ser analizada por la dirección para detectar *desperdicios* que se puedan generar en ella. Se entiende por *desperdicios* todas aquellas actividades que no agregan valor al proceso productivo o de servicios.²⁴

Este análisis de los desperdicios, que se puedan dar en cada una de las tareas, es lo que define a una buena gestión en el centro de distribución y lo lleve paso a paso a convertirse en un almacén de clase mundial

2.3 Análisis de la Gestión Almacenes

2.2.1 Flujograma de Procesos

Un diagrama de flujo o Flujograma emplean símbolos y figuras para representar una etapa o un proceso. Se usa en varias materias como la programación, la economía, los procesos industriales. Se utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos de un algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de término la flechas tienen que ser verticales u horizontales.²⁵

²⁴Iami, M. (1998). GembaKaizen. Como implementar el kaizen en el sitio de trabajo. Santa Fe de Bogotá, Colombia: McGraw Hill. Pp. 89.

²⁵ Palacios Echeverría, Alfonso J. Microanálisis Administrativo, Concepto y Técnicas Usuales, Publicaciones del Instituto Latinoamericano de Investigación y Capacitación Administrativa S.R.L. 1996, pág. 92.

Un diagrama de flujo siempre empieza con un inicio y un fin aunque dentro de los mismos puede haber otro inicio y otro fin de una sub-etapa. Las siguientes son acciones previas a la realización del diagrama de flujo: Identificar las ideas principales a ser incluidas en el diagrama de flujo. Deben estar presentes el dueño o responsable del proceso, los dueños o responsables del proceso anterior y posterior y de otros procesos interrelacionados, otras partes interesadas. Definir qué se espera obtener del diagrama de flujo. Identificar quién lo empleará y cómo. Establecer el nivel de detalle requerido. Determinar los límites del proceso a describir.

Para construir un diagrama de flujo se siguen los siguientes pasos:

- Establecer el alcance del proceso a describir, de esta manera quedará fijado el comienzo y el final del diagrama. Frecuentemente el comienzo es la salida del proceso previo y el final la entrada al proceso siguiente.
- Identificar y listar las principales actividades/subprocesos que están incluidos en el proceso a describir y su orden cronológico. Si el nivel de detalle definido incluye actividades menores, listarlas también.
- Identificar y listar los puntos de decisión.
- Construir el diagrama respetando la secuencia cronológica y asignando los correspondientes símbolos.
- Asignar un título al diagrama y verificar que esté completo y describa con exactitud el proceso elegido.

2.2.2 Diagrama Causa – Efecto (Ishikawa)

El CC es una nueva manera de pensar en la dirección y de considerarla. Según la definición de ISHIKAWA: “El control de calidad consiste en el desarrollo, producción y comercialización y prestación de servicios con una eficiencia del coste y una utilidad óptimas, y que los clientes comprarán con satisfacción.

Para alcanzar estos fines, todas las partes de una empresa (alta dirección, oficina central, fábricas y departamentos individuales tales como la producción, diseño técnico, investigación, planificación, investigación de mercado, administración, contabilidad, materiales, almacenes, ventas, servicio, personal, relaciones laborales y asuntos generales) tienen que trabajar juntos. Todos los departamentos de la empresa tienen que empeñarse en crear sistemas que faciliten la cooperación y en preparar y poner en práctica fielmente las normas internas. Esto sólo puede alcanzarse por medio del uso masivo de diversas técnicas tales como métodos estadísticos y técnicos, las normas y reglamentos, los métodos computarizados, el control automático, el control de instalaciones, el control de medidas, la investigación operativa, la ingeniería industrial y la investigación de mercado”.²⁶

2.2.3 Análisis PESTE

Es un análisis del macro entorno estratégico externo en el que trabaja la organización.

²⁶ ISHIKAWA, KAORU El Control Total de la Calidad (CTC) pág. 79.

PESTE, Es un acrónimo de los factores: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos del contexto. Estos factores externos por lo general están fuera del control de la Organización y, muchas veces se presentan como amenazas y a la vez como oportunidades.

Muchos factores macro son específicos de un país, región, ciudad y sector, por lo tanto un análisis PESTE tendrá que llevarse a cabo específicamente para la Organización en cuestión con la debida agregación.

El número de macro--factores es prácticamente ilimitado. En la práctica, la Organización debe priorizar y controlar los factores que influyen en su sector.²⁷

2.2.4 Gestión de Administración Estratégica

2.2.3.1 Matriz EFI

Un paso resumido para realizar una auditoría interna de la administración estratégica consiste en constituir una matriz EFI. Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico, no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. Es bastante más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales.²⁸

²⁷ Matriz PESTE www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest pp. 4.

²⁸David, Fred R. 2003. Conceptos de Administración Estratégica. 9ª. Edición. Editorial Prentice Hall. México. Pp.213.

Sea cual fuere la cantidad de factores que se incluyen en una matriz EFI, el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte. La matriz EFI, debe incluir entre 10 y 20 factores clave. La cantidad de factores no influye en la escala de los totales ponderados porque los pesos siempre suman 1.0. Cuando un factor interno clave es una fuerza y al mismo tiempo una debilidad, el factor debe ser incluido dos veces en la matriz EFI y a cada uno se le debe asignar tanto un peso como una calificación.²⁹

2.2.3.2 Matriz EFE

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva. La elaboración de una Matriz EFE consta de cinco pasos.

Hacer una lista de los factores críticos o determinantes para el éxito identificados en el proceso de la auditoría externa. Abarque un total de entre diez y veinte factores, incluyendo tanto oportunidades como amenazas que afectan a la empresa y su industria. En esta lista, primero anote las oportunidades y después las amenazas. Sea lo más específico posible, usando porcentajes, razones y cifras comparativas en la medida de lo posible.

²⁹Op Cit. Pp. 212.

Asignar un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. Las oportunidades suelen tener pesos más altos que las amenazas, pero éstas, a su vez, pueden tener pesos altos si son especialmente graves o amenazadoras. Los pesos adecuados se pueden determinar comparando a los competidores que tienen éxito con los que no lo tienen o analizando el factor en grupo y llegando a un consenso. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0

Asignar una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes para el éxito con el objeto de indicar si las estrategias presentes de la empresa están respondiendo con eficacia al factor, donde 4 = una respuesta superior, 3 = una respuesta superior a la media, 2 = una respuesta media y 1 = una respuesta mala. Las calificaciones se basan en la eficacia de las estrategias de la empresa. Así pues, las calificaciones se basan en la empresa, mientras que los pesos del paso 2 se basan en la industria.

Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.

Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización.³⁰

³⁰Op Cit. Pp. 213.

2.2.3.3 Matriz Interna – Externa (IE)

La Matriz IE también es una matriz de portafolio, porque en ella se grafican cada una de las divisiones o de los productos de la organización, ubicándolos en una de las nueva celdas por medio de dos dimensiones, que corresponden a los puntajes ponderados resultantes del desarrollo de las matrices EFE y EFI para cada división. Las divisiones son representadas en la matriz IE por un círculo, cuyo tamaño es proporcional al porcentaje de su contribución a las ventas de la organización, y por la sección sombreada del círculo, que corresponde al porcentaje de su contribución a las utilidades de la organización.

La matriz IE se caracteriza por contar con tres regiones que sugieren estrategias diferentes para las divisiones posicionadas en las celdas. La región 1 sugiere crecer y construir (invertir para crecer); la región 2 sugiere retener y mantener (invertir selectivamente y gerenciar las utilidades); la región 3 sugiere cosechar o desinvertir recursos. Se puede calificar como exitosa la organización que logra manejar su portafolio de negocios alrededor de la celda 1.³¹

2.2.3.4 Matriz Gran Estrategia (MGE)

La matriz de la gran estrategia es otra herramienta útil que ayuda a evaluar y afinar la elección apropiada de estrategias para la organización. El fundamento de la matriz esta en la idea de que la situación de un negocio es definida en

³¹D Alessio Ipinza Fernando El Proceso Estratégico Pearson PUCP pág. 317-319.

términos de crecimiento del mercado, rápido o lento, y la posición competitiva de la empresa en dicho mercado, fuerte o débil.

Al evaluar estas dos observaciones, simultáneamente, un negocio puede ser categorizado en uno de cuatro cuadrantes; cuadrante I, la empresa tiene un posición competitiva fuerte en un mercado de crecimiento rápido; cuadrante II, posición competitiva débil en un mercado de crecimiento rápido; cuadrante III, posición competitiva débil en un mercado de crecimiento lento; y cuadrante IV, posición competitiva fuerte en un, mercado de crecimiento lento. Cada cuadrante sugiere alternativas de estrategia en orden de atractivo para la selección de la gran estrategia.³²

2.2.3.5 Matriz FODA

Esta matriz es una de las más interesantes por las cualidades intuitivas que exige a los analistas, y es posiblemente la más importante y conocida. Se atribuye su creación a Weihrich (1982), como una herramienta de análisis situacional. Exige un concienzudo pensamiento para generar estrategias en los cuatro cuadrantes de la matriz, estos son los de: fortalezas y oportunidades (FO), debilidades y oportunidades (DO), fortalezas y amenazas (FA), y debilidades y amenazas

Para construir la matriz FODA (WOTS o SWOT, en inglés) se copia directamente en esta las oportunidades y amenazas registradas en la matriz EFE, así como las fortalezas y debilidades registradas en la matriz EFI; con

³²D Alessio Ipinza Fernando El Proceso Estratégico Pearson PUCP pág. 324.

esto se crean las cuatro entradas para los cuatro cuadrantes mencionados (FO, DO, FA, DA) y se generan las estrategias externas principalmente, y eventualmente internas; explotando, buscando, confrontando, y evitando la combinación de los factores críticos de éxito, respectivamente. La Figura 8.6 muestra una forma de desarrollar el emparejamiento para el caso FO; igualmente se desarrollan para FA, DO, y DA.

El proceso que se realiza en esos cuatro cuadrantes es el de emparejamiento (matching) para generar y registrar las estrategias en la matriz; para lo cual se requiere realizar los siguientes pasos:

a. Estrategia FO Explotar

Empareje las fortalezas internas con las oportunidades externas. Genere las estrategias usando las fortalezas internas de la organización que puedan sacar ventaja de las oportunidades externas (Explotar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante FO con la notación que revela la lógica que las sustenta.

b. Estrategia DO Buscar

Empareje las debilidades internas con las oportunidades externas. Genere las estrategias mejorando las debilidades internas para sacar ventaja de las oportunidades externas (Buscar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante DO con la notación que revela la lógica que las sustenta

c. Estrategia Fa Confrontar

Empareje las fortalezas internas con las amenazas externas. Genere las estrategias usando las fortalezas de la organización para evitar o reducir el

impacto de las amenazas externas (Confrontar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante FA con la notación que revela la lógica que las sustenta

d. Estrategia DA Evitar

Empareje las debilidades internas con las amenazas externas. Genere las estrategias considerando acciones defensivas con el fin de reducir las debilidades internas evitando las amenazas del entorno (Evitar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante DA con la notación que revela la lógica que las sustenta³³

2.2.3.6 Matriz de Decisión (MD)

Todas las estrategias generadas en la etapa de emparejamiento, por medio del uso de las cinco matrices FODA, PEYEA, BCG, IE y GE, son reunidas en una matriz que permite apreciar las repeticiones de cada estrategia. La idea es sumar estas repeticiones y retener las estrategias con mayor repetición. Estas estrategias no deben ser las genéricas alternativas, sino deben ser explícitamente detalladas (específicas), para luego usarlas en la matriz cuantitativa de planeamiento estratégico, donde serán ponderadas las estrategias para calificar cuan atractivas son con relación a los factores clave de éxito. El criterio de retención varía usualmente, las que se repite 3 o más veces se escogen dejando las otras como estrategia de contingencia.³⁴

³³ D Alessio Ipinza Fernando El Proceso Estratégico Pearson PUCP pág. 271.

³⁴ D Alessio Ipinza Fernando El Proceso Estratégico Pearson PUCP pág. 332.

2.2.3.7 Matriz MCPE

A parte de clasificar las estrategias para obtener una lista priorizada, existe solo una técnica analítica diseñada por David (1986) para determinar el atractivo de estrategias alternativas viables esta técnica es la usada en la matriz cuantitativa del planeamiento estratégico (MCPE), que comprende la tercera etapa del marco analítico de la formulación de estrategias. Esta técnica indica objetivamente que alternativas estratégicas son las mejores.³⁵

La metodología de una Matriz cuantitativa de planeamiento estratégico es la siguiente:

- 1) Hacer una lista de las oportunidades/amenazas externas y de las fortalezas/ debilidades internas clave en la columna izquierda de la MCPE. Esta información debe tomarse directamente de las matrices EFE y EFI. La MCPE debe incluir un mínimo de 10 factores externos y 10 factores internos clave para el éxito;
- 2) Asignar una ponderación a cada uno de los factores internos y externos clave. Estas ponderaciones son idénticas a las de las matrices EFE y EFI, y se presentan en una columna justo a la derecha de los factores internos clave.
- 3) Examinar las matrices (de adecuación) creadas de la etapa 2, e identificar las estrategias alternativas cuya implementación debe considerar la organización. Registre estas estrategias en la fila superior de la MCPE. De ser posible, agrupe estas estrategias en conjuntos mutuamente excluyentes.

³⁵D Alessio Ipinza Fernando El Proceso Estratégico Pearson PUCP pág. 339

- 4) Determinar el puntaje de atraktividad (PA), es decir, un valor numérico que indique el atractivo relativo de cada una de las estrategias que conforman un conjunto específico de alternativas. El puntaje de atractivo (PA) se determina examinando uno a uno los factores internos o externos con base en esta pregunta: "¿Este factor afecta la elección de estrategias realizada?". Si la respuesta es positiva, las estrategias deben compararse en relación con ese factor clave. Este puntaje debe asignarse específicamente a cada estrategia para indicar su atractivo relativo sobre las demás en lo que respecta al factor clave que se esté analizando. El rango del puntaje de atractivo es 1 = no atractivo, 2 = algo atractivo, 3 = razonablemente atractivo, y 4 = altamente atractivo. Por atractivo queremos decir el grado en que una estrategia permite, en comparación con las demás, que la empresa capitalice sus fortalezas, supere sus debilidades, aproveche la oportunidad o evite la amenaza. Al desarrollar la MCPE es recomendable trabajar fila por fila. Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa, lo cual indica que el factor clave en cuestión no afecta la elección específica realizada, no asigne puntajes de atractivo a las estrategias de ese conjunto; en lugar de ello utilice un guión para indicar que el factor clave no afecta la elección. Nota: si asigna un PA a una estrategia, haga lo propio con las demás. En otras palabras, si desde su punto de vista una de las estrategias de un conjunto en particular no tiene efecto sobre la elección (y por lo tanto, recibe un guión), todas las demás de ese conjunto deben calificarse igual.

- 5) Calcular la calificación del atractivo. La calificación del atractivo (CA) se define como el resultado de multiplicar las ponderaciones (paso 2) por el puntaje de atractivo (paso 4) de cada fila. La calificación del atractivo indica el atractivo relativo de cada estrategia alternativa, considerando exclusivamente el impacto de los factores internos clave adyacentes. Cuanto mayor sea la CA más atractiva será la alternativa estratégica (considerando sólo el factor clave adyacente).
- 6) Obtener la calificación total del atractivo. Sume las calificaciones del atractivo de cada columna de estrategia de la MCPE. La calificación total del atractivo (CTA) indica cuál es la estrategia más atractiva en un conjunto de alternativas. Los puntajes más altos indican las estrategias más atractivas, considerando todos los factores internos y externos relevantes que pudieran afectar las decisiones estratégicas. La magnitud de la diferencia que haya entre las calificaciones totales del atractivo en un conjunto determinado de alternativas.³⁶

2.2.3.8 Matriz de Rumelt

Es importante finalmente evaluar las estrategias retenidas después de la MCPE en un filtro como es el caso de la matriz de los criterios de Richard P Rumelt (1986)

³⁶ David, Fred R. 2003. Conceptos de Administración Estratégica. 9ª. Edición. Editorial Prentice Hall. México. Pp.217.

Luego de calificar las estrategias retenidas por atractivo es conveniente es conveniente hacer una evaluación final en la etapa de decisión con los cuatro criterios propuestos por Rumelt.

Grafico N°2-15Criterios de evaluación de estrategias.

CONSISTENCIA
La estrategia no debe presentar objetivos y políticas mutuamente inconsistentes
CONSONANCIA
La estrategia debe representar una respuesta adaptiva al entorno externo y a los cambios críticos que en este ocurran
VENTAJA
La estrategia debe proveer la creación y/o mantenimiento de las ventajas competitivas en áreas selectas de actividad
FACTIBILIDAD
La estrategia no debe originar un sobrecosto en los recursos disponibles ni crear subproblemas sin solución

Fuente: D Alessio Ipinza Fernando El Proceso Estratégico. Pearson PUCP pág. 354.

Grafico N°2-16Matriz de Prueba de Estrategia o Matriz de Rumelt.

PRUEBAS					
	CONSISTENCIA	CONSONANCIA	FACTIBILIDAD	VENTAJA	SE ACEPTA
ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS	1	SI	SI	NO	NO
	2	SI	SI	SI	SI
	3	SI	SI	SI	SI
	4	SI	NO	SI	NO
	5	SI	SI	SI	NO
	6	SI	SI	NO	NO

Fuente: D Alessio Ipinza Fernando El Proceso Estratégico. Pearson PUCP pág. 354.

2.4 Políticas de Inventario en Almacenes Comercial

2.4.1 Inventarios en Almacenes Comerciales

2.4.1.1 Clasificación de Inventario

El inventario puede clasificarse por su forma o función.

Clasificación de inventarios por su forma:³⁷

El inventario se mantiene de tres formas distintas:

- Inventario de materia prima (MP), constituyen los insumos y materiales básicos que ingresan al proceso.
- Inventario de producto en proceso (PP), son materiales en proceso de producción.
- Inventario de producto terminado (PT), que representan materiales que han pasado por los procesos productivos correspondientes y que serán destinados a su comercialización o entrega.

Clasificación de inventarios por su función:³⁸

- Inventario de Seguridad o de Reserva, es el que se mantiene para compensar los riesgos de paros no planeados de la producción o incrementos inesperados en la demanda de los clientes. Si todo fuera seguro, los inventarios de seguridad no tendrían razón de ser, sin embargo, en la realidad es normal que exista una variabilidad de la

³⁷Noori, H., Radford, R., 1997, Administración de Operaciones y Producción: Calidad total y respuesta sensible rápida, Mc Graw Hill, Colombia pp78.

³⁸Op cit. pp 79.

demanda y por lo tanto, es necesario recurrir a los inventarios de seguridad si se desean satisfacer los objetivos servicios.

- Inventario de desacoplamiento, es el que se requiere entre dos procesos u operaciones adyacentes cuyas tasas de producción no pueden sincronizarse; esto permite que cada proceso funcione como se planea.

Inventario en tránsito, está constituido por materiales que avanzan en la cadena de valor. Estos materiales son artículos que se han pedido pero no se han recibido todavía.

El inventario se traslada de los proveedores a las empresas, a los subcontratistas y viceversa, de una operación a otra y de la empresa a los comercios. Cuanto mayor sea el flujo por la cadena de valor, mayor será el inventario.

- Inventario de ciclo, resulta cuando la cantidad de unidades compradas (o producidas) con el fin de reducir los costos por unidad de compra (o incrementar la eficiencia de la producción) es mayor que las necesidades inmediatas de la empresa. Puede resultar más económico pedir un gran volumen de unidades y almacenar algunas de ellas, para utilizarlas más adelante.
- Inventario de Previsión o Estacional se acumula cuando una empresa produce más de los requerimientos inmediatos durante los periodos de demanda baja para satisfacer las de demanda alta.³⁹

³⁹Op cit. pp 81.

2.4.1.2 El Principio de Pareto en Inventarios

Principio y Ley de Pareto (Principio del 80/20)

“Durante un largo tiempo, la ley de Pareto (el Principio del 80/20) ha avanzado pesadamente sobre la escena económica, como una piedra errática sobre el terreno; una ley empírica que nadie ha podido explicar. “Joseph Steindl Vilfredo Pareto economista y sociólogo italiano (1848-1923). Descubrió el desequilibrio sistemático y predecible. Fue descubierto en 1897 (108 años al 2005). Diferentes nombres:

- Principio de Pareto.
- Ley de Pareto.
- Regla del 80/20.
- Principio del menor esfuerzo.
- Principio del desequilibrio.

Lo que descubrió: mayor parte del ingreso y riquezas a unas pocas personas.

También que había una relación matemática que seguía una proporción:

- 20% disfrutaba del 80 %
- 10% de un 65%
- 5% de un 50%

Esta pauta se repetía en diferentes países y períodos, con precisión matemática.

¿Coincidencia de gran importancia? Importante contribución... análisis de dos variables. “dos pioneros enarbolaron esta bandera”:

George K. Zipf (1949) Principio del menor esfuerzo. Redescubrimiento y elaboración del principio de Pareto. Zipf sostiene que recursos: personal bienes tiempo habilidades u otros productivos, se organizan para minimizar el trabajo: 20 a 30 % da cuenta del 70 a 80% de la actividad relacionada con ese recurso.

Joseph M. Juran (1951). La regla de los pocos vitales. Su gran idea fue utilizar el 80/20 junto con otros métodos estadísticos... mejorar calidad. En su libro Quality Control Handbook...exaltó el Principio 80/20 así:

El economista Pareto descubrió que la riqueza no estaba uniformemente distribuida de la misma manera (como las observaciones de Juran acerca de los defectos de calidad). Se pueden encontrar muchos otros casos – la distribución del delito entre los delincuentes, la distribución de los accidentes entre los procesos arriesgados, etc. de la distribución desigual de Pareto aplicada a la distribución de la riqueza y a la distribución de los defectos de calidad.

De los 60's a los 90's: IBM lo utilizó. Descubrió 80% tiempo un PC para 20% del código operativo. Trabajó para que 20% más usado fuera más accesible. Posteriormente lo aplicaron: Apple – Lotus –Microsoft.

- El ganador se lleva todo:

Los súper estrellas en EEUU entre 1973 y 1995—promedio ingresos reales aumentó un 36%...Pero para trabajadores no supervisores declinó 14%.En los

80's... todas las ganancias fueron para el 20% superior asalariados. Un 64% de éstas fue a parar al 1% superior... y así hay gran cantidad de estadísticas que confirman la desigualdad..... ¿Por qué es tan importante el Principio del 80/20? Es imprevisible.

Se suele pensar causas mismos efectos.

Qué consumidores igualmente importantes.

Qué cada, que cada parte, que cada producto sea igualmente bueno.

Qué cada empleado de una categoría tenga un valor aproximado.

Qué todos los días sean igualmente importantes.

Qué todos los amigos sean igualmente importantes.

Qué todas las llamadas telefónicas = trato.

Etc.⁴⁰

El hecho de reconocer el Principio del 80/20 da una idea cabal de lo que realmente está ocurriendo o sucediendo en el mundo real que nos rodea. Importante para la administración.

Como Utilizar el Principio del 80/20: Tradicionalmente el 80/20 ha requerido un Análisis del 80/20, un método cuantitativo para establecer la relación precisa entre causas/ contribuciones/ esfuerzo y resultados/ rendimiento/ retribuciones. Este método utiliza la existencia posible de la relación 80/20 como una

⁴⁰Ley de Pareto <http://www.reischel.cl> - Reischel.cl - INFORMATICA - SISTEMAS - GESTION. Powered by Mambo
Open Source Generated: 19 March, 2013, 18:09

hipótesis y luego infiere los hechos para que se revele la verdadera relación. Éste es un procedimiento empírico que puede conducir a cualquier resultado, desde una relación del 50/50 a otra del 99,9/0,1. Si el resultado muestra un desequilibrio marcado entre contribuciones y rendimiento (digamos 65/35 u otra aún más desequilibrada), entonces normalmente se emprende la acción como un resultado.⁴¹

2.4.1.3 Rotación y Proyección de Inventarios

La rotación del inventario o rotación de existencias es uno de los parámetros utilizados para el control de gestión de la función logística o del departamento comercial de una empresa. La rotación, en este contexto, expresa el número de veces que se han renovado las existencias (de un artículo, de una materia prima...) durante un período, normalmente un año.

Este valor constituye un buen indicador sobre la calidad de la gestión de los abastecimientos, de la gestión del stock y de las prácticas de compra de una empresa. No puede establecerse una cifra ya que varía de un sector a otro: 1 las empresas fabricantes suelen tener índices de rotación entre 4 y 5; los grandes almacenes procuran llegar a 8; y los hipermercados pueden llegar a 25 en algunos artículos del surtido de alimentación.

La rotación del inventario corresponde a la frecuencia media de renovación de las existencias consideradas, durante un tiempo dado. Se obtiene al dividir el

⁴¹ <http://www.reischel.cl> - Reischel.cl - INFORMATICA - SISTEMAS - GESTION. Powered by Mambo Open Source
Generated: 19 March, 2013, 18:09

consumo (venta, expediciones...), durante un período, entre el valor del inventario medio, de ese mismo período.⁴²

2.4.1.4 Políticas de Revisión de Inventarios

En términos generales los modelos permitirán establecer la política a utilizar para administrar el artículo objeto de análisis. Sin embargo, previamente a la discusión de dichos modelos es posible clasificar los mismos y en consecuencia las políticas que se obtengan de ellos en dos grupos:⁴³

- Revisión periódica (RP).
- Revisión continua (RC).

Estos dos tipos de políticas son el marco de frecuencia de revisión del estatus del inventario, a partir de esto se determina cuando reabastecerse y cuanto ordenar, para mantener la cantidad de inventario a niveles acordados por la administración.

Revisión periódica: Esta política de reordenamiento revisa el nivel de inventario cada cierto periodo fijo de tiempo, para determinar así cuanto ordenar sobre la base del nivel de inventario (o inventario disponible) en el momento de la revisión.

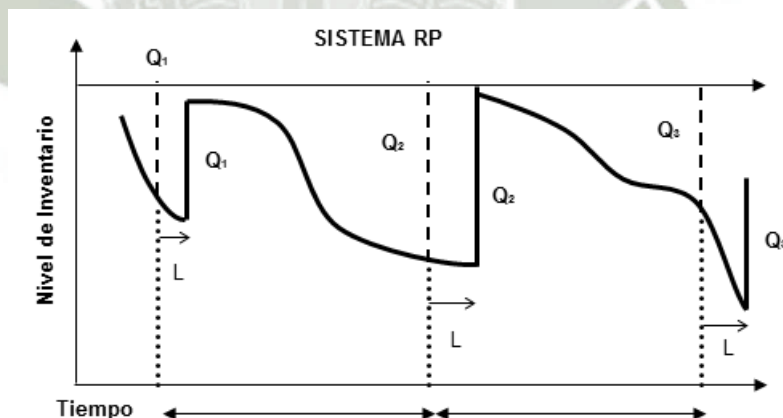
⁴²Escudero Serrano, María José (2005). «Capítulo 5. Políticas de gestión de stock». Almacenaje de productos (2ª reimpression, 1ª edición). Madrid (España): International Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A. pp. 129-156.

⁴³Mora, Julia. "Transformación y gestión curricular". En: Memorias Seminario Taller Evaluación y Gestión Curricular, Universidad de Antioquia, septiembre de 1999

Las principales características del sistema de revisión periódica son:⁴⁴

- No tiene punto de re-orden.
- Posee un nivel de inventario meta.
- El intervalo de tiempo para ordenar es fijo.
- La cantidad a ordenar es variable en la mayoría de las ocasiones.
- Proporciona cobertura de la demanda durante el tiempo del periodo más el tiempo de reaprovisionamiento.
- No es ágil para detectar faltantes en el inventario.
- Requiere de un mayor inventario de seguridad.
- Costos de monitoreo y documentación del inventario son bajos.

Grafico N°2-17 Revisión Periódica de Inventario



Fuente: Universidad TEC Milenio Cadena de suministros 2009. pp. 3

⁴⁴Álvarez, J. y Blanco, F. (1996): "Previsiones Estratégicas en la Empresa", Partida Doble, octubre, pp.19-29

Este tipo de política es muy adecuada para los casos en los cuales es previsible determinar un periodo fijo entre cada requerimiento del inventario, tal es el caso de los artículos que presentan una demanda constante.

El tipo de política de revisión periódica es un sistema utilizado en administraciones, que desean disminuir la gestión del inventario, y así solo dedican un momento específico de sus actividades para la elaboración de pedidos y su documentación pertinente.

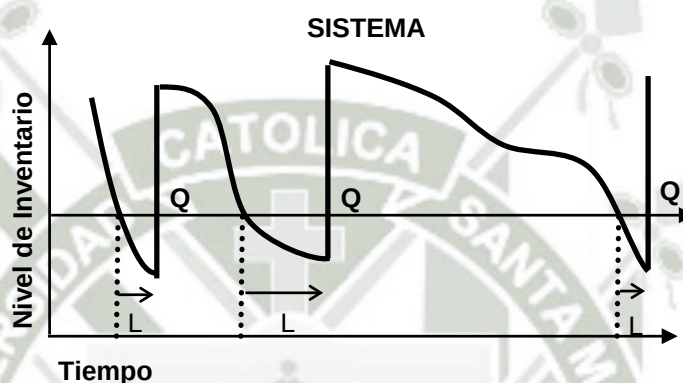
Revisión continúa: Esta política de reordenamiento revisa el nivel de inventario de manera continua, con lo cual se determina cuando se alcanza el punto de reorden (R) del inventario, para automáticamente poner un pedido al proveedor. La cantidad R es estimada por el administrador del inventario que calcula su valor en base a apreciaciones propias y los datos del sistema.

Las principales características del modelo de revisión continua son:

- El tamaño del lote ordenado no varía, y el momento de solicitud del lote depende del punto de re-orden R.
- Los intervalos de tiempo entre cada orden son variables.
- Ágil para detectar posibles faltantes en el inventario, dado su revisión continua.
- Debe proporcionar cobertura de la demanda solo durante el tiempo estimado de reaprovisionamiento (L).

- Generalmente requiere de un menor inventario de seguridad.
- Costos de monitoreo y documentación del inventario son altos, a menos que el sistema de revisión sea automatizado.

Grafico N°2-18 Revisión Continua de Inventario



Fuente: Universidad TEC Milenio Cadena de suministros 2009. pp. 4.

Este tipo de política es muy adecuada para los casos en los cuales no es previsible determinar un periodo fijo entre cada requerimiento del inventario, tal es el caso de los artículos que presentan demandas muy variable.

La cantidad mínima que se debe mantener en inventario o punto de reorden, corresponde a una cantidad preestablecida, cantidad que corresponde al volumen de artículos demandados durante el periodo que toma reabastecerse.

Junto con el desarrollo de la tecnología, que ha permitido implementar enlaces eficaces entre centros de almacenamiento y departamentos administrativos, podemos apreciar el auge de la utilización de sistemas de revisión continua en muchos inventarios, dado que la tecnología ha brindado la rapidez y

actualización necesaria que este tipo de sistema necesita para funcionar correctamente.

2.4.2 Políticas de Inventario

2.4.2.1 Métodos de Cálculos de los Pronósticos⁴⁵

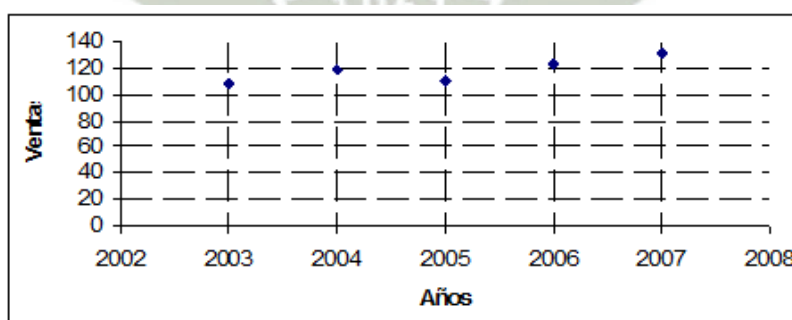
Teniendo una serie histórica de datos que representan lo sucedido en el pasado, podemos proceder a obtener un pronóstico.. Algunos métodos son muy elaborados y requieren cierta habilidad matemática, otros son del tipo de reglas sencillas y desarrollan una predicción empleando simple aritmética.

Los métodos con mayor difusión se pueden clasificar de la siguiente forma:

a) Métodos de regresión matemática (Mínimos Cuadrados)

Cuando se tiene una serie histórica de datos es posible obtener un mapa de puntos graficando las ventas totales (eje y) versus los años (eje x) tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N°2-19 “Ejemplo de Mapa de Ventas”



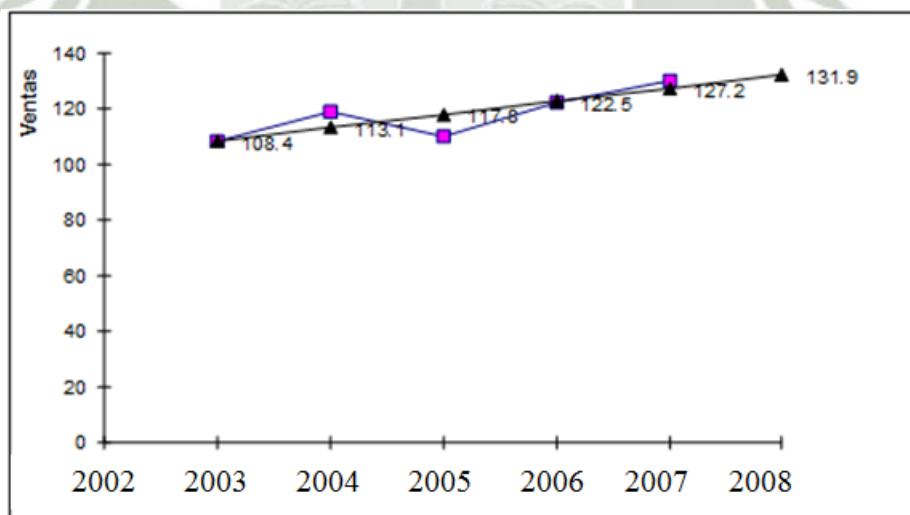
Fuente: HankeE.JhonWichern Dean W (2006). Pronostico en los negocios. Pearson Educación. Octava Edición. México. Pág. 5

⁴⁵HankeE.JhonWichern Dean W (2006). Pronostico en los negocios. Pearson Educación. Octava Edición. México. Pág3

La obtención de los pronósticos por medio del método de "mínimos cuadrados" se basa en lo siguiente:

- 1.- Cuando en el gráfico obtenido, los puntos de los datos parecen seguir una línea recta, siendo que esta recta es la que más se aproxima a pasar por todos los puntos.
- 2.- La recta por obtener es la que minimiza la diferencia entre la recta y cada uno de los puntos. Esto da origen al nombre de "mínimos cuadrados". Por lo que dada la recta, esta es la buscada solo si la suma de las diferencias de las distancias verticales de los valores reales y los valores estimados de la recta elevadas al cuadrado es el mínimo. De esta manera tenemos que:

Cuadro N°2-20 "Recta determinada por los "Mínimos Cuadrados""



Fuente: Hanke E. Jhon Wichern Dean W (2006). Pronóstico en los negocios. Pearson Educación. Octava Edición. México. Pág 7

b) Métodos de promedios (Promedios Simples)

En la ecuación $Y = a + bX$, cuando b es igual a cero la recta es horizontal.

Por tanto el pronóstico para el siguiente período es el promedio simple de todos los valores de Y .

$$Y_E = \frac{\sum Y}{n}$$

2.4.2.2 Modelo del lote económico EOQ⁴⁶

Desarrollado en primera instancia por Ford Harris en 19159, el Modelo del Lote Económico (EOQ) calcula la cantidad que debe pedirse o producirse minimizando los costos de colocación del pedido para el inventario y los costos de manejo de inventarios.

El Modelo del Lote Económico se basa en las siguientes hipótesis simplificadas:

- La tasa de demanda del artículo es constante ahora y en el futuro. La demanda de un producto no influye en la demanda de otro.
 - El artículo se produce o se compra por lotes. No existen limitaciones al tamaño de los lotes y el lote pedido se recibe en seguida.
 - No existe incertidumbre en la demanda, la oferta ni el tiempo de entrega.
- No se presenta agotamiento de las existencias.

⁴⁶Noori H Radford, 1997. Administración de Operaciones y producción. Calidad total y respuesta sensible rápida. Mc Graw Hill Colombia pp. 7.

Existen sólo dos costos importantes: el costo de mantener el inventario y el costo de colocación del pedido (u organización del proceso), que no varían con la cantidad mantenida.

2.5 Las 5´S en los Negocios para Mejora de Servicios

2.5.1 La Metodología de las 5´S

El método de las 5S, así denominado por la primera letra del nombre que en japonés designa cada una de sus cinco etapas, es una técnica de gestión japonesa basada en cinco principios simples. Se inició en Toyota en los años 1960 con el objetivo de lograr lugares de trabajo mejor organizados, más ordenados y más limpios de forma permanente para conseguir una mayor productividad y un mejor entorno laboral. Las 5S han tenido una amplia difusión y son numerosas las organizaciones de diversa índole que lo utilizan, tales como, empresas industriales, empresas de servicios, hospitales, centros educativos o asociaciones.

La integración de las 5S satisface múltiples objetivos. Cada 'S' tiene un objetivo particular:

Cuadro N° 2-1 Metodología de las 5'S

Denominación		Concepto	Objetivo particular
Español	Japonés		
Clasificación	整理, <i>Seiri</i>	Separar innecesarios	Eliminar del espacio de trabajo lo que sea inútil
Orden	整頓, <i>Seiton</i>	Situar necesarios	Organizar el espacio de trabajo de forma eficaz
Limpieza	清掃, <i>Seisō</i>	Suprimir suciedad	Mejorar el nivel de limpieza de los lugares
Normalización	清潔, <i>Seiketsu</i>	Señalizar anomalías	Prevenir la aparición de la suciedad y el desorden
Mantener la disciplina	躰, <i>Shitsuke</i>	Seguir mejorando	Fomentar los esfuerzos en este sentido

Fuente: <http://gestionemprendedora.wordpress.com/2007/09/23/hablando-de-calidad-%C2%BFque-son-las-5-ss/>

Las operaciones de Organización, Orden y Limpieza fueron desarrolladas por empresas japonesas, entre ellas Toyota, con el nombre de 5S. Se han aplicado en diversos países con notable éxito. Las 5S son las iniciales de cinco palabras japonesas que nombran a cada una de las cinco fases que componen la metodología (Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke)⁴⁷.

⁴⁷Contenido : http://www.grupoisastur.com/manual_isastur/data/es/2/2_2_4_1.htm

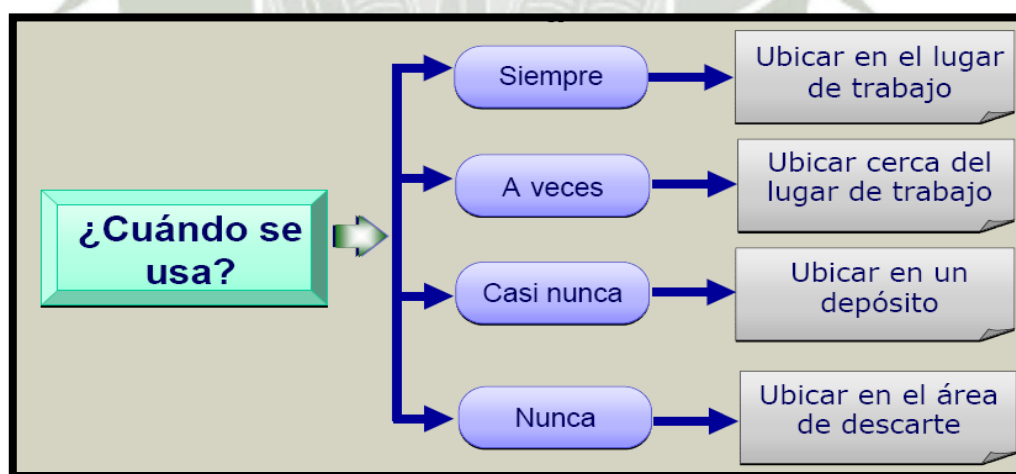
- Las tres primeras fases (ORGANIZACIÓN, ORDEN Y LIMPIEZA) son operativas.
- La cuarta fase (CONTROL VISUAL) ayuda a mantener el estado alcanzado en las fases anteriores - Organización, Orden y Limpieza - mediante la estandarización de las prácticas.
- La quinta y última fase (DISCIPLINA Y HÁBITO) permite adquirir el hábito de su práctica y mejora continua en el trabajo diario.

Las CINCO FASES componen un todo integrado y se abordan de forma sucesiva, una tras otra.⁴⁸

2.5.1.1 SEIRI – Clasificación

Consiste en identificar y separar los materiales necesarios de los necesarios y en desprenderse de éstos últimos.

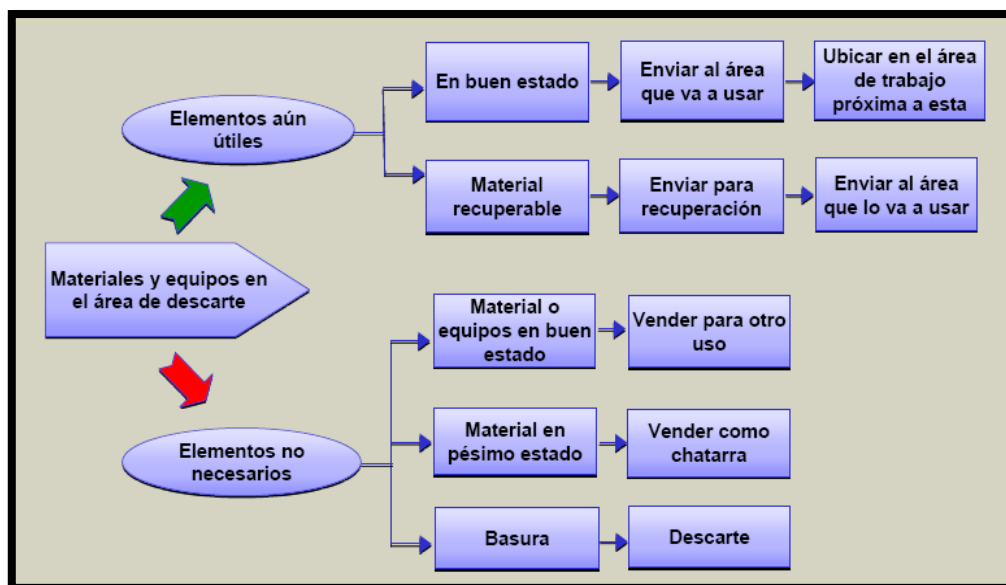
Grafico N°2-21 “Metodología SEIRI I”



Fuente: Tesis “Propuesta de modelo de implementación de un sistema de almacenes y talleres en el área de seguridad YURA, 2010, Cesar Puertas”.

⁴⁸http://www.gotasdeconocimiento.com/pdf/1_Sistemas/estrategia_5_S.pdf.11.

Grafico N°2-22“Metodología SEIRI II”



Fuente: Tesis “Propuesta de modelo de implementación de un sistema de almacenes y talleres en el área de seguridad YURA, 2010, Cesar Puertas”.

2.5.1.2 SEITON – Orden

Consiste en establecer el modo en que deben ubicarse e identificarse los materiales necesarios, de manera que sea fácil y rápido encontrarlos, utilizarlos y reponerlos. Se pueden usar métodos de gestión visual para facilitar el orden, pero a menudo, el más simple leitmotiv de *Seiton* es: *Un lugar para cada cosa, y cada cosa en su lugar*. En esta etapa se pretende organizar el espacio de trabajo con objeto de evitar tanto las pérdidas de tiempo como de energía. Las normas de Seiton: ⁴⁹

- Organizar racionalmente el puesto de trabajo (proximidad, objetos pesados fáciles de coger o sobre un soporte, ...)
- Definir las reglas de ordenamiento

⁴⁹H. HIRANO, 5 Pilares de la Fábrica Visual, TGP-Hoshin, Madrid España, 1997

- Hacer obvia la colocación de los objetos
- Los objetos de uso frecuente deben estar cerca del operario
- Clasificar los objetos por orden de utilización
- Estandarizar los puestos de trabajo
- Favorecer el 'FIFO'

Para Implementar Seiton (Ordenar): Requiere la aplicación de métodos simples y desarrollados por los trabajadores. Los métodos más utilizados son:

Controles visuales:

- ***Mapa de las 5 S:*** Grafico que muestra la ubicación de los elementos que pretenden ordenar y su ubicación.
- ***Marcación de la ubicación:*** Es un modo para identificar la localización de los elementos y la cantidad de ellos.
- ***Marcación con colores:*** Es un método para identificar la localización de puntos de trabajo, ubicación de elementos, materiales y productos, nivel de un fluido en un depósito, sentido de giro de una máquina, etc.
- ***Guardas transparentes:*** son protecciones de plásticos que permiten ver los mecanismos internos de las maquinas.

- **Codificación de colores:** se usa para señalar piezas, conexiones, herramientas, etc.
- **Identificación de colores:** dibujar el contorno de la herramienta en el panel para mejor ubicación y orden.

Ejecución de la 2da “S”: Pretende ubicar los elementos necesarios en sitios donde se puedan encontrar fácilmente para su uso y nuevamente retornarlos al correspondiente sitio.

Con esta aplicación se desea mejorar la identificación y marcación de los controles de los equipos, instrumentos, expedientes, de los sistemas y elementos críticos para mantenimiento y su conservación en buen estado.

Permite la ubicación de materiales, herramientas y documentos de forma rápida, mejora la imagen del área ante el cliente “da la impresión de que las cosas se hacen bien”, mejora el control de stocks de repuestos y materiales, mejora la coordinación para la ejecución de trabajos.

En la oficina facilita los archivos y la búsqueda de documentos, mejora el control visual de las carpetas y la eliminación de la pérdida de tiempo de acceso a la información.

Pasos Propuesto para Ordenar:

- En primer lugar, definir un nombre, código o color para cada clase de artículo.
- Decidir dónde guardar las cosas tomando en cuenta la frecuencia de su uso.

- Acomodar las cosas de tal forma que se facilite el colocar etiquetas visibles y utilizar códigos de colores para facilitar la localización de los objetos de manera rápida y sencilla.

Se obtendrán los siguientes beneficios:⁵⁰

- Nos ayudara a encontrar fácilmente documentos u objetos de trabajo, economizando tiempos y movimientos.
- Facilita regresar a su lugar los objetos o documentos que hemos utilizados.
- Ayuda a identificar cuando falta algo.
- Da una mejor apariencia.

Grafico N°2-23“Diagrama para Implementación de 2’S”



Fuente: H. Vargas - Manual de implementación programa 5's.

⁵⁰H.VARGAS R. (2004) Manual de implementación programa 5s

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/5s/5s.htm>, fecha de consulta Julio de 2009

2.5.1.3 SEISO – Limpieza

Consiste en identificar y eliminar las fuentes de suciedad, asegurando que todos los medios se encuentran siempre en perfecto estado de salud. Una vez el espacio de trabajo está despejado (*seiri*) y ordenado (*seiton*), es mucho más fácil limpiarlo (*seisō*). Consiste en identificar y eliminar las fuentes de suciedad, asegurando que todos los medios se encuentran siempre en perfecto estado operativo. El incumplimiento de la limpieza puede tener muchas consecuencias, provocando incluso anomalías o el mal funcionamiento de la maquinaria. Normas para Seiso:⁵¹

- Limpiar, inspeccionar, detectar las anomalías
- Volver a dejar sistemáticamente en condiciones
- Facilitar la limpieza y la inspección
- Eliminar la anomalía en origen

Para Implementar Seiso (Limpiar) :Se debe seguir una serie de pasos que ayuden a crear el hábito de mantener el sitio de trabajo en correctas condiciones.

Paso 1 - Campaña o jornada de limpieza: En esta jornada se eliminan los elementos innecesarios y se limpia el equipo, pasillos, armarios, almacenes, etc.

⁵¹H. HIRANO, 5 Pilares de la Fábrica Visual, TGP-Hoshin, Madrid España, 1997

Pasó 2 - Planificar el mantenimiento de la limpieza: El encargado del área debe asignar un contenido de trabajo de limpieza en la planta; además esta información se debe registrar.

Paso 3 - Preparar el manual de limpieza: Este debe incluir además del gráfico de asignación de áreas, la forma de utilizar los elementos de limpieza, detergentes, jabones, aire, agua; como también, la frecuencia y tiempo medio establecido para esta labor.

Pasó 4 - Preparar elementos para la limpieza: Aquí aplicamos el Seiton a los elementos de limpieza, almacenados en lugares fáciles de encontrar y devolver.

Pasó 5 - Implantación de la limpieza: Retirar polvo, aceite, grasa sobrante de los puntos de lubricación, asegurar la limpieza de la suciedad de las grietas del suelo, paredes, cajones, maquinaria, ventanas, etc.

Se obtendrán los siguientes beneficios:⁵²

- Aumentará la vida útil del equipo e instalaciones.
- Menos probabilidad de contraer enfermedades.
- Menos accidentes.
- Mejor aspecto.
- Ayuda a evitar mayores daños a la ecología.

⁵²H.VARGAS R. (2004) Manual de implementación programa 5s

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/5s/5s.htm>, fecha de consulta Julio de 2009

2.5.1.4 SEIKETSU – Estandarizar

Consiste en distinguir fácilmente una situación normal de otra anormal, mediante normas sencillas y visibles para todos.

A menudo el sistema de las 5S se aplica sólo puntualmente. *Seiketsu* recuerda que el orden y la limpieza deben mantenerse cada día. Para lograrlo es importante crear estándares. Para conseguir esto, las normas siguientes son de ayuda:⁵³

- Hacer evidentes las consignas: cantidades mínimas, identificación de las zonas
- Favorecer una gestión visual ortodoxa
- Estandarizar los métodos operatorios
- Formar al personal en los estándares

Para Implementar Seiketsu (Estandarizar): Es la etapa de conservar lo que se ha logrado aplicando estándares a la práctica de las tres primeras "S". Esta cuarta S está fuertemente relacionada con la creación de los hábitos para conservar el lugar de trabajo en perfectas condiciones.

Paso 1 - Asignar trabajos y responsabilidades: Para mantener las condiciones de las tres primeras 's', cada operario debe conocer exactamente cuáles son sus responsabilidades sobre lo que tiene que hacer y cuándo, dónde y cómo hacerlo.

53H. HIRANO, 5 Pilares de la Fábrica Visual, TGP-Hoshin, Madrid España, 1997

Pasó 2 - Integrar las acciones SEIRI, SEITON y SEISO en los trabajos de

rutina: El mantenimiento de las condiciones debe ser una parte natural de los trabajos regulares de cada día.

Se obtendrán los siguientes beneficios:⁵⁴

- Se guarda el conocimiento producido durante años.
- Se mejora el bienestar del personal al crear un hábito de conservar impecable el sitio de trabajo en forma permanente.
- Los operarios aprenden a conocer con profundidad el equipo y elementos de trabajo.
- Se evitan errores de limpieza que puedan conducir a accidentes o riesgos laborales innecesarios.

2.5.1.5 SHITSUKE - Disciplina

Consiste en trabajar permanentemente de acuerdo con las normas establecidas.⁵⁵

Esta etapa contiene la calidad en la aplicación del sistema 5S. Si se aplica sin el rigor necesario, éste pierde toda su eficacia.

Es también una etapa de control riguroso de la aplicación del sistema: los motores de esta etapa son una comprobación continua y fiable de la aplicación

54H.VARGAS R. (2004) Manual de implementación programa 5s

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/5s/5s.htm>, fecha de consulta Julio de 2009

⁵⁵ <http://gestionemprendedora.wordpress.com/2007/09/23/hablando-de-calidad-%C2%BFque-son-las-5-ss/> pp. 6-23

del sistema 5S (las 4 primeras 'S' en este caso) y el apoyo del personal implicado.⁵⁶

Para Implantar Shitsuke (Disciplina): La disciplina no es visible y no puede medirse a diferencia de la clasificación, Orden, limpieza y estandarización. Existe en la mente y en la voluntad de las personas y solo la conducta demuestra la presencia, sin embargo, se pueden crear condiciones que estimulen la práctica de la disciplina como la Visión compartida: la teoría del aprendizaje en las organizaciones sugiere que para el desarrollo de una organización es fundamental que exista una convergencia entre la visión de una organización y la de sus empleados.

Disciplina: La disciplina no es visible y no puede medirse a diferencia de las otras S's que se explicaron anteriormente. Existe en la mente y en la voluntad de las personas y solo la conducta demuestra la presencia, sin embargo, se pueden crear condiciones que estimulen la práctica de la disciplina.

Pasos propuestos para crear disciplina:

- Uso de ayudas visuales
- Recorridos a las áreas, por parte de los directivos.
- Publicación de fotos del "antes" y "después".
- Boletines informativos, carteles, usos de insignias, concursos de lema y logotipo.

⁵⁶H. HIRANO, 5 Pilares de la Fábrica Visual, TGP-Hoshin, Madrid España, 1997

- Establecer rutinas diarias de aplicación como "5 minutos de 5s", actividades mensuales y semestrales
- Realizar evaluaciones periódicas, utilizando
- Criterios pre-establecidos, con grupos de verificación independientes.

Se obtendrán los siguientes beneficios:⁵⁷

- Se evitan reprimendas y sanciones.
- Mejora nuestra eficacia.
- El personal es más apreciado por los jefes y compañeros.
- Mejora nuestra imagen.

⁵⁷H.VARGAS R. (2004) Manual de implementación programa 5s

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/5s/5s.htm>, fecha de consulta Julio de 2009



CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1 La Empresa

3.1.1 Descripción de la empresa

DASUR es una empresa mayorista de comercialización y distribución que opera en el mercado del sur del país, con una amplia gama y volumen de productos en abarrotes, licores, limpieza y cuidado personal. Teniendo los mejores precios y el servicio adecuado con productos garantizados.

3.1.2 Reseña Histórica

Distribuidora Abarrotera del sur EIRL inicia sus actividades el 24 de Abril de 1991 en la ciudad de Puno bajo la dirección de la C.P.C. Martha Nelly Condori Carita y como gerente de ventas a al C.P.C. Efraín Apaza Pacori, quienes bajo un mismo criterio empresarial logran conducir esta empresa hacia el éxito con una propuesta solida dirigida especialmente a panaderos, comerciantes, hoteles, Instituciones públicas y privadas, bodegas y público en general. Tratando de brindarles un servicio de calidad.

Conforme DASUR fue consolidándose como una empresa competitiva en el sur del país, aumento su gama de productos iniciales que fueron netamente de abarrotes con licores y productos de limpieza en general, y así tener una mayor diversificación de productos para la satisfacción de sus clientes.

Actualmente DASUR es considerada una empresa líder en el mercado puneño que tiene una amplia experiencia en su rubro gracias a su DEDICACIÓN en tener productos de la mejor calidad al mejor precio y con un servicio aceptable

hacia el cliente, FLEXIBILIDAD tratando de ofrecer soluciones adecuadas a nuestros clientes y ACCESIBILIDAD estando al alcance de nuestros clientes.

3.1.3 Datos Generales

RUC:	20115190165
Razón Social:	Distribuidora Abarrotera del Sur E.I.R.L.
Tipo Empresa:	Empresa Individual de Resp. Ltda.
Rubro:	Comercialización y Distribución
Condición:	Activo
Fecha Inicio Actividades:	24 / Abril / 1991
Dirección:	Av. El Sol 652
Departamento:	Puno
Distrito:	Puno
Provincia:	Puno
Página Web:	www.dasur.com.pe
Teléfono:	054-443320

3.1.4 Misión

Se misión de DASUR es ser una empresa mayorista líder en los mercados del sur del país, otorgando a sus clientes una diversidad de productos de alta calidad, ofreciendo precios justos y con la mejor calidad de servicio

3.1.5 Visión

Ser una empresa líder en comercialización al por mayor, preferida por los clientes por su servicio eficiente, eficaz y de calidad. Buscando ser un socio estratégico con sus clientes y proveedores.

3.1.6 Valores

Los valores corporativos de DASUR es un compromiso hacia una excelencia en la gestión comercial, desarrollando los siguientes valores:

- Respeto a los clientes
- Puntualidad
- Honestidad
- Respeto a los colaboradores
- Responsabilidad
- Ética

3.1.7 Logo y Personal

Imagen N°3-1 “Logo de la Empresa”



Fuente: La empresa

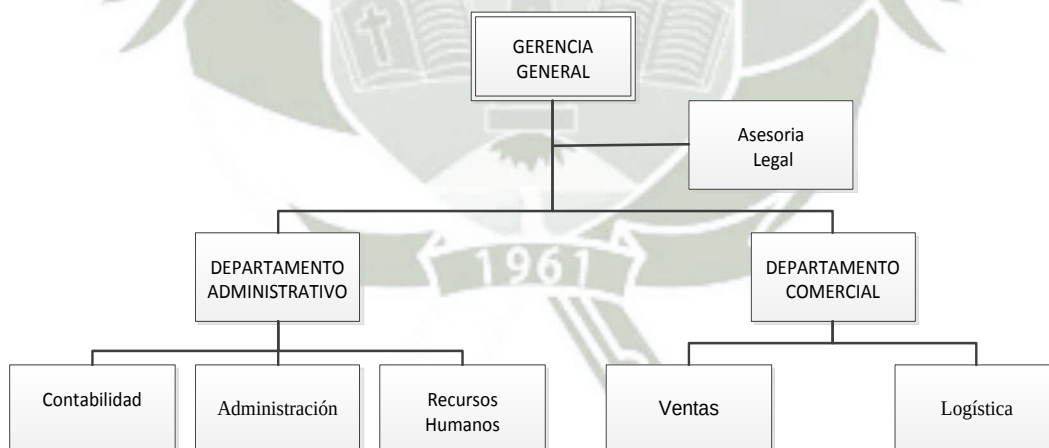
Imagen N°3-2 “Personal de la Empresa”



Fuente: La empresa

3.1.8 Organigrama

Cuadro N° 3-1 “Organigrama de la Empresa”



Fuente: La empresa, Elaboración Propia

3.1.9 La Visión Funcional

Gerencia General, Cumple las funciones de:

- Plantear y desarrollar metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo para la mejora de la empresa.
- Coordinar con los otros departamentos para asegurar el correcto funcionamiento de la empresa.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, encargados de otras áreas y proveedores en general.
- Evaluación de la parte financiera de la empresa.
- Motiva, es el encargado de armar un equipo con los integrantes de la empresa y esto lo hace con la comunicación constante que tiene con los colaboradores de la empresa.
- Toma decisiones finales en las compras y las cotizaciones que entran a la empresa.
- Analizar el presupuesto de la empresa para poder invertir en otros proyectos.
- Ser el responsable general de la empresa.

Asesoría legal, Cumple las funciones de:

- Su función es la asesoría, ante problemas con instituciones publicas y privadas.
- Se encarga de representar legal de la empresa, ante tribunales y juzgados en todo juicio que este inmerso la empresa.

- Tiene los controles de la normativa junto con la gerencia de la empresa, para el buen funcionamiento de la empresa.
- Es el encargado de resolver los problemas internos de la empresa y aplicar las sanciones administrativas correspondientes por faltas al interior de la empresa.

Administración, Cumple con las siguientes funciones.

- Se encarga de revisar el ingreso y salida de los productos que comercializa la empresa de manera espontánea.
- Se encarga de poner precio a los productos.
- Evaluar a los clientes principales para designarles una línea de crédito de acorde a la cantidad comprada.
- Se encarga del cobro de los clientes que tienen una línea de crédito con la empresa.
- Registra los movimientos de la empresa y es él encarga de cuadrar los saldos de la empresa.
- Colaborar con el planteamiento y ejecución de las metas y objetivos de la empresa.
- Colabora con el área de comercialización para la emisión de facturas y boletas destinado a los clientes.
- Supervisar el cumplimiento de las funciones de los colaboradores de la empresa.
- Se encarga de analizar la suba y baja de los precios en los productos.

- Se encarga de coordinar con el área de contabilidad para el mejor funcionamiento de la empresa.

Departamento Comercial, Cumple con las siguientes funciones.

- Se encarga de coordinar con el encargado de las ventas y el encargado de almacén.
- Se encarga de la promoción y publicidad de los productos que comercializa la empresa.
- Realiza la planificación y control, de las ventas y la distribución.
- Se encarga de solucionar las quejas en las ventas y distribución de los productos.

Contabilidad, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de la contabilidad completa por periodos de la empresa.
- Se encarga de tener una comunicación constante con el encargado del departamento de administración como con el auxiliar para poder ayudar en la toma de decisiones.
- Asesoría a la empresa.

Asistente de Administración, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de organizar los documentos de la empresa.
- Se encarga de preparar la documentación para las adjudicaciones, donde participa la empresa.

- Se encarga de los pagos de diversos servicios que tiene la empresa.
- Es el encargado de ayudar la gerencia general y la administración de la empresa.
- Se encarga de ingresar los productos al sistema de la empresa.

Recursos Humanos, Cumple con las siguientes funciones.

- Se encarga de reclutar al personal adecuado para cada puesto de la empresa.
- Evalúa el desempeño del personal.
- Lleva el control de los beneficios sociales del personal.
- Trata de crear unas buenas relaciones entre el personal de la empresa.
- Elabora una base de datos del personal de la empresa.
- Se encarga de pagar los salarios del personal.

Ventas, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de realizar la venta de los productos.
- Realiza el cuadre de caja, de los productos vendidos con la cantidad de dinero recibido.
- Se encarga de analizar productos que estén por acabarse en la empresa.
- Tiene la función de dar un excelente servicio al cliente en la venta de productos.

- Se encarga de ayudar a los vendedores a realizar mejor su labor.

Área de Almacén, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de supervisar el ingreso y la salida de la mercadería.
- Analiza el vencimiento de los productos de acuerdo a su rotación.
- Se encarga de supervisar la mercadería para analizar si hay faltantes o productos que se encuentren por vencer.
- Se encarga de la supervisión y manejo del Kardex.
- Se encarga de estar en comunicación permanente con el área de ventas y la gerencia de la empresa.
- Se encarga armonizar a los integrantes de esta área.

Auxiliar de Contabilidad, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de facilitar las tareas del contador.
- Se encarga de realizar el registro de compras y ventas en la empresa.
- Su función es estar en comunicación constante con el contador de la empresa para el mejor desempeño de la misma.

Vendedor, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de visitar al cliente.
- Se encarga de ofrecer los productos a los clientes e informarlos de ofertas que estén vigentes durante el periodo que se encuentre.
- Se encarga de dar un buen servicio de venta a los clientes.

- Se encarga de hacer el cuadro de caja.
- Se encarga de la limpieza del área de ventas.

Almacenista, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de ubicar los productos en el almacén.
- Realiza un informe de productos que estén por acabarse o vencer en la empresa.
- Se encarga de organizar a los ayudantes de almacén.
- Se encarga de la utilización del Kardex.
- Hace el registro de ingresos de productos.

Encargado de Repartos, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de repartir los productos.
- Se encarga de apoyar en la toma de decisión del orden del reparto.
- Se encarga de organizar a los ayudantes de reparto.
- Asegura el cumplimiento de los repartos.
- Supervisa que los ayudantes de reparto hagan bien su función.
- Se encarga del mantenimiento del vehículo usado para el reparto.

Ayudante del almacenista, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de entregar el producto al cliente.
- Se encarga de agilizar la entrega de los productos.

- Se encarga de dar un buen servicio al momento de la entrega del cliente.
- Se encarga de la limpieza del almacén.

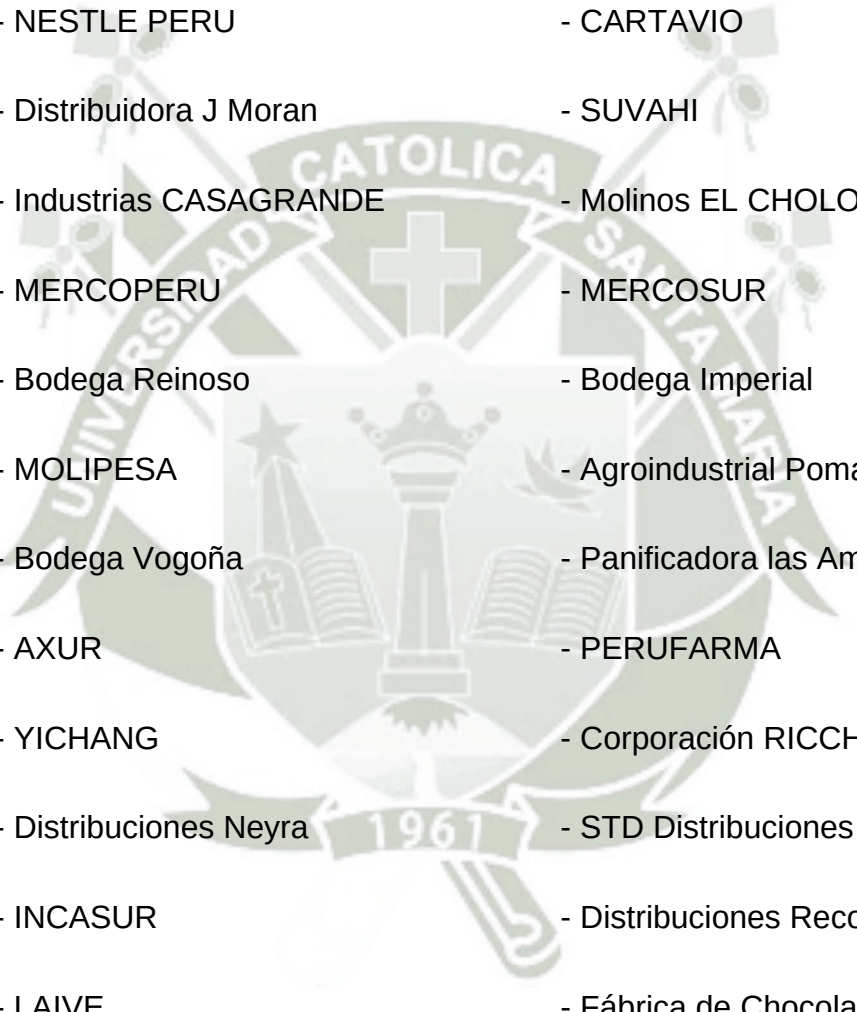
Ayudante del Encargado de Repartos, Cumple con las siguientes funciones:

- Se encarga de transportar los productos del vehículo hacia donde el cliente lo solicite.
- Se encarga de apoyar a los ayudantes del almacenista en caso no haya repartos.
- Se encarga de la limpieza de los vehículos.

3.1.10 Clientes Principales

- Panadería Pan todos
- Hospital Regional M.N.B
- Panadería Universitaria
- Supermercado Negolatina
- Panaderías Ricospan
- Supermercado Alkosto
- Gobierno Regional Puno
- Supermercado Melo
- Ministerio de la Producción
- Hotel Taypikala
- Ministerio de Agricultura
- Hotel La Hacienda
- M.T.C.
- Hotel Libertador
- Ugel Yunguyo
- Hotel Sonesta P. del inca
- Ugel Ilave

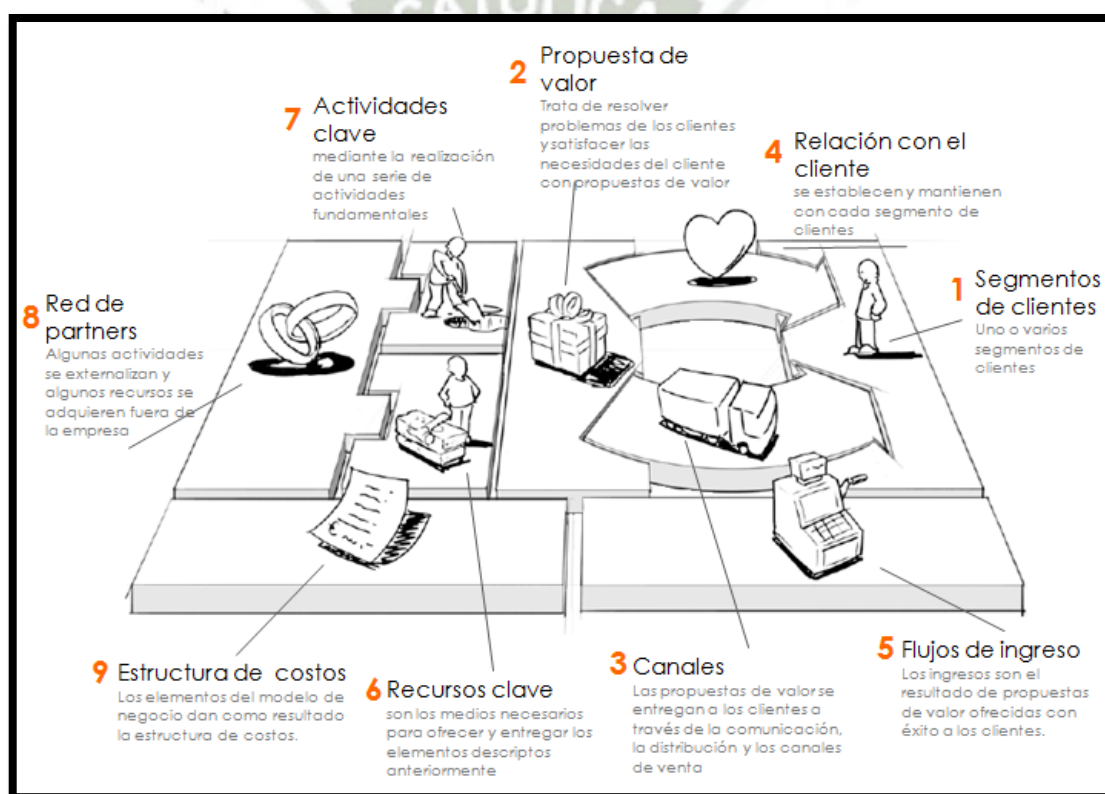
3.1.11 Proveedores Principales

- 
- | | |
|-------------------------|---------------------------------|
| -ALICORP | - MOLITALIA |
| - GLORIA-Deprodeca | - Santiago Queiroló |
| - Viña Vieja | - Viña Ocucaje |
| - Química Suiza | - TODINNO |
| - NESTLE PERU | - CARTAVIO |
| - Distribuidora J Moran | - SUVAHI |
| - Industrias CASAGRANDE | - Molinos EL CHOLO |
| - MERCOPERU | - MERCOSUR |
| - Bodega Reinoso | - Bodega Imperial |
| - MOLIPESA | - Agroindustrial Pomalca |
| - Bodega Vogoña | - Panificadora las Américas |
| - AXUR | - PERUFARMA |
| - YICHANG | - Corporación RICCHOS |
| - Distribuciones Neyra | - STD Distribuciones |
| - INCASUR | - Distribuciones Record |
| - LAIVE | - Fábrica de Chocolates América |
| - COSTEÑO | - JR Distribuciones |
| - CORVALL | - Empresa ENSAL |

3.2 El Modelo de Negocios de la Empresa

En este módulo se pretende evaluar a la empresa según su modelo de negocios⁵⁸ cuyo modelo es una propuesta moderna y didáctica para diagnosticar como se encuentra una empresa. A continuación se muestra los nueve bloques que conforman dicho modelo de negocios.

Gráfico N°3-1 “Esquema del Modelo de Negocios”



Fuente: Generación de Modelos de Negocios – Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

⁵⁸Business Model Generation; Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010.Pp. 16-41

3.2.1 Metodología de Modelo de Negocios

Para desarrollar el modelo de negocios de la empresa DASUR se desarrolló un FOCUS GROUP integrado de la siguiente manera:

Cuadro N° 3-2 “Integrantes del FOCUS GROUP”

INTEGRANTES DEL FOCUS GROUP		
DEPARTAMENTO	CARGO	CANTIDAD
GERENCIA GENERAL	Gerente	1
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	Administrador	1
	Aux. Administración	1
	Contador	1
DEPARTAMENTO COMERCIAL	Vendedor Principal	1
	Conductor Principal	1
	Almacenero	1

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Los miembros del FOCUS GROUP son las personas que tienen más experiencia y conocen la empresa y su punto de vista y conocimientos de la empresa es crucial para el buen desarrollo del diagnóstico de la empresa utilizando el modelo de negocios, estas personas respondieron las preguntas planteadas en el (Anexo 1), cada pregunta fue discutida en grupo y los resultados se muestran a lo largo de los nueve bloques que componen el modelo de negocios.

3.2.1.1 Clientes

Este bloque representa la tan conocida segmentación de mercado, es decir a que grupos de personas queremos ofrecer nuestro servicio.

Los resultados del FOCUS GROUP son los siguientes:

1.- ¿Quiénes son los clientes más importantes?

- Panaderías y Pastelerías
- Mypes
- Instituciones Públicas
- Instituciones Privadas
- Público en General

2.- ¿Para quién se está creando valor?

- Panaderías y Pastelerías
- Mypes
- Instituciones Públicas y Privadas
- Público en General

3.- ¿Cuáles son los segmentos más importantes que tiene la empresa?

- Mypes (Resalta a Panaderías y empresas comerciales)
- Instituciones Públicas
- Instituciones Privadas
- Público en General

Para sustentar los resultados anteriores se realizó un análisis de Pareto, que nos muestra a los productos más vendidos en el año 2012 con el fin de identificar a los clientes más importantes. El siguiente cuadro muestra a los productos del grupo “A”.

Cuadro N° 3-3 “Productos más Vendidos según Porcentajes de Ventas Totales”

DESCRIPCION	VENTAANUAL	%	%Acum.	Calificación
HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	S/. 1,313,381.2	14.62%	14.62%	A
HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	S/. 1,241,392.4	13.82%	28.43%	A
AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	S/. 438,200.4	4.88%	33.31%	A
MANTECA FAMOSA X 10K.	S/. 294,100.6	3.27%	36.58%	A
LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	S/. 260,741.0	2.90%	39.48%	A
PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	S/. 241,277.4	2.69%	42.17%	A
HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	S/. 224,167.7	2.49%	44.66%	A
PANETON GENOVES 8 X 900GR	S/. 208,543.2	2.32%	46.98%	A
ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	S/. 200,927.9	2.24%	49.22%	A
HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	S/. 198,544.0	2.21%	51.43%	A
HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	S/. 198,135.4	2.21%	53.63%	A
PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	S/. 177,496.3	1.98%	55.61%	A
HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	S/. 149,190.3	1.66%	57.27%	A
PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	S/. 147,082.6	1.64%	58.91%	A
PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	S/. 135,215.2	1.50%	60.41%	A
AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	S/. 93,981.6	1.05%	61.46%	A

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Conclusiones:

- ❖ La empresa tiene como clientes principales a las “panaderías” ya que las harinas, mantecas y azúcar son los productos que tienen mayor porcentaje de ventas y son productos netos de panadería, estas panaderías se encuentran dentro del segmento que denominaremos

“Mypes”, cabe resaltar que las empresas comerciales a detalleo son el otro segmento importante dentro de las Mypes.

- ❖ En segundo lugar Identificamos al segmento las “instituciones públicas” y las “instituciones privadas” como subsiguientes segmento principal ya que los productos como panetones, leches, arroz y azúcar tienen altos porcentajes de ventas y son productos que mayormente se atiende a las adjudicaciones y/o licitaciones.
- ❖ Por ultimo identificamos el segmento de “Público en General” ya que son estos los que también hacen uso del servicio de la empresa pero en menos volumen.

3.2.1.2 Propuesta de valor

Este Bloque va a describir la ventaja competitiva que tiene la empresa, esta ventaja tiene características y beneficios que crean valor a los diferentes segmentos de la empresa.

De los resultados del FOCUS GROUP se obtuvo:

¿Cuál es la oferta de valor distintiva?

- Venta de Productos originales y calidad
- Entrega de productos a domicilio
- Venta al crédito
- Venta de productos exclusivos en marcas reconocidas
- Experiencia y posicionamiento de la empresa.
- Servicio de atención al cliente flexible

¿Qué valor se ofrece a los clientes?

- Precios
- Posicionamiento de la empresa
- Entrega de productos a domicilio
- Venta al contado y crédito
- Promociones y regalos
- Servicio de ventas flexible

¿Cuál de los problemas de los clientes se ayuda a resolver?

- Tener productos originales y de calidad
- Encontrar diversidad de productos complementarios
- Ahorro de tiempo y dinero
- Crecimiento del negocio

¿Qué necesidades de los clientes se cumplen?

- Ahorro de tiempo
- Ahorro de dinero
- confianza

¿Qué paquetes de productos y servicios se ofrece a cada segmento de clientes?

- Descuentos por volúmenes de ventas
- Promociones y regalos
- Venta al crédito según el cliente sin interés de por medio
- Entrega de productos a domicilio gratuita o a bajo precio

- Atención al cliente rápida y flexible

Analizando la información de los resultados obtenidos del FOCUS GROUP y comparándola con dos de los principales competidores se obtiene el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3-4 “Análisis de la Propuesta de Valor”

N°	CARACTERISTICAS	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	LA EMPRESA
1	Venta de Productos originales y calidad	X	X	X
2	Entrega de productos a domicilio		X	X
3	Venta al crédito sin interés	X		X
4	Venta de productos exclusivos en marcas reconocidas	X		X
5	Experiencia y posicionamiento de la empresa.	X	X	X
6	Servicio de atención al cliente flexible	X	X	X
7	Ahorro de tiempo y dinero	X	X	X
8	Promociones y regalos	X	X	X
9	Encontrar diversidad de productos complementarios		X	X

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Conclusiones:

- ❖ La propuesta de valor que tiene la empresa es la “Venta de productos al crédito” sin interés de por medio dependiendo del historia del cliente
- ❖ “La entrega de productos a domicilio” la que es gratuita en algunos casos y de bajo precio en otros depende del volumen y el tipo de contrato que se realice.

- ❖ “La venta de productos exclusivos” especialmente de marcas reconocidas como es el caso de QUEIROLO, VIÑA VIEJA, TODINNO entre otras.
- ❖ “Diversificación de Productos” esto con el fin de que el cliente encuentre una variedad de gama de productos en un solo lugar.
- ❖ Los problemas que la empresa ayuda a resolver es el ahorro de tiempo y dinero, ya que se trata que el servicio de la venta y distribución de los productos sea de forma rápida y a los mejores precios del mercado, esto gracias a las alianzas comerciales con los proveedores.

3.2.1.3 Canales de comunicación y distribución

Este bloque nos va a permitir identificar como la empresa puede comunicar, alcanzar y llegar a su segmento de clientes para entregar la propuesta de valor.

De los resultados del FOCUS GROUP se obtuvo lo siguiente:

¿Cómo se entrega la propuesta de valor al cliente?

- Tienda ubicada en un punto estratégico de fácil ingreso
- Visitas periódicas de los directores a los clientes
- Unidades de reparto

¿A través de que canales quieren nuestros clientes que accedamos a ellos?

- Vendedores a domicilio
- Atención por medios de comunicación (teléfono, internet)

¿Cómo se llega a ellos ahora?

- Medios de comunicación televisivo y radial
- Visita periódica de los directores de la empresa
- Recomendaciones de clientes actuales

¿Cuáles funcionan mejor?

- Tienda ubicada en un punto estratégico de fácil ingreso
- Visitas periódicas de los directores a los clientes
- Unidades de reparto

De las respuestas del FOCUS GROUP se puede deducir que la empresa no tiene canales de comunicación y distribución agresivos, sino que más se centra en el posicionamiento de la empresa por lo que generalmente su comercialización es receptiva.

Comparando el resultado del análisis de canales de comunicación y distribución con la propuesta de valor actual de la empresa se determinó que el punto más importante de la empresa sin duda es la experiencia y el posicionamiento en la mente del consumidor. Ahora tenemos que apoyar a esta propuesta de valor con actividades de comunicación y distribución de la siguiente manera:

a) Comunicación

En cuanto a los canales de comunicación en donde la empresa llega a los clientes se puede mencionar los siguientes:

- Tienda ubicada estratégicamente y con fácil acceso
- Medios de comunicación televisivo y radial
- Conductores de los vehículos de transporte
- Clientes que brindan del servicio de la empresa

b) Distribución

En cuanto a la distribución de la empresa, se desarrolla con el siguiente personal y medios de distribución:

Cuadro N° 3-5 “Actividad de Distribución”

ACTIVIDAD DE DISTRIBUCION		
TIPO	DESCRIPCION	CANTIDAD
PERSONAL	Almacenero	1
	Conductores	2
	Estibadores	3
MEDIOS DE DISTRIBUCION	Camión Hyundai de 5tn	2
	Camioneta Toyota de 2tn	1

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Conclusiones:

- ❖ Analizando los canales de comunicación la empresa es receptiva ya que sus ventas las realiza por lo general dentro de la empresa.

- ❖ En cuanto a los canales de distribución, la empresa cumple de forma satisfactoria los pedidos según el contrato que se realice con el personal y los medios de distribución destinados para este fin.

3.2.1.4 Relación con los clientes

Este bloque tiene como objetivo identificar el tipo de relación que tiene la empresa con los segmentos de clientes establecidos

Del FOCUS GROUP se obtuvo lo siguiente:

¿Qué tipo de vínculo creamos con el cliente?

- Vínculo Comercial
- Vínculo Personal
- Vínculo basado en la experiencia
- Vínculo Estructural

¿Qué tipo de relación esperan nuestros clientes?

- Relación de asistencia personal exclusiva
- Aumentar la relación de colectiva comercial

¿Qué relaciones hemos establecido?

- Relación de asistencia personal
- Relación colectiva comercial

Conclusiones:

- ❖ La relación que la empresa tiene es la “Asistencia Personal” ya que la comercialización está basada en interacciones humanas, ya que hay comunicación constante para ayuda en ventas por medio de correos electrónicos, vía telefónica o visitas a la tienda comercial por los directores de la empresa.
- ❖ El vínculo más relevante de la empresa por el rubro en el cual se encuentra es el “comercial” en el cual el cliente decide a quien comprar dependiendo de los servicios que pretende recibir.

3.2.1.5 Fuentes de ingresos

Este bloque tiene como objetivo identificar las fuentes de ingreso que tiene la empresa es decir como la empresa genera ingresos de dinero de sus segmentos de mercado.

Del FOCUS GROUP se obtuvo la siguiente información:

¿Cuánto están dispuestos a pagar por la propuesta de valor?

- Contado
- Crédito 1 semana sin interés
- Crédito 2 semanas sin interés

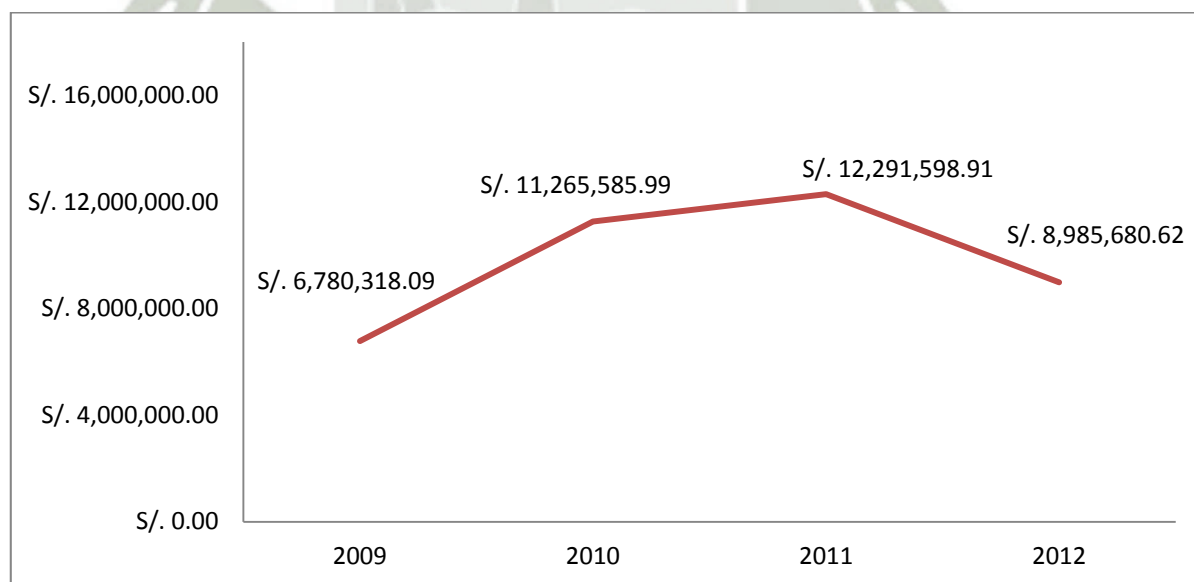
¿Cómo prefieren pagar?

- Crédito, sin lugar a duda es el medio preferido por el cliente de la empresa, la dificultad es determinar a quienes se les puede dar este beneficio ya que no se cobra interés.

Los tres segmentos identificados de la empresa llegan a tener crédito sin intereses dependiendo la responsabilidad de pago y la antigüedad comercial que se tiene.

Según la información obtenida se analiza los ingresos de la empresa en años anteriores, los resultados se pueden observar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3-6 “Ventas en Soles Según Años Anteriores”



Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

A continuación se muestra el porcentaje que representan las ventas al contado y al crédito.

Para el año 2012 donde las ventas fueron de S/. 8, 985,680.62 se produjeron ventas de S/. 1, 465,876.03 (16.31%) al crédito esto se obtuvo del cuaderno de pagos de la empresa. y una venta de S/ 7, 519,804.59 (83.69%) al contado.

Conclusiones:

- ❖ Las ventas han tenido una pendiente de crecimiento hasta el año 2011 favorablemente, el año 2012 se registró una pendiente negativa. Con respecto al año 2011 en el 2012 se obtuvo una reducción de ventas del 26.9%.
- ❖ Las ventas al contado representan en promedio el 83.69% de las ventas totales para el año 2012.
- ❖ Las ventas al crédito representan en promedio el 16.31% esta forma de venta se da por la necesidad de fidelizar a clientes y tener una mayor cobertura de los mismos.

3.2.1.6 Recursos clave

Este bloque tiene como objetivo identificar los recursos más importantes que tiene la empresa para el eficiente desenvolvimiento de la misma.

De la información recopilada del FOCUS GROUP se obtiene:

¿Qué recursos necesitamos para generar la propuesta de valor, hacerla llegar al cliente, relacionarnos con el cliente y generar ingresos?

- Tienda estratégicamente ubicada y de fácil acceso
- Vendedores y conductores capacitados
- Almacenero con alto nivel de experiencia
- Unidades de reparto eficientes
- Capacidad Financiera
- Posicionamiento de la empresa
- Software eficiente

¿Cuáles requieren los canales de comunicación y distribución?

- Tienda acondicionada
- Unidades de transporte en buen estado
- Valores e higiene del personal
- Marca de la empresa (Posicionamiento)

¿Cuál es la relación con los clientes?

- Buen trato de servicios (eficiente en entrega)
- Incentivos para fidelizarlos (créditos)

Como se puede analizar en puntos anteriores los principales recursos con los que la empresa entrega su actual “propuesta de valor” se clasifica de la siguiente manera:

Recursos Humanos

- Vendedores en tienda capacitados
- Conductores capacitados
- Almacenero con experiencia

Recursos Físicos

- Unidades de reparto
- Tienda y almacenes físicos

Recursos Financieros

- Capacidad financiera de la empresa para asumir compras y gastos

Recursos Tecnológicos de la información

- Software acondicionado al rubro del negocios

A continuación se realizara un análisis detallado de los recursos de la empresa:

a) Recursos Humanos

Como recursos humanos se cuenta con personal debidamente instruido como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3-7 “Descripción de Recursos Humanos”

Recursos Humanos				
AREA	PUESTO	CANT	G.INSTRUCCIÓN	EXPERIENCIA
GERENCIA GENERAL	Gerente General	1	Universitaria	Alta
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	Administrador	1	Universitaria	Alta
	Asistente de Administración	1	Técnico	Alta
	Contador	1	Universitaria	Alta
	Asistente de Contabilidad	1	Técnico	Alta
DEPARTAMENTO COMERCIAL	Vendedores de tienda	2	Técnico	Alta
	Almacenero	1	Secundaria Completa	Alta
	Conductor	2	Secundaria Completa	Media
	Estibador	3	Secundaria Completa	Media

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

b) Recursos Físicos
b.1) Maquinarias y Equipos

Se describe la inversión de la empresa en maquinarias y equipos:

Cuadro N° 3-8 “Descripción de las Maquinaria y Equipos”

Maquinarias y Equipos		
AREA	MAQUINARIA Y EQUIPOS	CANTIDAD
GERENCIA GENERAL	Computadora	1
	Impresora	1
	Teléfono móvil	1
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	Computadora	3
	Impresora	2
	Teléfono móvil	2
	Fotocopiadora	1
	Laptop	1
DEPARTAMENTO COMERCIAL	Computadora	2
	Impresora	2
	Teléfono	1
	Teléfono móvil	2
	Camiones (5tn)	2
	Camionetas (2tn)	1

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

b.2) Infraestructura y locales

A continuación se muestra los locales y la infraestructura de la empresa:

Cuadro N° 3-9 “Descripción de la infraestructura”

Infraestructura y Locales			
DESCRIPCION	SUPERFICIE (M2)	ALTURA	UBICACIÓN
Tienda Comercial	25	3 m	Av. El Sol (Avenida Principal)
Almacén Principal	310	5 m	Av. El Sol (Avenida Principal)
Almacén de Apoyo	240	3.4 m	Av. El Sol (Avenida Principal)

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

c) Recursos Financieros

La empresa trabaja financieramente de la siguiente manera:

Cuadro N° 3-10 Estados de Resultados de la Empresa

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS			
POR FUNCION			
Al 31 de diciembre del 2012			
(Expresado en Nuevos Soles)			
Ventas Netas (o Servicios)	S/. 8,985,680.62	100.00%	
Costo de Ventas (o Servicios)	S/. (8,710,582.05)	96.94%	
UTILIDAD BRUTA	S/. 275,098.57	3.06%	
Gastos Administrativos	S/. (76,659.64)	0.85%	
Gasto de Ventas	S/. (51,106.43)	0.57%	
RESULTADO DE OPERACIÓN	S/. 147,332.50	1.64%	
<i>Otros ingresos y (egresos)</i>			
Ingresos Financieros	-		
Ingresos Varios	S/. 223,495.31	2.49%	
Gastos Financieros	S/. (186,859.54)	2.08%	
Gastos Varios	-		
Utilidad (perdida) antes de R E I	S/. 183,968.27	2.05%	
Resultado por exposicion a la inflacion	-		
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIONES Y DEDUCCIONES E IMPUESTOS A LA RENTA	S/. 183,968.27	2.05%	
Participacion de Trabajadores	-		
Impuesto a la Renta	S/. (55,190.19)	0.61%	
UTILIDAD (O PERDIDA) DEL EJERCICIO	S/. 128,778.08	1.43%	

Fuente: La Empresa

Cuadro N° 3-11 “Estado de Situación Financiera”

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
(al 31 de diciembre del 2,012)					
Expresado en Nuevos Soles					
ACTIVO	Histórico		PASIVO GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO	Histórico	
ACTIVO CORRIENTE	31/12/2012		PASIVO CORRIENTE	31/12/2012	
Efectivo y Equivalente en Efectivo	S/. 36,064.96	1.01%	Sobregiro Bancario	-	
Valores Negociables	-		Tributos por Pagar	S/. 10,136.97	0.28%
Cuentas por cobrar comerciales	-		Cuentas por Pagar Comerciales	S/. 115,396.22	3.22%
Otras cuentas por cobrar	S/. 218,001.85	6.09%	Otras Cuentas por Pagar	S/. 2,348,390.72	65.63%
Existencias	S/. 3,178,097.46	88.81%	TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/. 2,473,923.91	69.14%
Gastos pagados por anticipado	S/. 11,365.79	0.32%	Deudas a Largo Plazo	-	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/. 3,443,530.06	96.23%	Provisión para Beneficios Sociales	S/. 32,914.34	0.92%
Cuentas por cobrar a largo plazo	-		Compensación por Tiempo de Servicios	-	
Inversiones en valores	-		TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/. 32,914.34	0.92%
Inmueble, Maquinaria y Equipo	S/. 134,819.10	3.77%	Ganancias diferidas	-	
Depreciaciones Acumuladas (-)	-		Contingencias	-	
Otros Activos	-		PATRIMONIO	S/. 0.00	0.00%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/. 134,819.10	3.77%	Capital	S/. 555,963.75	15.54%
			Capital Adicional	-	
			Reservas	-	
			Resultados Acumulados	S/. 386,769.08	10.81%
			Resultados del Ejercicio	S/. 128,778.08	3.60%
			TOTAL PATRIMONIO	S/. 1,071,510.91	29.94%
TOTAL ACTIVO	S/. 3,578,349.16	100.00%	TOTAL PASIVO, GANANCIAS DIFERIDAS Y PATRIMONIO	S/. 3,578,349.16	100.00%

Fuente: La Empresa

Cuadro N° 3-12 “Análisis de Proporciones del Estado Situacional de la Empresa”

ACTIVO CORRIENTE 96.23%	PASIVO CORRIENTE 69.14%
	PASIVO N.C. 0.92%
	PATRIMONIO 29.94%
ACTIVO N.C. 3.77%	

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Como se puede observar en los estados financieros mostrados se identifica que la empresa presenta cifras positivas interesantes lo que refleja el buen manejo actual de la empresa.

a. Recursos en Tecnología y Información

La empresa cuenta con un software que fue diseñado para la empresa, los módulos que se pueden observar son los siguientes:

- Registro de compras
- Registro de ventas
- Registro de clientes
- Registro de proveedores
- Registro contable

Conclusiones:

- ❖ Al analizar los recursos humanos se puede determinar que los directores de la empresa tienen un alto grado de instrucción y experiencia, esto refleja el buen funcionamiento de la empresa.
- ❖ En el análisis de la maquinaria y los equipos se puede observar que la distribución que se tiene es óptima, tanto los equipos dentro de la empresa y las unidades de distribución se renuevan cada 3 y 5 años respectivamente para garantizar su buen funcionamiento.

- ❖ El análisis de los recursos financieros nos muestra que la empresa es solvente y puede asumir responsablemente las compras y gastos mensuales.
- ❖ En cuanto al análisis de Tecnología de la información cabe resaltar que el software que maneja la empresa ayuda a gestionar de forma más eficiente a la empresa.

3.2.1.7 Actividades clave

Este bloque tiene como objetivo identificar los procesos más importantes que la empresa tiene con el fin de mejorar su desempeño.

De las respuestas del FOCUS GROUP se obtiene lo siguientes:

¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

- Proceso de compra de productos.
- Proceso de venta de productos.
- Proceso de control de almacenes
- Proceso administrativo.
- Uso del software.

¿Qué actividades clave requieren los canales de comunicación y distribución?

- Programación de repartos de mercadería
- Asesorías comerciales
- Promociones y descuentos.

¿Qué actividades requiere nuestra relación con los clientes?

- Visitas a los clientes por los directores
- Asesorías comerciales
- Establecer el monto de las líneas de crédito sin intereses

Del FOCUS GROUP se puede sintetizar que las actividades claves de la empresa son: Las Compras, Ventas, Almacén y la Administración

a) Proceso de Compra

El proceso de compra de la empresa se realiza de dos formas:

- la primera es por medio de las visitas periódicas de los principales vendedores quienes tienen un programa de visita la que normalmente es una vez por semana. Dichas visitas son atendidas en su mayoría por la gerencia de la empresa ya que hay metas y objetivos que cumplir según el contrato, otras veces son atendidas por la vendedora principal quien con permiso de la gerencia realiza algunos pedidos, las dos personas que realizan los pedidos se apoyan con el software de la empresa.
- La segunda es por medio de compras inesperadas o repentinas este lo realiza la gerencia de la empresa que ante un requerimiento del cliente busca al proveedor que pueda satisfacer esa necesidad y tras ponerse de acuerdo realiza la compra.

b) Proceso de Venta

Actualmente la empresa solo realiza venta “receptiva” esto quiere decir que las personas interesadas en adquirir los productos tienen que acercarse a la tienda comercial, algunas veces tratándose de clientes habituales se puede realizar la compra vía teléfono.

c) Proceso de Control de almacén

Este es un punto crítico de la empresa ya que no cuenta con buenos controles de almacenes, actualmente se desarrolla los controles por inventarios eventuales y con la ayuda del software pero en su mayoría no llegan a cuadrar lo que presenta una dificultad a la empresa.

d) Proceso Administrativo

Este proceso es de apoyo a la gerencia y su función es la supervisión de las actividades de la empresa, actualmente se centra en la supervisión del ingreso de mercadería y la actualización de la mismas en el software de la empresa.

Conclusiones:

- ❖ Por lo obtenido del FOCUS GROUP se puede identificar a las actividades clave de la empresa las cuales son el proceso de compra, venta, control de almacén y el proceso administrativo.
- ❖ La actividad crítica de la empresa es el control de almacén ya que no se tiene programas, políticas de inventarios que optimicen este punto.

- ❖ El software es fundamental como instrumento de apoyo en las actividades de la empresa agilizándolas, pero al ser un software acondicionado a la empresa es limitado y dependiente del requerimiento de la empresa.

3.2.1.8 Alianzas Clave

En este bloque se describe la red de proveedores que tiene la empresa como socios estratégicos para que camine de una forma eficiente.

Del FOCUS GROUP se obtuvo la siguiente información.

¿Quiénes son los socios estratégicos?

- Alicorp
- Deprodeca – Gloria
- Santiago Queirolo
- Todinno
- Viña Vieja
- Industria Chucarapi
- Molino Industrial Cholo
- Suvahi

¿Qué recursos clave se está adquiriendo de los principales proveedores?

- Asesores especializados en manejo de productos
- Economías de Escala
- Establecimiento de metas y objetivos

¿Qué actividades clave desarrollan nuestros aliados?

- Descuento por volúmenes de compra
- Descuento por objetivo o meta logrado por el cliente (rebate)
- Talleres grupales de capacitación.
- Entrega de los productos en los lugares destinados por la empresa.

Conclusiones:

- ❖ Los principales proveedores de la empresa son empresas reconocidas lo que garantiza la calidad de los productos que comercializa la empresa.
- ❖ Algunas empresas como es el caso de Todinno, Viña Vieja y Santiago Queirolo tienen un contrato de exclusividad en donde la empresa es el único que puede vender dichas marcas en la región de PUNO.
- ❖ Las practicas que realizan estos socios estratégicos, la empresa también lo está empezando a desarrollar.

3.2.1.9 Estructura de costos

En este bloque tiene como objetivo identificar los costos que tiene la empresa para su buen funcionamiento.

De la información obtenida en el FOCUS GROUP se obtuvo lo siguiente:

¿Cuáles son los costos inherentes más importantes?

- Costos de sueldos
- Costos de operación de las unidades de reparto
- Costos de compras de los productos
- Costo de mermas de productos

¿Cuáles son los recursos claves más costosos?

- Los sueldos del personal
- El combustible de las unidades de transporte
- Los sueldos de los estibadores eventuales

¿Cuáles son las actividades clave más costosas?

- La distribución de la mercadería
- Las actividades de oficina
- Créditos morosos (Se trabaja con dinero del banco)

Para un análisis más detallado de los costos que la empresa incurre según los departamentos que lo consumen se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3-13“Gastos de Operación”

Gastos de Operación			
AREA	Detalle	Monto	%
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	Sueldo	4300	31.85%
	Insumos	350	2.59%
	Otros	500	3.70%
DEPARTAMENTO COMERCIAL	Sueldos	6350	47.04%
	Unidades de Transporte	1350	10.00%
	Insumos	150	1.11%
	Otros	500	3.70%
TOTAL		13500	100.00%

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Conclusiones:

- ❖ El costo más importante de la empresa según el estado de resultado es el costo de ventas ya que representa 96.94%.
- ❖ El costo incurrido en los créditos morosos son significativos ya que representan 2.43% de las ventas.
- ❖ Los costos de operación son significativos ya que se trata de 12 personas y los repartos son diarios.

3.2.2 Lienzo de Canvas

Cuadro N° 3-14 “Modelo de Negocios de DASUR”

RED DE PARTNERS La empresa tiene buenas relaciones comerciales con empresas como: • ALICORP • GLORIA - DEPRODECA • TODINNO • VIÑA VIEJA • SANTIAGO QUEIROLO • INDUSTRIA CHUCARAPI • MOLINOS EL CHOLO Los recursos clave que se adquiere son: • Asesores Especializados • Economías de escala • Establecimiento de objetivos. Las actividades clave que se está adquiriendo de los proveedores son: • Descuentos por volumen y objetivo • Talleres de Capacitación • Entrega de productos a domicilio	ACTIVIDADES CLAVES Como actividades clave de la empresa se consideran: • Compras. • Ventas. • Control de Almacenes. • Proceso Administrativo. La actividad crítica en la empresa está en el Control de almacenes al no tener programas ni políticas de inventarios. RECURSOS CLAVES <u>Recursos Humanos</u>, directores con alto grado de instrucción y experiencia <u>Recursos Físicos</u>, Maquinaria y equipos nuevos y locales a cargo de la empresa <u>Recursos Financieros</u>, El Activo corriente abarca al pasivo y parte del patrimonio <u>Recursos Tecnológicos de la Información</u>, Software acondicionado propio.	OFERTA Las propuestas de valor actual que tiene la empresa es: • Venta de productos al crédito sin intereses. • Distribución a domicilio de los productos. • Venta de marcas reconocidas exclusivas • Diversificación de productos Los problemas que ayuda a resolver son: • Ahorro en tiempo. • Ahorro de dinero.	RELACIONES CON LOS CLIENTES La relación predominante de la empresa es la asistencia personal ya que las relaciones de comercialización se basan en interacciones humanas El vínculo predominante es el comercial ya que el cliente decide que comprar y en donde hacerlo. CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACION <u>Comunicación</u> • Tienda Comercial (80%) • Conductores. • Medios de comunicación (20%) <u>Distribución</u> • Dos camiones (5 Tn) • Una Camioneta (2 Tn)	SEGMENTOS DE CLIENTES La empresa tiene como clientes objetivos a: • Mypes • Instituciones Publica • Instituciones Privadas • Personas Naturales De los clientes objetivos señalados, los más importantes son las Mypes del rubro de panadería y pastelería.
ESTRUCTURA DE COSTOS Los costos más relevantes para la empresa son: • Costos de ventas 96.94% de las ventas (S/ 8,710,582.05) • Gastos operacionales que son aproximadamente S/ 13,500.00 mensuales. • Créditos morosos que representa el 2.5% de las ventas aproximadamente.		FLUJOS DE INGRESO Los ingresos más importante que la empresa tiene es por medio de las Mypes especialmente del de panadería, las ventas del 2012 fueron de S/. 8, 985,680.62 y se distribuyó de la siguiente manera: • Ventas a contado (83.69%). • Ventas a crédito sin interés (16.31%) • Las ventas a crédito surgen con el propósito de fidelizar a clientes y tener mayor cobertura de		

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

3.3 El Análisis Externo (PESTE)

El propósito de un análisis externo es elaborar una lista finita de “oportunidades” que podrían beneficiar a la empresa y de “amenazas” que deberían eludir. Como sugiere la palabra “finita”, la auditoría externa no pretende elaborar una lista exhaustiva de todos los factores que podrían influir en el negocio y por la priorización del presente trabajo estará enfocada a los factores más relevantes para la empresa y sus almacenes. Con el objetivo de identificar a las variables claves que nos darán respuestas procesables.

3.3.1 Análisis Político

Nuestro país en la actualidad goza de una estabilidad política que protege al comercio, esto debido a que nos encontramos en una democracia en desarrollo que respeta la economía de libre mercado. Actualmente la presidencia de la república está a cargo del Sr. Ollanta Humala el cual fue elegido presidente de la república con un respaldo cerca del 80% por la región de PUNO principalmente porque, entre las expectativas este sería un gobierno que miraría con ojos más cercano a las regiones.

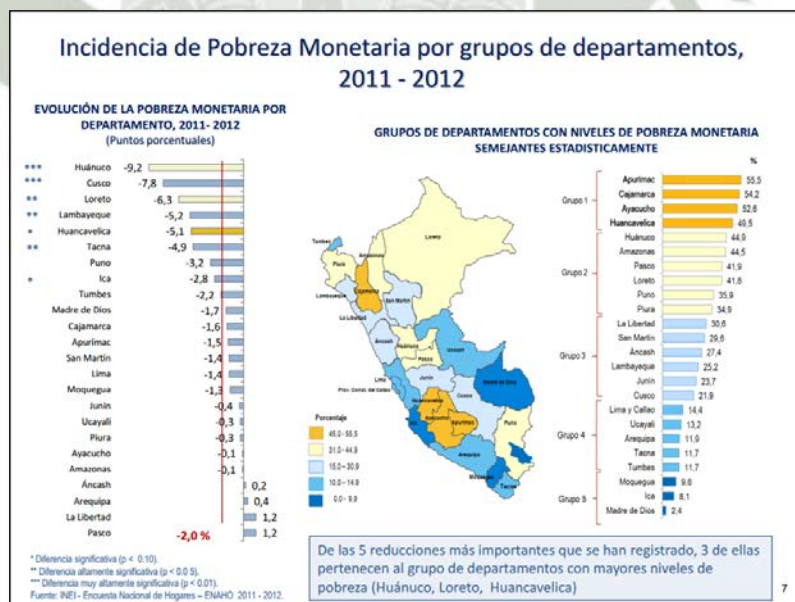
Entre los proyectos estratégicos para el desarrollo regional de PUNO, se remarcó: la priorización de obras y proyectos de desarrollo productivo, la ampliación de fronteras agropecuarias, irrigaciones, la construcción de carreteras de penetración a la selva, la inversión en educación y tecnología, la implementación de la ZONA FRANCA, la construcción del gasoducto sur, la mejora de las condiciones de entrega de las concesiones mineras e

hidrocarburos y la formalización de la minería artesanal, si como el tratamiento de la contaminación minera.

El balance del camino recorrido luego de aproximadamente 3 años de gobierno sumando y restando lo ofrecido aun es poco para la región, a lo que se suma la poca iniciativa de los congresistas por PUNO, por promover proyectos y gestionar recursos para su implementación, no obstante que tres de los cinco parlamentarios son de la bancada oficialista⁵⁹.

Hablando de un panorama más macro la pobreza todavía afecta al 25.8% de los peruanos; y, más grave aún, las tasas de pobreza sobrepasan el 50% en varias regiones del país el objetivo es lograr la igualdad de oportunidades para todos, para ello fue creado el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

GráficoN° 3-2 “Incidencia de Pobreza por Departamentos”



Fuente: www.inei.gob.pe

⁵⁹Análisis político Puno <http://lamula.pe/2012/09/12/ultimo-numero-de-la-revista-de-analisis-politico-cabildo-abierto-puno-producida-por-ser/noticiassr/>

Se puede observar que para la región de PUNO el índice de pobreza es del 35.9% que es mayor al promedio nacional, lo cual es preocupante, para lo cual se está generando empleos para atenuar el índice de pobreza gracias a un compromiso del estado en la inversión privada del país y la ejecución de los proyectos estratégicos ya mencionados.

De otro lado, paulatinamente las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) muestran su potencial dinamismo en la economía de nuestro país, constituyéndose en la base empresarial más importante del país y siendo una fuente generadora de empleo. El Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas.

Otro punto importante a mencionar en Puno es el contrabando el cual recorre las carreteras, transita una y otra vez por puentes, se sube en lanchas a pocos metros de los puestos policiales. Llega desde Bolivia, desde Brasil y Chile, y abastece los mercados de Puno y Juliaca con televisores HD y laptops, con ropa, alimentos a bajo precio, con licores a mitad de precio. Un delito nada nuevo. La poca efectividad para combatirlo tampoco es una novedad.

En Puno, el contrabando no tiene miedo. En vez de ello, tiene armas, teléfonos satelitales, tiene informantes y capacidad logística que su contrincante, el Estado, no. Por ello las camionetas de incautación no pueden enfrentarse a diario a los tráileres de la mafia que los botan de las pistas o a los lancheros que los expulsan de lo que ellos consideran zona liberada.

“La población tampoco ayuda”, dice José San Martín, fiscal de Puno especializado en delitos aduaneros. Ante un enfrentamiento con las mafias, los juliaqueños salen en defensa de los que llevan la mercadería. Así el contrabando sistematizado avanza.

Cifras de más de 1.500 millones de dólares se generan en el contrabando anualmente en el país. Se calcula que el 80% de esta cantidad proviene de la zona sur, básicamente Puno y Tacna. Además emplea a 100 mil personas. Cabe mencionar que este delito tiene una pena de 6 años de cárcel que pueden afrontar las personas que comercializan productos procedentes del contrabando de acuerdo con la ley de delitos aduaneros⁶⁰.

Por ultimo mencionaremos algunas regulaciones gubernamentales que estén relacionadas con el giro de la empresa:

- Ley de la promoción de microempresas y pequeñas empresas, decreto legislativo 705.
- Ley general de la pequeña y microempresa, Ley N° 27268.
- LEY N°29173 “Régimen de percepciones del Impuesto General a las Ventas”.
- Ley N° 28015 Régimen Laboral General del D.S. N°003 97- TR (TUO D. Leg.728).
- Ley General de Salud Ley N° 26842.
- Nuevo reglamento aplicado a los almacenes. Ley 29783.

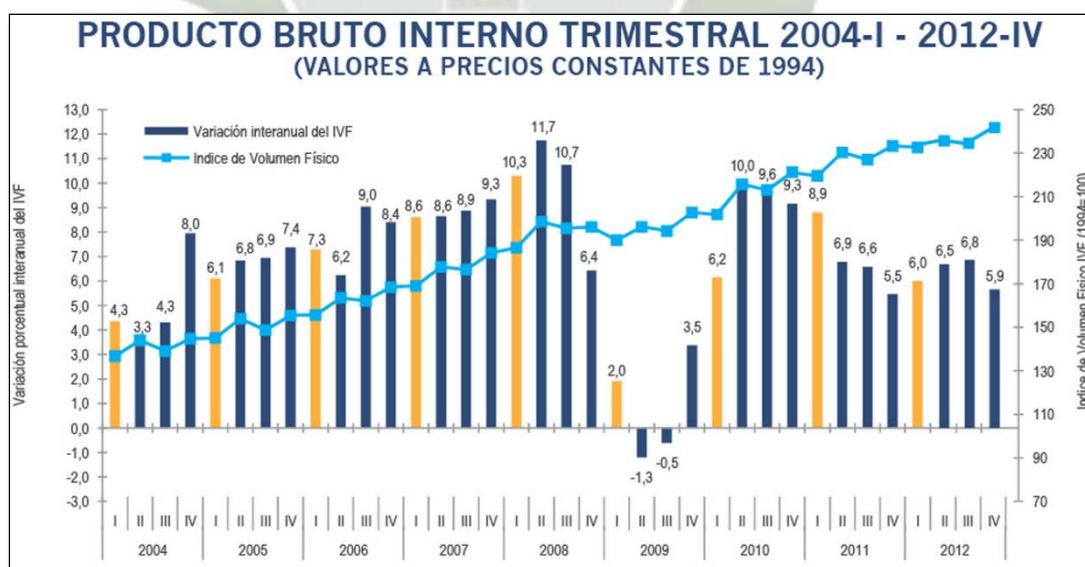
⁶⁰<http://elcomercio.pe/peru/1340099/noticia-contrabando-avanza-impune-puno>

3.3.2 Análisis Económico

La economía del PERÚ actualmente se encuentra en crecimiento y cada vez trae más inversionistas lo que podríamos considerar como una señal de crecimiento y confianza, Se estima que el PERÚ seguirá en crecimiento con un 6.5% en el 2013 y un 6.3% en el 2014 lo que también se ve reflejado en la bolsa de Lima, esto se debe principalmente a que el país goza de una democracia en desarrollo que respeta la economía del libre mercado según lo tipificado en nuestra constitución.

El Producto Bruto Interno (PBI) del PERÚ lograría crecer más del 6% en el año 2013⁶¹, de lo que la inversión privada crecerá en torno al 8.2% y alcanzara el 21.6% del PBI en el 2013. En tanto la inversión pública aumentara en 14.3% y representara el 5.8% del PBI

GráficoN° 3-3 “Tasa del Crecimiento del PBI”



Fuente: www.inei.gob.pe

⁶¹PBI <http://www.larepublica.pe/10-05-2013/economia-peruana-crecera-por-encima-del-6-este-2013>

GráficoN° 3-4 “PBI del PERÚ según sectores”

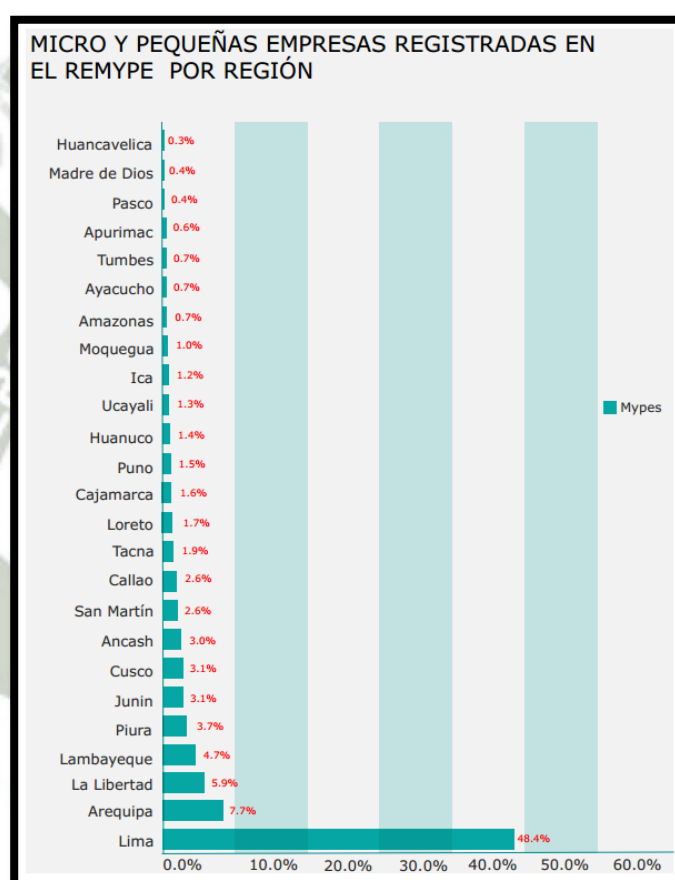

Fuente: www.inei.gob.pe

Gracias al crecimiento del PBI se espera crecer de forma sostenida en los sectores que lo componen como es el caso del sector comercial que tuvo un crecimiento del 8.82% para el 2011 con una proyección de crecimiento del 8.5% en el 2013

Según cifras del Ministerio de la Producción (Produce), en el PERÚ ocho de cada diez empresas son consideradas Mypes las que constituyen el 98.6% de las empresa en el país, generan el 77% del empleo anual y representa el 42% del producto bruto interno(PBI), El 80% de estas Mypes fracasan antes de cumplir un año, sobreviven solo el 20%, esto es debido principalmente a que

los pequeños empresarios no cuentan con asesores y dinero y debido a esta barrera cierran sus Mypes y se refugian en la informalidad.

Gráfico N° 3-5 “Empresas inscritas en el REMYPE, por actividad económica y tipo de empresas, octubre del 2008 a mayo del 2010”



Fuente: www.crecemype.pe – Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Gráfico N° 3-6 “Empresas inscritas en el REMYPE, por tamaño de empresa y número de trabajadores, de octubre del 2008 al 28 de mayo del 2010”

Tipo de Empresa	Total de empresa por segmento	%	Total número de trabajador	%	Promedio de trabajadores
Micro empresa	72,676	84%	175,611	74%	2.4
Pequeña empresa	13,747	16%	62,828	26%	4.6
TOTAL	86,423	100	238,439	100	

Fuente: www.crecemype.pe – Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Gráfico N° 3-7 “Número de empresas inscritas en REMYPE por región, según tamaño de empresa y número de trabajadores, mayo del 2010”

Nº	Región	Total Micro Empresa (1)	Total Micro Empresa (2)	Total Empresa (1) + (2)	%
1	Lima	34,273	7,515	41,788	48,353
2	Arequipa	6,023	637	6,660	7,706
3	La Libertad	4,376	680	5,056	5,85
4	Lambayeque	3,683	356	4,039	4,674
5	Piura	2,632	524	3,156	3,652
6	Junin	2,341	352	2,693	3,116
7	Cusco	2,339	310	2,649	3,065
8	Ancash	2,066	545	2,611	3,021
9	San Martin	1,973	304	2,277	2,635
10	Callao	1,874	382	2,256	2,61
11	Tacna	1,434	183	1,617	1,871
12	Loreto	1,174	324	1,498	1,733
13	Cajamarca	1,109	295	1,404	1,625
14	Puno	1,136	146	1,282	1,483
15	Huanuco	1,028	146	1,174	1,358
16	Ucayali	872	248	1,120	1,296
17	Ica	863	187	1,050	1,215
18	Moquegua	810	69	879	1,017
19	Amazonas	483	121	604	0,699
20	Ayacucho	469	113	582	0,673
21	Tumbes	487	84	571	0,661
22	Apurimac	405	85	490	0,567
23	Pasco	304	66	370	0,428
24	Madre de Dios	277	35	312	0,361
25	Huancavelica	245	39	284	0,329
26	No data departamento	0	1	1	0,001

Fuente: www.crecmype.pe – Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Como podemos observar en los cuadros anteriores PUNO tiene registrado como Mypes el 1.5% (1483 empresas entre micro y medianas aproximadamente) por lo cual existe bastante informalidad.

3.3.3 Análisis Social

Actualmente el la presidencia de la republica representado por el Sr. Ollanta Humala Tasso ha establecido programas sociales con el fin de ayudar a los más pobres, como se observó en el Cuadro N° 3-11 “Incidencia de Pobreza por Departamentos”. PUNO es un distrito que presenta un nivel de pobreza mayor al porcentaje de pobreza nacional, los programas sociales son los siguientes:

“CUNA MÁS”, “BECA 18”, “PENSION 65”, “TRABAJA PERU”, “JOVENES A LA OBRA” y “SAMU”, entre otros, y se ha ampliado la cobertura de mecanismos existentes, tales como “JUNTOS” y “FONCODES”. Programa de Alimentación Escolar QALI WARMA, “Muévete Perú”, “Come Rico, Come Sano, Come Peruano”, “Kioscos y Loncheras Saludables” que buscan desarrollar en las personas y en la comunidad una actitud responsable en el cuidado de la propia salud. Estos programas están destinados a atender a grupos vulnerables específicos.

En la ciudad de PUNO se caracteriza por tener empresas pequeñas en su mayoría las funcionan en su mayoría por el núcleo familiar, consideramos

también que uno de los rubros que más se destacan es el rubro de la comercialización.

GráficoNº 3-8 “Promedio de Empresas del sector privado por Cantidad de Trabajadores según regiones 2011”

REGIONES	TAMAÑO DE EMPRESA							TOTAL PROMEDIO MENSUAL
	1 - 4	5 - 9	10 - 19	20 - 49	50 - 99	100 - 499	500 o Más	
AMAZONAS	888	88	26	11	1	2	-	1 016
ANCASH	4 915	610	290	120	34	29	5	6 003
APURÍMAC	589	76	24	12	4	1	2	707
AREQUIPA	12 162	1 977	861	391	140	118	18	15 667
AYAUCUCHO	815	109	46	29	8	5	-	1 012
CAJAMARCA	2 210	389	195	106	38	27	1	2 966
CALLAO	4 718	1 046	608	307	155	144	36	7 015
CUSCO	4 345	708	287	138	36	25	2	5 540
HUANCAVELICA	197	23	9	13	3	2	1	248
HUÁNUCO	1 643	242	99	31	9	5	1	2 029
ICA	3 772	665	328	136	51	52	19	5 022
JUNÍN	3 880	640	198	99	41	32	7	4 798
LA LIBERTAD	8 666	1 666	666	277	100	92	21	11 364
LAMBAYEQUE	7 039	1 030	397	141	53	35	10	9 355
LIMA	84 722	18 423	9 695	4 907	2 036	1 867	526	122 175
LORETO	2 512	500	244	83	34	30	4	3 407
MAURICE DE DIOS	696	134	53	17	5	4	-	908
MOQUEGUA	1 164	158	70	37	10	13	-	1 452
PASCO	825	132	53	34	6	7	1	1 058
PIURA	5 600	1 089	578	241	105	63	21	7 697
PUNO	1 683	257	125	43	15	13	1	2 136
SAN MARTÍN	2 548	428	152	52	22	13	2	3 217
TACNA	2 471	399	158	60	16	12	4	3 120
TUMBES	823	125	57	29	8	5	1	1 048
UCAYALI	1 631	350	179	49	22	19	3	2 254
NO DETERMINADO	1 183	74	27	10	1	-	-	1 295
TOTAL PROMEDIO	162 334	31 138	15 413	7 370	2 950	2 617	685	222 507

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

En el PERÚ, enfocándonos en el sector privado encontramos diversas ocupaciones de las que se mostraran en el siguiente cuadro, debido a esto se puede evaluar que existe bastante tendencia a ocupaciones en áreas de seguridad, agricultura, oficina y comercio.

**GráficoNº 3-9 “Ocupaciones de Mayor Frecuencia en el sector privado
por trimestres y sexo 2011”**

OCUPACIONES	TRIMESTRES								Promedio Trimestral	
	1er Trimestre		2do Trimestre		3er Trimestre		4to Trimestre			
	Sexo		Sexo		Sexo		Sexo		Sexo	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
VIGILANTE DE SEGURIDAD	81 465	2 887	82 980	3 012	86 080	3 173	88 396	3 233	84 730	3 076
EMPLEADO DE OFICINA, OTROS	38 450	23 549	42 279	26 722	42 733	26 103	38 694	24 333	40 539	25 177
PEÓN CONSTRUCCIÓN	48 815	470	51 087	477	55 807	619	58 365	726	53 518	573
OBREIRO AGRÍCOLA, AYUDANTE	26 486	16 755	30 676	17 143	35 433	23 361	38 616	26 372	32 803	20 908
AUXILIAR DE OFICINA	27 293	21 908	28 486	23 426	27 187	22 415	31 687	25 185	28 663	23 234
SECRETARIA	1 234	39 751	1 307	41 606	1 360	42 585	1 356	42 238	1 314	41 545
VENDEDOR, COMERCIO	21 916	17 778	23 140	18 945	23 440	19 778	23 382	20 312	22 970	19 203
EMPLEADO DE OFICINA EN GENERAL	22 334	14 567	22 822	15 240	23 948	16 208	24 087	16 179	23 298	15 549
EMPLEADO, BANCOS	17 141	18 638	17 383	19 198	17 009	19 009	17 243	19 426	17 194	19 068
OBREIRO TEXTIL	22 025	13 599	23 654	15 438	21 826	13 330	20 551	12 630	22 014	13 749
EMPLEADO, EDIFICIO/APARTAMENTOS(LIMPIEZA)	16 637	12 659	19 254	16 227	19 124	16 764	17 175	13 811	18 048	14 866
ALMACENERO	28 111	2 339	29 657	2 482	30 058	2 572	31 177	2 722	29 751	2 529
EMPLE. DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS, OTROS	16 016	13 427	17 055	14 594	17 180	14 603	17 037	15 118	16 822	14 436
AGENTE, VENTAS	12 601	15 151	13 525	16 491	14 657	17 135	15 302	18 128	14 021	16 726
OBREIROS DE LA FABRIC. DE PROD. DERIVADOS	19 629	7 450	21 298	7 693	21 698	8 994	23 054	10 152	21 420	8 572
CHOFER PARTICULAR	24 520	118	26 129	133	27 246	151	27 208	128	26 276	132
TRABAJADOR AGRÍCOLA	14 249	7 936	15 413	9 790	15 865	11 545	17 502	13 143	15 757	10 604
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS	14 011	8 845	15 000	9 539	15 504	9 880	15 431	9 797	14 986	9 515
TÉCNICO MECANICO	22 397	177	24 280	177	24 736	171	24 945	173	24 089	174
CONDUCT. DE AUTOBUS, AUTO, CAMIÓN,FURGÓN	20 775	116	22 835	105	24 178	101	24 839	96	23 157	105
ADMINISTRADORES, OTROS	13 062	8 849	13 653	9 124	14 142	9 440	14 187	9 456	13 761	9 217
PROFESOR, EDUCACIÓN SUPERIOR	10 194	5 241	15 104	8 077	14 113	7 531	15 184	7 835	13 649	7 171
PEÓN GENERAL	14 059	1 355	16 379	2 667	17 653	3 117	18 899	3 091	16 748	2 558
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN	11 659	6 188	12 164	6 423	12 343	6 636	12 330	6 630	12 124	6 469
MINERO EN GENERAL	17 578	126	18 279	130	18 614	145	18 929	147	18 350	137
PROFESOR, UNIVERSIDAD, OTROS	8 963	4 541	13 095	6 922	12 212	6 292	13 812	7 218	12 021	6 243
PROFESOR DE ENSEÑANZA PRIMARIA	1 924	8 586	3 478	16 303	3 589	16 784	3 489	16 405	3 120	14 520
EMPLE. DEPENDIENTE DE TIENDA, COMERCIO	6 796	4 861	9 945	6 978	10 419	7 229	10 636	7 319	9 449	6 597
TÉCNICO, ELECTRICISTA	14 655	234	15 860	255	16 151	159	16 127	163	15 698	203
CONTADOR	7 953	6 519	7 991	6 691	8 035	6 787	7 784	6 642	7 941	6 660
MOZO	10 254	2 671	10 762	3 031	11 574	3 321	11 834	3 421	11 106	3 111
AGENTE, SERVICIOS A LAS EMPRESAS	8 015	4 539	9 276	5 926	8 663	5 187	7 927	5 275	8 470	5 232
COCINERO	10 254	3 763	8 974	3 520	9 582	3 788	9 993	4 104	9 701	3 794
JEFE DE EMPLEADOS DE OFICINA, OTROS	7 405	3 758	8 922	4 475	9 064	4 818	9 176	4 896	8 642	4 487
CONDUCTORES DE CAMIONES PESADOS	11 977	30	12 965	52	13 672	65	13 511	51	13 031	49
AUXILIAR, CONTADOR	4 544	7 783	4 785	8 090	4 914	8 413	4 920	8 410	4 791	8 174
SUPERVISOR DE CAMPO	9 336	1 800	10 809	2 020	11 676	2 151	11 841	2 214	10 915	2 046
TRABAJADOR EN LA CONSTRUCCION Y REPARACIONES	11 039	74	11 753	75	13 240	115	13 508	163	12 385	107
OBREIRO AGRICOLA DE ARBOLES FRUTALES	7 970	5 454	5 845	2 433	8 135	5 499	8 735	5 844	7 671	4 808
EMPLEADO, ALMACENAJE Y APROVISIONAMIENTO	10 410	1 815	10 347	1 709	10 141	2 138	9 940	2 256	10 210	1 979
SUPERVISOR DE PRODUCCION	8 655	2 091	9 719	2 324	9 969	2 423	10 216	2 475	9 640	2 328
OPERADOR, TELECOMUNICACIONES	4 712	5 748	5 270	6 430	5 440	6 683	5 536	6 479	5 240	6 335
REPRESENTANTE, VENTAS/COMERCIO	6 129	4 490	6 560	4 830	6 523	4 997	6 424	5 003	6 409	4 830
TÉCNICOS ADMINISTRADORES, OTROS	7 523	2 978	7 934	3 129	8 409	3 221	8 220	3 174	8 022	3 125
EMPLEADO, CONTABILIDAD	4 004	6 395	4 146	6 641	4 166	6 771	4 149	6 696	4 116	6 626
MANIPULADOR, PESCADO	3 513	3 412	6 307	6 177	6 163	5 988	5 398	5 743	5 345	5 330
COORDINADOR	6 238	3 954	6 489	4 202	6 428	4 315	6 537	4 470	6 423	4 235
VENDEDOR, FARMACIA	2 658	7 481	2 664	7 668	2 754	7 995	2 790	8 230	2 717	7 843
LIMPIADOR DE: FABR., HOTEL, OFIC. Y RESTAUR.	6 253	2 599	7 113	3 605	7 219	3 801	7 488	4 054	7 018	3 515
EMPLEADO, CREDITOS	6 225	4 138	6 054	4 120	6 052	4 146	6 284	4 263	6 154	4 167
TRABAJADOR AGRICOLA CALIF., CULTIVO EXT.	6 539	5 351	6 340	4 580	3 759	3 688	4 596	4 669	5 309	4 572
DESPACHADOR DE GASOLINA	6 560	3 141	6 544	3 286	6 602	3 439	6 438	3 452	6 536	3 330
OBREIRO AVICULTOR, AYUDANTE	5 813	301	10 027	730	10 228	831	10 476	932	9 136	699
CAJERO, TIENDA	1 706	7 104	1 965	7 849	1 775	7 591	1 779	7 938	1 806	7 621
INGENIERO CIVIL	7 799	1 097	8 220	1 180	8 459	1 179	8 432	1 236	8 228	1 173
OTROS	1 016 417	437 699	1 005 469	434 037	1 028 641	446 209	1 041 215	459 144	1 022 936	444 272

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Otro punto a tratar es la población económicamente activa (PEA) en la región de PUNO que presenta una tasa de actividad del 82% con un nivel de desempleo del 2.3% considerando al PEA, lo que nos indica que la mayoría de personas que están aptas para trabajar se encuentran trabajando y esto provoca un mejor crecimiento como región a nivel nacional.

GráficoN° 3-10 “Principales indicadores del mercado de trabajo según departamentos 2012”

Departamento	Población en Edad de Trabajar (PET) 1/	Población Económicamente Activa (PEA) 2/			Indicadores (%)		
		Total	Ocupada 3/	Desocupada 4/	Tasa de actividad	Ratio empleo / población	Tasa de desempleo 5/
Perú	21 939 862	16 142 123	15 541 484	600 639	73,6	70,8	3,7
Amazonas	289 897	225 480	221 647	3 833	77,8	76,5	1,7
Áncash	809 526	607 702	584 379	23 323	75,1	72,2	3,8
Apurímac	308 826	246 245	240 702	5 543	79,7	77,9	2,3
Arequipa	950 788	660 706	628 875	31 832	69,5	66,1	4,8
Ayacucho	448 282	333 703	320 914	12 789	74,4	71,6	3,8
Cajamarca	1 052 454	778 378	768 061	10 317	74,0	73,0	1,3
Prov. Const. del Callao	748 160	521 427	487 499	33 928	69,7	65,2	6,5
Cusco	927 394	749 155	734 676	14 480	80,8	79,2	1,9
Huancavelica	303 351	254 383	249 523	4 860	83,9	82,3	1,9
Huánuco	575 513	444 883	431 172	13 711	77,3	74,9	3,1
Ica	564 610	415 533	394 190	21 343	73,6	69,8	5,1
Junín	920 380	694 964	677 942	17 021	75,5	73,7	2,4
La Libertad	1 303 685	947 811	911 126	36 685	72,7	69,9	3,9
Lambayeque	903 246	636 171	616 348	19 823	70,4	68,2	3,1
Lima	7 181 937	5 106 983	4 866 262	240 721	71,1	67,8	4,7
Loreto	670 579	500 687	485 418	15 269	74,7	72,4	3,0
Madre de Dios	91 211	74 283	72 339	1 944	81,4	79,3	2,6
Moquegua	135 941	103 914	98 312	5 602	76,4	72,3	5,4
Pasco	204 847	158 754	152 120	6 634	77,5	74,3	4,2
Piura	1 269 842	898 269	867 858	30 411	70,7	68,3	3,4
Puno	955 224	783 615	765 245	18 370	82,0	80,1	2,3
San Martín	571 999	425 377	415 880	9 497	74,4	72,7	2,2
Tacna	247 663	179 173	169 581	9 592	72,3	68,5	5,4
Tumbes	171 471	129 325	123 224	6 102	75,4	71,9	4,7
Ucayali	333 037	265 200	258 190	7 010	79,6	77,5	2,6

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Enfocándonos en la región de PUNO podríamos considerar que la ocupación de comercialización es una de las más importantes como se detalla en el siguiente cuadro:

**GráficoN° 3-11 “Distribución de la PEA ocupada por grupo ocupacional,
según departamento, 2012”**

Departamento	Profesional, técnico, gerente, administrador y funcionario 1/	Empleado de oficina 2/	Vendedor	Agricultor, ganadero, pescador, minero y cantero 3/	Artesano y operario 4/	Obrero, jornalero 5/	Conductor 6/	Trabajador de los servicios 7/	Trabajador del hogar 8/	Total relativo	PEA ocupada
Perú	13,4	7,3	16,5	25,0	11,4	4,3	5,8	13,6	2,6	100,0	15 541 484
Amazonas	8,6	3,1	8,6	61,1	5,2	2,7	3,5	6,5	0,7	100,0	221 647
Áncash	11,0	5,4	15,9	34,0	10,1	4,9	5,8	11,3	1,4	100,0	584 379
Apurímac	9,4	2,8	11,2	58,4	4,0	4,9	2,2	6,2	1,0	100,0	240 702
Arequipa	16,4	7,6	16,9	15,2	13,9	4,6	7,2	15,9	2,4	100,0	628 875
Ayacucho	9,0	4,0	13,4	54,2	4,7	3,3	3,7	6,5	1,1	100,0	320 914
Cajamarca	9,8	3,1	10,7	54,0	7,9	4,1	3,6	5,8	1,1	100,0	768 061
Prov. Const. del Callao	13,8	13,4	19,0	0,6	15,4	4,4	7,2	22,6	3,7	100,0	487 499
Cusco	10,9	5,9	15,2	37,7	8,4	6,6	4,2	10,3	0,8	100,0	734 676
Huancavelica	4,7	2,2	9,5	70,0	2,7	3,0	1,9	5,5	0,5	100,0	249 523
Huánuco	9,4	3,5	11,8	52,6	6,6	3,3	4,2	7,3	1,4	100,0	431 172
Ica	11,5	5,8	19,6	19,2	11,7	5,9	8,1	15,8	2,4	100,0	394 190
Junín	11,1	4,2	14,6	37,1	9,9	4,0	4,4	13,0	1,7	100,0	677 942
La Libertad	11,0	5,6	15,3	25,8	12,7	5,3	6,1	14,2	3,8	100,0	911 126
Lambayeque	11,6	4,7	19,9	24,0	9,7	4,5	9,0	14,4	2,4	100,0	616 348
Lima	19,0	12,0	18,6	3,3	16,0	3,4	6,1	17,4	4,2	100,0	4 866 262
Loreto	12,0	5,0	16,7	32,8	6,0	4,3	6,1	14,9	2,3	100,0	485 418
Madre de Dios	16,3	7,7	16,9	23,3	6,8	5,8	8,0	13,8	1,3	100,0	72 339
Moquegua	14,3	9,4	12,6	25,6	8,8	8,9	4,7	14,0	1,7	100,0	98 312
Pasco	10,5	5,5	11,9	46,3	8,4	3,6	4,1	8,9	0,7	100,0	152 120
Piura	9,8	4,8	18,9	29,3	8,4	5,8	6,9	13,7	2,3	100,0	867 858
Puno	7,8	2,6	16,1	46,4	9,9	5,6	3,9	6,8	0,9	100,0	765 245
San Martín	11,0	5,3	13,0	46,1	6,8	3,4	4,7	8,3	1,3	100,0	415 880
Tacna	14,0	9,3	19,7	14,7	10,3	6,6	8,4	15,6	1,6	100,0	169 581
Tumbes	12,9	6,1	21,1	14,0	8,7	5,1	12,2	18,1	1,8	100,0	123 224
Ucayali	10,8	4,7	17,9	24,7	11,5	3,9	8,6	15,6	2,2	100,0	258 190

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

**GráficoN° 3-12 “Ingreso Laboral Mensual Promedio de la PEA ocupada,
según departamentos, 2001-2012”**

Departamento	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Perú	637	712	725	675	674	725	813	893	964	987	1 069	1 155
Amazonas	413	342	398	428	372	449	539	642	716	805	784	858
Áncash	403	521	433	521	556	567	623	731	768	870	940	973
Apurímac 1/	321	321	339	401	374	440	432	492	520	634	598	619
Arequipa	676	620	666	647	643	677	819	990	1 058	1 123	1 254	1 298
Ayacucho	286	349	340	378	366	375	478	519	579	645	747	749
Cajamarca	352	458	403	411	430	457	474	551	649	724	793	811
Prov. Const. del Callao	850	764	789	889	785	826	975	1 096	1 238	1 219	1 189	1 329
Cusco	456	417	377	388	411	463	582	651	761	773	888	973
Huancavelica 2/	391	341	319	310	281	263	380	428	493	560	614	641
Huánuco 2/	363	297	299	326	333	384	462	532	571	622	719	846
Ica 3/	502	674	626	766	783	872	702	796	893	924	999	1 022
Junín	482	650	551	556	539	612	678	796	800	797	916	975
La Libertad 4/	451	507	489	567	585	594	815	761	921	887	893	1 000
Lambayeque	589	661	572	527	499	536	592	641	677	716	758	842
Lima	930	1 108	1 196	987	1 000	1 054	1 144	1 235	1 297	1 286	1 391	1 516
Loreto	635	512	491	473	491	577	663	726	773	864	888	977
Madre de Dios	744	729	690	798	901	1 043	1 089	1 249	1 411	1 495	1 833	1 865
Moquegua	717	666	745	730	828	895	1 133	1 332	1 371	1 541	1 563	1 779
Pasco 2/	535	462	410	492	511	492	641	748	809	893	895	835
Piura	478	467	410	465	445	525	549	621	761	742	856	886
Puno	389	379	368	381	350	375	413	467	508	587	632	720
San Martín	450	392	358	418	438	454	663	774	811	882	993	1 033
Tacna	663	681	726	757	806	887	907	1 033	1 052	1 125	1 136	1 242
Tumbes	519	529	537	667	739	755	873	781	854	911	1 035	1 113
Ucayali	522	556	483	561	609	565	759	772	851	824	963	1 014

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

Para culminar el análisis social nos enfocaremos en el ingreso laboral del PEA como se puede observar en el cuadro anterior en la región de PUNO los ingresos del PEA han ido creciendo de manera significativa y se estima un crecimiento del 14% aproximadamente para el año 2013, esto es importante ya que nos indica que nos encontramos en un sector que tiene un crecimiento sostenido.

La tasa de crecimiento que presenta la región de puno para los años 2005-2010 es de 1.1% y para los años 2010-2015 es de 1.0% que es inferior a la tasa que tiene el Perú que es de 1.3%.⁶²

3.3.4 Análisis Tecnológico

La tecnología cada vez nos facilita la vida y nos ayuda a tener mayores ventajas para desarrollarnos y resolver problemas de manera más eficiente. Hoy en día es muy importante porque conforme van apareciendo nuevos medios y herramienta optimizan los procesos y disminuyen costos logrando ventajas competitivas en costos, imagen y calidad.

En el ámbito de la empresarial se puede integrar la utilización de pequeñas ERP y MRP para empresa de comercialización y distribución que manejan grandes niveles de inventarios, las cuales presentarían ventaja en calidad de servicio y tienen un precio accesible

También encontramos en el mercado portales electrónicos y el uso de redes sociales las cuales tienen altos índices de llegadas a mercados objetivos de las

⁶²Tasa de crecimiento <http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0005/CAP-52.htm>

empresas que lo utilicen, es de uso sencillo y aplicable a cualquier empresa.

Como es el caso de las páginas Web y Facebook

Gráfico N° 3-13 “Población de 6 años y más por grupos de edad y frecuencia del uso de internet”

Año / Trimestre	6 a 24 años			25 y más		
	Una vez al día	Una vez a la semana	Una vez al mes o cada dos meses o más	Una vez al día	Una vez a la semana	Una vez al mes o cada dos meses o más
Indicadores anuales						
2007	21,1	62,5	16,4	35,6	47,7	16,7
2008	21,5	61,7	16,7	36,5	46,3	17,1
2009	24,0	60,5	15,5	39,9	44,7	15,5
2010	29,2	56,9	13,9	42,1	43,4	14,5
2011	32,2	57,2	10,6	44,2	44,3	11,5
Indicadores trimestrales						
2010						
Ene-Feb-Mar	28,6	56,1	15,3	40,6	43,3	16,1
Abr-May-Jun	27,1	58,4	14,5	41,9	43,2	14,9
Jul-Ago-Set	31,7	55,9	12,4	42,1	45,0	12,9
Oct-Nov-Dic	29,2	57,0	13,8	44,6	41,4	13,9
2011						
Ene-Feb-Mar	30,2	57,6	12,2	41,9	46,8	11,3
Abr-May-Jun	32,7	56,0	11,3	44,0	44,4	11,6
Jul-Ago-Set	32,8	57,1	10,1	46,1	41,9	12,0
Oct-Nov-Dic	34,3	56,7	9,0	44,8	44,3	11,0
2012 P/						
Ene-Feb-Mar	32,8	57,1	10,1	45,3	44,3	10,4
Abr-May-Jun	32,5	58,5	9,0	41,3	49,9	8,8
Jul-Ago-Set	35,8	56,4	7,8	49,1	42,0	8,9
Oct-Nov-Dic	36,5	56,1	7,4	46,4	43,2	10,4
Variación absoluta						
Oct-Nov-Dic12 / Nov-Dic11	Oct- 2,2	-0,6	-1,6	1,6	-1,1	-0,6

Fuente: www.inei.gob.pe

Para culminar este análisis tecnológico mencionamos que hoy las empresas en el mundo utilizan varios tipos de software que se adapten a sus negocios. Antes se utilizaban los libros de contabilidad y calculadora para recopilar información en varias hojas, sobre ventas y emisión de facturas para los clientes. Aparte de los registros regulares de las tiendas, todo lo que hoy se usa está completamente automatizado. Esta gran revolución en el mundo de la informática trajo consigo un gran cambio para las empresas y el modo en que estas dirigen sus operaciones de negocios. A través del uso del software se puede asegurar que su negocio no sólo tenga un giro más exitoso, sino que además exista un ahorro considerable en tiempos y mayores ingresos.

Hoy en día hay muchos tipos de software adecuados para casi cualquier tipo de negocio. Hay un software sencillo para las tiendas, donde no sólo se marcan las ventas diarias, semanales, mensuales y anuales, .Mediante el uso de un [programa](#) que se aloja en un servidor web, Ud. tiene la capacidad de conectarse con cualquier persona que esté en el mismo sistema de su organización. Las pequeñas empresas están usando esto para ayudar a reducir sus costos de almacenamiento.

Aparte del software para negocios simples y complicados existen los diseñados a medida que son desarrollados para determinados tipos de empresas. Hay muchas empresas que tienen necesidades más específicas o dueños de negocios que tienen una preferencia en cuanto a la forma en que quieren que su software ofrezca opciones para trabajar y consultar. Software que van desde la simple reunión de información hasta un amplio control de múltiples

empresas y al ajuste específico para una necesidad de cada área. Mejorando sus procesos e integraciones.

Este tipo de software hace que no sólo el negocio funcione mejor, sino que también ahorre dinero y tiempo. La satisfacción del cliente es muy importante, y con el software de este tipo se puede garantizar que todo se haga correctamente y que no haya errores.⁶³

3.3.5 Análisis Ecológico

No se identifica problemas de impacto significativo al medio ambiente en la comercialización y distribución de productos alimenticios y no alimenticios.

La mayoría de proveedores de las diferentes líneas de productos son empresas productoras que trabajan con altos estándares del cuidado ambiental. Sin embargo en zonas rurales se ha identificado leves problemas de contaminación por el mal uso de los residuos de productos masivos.

PUNO se encuentra ubicado principalmente en la ecorregión del Perú denominada “PUNA” la cual presenta un clima de montaña, frío y seco, aunque según la posición geográfica y la altura se pueden observar diferentes variaciones. La puna tiene elevada sequedad atmosférica, es calurosa en el día y muy fría en la noche. Suele presentar precipitaciones estivales de lluvia, granizo y nieve de diciembre a abril, especialmente en enero y febrero (llamado también invierno andino), que determina un clima húmedo en esta época. En

⁶³<http://softwareparanegocios.blogspot.com/p/uso-de-un-software.html>

las zonas más bajas el clima es templado y en los pisos altos nivales el clima es polar.⁶⁴

Estos Climas podrían llevar a afectar incluso a malograr los productos que comercializan las empresas de distribución de alimentos.



⁶⁴Ecorregión: <http://es.wikipedia.org/wiki/Puna>

3.4 El Área de Almacén

3.4.1 Las Líneas de Productos

Cuadro N° 3-15 “Líneas de Productos”

ABARROTES	LICORES
HARINAS	PISCO
ACEITES	RON
ARROZ	VINOS
AZUCAR	CHAMPAN
LECHES	ANISADOS
YOGURT	VODKA
FIDEOS	CREMAS DE LICOR
MANTECAS	JARABES DE LICOR
MARGARINAS	WHISKY
AVENAS	TABACOS
CHOCOLATES	
COCOAS	
TE - MATES	
MERMELADAS	
JUGOS	
CONSERVAS DE FRUTA	
GALLETAS	
GELATINAS - FLAN - PUDIN	
REFRESCOS	
MENESTRAS	
ESPECERIA	
CAFES	
MAZAMORRAS	
SEMOLAS	
GOLOSINAS	
CEREALES	
PANETONES	

PRODUCTOS DE LIMPIEZA Y CUIDADOS PERSONAL
DETERGENTES
JABONES
JABONCILLOS
CHAMPUS
PAPEL HIGIENICO
TOALLAS HIGIENICAS
SERVILLETAS
PAÑALES
CREMA DENTAL
LAVA VAJILLAS
LEJIAS
CERAS

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

3.4.2 Los Almacenes

DASUR cuenta actualmente con 2 almacenes ambos bajo la dirección de la Administración Comercial.

Almacén Principal

Este almacén está ubicado junto a la tienda de la empresa, tiene un área aproximada de 350m² y una altura de 6m, está dividido en (6 sub-almacenes) y por ser el almacén principal almacena todos los tipos de productos que la empresa comercializa lo cual genera desorden.

Los principales problemas que se encontraron en los sub-almacenes son los siguientes:

- Sub-almacén “A”.- El principal desorden es la acumulación de productos pequeños que se almacén junto con otros productos lo que ocasiona desorden.
- Sub-almacén “B”.- Este sub-almacén tiene una altura de 3.2m, se identificó que solo almacena productos de abarrotes pequeños por lo cual es el área de almacenamiento más desordenada de la empresa debida a la diversidad de estos productos.
- Sub-almacén “C”.- Este sub-almacén almacena productos grandes como es el caso de arroces, azúcar y harinas principalmente .El problema que se encontró en este sub-almacén es un mezanine en la parte posterior lo que dificulta el apilamiento de los productos, Este mezanine almacena cartones viejos y algunos productos innecesarios de la empresa.

- Sub-almacén “D”.- En este sub-almacén se almacena todos los productos de licorería y productos de abarrotes principalmente leches, galletas y arroces. El principal problema que se detecto es el apilamiento de productos de diversas marcas en una misma ruma, especialmente en los licores esto debido a la diversificación de artículos de licorería de bajo movimiento.
- Sub-almacén “E”.- En este sub-almacén solo se almacena productos de abarrotes grandes. El principal problema que se detectó son los pasadizos ya que son muy angostos lo que dificulta el despacho de los productos.
- Sub-almacén “F”.- En este sub-almacén se almacena artículos de limpieza y cuidado personal. El principal problema que se detecto es el apilamiento de diversos artículos en una misma ruma lo que genera desorden. Otro problema importante que se detecto es un mezanine en la parte derecha de difícil acceso donde se almacena algunos artículos de limpieza, este mezanine dificulta el apilamiento de los artículos voluminosos como es el caso de los papeles higiénicos.

Almacén Auxiliar

Este almacén al que denominamos “Almacén Auxiliar” se encuentra ubicado a 14 cuadras aproximadamente de la tienda comercial y tiene un área aproximada de 250m² con dos sub-áreas de almacenamiento de una altura de 4 m y 6 m.

Los principales problemas que se encontraron en los sub-almacenes son los siguientes:

- Sub-almacén “G”.- Este sub-almacén tiene una altura de 4 metros y almacena principalmente productos de abarrotes voluminosos y artículos de licorería. El principal problema que se detecto es el bajo mantenimiento que se le da, debido a que almacena productos como harinas las cuales emiten bastantes polvos que llegan a ensuciar este almacén con frecuencia, otro problema que se detecto es la acumulación de artículos innecesarios los cuales deben eliminarse.
- Sub-almacén “H”.- Este almacén tiene una altura de 6 metros y solo almacena productos de abarrotes voluminosos como es el caso de harinas, arroces, azúcar, manteca y panetones. Como es caso anterior el principal problema que se detecto es el mantenimiento y el almacenamiento de artículos inservibles.

A continuación se muestra los gráficos de los dos almacenes con las sub-áreas de almacenamiento:

Gráfico N° 3-14 “Almacén Principal”



Fuente: La Empresa

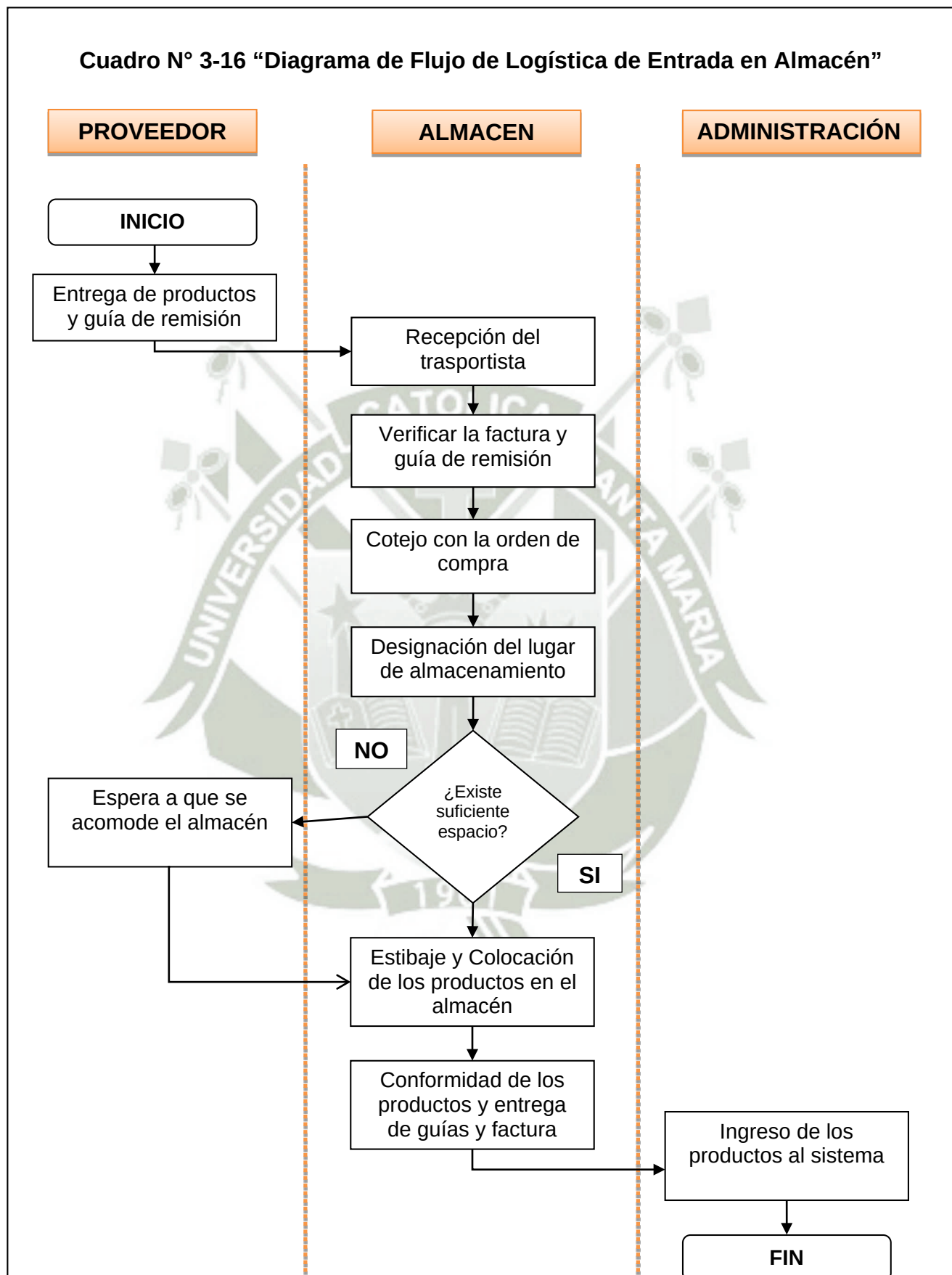
Gráfico N° 3-15“AlmacénAuxiliar”



Fuente: La Empresa

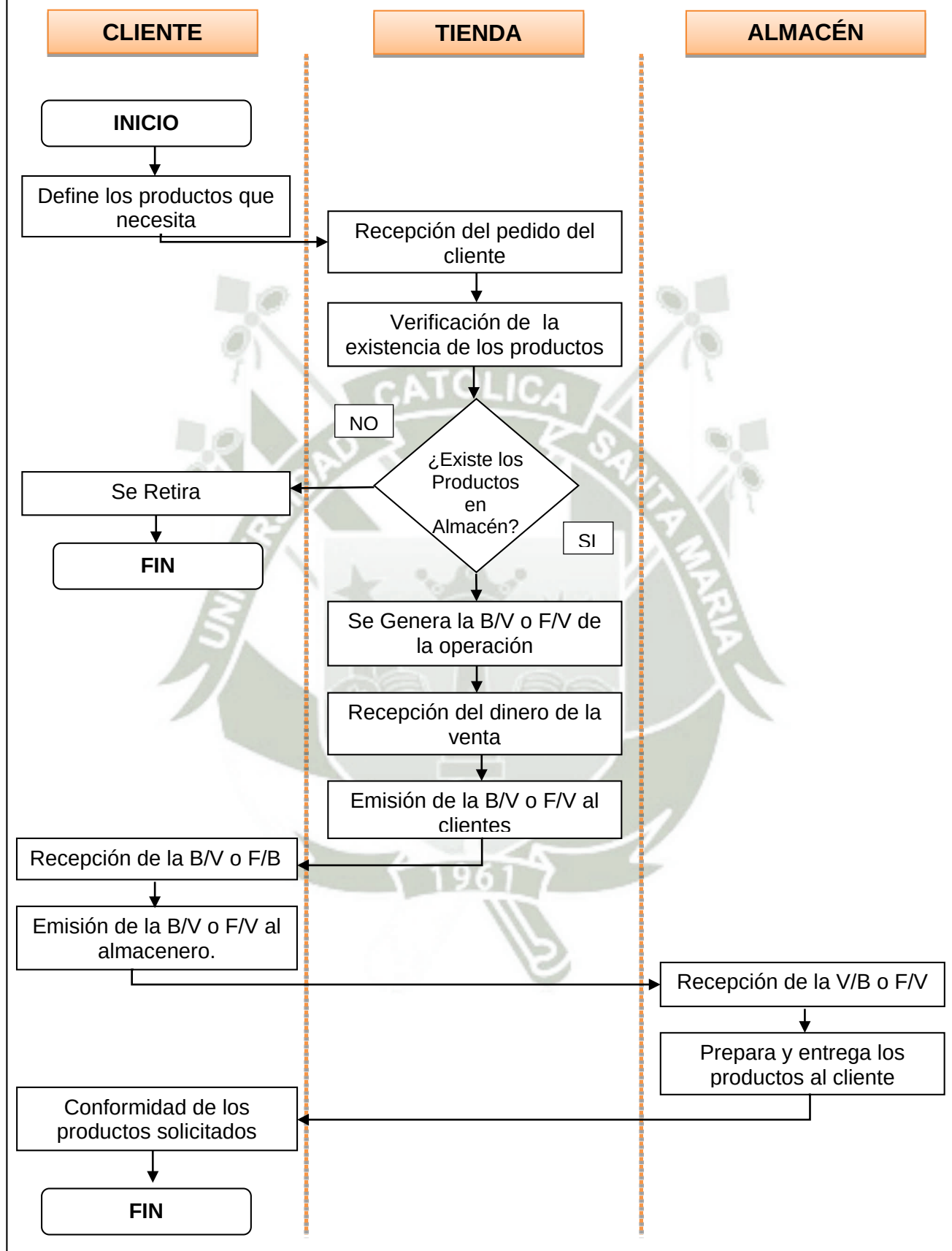
3.4.3 El Flujoograma de Procesos

Cuadro N° 3-16 “Diagrama de Flujo de Logística de Entrada en Almacén”



Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

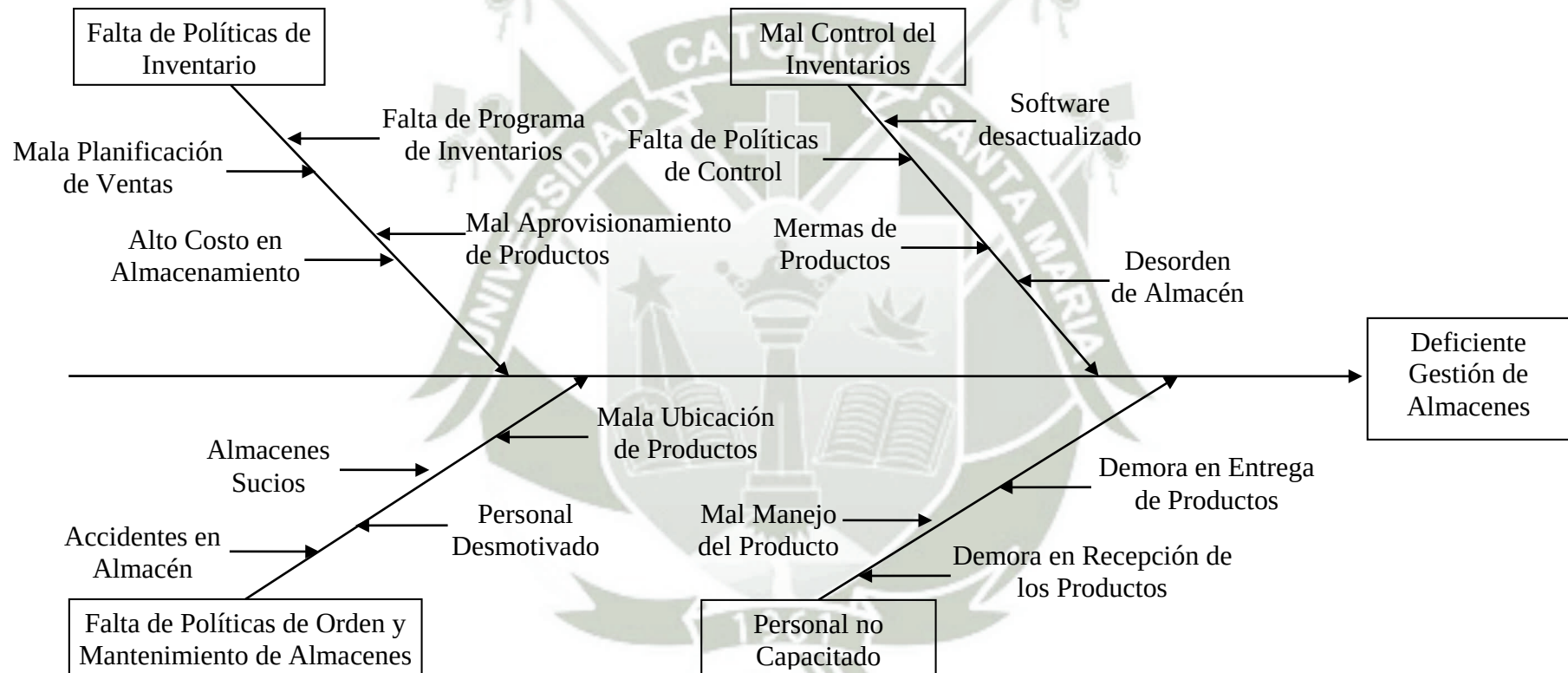
Cuadro N° 3-17 “Diagrama de Flujo de Logística de Salida de Almacén”



Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

3.4.4 Diagrama Causa – Efecto

Cuadro N° 3-18 “Diagrama Causa – Efecto”



Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

3.5 Resultados del Diagnostico

3.5.1 Las Fortalezas y Debilidades

Las fortalezas y debilidades se obtuvieron de las conclusiones y resultados obtenidos en los análisis de “Modelo de Negocios”, “Criticalidad” y “Diagrama Ishikawa” y se muestran a continuación:

Se identificaron las siguientes FORTALEZAS:

- Distribución y ventas de productos exclusivos.
- Distribución a domicilio con vehículos propios.
- Diversificación de productos complementarios.
- Servicios complementarios (Créditos, Asesoría y Otros).
- Buena relación con proveedores importantes.
- Software acondicionado a la empresa (Flexibilidad).
- Infraestructura adecuada para almacenar.
- Posicionamiento de la empresa.
- Infraestructura flexible de la empresa.
- Almacenes aledaños a la tienda comercial.
- Directores de la empresa con experiencia en el rubro.
- Solvencia económica de la empresa.
- Equipos y maquinarias propias y nuevas.

- Implementación de actividades que se adquiere de proveedores.

Se identificó las siguientes DEBILIDADES:

- Poca penetración a nuevos mercados.
- Poca penetración a nuevos clientes.
- Falta de mejoras en políticas de fidelización de clientes.
- Falta de establecimiento de indicadores comerciales.
- No existe una política de distribución en los almacenes.
- No existe una política de orden y mantenimiento en los almacenes.
- Falta de una política de aprovisionamiento de inventarios
- Falta de un diseño de organización en los almacenes
- Falta de análisis de proyección de demanda
- Falta de un programa y control de inventarios.
- Espacio limitado en los almacenes.
- Software desactualizado.
- Falta de vendedores en campo.
- Falta de una mejora en la capacitación de personal.

3.5.2 Las Oportunidades y Amenazas

Las oportunidades y amenazas se obtuvieron de las conclusiones y resultados obtenidos en el análisis PESTE.

Se identificó las siguientes OPORTUNIDADES:

- Economía estable y en aumento en la región de PUNO
- Creciente acceso de préstamos de microfinancieras a Mypes.
- Aumento de programas sociales del estado.
- Tecnología en los Almacenes Comerciales (Software Modernos).
- Globalización que permite ingresos a nuevos Productos.
- Profesionales Capacitados en el Mercado Laboral.
- Posibilidad de ampliar en red el Control de Inventarios.
- Ingreso a nuevos mercados exteriores.
- Uso más frecuente de internet de las personas.
- Crecimiento estable del PBI

Se identificó las siguientes AMENAZAS:

- Competencia de empresas informales.
- Leyes del estado de dificulten el manejo de la empresa.

- Ingreso de la Competencia con Buenas Políticas de Inventario.
- Nuevas leyes dificulten el manejo de Almacenes.
- Penetración de pequeñas empresas del mismo rubro.
- Desastres Naturales que afecten a los Almacenes.
- Contrabando de Productos.
- Inflación y Deflación.
- Altos índices de pobreza en el sur del país

3.5.3 La Identificación de la Problemática

Como se puede Observar en las páginas anteriores, El crecimiento de la empresa ha generado un desajuste del tipo logístico en los almacenes, siendo su falla el control de inventarios, control de costos de adquisición de productos, y la planificación de la demanda alguna de sus principales problemas, generando costos ocultos.

Por tal motivo en este diagnóstico se analiza la situación actual de la empresa y sus almacenes para implantar una mejor gestión de los mismos.



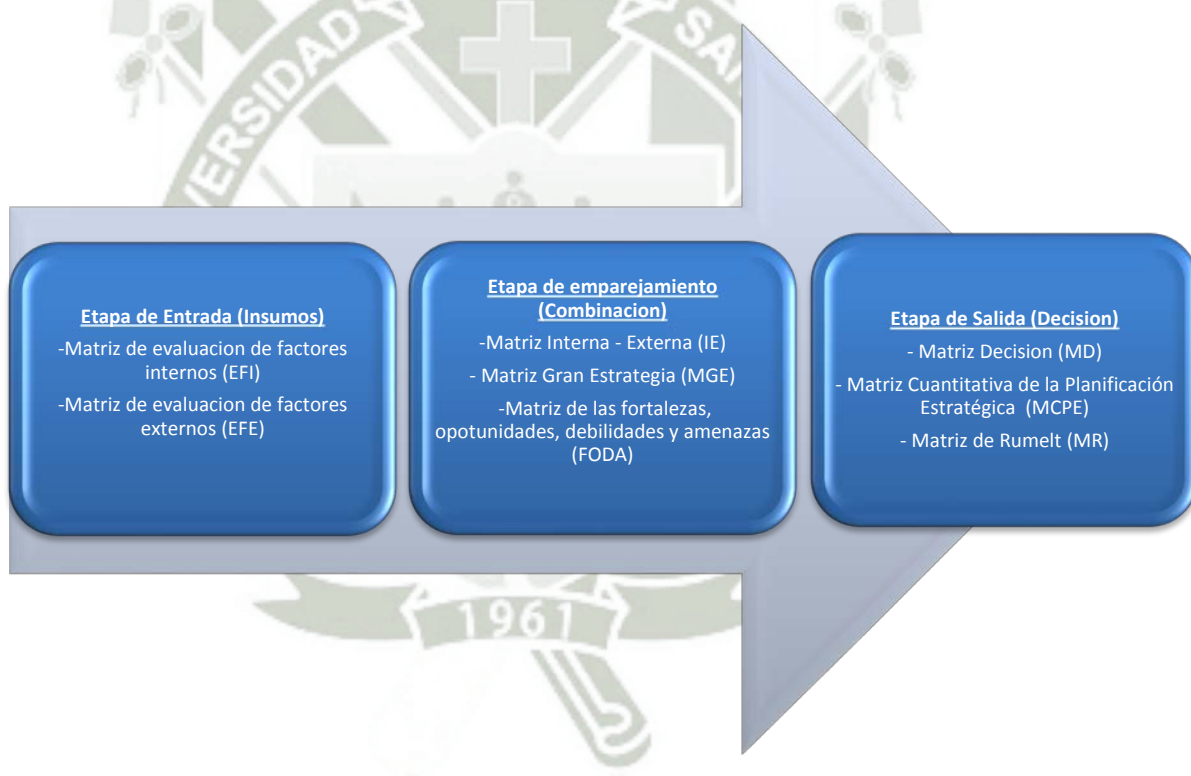
CAPITULO IV

Formulación de Estrategias

4.1 Metodología

La formulación de estrategias de los "Conceptos de Administración Estratégica Dirigida" está dirigido al análisis de los almacenes de la empresa lo que indica que solo se recaudara información referida a ese tema, por lo que se desarrollara de la forma como se describe en el siguiente gráfico.

Grafico N°4-1 "Metodología de Formulación de Estrategias"



Fuente: Un proceso estratégico (Un enfoque de gerencia), Formulación Estratégica, Elaboración Propia

4.2 Etapa de Inicial

Esta etapa de entrada o de insumos de la formulación de estratégica está compuesta por:

- Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)
- Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

La información para la elaboración de estas matrices se recopilaron del diagnóstico situacional mencionadas en el (CAPITULO II), estas matrices proporcionan los insumos básicos para la elaboración de la Matriz FODA que se encuentra en la etapa de formulación y la Matriz MCPE de la etapa de decisión.

4.2.1 Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

La matriz de evaluación de factores internos (EFI) nos va a permitir evaluar las principales fortalezas y debilidades identificadas del diagnóstico situacional para el e área de almacén de la empresa, como se mencionó anteriormente sirve como base para el planteamiento de las estrategias.

Cuadro N° 4-1 “Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI) Aplicado a DASUR”

MATRIZ EFI			
FACTORES INTERNOS CLAVES	Ponderación	Calificación	Puntuación
FORTALEZAS			
Infraestructura adecuada para almacenar	0.06	3	0.18
Posicionamiento de la empresa	0.08	4	0.32
Infraestructura flexible de la empresa	0.09	4	0.36
Almacenes aledaños a la tienda comercial	0.06	3	0.18
Distribución y venta de productos exclusivos	0.09	4	0.36
Diversificación de productos complementarios	0.07	4	0.28
Software acondicionado a los almacenes (flexible)	0.08	4	0.32
DEBILIDADES			
Falta de una política de distribución de almacenes	0.07	2	0.14
Falta de una política de orden en los almacenes	0.05	1	0.05
Falta de una política de aprovisionamiento	0.09	2	0.18
Espacio limitado en almacenes	0.06	1	0.06
Falta de análisis de proyección de demanda	0.07	1	0.07
Software de almacenes desactualizado	0.06	2	0.12
Falta de un programa de inventarios.	0.07	2	0.14
TOTAL	1		2.76

LEYENDA DE CALIFICACIÓN	
Debilidad mayor	1
Debilidad menor	2
Fuerza menor	3
Fuerza mayor	4

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Al obtener los resultados de la matriz de factores internos (EFI) el cual obtuvo una puntuación de 2.76. Se determinó que es una empresa ligeramente fuerte en la posición interna ya que el resultado es ligeramente mayor a la media (2.5)

4.2.2 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) nos va a permitir evaluar los factores externos relacionados a los almacenes de la empresa, esta matriz nos ayudara a evaluar factores que escapan del control de la empresa. Los factores que integran la matriz EFE son recopilados del diagnóstico de la empresa.

Cuadro N° 4-2 “Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) Aplicado a DASUR”

MATRIZ EFE			
FACTORES EXTERNOS CLAVES	Ponderación	Calificación	Puntuación
OPORTUNIDADES			
Globalización que permite el ingreso de nuevos productos	0.07	3	0.21
Tecnología moderna para almacenes (Software)	0.10	4	0.4
Profesionales capacitados en el mercado laboral	0.07	4	0.28
Economía estable y en crecimiento del país	0.09	4	0.36
Aumento de comercialización con el estado (P. Sociales)	0.07	3	0.21
Aumento de préstamos a Mypes (Microfinancieras)	0.09	4	0.36
Posibilidad de ampliar en red el control de inventarios	0.06	3	0.18
AMENAZAS			
Competencia de empresas informales	0.07	2	0.14
Competencia con buena gestión de almacenes	0.07	1	0.07
Nuevas leyes que dificultan a la comercialización	0.08	1	0.08
Desastres naturales que afectan a los almacenes	0.05	2	0.1
Contrabando de productos	0.07	1	0.07
Inflación	0.05	2	0.1
Altos índices de pobreza en el sur del país	0.06	1	0.06
TOTAL	1		2.62

LEYENDA DE CALIFICACIÓN	
Amenaza mayor	1
Amenaza menor	2
Fuerza menor	3
Fuerza mayor	4

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Al obtener los resultados de la matriz de factores externos (EFE) la cual fue de 2.62 puntos el cual supera ligeramente a la media (2.5) nos indica que la empresa está aprovechando satisfactoriamente las oportunidades y amenazas que existen en el rubro de la comercialización pero por el resultado se determinó que aún puede mejorar.

4.3 Etapa de Emparejamiento (Combinación)

La segunda etapa de la formulación estratégica se determina como etapa de emparejamiento o del proceso estratégico, se caracteriza por la generación de estrategias por medio del emparejamiento y la combinación de los recursos internos con oportunidades y amenazas. Este emparejamiento producirá estrategias ofensivas, cuando se usan fortalezas para capitalizar oportunidades, y estrategias defensivas, cuando se trate de superar debilidades evitando o neutralizando amenazas.

4.3.1 Matriz Interna – Externa (IE)

La matriz Interna – Externa (Matriz IE) esta diseñada para la toma de decisiones estratégicas. Esta matriz IE se basa en dos dimensiones claves:

- Puntuación ponderada de la matriz EFI (Eje X)
- Puntuación ponderada de la matriz EFE (Eje Y)

Cuadro N° 4-3 “Matriz Interna - Externa (IE) Aplicado a DASUR”

		EFI 2.76		
	4.0	3.0	2.0	1.0
	I		II	III
	3.0			
EFE 2.62	IV		V	VI
	2.0			
	VII		VIII	IX
	1.0			

Fuente: Elaboración Propia

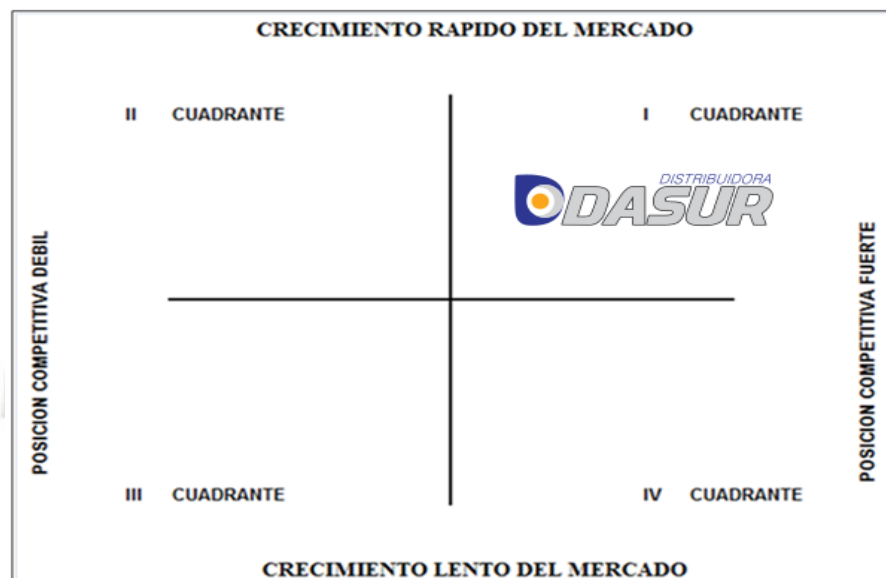
Como se puede observar en el cuadro anterior la intersección de los resultados de la matriz EFE y matriz EFI se encuentran en el “BLOQUE V” la cual tiene una prescripción de Retener y Mantener con estrategias como:

- Penetración de Mercado
- Desarrollo de Producto

4.3.2 La Matriz de la Gran Estrategia (GE)

La matriz de la gran estrategia es otra herramienta útil que ayuda a evaluar y afinar la elección apropiada de estrategias para la organización. El fundamento de la matriz está en la idea de que la situación de la empresa es definida es definida en términos de crecimiento de mercado, rápido o lento, y la posición competitiva de la empresa en dicho mercado, fuerte o débil.

Cuadro N°4-4 “Matriz de la Gran Estrategia Aplicado a DASUR”



Fuente: Elaboración Propia

DASUR es una empresa que se encuentra en un sector de rápido crecimiento y tiene buena posición en el mercado por lo que se encuentra en el “Cuadrante I”, las estrategias apropiadas para este segmento son las siguientes:

- Penetración de mercado.
- Desarrollo de mercado.
- Desarrollo de producto.
- Integración vertical hacia adelante.
- Integración vertical hacia atrás.
- Integración Horizontal.
- Diversificación concéntrica.

No es aconsejable que las estrategias planteadas cambien notablemente sus ventajas competitivas.

4.3.3 La Matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta que nos va a permitir identificar estrategias de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Para la construcción de la matriz FODA se necesita la información de las matrices EFI y EFE.

Tipos de Estrategias:

- FO - Explotar: Se empareja las fortalezas internas con las oportunidades externas. Este tipo de estrategias tiene como objetivo utilizar las fortalezas internas que tiene el análisis para sacar ventaja de las oportunidades externas (Explotar).
- DO – Buscar: Se empareja las debilidades internas con las oportunidades externas. Este tipo de estrategia tiene como objetivo mejorar las debilidades internas que tiene el análisis para sacar ventaja de las oportunidades externas (Buscar).
- FA – Confrontar: Se empareja las fortalezas internas con las amenazas externas. Este tipo de estrategia tiene como objetivo utilizar las fortalezas del análisis para poder neutralizar, evitar o reducir el impacto de las amenazas externas (Confrontar).
- DA – Evitar: Se empareja las debilidades internas con las amenazas externas. Este tipo de estrategias tiene como objetivo acciones defensivas con el fin de reducir las debilidades internas del análisis evitando las amenazas del entorno (Evitar).

Cuadro N° 4-5 “Matriz FODA Aplicado a DASUR”

MATRIZ "FODA"	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1.-Infraestructura adecuada para almacenar	1.-Falta de una política de distribución de almacenes
	2.-Posicionamiento de la empresa	2.-Falta de una política de orden en los almacenes
	3.-Infraestructura flexible de la empresa	3.-Falta de una política de aprovisionamiento
	4.-Almacenes aledaños a la tienda comercial	4.-Espacio limitado en almacenes
	5.-Distribucion y venta de productos exclusivos	5.- Falta de análisis de proyección de demanda
	6.-Diversificación de productos complementarios	6.-Software de almacenes desactualizado
	7.-Software acondicionado a los almacenes (flexible)	7.-Falta de un programa de inventarios.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1.-Globalización que permite el ingreso de nuevos productos	Incorporar a la empresa personal profesional y con experiencia: F2,F7 y O3 Crear políticas de aprovisionamiento de inventarios para los productos de la empresa: F2, F5, F7, O4 y O6. Expandir a la empresa a nuevos mercados y nuevos clientes: F2,F5,F6,F7,O2,O4,O5 y O6 Sistematizar por redes el control de inventarios: F7 y O7.	Aprovechamiento de adjudicaciones por programas sociales del estado: D3, D5 y O5.
2.-Tecnología moderna para almacenes (Software)		Crear un programa de inventario para controlar los productos de la empresa: D7, O3 y O4.
3.-Profesionales capacitados en el mercado laboral		
4.-Economía estable y en crecimiento del país		Implementar un programa de orden y mantenimiento para mejorar la gestión de los almacenes: D2 y O4.
5.-Aumento de comercialización con el estado (P.Sociales)		
6.-Aumento de préstamos a Mypes (Microfinancieras)		Mejorar la clasificación de los almacenes:D4, O5 y O6.
7.-Posibilidad de ampliar en red el control de inventarios		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1.-Competencia de empresas informales	Crear un plan de contingencia contra desastres naturales: F3 y A4. Crear un plan de contingencia para atenuar las leyes que afecten a la comercialización de productos: F5, F6 y A3. Mejorar y aumentar las relaciones de proveedores importantes: F2, F3, A1 y A5. Mejorar el servicio de atención al cliente: F2 y A1.	Actualizar y mejorar el software de la empresa aplicado a los almacenes: D7,A1 y A2
2.-Competencia con buena gestión de almacenes		Mejorar la capacitación del personal de la empresa: D1, D2, D3, A1, A2 y A5.
3.-Nuevas leyes que dificultan a la comercialización		
4.-Desastres naturales que afectan a los almacenes		Crear pronósticos de la demanda de los productos: D5, A2 y A6.
5.-Contrabando de productos		
6.-Inflacion		Crear un control de mermas y desperdicios D2,D7,A2 y A4
7.-Altos índices de pobreza en el sur del país		

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Como se puede visualizar en la matriz FODA las estrategias que fueron planteadas están enfocadas a mejorar la gestión de almacenes de la empresa.

4.4 Etapa de Salida o de Decisión

La última etapa es conocida como “Etapa de Salida o Decisión” la cual usa información obtenida de la primera etapa para evaluar, en forma objetiva, las estrategias viables identificadas en la segunda etapa para seleccionar las estrategias que se consideren más atractivas por medio de la matriz de decisión (MD), la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE) y la matriz Rumelt (MR), integrando la intuición y el análisis.

4.4.1 La Matriz de Decisión (MD)

El objetivo de esta matriz es identificar las estrategias que se utilizarán en la MCPE, esta identificación se realiza por la cantidad de repeticiones que tienen las estrategias obtenidas del nivel de emparejamiento con las matrices de apoyo.

La evaluación de la matriz de decisión se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4-6“Matriz de Decisión (MD) aplicado a DASUR”

MATRIZ DE DECISION DE LA GESTION DE ALMACEN DE LA EMPRESA DASUR							
Estrategias			FODA	IE	GE	Total	Se Acepta
ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS	1	Incorporar a la empresa personal profesional y con experiencia	X	X	X	3	No
	2	Crear políticas de aprovisionamiento de inventarios para los productos de la empresa	X	X	X	3	Si
	3	Expandir a la empresa a nuevos mercados y nuevos clientes	X	X	X	3	No
	4	Sistematizar por redes el control de inventarios	X	X	X	3	No
	5	Aprovechamiento de adjudicaciones por programas sociales del estado	X	X	X	3	No
	6	Crear un programa de inventario para controlar los productos de la empresa	X	X	X	3	Si
	7	Implementar un programa de orden y mantenimiento para mejorar la gestión de los almacenes	X	X	X	3	Si
	8	Mejorar la clasificación de los productos en los almacenes	X	X	X	3	Si
	9	Crear un plan de contingencia contra desastres naturales	X		X	2	No
	10	Crear un plan de contingencia para atenuar las leyes que afecten a la comercialización de productos	X		X	2	No
	11	Mejorar y aumentar las relaciones de proveedores importantes	X		X	2	No
	12	Mejorar el servicio de atención al cliente	X	X	X	3	No
	13	Actualización del software para mejorar la gestión de almacenes	X	X	X	3	Si
	14	Mejorar la capacitación del personal de la empresa	X	X	X	3	No
	15	Crear pronósticos de la demanda de los productos	X	X	X	3	Si
	16	Crear un control de mermas y desperdicios	X	X	X	3	No

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Conclusiones:

- Del cuadro anterior se decidió no utilizar las estrategias "N°1", "N°3", "N°5", "N°12" y "N°14" por qué no tiene relación con la gestión de almacenes que es el principal objetivo de la presente Trabajo de investigación.
- La estrategia N°4 se descarta debido a que su ejecución de esta estrategia está fuera de los límites del presente trabajo.
- La estrategia N°16 no va a realizar ya que forma parte de la estrategia N°6

El siguiente cuadro muestra el resultado de la Matriz de decisión (MD):

Cuadro N° 4-7 "Lista de las Estrategias Específicas para la Matriz MCPE"

ESTRATEGIAS
Crear políticas de aprovisionamiento de inventarios para los productos de la empresa
Crear un programa de inventario para controlar los productos de la empresa
Implementar un programa de orden y mantenimiento para mejorar la gestión de los almacenes
Mejorar la clasificación de los productos en los almacenes
Actualización del software para mejorar la gestión de almacenes
Crear pronósticos de la demanda de los productos

Fuente: Elaboración Propia

4.4.2 La Matriz MCPE

La matriz cuantitativa de planificación estratégica indica en forma objetiva la priorización de las mejores estrategias alternativas.

El MCPE usa como entradas el resultado del análisis de los insumos de la ETAPA DE ENTRADA y el resultado del análisis de emparejamiento de la ETAPA DE EMPAREJAMIENTO para decidir objetivamente entre las posibles estrategia.

Cuadro N° 4-8“Matriz MCPE Aplicado a las Estrategias de DASUR”

		Estrategias Alternativas												
		Políticas de aprovisionamiento de productos			Actualizar y mejorar el software		Programa de inventario para controlar los productos		Políticas de orden y mantenimiento de almacenes.		Crear pronósticos de la demanda de los productos		Mejorar la clasificación de los productos en los almacenes	
		PESO	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA
OPORTUNIDADES														
1	Globalización que permite el ingreso de nuevos productos	0.07	4	0.28	2	0.14	2	0.14	2	0.14	3	0.21	2	0.14
2	Tecnología moderna para almacenes (Software)	0.10	3	0.3	4	0.28	3	0.21	2	0.14	3	0.21	1	0.07
3	Profesionales capacitados en el mercado laboral	0.07	2	0.14	3	0.21	2	0.14	3	0.21	3	0.21	2	0.14
4	Economía estable y en crecimiento del país	0.09	2	0.18	1	0.07	1	0.07	-		2	0.14	1	0.07
5	Aumento de comercialización con el estado (P.Sociales)	0.07	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14	3	0.21
6	Aumento de préstamos a Mypes (Microfinancieras)	0.09	2	0.18	1	0.07	1	0.07	3	0.21	3	0.21	3	0.21
7	Posibilidad de ampliar en red el control de inventarios	0.06	3	0.18	3	0.21	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14
AMENAZAS														
1	Competencia de empresas informales	0.07	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14	3	0.21
2	Competencia con buena gestión de almacenes	0.07	3	0.21	4	0.28	3	0.21	3	0.21	4	0.28	3	0.21
3	Nuevas leyes que dificultan a la comercialización	0.08	1	0.08	-		1	0.07	-		2	0.14	-	
4	Desastres naturales que afectan a los almacenes	0.05	-		-		-		2	0.14	1	0.07	-	
5	Contrabando de productos	0.07	3	0.21	2	0.14	3	0.21	2	0.14	3	0.21	1	0.07
6	Inflación	0.05	1	0.05	-		1	0.07	-		2	0.14	-	
7	Altos índices de pobreza en el sur del país	0.06	-		-		-		-		2	0.14	-	

FORTALEZAS														
1	Infraestructura adecuada para almacenar	0.06	2	0.12	1	0.07	2	0.14	3	0.21	-	4	0.28	
2	Posicionamiento de la empresa	0.08	3	0.24	3	0.21	3	0.21	3	0.21	3	0.21	2	0.14
3	Infraestructura propia de la empresa (Flexibilidad)	0.09	2	0.18	2	0.14	2	0.14	3	0.21	-	4	0.28	
4	Almacenes aledaños a la tienda comercial	0.06	2	0.12	-		2	0.14	1	0.07	-	2	0.14	
5	Distribución y venta de productos exclusivos	0.09	4	0.36	2	0.14	3	0.21	3	0.21	4	0.28	-	
6	Diversificación de productos complementarios	0.07	3	0.21	3	0.21	4	0.28	3	0.21	4	0.28	4	0.28
7	Software acondicionado a los almacenes (flexible)	0.08	2	0.16	4	0.28	3	0.21	2	0.14	3	0.21	-	
DEBILIDADES														
1	Falta de una política de distribución de almacenes	0.07	2	0.14	-		2	0.14	3	0.21	2	0.14	4	0.28
2	Falta de una política de orden en los almacenes	0.05	2	0.1	1	0.07	2	0.14	4	0.28	2	0.14	2	0.14
3	Falta de una política de inventarios de almacenes	0.09	4	0.36	3	0.21	4	0.28	2	0.14	4	0.28	2	0.14
4	Espacio limitado en almacenes	0.06	2	0.12	-		2	0.14	3	0.21	-	4	0.28	
5	Falta de análisis de proyección de demanda	0.07	3	0.21	2	0.14	-		-		4	0.28	1	0.07
6	Software de almacenes desactualizado	0.06	2	0.12	4	0.28	2	0.14	2	0.14	2	0.14	2	0.14
7	Falta de indicadores de aprovisionamiento	0.07	4	0.28	3	0.21	-		-		3	0.21	1	0.07
Total		2	4.81	3.64	3.64	3.78	3.78	3.85	3.85	4.55	4.55	3.71	3.71	

PA: Calificación del atractivo o puntaje de atraktividad

TPA: El total de calificaciones del atractivo o total de puntaje de atraktividad

Fuente: Elaboración Propia

Según la MCPE la priorización de las estrategias planteadas se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4-9“Priorización de Estrategias”

Prior.	ESTRATEGIAS	Puntaje
1ra	Políticas de aprovisionamiento de productos	4.81
2da	Crear pronósticos de la demanda de los productos	4.55
3ra	Programa de orden y mantenimiento de almacenes	3.85
4ta	Programa de inventario para controlar los productos	3.78
5ta	Mejorar la clasificación de los productos en los almacenes	3.71
6ta	Actualizar y mejorar el software	3.64

Fuente: Elaboración Propia

4.4.3 La Matriz de Rumelt

Después de realizar la MCPE es importante evaluar las estrategias, las cuales se realizan por cuatro criterios propuestos por Rumelt de la siguiente manera:

- **CONSISTENCIA**, La estrategia no debe presentar objetivos y políticas mutuamente inconsistentes.
- **CONSONANCIA**, La estrategia debe presentar una respuesta adaptiva al entorno externo y a los cambios críticos que en este ocurran.
- **VENTAJA**, La estrategia debe proveer la creación y/o mantenimiento de las ventajas competitivas en áreas selectas de actividad.
- **FACTIBILIDAD**, La estrategia no debe originar un sobre costo en los recursos disponibles ni crear subproblemas sin solución.

Este filtro final para las estrategias retenidas permitirá seleccionar aquellas que pasen todas las pruebas, para lo cual se pueden utilizar una matriz de prueba de estrategias que se denominara “Matriz de Rumelt (MR) como se muestra a continuación:

Cuadro N° 4-10 “Matriz de Rumelt”

Criterios de Rumelt para evaluar estrategias de la gestión de almacén de la empresa DASUR						
Estrategia		Consistencia	Consonancia	Factibilidad	Ventaja	Se Acepta
1	Políticas de aprovisionamiento de productos	SI	SI	SI	SI	SI
2	Crear pronósticos de la demanda de los productos	SI	SI	SI	SI	SI
3	Programa de orden y mantenimiento de almacenes	SI	SI	SI	SI	SI
4	Programa de inventario para controlar los productos	SI	SI	SI	SI	SI
5	Mejorar la clasificación de los productos en los almacenes	SI	SI	SI	SI	SI
6	Actualizar y mejorar el software	SI	SI	NO	SI	NO

Fuente: Elaboración Propia

De los resultados obtenidos del cuadro anterior (Matriz de Rumelt) se determinó que no es factible realizar la estrategia:

- **ACTUALIZAR Y MEJORAR EL SOFTWARE DE LA EMPRESA PARA LA GESTIÓN DE ALMACÉN**, Las limitaciones del presente trabajo están orientadas fundamentalmente a mejorar el manejo físico de los ítems que se maneja en el almacén, quedando la actualización del software para una siguiente etapa.

Se concluye que las estrategias a implementar son:

Cuadro N° 4-11 “Estrategias a Desarrollar”

Prior.	Estrategias
1ra	Políticas de aprovisionamiento de productos
2da	Crear pronósticos de la demanda de los productos
3ra	Programa de orden y mantenimiento de almacenes
4ta	Programa de inventario para controlar los productos
5ta	Mejorar la clasificación de los productos en los almacenes

Fuente: Elaboración Propia

4.5 Resultados de la Formulación de Estrategias

De la matriz de RUMELT se obtuvo las mejores estrategias a emplear, las cuales van a servir de materia prima para la elaboración del diseño de mejora que será de la siguiente manera.

- ❖ La primera parte del diseño de mejora lleva como título “Propuesta de Implementación de Políticas de Gestión de Almacenes” y está compuesta por las siguientes estrategias:
 - Políticas de aprovisionamiento de productos
 - Pronósticos de Demanda
- ❖ La segunda parte del diseño de mejora lleva como título “Propuesta de Implementación del Programa de las 5´S” ya que este programa engloba las siguientes estrategias:
 - Programa de orden y mantenimiento de almacenes
 - Mejorar la clasificación de los productos en los almacenes
- ❖ Finalmente la tercera parte del diseño de mejora es la “Propuesta de Implementación de un Programa de Inventarios” ya que tiene como materia prima la estrategia denominada:
 - Programa de inventarios para controlar los productos



CAPÍTULO V

PROPUESTA E IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO DE MEJORA

5.1 Propuesta de Implementación de Políticas de Gestión de Almacenes

5.1.1 Priorización de Productos

El propósito de la priorización de productos es identificar los productos más importantes de la empresa para poder implementar políticas más detalladas tanto en la proyección de la demanda como en las políticas de aprovisionamiento, el método que se va a utilizar es la “Criticalidad de Productos” que identifica a los productos más importante de la empresa aplicando criterios vinculados al manejo de almacenes en empresas distribuidoras y comercializadoras.

5.1.1.1 Metodología de la Identificación de Criterios

Para la “Metodología de la identificación de criterios” se realizara en tres etapas:

- La primera etapa se enfocara en identificar a los criterios más relevantes que estén relacionados con los productos que comercializa la empresa y se desarrollara bajo el método de “Lluvia de Ideas”⁶⁵.
- La segunda etapa que llamaremos “Priorización de Criterios” tiene como objetivo la identificación de los criterios más importantes de la lluvia de ideas.
- Finalmente la tercera etapa que llamaremos “Ponderación de Criterios” estará enfocada en establecer el peso o ponderación que tiene cada criterio para poder ser medible.

⁶⁵http://homepage.cem.itesm.mx/alesando/index_archivos/MetodolDisMejoraDeProcesos/LluviaDeldeas.pdf

Después de seguir esta metodología vamos a obtener los criterios más relevantes que estén relacionados a los productos de la empresa y el peso de cada criterio para el “Análisis de Criticalidad”.

Para la obtener la información necesaria para el desarrollo de la metodología de identificación de criterios se realizó un FOCUS GROUP con la participación de las diferentes áreas de la empresa vinculadas al manejo de los almacenes, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 5-1 “Integrantes del FOCUS GROUP”

INTEGRANTES DEL FOCUS GROUP		
DEPARTAMENTO	CARGO	CANTIDAD
GERENCIA GENERAL	Gerente	1
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	Administrador	1
DEPARTAMENTO COMERCIAL	Vendedor Principal	1
	Conductor Principal	1
	Almacenero	1

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar del cuadro anterior las personas que participaron en el FOCUS GROUP están relacionadas directamente e indirectamente con los productos que existen en almacén y su información es importante para el buen desarrollo del “Análisis de criticalidad”.

a) Primera Etapa “Lluvia de Ideas”

Esta etapa tiene como objetivo identificar una lista finita de criterios relacionados a los productos que se tienen en almacén y se desarrolló mediante una “Lluvia de ideas” de los participantes del FOCUS GROUP (bajo el Formato del Anexo 2).

Dicho formato del (Anexo 2) tiene como instrucciones que cada integrante aporte 10 criterios que considere que son los más relevantes para evaluar a los productos de los almacenes de la empresa.

Los resultados de la lluvia de ideas es la siguiente:

Cuadro N°5-2 “Lluvia de Ideas”

N°	Gerente General	Administrador	Almacenero Principal	Encargado de Reparto	Vendedor Principal
1	Rotación	Utilidad	Rotación	Precio del Producto	Utilidad
2	Demanda	Rotación	Demanda	Rotación	Rotación
3	Utilidad	Demanda	Vencimiento	Ventas	Precio del Producto
4	Estacionalidad	Vencimiento	Tamaño del Producto	Orden en Almacén	Vencimiento
5	Limpieza	Estacionalidad	Orden en Almacén	Tamaño del producto	Demanda
6	Vencimiento	Orden en Almacén	Reposición en Almacén	Portabilidad del Producto	Reposición en Almacén
7	Orden en Almacén	Tamaño del Producto	Olor	Olor	Exhibición
8	Reposición en Almacén	Reposición en Almacén	Estacionalidad	Peso del Producto	Descuentos / Promociones
9	Tamaño del Producto	Exclusividad	Peso del Productos	Calidad del Producto	Estacionalidad
10	Ventas	Ventas	Calidad del Producto	Vencimiento	Refrescamiento

Fuente: Elaboración Propia

b) Segunda Etapa “Priorización de Criterios”

Para esta segunda etapa se formuló el “Formato De Calificación De Criterios” el cual se encuentra en el (ANEXO 3). Que tiene como objetivo identificar a los criterios más relevantes, para ellos se realizó una lista donde se encuentran todos los criterios de la lluvia de ideas de la primera etapa, de esta lista se pide priorizar 6 criterios ya que es un número considerable para evaluar a los criterios. El siguiente cuadro muestra los resultados obtenidos:

Cuadro N°5-3 “Calificación de Criterios”

N°	CRITERIOS	PUNTUACIONES					TOTAL
		G.General	Administrador	Almacenero	E. Repartos	Vendedor	
1	CALIDAD DEL PRODUCTO						0
2	DESCUENTOS / PROMOCIONES						0
3	EXCLUSIVIDAD						0
4	ESTACIONALIDAD	X	X	X			3
5	EXHIBICIÓN					X	1
6	LIMPIEZA						0
7	OLOR						0
8	ORDEN EN ALMACÉN				X		1
9	PESO DEL PRODUCTO				X		1
10	PORTABILIDAD DEL PRODUCTO				X		1
11	PRECIO DEL PRODUCTO					X	1
12	VENTAS	X	X			X	3
13	REPOSICIÓN EN ALMACÉN		X		X		3
14	ROTACIÓN	X	X	X		X	4
15	TAMAÑO DEL PRODUCTO			X			1
16	UTILIDAD	X	X	X	X		4
17	VENCIMIENTO	X		X		X	3
18	DEMANDA	X	X	X	X	X	5

Fuente: Elaboración Propia

Del cuadro anterior se obtuvieron el orden de los puntos que acumulo cada criterio y se muestra a continuación:

Cuadro N°5-3 “Resumen de Calificación de Criterios”

N°	CRITERIOS	PUNTAJE
1	DEMANDA	(5 pts)
2	ROTACIÓN	(4 pts)
3	UTILIDAD	(4 pts)
4	ESTACIONALIDAD	(3 pts)
5	VENTAS	(3 pts)
6	REPOSICIÓN EN ALMACÉN	(3 pts)
7	VENCIMIENTO	(3 pts)
8	EXHIBICIÓN	(1 pts)
9	ORDEN EN ALMACÉN	(1 pts)
10	PESO DEL PRODUCTO	(1 pts)
11	PORTABILIDAD DEL PRODUCTO	(1 pts)
12	PRECIO DEL PRODUCTO	(1 pts)
13	TAMAÑO DEL PRODUCTO	(1 pts)
14	CALIDAD DEL PRODUCTO	(0 pts)
15	DESCUENTOS / PROMOCIONES	(0 pts)
16	EXCLUSIVIDAD	(0 pts)
17	LIMPIEZA	(0 pts)
18	OLOR	(0 pts)

Fuente: Elaboración Propia

Del cuadro anterior se obtuvo a los criterios más relevantes, estos criterios fueron evaluados bajo una visión de factibilidad y el resultado fue el siguiente:

Cuadro N°5-4 “Criterios más Relevantes”

N°	CRITERIO	PUNTAJE	NOMBRE LOGISTICO	FACTIBILIDAD
1	DEMANDA	(5 ptos)	Demanda Anual	SI
2	ROTACIÓN	(4 ptos)	Rotación de Inventarios	NO
3	UTILIDAD	(4 ptos)	Margen de Utilidad Unitario	SI
4	ESTACIONALIDAD	(3 ptos)	Estacionalidad	SI
5	VENTAS	(3 ptos)	Venta Anual	SI
6	REPOSICIÓN EN ALMACÉN	(3 ptos)	Lead Time	SI
7	VENCIMIENTO	(3 ptos)	Vencimiento	SI

Fuente: Elaboración Propia

En el análisis de factibilidad se determinó que el criterio de rotación no es factible debido a que:

- **La rotación de Inventarios**, Mide el número de veces que se ha movido un productos en un año en función a su lote de aprovisionamiento o a un indicador de aprovisionamiento, En la empresa no está establecido un lote de aprovisionamiento para productos por lo que la compra es muy variable así el criterio de rotación de inventarios podría darnos resultados erróneos.

Del análisis anterior se determinó que la criticalidad de los productos se realizara con la evaluación de 6 criterio descritos a continuación:

- ❖ **Demanda Anual:** Volumen de ventas en unidades de cada producto en base a 1 año.
- ❖ **Margen de Utilidad Unitario:** Beneficio marginal por unidad de producto vendida.

- ❖ **Estacionalidad:** Periodo del año en el cual se produce ventas de determinados producto o un incremento de ventas significativo de productos.
- ❖ **Venta Anual:** Volumen de ingresos en (S/.) de cada producto en base de 1 año.
- ❖ **Lead Time:** Tiempo que transcurre desde que se hace el pedido de compra hasta que se repone en el almacén.
- ❖ **Vencimiento:** La vida útil del producto.

c) Tercera Etapa “Ponderación De Criterios”

Esta última etapa de la “Metodología De Identificación De Criterios” tiene como objetivo identificar el “Peso Porcentual (%)” de cada criterio para su evaluación posterior. Para esta etapa se formuló el “Formato de Ponderación de Criterios” el cual se encuentra en el (ANEXO 4).

Dicho formato tienen como instrucciones calificar independientemente cada criterio de la lista de los “ Criterios más Relevantes” asignando una calificación de 0 a 10 donde “0” es nada importante y “10” muy importante.

Los resultados del formato se encuentran en el siguiente cuadro.

Cuadro N°5-5 “Ponderación de Criterios”

Criterios	Gerente General	Administrador	Almacenero	Encargado de Reparto	Vendedor Principal	TOTAL	%
Demanda Anual	8	8	7	9	8	40	27.03%
Margen de Utilidad Unitario	5	4	6	5	7	27	18.24%
Estacionalidad	3	3	4	3	3	16	10.81%
Venta Anual	8	6	6	7	8	35	23.65%
Lead Time	3	2	4	4	2	15	10.14%
Vencimiento	3	3	4	3	2	15	10.14%
TOTAL						148	100.00 %

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro anterior se puede identificar el peso que tiene cada criterio para su evaluación posterior, el cual fue obtenido sumando los puntos asignados por los integrantes del FOCUS GROUP de cada criterio para luego ponderarlos y tener la proporción en (%) de importancia de cada criterio.

5.1.1.2 Análisis de los Criterios

Para desarrollar este análisis se procedió a recopilar información de la empresa el cual se encuentra en el (Anexo 5), esta información es necesaria para poder identificar a los principales productos de cada criterio mencionado anteriormente.

Para la evaluación de los criterios se utilizó los siguientes métodos:

- o Método de Pareto
- o Análisis de datos

La calificación por el “Método de Pareto” o “Análisis de datos ”se desarrollara de la siguiente manera:

- Producto “A”: Productos importante.
- Producto “B”: Productos considerablemente importante.
- Producto “C” Productos poco importante

a) Primer Criterio: “Demanda Anual”

Para la evaluación de este criterio se recopilo información sobre las unidades vendidas de cada artículo en el año 2012, esta información se encuentra en el (Anexo 5), Se evaluó este criterio por el Método de Pareto donde se calificó de la siguiente manera, Producto “A” a los productos que tuvieron mayor movimiento, Productos “B” a los siguientes y por ultimo Productos “C” a los productos que tuvieron bajo movimiento.

Los resultados de los productos que obtuvieron el Puntaje “A” se encuentran a continuación los demás están en el (Anexo 6).

Cuadro N°5-6 Criterio: Demanda Anual (Productos A)

Nº	Artículos	Demanda Anual(Unidades /Año)	(%)	(%) Acum	ABC
1	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	15,263	9.69%	9.69%	A
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	14,782	9.38%	19.07%	A
3	MANTECA FAMOSA X 10K.	5,489	3.48%	22.56%	A
4	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	5,098	3.24%	25.79%	A
5	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	4,570	2.90%	28.70%	A
6	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	4,178	2.65%	31.35%	A
7	MILO ACTIGEN-E X 400G	4,082	2.59%	33.94%	A
8	OLE OLE X 60 UNID.	4,009	2.55%	36.48%	A
9	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	3,407	2.16%	38.65%	A
10	CHOC. RECORD X 400 GR.	3,338	2.12%	40.77%	A
11	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	2,552	1.62%	42.39%	A
12	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	2,367	1.50%	43.89%	A
13	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	2,319	1.47%	45.36%	A
14	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	2,209	1.40%	46.76%	A
15	PANETON GENOVES 8 X 900GR	2,029	1.29%	48.05%	A
16	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	1,666	1.06%	49.11%	A
17	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	1,654	1.05%	50.16%	A

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

b) Segundo Criterio: “Margen de Utilidad Unitario”

Para el análisis de este criterio se recopiló información de la empresa, dicha información se encuentra en el (Anexo 5). El objetivo de este criterio es evaluar el beneficio marginal por unidad vendida de cada artículo, esta evaluación se desarrolló por el “Método de Pareto”. Donde se consideró producto “A” a los que tienen mayor beneficio marginal, “B” el siguiente y por ultimo “C” a los que poseen menor beneficio marginal. Los resultados de esta evaluación se encuentran en el (Anexo 6).

A continuación se muestran a los productos “A” bajo este criterio.

Cuadro N°5-7 “Criterio: Margen de Utilidad Unitario (Productos A)”

Nº	Artículos	Margen de Utilidad Unit. (Soles /Unidad)	(%)	(%) Acum	ABC
1	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	28.14	0.88%	0.88%	A
2	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	28.14	0.88%	1.76%	A
3	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	26.41	0.83%	2.59%	A
4	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	26.41	0.83%	3.42%	A
5	RED BULL ENERGY DRINK 24 X 250ML	19.52	0.61%	4.03%	A
6	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB	18.52	0.58%	4.61%	A
7	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	18.26	0.57%	5.18%	A
8	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	17.02	0.53%	5.71%	A
9	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	16.58	0.52%	6.23%	A
10	VODKA STOLICHNAYA 12X750	16.58	0.52%	6.75%	A
11	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	16.52	0.52%	7.27%	A
12	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	16.52	0.52%	7.79%	A
13	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	16.49	0.52%	8.30%	A
14	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	16.49	0.52%	8.82%	A
15	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	16.49	0.52%	9.34%	A
16	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	16.25	0.51%	9.84%	A
17	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC	16.25	0.51%	10.35%	A
18	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	16.22	0.51%	10.86%	A
19	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	15.99	0.50%	11.36%	A
20	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	15.72	0.49%	11.85%	A
21	CREMA DE CAFÉ COLOMBIA X 700 CC	15.5	0.49%	12.34%	A
22	CREMA DE MENTA COLOMBIA X 700 CC	15.5	0.49%	12.83%	A
23	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	15.24	0.48%	13.30%	A
24	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC	15.02	0.47%	13.77%	A
25	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.+PETACA X 125CC	15.01	0.47%	14.24%	A
26	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	15	0.47%	14.71%	A
27	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	14.58	0.46%	15.17%	A
28	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	14.25	0.45%	15.62%	A
29	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	14.25	0.45%	16.06%	A
30	VINO INTIPALKA RESERVA CS/PETIT VERDOT 6X750	14.22	0.45%	16.51%	A
31	VINO INTIPALKA RESERVA CS/SYRAH 6 X 750	14.22	0.45%	16.95%	A
32	VINO INTIPALKA RESERVA MALBEC/MERLOT 6 X 750	14.22	0.45%	17.40%	A
33	RON CARTAVIO AÑEJO 5 AÑOS 12X750 CC	13.08	0.41%	17.81%	A
34	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	12.87	0.40%	18.21%	A
35	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	12.85	0.40%	18.61%	A

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

c) Tercer Criterio: “Estacionalidad”

Para el análisis de este criterio se recopiló de información necesario de los artículos y se muestran en el (Anexo 5) de la siguiente manera si un productos presentaba aumento de ventas en determinados periodos del año se consideraba producto “SI” estacionario en cambio a los productos que no presenten esta cualidad se determinaron como producto “NO” estacionarios.

La evaluación de este criterio se realizó por un “Análisis de Datos” ya que es una evaluación simple. Esta evaluación se desarrolló de la siguiente manera, Se consideró Producto “A” a los que presenten estacionalidad y Productos “B” a los que no presenten estacionalidad. Esto debido a que los productos estacionarios aumentan ventas y la empresa tienen buen posicionamiento por lo cual es la primera opción de compra de estos productos.

Por la extensión de la lista de los “Productos A” del análisis de estacionalidad, Los resultados se muestran en el (Anexo 6).

d) Cuarto Criterio: Venta Anual

Para el análisis de este criterio se recopiló información de la empresa el cual se encuentra en el (Anexo 5) y se usó el “Método de Pareto”. La calificación de este criterio se desarrolló de la siguiente manera, Producto “A” a los que presenten mayor recaudación en soles en el 2012, Producto “B” a los siguientes y por último los Productos “C” a los que presentaron menor recaudación en soles en el año 2012.

Los resultados de los productos “A” se muestran a continuación pero la evaluación completa se encuentra en el (Anexo 6).

Cuadro N°5-8 “Criterio: Venta Anual (Productos A)”

Nº	Artículos	Venta Anual(Soles /Unid)	(%)	(%) Acum	ABC
1	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	S/. 1,313,381.2	14.62%	14.62%	A
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	S/. 1,241,392.4	13.82%	28.43%	A
3	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	S/. 438,200.4	4.88%	33.31%	A
4	MANTECA FAMOSA X 10K.	S/. 294,100.6	3.27%	36.58%	A
5	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	S/. 260,741.0	2.90%	39.48%	A
6	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	S/. 241,277.4	2.69%	42.17%	A
7	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	S/. 224,167.7	2.49%	44.66%	A
8	PANETON GENOVES 8 X 900GR	S/. 208,543.2	2.32%	46.99%	A
9	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	S/. 200,927.9	2.24%	49.22%	A
10	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	S/. 198,544.0	2.21%	51.43%	A
11	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	S/. 198,135.4	2.21%	53.64%	A
12	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	S/. 177,496.3	1.98%	55.61%	A
13	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	S/. 149,190.3	1.66%	57.27%	A
14	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	S/. 147,082.6	1.64%	58.91%	A
15	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	S/. 135,215.2	1.50%	60.41%	A
16	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	S/. 93,981.6	1.05%	61.46%	A

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

e) Quinto Criterio: “Lead Time”

Para el análisis de este criterio que indica el tiempo en días que transcurre desde que se hace la orden de compra hasta que se repone al inventario. Se recopiló información de la empresa el cual se encuentra en el (Anexo 5),La evaluación se realizó por medio del “Análisis de datos” ya que es un análisis simple, y los resultado se calificaron de la siguiente manera, Productos “A” a

los que tienen menor tiempo de lead time, Productos “B” a los siguientes y Productos “C” a los que tiene un mayor tiempo de lead time.

Por la extensión de la lista de los “Productos A” del análisis de “Lead Time”, Los resultados se muestran en el (Anexo 6).

f) Sexto Criterio: “Vencimiento”

Para el análisis de este criterio se recopiló información de proveedores y de la misma empresa debido a que este criterio analiza la vida útil de los productos. Esta información se encuentra en el (Anexo 5) y la calificación será por “Análisis de Datos” de la siguiente manera, Producto “A” los que tengan mayor vida útil, Productos “B” los siguientes y por último los que presenten baja vida útil se considera Productos “C”. Los resultados debido a tener una lista extensa de productos “A” no se presentara en este módulo pero los resultado se encuentran en el (Anexo 6).

5.1.1.3 Ponderación de los Productos en función a los Criterios Establecidos

Esta parte de la “Priorización de los Productos” es el “Análisis de Criticalidad” en sí, ya que su función es la identificación de los productos críticos o más importantes de la empresa.

- El primer paso es reemplazar las calificaciones de los productos por el siguiente cuadro:

Cuadro N°5-9 “Asignación de Valor Numérico”

CALIFICACION SEGÚN PARETO	VALOR NUMERICO ASIGNADO
A	90
B	30
C	10

Fuente: Elaboración Propia

- El segundo paso es la “Ponderación”. En el cual se multiplica el peso de cada criterio con el valor numérico asignado de cada producto bajo los criterios evaluados, finalmente se suma los resultados parciales para obtener el puntaje ponderado de cada producto.

De los resultados obtenidos se clasifico a los productos de la siguiente manera:

a) Productos Críticos

Son los productos que obtuvieron el mayor los mayores puntajes en el análisis de criticalidad.

b) Productos No Críticos

Son los productos complementarios a la lista de productos Críticos, para un mejor análisis de estos productos se dividió en 3 grupos de la siguiente manera:

- Producto No Critico - Grupo (A)
- Producto No Critico - Grupo (B)
- Producto No Critico - Grupo (C)

Los resultados de este análisis se encuentran en el (ANEXO 6). El siguiente cuadro nos muestra los productos críticos o más importantes de la empresa.

Cuadro N°5-10 “Resultado de la Criticalidad”

N°	Artículos	Promedio Ponderado	Criticalidad
1	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	66.486	Critico
2	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	66.486	Critico
3	PANETON GENOVES 8 X 900GR	64.865	Critico
4	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	62.838	Critico
5	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	62.838	Critico
6	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	62.838	Critico
7	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	62.838	Critico
8	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	62.838	Critico
9	MANTECA FAMOSA X 10K.	62.838	Critico
10	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	61.216	Critico
11	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	60.405	Critico
12	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	58.378	Critico
13	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	50.676	Critico
14	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	50.676	Critico
15	OLE OLE X 60 UNID.	49.054	Critico
16	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	48.649	Critico
17	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	48.649	Critico
18	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	45.405	Critico
19	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	45.000	Critico
20	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	42.568	Critico
21	CHOC. RECORD X 400 GR.	42.568	Critico
22	MILO ACTIGEN-E X 400G	42.568	Critico
23	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	42.568	Critico
24	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	42.162	Critico
25	VINO S. QUEI GRAN BORGONA S/S 12 X 750 CC	40.541	Critico
26	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	40.541	Critico
27	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	40.541	Critico
28	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	40.541	Critico

Fuente: Elaboración Propia

5.1.2 Pronostico de la Demanda

Una vez identificado a los productos más importantes de la empresa bajo el análisis de criticalidad. Se procedió a realizar los pronósticos de demanda el cual se realizó con información histórica de ventas de 4 años, debido a que en la empresa existe solo data de los años: 2009, 2010, 2011 y 2012 de los diferentes artículos de la empresa. De la siguiente manera:

- Los Productos Críticos, se les plantea un análisis de pronóstico de la demanda detallado debido a que son los productos más importantes de la empresa, este análisis de pronóstico toma en cuenta los convenios de cuotas de abastecimiento con los diferentes proveedores de la empresa, y aquellos donde no tenemos un programa de abastecimiento optamos por aplicar el modelo de pronostico por “Mínimo Cuadrado” o pronostico por “Promedios⁶⁶”.
- Los Productos No Críticos, se realizó un análisis de pronostico con menor detalle justificado por la baja significación inferido en el análisis de criticalidad, en la mayoría de casos se hizo uso del pronóstico por “Mínimos Cuadrados” y en otros el de “Promedios”.

A continuación se muestra los pronósticos de la demanda de los artículos que comercializa ALICORP SA en la línea de productos industriales debido a un acuerdo que se pactó para el año 2013 donde se debe adquirir por lo menos un

⁶⁶El Pronóstico por “Promedios” se aplica cuando nuestra data es muy dispersa.

monto de compra de 48,000 sacos de harina entre las diferentes marcas que comercializa ALICORP.

Cuadro N°5-11 “Pronostico de Demanda de los Artículos de ALICORP”

N°	Artículos	Criticalidad	2009	2010	2011	2012	Análisis Histórico		Proyección 2013
1	HARINA BCA. NIEVE ESPECIAL X 50 K.	No Crítico	0	0	33	86	119	0.09%	41
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	Crítico	4879	12249	21951	14,782	53861	38.84%	18644
3	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	Crítico	96	653	155	2,319	3223	2.32%	1116
4	HARINA EXPERT PRE-MEYC.BIZCOCHO X 25 K.	No Crítico	51	72	2	169	294	0.21%	102
5	HARINA EXPERT PRE-MEYC.BIZCOCHUEL X 10 K	No Crítico	19	31	49	56	155	0.11%	54
6	HARINA EXPERT PRE-MEYC.KEKE X 10 K.	No Crítico	26	5	15	45	91	0.07%	31
7	HARINA EXPERT PRE-MEYC.MUFFIS X 10 K.	No Crítico	0	0	1	42	43	0.03%	15
8	HARINA EXPERT PRE-MEYC.PAN YEMA X 25 K.	No Crítico	11	1	23	35	70	0.05%	24
9	HARINA EXPERT PRE-MEYC.PANETON X 25 K.	No Crítico	30	0	11	6	47	0.03%	16
10	HARINA EXPERT PRE-MEYC.TORTA DE CHOC X 10K.	No Crítico	0	0	0	8	8	0.01%	3
11	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	Crítico	158	960	502	1,666	3286	2.37%	1137
12	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	No Crítico	268	1069	585	678	2600	1.87%	900
13	HARINA NICOLINI PREMIUM PP X 50 KG	No Crítico	0	0	0	79	79	0.06%	27
14	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	Crítico	10765	14354	21557	15,263	61939	44.67%	21440
15	HARINA PANETONERA X 50 K.	No Crítico	0	135	29	51	215	0.16%	74
16	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	Crítico	275	2808	2985	2,552	8620	6.22%	2984
17	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	No Crítico	168	1570	282	364	2384	1.72%	825
18	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	No Crítico	657	296	235	445	1633	1.18%	565
TOTAL			17403	34203	48415	38646	138667	100.00%	48000

Fuente: Elaboración Propia

El análisis completo de los pronósticos de demanda de los diferentes artículos se encuentran en el (Anexo 7), En el siguiente cuadro se muestra los pronóstico de los artículos más importantes o críticos de la empresa acompañada de los motivo del pronóstico.

Cuadro N°5-12 “Pronósticos de Demanda de los Productos Críticos”

N°	Artículos	Análisis de Criticalidad	PROYECCION DE LA DEMANDA					MOTIVO
			2009	2010	2011	2012	2013 (Py)	
1	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	Critico	4879	12249	21951	14,782	18644	Cuota de Venta por convenio con ALICORP
2	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	Critico	10765	14354	21557	15,263	21440	Cuota de Venta por convenio con ALICORP
3	PANETON GENOVES 8 X 900GR	Critico	0	290	215	2,030	2585	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
4	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	Critico	96	653	155	2,319	1116	Cuota de Venta por convenio con ALICORP
5	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	Critico	0	0	0	2,367	2556	Aumento de la cuota de ventas en un (8%) por convenio con MOLIPESA
6	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	Critico	158	960	502	1,666	1137	Cuota de Venta por convenio con ALICORP
7	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	Critico	275	2808	2985	2,552	2984	Cuota de Venta por convenio con ALICORP
8	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	Critico	5360	5324	5930	4,179	4464	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
9	MANTECA FAMOSA X 10K.	Critico	3021	4960	4727	5,489	6342	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
10	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	Critico	12497	10099	14397	2,210	6500	Cuota de Venta con convenio con TODINNO
11	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	Critico	2311	19949	24012	4,571	12711	Py por Prom ; Buenas negociaciones por proveedores
12	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	Critico	5377	12552	6707	1,654	2319	Py por M.C. ; Diversidad de nuevas marcas
13	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	Critico	215	762	592	1,438	2500	Cuota de Venta por convenio con SUVAHI
14	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	Critico	31	728	440	1,434	2100	Cuota de Venta por convenio con SUVAHI
15	OLE OLE X 60 UNID.	Critico	0	50	192	4,009	1063	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
16	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	Critico	1111	2589	2901	3,407	4302	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
17	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	Critico	10	351	247	1,367	1486	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
18	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	Critico	14	30	251	652	771	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
19	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	Critico	137	320	461	367	1800	Cuota de Venta por convenio con BODEGA VIÑA VIEJA
20	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	Critico	622	1055	1453	5,098	2057	Py por Prom ; Artículo depende de adjudicaciones
21	CHOC. RECORD X 400 GR.	Critico	1263	899	2600	3,338	4007	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
22	MILO ACTIGEN-E X 400G	Critico	741	706	3883	4,082	2353	Py por Prom ; Artículo depende de adjudicaciones
23	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	Critico	124	356	489	348	531	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto
24	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	Critico	257	599	2668	795	2001	Py por M.C. ; Buena Acogida del Producto

25	VINO S. QUEI GRAN BORGONA S/S 12 X 750 CC	Critico	247	440	265	375	600	Cuota de Venta por convenio con BODEGA QUEIROLO
26	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	Critico	140	648	111	340	600	Cuota de Venta por convenio con BODEGA QUEIROLO
27	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	Critico	287	362	157	323	600	Cuota de Venta por convenio con BODEGA QUEIROLO
28	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	Critico	178	203	286	539	800	Cuota de Venta por convenio con BODEGA QUEIROLO

Fuente:La Empresa, Elaboración Propia



5.1.1 Políticas de Aprovisionamiento

Una vez establecidas las proyecciones de la demanda para el año 2013 se procedió a determinar las políticas de aprovisionamiento con el método EOQ de la siguiente manera:

$$\text{¿Cuanto Pedir?} \rightarrow EOQ_o = \sqrt{\frac{2 * (D) * C_3}{C_1}}$$

$$\text{¿Cuando Pedir?} \rightarrow T_o = \frac{EOQ_o}{D} * 365$$

Dónde: D = Demanda Anual

C_3 = Costo de Aprovisionamiento

C_1 = Costo de Mantenimiento

Como se puede observar para poder implementar las políticas de aprovisionamiento que integran el EOQ_o y el T_o se necesita:

5.1.3.1 Costo de Mantenimiento(C_1)

Este costo está compuesto por el costo de almacenamiento más el costo de oportunidad por cada producto.

a) Costo de Almacenamiento

Para estimar el costo de almacenamientos e utilizaron el monto de los salarios de los trabajadores que intervienen directamente en el manejo de los productos en la siguiente proporción:

- El 70 % del salario del almacenero S/ 840.00 (S/ 1,200.00)
 - El Salario de 2 Estibadores S/ 1,500.00 (750.00 c/u)
 - El 50% del 3er estibador S/ 375.00
 - El 20% del salario de los choferes S/ 320.00 (800.00 c/u)
- Teniendo un costo de salarios de: **S/ 3,035.00 mensuales**

Asimismo existen costos adicionales para el manejo de los almacenes tales como:

- Servicio de Luz: S/ 150.00 (Promedio Mensual)
- Servicio de Agua: S/ 50.00 (Promedio Mensual)
- Alquileres de los Almacenes: S/ 4,100.00 (2,700.00⁶⁷ + 1,400.00⁶⁸)

Así el costo total por uso del almacén estimamos como la suma del salario de los trabajadores y los gastos generales asiendo un total de:

TOTAL COSTO DE ALMACENAR (mensual) = S/ 7,335.00

TOTAL COSTO DE ALMACENAR (anual) = S/ 88,020.00

Considerando que hecha la evaluación del volumen almacenado a la fecha 20 de julio del presente año, que se encuentra en el (Anexo 8) se encontró que en el almacén existía un monto de S/ 1, 569,697.90 almacenado.

Esto nos permite afirmar que la tasa del costo de almacenamiento por cada sol guardado se tiene del siguiente ratio:

⁶⁷ Alquiler del Almacén Principal : S/ 3,200.00

⁶⁸ Alquiler del Almacén Auxiliar: S/. 2,800.00

$$Tasa\ del\ Costo\ de\ Almacenamiento = \frac{Costo\ total\ de\ Almacenaje}{Volumen\ Promedio\ de\ Almacenado}$$

$$Tasa\ del\ Costo\ de\ Almacenamiento = \frac{88,020.00}{1,569,697.90} = 0.056 = 5.6\%$$

Esto quiere decir que por cada unidad monetaria (Nuevo Sol) que tienen invertido en los almacenes de la empresa, le cuesta 5.6 % el almacenaje anual.

b) Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad es la tasa que dejamos de ganar por mantener el inventario en almacén y lo estimamos de la siguiente manera:

Grafico N°5-1 “Tasas de Inversión a Plazo Fijo”



Fuente: SBS

Otra alternativa de inversión son los Fondos Mutuos, Se llama Fondo Mutuo a la suma de aportes en dinero entregados por personas naturales y jurídicas a una sociedad anónima o administradora, para que la invierta en diferentes tipos de instrumentos financieros que sean valores de oferta pública o incluso bienes, con el objetivo de conseguir una ganancia, que luego es repartida entre todos quienes hicieron un aporte.

Los Fondos Mutuos que a diferencia del ahorro tradicional (Plazo Fijo) no tienen una ganancia garantizada, ya que involucran el riesgo de que las inversiones realizadas no entreguen la rentabilidad esperada. En el Perú la institución que mejor garantiza y administra este tipo de inversión es el BBVA y los porcentajes se muestran a continuación.

Grafico N°5-2 “Fondos Mutuos BBVA Continental Renta Mixta y Variable”

En Soles		12 meses
BBVA Moderado Soles		5,39%
BBVA Balanceado Soles		6,57%
BBVA Crecimiento Soles		6,53%
BBVA Agresivo Soles		8,65%
En Dólares		12 meses
BBVA Moderado		4,61%
BBVA Balanceado		8,51%
BBVA Crecimiento		10,29%
BBVA Agresivo		13,58%

Fuente: BBVA Continental 2013

Para el Costo de Oportunidad que se usó en la investigación es la Tasa de Fondos Mutuos Balanceado en soles del BBVA Continental (6.57% anual), debido al riesgo moderado de la tasa.

5.1.3.2 Costo de Aprovisionamiento(C_3)

Este costo está compuesto por el flete de transporte más el costo por realizar el pedido de los diferentes artículos.

a) Flete de Transporte

La empresa en su mayoría de producto no asume el transporte, pero hay unos cuantos productos que la empresa compra donde se tiene que asumir el transporte como es el caso de algunos arroces y licores.

b) Costo por Realizar un Pedido

Para estimar el costo de realizar un pedido unitario se utilizó el salario de las personas que manejan los pedidos en la empresa directamente en la siguiente proporción:

- El 30% Gerente General S/ 1,800.00 (S/ 6,000.00)
- El 20% de las Vendedoras S/ 400.00 (S/ 1,000.00 c/u)
- El 20% del Almacenero S/ 240.00 (S/ 1,200.00)
- El 10% del Administrador S/ 200.00 (S/ 2,000.00)

TOTAL S/ 2,640.00 mensuales

Asimismo existen costos adicionales para realizar pedidos:

- Llamadas Telefónicas S/ 50.00
- Internet S/ 100.00
- Otros S/ 50.00

TOTAL S/ 200.00 mensuales

Así el costo total para realizar los pedidos en la empresa son los siguientes:

TOTAL COSTO DE PEDIR (mensual) = S/ 2,840.00

TOTAL COSTO DE PEDIR (anual) = S/ 34,080.00

Para determinar la cantidad de pedidos unitarios que se realizan en la empresa se determinó los promedios de pedidos unitarios por proveedores que se realiza:

Cuadro N°5-13 “Promedio de Pedidos Unitarios por Proveedor”

Visita Semanal		Visita Quincenal		Visita Mensual		Visita Semestral		Visita Anual	
Alicorp	12	Suvahi	6	Ocucaje	6	Todinno	11	Bodega Imperial	8
Gloria	10	Richoss	5	Santiago Queirolo	8	Donofrio	8	P. las Américas	7
Bodega Vogoña	5	J. Moran	7	Viña Vieja	7	Otros	10	STD Distribuciones	10
Laive	7	Mercosur	5	Yichang	5			Otros	10
F. de C. América	6	Molitalia	7	Nestlé	8				
Ensal	3	Cartavio	8	Molino el cholo	4				
Otros	10	Molipesa	4	Merco Perú	5				
		Axur	5	Bodega Reinoso	5				
		Perú Farma	7	A.Pomalca	4				
		D. Neyra	6	D. Record	4				
		Incasur	5	Corval	4				
		Costeño	7	Dalsa	3				
		JR Distribuciones	7	Otros	10				
		Otros	10						
TOTAL	53	TOTAL	89	TOTAL	73	TOTAL	29	TOTAL	35

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Luego de obtener el promedio de pedidos unitarios que realiza la empresa a sus proveedores, se determinó la cantidad de pedidos unitarios que realiza la empresa en un año.

Cuadro N°5-14 “Pedidos Anuales”

Tipo de Pedido	N° Pedidos	Veces al Año	Pedidos Anuales
Visitas Semanales	53	52	2756
Visitas Quincenales	89	24	2136
Visitas Mensuales	73	12	876
Visitas Semestrales	29	2	58
Visita Anual	35	1	35
TOTAL			5861

Fuente: Elaboración Propia

Esto nos permite afirmar el costo unitario por pedido que se obtiene del siguiente ratio:

$$\text{Costo por realizar un pedido unitario} = \frac{\text{Costo Anual por Realizar Pedidos}}{\text{Promedio de Pedidos Unitarios}}$$

$$\text{Costo por realizar un pedido unitario} = \frac{34,080.00}{5,861} = 5.82 \left(\frac{\text{Soles}}{\text{pedido}} \right)$$

Esto quiere decir que por cada pedido unitario que realice la empresa tiene un costo de 5.82 soles actualmente.

A continuación se muestra el cuadro de las políticas de aprovisionamiento para los productos críticos de la empresa.

Cuadro N°5-15 “Políticas de Aprovisionamiento de los Productos Críticos”

Nº	Artículos	Py (2013)	Costo / Unid	Días Aproximado de Venta	Costo de Mantenimiento		C1	Costo de Aprovisionamiento		C3	EQO o	T o	RESULTADOS	
					C. de O.	C de A.		Flete	C. de P.				Visitas del Proveedor	¿Cuánto Pedir?
1	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	18644.1	77.96	365	5.12	4.37	9.494	0	5.82	5.82	151	3	Semanal	358
2	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	21440.4	81.1	365	5.33	4.55	9.876	0	5.82	5.82	159	3	Semanal	411
3	PANETON GENOVES 8 X 900GR	2585	97.56	180	6.41	5.47	11.88	0	5.82	5.82	50	4	Anual	2585
4	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	1115.65	81.88	365	5.38	4.59	9.971	0	5.82	5.82	36	12	Semanal	21
5	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	2556.36	80.26	365	5.27	4.50	9.774	0	5.82	5.82	55	8	Quincenal	105
6	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	1137.46	85.6	365	5.62	4.80	10.42	0	5.82	5.82	36	11	Semanal	22
7	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	2983.84	84.18	365	5.53	4.72	10.25	0	5.82	5.82	58	7	Semanal	57
8	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	4464	59.8	365	3.93	3.35	7.282	0	5.82	5.82	84	7	Semanal	86
9	MANTECA FAMOSA X 10K.	6342	50.16	365	3.30	2.81	6.108	0	5.82	5.82	110	6	Semanal	122
10	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	6500	105.4	180	6.92	5.91	12.84	0	5.82	5.82	77	2	Semestral	3250
11	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	12710.8	86.26	365	5.67	4.84	10.5	0	5.82	5.82	119	3	Semanal	244
12	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	2319	112.96	365	7.42	6.33	13.76	0	5.82	5.82	44	7	Mensual	191
13	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	2500	117.48	180	7.72	6.59	14.31	0	5.82	5.82	45	3	Semestral	1250
14	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	2100	97.16	180	6.38	5.45	11.83	0	5.82	5.82	45	4	Semestral	1050
15	OLE OLE X 60 UNID.	1062.75	3.52	120	0.23	0.20	0.429	0	5.82	5.82	170	19	Quincenal	133
16	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	4302	9.6	365	0.63	0.54	1.169	0	5.82	5.82	207	18	Semanal	83
17	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	1485.5	87.9	180	5.78	4.93	10.7	0	5.82	5.82	40	5	Mensual	248
18	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	770.5	106.56	180	7.00	5.98	12.98	0	5.82	5.82	26	6	Mensual	128
19	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	1800	186.5	365	12.25	10.46	22.71	0	5.82	5.82	30	6	Mensual	148
20	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	2057	14.6	365	0.96	0.82	1.778	0	5.82	5.82	116	21	Semanal	39
21	CHOC. RECORD X 400 GR.	4006.5	7.72	365	0.51	0.43	0.94	0	5.82	5.82	223	20	Mensual	329

22	MILO ACTIGEN-E X 400G	2353	12.3	365	0.81	0.69	1.498	0	5.82	5.82	135	21	Quincenal	97
23	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	530.5	75.64	180	4.97	4.24	9.211	0	5.82	5.82	26	9	Mensual	88
24	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	2000.5	108.14	365	7.10	6.06	13.17	0	5.82	5.82	42	8	Mensual	164
25	VINO S. QUEI GRAN BORGONA S/S 12 X 750 CC	600	123.54	365	8.12	6.93	15.04	0	5.82	5.82	22	13	Mensual	49
26	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	600	123.54	365	8.12	6.93	15.04	0	5.82	5.82	22	13	Mensual	49
27	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	600	120.06	365	7.89	6.73	14.62	0	5.82	5.82	22	13	Mensual	49
28	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	800	100.12	365	6.58	5.61	12.19	0	5.82	5.82	28	13	Mensual	66

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Las políticas de aprovisionamiento establecidas tienen como objetivo servir de materia prima para la toma de decisiones al momento de aprovisionarse de los diferentes artículos que la empresa comercializa, ya que se establecen parámetros los cuales van a depender de factores externos, para encontrar el tamaño de lote de aprovisionamiento optimo que pueda llegar a reducir costo en los almacenes de la empresa. Los parámetros completos de EOQo y To se encuentran en el (Anexo 9)

5.2 Propuesta de Implementación de un Programa de Orden y

Mantenimiento de los Almacenes

Para continuar con el Diseño de mejora de la gestión de almacenes de la empresa, se propuso la implementación del programa de las 5´S, debido a que cubre las estrategias:

- Programa de orden y mantenimiento de almacenes.
- Mejorar la distribución de los almacenes.

También gracias a la implementación de este programa vamos a brindar a la empresa mejoras como:

- Reducir los riesgos de accidentes.
- Mejorar la calidad del servicio brindado.
- Reducir el gasto de tiempo y energía.
- Mejorar las condiciones de trabajo y la moral del personal.
- Brindar seguridad en el trabajo.
- Cumplir mejor los objetivos.
- Aumentar el nivel de crecimiento de la empresa.

Para determinar la eficiencia de la implementación del programa de las 5´S se realizó una evaluación inicial y una evaluación final en los almacenes de la empresa.

5.4.1 Evaluación Inicial para Implementación de las 5´S

Para la evaluación inicial del programa de las 5´S se analizó a los dos almacenes de la empresa de forma independiente con un “formato de

evaluación del programa de las 5´S” el cual se encuentra en el (Anexo 8), donde para cada análisis de las 5´S se realizó 5 preguntas las cuales son ponderadas en valores de 10(Muy Bueno), 7(Bueno), 4(Regular) y 1(Malo). Los resultados se muestran a continuación:



Cuadro N°5-16 “Evaluación Inicial 5’S “Almacén Principal”

Evaluación del Programa de las 5'S						
Almacén : Almacén Principal						
Categoría	Elemento	10	7	4	1	Comentarios
Seiri Clasificar	Distinguir entre lo necesario y lo que no lo es					No se aplica la metodología de las tarjetas rojas
	¿Han sido eliminados todos los artículos innecesarios?			X		
	¿Están todos los artículos restantes correctamente arreglados en condiciones seguras?			X		
	¿Los corredores y áreas de trabajo son los suficientemente limpias y señaladas?			X		
	Los artículos innecesarios están siendo almacenados en el almacén de tarjetas rojas				X	
	Existen un procedimiento para disponer los artículos innecesarios			X		
Seiton Orden	Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar					El almacenamiento fue diseñado de forma conveniente
	¿Existe un lugar específico para todo y marcado visualmente?			X		
	¿Está todo en su lugar específico?		X			
	¿Son los estándares y límites fáciles de reconocer?			X		
	¿Es fácil reconocer el lugar para cada cosa?			X		
	¿Se vuelven a colocar las cosas en su lugar después de usarlas?			X		
Seiso Limpieza	Limpieza y buscando métodos para mantenerlo limpio					El manipuleo de harinas hace que el almacén se ensucie con facilidad
	¿Son las áreas de trabajo limpias y usan detergentes y limpiadores aprobados?			X		
	¿Los equipos se mantienen en buenas condiciones y limpio?			X		
	¿Es fácil distinguir los materiales de limpieza, uso de detergentes y limpiadores aprobados?		X			
	¿Las medidas de limpieza utilizadas son inviolables?			X		
	¿Las medidas de limpieza y horarios son visibles fácilmente?			X		
Seiketsu Estandarizar	Mantener y monitorear las primeras 3'S					No existe una metodología de mantenimiento actual
	Esta toda la información necesaria en forma visible			X		
	¿Se respeta consistentemente todos los estándares?			X		
	¿Están asignadas y visibles las responsabilidades de limpieza?			X		
	¿Están los basureros y los compartimientos de desperdicios vacíos y limpios?			X		
	¿No están los contenedores de productos y/o ingredientes en contacto directo con el piso?			X		
Shitsuke Disciplina	Apegarse a las reglas, escrupulosamente					
	¿Está siendo la organización, el orden y la limpieza regularmente observada?			X		
	¿Todo el personal se involucra en el almacenamiento?			X		
	¿Son observadas las reglas de seguridad y limpieza?			X		
	¿Se respetan las áreas de no fumar y no comer?		X			
	¿La basura y desperdicio están bien localizados y ordenados?			X		
		106				

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Cuadro N°5-17 “Resultados de la Evaluación Inicial 5´S -Almacén Principal”

Categoría	Ptos Obtenidos	Ptos de Categoría
Seiri = Clasificar	17	50
Seiton = Orden	23	50
Seiso = Limpieza	23	50
Seiketsu = Estandarizar	20	50
Shitsuke = Disciplina	23	50
TOTAL	106	250
TOTAL (%)	42.40%	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

- El almacén principal de la empresa obtuvo un puntaje de 106 puntos lo que representa un 42.4% del puntaje ideal, bajo el formato de evaluación del programa de las 5´S teniendo una dificultad o puntos más bajos en la categoría de SEIRI (Clasificar) y SEIKETSU (Estandarizar) lo cual indica que la empresa no tiene políticas de clasificación y mantenimiento por lo cual es necesario la aplicación del programa de las 5´S para mejorar estos puntos y optimizar el funcionamiento del almacén principal de la empresa.

Cuadro N°5-18 “Evaluación Inicial 5’S -Almacén Auxiliar”

Evaluación del Programa de las 5'S						
Almacén : Almacén Auxiliar						
Categoría	Elemento	10	7	4	1	Comentarios
Seiri Clasificar	Distinguir entre lo necesario y lo que no lo es					El almacén solo almacena productos voluminosos
	¿Han sido eliminados todos los artículos innecesarios?			X		
	¿Están todos los artículos restantes correctamente arreglados en condiciones seguras?			X		
	¿Los corredores y áreas de trabajo son los suficientemente limpias y señaladas?			X		
	Los artículos innecesarios están siendo almacenados en el almacén de tarjetas rojas				X	
	Existen un procedimiento para disponer los artículos innecesarios			X		
Seiton Orden	Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar					El orden en este almacén es más simple pero se realiza a conveniencia
	¿Existe un lugar específico para todo y marcado visualmente?			X		
	¿Está todo en su lugar específico?		X			
	¿Son los estándares y límites fáciles de reconocer?			X		
	¿Es fácil reconocer el lugar para cada cosa?		X			
	¿Se vuelven a colocar las cosas en su lugar después de usarlas?			X		
Seiso Limpieza	Limpieza y buscando métodos para mantenerlo limpio					El manipuleo de harinas hace que el almacén se ensucie con facilidad
	¿Son las áreas de trabajo limpias y usan detergentes y limpiadores aprobados?			X		
	¿Los equipos se mantienen en buenas condiciones y limpio?			X		
	¿Es fácil distinguir los materiales de limpieza, uso de detergentes y limpiadores aprobados?			X		
	¿Las medidas de limpieza utilizadas son inviolables?				X	
	¿Las medidas de limpieza y horarios son visibles fácilmente?				X	
Seiketsu Estandarizar	Mantener y monitorear las primeras 3'S					
	Esta toda la información necesaria en forma visible				X	
	¿Se respeta consistentemente todos los estándares?			X		
	¿Están asignadas y visibles las responsabilidades de limpieza?				X	
	¿Están los basureros y los compartimientos de desperdicios vacíos y limpios?			X		
	¿No están los contenedores de productos y/o ingredientes en contacto directo con el piso?			X		
Shitsuke Disciplina	Apegarse a las reglas, escrupulosamente					
	¿Están siendo la organización, el orden y la limpieza regularmente observada?			X		
	¿Todo el personal se involucra en el almacenamiento?		X			
	¿Son observadas las reglas de seguridad y limpieza?			X		
	¿Se respetan las áreas de no fumar y no comer?		X			
	¿La basura y desperdicio están bien localizados y ordenados?			X		
		97				

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Cuadro N°5-19 “Resultados de la Evaluación Inicial 5´S -Almacén Auxiliar”

Categoría	Ptos Obtenidos	Ptos de Categoría
Seiri = Clasificar	17	50
Seiton = Orden	26	50
Seiso = Limpieza	14	50
Seiketsu = Estandarizar	14	50
Shitsuke = Disciplina	26	50
TOTAL	97	250
TOTAL (%)	38.80%	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

- El almacén Auxiliar de la empresa obtuvo un puntaje de 97 los que representa un 38.8% del puntaje ideal. Con lo cual se pudo identificar los punto críticos en SEISO (Limpieza), SEIKETSU (Estandarizar)y SEIRI (Clasificar), esto es debido a una ineficiente gestión que tiene este almacén por lo que la aplicación del programa de las 5´S mejoraría el funcionamiento de este almacén.

Una vez realizada la evaluación inicial del programa de las 5´S podemos observar que la mayor deficiencia de los almacenes se encuentra en la clasificación, limpieza y la estandarización. Por lo cual tenemos que realizar el programa de las 5´S con el propósito de mejorar la gestión de los almacenes.

En el siguiente cuadro se puede observar la consolidación de los resultados en la evaluación inicial del programa de las 5´S aplicado a los almacenes de la empresa.

Cuadro N°5-20 “Resultados de la Evaluación Inicial 5´S”

Evaluación Inicial de 5´S	Ptos Obtenidos	(%) Obtenido	Ptos de Categoría
Almacén Principal	106	42.40%	250
Almacén Auxiliar	97	38.80%	250
PROMEDIO	40.60%		100%

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el cuadro anterior el resultado de los almacenes bajo el análisis del “Formato de evaluación inicial del programa de las 5´S” tiene un porcentaje de 40.6%. Lo cual no es crítico pero se tiene que mejorar por tal motivo a partir de esta evaluación se procedió a implementar el programa de las 5´S.

5.4.2 Propuesta de Implementación de SEIRI

Esta sección es una de las secciones más importantes dentro del programa de las 5´S, su objetivo es identificar y separar los elementos necesarios de los innecesarios y en desprenderse de estos últimos o reubicarlos.

5.4.2.1 Procedimiento de Aplicación de SEIRI

La aplicación e implementación de SEIRI se realizó de la siguiente manera:

- a) Se diseñó el formato de la “Tarjeta Roja” el cual se encuentra en el (Anexo 9), su función es registrar los elementos innecesarios, en esta tarjeta podemos encontrar la descripción del elemento innecesario, la ubicación, la cantidad, el motivo y la acción correctiva⁶⁹.
- b) Se capacito para el uso de las “Tarjetas Rojas” y posteriormente se entregó las “Tarjetas Rojas” a los responsables de los almacenes para empezar la evaluación a los almacenes de la empresa.
- c) Se evaluó cada elemento innecesario en los almacenes con los puntos planteados en el formato de la “Tarjeta Roja”.
- d) Se puso una copia del formato de la “Tarjeta Roja” junto con el elemento innecesario identificado, con una cinta adhesiva y la otra copia se almaceno para su listado posterior.
- e) Terminada la evaluación a los dos almacenes de la empresa, se procedió a recopilar la información de las “Tarjetas Rojas” y se sintetizó la información en una lista de elementos innecesarios la cual nos sirve para el control de los mismos.
- f) Una vez terminada la lista, se realizó el plan de acción correctiva a implementar previa autorización de la gerencia de la empresa.
- g) Finalizado el plan de acción correctiva se archivó la lista de elementos innecesarios indicando el cumplimiento del plan de acción.

⁶⁹<http://www.monografias.com/trabajos58/metodo-cinco-s/metodo-cinco-s3.shtml>

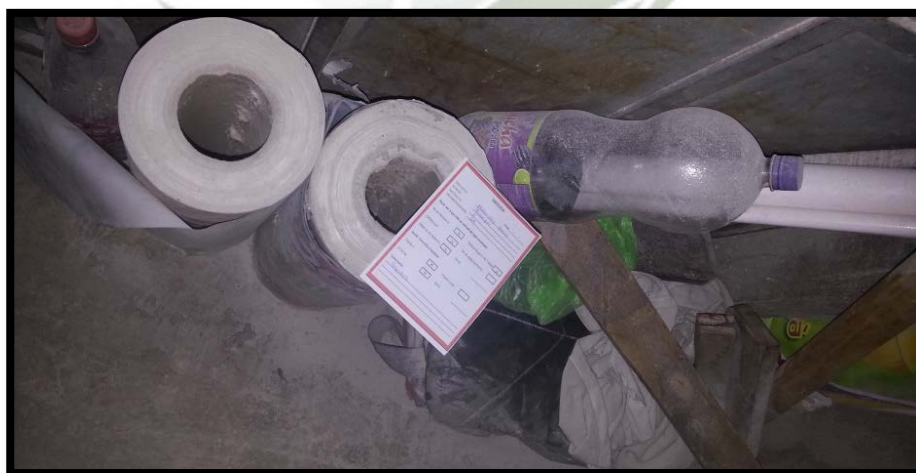
En las siguientes imágenes se pueden observar algunos elementos innecesarios que se identificó dentro de los almacenes de la empresa.

Imagen N°5-1 “Aplicación de SEIRI en el sub-almacén E”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen N°5-2 “Aplicación de SEIRI en el sub-almacén E”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen N°5-3 “Aplicación del Formato de Tarjetas en la Sub-área (d)”



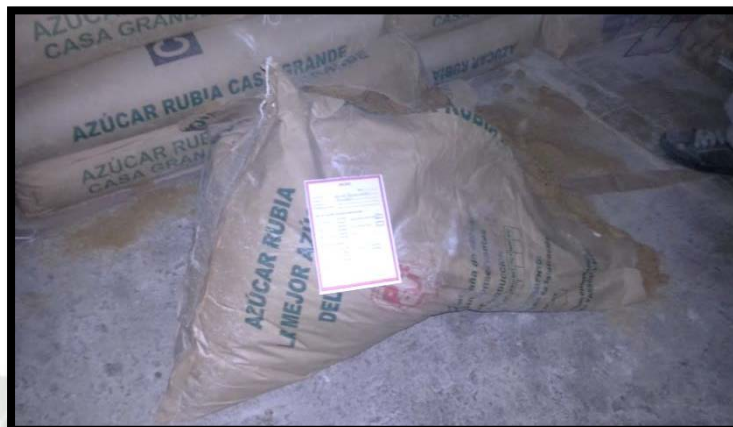
Fuente: Elaboración Propia

Imagen N°5-4 “Aplicación del Formato de Tarjetas en la Sub-área (f)”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen N°5-5 “Aplicación del Formato de Tarjetas en la Sub-área (g)”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen N°5-6 “Aplicación del Formato de Tarjetas en la Sub-área (h)”



Fuente: Elaboración Propia

Como se mencionó en el procedimiento de SEIRI una vez realizada la aplicación de las tarjetas rojas en los almacenes de la empresa, se procedió a realizar una lista de elementos innecesarios que sintetiza los resultados de las tarjetas rojas de la siguiente manera.

Cuadro N°5-21 “Lista de Elementos Innecesarios”

N°	Descripción	Cant.	Almacén	Sub-A	Motivo	Acción Correctiva
1	Cuchillo encima de productos	1	Principal	a	Reduce Espacio	Trasferir a Lugar de Materiales
2	Caja de Manteca Aplastada	1	Principal	a	Reduce Espacio/Defectuoso	Inspeccionar para arreglar o eliminar
3	Escobas encima de productos	2	Principal	a	Reduce Espacio	Trasferir a lugar de M. de Limpieza
4	Bolsa de gelatina debajo de mesa de trabajo	4	Principal	a	Reduce Espacio	Trasferir a almacén de P. No Voluminosos
5	Bolsas vacías malogradas	9	Principal	b	Reduce Espacio/Defectuoso	Eliminar o reciclar
6	Balanzas Malogradas	2	Principal	b	Reduce Espacio/Defectuoso	Eliminar o transferir a almacén de chatarra
7	Latas de atún deterioradas	21	Principal	b	Reduce Espacio/Defectuoso	Inspeccionar para arreglar o eliminar
8	Letreo de promociones tirado	1	Principal	c	No es necesario/Reduce Espacio	Eliminar o transferir a almacén de chatarra
9	Botellas de aceite vacías	5	Principal	c	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar o reciclar
10	Harina x 50kg con bolsa rota	3	Principal	c	Defectuoso	Inspeccionar para arreglar o eliminar
11	Botellas de gaseosa malogradas	18	Principal	d	Reduce Espacio/Defectuoso	Eliminar o reciclar
12	Bolsas de arroz vacías	19	Principal	d	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar o reciclar
13	Botellas de licor rotas	3	Principal	d	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar
14	Cajas de cartón malogradas	12	Principal	d	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar o reciclar
15	Basurero cerca a apilamiento de leche	1	Principal	d	Reduce Espacio	Trasferir a lugar de M. de Limpieza
16	Saco de basura cerca a la puerta de acceso	1	Principal	d	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar
17	Leche gloria x24 deteriorado	15	Principal	d	Reduce Espacio/Defectuoso	Eliminar o transferir a almacén de chatarra
18	Avena 3 ositos x 10kg malogrado	12	Principal	e	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar o transferir a almacén de chatarra
19	Carritos de despacho cerca de apilamiento de aceite	2	Principal	e	Reduce Espacio/No es Necesario	Trasferir a Lugar de Materiales
20	Materiales de reciclaje varios	24	Principal	e	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar
21	Ropa encima de apilamiento de harina	3	Principal	e	Reduce Espacio/No es Necesario	Trasferir a Bloques de personal
22	Bolsas de fideo rotas x 10kg	5	Principal	e	Reduce Espacio/Defectuoso	Inspeccionar para arreglar o eliminar
23	Parihuelas amontonadas a la pared	8	Principal	e	Reduce Espacio/No es Necesario	Trasferir a Lugar de Materiales
24	Cajas de cartón malogradas	17	Principal	e	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar o reciclar
25	Maicena x 10kg malogrado	8	Principal	e	Reduce Espacio/Defectuoso	Eliminar o transferir a almacén de chatarra
26	Bolsas de detergente x10kg deterioradas	35	Principal	f	Reduce Espacio/Defectuoso	Eliminar o transferir a almacén de chatarra
27	Bolsas de Fideos x25kg apiladas a la pared	22	Principal	f	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar
28	Rueda de carrito tirada en el piso	1	Principal	f	Reduce Espacio/No es Necesario	Trasferir a lugar de materiales
29	Bolsas vacías malogradas	15	Principal	f	Reduce Espacio/No es Necesario	Eliminar o reciclar
30	Ayudin x24u deterioradas	2	Principal	f	Reduce Espacio/Defectuoso	Inspeccionar para arreglar o eliminar
31	Azúcar x50kg con sacos rotos	1	Auxiliar	g	Reduce Espacio/Defectuoso	Inspeccionar para arreglar
32	Parihuelas malogradas	2	Auxiliar	g	Reduce Espacio/No es Necesario	Eliminar o transferir a almacén de chatarra

33	Bolsas de arroz x50kg rotas	2	Auxiliar	g	Reduce Espacio/Defectuoso	Inspeccionar para arreglar
34	Bolsa vacías de arroz malogradas	5	Auxiliar	g	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar o reciclar
35	Botellas rotas	7	Auxiliar	g	Reduce Espacio/Material de Desecho	Eliminar
36	Triciclo malogrado	1	Auxiliar	h	Reduce Espacio/No es Necesario	Trasferir a otro lugar
37	Palos arrinconados	3	Auxiliar	h	Reduce Espacio/No es Necesario	Trasferir a otro lugar
38	Escobas encima de apilamiento de caja de rones	2	Auxiliar	h	Reduce Espacio	Trasferir a lugar de M. de Limpieza
39	Harina de 50kg con sacos rotos	3	Auxiliar	h	Reduce Espacio/Defectuoso	Inspeccionar para arreglar
40	Letreros malogrados	2	Auxiliar	h	Reduce Espacio/No es Necesario	Eliminar o transferir a almacén de chatarra
41	Cajas de cartón malogradas	31	Auxiliar	h	Reduce Espacio/Defectuoso	Eliminar o reciclar

Fuente: Elaboración Propia

Después de la aplicación de SEIRI a los almacenes de la empresa. Se identificó que existían 41 elementos innecesarios los cuales fueron ejecutados según su acción correctiva planteada. Terminado esta acción se pudo observar un almacén con mejor aspecto y listo para seguir con el programa de las 5´S.

5.4.3 Propuesta de Implementación de SEITON

Una vez concluida la aplicación de SEIRI se procedió a realizar la segunda parte del programa de las 5´S la cual se conoce como SEITON (Orden).

Para la implementación de SEITON se consideró que los almacenes se encuentran en constante movimiento e implantar un modelo de orden estable se realizara progresivamente.

5.4.3.1 Procedimiento de Aplicación de SEITON

El procedimiento que se desarrolló en SEITON es el siguiente:

- a) Se estableció normas de almacenamiento para los productos de la empresa.
- b) Se estableció una clasificación de los artículos que comercializa la empresa en los sub-almacenes de la empresa.
- c) Se Identificó a los artículos de mayor movimiento en las líneas de productos establecidas.
- d) Se implementó un área para el almacenamiento de artículos personales de los que laboran en los almacenes, materiales de limpieza y herramientas. En los almacenes de la empresa.
- e) Se implementó una distribución de parihuelas y anaqueles dentro de los almacenes, para mejorar el orden de almacenamiento de los productos.
- f) Se propuso un sistema de rotación de inventarios, para mejorar el funcionamiento de los almacenes.
- g) Se diseñó un plano de seguridad de los almacenes.

Descrito el procedimiento anterior para aplicar SEITON en la empresa. La puesta en marcha se realizó de la siguiente manera:

a) Normas de almacenamiento para los productos de la empresa.

La empresa no tiene normas de almacenamiento establecidas sino que estas se dan por conveniencia, lo que puede llegar a causar deterioro o mermas en

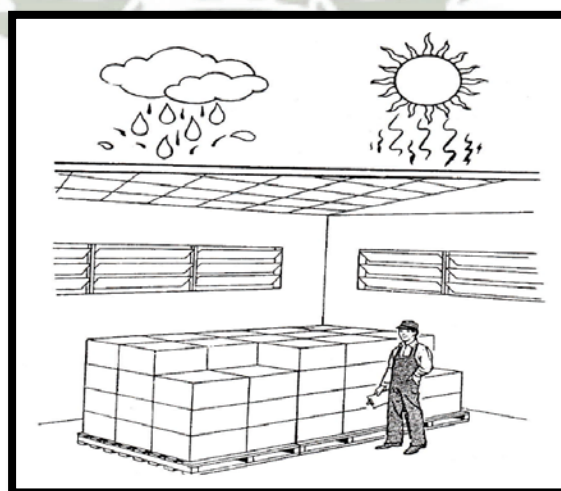
los productos. Del diagnóstico aplicado a los almacenes de la empresa se llegó a la conclusión que se deben establecer normas de almacenamiento referidas a los siguientes puntos:

- El almacén
- Las parihuelas
- Los pasadizos
- El apilamiento
- Las acciones preventivas

Las normas de almacenamiento que se establecieron para la implementación se Seiton son las siguientes:

- I. **El Almacén.-** Los productos deben almacenarse en condiciones estables que los protejan de lluvias y el excesivo sol, ya que estos son factores que deterioran a los productos. Lo ideal es que el almacén sea cerrado.

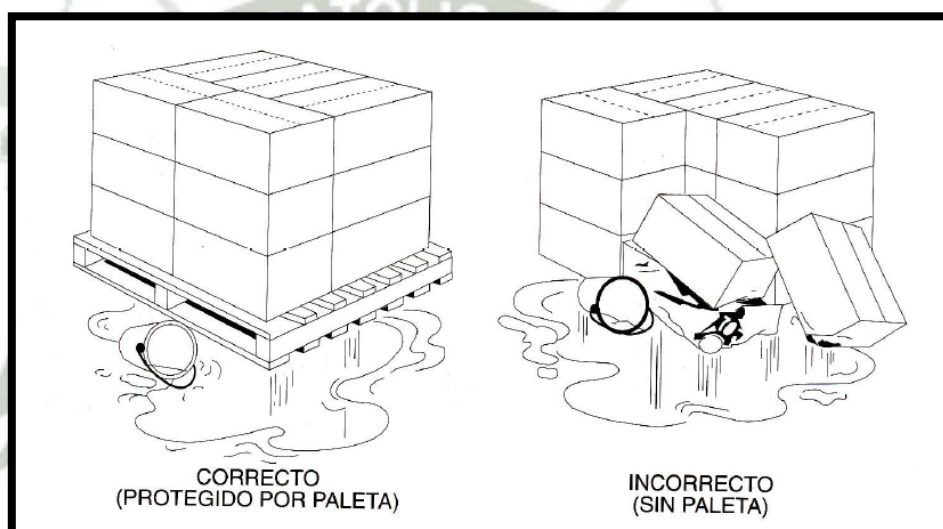
Imagen N°5-7“Condiciones del Almacén”



Fuente: Manual para las operaciones y maniobra de producto, 2010 pág. 8

- II. **Las Parihuelas:** El apilamiento de los productos se debe realizar sobre superficies que protejan a los productos del contacto directo con el piso ya puede ocasionar deterioro por humedad, suciedad, derrame de líquidos entre otras cosas. Las parihuelas o paletas son estas superficies las cuales deben tener una altura mínima sea de 15 cm debido a que protege productos alimenticios.

ImagenN°5-8“Parihuelas de Almacenaje”



Fuente: Manual para las operaciones y maniobra de producto, 2010 pág. 15

- III. **Los Pasadizos:** Los pasadizos en los almacenes de la empresa deben tener un ancho dependiendo a los materiales que se utiliza para su manipuleo y los tipos de productos que se almacén.
- En la empresa se no se utiliza materiales para trasportar mercaderías, esta actividad se realiza por los encargados de almacén por lo cual se determinó que el ancho del almacén debe ser 1.5 veces más ancha de los productos que se almacenan.

Dado esto se determinó lo siguiente:

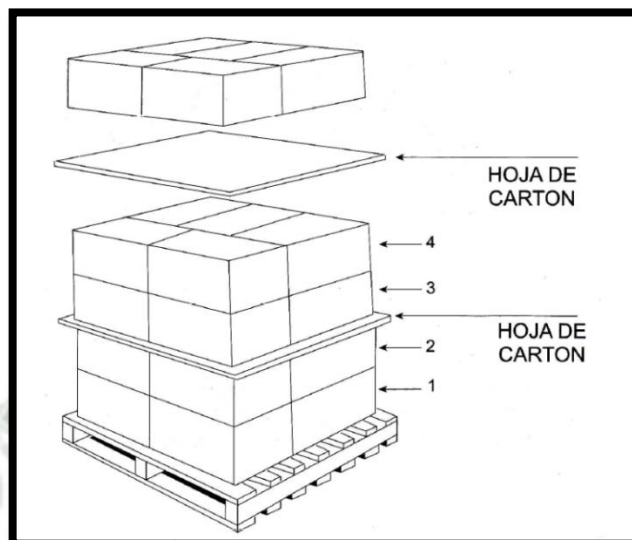
- El producto más ancho que tiene la empresa es la caja de paneton el cual tiene un ancho de 60cm por lo cual el pasadizo de esta sección debe tener un ancho de 90 centímetros esto para los almacenes que almacenan dentro sus áreas panetones.
- Para el almacén de materiales de limpieza también se determinó unos pasadizos de 90cm debido a que la bolsa de detergente grande tiene un ancho de 60cm
- Para el almacén de productos pequeños o no voluminosos se estimó un ancho de 60cm ya que es el mínimo para que una persona manipule artículos.

IV. El Apilamiento: La forma del apilamiento de los productos es importante debido a que la resistencia del producto se encuentra en las esquinas por lo cual se establece que las cuatro esquinas deben coincidir para el mayor aprovechamiento de esta cualidad.

Se estableció dos métodos para estabilizar los apilamientos de los productos:

- El arrume en columna.-Este se realiza con la ayuda de hojas de cartón de modo que sirva como amarre de la columna.

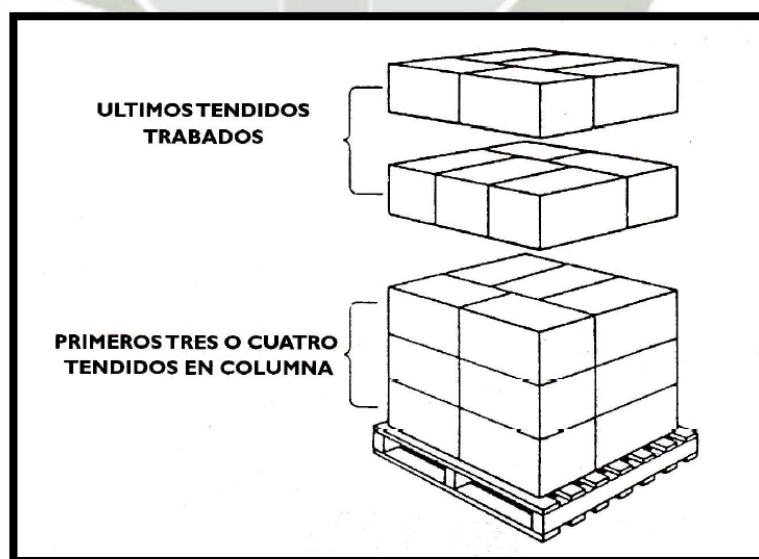
Imagen N°5-9 “Método de Arrume por Columna”



Fuente: Manual para las operaciones y maniobra de producto, 2010 pág. 22

- El arrume por trabado.- El cual cambia la posición de la cama de almacenamiento con el objetivo de que amarre a los productos de las camas inferiores el siguiente grafico muestra dicho arrume.

Imagen N°5-10 “Método de Arrume por Trabado”



Fuente: Manual para las operaciones y maniobra de producto, 2010 pág.25

Continuando con las normas de apilamiento se estableció una altura de apilamiento estándar con el propósito que los productos no se deterioren, el siguiente cuadro muestra esta altura estándar de las rumas de los productos más importantes.

Cuadro N°5-30 “Apilamiento de Productos”

Productos	Unidad de Apilamiento	Almacenamiento Recomendado
Aceite a granel x 5 lts.	Bidón	5
Aceite envasado en botella	Caja	8
Arroz x 50 kg	Saco	20
Atún o sardina (170 gr x 48 latas)	Caja	16
Azúcar x 50 kg	Saco	20
Detergente x 60 unid	Paquete	25
Fideos a granel	Paquete	10
Fideos envasados cortos	Paquete	14
Fideos envasados largos	Paquete	16
Harinas Industriales x50 kg	Saco	20
Harinas pre-mezcla x 10 kg	Saco	8
Harinas pre-mezcla x 25 kg	Saco	6
Manteca x 10 kg	Caja	8
Panetones x 6 kg	Caja	20
Papel Higienice	Paquete	30
Pisco (12 x 750ml)	Caja	15
Ron (12x750ml)	Caja	15
Vino (12 x 750ml)	Caja	15

Fuente: Manual para las operaciones y maniobra de producto, 2010 pág. 50

Para poder obtener una lista más extensa de la altura de apilamiento de las rumas, se puede recopilar esta información en las envolturas (cajas, sacos, otros) de los diferentes artículos que almacena la empresa.

V. **Las Acciones Preventivas:** Finalmente se estableció la siguiente lista con acciones preventivas para el buen funcionamiento de los almacenes de la empresa:

- Colocar los productos siempre sobre las parihuelas.
- Tener el servicio higiénico operando en óptimas condiciones sanitarias.
- Revisar que no exista huecos en los techos o roturas que puedan convertirse en goteras, sobretodo en época de lluvia.
- Mantener los pisos y paredes sin roturas ni grietas (Estas podrían ocultar insectos) así como sin huecos u orificios que puedan servir de madriguera de roedores.
- Preocuparse permanentemente en resanar cualquier deterioro en cuanto se produzca.
- No dejar que se acumule polvo debajo de los anaqueles ni en las ranuras o hendiduras, luego de realizar los despachos levantar las parihuelas y recoger los restos de harina o polvo.
- Efectuar periódicamente una revisión al detalle (Inventario), muestreando lotes o parihuelas de los diferentes productos, considerando dos aspectos principales: La antigüedad del producto en el almacén desde su fecha de ingreso y la naturaleza del producto (especialmente en el caso de fideos, harinas, panetones, margarinas, mantecas, arroz, azúcar, leche y galletas)

b) Clasificación de los artículos en los sub-almacenes de la empresa.

Esta parte de la implementación de SEITON tiene como objetivo diseñar una adecuada clasificación de los artículos en los diferentes sub-almacenes que tiene la empresa con la finalidad de tener almacenes más ordenados.

Se observó del diagnóstico de los almacenes del (CAPITULO III) que uno de los principales problema de los almacenes es que no se tiene una clasificación estable y esta se da por conveniencia. Debido a la diversidad de productos, el reducido espacio de almacén y el movimiento constante de los productos dentro de los almacenes de la empresa debido a esto no es factible la implementación de una política de distribución minuciosa.

La clasificación que se plantea está ligada al diagnóstico de los almacenes y a las siguientes acotaciones con el fin de tener productos ordenados dentro de los almacenes.

Acotaciones a considerar para la distribución de los almacenes:

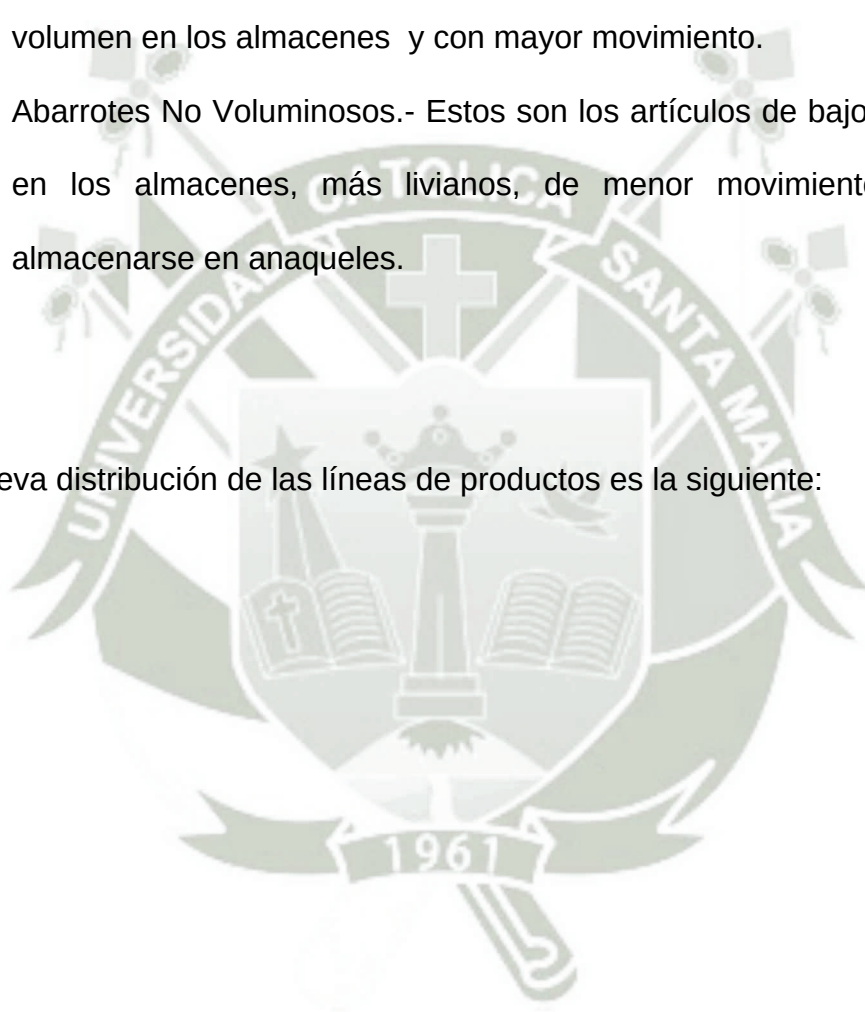
- o Los artículos de limpieza y cuidado personal deben estar alejados de otros productos ya que los olores que emiten llegan a contaminar a otros productos.
- o Se deben agrupar los productos de Abarrotes, Licorería y Materiales de limpieza y Cuidado personal para un mejor orden en los almacenes.
- o Se debe usar anaqueles para productos de baja rotación, bajo peso y bajos volúmenes de almacenamiento para tener almacenes más ordenados.

Distribución de los productos en los almacenes

La distribución actual de la empresa es correcta ya que cumple con las acotaciones anteriores, para un mejor control de esta distribución de productos se dividió el grupo de los productos de abarrotes debido a su diversidad de marcas en dos partes:

- Abarrotes Voluminosos.- Estos son los artículos más pesados, de más volumen en los almacenes y con mayor movimiento.
- Abarrotes No Voluminosos.- Estos son los artículos de bajos volúmenes en los almacenes, más livianos, de menor movimiento y pueden almacenarse en anaqueles.

La nueva distribución de las líneas de productos es la siguiente:



Cuadro N°5-23 “Líneas de Productos Establecidas”

Productos de Abarrotes Voluminosos	Harinas Arroces Margarinas Fideos Azúcar Panetones Sémolas Avenas Leches Aceites Mantecas Galletas a granel	Licores en General	Piscos Ronces Vinos Champagne Anisados Vodkas Cremas de licor Jarabes de licor Whiskies Tabacos
Productos de Abarrotes No Voluminosos	Cereales Golosinas Mazamorras Conservas de Fruta Gelatinas Conservas de Pescado Flanes Pudines Refrescos Menstras Productos de Especería Cocoas Chocolates Te Mates Yogurt Mermeladas Jugos Cafes Galletas empaquetadas	Materiales de Limpieza y Cuidado Personal	Detergentes Jabones Jaboncillos Shampoo Papel Higiénico Servilletas Pañales Cremas Dentales Toallas Higiénicas Lava vajillas Lejías Ceras

Fuente: Elaboración Propia

La clasificación que se establece mejora el orden en los almacenes de la empresa sin alterar la distribución actual. La clasificación que se establece en las sub-áreas de los almacenes es el siguiente:

Almacén Principal

- Sub-almacén “A”.-Artículos de abarrotes voluminosos y no voluminoso:
 - P. de abarrotes no voluminosos en la parte posterior debido a que se encuentra cerca del almacén “B”, como son los tipos de yogurt, mermeladas, jugos, cafés y galletas ya que estos productos requieren más área de almacenamiento.
 - P. de abarrotes voluminosos en la parte delantera ya que esta área está cerca del mostrador y ayuda en el marketing, los productos que se deben de almacenar serían los tipos de harina, arroz, azúcar, manteca, margarina, leche y panetones ya que son los más importantes.
- Sub-almacén “B”.- Artículos de abarrotes no voluminosos como cereales, golosinas, mazamorras, conservas de fruta y pescado, galletas empaquetadas, gelatinas, flanes, pudines, refrescos, menestras, chocolates, cocoas, te-mates y productos de especería, debido a que es un almacén pequeño y tiene una altura de 3.2m.
- Sub-almacén “C”.-Artículos de abarrotes voluminosos como es el caso de las harinas, arroces y azúcar, debido a que se encuentra cercada al área de despacho.

- Sub-almacén “D”: Artículos de licorería en general en la parte posterior, debido al tamaño de esta área se debe también almacenar algunos artículos de abarrotes voluminosos especialmente artículos como leches, arroces, galletas a granel y panetones.
- Sub-almacén “E”.-Artículos de abarrotes voluminosos como los tipos de harinas, fideos, aceites, mantecas, azúcar, arroces, margarinas, avenas, sémolas y panetones, debido al tamaño del área de este almacén.
- Sub-almacén “F”.-Artículos de limpieza y cuidado personal, debido a que esta sub-almacén se encuentra en la parte posterior del almacén principal, ya que los olores que emiten llegan a contaminar a otros productos.

Almacén Auxiliar:

- Sub-almacén “G”.-Artículos de abarrotes voluminosos como es el caso de harinas, mantecas, arroz y azúcar, también artículos de licorería como es el caso de vinos, ron y pisco. Ya que su función es de apoyo.
- Sub-almacén “H”.-Artículos de abarrotes voluminosos como es el caso de los tipos de harinas, mantecas, azúcar, arroz y panetones. Ya que su función es de apoyo.

Para mejorar el almacenamiento de los productos se deben eliminar los mezanines que se encuentran en las sub-áreas del almacén principal debido a que dificultan el almacenaje de productos y no son productivos, el costo de eliminación de los mezanines es el siguiente:

- Mezanine del Almacén "C" S/ 2,835.00⁷⁰
- Mezanine del almacén "F" S/ 750.00⁷¹

Establecidas las pautas anteriores se diseñó un plano de ubicación de los artículos que comercializa la empresa dentro de los almacenes de la empresa con ayuda de letreros, como se muestra a continuación:



⁷⁰ Debido a que tiene un área de 19m2 aproximadamente y está hecho de concreto

⁷¹ Debido a que tiene un área de 8m2 aproximadamente y está hecho de manera

Grafico N°5-3 “Clasificación de los productos en del almacén principal”



Fuente: Elaboración Propia

Grafico N°5-22 “Clasificación de los productos en del almacén auxiliar”



Fuente: Elaboración Propia

A continuación se muestran algunas imágenes de los letreros en los almacenes de la empresa.

Imagen N° 5-11 “Aplicación de letreros en los almacenes de la empresa”



Fuente: Elaboración Propia

c) Identificación de los artículos que poseen mayor movimiento dentro de las líneas de productos establecidas.

El objetivo de esta sección es tener como referencia los resultados para ubicar a los productos que presenten mayor movimiento cerca a las puertas de salida o al área de despacho de la empresa para reducir manipuleo.

Se identificó a los productos de mayor movimiento por el Método de Pareto en función a su demanda anual, de este modo dependiendo de los artículos que se almacenen en los sub-almacenes de la empresa se ubicaran a los artículos de calificación “A” como primera opción, artículos de calificación “B” seguidamente, cercanos a las salidas o al área de despacho y los que obtuvieron la calificación “C” se acomodara según conveniencia.

- i. Productos de Abarrotes Voluminosos: El análisis de Pareto bajo el criterio de la demanda anual se encuentra en el (Anexo 12), pero a continuación se muestra los productos más importantes.

Cuadro N°5-24 “Pareto - Abarrotes Voluminosos”

N°	DESCRIPCION	Demanda Anual (u/año)	%	%Acum	ABC
1	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	15,263	14.51%	14.51%	A
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	14,782	14.05%	28.56%	A
3	MANTECA FAMOSA X 10K.	5,489	5.22%	33.78%	A
4	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	5,098	4.85%	38.62%	A
5	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	4,570	4.34%	42.97%	A
6	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	4,178	3.97%	46.94%	A
7	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	3,407	3.24%	50.18%	A
8	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	2,552	2.43%	52.60%	A
9	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	2,367	2.25%	54.85%	A
10	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	2,319	2.20%	57.06%	A
11	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	2,209	2.10%	59.15%	A

Fuente: Elaboración Propia

- ii. Productos de Abarrotes No Voluminosos: El análisis de Pareto bajo el criterio de la demanda anual se encuentra en el (Anexo 13), pero a continuación se muestra los productos más importantes.

Cuadro N°5-25 “Pareto - Abarrotes No Voluminosos”

N°	DESCRIPCION	Demanda Anual (u/año)	%	%Acum	ABC
1	MILO ACTIGEN-E X 400G	4,082	11.54%	11.54%	A
2	OLE OLE X 60 UNID.	4,009	11.33%	22.87%	A
3	CHOC. RECORD X 400 GR.	3,338	9.43%	32.30%	A
4	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	1,471	4.16%	36.46%	A
5	CHOC. RECORD X 100 GR.	1,448	4.09%	40.55%	A
6	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	1,362	3.85%	44.40%	A
7	GALL. SODA-V FIELD (X6)	1,334	3.77%	48.17%	A
8	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	1,286	3.63%	51.81%	A
9	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	1,186	3.35%	55.16%	A

Fuente: Elaboración Propia

- iii. Licores en General: El análisis de Pareto bajo el criterio de la demanda anual se encuentra en el (Anexo 14), pero a continuación se muestra los productos que obtuvieron una calificación “A”.

Cuadro N°5-26 “Pareto – Licores en General”

N°	DESCRIPCION	Volumen de Ventas (u/año)	%	%Acum	ABC
1	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA S/S X 750CC+COPA	737.75	7.48%	7.48%	A
2	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	544	5.52%	13.00%	A
3	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	538	5.46%	18.46%	A
4	PISCO VARGAS X 750CC. + 187.5ML. OFERTA	406	4.12%	22.58%	A
5	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	374	3.79%	26.37%	A
6	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	366	3.71%	30.08%	A
7	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	347	3.52%	33.60%	A
8	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	339	3.44%	37.04%	A
9	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	322	3.27%	40.31%	A

Fuente: Elaboración Propia

- iv. Materiales de Limpieza y Cuidado Personal: El análisis de Pareto bajo el criterio de la demanda anual se encuentra en el (Anexo 15), pero a continuación se muestra los productos más importantes.

Cuadro N°5-27 “Pareto – Materiales de Limpieza y Cuidado Personal”

N°	DESCRIPCION	Demanda Anual (u/año)	%	%Acum	ABC
1	PAPEL NOBLE DH X 20	1,355	19.27%	19.27%	A
2	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	891	12.67%	31.94%	A
3	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	732	10.41%	42.36%	A
4	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	497	7.07%	49.42%	A
5	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	343	4.88%	54.30%	A
6	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	223	3.17%	57.47%	A
7	LAVAVAJILLA AYUDIN X 330GR	173	2.46%	59.93%	A
8	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	148	2.10%	62.04%	A

Fuente: Elaboración Propia

Una vez identificados a los productos que presentan mayor movimiento, se utilizó esta información para tener almacenes más eficientes ya que estos productos tienen priorización de almacenaje y ubicación ya que el objetivo es reducir el esfuerzo posible en los almacenes de la empresa.

d) Implementación de áreas complementarias en los almacenes de la empresa.

El objetivo de este punto es tener almacenes más ordenados para lo cual se implementaron áreas destinadas a almacenar materiales de limpieza, herramientas de trabajo y artículos personales de los trabajadores dentro de los

almacenes. De la implementación de SEIRI se pudo determinar que se necesitan áreas complementarias en los almacenes.

i) Implementación de áreas para los materiales de limpieza y herramientas.

Actualmente los almacenes de la empresa no tienen un lugar estable donde se puedan ubicar los materiales de limpieza y las herramientas de trabajo (Pegamentos, cuchillos, cintas, otros) es por ello que se implementó un lugar estable dentro de los almacenes donde podamos encontrar los materiales de limpieza y las herramientas de trabajo de la siguiente manera:

- Almacén principal. - Se determinó que el mejor lugar para ubicar estos materiales es al costado del baño de la empresa en el Sub-almacén "B". Para no contaminar a los productos que se almacenan en este sub-almacén se almacenaron los materiales de limpieza y las herramientas en un estante de puerta cerrada que tuvo un costo de implementación de S/. 550.00

**Imagen N° 5-12 “Ubicación de los Materiales de Limpieza y Herramientas
de trabajo en el Almacén Principal”**



Fuente: Elaboración Propia

- Almacén Auxiliar.- Se determinó que el mejor lugar para almacenar estos materiales es en el sub-almacén “G” al costado de la puerta principal debido a que existe un área libre sin uso.

**Imagen N° 5-13 “Ubicación de los Materiales de Limpieza y Herramientas
de trabajo en el Almacén Auxiliar”**



Fuente: Elaboración Propia

ii) Implementación de un área para el almacenaje de los artículos personales de los encargados de los almacenes

Un problema que se detectó al momento de aplicar SEIRI en el almacén principal es que no había un lugar para almacenar los artículos personales de los encargados de almacén y estos habitualmente los colocaban encima de las rumas provocando desorden en el almacén por lo cual se implementó bloques donde se almacenan estos artículos personales.

Se determinó que el mejor lugar para ubicar estos bloques es al costado del estante de los materiales de limpieza y herramientas de trabajo en el sub-almacén "B". El costo que se incurrió fue de S/ 650.00.

Imagen N° 5-14 “Ubicación de los Artículos Personales en el Almacén Principal”



Fuente: Elaboración Propia

Una vez implementadas las áreas complementarias en los almacenes de la empresa se pudo observar un almacén más ordenado.

a) Distribución de parihuelas y anaqueles en los Almacenes

Una vez identificadas las políticas de almacenamiento, los tipos de productos que se van a almacenar en los sub-almacenes de la empresa, tener establecidas las áreas para almacenaje de materiales de limpieza, herramientas de trabajo y artículos personales de los encargados de almacén se propuso una distribución de parihuelas y anaqueles dentro de los almacenes con la finalidad de tener almacenes ordenados.

- i) La Implementación de los anaqueles se realizó de la siguiente manera:

Del diagnóstico de los almacenes se identificó que para tener almacenes ordenados se debe aprovechar la distribución vertical especialmente para las líneas de productos que presentan una diversidad de marcas y se manejen volúmenes bajos. Por lo cual se implementó estos anaqueles en los siguientes sub-almacenes.

- ❖ Sub-almacén “B”.- En este almacén se almacena gran cantidad de productos de bajos volúmenes lo cual genera mucho desorden. Por lo cual se implementó 4 anaqueles de 2.2m de altura, uno a la pared derecha con dimensiones de (45cm x 265cm) y cinco fila de almacenaje a un costo de implementación de S/ 550.00, el segundo en la pared izquierda con dimensiones de (45cm x 380cm) y cinco filas de almacenaje a un costo de implementación de S/ 650.00 y dos anaqueles

centrales con dimensiones de (75cm x 290cm) y cuatro filas de almacenaje a un costo de implementación de S/ 580.00 c/u.

- ❖ Sub-almacén “D”.- En este sub-almacén se almacena todos los artículos de la línea de Licorería lo cual genera desorden debido a la gran cantidad de diferentes marcas. Por lo cual se implementó un anaquel de 4 metros de altura con dimensiones de (95cm x 480cm) y cuatro filas de almacenaje a un costo de implementación de S/ 1,850.00.
- ❖ Sub-almacén “F”.- En este sub-almacén se almacena todos los artículos de materiales de limpieza y cuidado personal lo que provoca desorden, debido a que existen varios productos no voluminosos que se colocan encima de los voluminosos. Para lo cual se implementó un anaquel de 4 metros de altura con dimensiones (100cm x 580cm) y seis filas de almacenaje a un costo de implementación de S/ 2,300.00.

Imagen N°5-15 “Anaquel del Sub-almacén B”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen 5-16 “Anaquel del Sub-almacén D”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen 5-17 “Anaquel del Sub-almacén F”



Fuente: Elaboración Propia

- ii) La implementación de la distribución de parihuelas en los almacenes se realizó de la siguiente manera:

Debido a las normas de almacenamiento establecidas todos los artículos que comercializa la empresa se deben almacenar en parihuelas y deben tener una distancia de pasadizos de 1.5 veces el tamaño del artículo más voluminoso. Para todas los sub-almacenes

se estableció pasadizos de 90cm⁷² debido a que el artículo más voluminoso es la caja de paneton y tiene un ancho de 60cm. Excepto el almacén de productos de abarrotes no voluminosos ya que se plantío un pasadizo de 60cm ya que almacena productos no voluminosos.

- ❖ La empresa actualmente cuenta con 123 parihuelas de 160cm x 140cm el cual es la dimensión estándar, 4 parihuelas de 100cm x 70cm. Se propuso una distribución de parihuelas en los almacenes donde se respeta unos pasadizos de por lo menos 90cm.
- ❖ Para la implementación se necesitaron 89 parihuelas de tamaño estándar, 38 fueron modificadas y se fabricaron 4 para un mejor uso de los almacenes. El costo que se incurrió fue de S/ 3,680.00

En los siguientes cuadros se detallan los costos que se realizaron para la nueva distribución de las parihuelas.

⁷²Ancho del pasadizo = 60cm*1.5 =90cm

Cuadro N° 5-28 “Costo de Distribución de Parihuelas – A. Principal”

Almacén Principal					
Cantidad		Dimensiones (cm)	Acción	Costo / Unid	Coto Total
44	Parihuelas	160 x 140	No	S/. 0.00	S/. 0.00
8	Parihuelas	235 x 120	Modificar	S/. 150.00	S/. 1,200.00
3	Parihuelas	160 x 140	Modificar	S/. 60.00	S/. 180.00
3	Parihuelas	140 x 125	Modificar	S/. 40.00	S/. 120.00
2	Parihuelas	200 x 150	Modificar	S/. 120.00	S/. 240.00
2	Parihuelas	165 x 95	Crear	S/. 160.00	S/. 320.00
2	Parihuelas	140 x 130	Modificar	S/. 40.00	S/. 80.00
1	Parihuela	170 x 60	Crear	S/. 130.00	S/. 130.00
1	Parihuela	165 x 140	Modificar	S/. 30.00	S/. 30.00
1	Parihuela	140 x 95	Crear	S/. 140.00	S/. 140.00
1	Parihuela	190 x 160	Modificar	S/. 80.00	S/. 80.00
1	Parihuela	140 x 65	Modificar	S/. 50.00	S/. 50.00
1	Parihuela	140 x 90	Modificar	S/. 60.00	S/. 60.00
TOTAL A INVERTIR :					S/. 2,630.00

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N° 5-29 “Costo de Distribución de Parihuelas – A. Auxiliar”

Almacén Auxiliar					
Cantidad		Dimensiones (cm)	Acción	Costo / Unid	Coto Total
45	Parihuela	160 x 140	No	S/. 0.00	S/. 0.00
10	Parihuela	160 x 135	Modificar	S/. 50.00	S/. 500.00
2	Parihuela	225 x 180	Modificar	S/. 170.00	S/. 340.00
1	Parihuela	210 x 140	Modificar	S/. 90.00	S/. 90.00
1	Parihuela	165 x 140	Modificar	S/. 40.00	S/. 40.00
2	Parihuela	135 x 110	Modificar	S/. 40.00	S/. 80.00
TOTAL A INVERTIR :					S/. 1,050.00

Fuente: Elaboración Propia

En los siguientes gráficos se muestra a los almacenes con la nueva distribución de parihuelas y anaqueles:

Gráfico N° 5-5 “Distribución de Parihuelas y Anaqueles en el A.Principal”



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 5-10 “Distribución de Parihuelas en el Almacén Auxiliar”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen N°5-18 “Aplicación de SEITON en el Almacén Principal”



Fuente: Elaboración Propia

Imagen N°5-19 “Aplicación de SEITON en el Almacén Auxiliar”

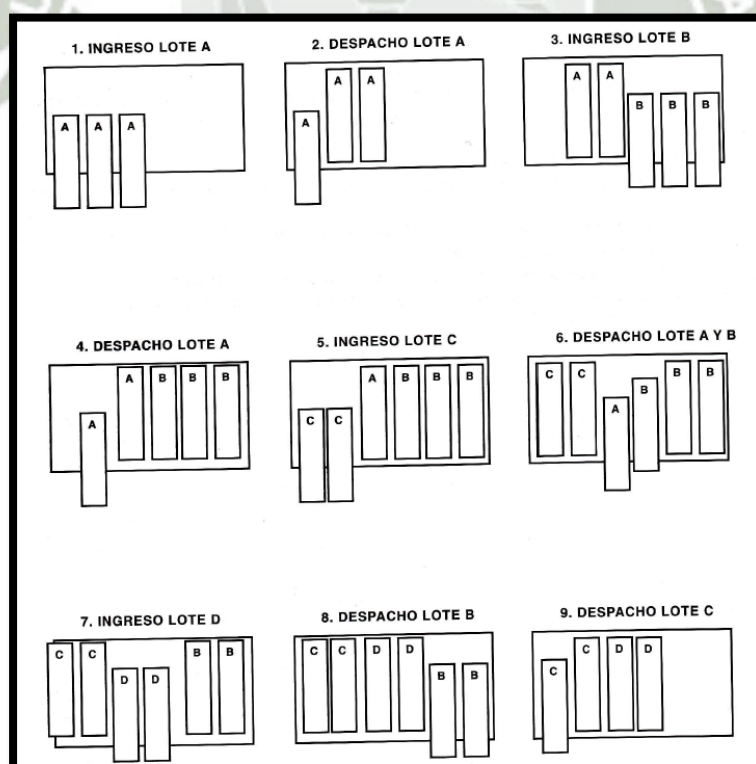


Fuente: Elaboración Propia

b) Propuesta e Implementación de un sistema de rotación de inventarios

La empresa actualmente no cuenta con un sistema de rotación de inventarios establecido sino que estos se dan por conveniencia se propone implementar el sistema de rotación de inventarios FIFO (Primero en entrar, primero en salir) ya que es una herramienta básica para un almacén de alto movimiento debido a que asegura el despacho de los productos más antiguos antes de continuar con los productos de recién ingreso. Para esto se tiene que disponer el espacio de almacén de manera que los productos que recién ingresan no impidan el acceso a los anteriormente recepcionados. El siguiente grafico muestra el sistema de rotación FIFO propuesto.

Gráfico N° 5-6 “Sistema de Rotación de inventarios FIFO”



Fuente: Manual para las operaciones y maniobra de producto, 2010 pág. 62

c) Diseñó un plano de seguridad de los almacenes.

Para culminar la parte de la implementación de SEITON se diseñó los planos de seguridad de los almacenes con la finalidad de proteger el buen funcionamiento de los mismos.



Gráfico N° 5-7 “Plano de seguridad del Almacén Principal”



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 5-8 “Plano de seguridad del Almacén Auxiliar”



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 5-9 “Leyenda de los Planos de Seguridad”

LEYENDA	
	ZONA DE SEGURIDAD
	SEÑAL DE SALIDA
	EXTINTOR
	BOTIQUIN
	RIESGO ELECTRICO
	LUCES DE EMERGENCIA
	INDICACION DE GRADAS

Fuente: Elaboración Propia

5.4.4 Propuesta de Implementación de SEISO

Siguiendo con la metodología del programa de las 5`S y una vez implementadas la parte de SEIRI y SEITON se procederá a implementar la tercera “S” la cual es SEISO (Limpieza).

Esta Implementación de SEISO consiste en identificar y eliminar las fuentes de suciedad, asegurando que los almacenes se encuentren en perfecto estado para su operación. La suciedad en los almacenes puede traer deterioro de los productos, contaminación de productos entre otras cosas. Esta suciedad se da principalmente por los polvos que emiten las harinas en su manipuleo.

Para la implementación de SEIRI se va a utilizar al personal de la empresa que esté ligado a los almacenes esto con la finalidad de que tomen conciencia de la limpieza de los almacenes.

El plan de trabajo propuesto se muestra a continuación:

Cuadro N°5-30 “Programa de Limpieza de los Almacenes”

		LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		SÁBADO	
		Mañana	Tarde	Mañana	Tarde	Mañana	Tarde	Mañana	Tarde	Mañana	Tarde	Mañana	Tarde
Almacén Principal	Sub-almacén A	ES 1		ES 1		ES 1		ES 1		ES 1		ES 1	
	Sub-almacén B		ES1		ES1		ES1		ES1		ES1		ES1
	Sub-almacén C	CH 1		CH 1		CH 1		CH 1		CH 1		CH 1	
	Sub-almacén D		ES 3		ES 3		ES 3		ES 3		ES 3		ES 3
	Sub-almacén E	AL	ES 2	AL	ES 2	AL	ES 2	AL	ES 2	AL	ES 2	AL	ES 2
	Sub-almacén F	ES 2		ES 2		ES 2		ES 2		ES 2		ES 2	
Almacén Auxiliar	Sub-almacén G	ES 3	CH 2			ES 3	CH 2			ES 3	CH 2		
	Sub-almacén H											ES 3	CH 2

Dónde:
AL = Almacenero
ES 1 = Estibador N°1
ES 2 = Estibador N°2
ES 3 = Estibador N°3
CH 1 = Chofer N°1
CH 2 = Chofer N°2

Fuente: Elaboración Propia

Se planteó que el programa de limpieza se realice en las mañanas y en las tardes en los siguientes horarios:

- Mañana: 8:15 am a 8:45 am
- Tarde 2:45 am a 3:15 pm

El programa de limpieza fue elaborado con la dirección de la empresa y los encargados del área de almacén con el fin de delegar responsabilidades para tener un almacén limpio.

5.4.5 Propuesta de Implementación de SEIKETSU

Una vez concluida la implementación de las tres primeras “S” se procede con la implementación de la cuarta “S” SEIKETSU (Estandarizar) la cual consiste en crear hábitos para conservar las tres primeras “S” de forma eficiente y tener los almacenes de trabajo en perfectas condiciones.

Para implementar esta cuarta “S” SEIKETSU se asignó la responsabilidad de controlar y verificar el cumplimiento de las tres primeras “S” (SEIRI, SEITON y SEISO) al responsable de almacén (Almacenero Principal) directamente y al Administrador de la empresa indirectamente. Esto debido a las siguientes razones:

- El almacenero Principal.- Debido a que es la persona que pasa mayor tiempo en los almacenes y tiene experiencia con los mismos por lo cual es la indicada para velar el cumplimiento de las tres primeras “S”.
- El Administrador.- Debido a que es la persona con la facultad de toma de decisiones para medidas correctivas, esta persona sirve como apoyo del almacenero principal para controlar el cumplimiento de las tres primeras “S”.

5.4.6 Propuesta de Implementación de SHITSUKE

Finalizando la implementación del programa de las 5`S se procede a la implementación de SHITSUKE (Disciplina) el cual consiste en trabajar permanentemente de acuerdo con los parámetros establecidos.

Esta etapa es considerada la de control riguroso y permanente ya que se tiene que cumplir de forma eficiente los parámetros establecidos sino el programa de las 5`S` pierde su eficiencia. Los puntos más relevantes de esta etapa son el control continuo y el nivel de compromiso que se inculca a las personas que estén a cargo de los almacenes para el eficiente desempeño de los mismos.

Para inculcar el compromiso a los encargados de los almacenes se brindó una charla donde se explicó los problemas que la empresa incurre al no aplicar eficientemente el programa de las 5`S. Para reforzar el compromiso se programó reuniones cada 15 días en la oficina de administración donde se hablara del programa de las 5`S, problemas complementarios y también se invitaran a los principales proveedores para adiestrarnos en el manejo de materiales y productos que nos proveen.

Imagen N°5-20“Charla sobre la aplicación del P. de las 5`S”



Fuente: Elaboración Propia

5.4.7 Evaluación final de la Implementación de las 5'S

Para concluir la implementación del programa de las 5'S se realizó un resumen de los costos incurridos y una evaluación final del programa de las 5'S que se encuentra en el (Anexo 10).

Cuadro N°5-31 “Costos Incurridos para la I. del Programa de las 5'S”

DESCRIPCION	CARACTERISTICAS	LUGAR DE UBICACIÓN	MONTO INVERTIDO
Compra de un estante con puerta para almacenar productos de limpieza y herramientas de trabajo	Tiene las siguientes dimensiones (170cm x 30cm x 110cm)	Al costado del baño en el sub-almacén B	S/. 550.00
Compra de un estante (Bloques) para almacenar los artículos personales de los encargados de almacén	Tiene las siguientes dimensiones (180cm x 30cm x 100cm)	Al costado del baño en el sub-almacén B	S/. 650.00
Implementación de un anaquel para producto de abarotes no voluminosos	Su fabricación tiene las siguientes dimensiones (220cm x 45cm x 265cm)	En la pared derecha del sub-almacén B	S/. 550.00
Implementación de un anaquel para producto de abarotes no voluminosos	Su fabricación tiene las siguientes dimensiones (220cm x 45cm x 380cm)	En la pared izquierda del sub-almacén B	S/. 650.00
Implementación de un anaquel para producto de abarotes no voluminosos	Su fabricación tiene las siguientes dimensiones (220cm x 75cm x 290cm)	En el espacio central del sub-almacén B	S/. 580.00
Implementación de un anaquel para producto de abarotes no voluminosos	Su fabricación tiene las siguientes dimensiones (220cm x 75cm x 290cm)	En el espacio central del sub-almacén B	S/. 580.00
Implementación de un anaquel para productos de licorería	Su fabricación tiene las siguientes dimensiones (400cm x 95cm x 480cm)	En la parte posterior del sub-almacén D	S/. 1,850.00
Implementación de un anaquel para productos de cuidado personal y materiales de limpieza	Su fabricación tiene las siguientes dimensiones (400cm x 100cm x 580cm)	Al costado de la puerta del sub-almacén F	S/. 2,300.00
Implementación de una distribución de parihuelas en el almacén principal	las modificación fueron planteadas en el cuadro N°5-28	En el almacén principal de la empresa	S/. 2,630.00
Implementación de una distribución de parihuelas en el almacén auxiliar	Las modificaciones fueron planteadas en el cuadro N° 5-29	En el almacén auxiliar de la empresa	S/. 1,050.00
OTROS	Estibaje, cintas, hojas, otros		S/. 350.00
MONTO TOTAL INVERTIDO			S/. 11,740.00

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°5-32 “Costo de Eliminación de los mezanines de la Empresa”

DESCRIPCION	CARACTERISTICAS	LUGAR DE UBICACIÓN	MONTO INVERTIDO
Dstrucción del Mezanine del sub-almacén C	Tiene un área aproximada de 19m2 y está hecho de concreto	Se encuentra en la parte posterior del sub-almacén C	S/. 2,835.00
Dstrucción del Mezanine del sub-almacén F	Tiene un área aproximada de 8m2 y está hecho de madera	Se encuentra en la parte posterior del sub-almacén F	S/. 750.00
MONTO TOTAL INVERTIDO			S/. 3,585.00

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°5-33 “Evaluación Final 5’S -Almacén Principal”

Evaluación Final del Programa de las 5'S						
Almacén : Almacén Principal						
Categoría	Elemento	10	7	4	1	Comentarios
Seiri Clasificar	Distintuir entre lo necesario y lo que no lo es					Se aplica el formato de las tarjetas rojas con mucho éxito
	¿Han sido eliminados todos los artículos innecesarios?		X			
	¿Están todos los artículos restantes correctamente arreglados en condiciones seguras?	X				
	¿Los corredores y áreas de trabajo son los suficientemente limpias y señaladas?		X			
	Los artículos innecesarios están siendo almacenados en el almacén de tarjetas rojas	X				
	Existen un procedimiento para disponer los artículos innecesarios		X			
Seiton Orden	Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar					Cada día se trata de darle un mejor orden a los almacenes
	¿Existe un lugar específico para todo y marcado visualmente?		X			
	¿Está todo en su lugar específico?		X			
	¿Son los estándares y limites fáciles de reconocer?	X				
	¿Es fácil reconocer el lugar para cada cosa?		X			
	¿Se vuelven a colocar las cosas en su lugar después de usarlas?		X			
Seiso Limpieza	Limpieza y buscando métodos para mantenerlo limpio					Los encargados de los almacenes están involucrados en tener almacenes más limpios
	¿Son las áreas de trabajo limpias y usan detergentes y limpiadores aprobados?	X				
	¿Los equipos se mantienen en buenas condiciones y limpio?		X			
	¿Es fácil distinguir los materiales de limpieza, uso de detergentes y limpiadores aprobados?			X		
	¿Las medidas de limpieza utilizadas son inviolables?		X			
	¿Las medidas de limpieza y horarios son visibles fácilmente?	X				
Seiketsu Estandarizar	Mantener y monitorear las primeras 3'S					
	Esta toda la información necesaria en forma visible		X			
	¿Se respeta consistentemente todos los estándares?		X			
	¿Están asignadas y visibles las responsabilidades de limpieza?	X				
	¿Están los basureros y los compartimientos de desperdicios vacíos y limpios?			X		
	¿No están los contenedores de productos y/o ingredientes en contacto directo con el piso?	X				
Shitsuke Disciplina	Apegarse a las reglas, escrupulosamente					
	¿Está siendo la organización, el orden y la limpieza regularmente observada?	X				
	¿Todo el personal se involucra en el almacenamiento?	X				
	¿Son observadas las reglas de seguridad y limpieza?		X			
	¿Se respetan las áreas de no fumar y no comer?		X			
	¿La basura y desperdicio están bien localizados y ordenados?		X			
		196				

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°5-34 “Evaluación Final 5´S -Almacén Auxiliar”

Evaluación Final del Programa de las 5´S						
Almacén : almacén Auxiliar						
Categoría	Elemento	10	7	4	1	Comentarios
Seiri Clasificar	Distinguir entre lo necesario y lo que no lo es					La implementación del formato de las tarjetas rojas se está realizando progresivamente
	¿Han sido eliminados todos los artículos innecesarios?		X			
	¿Están todos los artículos restantes correctamente arreglados en condiciones seguras?		X			
	¿Los corredores y áreas de trabajo son los suficientemente limpias y señaladas?	X				
	Los artículos innecesarios están siendo almacenados en el almacén de tarjetas rojas		X			
	Existen un procedimiento para disponer los artículos innecesarios		X			
Seiton Orden	Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar					El control del orden en este almacén es más blando
	¿Existe un lugar específico para todo y marcado visualmente?		X			
	¿Está todo en su lugar específico?		X			
	¿Son los estándares y límites fáciles de reconocer?	X				
	¿Es fácil reconocer el lugar para cada cosa?	X				
	¿Se vuelven a colocar las cosas en su lugar después de usarlas?		X			
Seiso Limpieza	Limpieza y buscando métodos para mantenerlo limpio					
	¿Son las áreas de trabajo limpias y usan detergentes y limpiadores aprobados?		X			
	¿Los equipos se mantienen en buenas condiciones y limpio?	X				
	¿Es fácil distinguir los materiales de limpieza, uso de detergentes y limpiadores aprobados?			X		
	¿Las medidas de limpieza utilizadas son inviolables?		X			
	¿Las medidas de limpieza y horarios son visibles fácilmente?		X			
Seiketsu Estandarizar	Mantener y monitorear las primeras 3´S					El monitoreo en este almacén es más blando
	Esta toda la información necesaria en forma visible			X		
	¿Se respeta consistentemente todos los estándares?		X			
	¿Están asignadas y visibles las responsabilidades de limpieza?		X			
	¿Están los basureros y los compartimientos de desperdicios vacíos y limpios?		X			
	¿No están los contenedores de productos y/o ingredientes en contacto directo con el piso?	X				
Shitsuke Disciplina	Apegarse a las reglas, escrupulosamente					
	¿Están siendo la organización, el orden y la limpieza regularmente observada?		X			
	¿Todo el personal se involucra en el almacenamiento?		X			
	¿Son observadas las reglas de seguridad y limpieza?		X			
	¿Se respetan las áreas de no fumar y no comer?		X			
	¿La basura y desperdicio están bien localizados y ordenados?		X			
		184				

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°5-35 “Resultados de la Evaluación Final 5´S -Almacén Principal”

Categoría	Ptos Obtenidos	Ptos de Categoría
Seiri = Clasificar	41	50
Seiton = Orden	38	50
Seiso = Limpieza	38	50
Seiketsu = Estandarizar	38	50
Shitsuke = Disciplina	41	50
TOTAL	196	250
TOTAL (%)	78.40%	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°5-36 “Resultados de la Evaluación Final 5´S -Almacén Auxiliar”

Categoría	Ptos Obtenidos	Ptos de Categoría
Seiri = Clasificar	38	50
Seiton = Orden	41	50
Seiso = Limpieza	35	50
Seiketsu = Estandarizar	35	50
Shitsuke = Disciplina	35	50
TOTAL	184	250
TOTAL (%)	73.60%	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°5-37 “Resultados de la Evaluación Final 5´S”

Evaluación Inicial de 5´S	Ptos Obtenidos	(%) Obtenido	Ptos de Categoría
almacén Principal	196	78.40%	250
almacén Auxiliar	184	73.60%	250
PROMEDIO	76.00%		100%

Fuente: Elaboración Propia

Luego de la implementación se pudo observar lo siguiente:

- La calificación del almacén principal según formato de evaluación del programa de las 5'S ha mejorado de un 42.4% a un 78.4%, la calificación del almacén auxiliar también ha mejorado de un 38.8% a un 73.6%. Esta mejoría se puede corroborar debido al estado actual de los almacenes donde ya se evidencia el orden.
- En promedio se concluyó que de tener almacenes que solo tenían una eficiencia según el formato de evaluación de las 5'S de 40.6%, el cual no es crítico, debido a la implementación del programa de las 5'S ahora se puede evidenciar almacenes más seguros, más ordenado y más limpios con una eficiencia del 76%.

5.3 Propuesta de Implementación de un Programa de Control de Inventarios

Para finalizar el Diseño de Mejora de propuso e implemento un programa para controlar y analizar los inventarios de la siguiente manera:

5.3.1 Cronograma para Control de Inventario

Actualmente la empresa no cuenta con un cronograma de inventarios, estos se hacen de forma aleatoria lo que ocasiona mucho esfuerzo para controlar los productos.

El objetivo del cronograma propuesto es priorizar el control de los productos principales de la empresa determinados en el “Análisis de Criticalidad”.

El siguiente cuadro muestra la cantidad de revisiones o controles que se deben hacer en 1 año de ejercicio:

Cuadro N°5-38“Políticas del Cronograma de Inventarios”

Criticalidad	Control	Veces al Año
Critico	Mensuales	12
No Critico A	Cada 3 Meses	4
No Critico B	Cada 6 Meses	2
No Critico C	Cada 12 Meses	1

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro anterior fue establecido con la ayuda de la gerencia de la empresa debido a que se necesita priorizar los inventarios para ciertos productos.

Para la elaboración del calendario de inventarios se determinó que una vez al año se haga un inventario general. A partir de este inventario general se desarrollaran los demás inventarios identificados.

Con la información de la gerencia se pudo determinar que el mes que provoca mayor desorden al almacén es diciembre, debido a la campaña navideña y fiestas de fin de año. Por lo cual se debería desarrollar el inventario general la primera semana del mes de enero. Los demás inventarios también se desarrollaran las primeras semanas para generar orden en los inventarios. El siguiente cuadro muestra el cronograma de inventarios.

Cuadro N°5-39“Cronograma de Control de Inventarios”

Meses / Importancia	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Critico	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
No Critico A	I			I			I			I		
No Critico B	I						I					
No Critico C	I											

Fuente: Elaboración Propia

5.3.2 Cuadro de Análisis de Inventario

El cuadro de análisis de inventarios tiene como objetivo diagnosticar a los productos que se tienen en el almacén de la empresa, con el propósito de que la información que se obtenga sirva como materia prima para mejorar el aprovisionamiento de los productos o generar estrategias de ventas.

Este cuadro de análisis consta de los siguientes componentes:

a) Demanda Pronosticada

Contiene la demanda pronostica para el año en medición, esta demanda tiene que estar expresado en nuevos soles.

b) Inventarios Físicos

Muestra la cantidad la cantidad de los productos que se encuentran en el almacén, este inventario físico tiene que estar expresado en nuevos soles.

c) Lead Time

Tiempo que transcurre en días desde que se hace el pedido de compra hasta que se repone en el almacén.

d) Proyección

Determina según la demanda pronosticada y el inventario existente, el tiempo aproximado en días que se va a tener un artículo en el almacén de la empresa.

e) Rotación

Mida la cantidad de veces que va a rotar el inventario físico en función a la demanda.

f) Diferencia

Este punto mide el tiempo que resta para pedir un producto, para obtener esta diferencia se necesita el lead time de los productos.

g) Observaciones

Contiene información complementaria para mejorar la toma de decisiones en nuestro caso en particular es el vencimiento del producto y el tiempo aproximado de venta (Estacionalidad).

Cuadro 5-40 “Cuadro de Análisis de Inventarios para Productos Críticos”

Nº	Artículos	Demanda 2013 (Py) (a)	Inventario al 20-07-13 (b)	L. Time (Días) (c)	Proyección d =b/a*TAV	Rotación (e) =a/b	Diferencia (f) =d-c	OBSERVACIONES	
								T. Aprox Venta (días)	Vencimiento (meses)
1	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	S/. 1,453,497.74	S/. 56,182.62	3	14	26	11	360	6
2	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	S/. 1,738,814.13	S/. 37,775.95	3	8	46	5	360	6
3	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	S/. 91,349.52	S/. 9,522.80	3	38	10	35	360	6
4	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	S/. 205,173.45	S/. 7,465.32	4	13	27	9	360	6
5	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	S/. 97,366.47	S/. 9,760.95	3	36	10	33	360	6
6	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	S/. 251,179.57	S/. 9,838.08	3	14	26	11	360	6
7	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	S/. 266,947.20	S/. 45,903.00	3	62	6	59	360	9
8	MANTECA FAMOSA X 10K.	S/. 318,114.72	S/. 3,107.64	3	4	102	1	360	12
9	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	S/. 685,100.00	S/. 19,674.20	10	5	35	-5	180	6
10	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	S/. 1,140,916.92	S/. 7,574.52	3	2	151	-1	360	12
11	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	S/. 261,954.24	S/. 50,414.20	20	69	5	49	360	8
12	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	S/. 204,036.00	S/. 3,521.90	7	3	58	-4	180	6
13	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	S/. 41,299.20	S/. 2,753.55	3	24	15	21	360	6
14	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	S/. 130,575.45	S/. 1,121.40	12	2	116	-10	180	6
15	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	S/. 82,104.48	S/. 119.00	12	0	690	-12	180	24
16	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	S/. 344,700.00	S/. 140,853.02	10	147	2	137	360	120
17	CHOC. RECORD X 400 GR.	S/. 30,930.18	S/. 710.64	6	8	44	2	360	24
18	MILO ACTIGEN-E X 400G	S/. 28,941.90	S/. 2,333.96	4	19	12	15	240	20
19	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	S/. 40,127.02	S/. 244.26	7	1	164	-6	240	24
20	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	S/. 223,335.82	S/. 17,830.82	3	29	13	26	360	12
21	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	S/. 74,124.00	S/. 8,154.29	10	40	9	30	360	60
22	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	S/. 74,124.00	S/. 6,450.41	10	31	11	21	360	60
23	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	S/. 72,036.00	S/. 2,989.20	10	15	24	5	360	60
24	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	S/. 80,096.00	S/. 7,259.00	10	33	11	23	360	48

Fuente: Elaboración Propia

5.3.3 Políticas para manejo de Inventarios

Para la mejorar de la gestión de almacén en el manejo de inventarios se establecieron las siguientes políticas:

Políticas de manejo de almacén

a) Oportunidad de información

Entiéndase como la difusión de los contenidos de la política en su orden horizontal a todos los trabajadores involucrados de área de almacén. Asimismo el conocimiento previo de la metodología planteada, su cumplimiento y las posibles sanciones en caso de no cumplirlas.

b) Cumplimiento del cronograma de inventarios propuesto

Habiéndose formulado el cronograma de inventario anual de acuerdo al orden de criticalidad de los productos en el almacén es que la política es orientativa a su cumplimiento y ejecución.

c) Calendarización de Productos críticos de forma mensual

Dándose prioridad a los productos críticos ya que son lo más relevantes para la empresa.

d) Calendarización para los productos no críticos los tiempos de secuencia de acuerdo a los componentes A, B, C es decir su par Trimestral, Semestral y Anual.

e) Una política es que se deben cumplir las sanciones de ser el caso (Ver Anexo 15)

Políticas de Inventario de almacén

- a) Tomar como base las políticas de manejo de almacén en concatenación con la oportunidad de información a fin de desarrollar inventario oportuno.
- b) Encaje del inventario físico con el reporte de inventario virtual de productos sean estos críticos o no críticos.
- c) En cuanto a las mermas la política orientativa está dada que justifique perdidas razonables tanto en su orden físico como virtual.

5.4 Resultados de Rendimientos esperados

A raíz de las mejoras presentadas ante las propuestas se obtuvo mejor rendimiento en el manejo financiero:

- Disminución de los costos de aprovisionamiento por pedido y almacenamiento de productos.
- Se mejoró las ventas por promociones
- Se disminuyó los costos de hacer inventarios
- Se disminuyó los costos para controlar a los productos de la empresa
- Se disminuyó el stock de almacenes lo que permitió tener menor capital inmovilizado

Todo esto contribuye a tener un mejor rendimiento económico para la gestión de los almacenes de la empresa.



CAPÍTULO VI

**CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

6.1 CONCLUSIONES

PRIMERA:

A través de la propuesta del presente trabajo se ha evidenciado la mejora en el rendimiento de los almacenes de la empresa. Las mejoras planteadas en el diseño de gestión de almacenes, cubre la solución de; problemas en las proyección de demanda, en las políticas de aprovisionamiento, problemas de orden y mantenimiento, problemas en la distribución de los productos y los problemas en el control de los productos lo que en conjunto mejora la dirección, control, orden, seguridad y planeamiento en la empresa, los cuales se evidencian cuando se evalúa su implementación.

SEGUNDA:

Por medio del diagnóstico situacional de la empresa y sus almacenes, se constató el buen posicionamiento comercial de la empresa dentro del rubro de la comercialización y distribución de alimentos y bebidas. También se ha determinado las debilidades, oportunidades y amenazas que existen respecto al servicio de la comercialización de productos alimenticios y no alimenticios.

Asimismo, el crecimiento de la empresa ha generado un desajuste del tipo logístico en los almacenes, siendo su deficiencia el control

de inventarios, por falta de políticas para gestionar los almacenes entre otras cosas, generando costos ocultos.

Por medio del diagnóstico se determinó los objetivos que nos permitan implantar una mejor gestión de los almacenes.

TERCERA:

La metodología de formulación de estrategias ha permitido el uso de los factores internos y externos de los almacenes de la empresa, así identificar las mejores estrategias a emplear, las que sirvieron para elaborar el diseño de mejora, planteando:

- La implementación de políticas para la gestión de almacenes, incluyendo los pronósticos de demanda y las políticas de aprovisionamiento de productos.
- La implementación del programa de las 5'S, compuesto por estrategias y políticas de orden, mantenimiento y la mejora en la clasificación de los productos dentro del almacén de la empresa.
- La implementación de un programa de control de inventarios, compuesto por la identificación de tiempos y lotes de aprovisionamiento.

CUARTA:

El modelo de aprovisionamiento para el manejo de almacenes en empresas comerciales sirve como ayuda para tomar mejores decisiones al momento de que la empresa decida proveerse de algún artículo debido a la información que contiene, utiliza el método EOQ el cual identifica el mejor lote de aprovisionamiento para reducir costos de almacenamiento y aprovisionamiento, también podemos encontrar información de la frecuencia de pedidos que se deben realizar para reducir los costos mencionados anteriormente. Con la información del modelo de aprovisionamiento la empresa va a poder confrontarla con factores externos y obtener la mejor forma de aprovisionarse.

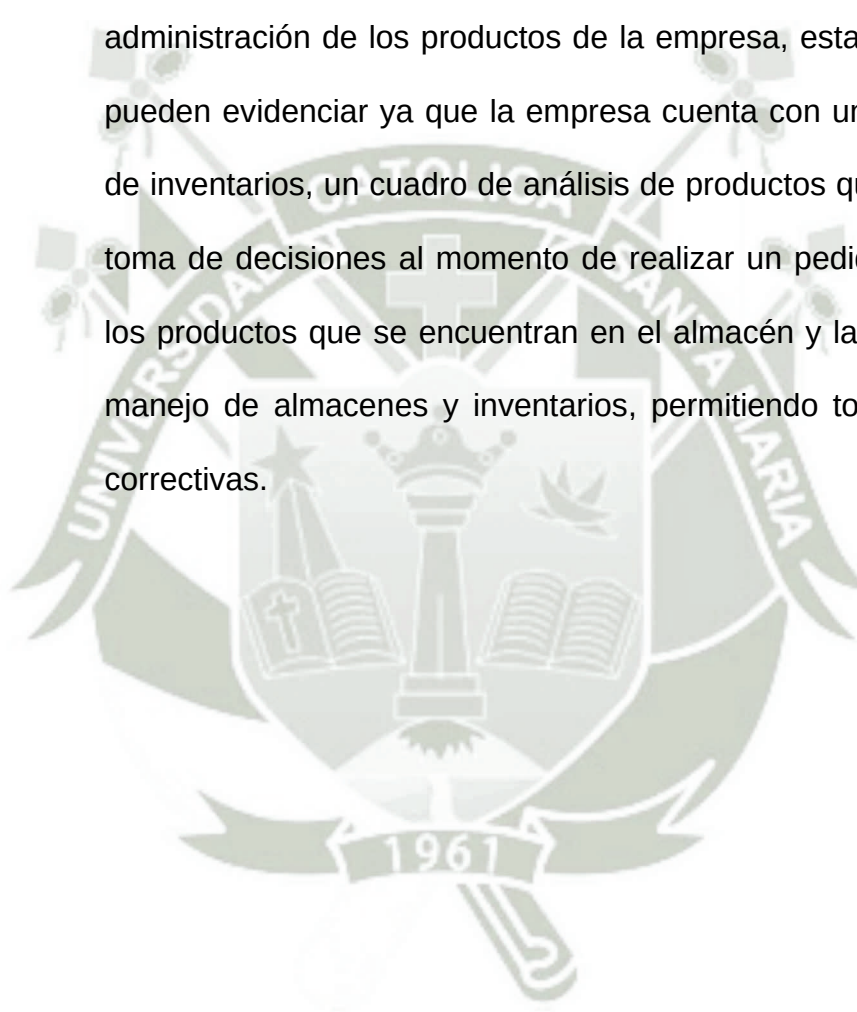
QUINTA:

La Implementación del programa de las 5'S mejoro la eficiencia de los almacenes de la empresa, los cuales antes de la implementación tenían un eficiencia de 40.6% que luego gracias a dicho programa aumento considerablemente a tener una eficiencia del 76% en promedio. Con la implementación del programa de las 5'S hoy en día se puede observar unos almacenes más limpios, ordenado y seguros. También se puede evidenciar mejoras a nivel empresarial debido a la mejora en el servicio de recepción y entrega de productos, mejor clima laboral,

mejora en las condiciones de trabajo. Lo que lleva al crecimiento de la empresa de manera controlada.

SEXTA:

Las políticas de control de inventarios para los productos de la empresa, ha establecido políticas para mejorar el control y administración de los productos de la empresa, estas políticas se pueden evidenciar ya que la empresa cuenta con un cronograma de inventarios, un cuadro de análisis de productos que ayuda a la toma de decisiones al momento de realizar un pedido en base a los productos que se encuentran en el almacén y las políticas de manejo de almacenes y inventarios, permitiendo tomar medidas correctivas.



6.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda las siguientes acciones:

PRIMERA:

- o Para mejorar el almacenamiento de productos se deben eliminar los mezanines que dificultan esta actividad, los cuales se encuentran en los sub/almacenes C y F. El monto presupuestado de eliminación de los mezanines asciende a S/ 3,585.00.

SEGUNDA

- o Implementar el sistema de rotación de inventarios FIFO (Primero en entrar, primero es salir) debido a que este sistema sirve como una herramienta que va a permitir el despacho de los productos mas antiguos antes de continuar con los productos de recién ingreso, lo cual reducirá las mermas por vencimiento u otros.

TERCERA

- o Al momento de desarrollar el control de los inventarios físicos, se realice en grupos de 2 personas, uno que cuente y verifique los productos y otro que registre al informe de inventarios los resultados, esta persona que registra debe ser externa a la empresa ya que su perfil debe ser imparcial.

CUARTA

- o Programar en las reuniones establecidas en el programa de las 5´S la visita de proveedores y directores de la empresa con el fin de capacitar al personal de la empresa en el manejo de los productos.

QUINTA

- o Crear políticas de premio e incentivos para los mejores trabajadores que estén a cargo de los almacenes, a fin de fomentar su participación y compromiso con las políticas de manejo establecidas, así mantener y mejorar la gestión de los almacenes.

SEXTA

- o De acuerdo al diseño de mejora, sistematizar los procesos establecidos tanto en las políticas de gestión de almacenes y el programa de control de inventarios, los cuales deben tener data actualizada para mejorar la toma de decisiones al momento de realizar un pedido o controlar los artículos en los almacenes.

BIBLIOGRAFIA

- ÁLVAREZ, J. y Blanco, F. (1998): "De la Contabilidad de Costes de Dirección Estratégica a través del Management Accounting", Técnica Contable, volumen extraordinario.
- ÁLVAREZ, J. y Blanco, F. (1996): "Previsiones Estratégicas en la Empresa", Partida Doble, octubre.
- CERTO, Samuel. C. et al (1994). Dirección Estratégica./ Ed. Irwin, Madrid España.
- ANAYA TEJERO, J. (2008). Almacenes análisis, diseño y organización. Madrid, España: ESIC Editorial.
- ARRIETA, .J. (2002). La Administración de operaciones y su papel central dentro de toda organización. Revista Universidad EAFIT.
- AMAT, J. M.: "La contabilidad de gestión en la empresa española". I Jornada sobre Contabilidad de Gestión. Costes, Información, Control y Tecnología en el Entorno Empresarial Actual, Valencia, abril, 1992
- APARISI, J.A.; Ripoll, V. (2001): "Los sistemas de información estratégicos en ambientes competitivos", en revista Legis del Contador (enero-marzo), España, 2001
- BARNEY, J. "Firm Resources and sustained competitive advantage" Journal of Management, Vol. 17, No. 1, 99-120 (1991).
- BARTHOLDI, J., & Hackman, S. (2009). Warehouse and distribution science. Atlanta, USA: Georgia Institute of Technology.

- BARRENECHEA, JUAN; PÉREZ, JUAN. Tesis de grado. Ingeniería Industrial. Universidad Nacional de Ingeniería. Lima, Perú.
- BACA URBINA Gabriel Evaluación de proyectos.. Quinta Edición. D.F.
- BALLOU, R. (2004). Logística. Administración de la Cadena de Suministro. (5ª Ed.) México: Pearson Educacion. (ISBN: 9702605407).
- CULTURAL S.A. (2005). Diccionario de marketing.España: Cultural S.A
- CHARLES T AUTOR HORNGREN,GEORGE AUTOR FOSTER,Srikant M. Datar. Contabilidad de Costos. DecimosegundaEdición, Pearson Prentice Hall, Mexico 2007,
- CHESBROUGH, P &Rosenbloom,R “The role of Business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation ´s technology spin-off companies” Industrial and Corporate Change vol 11, 2002.
- COHEN-AVIGDOR, N. y LEHMAN-WILZIG, S., “A Life Cycle Model of Media Development: The Internet as Case Study”, Comunicaciónpresentada en: Annual Conference of the Association for Edu-cation in Journalism and Mass Communications (AEJMC).,Miami Beach, Florida, 2002.
- DRUCKER, Peter, F. (1996). Administración y futuro. Ed. Sudamericana. Buenos Aires,
- DRESNER M., Xu, K. (1995). Customer service, customer satisfaction and corporate performance in the service sector. Journal of Business Logistics.

- EVANS, JAMES R. Y LINDSAY, WILLIAM M. La Administración y el Control de la Calidad. International Thomson Editores. México, 2008
- KOENING, DANIEL T., Productividad y optimización ingeniería de manufactura, 2 a edición, México, Publicaciones Marcombo, S.A. 2006.
- FRAZELLE, E. (2002). World class warehousing and material Handling. New York, USA: McGraw Hill.
- GIMBER, XAVIER (1998). El enfoque estratégico de la empresa./ Ed. Deusto S.A., Madrid, España.
- GÓMEZ Gras, José María (1997). Estrategia para la competitividad de las PYME./ Ed. McGraw Hill, México.
- GUERRERO RAMOS, Roselina (2000). La Misión de la empresa ¿obtener beneficios o prestar un servicio? Roselina Guerrero Ramos y Rafael Díaz
- GUNS, Bob (1999). Aprendizaje organizacional. Cómo obtener y mantener la ventaja competitiva./ Bob Guns y Kristin Anundsen./ Ed. Prentice Hall Hispanoamericana
- Gestión de Almacenes, Universidad de Oviedo LOGÍSTICA España 2004.
- GIMBER, Xavier (1998). El enfoque estratégico de la empresa./ Ed. Deusto S.A., Madrid, España.
- GÁRCIGA, Rogelio J (1999). Formulación Estratégica. Un enfoque para Directivos./ Ed. "Félix Varela". La Habana, Cuba.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (2003). Introducción a la economía de la empresa. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

- GUALÁN, GEOVANNA. Un modelo de inventarios y asignación de espacios. Aplicación a la empresa Expocolor. Tesis de Grado. Ingeniería Industrial. 2004.
- GÓMEZ AVILÉS, BISMAYDA. Gestión de la calidad. Conceptos, terminología y enfoques. Cuba, 2008.
- IAMI, M. (1998). GembaKaizen. Como implementar el kaizen en el sitio de trabajo. Santa Fe de Bogotá, Colombia: McGraw Hill.
- ISHIKAWA,KAORU El Control Total de la Calidad (CTC)
- KRIDER, R. E. y WEINBERG, C. B., "Competitive Dynamics and the Introduction of New Products: The Motion Picture Timing Game", en Journal of Marketing Research, 35, 1998, pp. 1–15
- MARÍN, R. (2000). Almacén de clase mundial. Caracas, Venezuela: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- MUTHER, Richard. "Distribución en Planta" Editorial. Hispana Europea. Barcelona. 4ta Edición. 1981.
- NIEBEL. Ingeniería Industrial, Métodos, tiempos y movimientos. Editorial Alfaomega. 3ª edición México, 2006.
- MORRISEY, George (1993). El pensamiento estratégico. Construya los cimientos de su planeación./ Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, Madrid, España.
- MORA, Julia. "Transformación y gestión curricular". En: Memorias Seminario Taller Evaluación y Gestión Curricular, Universidad de Antioquia, septiembre de 1999
- MINTRA, MYPE; Manual de Conformación de empresa 2010.

- MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO, MÓDULO DE CAPACITACIÓN EN LA CONSTITUCIÓN Y GESTIÓN DE MYPES 2010.
- OLAVARRÍA, J. (2003). Manual de derecho comercial. Chile: Editorial Jurídica de Chile.
- OSTERWAIDER & PIGNERUR, 2011 “Generación de Modelo de Negocios”, Ed. Deusto, Barcelona.
- PROINVERSIÓN Agencia de Promoción de la Inversión Privada, Guía de Inversiones en el Perú, Primera edición: Diciembre 2006.
- PORTER, M. Ventaja Competitiva. CECSA, 1985.
- QUIROGA, JORGE. Planeación, administración y control de los inventarios en forja de monterrey S.A. de C.V. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma de Nuevo León. 2002. Pp. 53-56
- RADAS, S. Y SHUGAN, S. M., (1998). “Seasonal Marketing and Timing New Product Introductions”, en Journal of Marketing Research, 35, 1998.
- STEINER, GEORGE A. [1996]. Planeación Estratégica. Lo que todo dirigente debe saber. 11na Edición./ Ed. Compañía Editorial Continental, SA, México.
- RETAMOSO, JOSÉ. Catalogación de Materiales en una Fábrica de Muebles. Tesis de Grado. Ingeniería Industrial. 2004.
- RODRÍGUEZ Valencia, Joaquin (1999). Cómo aplicar la Planeación Estratégica a la pequeña y mediana empresa. Ed. Contables, administradores y fiscales, SA, México.

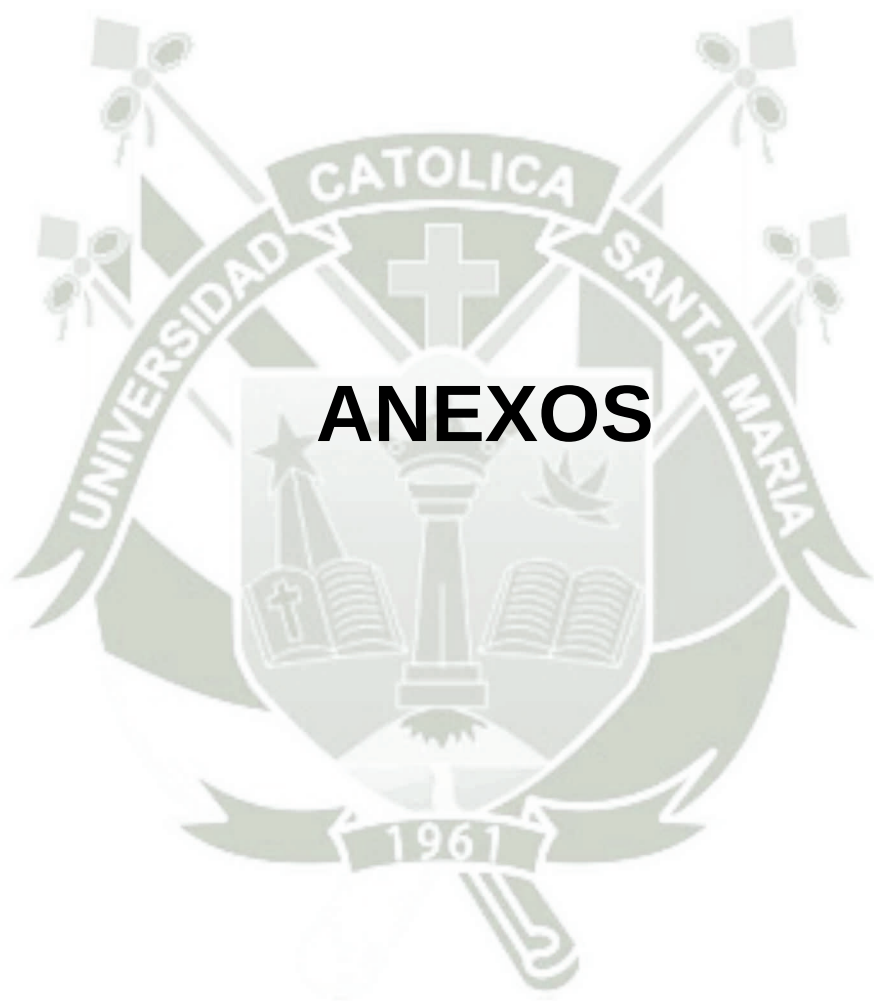
- SIPPER, DANIEL. Planeación y control de la producción, 1a edición, México, Mc Graw Hill, 2006.
- TANUS, M. (2005) Reubicación de la línea de producción Ripping Bar en la empresa Herramientas Stanley. Tesis de Licenciatura, Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.
- TEECE, D. "Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of sustainable enterprise performance". Strategic Management Journal, 2007.
- TOSKANO, G. (2000). El proceso de análisis jerárquico como herramienta para la toma de decisiones en la selección de proveedores. Tesis de licenciatura. Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- WINTER, S. Y SULANZKI, G. "Replication as Strategy", Organization Science Vol. 12, No. 6, November-December 2001.
- VAN DER VEEKEN, D., RUTTEN, W. (1998). Logistics service management opportunities for differentiation. USA: Logistics Management

INFORMATOGRAFIA

- http://www.gotasdeconocimiento.com/pdf/1_Sistemas/estrategia_5_S.pdf p..11.
- <http://gestionemprendedora.wordpress.com/2007/09/23/hablando-de-calidad-%C2%BFque-son-las-5-ss/> pp. 6-23
- BRAIDOT; Néstor Héctor Formento: Jorge Nicolini "Desarrollo de una metodología de diagnóstico para empresas PyMES industriales y de

servicios: Enfoque basado en los sistemas de administración para la Calidad Total". [140 párrafos].2007.Disponible en <http://www.iiitec.ungs.edu.ar> pág. 35.

- <http://www.reischel.cl> - Reischel.cl - INFORMATICA - SISTEMAS - GESTION. Powered by Mambo Open Source Generated: 19 March, 2013, 18:09
- Ley de Pareto <http://www.reischel.cl> - Reischel.cl - INFORMATICA - SISTEMAS - GESTION. Powered by Mambo Open Source Generated: 19 March, 2013, 18:09
- Gestión e Interpretación de la ley de Pareto <http://www.reischel.cl> - Reischel.cl - INFORMATICA - SISTEMAS - GESTION. Powered by Mambo Open Source Generated: 19 March, 2013, 18:09
- Gestión de Almacenes http://www.pwc.com/en_GX/gx/world-2050/pdf/world_2050_brics.pdf. marzo 2008.
- Metodología de las 5'S según ALLY TATT, <http://www.monografias.com/trabajos58/metodo-cinco-s/metodo-cinco-s3.shtml>



ANEXOS

Anexo N°1 “Cuestionario Aplicado al Modelo de Negocios”

FORMATO PARA EL DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIOS

INSTRUCCIONES: El objetivo de este formato es el diagnostico actual del negocio, para tal propósito se pide responder las siguientes preguntas para luego ser discutidas e identificar las mejores respuestas.

1.- Bloque de "Clientes"

- a) ¿Quiénes son los clientes más importantes?
- b) ¿Para quienes se están creando valor?
- c) ¿Cuáles son los segmentos más importantes que tiene la empresa?

2.- Bloque de "Propuesta de Valor"

- a) ¿Cuál es la oferta de valor distintiva?
- b) ¿Qué valor se ofrece a los clientes?
- c) ¿Cuál de los problemas de los clientes se ayuda a resolver?
- d) ¿Qué necesidades de los clientes se cumplen?
- e) ¿Qué paquetes de productos y servicios se ofrece a cada segmento de clientes?

3.- Bloque de "Canales de Comunicación y Distribución"

- a) ¿Cómo se entrega la propuesta de valor al cliente?
- b) ¿A través de que canales quieren nuestros clientes que accedamos a ellos?
- c) ¿Cómo se llega a ellos ahora?
- d) ¿Cuáles Funcionan mejor?

4.- Bloque de "Relación con los Clientes"

- a) ¿Qué tipo de vínculo creamos con el cliente?
- b) ¿Qué tipo de relación esperan nuestros clientes?
- c) ¿Qué relaciones hemos establecido?

5.- Bloque de "Fuentes de Ingreso"

- a) ¿Cuánto están dispuestos a pagar por la propuesta de valor?
- b) ¿Cómo prefieren pagar?

6.- Bloque de "Recursos Claves"

- a) ¿Qué recursos necesitamos para generar la propuesta de valor, hacerla llegar al cliente, Relacionarnos con el cliente y generar ingresos?
- b) ¿Cuáles requieren los canales de comunicación y distribución?
- c) ¿Cuál es la relación con los clientes?

7.- Bloque de "Actividades Clave"

- a) ¿Qué actividades clave requieren nuestra propuesta de valor?
- b) ¿Qué actividades clave requieren los canales de comunicación y distribución?
- c) ¿Qué actividades requieren nuestra relación con los clientes?

8.- Bloque de "Alianzas Clave"

- a) ¿Quiénes son los principales socios?
- b) ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros proveedores?
- c) ¿Qué actividades clave desarrollan nuestros aliados?

8.- Bloque de "Estructura de Costos"

- a) ¿Cuáles son los costos inherentes más importantes?
- b) ¿Cuáles son los recursos claves más costosos?
- c) ¿Cuáles son las actividades clave más costosas?

Fuente: Elaboración Propia



Anexo N°2 “Formato de Lluvia de Ideas”

FORMATO “LLUVIA DE IDEAS”

Apellidos y Nombres: _____

Cargo que Desempeña: _____

INSTRUCCIONES: El siguiente formato tiene como objetivo identificar los criterios más relevantes para evaluar los artículos que comercializa la empresa. Se pide rellenar los 10 espacios vacíos con los criterios que usted considere más relevantes.

N°	CRITERIOS
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N°3 “Formato de Calificación de Criterios”

FORMATO DE "CALIFICACIÓN DE CRITERIOS"

Apellidos y Nombres: _____

Cargo que Desempeña: _____

INSTRUCCIONES: El presente formato tiene como objetivo priorizar a los criterios más relevantes. Para lo cual se pide marcar con una (X) los 6 criterios que usted considere que son los más relevantes para evaluar a los productos de abarrotes, licores, materiales de limpieza y cuidado personal que comercializa la empresa

N°	Criterios	Calificación
1	CALIDAD DEL PRODUCTO	
2	DESCUENTOS / PROMOCIONES	
3	EXCLUSIVIDAD	
4	ESTACIONALIDAD	
5	EXHIBICIÓN	
6	LIMPIEZA	
7	OLOR	
8	ORDEN EN ALMACÉN	
9	PESO DEL PRODUCTO	
10	PORTABILIDAD DEL PRODUCTO	
11	PRECIO DEL PRODUCTO	
12	INGRESOS	
13	REPOSICIÓN EN ALMACÉN	
14	ROTACIÓN	
15	TAMAÑO DEL PRODUCTO	
16	UTILIDAD	
17	VENCIMIENTO	
18	VENTAS	

Anexo N°4 “Formato de Ponderación de Criterios”

FORMATO DE "PONDERACION DE CRITERIOS"

Apellidos y Nombres: _____

Cargo que Desempeña: _____

INSTRUCCIONES: El presente formato tiene como objetivo evaluar cada uno de los criterios mencionados. Para cual vamos a utilizar una calificación del 0 al 10, donde 0 es la calificación nada importante y 10 es la calificación muy importante

DEFINICION DE CRITERIOS

Demanda Anual: Volumen de ventas en unidades de cada producto en base a 1 año.

Margen de Utilidad Unitario: Beneficio marginal por unidad de producto vendida.

Estacionalidad: Periodo del año en el cual se produce ventas de determinados producto o un incremento de ventas significativo de productos.

Ingreso Anual: Volumen de ventas de cada producto en base a 1 año.

Lead Time: Tiempo que transcurre desde que se hace el pedido de compra hasta que se repone en el almacén.

Vencimiento: La vida útil del producto.

N°	CRITERIOS	CALIFICACIÓN
1	Demanda Anual	
2	Margen de Utilidad Unitario	
3	Estacionalidad	
4	Ingreso Anual	
5	Lead Time	
6	Vencimiento	

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N°5 “Base de Datos para Análisis de Criterios, Año 2012”

N°	ARTICULOS	DEMANDA DEL 2012				P. Venta (S/.-Unid)
		Q1	U1	Q2	U2	
1	HARINA BCA. NIEVE ESPECIAL X 50 K.	86	SACO			86.4
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	14,782	SACO			83.98
3	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	2,319	SACO			85.44
4	HARINA DON WILY X 50 K.	218	BOLS			83.52
5	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHO X 25 K.	169	SACO			78.25
6	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHUEL X 10 K	56	SACO			43.29
7	HARINA EXPERT PRE-MEZC.KEKE X 10 K.	45	SACO			44.4
8	HARINA EXPERT PRE-MEZC.MUFFIS X 10 K.	42	SACO			42.9
9	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PAN YEMA X 25 K.	35	SACO			62.35
10	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PANETON X 25 K.	6	SACO			163.75
11	HARINA EXPERT PRE-MEZC.TORTA DE CHOC X 10K.	8	SACO			59.86
12	HARINA ITALIANA ESPECIAL X 50 K.	29	UNI			86.26
13	HARINA ITALIANA PAPEL X 50 K.	353	BOLS			83.44
14	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	2,367	SACO			83.88
15	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	1,666	SACO			89.55
16	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	678	SACO			88.25
17	HARINA NICOLINI PREMIUM PP X 50 KG	79	SACO			113.28
18	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	15,263	SACO			86.05
19	HARINA PANETONERA X 50 K.	51	SACO			110.79
20	HARINA PREPARADA BLANCA FLOR 12 X 1 KG.	40	PQT	3	UNI	57.02
21	HARINA PREPARADA ESPECIAL X 24 KG.	5	BOLS			73.91
22	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	2,552	SACO			87.84
23	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	364	SACO			87.02
24	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	445	SACO			42.18
25	ACEITE CAPRI 12 X 1 LITRO	93	CAJA	9	BOT	75.28
26	ACEITE CAPRI X 5 LITROS	471	BIDN			31.01

CRITERIOS				
M. Utilidad (Soles/Unid)	Estacionalidad	Vencimiento (meses)	Lead Time (días)	Demanda Anual (Soles / Año)
3.6	NO	6	3	S/. 7,430.4
6.02	NO	6	3	S/. 1,241,392.4
3.56	NO	6	3	S/. 198,135.4
3.48	NO	4	4	S/. 18,207.4
3.75	NO	4	3	S/. 13,224.3
2.21	NO	4	3	S/. 2,424.2
2.1	NO	4	3	S/. 1,998.0
2.1	NO	4	3	S/. 1,801.8
2.65	NO	4	3	S/. 2,182.3
7.25	SI	4	3	S/. 982.5
2.64	NO	4	3	S/. 478.9
3.74	NO	6	3	S/. 2,501.5
3.56	NO	6	3	S/. 29,454.3
3.62	NO	6	3	S/. 198,544.0
3.95	NO	6	3	S/. 149,190.3
3.75	NO	6	3	S/. 59,833.5
4.72	NO	6	3	S/. 8,949.1
4.95	NO	6	3	S/. 1,313,381.2
5.21	SI	6	3	S/. 5,650.3
2.98	NO	6	3	S/. 2,295.1
3.09	NO	6	3	S/. 369.6
3.66	NO	6	3	S/. 224,167.7
3.98	NO	6	3	S/. 31,675.3
2.32	NO	6	3	S/. 18,770.1
4.72	NO	12	3	S/. 7,057.5
1.99	NO	12	3	S/. 14,605.7

27	ACEITE CIL 24 X 200 CC.	40	CAJA	4	BOT	29.35
28	ACEITE CIL 24 X 500 CC.	15	CAJA			70.98
29	ACEITE CIL X 12	346	CAJA	10	BOT	68.22
30	ACEITE CIL X 20 LITROS - BALDE	492	BALD			108.86
31	ACEITE CIL X 5 LITROS	536	BIDN			27.36
32	ACEITE COCINERO 12 X 1 LITRO	339	CAJA	11	BOT	72.44
33	ACEITE COCINERO X 20 LT BALDE	610	BALD			113.77
34	ACEITE COCINERO X 5 LITROS	1,367	BIDN			29.52
35	ACEITE FINO 12 X 1 LITRO			6	BOT	66.74
36	ACEITE FINO 4.5 LT	14	BID			25.15
37	ACEITE PRIMOR 12 X 1 LITRO	64	CAJA	4	BOT	77.98
38	ACEITE PRIMOR PREMIUM 12 X 1 LITRO	49	CAJA	4	BOT	80.92
39	ACEITE PRIMOR X 5 LITROS	584	BIDN			31.02
40	ACEITE SAO 100%SOYA X 3 LT.	190	BIDN			16.88
41	ACEITE SAO 100%SOYA X 5 LT.	7	BIDN			26.32
42	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	1,654	SACO			121.48
43	ARROZ CHOLO NIR X 50 KG	169	SACO	35	KG	120.86
44	ARROZ COSTEÑO 20 X 750 GR.	314	PQT	8	UNI	51.15
45	ARROZ COSTEÑO X 5 KG.	106	PQT			17.65
46	ARROZ DON FLAVIO X 50 KG.	20	SACO			105.86
47	ARROZ EXTRA PACASMAYO X 49 KG	283	SACO			116.85
48	ARROZ GALLITO CAMANA 50 KG	460	SACO			100.48
49	ARROZ GALLITO DE ORO X 50 KG	500	SACO			100.86
50	ARROZ GALLITO EXTRA X 50 KG	252.5	SACO			100.77
51	ARROZ GALLITO NORTE 49 KG	117	SACO			100.99
52	ARROZ GALLITO TAMBO X 50 KG	186.5	BOLS			100.68
53	ARROZ GRANO NORTEÑO X 1 KILO	87	UNI			2.25
54	ARROZ HOJA REDONDA 12 X 750 GR	12	PQT			29.76
55	ARROZ HUACAPUY X 50 KG	266	BOLS			116.59
56	ARROZ MONTERRICO X 50 KG	100	BOLS			116.78
57	ARROZ NEGRITA DE ORO X 50	134	SACO			121.67

2.15	SI	12	3	S/. 1,178.9
4.52	SI	12	3	S/. 1,064.7
3.68	NO	12	3	S/. 23,661.0
5.14	NO	12	3	S/. 53,559.1
2.14	NO	12	3	S/. 18,760.0
3.56	NO	12	3	S/. 24,623.6
4.23	NO	12	3	S/. 69,399.7
1.98	NO	12	3	S/. 40,353.8
4.26	NO	12	5	S/. 33.4
1.85	NO	12	5	S/. 352.1
4.02	NO	12	5	S/. 5,016.7
4.58	NO	12	3	S/. 3,992.1
1.98	NO	12	3	S/. 18,115.7
1.12	SI	12	4	S/. 3,207.2
1.68	SI	12	4	S/. 184.2
8.52	NO	8	20	S/. 200,927.9
8.14	NO	8	20	S/. 20,509.9
3.85	SI	12	4	S/. 16,081.6
1.35	SI	12	4	S/. 1,870.9
7.14	NO	8	15	S/. 2,117.2
8.15	NO	8	15	S/. 33,068.6
7.52	NO	8	15	S/. 46,220.8
7.14	NO	8	15	S/. 50,430.0
7.23	NO	8	15	S/. 25,444.4
7.01	NO	8	15	S/. 11,815.8
7.32	NO	8	15	S/. 18,776.8
0.25	SI	8	15	S/. 195.8
2.24	NO	8	10	S/. 357.1
8.41	NO	8	15	S/. 31,012.9
8.22	NO	8	15	S/. 11,678.0
8.33	NO	8	15	S/. 16,303.8

58	ARROZ OYUKY X 50 KG.	79	SACO			104.8
59	ARROZ PAISANA BLANCO PERPEC. 1K 12BOL	240	PAQ	10	SOB	31.62
60	ARROZ PAISANA BLANCO PERPEC. 5K X 4BOL	52	PAQ			52.08
61	ARROZ PAISANA GRAN COSECHA 12 X 1 K	232	PQT	10	UNI	39.99
62	ARROZ PAISANA OCACION PERPEC. 1K 12BOL	7	PAQ	4	SOB	40.92
63	ARROZ PAISANA OCACION PERPEC. 5K X 4BOL	22	PAQ	3	SOB	67.42
64	ARROZ PAISANA SELECTO 12 X 1 K	46	PQT	3	UNI	31.62
65	ARROZ ROMPE OLLA CAMANA X 50 KG	248	BOLS			104.38
66	ARROZ SAMAN 12 X 1 KG	2	PQT			42.78
67	ARROZ SUPERIOR A-1 X 750 GR	64	UNI			2.29
68	ARROZ TAMBO RENDIDOR X 50 KG	347.5	SACO			100.57
69	ARROZ TROPICAL 16 X 750 GR.	15	PQT			40.92
70	ARROZ VILLA HERMOSA X 50 KG	75	SACO			116.89
71	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	34	PAQ			81.31
72	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 25 X 1 KG	30	PAQ	2	UNI	87.89
73	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 5PQT X 5KG	80	PAQ			81.78
74	AZUCAR BLANCA CARTAVIO NAC X 5 KILOS	139	BOLS			13.63
75	AZUCAR BLANCA CARTAVIO X 50 KG	432	SACO			125.42
76	AZUCAR BLANCA COSTEÑO 15 X 1KG	46	PAQ	5	SOB	43.24
77	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 46 KG	48	SACO			93.99
78	AZUCAR BLANCA PAISANA 15 X 1 KG			2	SOB	45.82
79	AZUCAR COSTEÑO 4 X 5KG	1	PAQ	1	SOB	49.24
80	AZUCAR RUBIA CARTAVIO 5 X 5 KG	12	PAQ	2	BOLS	69.65
81	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 12 X 2 KG	9	PAQ	6	SOB	72.85
82	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 25 X 1 KG	7	PAQ	18	UNI	79.9
83	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 5 X 5 KG	13	PAQ	2	SOB	70.5
84	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	4,570	SACO	15	KG	95.88
85	AZUCAR RUBIA COSTEÑO 15 X 1KG	50	PAQ	6	SOB	40.42
86	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	794	SACO	15	KG	118.32
87	AZUCAR RUBIA X 5 KG.	149	BOLS			13.8
88	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR LAT.	5	CAJA	12	LATA	52.8

7.2	NO	8	15	S/. 8,279.2
2.38	SI	12	3	S/. 7,615.2
3.92	SI	12	3	S/. 2,708.2
3.01	SI	12	3	S/. 9,311.0
3.08	SI	12	3	S/. 300.1
5.08	SI	12	3	S/. 1,533.8
2.38	SI	12	3	S/. 1,462.4
7.62	NO	8	15	S/. 25,886.2
3.22	SI	8	15	S/. 85.6
0.21	SI	8	4	S/. 146.6
7.43	NO	8	15	S/. 34,948.1
3.08	SI	8	10	S/. 613.8
8.11	NO	8	15	S/. 8,766.8
5.19	SI	12	4	S/. 2,764.5
5.61	SI	12	4	S/. 2,643.7
5.22	SI	12	4	S/. 6,542.4
0.87	SI	12	4	S/. 1,894.6
6.58	NO	12	4	S/. 54,181.4
2.76	SI	12	4	S/. 2,003.5
6.01	NO	12	10	S/. 4,511.5
2.93	SI	12	3	S/. 7.6
3.26	SI	12	4	S/. 61.6
3.85	SI	12	4	S/. 863.7
4.65	SI	12	4	S/. 692.1
5.1	SI	12	4	S/. 616.8
4.5	SI	12	4	S/. 944.7
6.12	NO	12	4	S/. 438,200.4
2.58	SI	12	4	S/. 2,037.2
6.68	NO	12	10	S/. 93,981.6
1.2	SI	12	10	S/. 2,056.2
2.2	NO	12	4	S/. 290.4

89	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR TTP.	52	CAJA	12	TTP	54.88
90	LECHE BONLE LATA 24 X 410GR	11	CAJA	14	LATA	51.47
91	LECHE CONDENSADA NESTLE 48 X 397 GR. PE	53	CAJA	46	LATA	205.05
92	LECHE CONDENSADA NESTLE CHICO	167	UNI			1.3
93	LECHE GLORIA 1-5 AÑOS NIÑOS X 24	389	CAJA	15	LATA	63.84
94	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	4,178	CAJA	13	LATA	62.4
95	LECHE GLORIA 48 X 170 GR.	349	CAJA	39	LATA	65.76
96	LECHE GLORIA CALCIO+HIERRO 24 X 410 GR.	31	CAJA	6	LATA	66.24
97	LECHE GLORIA DESLACTOSA 24 X 410 GR.	72	CAJA	23	UNI	65.15
98	LECHE GLORIA LIGTH 24 X 410 GR.	258	CAJA	11	LATA	63.36
99	LECHE GLORIA SUPER LIGHT 48X410GR	2	CAJA	7	PACK	119.01
100	LECHE GLORIA UHT CALCIO+HIERRO 12X1L	2	CAJA			37.41
101	LECHE GLORIA UHT CHOCOLATE 12X1L	6	CAJA			37.42
102	LECHE GLORIA UHT DESLACTOSADA 12X1L	4	CAJA			35.98
103	LECHE GLORIA UHT FACIL 12 X 1 L.	500	CAJA	8	TTP	34.43
104	LECHE GLORIA UHT LIGHT 12X1L	1	CAJA			34.31
105	LECHE GLORIA UHT NIÑOS 12X1L	11	CAJA			37.44
106	LECHE GLORIA UHT SABORES 24X180ML	9	CAJA			20.58
107	LECHE IDEAL 24 X 410 GR	898	CAJA	14	LATA	61.35
108	LECHE PURA VIDA 24 X 400 GR.	775	CAJA	22	LATA	46.04
109	LECHE PURA VIDA 48 X 165 GR.	61	CAJA	42	LATA	49.73
110	LECHE SOY VIDA 24 X 400 GR.	131	CAJA			31.42
111	YOGURT ACTIBIO 24 X 100 ML	1	PQT			18.8
112	YOGURT GLORIA 24 X 200 ML	4	PAQ			20.55
113	YOGURT GLORIA 4 X 2KG	69	PAQ			30.08
114	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	1,471	PQT	2	BOT	24.08
115	YOGURT GLORIA 6 X 500ML	15	PAQ	2	BOT	14.1
116	YOGURT GLORIA ACTIBIO 6X1KG	18	PQT	2	UNI	25.79
117	YOGURT GLORIA BATTI MIX 24X125GR	8	PAQ			54.99
118	YOGURT GLORIA LIC-GO 6X1KG	6	PAQ			24.61
119	YOGURT MILKITO 6X1KG	6	PAQ			24.21

2.62	NO	12	4	S/. 2,881.2
2.53	NO	6	5	S/. 596.2
8.95	SI	12	3	S/. 11,064.2
0.3	SI	12	3	S/. 217.1
2.66	NO	9	3	S/. 24,873.7
2.6	NO	9	3	S/. 260,741.0
2.74	NO	9	3	S/. 23,003.7
2.76	NO	9	3	S/. 2,070.0
2.85	NO	9	3	S/. 4,753.2
2.64	NO	9	3	S/. 16,375.9
4.99	NO	9	3	S/. 255.4
1.59	NO	9	3	S/. 74.8
1.58	NO	9	3	S/. 224.5
1.52	NO	9	3	S/. 143.9
1.57	NO	9	3	S/. 17,238.0
1.69	NO	9	3	S/. 34.3
1.56	NO	9	3	S/. 411.8
0.92	NO	9	3	S/. 185.2
2.65	NO	6	4	S/. 55,128.1
1.96	NO	9	3	S/. 35,723.2
2.07	NO	9	3	S/. 3,077.0
1.58	NO	6	4	S/. 4,116.0
1.2	NO	2	3	S/. 18.8
1.45	SI	2	3	S/. 82.2
1.92	NO	2	3	S/. 2,075.5
1.92	NO	2	3	S/. 35,429.7
0.9	SI	2	3	S/. 216.2
2.01	NO	2	3	S/. 472.8
3.51	SI	2	3	S/. 439.9
1.59	SI	2	3	S/. 147.7
1.99	SI	2	3	S/. 145.3

120	YOGURT PURA VIDA 6X1KG	2	PAQ			22.37
121	YOGURT PURA VIDA VAINILLA MIX 24X90ML	2	PAQ			27.92
122	YOGURT SOY VIDA 6 X 1 LITRO	4	PAQ			14.51
123	YOGURT YO-MOST 24 X 180 ML	4	CAJA			26.32
124	FIDEO DON MAXIMO X 10 KG.	1	BOLS			20.92
125	FIDEO DON VITORIO 20 X 250 GR.	1,305	PQT	18	UNI	19.06
126	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. SPAGUETTY	1,048	PQT			38.49
127	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. TALLARIN	261	PQT	19	UNI	38.54
128	FIDEO DON VITORIO 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	122	PQT	6	UNI	38.54
129	FIDEO MARCO POLO 20 X 250 GR.	2	PQT			12.09
130	FIDEO MARCO POLO 20 X 500 GR.	9	PQT			23.25
131	FIDEO MARCO POLO SURTIDO X 10 KILOS	148	PAQ	5	KG	24.18
132	FIDEO MOLITALIA 20 X 250 GR.	4	PQT			13.95
133	FIDEO MOLITALIA 20 X 500 GR. TALLARIN	2	PQT			27.88
134	FIDEO NICOLINI 20 X 250 GR	22	PQT			13.95
135	FIDEO NICOLINI 20 X 500 GR. TALLARIN	10	PQT			26.97
136	FIDEO VICTORIA CODITO X 10 K.	481	BOLS			22.78
137	FIDEO VICTORIA CODO RAYADO X 10 K.	825	BOLS			22.75
138	FIDEO VICTORIA CORBATA X 10 K.	180	BOLS			22.75
139	FIDEO VICTORIA ENTREF GRUESO X 10 K.	1,118	BOLS			23.71
140	FIDEO VICTORIA MACARRONES X 10 K.	24	CAJA			26.49
141	FIDEO VICTORIA RIGATONI X 10 K.	192	BOLS			22.78
142	MANTECA CREMA PANAD PANISUAVE X 10K	299	CAJA			48.88
143	MANTECA FAMOSA X 10K.	5,489	CAJA			53.58
144	MANTEQ. GLORIA X 400 GR. POTE	11	POTE			8.8
145	MARG. DORINA CLAS 16 X 450GR.	12	CAJA	5		106.79
146	MARG. DORINA CLAS 30 X 225GR.	9	CAJA	26		105.39
147	MARG. GLORIA 24 X 200 GR.	5	CAJA			109.36
148	MARG. MANTY 12 X 330 GR.	40	CAJA	3	POTE	32.43
149	MARG. MANTY 20 X 100 GR.			1	POTE	15.01
150	MARG. MANTY 24 X 100 GR.	134	CAJA	21	POTE	21.15

2.03	SI	2	3	S/. 44.7
1.98	SI	2	3	S/. 55.8
1.09	SI	2	4	S/. 58.0
1.68	SI	2	4	S/. 105.3
1.58	NO	24	5	S/. 20.9
1.44	NO	24	3	S/. 24,890.5
2.51	NO	24	3	S/. 40,337.5
2.46	NO	24	3	S/. 10,095.6
2.46	NO	24	3	S/. 4,707.7
0.91	NO	24	3	S/. 24.2
1.75	NO	24	4	S/. 209.3
1.82	NO	24	4	S/. 3,590.7
1.05	NO	24	4	S/. 55.8
2.12	NO	24	4	S/. 55.8
1.05	NO	24	3	S/. 306.9
2.03	NO	24	3	S/. 269.7
1.72	NO	24	3	S/. 10,957.2
1.75	NO	24	3	S/. 18,768.8
1.75	NO	24	3	S/. 4,095.0
1.79	NO	24	3	S/. 26,507.8
2.01	NO	24	3	S/. 635.8
1.72	NO	24	3	S/. 4,373.8
3.12	NO	12	3	S/. 14,615.1
3.42	NO	12	3	S/. 294,100.6
0.7	SI	12	3	S/. 96.8
5.21	SI	6	4	S/. 1,314.9
5.11	SI	6	4	S/. 1,039.8
5.14	NO	6	3	S/. 546.8
2.07	SI	6	3	S/. 1,305.3
0.99	NO	6	3	S/. 0.8
1.35	NO	6	3	S/. 2,852.6

151	MARG. PRIMAVERA HOJAL 2KG X 5PQT	7	CAJA			82.72
152	MARG. PRIMAVERA KEKERA 2KG X 4PQT	5	CAJA			59.22
153	MARG. PRIMAVERA MULTI 2KG X 4PQT	1,246	CAJA	2	POTE	58.28
154	MARG. REGIA MULTI X 10KG	29	CAJA			61.57
155	MARG. SELLO DE ORO 12 X 400 GR.	268	CAJA	6	PQT	64.86
156	MARG. SELLO DE ORO 18 X 225 GR.	5	CAJA	6	PQT	51.23
157	MARG. SELLO DE ORO 5 PQT X 2 K.	91	CAJA	4	PQT	76.14
158	AVENA 3 OSITOS 24 X 180 GR.	174	PQT	19	PQT	17.19
159	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 300 GR.	26	PQT	1	UNI	25.57
160	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 600 GR.	65	PQT	9	UNI	52.08
161	AVENA 3 OSITOS X 10 K.	787.5	BOLS			31.15
162	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	5,098	BOLS			15.8
163	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X170 GR.	2	PAQ			13.02
164	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X270 GR.	2	PAQ			19.53
165	MACA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	2	PAQ			13.02
166	MACA AVENA 3 OSITOS 12X270GR	2	PAQ			20.46
167	QUINUA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	2	PAQ			13.01
168	CHOC. AMERICA X 200 GR.	401	UNI			4.88
169	CHOC. AMERICA X 400 GR.	274	UNI			8.46
170	CHOC. AMERICA X 600 GR.	52	UNI			13.34
171	CHOC. AMERICA X 800 GR.	91	UNI			17.02
172	CHOC. CUSCO REAL 12 X 90GR. + 2TAB GRATIS	59	DISP			8.28
173	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO X 400 GR	88	UNI			7.82
174	CHOC. RECORD X 100 GR.	1,448	BARR			2.3
175	CHOC. RECORD X 1000 GR.	185	UNI			19.25
176	CHOC. RECORD X 400 GR.	3,338	UNI			8.46
177	CHOC. RECORD X 600 GR.	286	UNI			12.31
178	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	1,362	DISP	10	UNI	29.9
179	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	1,186	BARR			4.97
180	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	1,286	UNI			10.12
181	CHOC. SOL DEL CUSCO INSTAN X 324 GR. LATA	115	LATA			9.2

5.28	NO	6	4	S/. 579.0
3.78	NO	6	4	S/. 296.1
3.72	NO	6	4	S/. 72,646.0
3.93	NO	6	4	S/. 1,785.5
4.14	SI	6	4	S/. 17,414.9
3.27	SI	6	4	S/. 273.2
4.86	SI	6	4	S/. 6,989.7
1.31	SI	12	5	S/. 3,004.7
1.93	SI	12	5	S/. 667.0
3.92	NO	12	5	S/. 3,424.3
2.35	NO	12	5	S/. 24,530.6
1.2	NO	12	5	S/. 80,548.4
0.98	SI	12	5	S/. 26.0
1.47	SI	12	5	S/. 39.1
0.98	SI	12	5	S/. 26.0
1.54	SI	12	5	S/. 40.9
0.99	SI	12	5	S/. 26.0
0.42	SI	24	4	S/. 1,956.9
0.74	NO	24	4	S/. 2,318.0
1.16	NO	24	4	S/. 693.7
1.48	SI	24	4	S/. 1,548.8
0.72	SI	24	5	S/. 488.5
0.68	SI	24	5	S/. 688.2
0.2	SI	24	6	S/. 3,330.4
2.25	SI	24	6	S/. 3,561.3
0.74	NO	24	6	S/. 28,239.5
1.19	SI	24	6	S/. 3,520.7
2.6	NO	24	3	S/. 40,748.7
0.43	SI	24	3	S/. 5,894.4
0.88	SI	24	3	S/. 13,014.3
0.8	SI	24	3	S/. 1,058.0

182	COCOA FORTALEZA X1KL	1	BOLS			8.45
183	COCOA WINTER X2.5KL	5	BOLS			70.48
184	COCOA WINTERS 30 X 180 GRS.	1	PAQ	8	SOB	94.35
185	MILO ACTIGEN-E X 400G	4,082	LATA			13.55
186	MILO ANTIGEN-E X 1 KILO EC	268	LATA			30.5
187	MILO IMPORTADO X 400	4	LATA			8.7
188	NESQUIK X 400 GR	41	LATA			8.2
189	LEAF TEA TE VERDE LIMON 12 X 400	14	PAQ	11	UNI	11.78
190	MATE ANIS HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT			8	UNI	55.99
191	MATE DIGEST. HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT			15	UNI	62.56
192	MATE MANZANILLA HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	3	PAQ			49.68
193	MATE MANZANILLA HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT			10	BOT	62.56
194	MATE MC COLLINS ANIS 25 SB.	77	DISP			1.5
195	MATE MC COLLINS ANIS X 100	151	DISP			5.65
196	MATE MC COLLINS BOLDO X 100	2	DISP			5.2
197	MATE MC COLLINS HIERBA LUISA X 100	4	DISP			5.15
198	MATE MC COLLINS MANZANILLA 25 SB.	56	DISP			1.49
199	MATE MC COLLINS MANZANILLA X 100	159	DISP			5.52
200	MATE MIXTURA-VARIEDAD HORNIMANS 25FIL.40DS.PQ			21	DISP	62.56
201	MATE ZURIT ANIS X 100	3	DISP			4.5
202	MATE ZURIT MANZANILLA X 25	1	DISP			0.85
203	TE CANEL/CLAV HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT			6	DISP	49.68
204	TE MC COLLINS CAN.CLAV 25 SB.	47	DISP			1.25
205	TE MC COLLINS CANELA Y CLAVO X 100SB	351	DISP			5.06
206	TE MC COLLINS PURO X 25SB	127	DISP			1.32
207	TE MC COLLINS PURO X100SB	168	DISP			5.15
208	TE PURO HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT			1	DISP	54.56
209	TE ZURIT CANELA CLAVO X 100 SB	10	DISP	3	DISP	4.6
210	MERMELADA 12 X 320 GR. (VASO)	201	CAJA	7	SOB	32.72
211	MERMELADA A1 X 1K	18	CAJA			35.53
212	MERMELADA COMPASS 6X1 KG.	28	CAJA			36.46

1.55	SI	18	4	S/. 8.5
4.52	SI	18	4	S/. 352.4
3.65	SI	18	4	S/. 119.5
1.25	NO	18	4	S/. 55,311.1
2.3	NO	18	4	S/. 8,174.0
1.3	NO	18	4	S/. 34.8
0.8	SI	18	4	S/. 336.2
1.02	NO	18	3	S/. 175.7
4.01	NO	18	6	S/. 37.3
5.44	NO	18	6	S/. 78.2
4.32	NO	18	6	S/. 149.0
5.44	NO	18	6	S/. 25.0
0.2	NO	18	4	S/. 115.5
0.35	NO	18	4	S/. 853.2
0.4	NO	18	4	S/. 10.4
0.45	NO	18	4	S/. 20.6
0.21	NO	18	4	S/. 83.4
0.48	NO	18	4	S/. 877.7
5.44	NO	18	6	S/. 52.6
0.5	NO	18	5	S/. 13.5
0.15	NO	18	5	S/. 0.9
4.32	NO	18	6	S/. 24.8
0.25	NO	18	4	S/. 58.8
0.54	NO	18	4	S/. 1,776.1
0.18	NO	18	4	S/. 167.6
0.45	NO	18	4	S/. 865.2
5.44	NO	18	6	S/. 2.2
0.4	NO	18	5	S/. 46.1
2.28	SI	12	5	S/. 6,595.8
2.47	NO	12	5	S/. 639.5
2.54	SI	12	5	S/. 1,020.9

213	MERMELADA COMPASS POTE 12X350GR (PLAS)	10	CAJA	10	UNI	33.66
214	MERMELADA DOYPAK FANNY 8X800 GR	86	CAJA	5	UNI	35.06
215	MERMELADA FANNY 6X1 KG	739	CAJA	1	UNI	36
216	MERMELADA FLORIDA 6X1 KG.	5	CAJA	5	UNI	37.39
217	MERMELADA FLORIDA DULCERAS 12X250GR	6	CAJA	8	POTE	36.46
218	MERMELADA FLORIDA GOURMET 12X560GR	1	CAJA	5	UNI	54.23
219	MERMELADA FLORIDA POTE 12X350GR (PLAS)	2	CAJA			35.53
220	MERMELADA GLORIA 6 X 1KG	93	CAJA	5	FRAS	41.14
221	MERMELADA GLORIA POTE 12X350ML	1	CAJA			34.03
222	MERMELADA HOJA REDONDA FRESA 6 X 1 KG.	11	CAJA	1	FRAS	36.93
223	ARUBA REFRES.CITRUS PUNCH 12 X 500ML	80	PAQ			7
224	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR 24X822	101	CAJA	12	UNI	123.48
225	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR FANNY 24X820	124	CAJA	1	UNI	123.04
226	NECTAR GLORIA 12 X 1 LITRO	340	CAJA	1	UNI	24.38
227	NECTAR GLORIA 200ML.X 24TTP	413	CAJA	11	UNI	17.14
228	CONS. DESMENUZADO PESCADO CAMPOMAR 24 X 170GR	45	CAJA	7	TTP	54.04
229	CONS. FILETE DE ATUN A-1 48 X 170 GR	1	CAJA	21	LATA	175.46
230	CONS. FILETE DE ATUN BAYOVAR 48 X 170 GR			8	LATA	175.05
231	CONS. FILETE DE ATUN CAMPOMAR 24 X 170 GR	70	CAJA	17	LATA	90.65
232	CONS. FILETE DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	32	CAJA	35	LATA	195.98
233	CONS. FILETE DE ATUN FANNY OLIVA 50X125GR	2	CAJA	10	LATA	226.95
234	CONS. FILETE DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	14	CAJA	12	LATA	219.94
235	CONS. SOLIDO DE ATUN CAMPOMAR X 24 UND	15	CAJA	11	LATA	97.12
236	CONS. SOLIDO DE ATUN GLORIA 48 X 184 GR.	2	CAJA	14	UNI	181.97
237	CONS. SOLIDO DE CABALLA A-1 48 X 170GR	4	CAJA	37	LATA	131.49
238	CONS. SOLIDO DE CABALLA CAMPOMAR 24 X 170GR	7	CAJA	10	UNI	77.7
239	CONS. SOLIDO DE JUREL A1 48 X 184 GR.	2	CAJA	12	UNI	138.78
240	CONS. TROZOS DE ATUN CAMP 48 X 170 GR	51	CAJA	45	UNI	165.42
241	CONS. TROZOS DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	22	CAJA	12	LATA	176.26
242	CONS. TROZOS DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	6	CAJA			215.05
243	CONS. TROZOS DE CABALLA A-1 48 X 170 GR	9	CAJA	7	LATA	129.5

2.34	SI	12	5	S/. 364.7
2.44	SI	12	4	S/. 3,037.1
2.5	NO	12	4	S/. 26,610.0
2.61	SI	12	4	S/. 218.1
2.54	SI	12	4	S/. 243.1
3.77	SI	12	4	S/. 76.8
2.47	SI	12	4	S/. 71.1
2.86	NO	12	3	S/. 3,860.3
2.47	SI	12	3	S/. 34.0
2.57	SI	12	4	S/. 412.4
2.1	NO	6	3	S/. 560.0
8.52	NO	6	5	S/. 12,533.2
8.96	NO	6	4	S/. 15,262.1
2.12	NO	6	3	S/. 8,291.2
2.36	SI	6	3	S/. 7,086.7
4.96	NO	48	5	S/. 2,447.6
8.54	NO	48	4	S/. 252.2
8.95	NO	48	5	S/. 29.2
7.35	NO	48	4	S/. 6,409.7
10.02	NO	48	4	S/. 6,414.3
12.05	NO	48	4	S/. 499.3
7.55	NO	48	3	S/. 3,134.1
7.88	NO	48	4	S/. 1,501.3
11.03	NO	48	3	S/. 417.0
8.51	NO	48	4	S/. 627.3
6.3	NO	48	4	S/. 576.3
11.22	NO	48	4	S/. 312.3
9.58	NO	48	4	S/. 8,591.5
8.74	NO	48	4	S/. 3,921.8
9.95	NO	48	3	S/. 1,290.3
10.5	NO	48	4	S/. 1,184.4

244	CONS. TROZOS DE JUREL A-1 48 X 170 GR			6	LATA	138.75
245	CONS. TROZOS DE PESCADO A1 48 X 170 GR			12	UNI	138.75
246	CONS. TROZOS DE PESCADO CAMP 24 X 170 GR	23	CAJA	6	LATA	69.37
247	ENTERO PESCADO TOMATE OVAL 12UN.CAJ	13	CAJA	9	UNI	49.95
248	GRAT. ANCHOVETA A-1 48 X 170 GR.	29	CAJA	18	UNI	64.75
249	GRAT. ANCHOVETA ANCHOMAR 48 X 160 GR.	4	CAJA			64.75
250	GRAT. ANCHOVETA CARIOCA 48 X 170 GR.	10	CAJA	30	LATA	61.05
251	GRAT. DE ATUN A-1 48 X 170 GR.	36	CAJA	22	LATA	103.6
252	GRAT. DE CABALLA GLORIA 48 X 170 GR.	2	CAJA	19	UNI	87.41
253	GRAT. DE PESCADO A-1 48 X 170 GR.	5	CAJA	6	LATA	94.6
254	GRAT. DE PESCADO PERFECTA 48 X 170 GR.	25	CAJA	31	UNI	74.46
255	GRAT. JUREL AGUA Y SAL GLORIA 48 X 170 GR.	2	CAJA			74
256	GRATED DE ATUN MAR BRAVA 48 X 170GR	6	CAJA	9	UNI	81.4
257	JUGO COCKTAIL DE FRUTAS 24X 820 GR.	11	CAJA	10	LATA	138.55
258	JUGO DE PIÑA EN RODAJAS X 560 GR.	423	UNI			3.48
259	GALL. AGUA X 3 K.	412	CAJA			14.21
260	GALL. CREAM CRACKER 24 X 316 GR.	220	CAJA	17	PQT	62.18
261	GALL. CREAM CRACKER 60PQT/75GR.	4	CAJA	22	PQT	54.23
262	GALL. OREO PROM 6X43G.	496	SIXP			2.8
263	GALL. SODA FIELD AGUA (X6)	7	SIXP	2	PQT	2.35
264	GALL. SODA-V FIELD (X6)	1,334	SIXP			2.01
265	GALL. SURTIDA COSTA X 425GR.	681	LATA			11.22
266	GALL. VI.CASINO X 6PQT SIXPAK	323	SIXP	1	PQT	2.45
267	GALL. VICT.TENTACION CHOCOLATE X6	324	SIXP	2	SOB	2.24
268	GALL. VICT.TENTACION COCO X6	37	PACK			2.24
269	GALL. VICT.TENTACION NARANJA X6	156	SIXP	2	PQT	2.24
270	GALL. VICT.TENTACION VAINILLA X6	39	SIXP	1	UNI	2.24
271	GALL. WAFER BAUDUCCO 24 X 140GR	55	CAJA	10	UNI	43.75
272	GALL. WAFER BETITO 50 UNID	24	PAQ	30	UNI	70.26
273	GALL. WAFER BETITO X 1 KILO	165	CAJA			8.65
274	GALL. WAFER BETITO X 1.5 KILO	347	CAJA			11.55

11.25	NO	48	4	S/. 17.3
11.25	NO	48	4	S/. 34.7
5.63	NO	48	4	S/. 1,612.9
4.05	NO	48	4	S/. 686.8
5.25	NO	48	4	S/. 1,902.0
5.25	NO	48	5	S/. 259.0
4.95	NO	48	5	S/. 648.7
8.4	NO	48	4	S/. 3,777.1
7.09	NO	48	3	S/. 209.4
8.4	NO	48	4	S/. 484.8
6.04	NO	48	4	S/. 1,909.6
6	NO	48	3	S/. 148.0
6.6	NO	48	5	S/. 503.7
9.45	SI	12	5	S/. 1,581.8
0.52	SI	12	5	S/. 1,472.0
0.99	NO	6	3	S/. 5,854.5
4.32	NO	6	4	S/. 13,723.6
3.77	SI	6	4	S/. 236.8
0.2	SI	6	4	S/. 1,388.8
0.15	SI	8	3	S/. 17.2
0.19	SI	8	3	S/. 2,681.3
0.78	SI	8	5	S/. 7,640.8
0.25	SI	8	3	S/. 791.8
0.16	SI	8	3	S/. 726.5
0.16	SI	8	3	S/. 82.9
0.16	SI	8	3	S/. 350.2
0.16	SI	8	3	S/. 87.7
4.25	SI	8	5	S/. 2,424.5
4.74	SI	6	5	S/. 1,728.4
0.85	SI	6	5	S/. 1,427.3
0.95	SI	6	5	S/. 4,007.9

275	GALL. WAFER BETITO X 3 KILO	1	CAJA			20.57
276	GALL. WAFER CORONITA 48 X 72 GR	2	CAJA	3	PLAN	44.85
277	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	3,407	CAJA			10.55
278	GALLETAS DUCALES X 24 PACK	2	CAJA	11	UNI	72.93
279	FLAN NEGRITA 12 X 100 GR.	24	DISP	7	PACK	16.19
280	FLAN ROYAL 12 X 110 GR.	23	DISP	11	SOB	19.42
281	GELATINA NEGRITA 200G.X 12UND	357	PAQ	3	SOB	24.97
282	GELATINA ROYAL 48 X 180 GR.	71	CAJA	39	SOB	133.75
283	GELATINA TEMPORAL 20 X 250 GR.	79	PQT	12	SOB	36.98
284	GELATINA TEMPORAL 40 X 250 GR.	13	PAQ		UNI	73.07
285	PUDIN NEGRITA 12 X 145 GR.	49	DISP	11	SOB	20.35
286	ARUBA REFRES. 4 X 3 LT.	15	PAQ		SOB	14.02
287	ARUBA REFRES. 6 X 1.5LT	5	PAQ			12.15
288	CHICHA MORADA LIQUIDO 12 X 400 ML.	5	PQT			9.35
289	REF. NEGRITA 12 X 15 GR.	455	DISP	7	SOB	6.36
290	REF. NEGRITA 18 X 15 GR.	1	DISP			7.95
291	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 4X2LT.	5	PAQ			11.69
292	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 600ML X6	5	PAQ			10.05
293	TAMPICO REF. PUNCH 12 X 500ML	15	PAQ			9.38
294	TAMPICO REF. PUNCH 2 X 3.78LT. GAL	5	PAQ			11.32
295	TAMPICO REF. PUNCH 4 X 3LT.	5	PAQ			13.75
296	FREJOL CANARIO X 1 KL	50	KG			6.95
297	LENTEJA HOJA RED. 25UN X 500GR	7	PAQ	14	UNI	70.12
298	LENTEJA TEMPORAL X 20 UND.	21	PAQ	2	UNI	44.88
299	LENTEJA X 1 KG	50	KG			4.67
300	MAIZ TOSTADO X 1KL	50	KG			5.11
301	PALLAR X 1 KL	50	KG			5.89
302	POP CORN COSTEÑO 12UNI X 500GR	1	PAQ	5	UNI	29.45
303	POP CORN PAISANA 24 X 500GR	8	PAQ	8	UNI	23.55
304	ALGARROBINA X 400 GR	14	UNI			5.65
305	ARTPOP DULCE X24 X100 GR			23	SOB	30.35

1.43	SI	6	5	S/. 20.6
3.15	SI	6	5	S/. 92.5
0.95	NO	6	3	S/. 35,943.9
5.07	SI	6	4	S/. 179.3
1.31	SI	6	3	S/. 398.0
1.58	SI	10	4	S/. 464.5
2.03	SI	12	3	S/. 8,920.5
10.25	SI	12	4	S/. 9,604.9
3.02	SI	12	3	S/. 2,943.6
5.93	SI	12	3	S/. 949.9
1.65	SI	10	3	S/. 1,015.8
0.98	SI	6	3	S/. 210.3
0.85	SI	6	3	S/. 60.8
0.65	SI	6	3	S/. 46.8
0.44	NO	12	4	S/. 2,897.5
0.55	NO	12	4	S/. 8.0
0.81	SI	12	3	S/. 58.5
0.75	SI	12	3	S/. 50.3
0.62	NO	12	3	S/. 140.7
1.68	SI	12	3	S/. 56.6
1.25	SI	12	7	S/. 68.8
0.25	SI	12	7	S/. 347.5
4.88	SI	6	7	S/. 530.1
3.12	SI	6	7	S/. 947.0
0.33	SI	6	7	S/. 233.5
0.39	SI	6	7	S/. 255.5
0.31	SI	6	7	S/. 294.5
2.05	SI	6	5	S/. 41.7
1.95	SI	6	3	S/. 196.3
0.35	SI	6	7	S/. 79.1
3.65	NO	6	5	S/. 29.1

306	ARTPOP MANTEQUILLA X24 X100 GR			18	SOB	30.35
307	ARTPOP NATURAL X24 X100 GR	2	CAJA	1	SOB	30.35
308	ARTPOP SUPER MANTEQUILLA X24 X100 GR			16	SOB	30.35
309	CREMA DE CHAMPIÑON 12 X 72 GR.	19	DISP			26.35
310	CREMA DE ESTARRAGOS 12 X 68 GR.	19	DISP	6	BOLS	19.29
311	CREMA TARI 85GR. X 24UND	19	CAJA	3	BOLS	31.99
312	KETCHUP BDE X 20 KG	19	BALD			60.48
313	MAGGI CALDO CARNE 24 X 21 GR	83	DISP			9.22
314	MAGGI CALDO GALLINA 24 X 21 GR	139	DISP			9.22
315	MAYONESA A LA CENA 12 X 500 CC.	96	CAJA	10	SOB	75.28
316	MAYONESA A LA CENA 24 X 100 CC.	132	CAJA	10	SOB	35.29
317	MAYONESA A LA CENA 6 X 1000 CC.	57	CAJA	2	SOB	73.4
318	MILO ACTIGEN-E X 400G + TAZA	233	PACK			14.01
319	MOSTASA BDE X 20 KG	15	BALD			66.81
320	PALLAR			14	UNI	91.28
321	POLVO DE HORNEAR ROYAL 20 X 20 GR	29	DISP			14.57
322	SAL 25 X 1 K	1,472	PQT			4.91
323	SALSA ALACENA AJI 12 X 100 CC.			2	UNI	15.35
324	SALSA ALACENA ROCOTO 12 X 100 CC.	47	DISP	3	UNI	15.27
325	SILLAO VENTURO 12 X 500 ML	32	CAJA	7	UNI	37.23
326	VINAGRE MARIALE 12 X 500 ML			5	UNI	38.47
327	VINAGRE VENTURO 12 X 1000 LT.			6	UNI	50.81
328	VINAGRE VENTURO 12 X 600 ML	36	CAJA	6	UNI	33.88
329	VINAGRE VENTURO BLANCO 12 X 600 ML	29	CAJA	11	BOT	33.88
330	CAFE ALTOMAYO 100 X 2 GR	3	DISP			16.1
331	CAFE ALTOMAYO X 180 GR	76	FRAS			13.65
332	CAFE ALTOMAYO X 50 GR FRASCO	29	FRCO			4.45
333	CAFE ALTOMAYO X 50 GR OLLITA	45	UNI			4.97
334	CAFE ECCO X 195 GR.	177	LATA			5.52
335	CAFE MONACO X 200 GR LATA	12	LATA			12.65
336	CAFE MONACO X 50 GR VASO	24	VASO			4.11

3.65	NO	6	5	S/. 22.8
3.65	NO	6	5	S/. 62.0
3.65	NO	6	5	S/. 20.2
1.65	SI	6	7	S/. 500.7
1.21	SI	6	7	S/. 376.2
2.01	NO	6	3	S/. 611.8
4.52	SI	6	7	S/. 1,149.1
0.58	SI	8	4	S/. 765.3
0.58	SI	8	4	S/. 1,281.6
4.72	NO	12	3	S/. 7,289.6
2.21	NO	12	3	S/. 4,673.0
4.6	NO	12	3	S/. 4,208.3
0.99	NO	12	4	S/. 3,264.3
4.19	SI	6	7	S/. 1,002.2
5.72	SI	6	7	S/. 106.5
0.93	NO	6	4	S/. 422.5
0.59	NO	60	10	S/. 7,227.5
1.15	NO	12	2	S/. 2.6
1.23	NO	12	2	S/. 721.5
1.77	NO	60	4	S/. 1,213.1
2.53	NO	60	4	S/. 16.0
3.19	NO	60	4	S/. 25.4
2.12	NO	60	4	S/. 1,236.6
2.12	NO	60	4	S/. 1,013.6
1.4	NO	24	4	S/. 48.3
1.35	NO	24	4	S/. 1,037.4
0.55	SI	24	4	S/. 129.1
0.53	SI	24	4	S/. 223.7
0.48	NO	24	5	S/. 977.0
1.15	NO	24	3	S/. 151.8
0.39	SI	24	3	S/. 98.6

337	KIMBO CEBADA X 190 GR FCO.	402	FRAS			5.35
338	NESCAFE TRADICION X 200 GR.	745	LATA			19.15
339	NESCAFE TRADICION X 200 GR.+ CUCHARA	160	LATA			20.08
340	NESCAFE TRADICION X 50 GR. FRASCO	127	FRAS			5.34
341	MAZAMORRA NEGRITA 180G X 20UN	299	PQT	7	SOB	24.75
342	MAZAMORRA NEGRITA DZNO 180G X 20UN	126	PAQ	2	SOB	24.75
343	MAZAMORRA NEGRITA PIÑA 180G X 20UN	96	PAQ	16	SOB	24.75
344	SEMOLA MOLITALIA X 10 KG	13.5	BOLS			22.25
345	SEMOLA MOLITALIA X 25 KILOS	58	BOLS			53.4
346	SEMOLA NICOLINI 20 X 250 GR.	153	PQT			16.91
347	SEMOLA NICOLINI X 10 K.	196	BOLS			23.14
348	CARAMELOS BON AMI FRUTA 18 X 100UND	69	CAJA	15	PQT	73.35
349	CARAMELOS BON AMI LICOR 18 X 100UND	3	CAJA	12	PQT	75.28
350	CARAMELOS GLOBO POP X 24UN	2	BOLS			4.35
351	CHOCOLATE SURTIDO MINIS 30 UND	25	BOLS			6.65
352	OLE OLE X 60 UNID.	4,009	BOLS			4.26
353	PRINGLES CEBOLLA X139 GR	71	UNI			5.25
354	PRINGLES CEBOLLA X40 GR	159	UNI			2.11
355	PRINGLES ORIGINAL X140 GR	373	UNI			5.25
356	PRINGLES ORIGINAL X40 GR	268	UNI			2.11
357	PRINGLES PIZZA X139 GR	17	UNI			5.25
358	PRINGLES PIZZA X40 GR	23	UNI			2.11
359	PRINGLES QUESO X139 GR	60	UNI			5.25
360	PRINGLES QUESO X40 GR	108	UNI			2.11
361	CEREAL ANG. CHOCK B.DE MAIZ/CHO 140G-30UND.CJ	4	CAJA	20	UNI	45.39
362	CEREAL ANG. COPIX TRIG/CHOC C/MARSH 120GR-30U	6	CAJA	25	UNI	45.39
363	CEREAL ANG. MAX OSIT CHOC/CAN 130G-30UN.CAJ	1	CAJA	3	UNI	27.59
364	CEREAL ANGEL X 140 GR	1	SOB			1.78
365	CEREAL CORN FLAKES 12 X 500 GR	240	DISP			9.61
366	CEREAL CORN FLAKES X 200 GR	98	UNI			4.45
367	CEREAL GRANOLA X 250 GR.	20	UNI			4.98

0.65	NO	24	5	S/. 2,150.7
1.85	NO	24	4	S/. 14,266.8
1.92	NO	24	4	S/. 3,212.8
0.66	SI	24	4	S/. 678.2
2.75	SI	12	3	S/. 7,408.9
2.75	NO	12	3	S/. 3,121.0
2.75	NO	12	3	S/. 2,395.8
2.75	SI	6	5	S/. 300.4
6.6	SI	6	5	S/. 3,097.2
2.09	SI	6	3	S/. 2,587.2
2.86	SI	6	3	S/. 4,535.4
7.65	SI	12	4	S/. 5,122.3
7.52	SI	12	4	S/. 276.0
0.65	SI	12	4	S/. 8.7
0.85	SI	8	5	S/. 166.3
0.74	SI	8	4	S/. 17,078.3
0.75	SI	8	5	S/. 372.8
0.39	SI	8	5	S/. 335.5
0.75	SI	8	5	S/. 1,958.3
0.39	SI	8	5	S/. 565.5
0.75	SI	8	5	S/. 89.3
0.39	SI	8	5	S/. 48.5
0.75	SI	8	5	S/. 315.0
0.39	SI	8	5	S/. 227.9
5.61	SI	6	4	S/. 211.8
5.61	SI	6	4	S/. 310.2
3.41	SI	6	4	S/. 30.3
0.22	SI	6	4	S/. 1.8
1.19	SI	6	5	S/. 2,306.4
0.55	SI	6	5	S/. 436.1
0.62	SI	6	5	S/. 99.6

368	CEREAL KIWIGEN X 180 GR.	195	UNI			2.31
369	CEREAL KIWIGEN X 250 GR.	129	UNI			4.45
370	KIWIGEN CHOC X 400 GR.	147	UNI			8.9
371	KIWIGEN MACA X 340 GR	28	UNI			9.79
372	PANETON AMERICA 40 UND.X 100GR	9	CAJA	19	UNI	0.85
373	PANETON AMERICA 6 UND.X 1KG. BOLSA	25	CAJA			75.75
374	PANETON BIMBO BOLSA 6 X 900GR	201	CAJA	1	UNI	74.1
375	PANETON BIMBO CAJA 6 X 1 KG	58	CAJA			89.3
376	PANETON BIMBO CHOCOLATE 12 X 450GR	67	CAJA	9	UNI	102.6
377	PANETON BOUN NATALE 6 X 900 GR	849	CAJA	2	UNI	77.9
378	PANETON BOUN NATALE CAJA 6 X 900GR	195	CAJA			88.35
379	PANETON CIOCCOLATO 12 X 100 GR	15	PAQ			27.55
380	PANETON COSTA BOLSA 6 X 900GR	52	CAJA			80.75
381	PANETON COSTA CAJA 6 X 900GR	44	CAJA	3	UNI	94.05
382	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	1,437	CAJA	2	UNI	123.49
383	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	1,433	CAJA	5	UNI	102.58
384	PANETON DONOFRIO X 900GR LATA	303	LATA			28.05
385	PANETON GALLUZZO CAJA 6 X 1KG+GALLUZITO	0	CAJA	2	UNI	91.2
386	PANETON GALLUZZO PREMIUN LATA 6 X 1KG	1	CAJA			125.4
387	PANETON GENOVES 8 X 900GR	2,029	CAJA	4	UNI	102.78
388	PANETON GLORIA 6 X 1KG BOLS	1,027	CAJA	3	UNI	85.25
389	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	1,366	CAJA	3	UNI	98.95
390	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	651	CAJA	5	UNI	122.28
391	PANETON TODINNO 6 X 900G BOLSA	149	CAJA			93.1
392	PANETON TODINNO GRAN ALMENDRADO 6 X 1KG	39	CAJA	5	BOLS	85.5
393	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	2,209	CAJA	3	UNI	109.2
394	PANETON WINTER 6 X 900G BOLSA	126	CAJA			91.2
395	PANETON WINTER 6 X 900G. CAJA	86	CAJA	2	UNI	104.5
396	PANETON WINTER 6 X 900G. LATA			1	LATA	142.5
397	CAÑIHUACO X 10 KG	18.5	SACO			64.4
398	FOSFORO LLAMA 100 X 10	9	PAQ	6	UNI	13.8

0.29	SI	6	4	S/. 450.5
0.55	SI	6	4	S/. 574.1
1.1	SI	10	4	S/. 1,308.3
1.21	SI	10	4	S/. 274.1
0.15	SI	6	6	S/. 8.1
4.25	SI	6	6	S/. 1,893.8
3.9	SI	6	8	S/. 14,906.5
4.7	SI	6	8	S/. 5,179.4
5.4	SI	6	8	S/. 6,951.2
4.1	SI	6	7	S/. 66,163.1
4.65	SI	6	7	S/. 17,228.3
1.45	SI	6	10	S/. 413.3
4.25	SI	6	10	S/. 4,199.0
4.95	SI	6	10	S/. 4,185.2
6.01	SI	6	7	S/. 177,496.3
5.42	SI	6	7	S/. 147,082.6
1.95	SI	6	7	S/. 8,499.2
4.8	SI	6	10	S/. 30.4
6.6	SI	6	10	S/. 125.4
5.22	SI	6	10	S/. 208,543.2
10.75	SI	6	10	S/. 87,594.4
11.05	SI	6	12	S/. 135,215.2
15.72	SI	6	12	S/. 79,706.2
4.9	SI	6	10	S/. 13,871.9
4.5	SI	6	10	S/. 3,405.8
3.8	SI	6	10	S/. 241,277.4
4.8	SI	6	9	S/. 11,491.2
5.5	SI	6	9	S/. 9,021.8
7.5	SI	6	9	S/. 23.8
5.6	SI	6	6	S/. 1,191.4
1.2	SI	60	6	S/. 132.5

399	MAIZ MORADO	40	KG			15.95
400	MAIZENA X 25 K.	4	SACO			59.8
401	MANDIOCA X 25KG	4	SACO			175.47
402	POP CORN	45	KG			6.15
403	RED BULL ENERGY DRINK 24 X 250ML	1	CAJA			145.48
404	LICOR BLUE CURACAO X 750ML	5	BOT			19.77
405	LICOR DE ALMENDRAS X 750 ML	2	BOT			19.85
406	LICOR PERFECTO AMOR X 750 ML	4	BOT			19.79
407	PISCO ACHOLADO MINIATURA X 50ML	30	BOT			4.92
408	PISCO ALFERADO 12 X 750 ML	9	CAJA	5	BOT	110.44
409	PISCO ALFERADO MENTA X 750			7	BOT	86.92
410	PISCO ALFERADO UVA X 2LITROS	22	BOT			22.87
411	PISCO ALFERADO UVA X 4LITROS	145	UNI			42.09
412	PISCO BIONDI ACHOLADO X 500 ML.	25	BOT			39.34
413	PISCO BIONDI ITALIA X 500 ML.	17	BOT			39.34
414	PISCO BIONDI QUEBRANTA X 500 ML.	7	BOT			39.34
415	PISCO DE LOS REYES 12 X 750 CC	8	CAJA	3	BOT	154.44
416	PISCO DON STGO MOSTO VERD ITALIA X 500 C	7	BOT			32.02
417	PISCO DON STGO MOSTO VERD QUEBRANTA X 500 C	6	BOT			32.02
418	PISCO DON STGO MOSTO VERD TORONTEL X 500 C	6	BOT			32.94
419	PISCO DON VENEDICTO ACHOLADO X 500 CC	6	BOT			18.3
420	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO 12 X 750ML	1	CAJA			317.55
421	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA 12 X 750ML	1	CAJA			317.55
422	PISCO FINCA ROTONDO QUEB 12 X 750ML	1	CAJA			317.55
423	PISCO ITALIA MINIATURA X 50ML	20	BOT			5.03
424	PISCO NAJAR ACHOLADO X 500 ML.	14	BOT			28.36
425	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	0	CAJA	9	BOT	448.59
426	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	0	CAJA	8	BOT	448.59
427	PISCO NAJAR ITALIA X 500 CC	14	BOT			28.36
428	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	1	CAJA			511.86
429	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	1	CAJA			506.86

1.25	NO	10	6	S/. 638.0
5.2	NO	16	6	S/. 239.2
12.03	NO	16	6	S/. 701.9
2.85	NO	8	6	S/. 276.8
19.52	NO	24	5	S/. 145.5
1.23	NO	120	6	S/. 98.9
1.15	NO	120	6	S/. 39.7
2.21	NO	120	6	S/. 79.2
0.58	NO	120	5	S/. 147.6
9.56	NO	120	5	S/. 1,040.0
8.08	NO	120	5	S/. 50.7
2.13	NO	120	5	S/. 503.1
3.91	NO	120	5	S/. 6,103.1
3.66	NO	120	10	S/. 983.5
3.66	NO	120	10	S/. 668.8
3.66	NO	120	10	S/. 275.4
10.56	NO	120	5	S/. 1,274.1
2.98	NO	120	10	S/. 224.1
2.98	NO	120	10	S/. 192.1
3.06	NO	120	10	S/. 197.6
1.7	NO	120	8	S/. 109.8
12.45	NO	120	9	S/. 317.6
12.45	NO	120	9	S/. 317.6
12.45	NO	120	9	S/. 317.6
0.47	NO	120	9	S/. 100.6
2.64	NO	120	5	S/. 397.0
26.41	NO	120	5	S/. 336.4
26.41	NO	120	5	S/. 299.1
2.64	NO	120	5	S/. 397.0
28.14	NO	120	5	S/. 511.9
28.14	NO	120	5	S/. 506.9

430	PISCO NAJAR QUEBRANTA X 500 CC	12	BOT			28.36
431	PISCO OCUCAJE ACHOL. CHALAN X 375ML	1	BOT			32.02
432	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	80	CAJA	7	BOT	243.75
433	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	2	CAJA	10	BOT	300.42
434	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 4000 ML	55	BOT			78.69
435	PISCO OCUCAJE HUACO X 750 CC	6	UNI			41.17
436	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	29	CAJA	2	BOT	245.75
437	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC	1	CAJA	3	BOT	299.75
438	PISCO OCUCAJE ITALIA CHALAN X 375ML	8	BOT			32.02
439	PISCO OCUCAJE QUEBR.CHALAN X 375ML	7	BOT			32.02
440	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	30	CAJA	2	BOT	244.76
441	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	1	CAJA			300.01
442	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 4 LITROS	13	GALN			79.25
443	PISCO OCUCAJE SELEC.PURO QUEBR. 750ML.BOT.	5	BOT			47.58
444	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ACHOLADO+OFERTA	3	PACK			27.45
445	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ITALIA+OFERTA	2	PACK			27.45
446	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS QUEBRANTA+OFERTA	2	PACK			27.45
447	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.38°+SHOT 750ML.BOT.	4	BOT			19.67
448	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.41°+SHOT 750ML.BOT.	4	BOT			19.67
449	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.44°+SHOT 750ML.BOT.	4	BOT			19.67
450	PISCO PURO ANDARIEGO X 750 CC	3	BOT			18.25
451	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	1	CAJA			152.15
452	PISCO QUEBRANTA MINIATURA X 50ML	31	BOT			4.95
453	PISCO REY DE MAJES 12 X 750CC	64	CAJA	11	BOT	87.09
454	PISCO REY DE MAJES X 4LITROS	40	BOT			32.02
455	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	1	CAJA			201.74
456	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC	1	CAJA			179.98
457	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	227	CAJA	3	BOT	251.51
458	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 2 LT.	13	BOT			54.27
459	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 4 LT.	17	BOT			92.15
460	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	19	CAJA	8	BOT	251.51

2.64	NO	120	5	S/. 340.3
2.98	NO	120	10	S/. 32.0
16.25	NO	120	10	S/. 19,642.2
14.58	NO	120	10	S/. 726.0
7.31	NO	120	10	S/. 4,328.0
3.83	NO	120	10	S/. 247.0
14.25	NO	120	10	S/. 7,167.7
16.25	NO	120	10	S/. 337.2
2.98	NO	120	10	S/. 256.2
2.98	NO	120	10	S/. 224.1
15.24	NO	120	10	S/. 7,383.6
15.99	NO	120	10	S/. 300.0
6.75	NO	120	10	S/. 1,030.3
4.42	NO	120	10	S/. 237.9
2.55	NO	120	10	S/. 82.4
2.55	NO	120	10	S/. 54.9
2.55	NO	120	10	S/. 54.9
1.83	NO	120	10	S/. 78.7
1.83	NO	120	10	S/. 78.7
1.83	NO	120	10	S/. 78.7
1.75	NO	120	10	S/. 54.8
12.85	NO	120	5	S/. 152.2
0.55	NO	120	7	S/. 153.5
6.91	NO	120	6	S/. 5,653.6
2.98	NO	120	6	S/. 1,280.8
18.26	NO	120	5	S/. 201.7
15.02	NO	120	5	S/. 180.0
16.49	NO	120	10	S/. 57,155.6
4.23	NO	120	10	S/. 705.5
6.85	NO	120	10	S/. 1,566.6
16.49	NO	120	10	S/. 4,946.4

461	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	216	CAJA	11	BOT	251.51
462	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 2 LT.	12	BOT			54.25
463	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 4 LT.	23	BOT			91.89
464	PISCO SAN ANDRES ACHOLADO 12X750ML	7	CAJA	8	BOT	88.06
465	PISCO SAN VALENTIN 12 X 750 CC	104	CAJA	8	BOT	91.87
466	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	1	CAJA			241.78
467	PISCO SOL DE ICA X 750CC + EVERESS	3	BOT			19.21
468	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 12 X 750 CC	142	CAJA	10	BOT	98.82
469	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 24 X 250 CC	2	CAJA	12	BOT	98.82
470	PISCO SOL DE VITOR PURO 12 X 750 CC	4	CAJA	1	BOT	89.67
471	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	366	CAJA	7	BOT	205.75
472	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.+PETACA X 125CC	7	CAJA	3	BOT	220.5
473	PISCO VARGAS 24 X 250 CC.	35	CAJA	4	BOT	131.76
474	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	19	CAJA	8	BOT	215.42
475	PISCO VARGAS ACHOLADO+JARABE X 750 CC	7	PACK			20.59
476	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	3	CAJA	5	PACK	214.98
477	PISCO VARGAS ITALIA+JARABE X 750 CC	8	PACK			20.59
478	PISCO VARGAS PETACA X 125 CC	26	BOT			3.66
479	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	4	CAJA	3	BOT	215.48
480	PISCO VARGAS QUEBRANTA+JARABE X 750 CC	6	PACK			20.28
481	PISCO VARGAS X 187.5 ML.	118	UNI			3.65
482	PISCO VARGAS X 2 LITROS	65	BOT			39.48
483	PISCO VARGAS X 4000 ML.	194	BOT			72.55
484	PISCO VARGAS X 500 ML	1	BOT			11.05
485	PISCO VARGAS X 750CC. + 187.5ML. OFERTA	406	PACK			19.21
486	PISCO VARGAS X 750ML+COPA	20	BOT			19.15
487	PISCO VIEJO TONEL ACHOLADO X500ML	3	BOT			53.42
488	PISCO VIEJO TONEL ALBILLA X500ML	2	BOT			53.42
489	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO ACHO. X500ML	2	BOT			88.67
490	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO QUEBR. X500ML	1	BOT			88.67
491	PISCO VIEJO TONEL ITALIA X500ML	2	BOT			53.42

16.49	NO	120	10	S/. 54,556.7
4.25	NO	120	10	S/. 651.0
7.11	NO	120	10	S/. 2,113.5
6.94	NO	120	5	S/. 675.1
6.13	NO	120	7	S/. 9,615.7
16.22	NO	120	9	S/. 241.8
1.79	NO	120	9	S/. 57.6
9.18	NO	120	5	S/. 14,114.8
9.18	NO	120	5	S/. 247.1
8.33	NO	120	5	S/. 366.2
14.25	NO	120	10	S/. 75,424.5
15.01	NO	120	10	S/. 1,929.4
12.24	NO	120	10	S/. 4,633.6
16.58	NO	120	10	S/. 4,236.6
1.91	NO	120	10	S/. 144.1
17.02	NO	120	10	S/. 734.5
1.91	NO	120	10	S/. 164.7
0.34	NO	120	10	S/. 95.2
16.52	NO	120	10	S/. 915.8
2.22	NO	120	10	S/. 121.7
0.35	NO	120	10	S/. 430.7
3.52	NO	120	10	S/. 2,566.2
5.45	NO	120	10	S/. 14,074.7
0.95	NO	120	10	S/. 11.1
1.79	NO	120	10	S/. 7,799.3
1.85	NO	120	10	S/. 383.0
4.58	NO	120	7	S/. 160.3
4.58	NO	120	7	S/. 106.8
6.33	NO	120	7	S/. 177.3
6.33	NO	120	7	S/. 88.7
4.58	NO	120	7	S/. 106.8

492	PISCO VIEJO TONEL MOLLAR X500ML	2	BOT			53.42
493	PISCO VIEJO TONEL MOSCATEL X500ML	2	BOT			53.42
494	PISCO VIEJO TONEL MOSTO VERDE QUEBR X500ML	3	BOT			88.67
495	PISCO VIEJO TONEL QUEBRANTA X500ML	2	BOT			53.42
496	PISCO VIÑA DEL PRADO ACHOL. 12 X 500 CC	1	CAJA	1	BOT	197.75
497	PISCO VIÑA VITOR ACHOLADO 12 X 750 CC	1	CAJA			103.75
498	PISCO VIÑA VITOR PURO 12 X 750 CC	1	CAJA	3	BOT	101.88
499	PISCO VOGOÑA ACHOLADO 12 X 750 CC	1	CAJA			182.59
500	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 750 ML.	147	CAJA	9	BOT	48.69
501	PISCO VOGOÑA UVA ITALIA 12 X 750CC	293	CAJA	6	BOT	48.69
502	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 1 LITRO.	4	CAJA			54.08
503	PISCO VOGOÑA LIMON 12 X 750	213	CAJA	9	BOT	48.69
504	VINO INTIPALKA SAUVIGNON 6 X 750 ML	1	CAJA			160.86
505	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	2	CAJA			235
506	RON BACARDI ORO X 750 CC	6	BOT			17.75
507	RON CABO BLANCO DORADO 12 X 750 CC	206	CAJA	6	BOT	76.14
508	RON CABO BLANCO DORADO+PETACA 12X750 CC	44	CAJA	1	BOT	89.3
509	RON CABO BLANCO LIMON 12 X 750 ML	6	CAJA	9	BOT	81.31
510	RON CABO BLANCO RESERVA X 12	3	BOT			9.15
511	RON CARTAVIO AÑEJO 5 AÑOS 12X750 CC	2	CAJA			204.92
512	RON CARTAVIO BCO 12 X 750 CC	2	CAJA	7	BOT	118.91
513	RON CARTAVIO BLACK 12 X 1000 ML.	197	CAJA	2	BOT	156.89
514	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	544	CAJA	8	BOT	115.62
515	RON CARTAVIO SUPERIOR 24 X 200 CC.	122	CAJA	7	BOT	103.4
516	RON CARTAVIO SUPERIOR X 125ML.	73	UNI			2.35
517	RON CARTAVIO XO 750 ML+ESTUCHE	4	UNI			136.3
518	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 350 CC BLANCO	10	BOT			6.58
519	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 750 CC	53	BOT			15.04
520	RON KANKUN CHATA 24 X 350 CC			6	BOT	79.9
521	RON KANKUN LIMON 12 X 500 CC	2	CAJA			45.12
522	RON POMALCA RUBIO 12 X 750 CC			1	BOT	77.08

4.58	NO	120	7	S/. 106.8
4.58	NO	120	7	S/. 106.8
6.33	NO	120	7	S/. 266.0
4.58	NO	120	7	S/. 106.8
12.25	NO	120	10	S/. 214.2
6.25	NO	120	5	S/. 103.8
8.12	NO	120	5	S/. 127.4
7.41	NO	120	5	S/. 182.6
3.81	NO	120	5	S/. 7,193.9
3.81	NO	120	5	S/. 14,290.5
3.92	NO	120	5	S/. 216.3
3.81	NO	120	5	S/. 10,407.5
8.14	NO	120	10	S/. 160.9
15	NO	120	6	S/. 470.0
1.25	NO	120	6	S/. 106.5
4.86	NO	120	6	S/. 15,722.9
5.7	NO	120	6	S/. 3,936.6
5.19	NO	120	6	S/. 548.8
0.85	NO	120	6	S/. 27.5
13.08	NO	120	6	S/. 409.8
7.59	NO	120	6	S/. 307.2
10.01	NO	120	6	S/. 30,933.5
7.38	NO	120	6	S/. 62,974.4
6.6	NO	120	6	S/. 12,645.0
0.15	NO	120	6	S/. 171.6
8.7	NO	120	6	S/. 545.2
0.42	NO	120	6	S/. 65.8
0.96	NO	120	6	S/. 797.1
5.1	NO	120	4	S/. 20.0
2.88	NO	120	4	S/. 90.2
4.92	NO	120	6	S/. 6.4

523	RON SOLERA X 750 ML	12	BOT			38.54
524	VINO BORGOÑA NAJAR 12 X 750CC	4	CAJA	10	BOT	124.8
525	VINO CLOSS 12 X 1 LT			1	BOT	97.58
526	VINO COLECCIÓN RUBINI X 750 CC	3	BOT			45.75
527	VINO INTIPALKA CHARDONNAY 6 X 750 ML	1	CAJA	1	BOT	156.77
528	VINO INTIPALKA MALBEC 6 X 750 ML	2	CAJA			156.77
529	VINO INTIPALKA RESERVA CS/PETIT VERDOT 6X750	2	CAJA			201.78
530	VINO INTIPALKA RESERVA CS/SYRAH 6 X 750	2	CAJA			201.78
531	VINO INTIPALKA RESERVA MALBEC/MERLOT 6 X 750	2	CAJA			201.78
532	VINO INTIPALKA SYRAH 6 X 750 ML	2	CAJA			157.35
533	VINO INTIPALKA TAN NAT 6 X 750 ML	1	CAJA	5	BOT	157.35
534	VINO OCUCAJE ABUELO 12 X 750 CC.	34	BOT			14.64
535	VINO OCUCAJE BORGOÑA 12 X 750 CC.	10	CAJA			135.48
536	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	7	CAJA	10	BOT	185.13
537	VINO OCUCAJE FOND DE CAVE 12 X 750 CC	1	CAJA	1	BOT	177.65
538	VINO POBLETE GRAN BORGOÑA X 750 ML	12	BOT			8.25
539	VINO RESERVADO CAMERE 12X750ML	1	CAJA			119.68
540	VINO REY DE MAJES X 4LITROS	22	BOT			35.53
541	VINO REYNOSO BORGOÑA 12 X 750CC	1	CAJA			93.5
542	VINO REYNOSO FUZION 12 X 750CC	1	CAJA			88.82
543	VINO S. QUEI BARBERA BORGOÑA 12 X 750 CC	8	CAJA	5	BOT	145.86
544	VINO S. QUEI BLANCO S.S. RESERVA 12 X 750 CC.	6	CAJA	8	BOT	130.85
545	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	374	CAJA	5	BOT	132.77
546	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 2 LITROS	232	BOT			28.98
547	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 4.05 LITROS	15	BOT			57.97
548	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	339	CAJA	5	BOT	132.77
549	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 2 LITROS	166	BOT			28.98
550	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 4.05 LITROS	17	BOT			57.97
551	VINO S. QUEI MALBEC 12 X 750ML	1	CAJA	1	BOT	140.25
552	VINO S. QUEI MOSCATO 12 X 750 CC.	7	CAJA	11	BOT	179.42
553	VINO S. QUEI MOSCATO BLANCO 12 X 750 CC.	2	CAJA	2	BOT	127.16

2.46	NO	120	5	S/. 462.5
10.2	NO	60	6	S/. 603.2
8.42	NO	60	7	S/. 8.1
4.25	NO	60	7	S/. 137.3
12.23	NO	60	10	S/. 182.9
12.23	NO	60	10	S/. 313.5
14.22	NO	60	10	S/. 403.6
14.22	NO	60	10	S/. 403.6
14.22	NO	60	10	S/. 403.6
11.65	NO	60	10	S/. 314.7
11.65	NO	60	10	S/. 288.5
1.36	NO	60	8	S/. 497.8
9.52	NO	60	8	S/. 1,354.8
12.87	NO	60	8	S/. 1,450.2
12.35	NO	60	8	S/. 192.5
0.75	NO	60	7	S/. 99.0
8.32	NO	60	6	S/. 119.7
2.47	NO	60	6	S/. 781.7
6.5	NO	60	5	S/. 93.5
6.18	NO	60	5	S/. 88.8
10.14	NO	60	10	S/. 1,227.7
9.15	NO	60	10	S/. 872.3
9.23	SI	60	10	S/. 49,711.3
2.02	SI	60	10	S/. 6,723.4
4.03	NO	60	10	S/. 869.6
9.23	SI	60	10	S/. 45,064.4
2.02	SI	60	10	S/. 4,810.7
4.03	NO	60	10	S/. 985.5
9.75	NO	60	10	S/. 151.9
8.58	NO	60	10	S/. 1,420.4
8.84	NO	60	10	S/. 275.5

554	VINO S. QUEI OPORTO 12 X 750 CC.	2	CAJA	8	BOT	175.78
555	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	322	CAJA	5	BOT	129.03
556	VINO S. QUEI ROSE SHIRAZ 12 X 750 CC.	1	CAJA			148.75
557	VINO S. QUEI ROSE X 2 LITROS	270	BOT			28.52
558	VINO S. QUEI ROSE X 4.05 LITROS	5	BOT			57.03
559	VINO S. QUEI SAUVIGNON BLANC 12 X 750 CC.	1	CAJA	8	BOT	149.41
560	VINO S. QUEI SHIRAZ 12 X 750 CC.	1	CAJA	3	BOT	149.41
561	VINO S. QUEI SIGLO XVI 12 X 750 CC.	2	CAJA	8	BOT	130.01
562	VINO S. QUEI TANNAT 12 X 750ML	1	CAJA			149.38
563	VINO SOCABON DAMA JUANA 4LTS	16	BOT			35.53
564	VINO TABERNERO BORGONA 12 X 750 CC	25	CAJA	5	BOT	140.25
565	VINO TABERNERO GRAN BLANCO 12X750	4	CAJA	5	BOT	161.05
566	VINO TABERNERO GRAN ROSE AFRUTADO 2005 12X750	7	CAJA	11	BOT	140.25
567	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	2	CAJA	6	BOT	433.48
568	VINO TACAMA GRAN BLANCO 12 X 750 CC	18	CAJA	3	BOT	195.59
569	VINO TACAMA GRAN TINTO 12 X 750CC.	76	CAJA	1	BOT	188.45
570	VINO TACAMA ROSE 12 X 750CC.	51	CAJA	9	BOT	184.59
571	VINO TACAMA SELECCION ESPECIAL 750ML	7	BOT			37.4
572	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGONA S/S X 750CC+COPA	737.75	BOT			10.28
573	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGONA TINTO X 187 CC	25	BOT			2.8
574	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGONA X 750 CC			9	BOT	114.48
575	VINO VIÑA VIEJA MOSCATO X 750 CC			1	BOT	115.75
576	VINO VIÑA VIEJA ROSE S/S X 750CC+COPA	17	UNI			9.85
577	CHAMPAN CABALO VIEJO 12 X 750 ML			3	BOT	28.35
578	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	347	CAJA	1	BOT	80.32
579	CHAMPAN EMPERADOR 12 X 750 ML	50	CAJA			84.58
580	CHAMPAN NAPOLEON 12 X 750	50	CAJA	1	BOT	99.22
581	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	538	CAJA	11	BOT	106.31
582	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADONA 12 X 750 CC.	23	CAJA	3	BOT	180.48
583	CHAMPAN TABERNERO ESPECIAL 12 X 750 CC.	55	CAJA	2	BOT	112.45
584	CHAMPAN TACAMA BRUT 12 X 750 CC	5	CAJA	5	BOT	265.78

12.22	NO	60	10	S/. 468.7
8.97	SI	60	10	S/. 41,601.4
9.25	NO	60	10	S/. 148.8
1.98	NO	60	10	S/. 7,700.4
3.97	NO	60	10	S/. 285.2
8.59	NO	60	10	S/. 249.0
8.59	NO	60	10	S/. 186.8
7.99	NO	60	10	S/. 346.7
8.62	NO	60	10	S/. 149.4
2.47	NO	60	7	S/. 568.5
9.75	NO	60	15	S/. 3,564.7
8.95	NO	60	15	S/. 711.3
9.75	NO	60	15	S/. 1,110.3
16.52	NO	60	10	S/. 1,083.7
8.41	NO	60	10	S/. 3,569.5
7.55	NO	60	10	S/. 14,337.9
7.41	NO	60	10	S/. 9,552.5
2.6	NO	60	10	S/. 261.8
0.72	SI	60	10	S/. 7,584.1
0.2	NO	60	10	S/. 70.0
5.52	SI	60	10	S/. 85.9
4.25	NO	60	10	S/. 9.6
1.15	NO	60	10	S/. 167.5
1.65	NO	48	5	S/. 7.1
4.68	SI	48	5	S/. 27,877.7
4.92	SI	48	7	S/. 4,229.0
5.78	SI	48	7	S/. 4,969.3
6.19	SI	48	10	S/. 57,292.2
7.52	SI	48	10	S/. 4,196.2
6.55	NO	48	10	S/. 6,203.5
10.22	NO	48	10	S/. 1,439.6

585	CHAMPAN TACAMA S/S 12 X 750 CC	3	CAJA			239.35
586	CHAMPAN TENTACION 12 X 750 CC			2	BOT	47.25
587	ANIS ALFERADO 12 X 750ML	4	CAJA	3	BOT	105.84
588	ANIS NAJAR CREMA 24 X 125 ML.	1	CAJA	13	BOT	151.2
589	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL 12 X 750 ML	2	CAJA	11	BOT	240.46
590	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL X 500 ML.	18	BOT			16.75
591	ANIS NAJAR SECO 12 X 500 ML.	5	CAJA	5	UNI	187.11
592	ANIS NAJAR SECO 12 X 750 ML.	84	CAJA	8	BOT	211.88
593	ANIS NAJAR SECO 24 X 125 ML.	7	CAJA	10	BOT	142.32
594	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 125 ML	13	BOT			5.95
595	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 750 ML	41	BOT			17.65
596	ANIS NAJAR SEMIDULCE 12 X 500 ML.			6	BOT	188.05
597	ANIS NAJAR+OFERT 2 X 500 CC	23	PACK			33.07
598	ANIS SAN ANDRES 12 X 750 CC			1	BOT	80.32
599	VODKA 3XXX DURAZNO 6 X 1800 ML	166	PAQ			22.25
600	VODKA 3XXX LIMON 6 X 1800 ML	11	PQT			22.25
601	VODKA 3XXX MARACUYA 6 X 1800 ML	37	PQT			22.25
602	VODKA RUSSKAYA 12 X 750 ML.	36	CAJA	3	BOT	131.35
603	VODKA RUSSKAYA+PETACA 12X750 ML.	7	CAJA	9	BOT	146.47
604	VODKA STOLICHNAYA 12X750	1	CAJA			368.42
605	CREMA DE CAFÉ COLOMBIA X 700 CC			7	BOT	234.5
606	CREMA DE MENTA COLOMBIA X 700 CC			9	BOT	234.5
607	CREMA DE PISCO PAZ SOLDAN MISKY X 750 CC.	8	BOT			27.2
608	CREMA DE RON BAILEYS X 750 CC	12	BOT			36.11
609	JARABE DE GOMA BUENA BENTURA 12 X 750 CC			2	BOT	100.98
610	JARABE DE GOMA CHEVALIER X 750 CC	261	BOT			7.05
611	JARABE DE GOMA DELBAR 12X500ML	17	CAJA	2	BOT	56.1
612	WHISKY CHIVAS REGAL X 750 ML	2	BOT			55.8
613	WHISKY YONY WALKER X 750 CC	1	BOT			29.7
614	CIGARRO HAMILTON X 10	121	DISP	4	UNI	45.29
615	CIGARRO HAMILTON X 20	199	DISP			46.21

8.65	NO	48	10	S/. 718.1
2.75	SI	48	8	S/. 7.9
6.16	NO	120	7	S/. 449.8
8.8	NO	120	6	S/. 233.1
7.54	NO	120	6	S/. 701.3
1.25	NO	120	6	S/. 301.5
10.89	NO	120	6	S/. 1,013.5
9.12	NO	120	6	S/. 17,939.2
8.28	NO	120	6	S/. 1,055.5
0.55	NO	120	6	S/. 77.4
1.35	NO	120	6	S/. 723.7
10.95	NO	120	6	S/. 94.0
1.93	NO	120	6	S/. 760.6
4.68	NO	120	8	S/. 6.7
1.55	NO	120	5	S/. 3,693.5
1.55	NO	120	5	S/. 244.8
1.55	NO	120	5	S/. 823.3
7.65	NO	120	4	S/. 4,761.4
8.53	NO	120	4	S/. 1,135.1
16.58	NO	120	6	S/. 368.4
15.5	NO	120	10	S/. 136.8
15.5	NO	120	10	S/. 175.9
1.8	NO	120	8	S/. 217.6
2.39	NO	120	10	S/. 433.3
7.02	NO	120	8	S/. 16.8
0.95	NO	120	8	S/. 1,840.1
3.9	NO	120	8	S/. 963.1
6.2	NO	120	10	S/. 111.6
3.3	NO	120	10	S/. 29.7
4.21	NO	12	8	S/. 5,498.2
4.29	NO	12	8	S/. 9,195.8

616	AMARGO DE ANGOSTURA WISLAM X 75 CC.	8	UNI			9.15
617	COÑAC X 125 CC	24	UNI			0.85
618	DESTILADO MARQUEZ PAZ SOLDAN 12X750ML			10	BOT	126.96
619	SANGRIA S. QUEIROLO 6 X 1 LITRO	6	PAQ	5	BOT	42.32
620	DET. ACE 30 X 360 GR			6	UNI	82.65
621	DET. ACE 4500GR. X 4UND	2	PAQ	1	UNI	105.12
622	DET. ACE X 15 X 900 GR.	24	PQT	10	UNI	97.54
623	DET. ACE X 2500 GR.	38	BOLS			17.99
624	DET. ARIEL 120 X 85 GR			35	UNI	90.91
625	DET. ARIEL 30 X 360 GR			10	UNI	87.12
626	DET. ARIEL 60 X 160 GR.	3	PAQ			85.23
627	DET. ARIEL 7 X 2500 GR	5	PAQ	3	UNI	141.32
628	DET. ARIEL X 15 X 900 GR	62	PQT	12	UNI	102.28
629	DET. ARIEL X 2600 GR	57	UNI			19.89
630	DET. ARIEL X 4500 GR	19	BOLS			29.83
631	DET. BOLIVAR FLORAL 15 X 900 GR	43	PQT	7	UNI	82.58
632	DET. BOLIVAR FLORAL 30 X 360 GR	34	PQT	7	UNI	73.87
633	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 160 GR	12	PAQ	15	UNI	65.34
634	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 200 GR	13	PQT	3	UNI	91.39
635	DET. BOLIVAR FLORAL X 2600 GR	41	UNI			15.8
636	DET. BOLIVAR LIMON 15 X 900 GR	25	PQT	2	UNI	80.49
637	DET. BOLIVAR LIMON 30 X 360 GR	21	PAQ	2	UNI	71.02
638	DET. BOLIVAR LIMON 60 X 160 GR	7	PAQ	15	UNI	65.34
639	DET. BOLIVAR LIMON X 2600 GR	25	UNI			16.05
640	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	148	UNI			25.02
641	DET. FLASH 48 X 200 GR			6	SOB	47.35
642	DET. MARCELLA F. 360 GR X 30 UND			14	UNI	55.59
643	DET. MARCELLA F. 60 X 160 GR.	119	PAQ	45	UNI	49.27
644	DET. MARCELLA F. 850 GR X 15 UND	17	PAQ	14	UNI	63.92
645	DET. OPAL BIO CRISTAL X 60 X 160 GR	16	PAQ	45	UNI	47.35
646	DET. OPAL X 15 X 850 GR	12	PQT	10	SOB	68.66

0.85	SI	60	9	S/. 73.2
0.15	SI	60	8	S/. 20.4
11.04	NO	120	8	S/. 105.8
3.68	NO	60	10	S/. 289.2
4.35	NO	48	4	S/. 16.5
5.88	NO	48	4	S/. 236.5
5.46	NO	48	4	S/. 2,406.0
1.01	NO	48	4	S/. 683.6
5.09	NO	48	4	S/. 26.5
4.88	NO	48	4	S/. 29.0
4.77	NO	48	4	S/. 255.7
5.68	NO	48	4	S/. 767.2
5.72	NO	48	4	S/. 6,423.2
1.11	NO	48	4	S/. 1,133.7
1.67	NO	48	4	S/. 566.8
4.62	NO	48	3	S/. 3,589.5
4.13	NO	48	3	S/. 2,528.8
3.66	NO	48	3	S/. 800.4
5.11	NO	48	3	S/. 1,192.6
1.2	NO	48	3	S/. 647.8
4.51	NO	48	3	S/. 2,023.0
3.98	NO	48	3	S/. 1,496.2
3.66	NO	48	3	S/. 473.7
0.95	NO	48	3	S/. 401.3
1.98	NO	48	3	S/. 3,703.0
2.65	NO	48	5	S/. 5.9
3.11	NO	48	5	S/. 25.9
2.73	NO	48	5	S/. 5,900.1
3.58	NO	48	5	S/. 1,146.3
2.65	NO	48	5	S/. 793.1
3.84	NO	48	5	S/. 869.7

647	DET. OPAL X 30 X 360 GR	5	PQT	6	UNI	61.08
648	DET. SAPOLIO 60 X 160 GR.	1	PQT			50.19
649	JABON BOLIVAR 48 X 260 GR.	122	CAJA	8	BARR	59.84
650	JABON BOLIVAR BEBE 48 X 260GR.	12	CAJA	9	BARR	63.58
651	JABON BOLIVAR LIMON 48 X 260 GR.	6	CAJA	44	BARR	59.84
652	JABONC. HENO DE PRAVIA 36 X 175 GR	24	DOC			29.32
653	JABONC. PROTEX 12 X 130 GR.	5	DOC	11	BARR	28.49
654	JABONC. REXONA 12 X 150 GR	1	DOC	9	BARR	25.51
655	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 24 X 12 ML	19	DISP			9.3
656	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 48 X 12 ML	1	CAJA	37	UNI	18.6
657	SHAMPU ANUA HIDRAT.INT 12X400CC	6	CAJA	4	UNI	120.43
658	SHAMPU ANUA NUT.CLASICA 12X400CC	1	CAJA	4	UNI	120.43
659	SHAMPU CLEAR HOMBRE X 400ML	6	FRAS			10.9
660	SHAMPU CLEAR MUJER X 200ML	1	FRAS			10.95
661	SHAMPU CLEAR MUJER X 400ML	6	FRAS			10.95
662	SHAMPU EGO MEN BLACK CJ X 36 TIRAS			14	UNI	167.4
663	SHAMPU EGO MEN BLACK X 230 ML	43	UNI			10.04
664	SHAMPU H&S AC HUMECTANTE X 700 ML	30	FRCO			14.41
665	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 400 ML	25	FRAS			10.21
666	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 700 ML	96	FRAS			14.24
667	SHAMPU H&S HUMECTA X 400 ML	15	FRAS			10.21
668	SHAMPU H&S LIMP RENOV 24 X 10 ML.	20	DISP			9.3
669	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 400 ML	60	FRAS			10.23
670	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 700 ML	101	UNI			14.38
671	SHAMPU H&S MANE 2EN1 24 X 10 ML.	1	DISP			9.3
672	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 400 ML	9	FRAS			10.23
673	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 700 ML	47	FRAS			14.41
674	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 400 ML	1	FRAS			10.23
675	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 700 ML	10	FRAS			14.41
676	SHAMPU H&S RELAX X 400 ML	2	FRAS			10.23
677	SHAMPU H&S RELAX X 700 ML	27	FRAS			14.41

3.42	NO	48	5	S/. 317.6
2.81	NO	48	4	S/. 50.2
4.16	NO	48	3	S/. 7,310.5
4.42	NO	48	3	S/. 774.9
4.16	NO	48	3	S/. 413.9
2.68	NO	48	6	S/. 703.7
2.51	NO	48	6	S/. 168.6
2.49	NO	48	7	S/. 44.6
0.7	NO	24	7	S/. 176.7
1.4	NO	24	7	S/. 32.9
9.07	NO	24	7	S/. 762.7
9.07	NO	24	7	S/. 160.6
1.1	NO	24	6	S/. 65.4
1.05	NO	24	6	S/. 11.0
1.05	NO	24	6	S/. 65.7
12.6	NO	24	8	S/. 65.1
0.96	NO	24	8	S/. 431.7
1.09	NO	24	6	S/. 432.3
0.79	NO	24	6	S/. 255.3
1.26	NO	24	6	S/. 1,367.0
0.79	NO	24	6	S/. 153.2
0.7	NO	24	6	S/. 186.0
0.77	NO	24	6	S/. 613.8
1.12	NO	24	6	S/. 1,452.4
0.7	NO	24	6	S/. 9.3
0.77	NO	24	6	S/. 92.1
1.09	NO	24	6	S/. 677.3
0.77	NO	24	6	S/. 10.2
1.09	NO	24	6	S/. 144.1
0.77	NO	24	6	S/. 20.5
1.09	NO	24	6	S/. 389.1

678	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 400 ML	11	FRCO			10.23
679	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 700 ML	2	FRAS			13.95
680	SHAMPU H&S SUAVE MANE 2EN1 X 400 ML	3	FRAS			10.23
681	SHAMPU PANTENE CONTROL CAIDA X 400 ML	7	FRAS			10.23
682	SHAMPU PANTENE CUID CLASICO X400 ML	31	FRAS			10.23
683	SHAMPU PANTENE LISO Y SEDO X400 ML	7	FRCO			10.23
684	SHAMPU PANTENE NATUR.HIDAT.BALAN X400 ML	7	FRAS			10.23
685	SHAMPU PANTENE RESTAURACION X 400 ML	1	FRAS			10.23
686	SHAMPU PANTENE RISO DEFINIDO X400 ML	12	FRAS			10.23
687	SHAMPU PB CERAMIDAS 12X500ML	5	FRAS			10.23
688	SHAMPU SEDAL CRECIMIENTO X 650ML	4	FRAS			13.02
689	SHAMPU SEDAL FRASCO GERMEN DE TRIGO X650ML	11	BOT			13.02
690	SHAMPU SEDAL IDRATAION SEDOS.X650 ML	12	FRAS			13.02
691	SHAMPU SEDAL LISO PERFECCION X 650ML	9	FRAS			13.02
692	SHAMPU SEDAL PURESA REFRES.X650 ML	7	FRAS			13.02
693	SHAMPU SEDAL SERAMIDAS X650ML	5	FRAS			13.02
694	PAPEL ELITE DH 6 X 8 CEL	99	PLAN	4	PQT	32.08
695	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	497	PLAN			11.16
696	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	891	PLAN			13.67
697	PAPEL ELITE ECONOMICO 2 X 10 VER	11	PLAN			10.23
698	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	343	PAQ			13.48
699	PAPEL ELITE TOALLA ECONOM 3 X 8 ROJO	47	PLAN	6	PQT	24.18
700	PAPEL ELITE TOALLA ULTRA 3 X 8 AZUL	27	PLAN	4	PQT	29.76
701	PAPEL ELITE ULTRA DH 2 X 10	92	PLAN			17.67
702	PAPEL ELITE ULTRA DH 4 X 12	1	PLAN			37.2
703	PAPEL ELITE ULTRA DH 6 X 8	16	PLAN	5	PAQ	35.8
704	PAPEL HIG. EGO BCO. 2X10	61	PLAN			8.83
705	PAPEL NOBLE DH X 20	1,355	PLAN			10.23
706	PAPEL PRESTIGIO X 20	12	PLAN			8.83
707	PAPEL ROSAL PLUS X 20	14	PLAN			10.23
708	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	732	PLAN			11.16

0.77	NO	24	6	S/. 112.5
1.05	NO	24	6	S/. 27.9
0.77	NO	24	6	S/. 30.7
0.77	NO	24	5	S/. 71.6
0.77	NO	24	5	S/. 317.1
0.77	NO	24	5	S/. 71.6
0.77	NO	24	5	S/. 71.6
0.77	NO	24	5	S/. 10.2
0.77	NO	24	5	S/. 122.8
0.77	NO	24	5	S/. 51.2
0.98	NO	24	6	S/. 52.1
0.98	NO	24	6	S/. 143.2
0.98	NO	24	6	S/. 156.2
0.98	NO	24	6	S/. 117.2
0.98	NO	24	6	S/. 91.1
0.98	NO	24	6	S/. 65.1
2.42	NO	36	4	S/. 3,197.3
0.84	NO	36	4	S/. 5,546.5
1.03	NO	36	4	S/. 12,180.0
0.77	NO	36	4	S/. 112.5
1.02	NO	36	4	S/. 4,623.6
1.82	NO	36	4	S/. 1,154.6
2.24	NO	36	4	S/. 818.4
1.33	NO	36	4	S/. 1,625.6
2.8	NO	36	4	S/. 37.2
2.7	NO	36	4	S/. 595.2
0.67	NO	36	4	S/. 538.6
0.77	NO	36	4	S/. 13,861.7
0.67	NO	36	4	S/. 106.0
0.77	NO	36	4	S/. 143.2
0.84	NO	36	4	S/. 8,169.1

709	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	223	PLAN			13.48
710	PAPEL TOALLA SCOTT 8 X 3UND CANGURO	8	PLAN	7	PQT	22.32
711	TOALLA ALWAYS X 10 UNI	23	PQT			2.77
712	TOALLA KOTEX 6 X 10 UNI	87	BOLS			11.56
713	TOALLA KOTEX DISPENSADOR X 42	7	DISP			9.25
714	TOALLA NOSOTRAS DISPENSADOR X 42	1	DISP			7.86
715	TOALLA SERENA X 10 UNI	1	PQT			1.85
716	SERVILLETA ELITE 6 X 220 H	7	PQT			4.67
717	SERVILLETA ELITE CORTADA 18 X 220 H	39	PAQ			12.75
718	PAÑ ADUL PLEN MED RESP MULTICIERRE X20	3	PAQ			56.1
719	PAÑ HUGGIES ACTIVESEC G X 64	21	PAQ			43.94
720	PAÑ HUGGIES MEDIANO X 52	5	PQT			32.72
721	PAÑ HUGGIES XG IND. X 52	16	PQT			43.94
722	PAÑ HUGGIES ACT. XXG X 48	16	PAQ			43.94
723	PAÑ PAMPERS G X 22	1	PQT			14.96
724	PAÑ PAMPERS XXG X 48	2	PQT			42.07
725	CREM DENT COLGATE ANTISARRO 12 X 90 GR	3	DISP	9	UNI	29.6
726	CREM DENT COLGATE HERBAL BLANQUEADORA 48X90GR	2	DISP	7	UNI	30.52
727	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 75 CC.	13	DOC	8	UNI	55.58
728	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 90 CC.	2	DISP	2	UNI	55.78
729	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 180 CC.			1	UNI	42.55
730	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 90 GR	14	DISP	9	UNI	27.75
731	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 34 ML.			1	UNI	9.25
732	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 75 ML.	27	DOC	8	UNI	16.65
733	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 90 ML. GEL	1	DOC			16.65
734	CREM DENT KOLYNOS HERBAL 12 X 90 ML.	4	DOC	3	UNI	17.11
735	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 75 ML.	4	DOC	7	UNI	10.17
736	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 1 K.			3	UNI	57.19
737	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 900 GR.	52	CAJA	2	UNI	53.94
738	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 180 GR.	1	CAJA			29.29
739	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 200 GR.	10	CAJA			28.83

1.02	NO	36	4	S/. 3,006.0
1.68	NO	36	5	S/. 198.1
0.23	NO	24	4	S/. 63.7
0.94	NO	24	4	S/. 1,005.7
0.75	NO	24	4	S/. 64.8
0.64	NO	24	4	S/. 7.9
0.15	NO	24	4	S/. 1.9
0.83	NO	36	5	S/. 32.7
2.25	NO	36	5	S/. 497.3
3.9	NO	24	4	S/. 168.3
3.06	NO	24	5	S/. 922.7
2.28	NO	24	5	S/. 163.6
3.06	NO	24	5	S/. 703.0
3.06	NO	24	5	S/. 703.0
1.04	NO	24	6	S/. 15.0
2.93	NO	24	6	S/. 84.1
2.4	NO	18	4	S/. 111.0
2.48	NO	18	4	S/. 65.5
4.42	NO	18	4	S/. 759.6
4.22	NO	18	4	S/. 120.9
3.45	NO	18	4	S/. 3.5
2.25	NO	18	4	S/. 409.3
0.75	NO	18	5	S/. 0.8
1.35	NO	18	5	S/. 460.7
1.35	NO	18	5	S/. 16.7
1.39	NO	18	4	S/. 72.7
0.83	NO	18	4	S/. 46.6
4.31	NO	60	5	S/. 14.3
4.06	NO	60	5	S/. 2,813.9
2.21	NO	60	5	S/. 29.3
2.17	NO	60	5	S/. 288.3

740	LAVAVAJILLA AYUDIN X 330GR	173	UNI			2.32
741	LAVAVAJILLA SAPOLIO 1000 GR. X 6POTE	16	CAJA	3	UNI	22.15
742	LAVAVAJILLA SAPOLIO 24 X 180 GR.	20	CAJA	10	UNI	14.75
743	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 287.50 GR.	16	PAQ	1	UNI	9.15
744	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 315 GR.	82	PAQ	5	UNI	10.98
745	LEJIA CLOROX TRADICIONAL COLOR X 2000 ML.	2	UNI			5.05
746	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 1 LITRO	1	BOT			2.84
747	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 2000 ML.	3	UNI			4.57
748	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 900GR.	140	UNI			1.92
749	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. AMAR.	8	CAJA	10	UNI	90.48
750	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. ROJ.	1	CAJA	15	UNI	90.59
751	CERA SAPOLIO P.AMAR.BALDE GL X 4	1	CAJA	1	UNI	95.44
752	BETUN KIWI 12 X 88 ML			1	BALD	25.2
753	ESPONJA SCOSH BRITE MAQUINITA X 12	67	DISP			13.32
754	ESPONJA SCOSH BRITE X 15	24	DISP			13.95
755	LIBRE ENJUAGUE DONNY X 850 GR	26	UNI			6.12
756	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO 4X3 VIRUTEK	40	UNI			5.67
757	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO X1 VIRUTEK	40	UNI			1.75
758	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB			91	UNI	197.48
759	VANISH LIQUIDO MAX 2X 100ML X 72 UND			63	UNI	58.32

0.18	NO	60	5	S/. 401.4
2.85	NO	60	5	S/. 365.5
6.25	NO	60	5	S/. 301.1
0.85	NO	60	6	S/. 146.9
1.02	NO	60	6	S/. 903.1
0.95	NO	60	6	S/. 10.1
0.26	NO	60	6	S/. 2.8
0.43	NO	60	6	S/. 13.7
0.18	NO	60	6	S/. 268.8
8.52	NO	60	5	S/. 749.0
8.41	NO	60	5	S/. 128.3
9.56	NO	60	5	S/. 119.3
2.8	NO	48	6	S/. 2.1
1.48	NO	36	5	S/. 892.4
1.55	NO	36	5	S/. 334.8
0.68	NO	24	6	S/. 159.1
0.63	NO	36	6	S/. 226.8
0.25	NO	36	6	S/. 70.0
18.52	NO	36	6	S/. 124.8
6.48	NO	36	6	S/. 51.0

Fuente: La Empresa

Anexo N°6 “Análisis de Pareto y Criticalidad”

N°	PONDERACION	18.24%		10.81%		10.14%		10.14%		23.65%		27.03%		Promedio Ponderado	Resultado Criticalidad
	DESCRIPCION / EVALUACION DE CRITERIOS	M. de Útil Unid		Estacionalidad		Vencimiento		Lead Time		Venta Anual		Demanda Anual			
1	HARINA BCA. NIEVE ESPECIAL X 50 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	B	30	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	66.486	Critico
3	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	62.838	Critico
4	HARINA DON WILY X 50 K.	C	10	B	30	C	10	B	30	B	30	C	10	18.919	No Critico (C)
5	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHO X 25 K.	C	10	B	30	C	10	A	90	B	30	C	10	25.000	No Critico (B)
6	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHUEL X 10 K	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
7	HARINA EXPERT PRE-MEZC.KEKE X 10 K.	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
8	HARINA EXPERT PRE-MEZC.MUFFIS X 10 K.	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
9	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PAN YEMA X 25 K.	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
10	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PANETON X 25 K.	B	30	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	30.405	No Critico (B)
11	HARINA EXPERT PRE-MEZC.TORTA DE CHOC X 10K.	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
12	HARINA ITALIANA ESPECIAL X 50 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
13	HARINA ITALIANA PAPEL X 50 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
14	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	62.838	Critico
15	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	C	10	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	62.838	Critico
16	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
17	HARINA NICOLINI PREMIUM PP X 50 KG	B	30	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
18	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	B	30	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	66.486	Critico
19	HARINA PANETONERA X 50 K.	B	30	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	37.162	No Critico (A)
20	HARINA PREPARADA BLANCA FLOR 12 X 1 KG.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
21	HARINA PREPARADA ESPECIAL X 24 KG.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
22	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	62.838	Critico
23	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
24	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
25	ACEITE CAPRI 12 X 1 LITRO	B	30	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
26	ACEITE CAPRI X 5 LITROS	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
27	ACEITE CIL 24 X 200 CC.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)

28	ACEITE CIL 24 X 500 CC.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
29	ACEITE CIL X 12	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
30	ACEITE CIL X 20 LITROS - BALDE	B	30	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	36.081	No Critico (A)
31	ACEITE CIL X 5 LITROS	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
32	ACEITE COCINERO 12 X 1 LITRO	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
33	ACEITE COCINERO X 20 LT BALDE	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
34	ACEITE COCINERO X 5 LITROS	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
35	ACEITE FINO 12 X 1 LITRO	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
36	ACEITE FINO 4.5 LT	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
37	ACEITE PRIMOR 12 X 1 LITRO	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	20.946	No Critico (C)
38	ACEITE PRIMOR PREMIUM 12 X 1 LITRO	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
39	ACEITE PRIMOR X 5 LITROS	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
40	ACEITE SAO 100%SOYA X 3 LT.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
41	ACEITE SAO 100%SOYA X 5 LT.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
42	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	A	90	A	90	58.378	Critico
43	ARROZ CHOLO NIR X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)
44	ARROZ COSTEÑO 20 X 750 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	B	30	32.838	No Critico (A)
45	ARROZ COSTEÑO X 5 KG.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
46	ARROZ DON FLAVIO X 50 KG.	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	C	10	17.838	No Critico (C)
47	ARROZ EXTRA PACASMAYO X 49 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	B	30	27.973	No Critico (B)
48	ARROZ GALLITO CAMANA 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	B	30	27.973	No Critico (B)
49	ARROZ GALLITO DE ORO X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	B	30	27.973	No Critico (B)
50	ARROZ GALLITO EXTRA X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	B	30	27.973	No Critico (B)
51	ARROZ GALLITO NORTE 49 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)
52	ARROZ GALLITO TAMBO X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)
53	ARROZ GRANO NORTEÑO X 1 KILO	C	10	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
54	ARROZ HOJA REDONDA 12 X 750 GR	C	10	B	30	B	30	C	10	C	10	C	10	14.189	No Critico (C)
55	ARROZ HUACAPUY X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	B	30	27.973	No Critico (B)
56	ARROZ MONTERRICO X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)
57	ARROZ NEGRITA DE ORO X 50	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)
58	ARROZ OYUKY X 50 KG.	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)

59	ARROZ PAISANA BLANCO PERPEC. 1K 12BOL	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	33.514	No Critico (A)
60	ARROZ PAISANA BLANCO PERPEC. 5K X 4BOL	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
61	ARROZ PAISANA GRAN COSECHA 12 X 1 K	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	33.514	No Critico (A)
62	ARROZ PAISANA OCACION PERPEC. 1K 12BOL	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
63	ARROZ PAISANA OCACION PERPEC. 5K X 4BOL	B	30	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	32.432	No Critico (A)
64	ARROZ PAISANA SELECTO 12 X 1 K	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
65	ARROZ ROMPE OLLA CAMANA X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	B	30	27.973	No Critico (B)
66	ARROZ SAMAN 12 X 1 KG	C	10	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
67	ARROZ SUPERIOR A-1 X 750 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
68	ARROZ TAMBO RENDIDOR X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	B	30	27.973	No Critico (B)
69	ARROZ TROPICAL 16 X 750 GR.	C	10	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
70	ARROZ VILLA HERMOSA X 50 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)
71	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
72	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 25 X 1 KG	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
73	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 5PQT X 5KG	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
74	AZUCAR BLANCA CARTAVIO NAC X 5 KILOS	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
75	AZUCAR BLANCA CARTAVIO X 50 KG	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	30.000	No Critico (B)
76	AZUCAR BLANCA COSTEÑO 15 X 1KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
77	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 46 KG	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	C	10	22.568	No Critico (C)
78	AZUCAR BLANCA PAISANA 15 X 1 KG	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
79	AZUCAR COSTEÑO 4 X 5KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
80	AZUCAR RUBIA CARTAVIO 5 X 5 KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
81	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 12 X 2 KG	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
82	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 25 X 1 KG	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
83	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 5 X 5 KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
84	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	B	30	B	30	B	30	B	30	A	90	A	90	60.405	Critico
85	AZUCAR RUBIA COSTEÑO 15 X 1KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
86	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	B	30	B	30	B	30	C	10	A	90	B	30	42.162	Critico
87	AZUCAR RUBIA X 5 KG.	C	10	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
88	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR LAT.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
89	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR TTP.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)

90	LECHE BONLE LATA 24 X 410GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
91	LECHE CONDENSADA NESTLE 48 X 397 GR. PE	B	30	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	37.162	No Critico (A)
92	LECHE CONDENSADA NESTLE CHICO	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
93	LECHE GLORIA 1-5 AÑOS NIÑOS X 24	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
94	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	62.838	Critico
95	LECHE GLORIA 48 X 170 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
96	LECHE GLORIA CALCIO+HIERRO 24 X 410 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
97	LECHE GLORIA DESLACTOSA 24 X 410 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
98	LECHE GLORIA LIGTH 24 X 410 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
99	LECHE GLORIA SUPER LIGHT 48X410GR	B	30	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
100	LECHE GLORIA UHT CALCIO+HIERRO 12X1L	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
101	LECHE GLORIA UHT CHOCOLATE 12X1L	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
102	LECHE GLORIA UHT DESLACTOSADA 12X1L	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
103	LECHE GLORIA UHT FACIL 12 X 1 L.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
104	LECHE GLORIA UHT LIGHT 12X1L	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
105	LECHE GLORIA UHT NIÑOS 12X1L	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
106	LECHE GLORIA UHT SABORES 24X180ML	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
107	LECHE IDEAL 24 X 410 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
108	LECHE PURA VIDA 24 X 400 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
109	LECHE PURA VIDA 48 X 165 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
110	LECHE SOY VIDA 24 X 400 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	20.946	No Critico (C)
111	YOGURT ACTIBIO 24 X 100 ML	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
112	YOGURT GLORIA 24 X 200 ML	C	10	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	26.757	No Critico (B)
113	YOGURT GLORIA 4 X 2KG	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
114	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	C	10	B	30	C	10	A	90	B	30	B	30	30.405	No Critico (B)
115	YOGURT GLORIA 6 X 500ML	C	10	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	26.757	No Critico (B)
116	YOGURT GLORIA ACTIBIO 6X1KG	C	10	B	30	C	10	A	90	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
117	YOGURT GLORIA BATTI MIX 24X125GR	C	10	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	26.757	No Critico (B)
118	YOGURT GLORIA LIC-GO 6X1KG	C	10	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	26.757	No Critico (B)
119	YOGURT MILKITO 6X1KG	C	10	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	26.757	No Critico (B)
120	YOGURT PURA VIDA 6X1KG	C	10	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	26.757	No Critico (B)

121	YOGURT PURA VIDA VAINILLA MIX 24X90ML	C	10	A	90	C	10	A	90	C	10	C	10	26.757	No Critico (B)
122	YOGURT SOY VIDA 6 X 1 LITRO	C	10	A	90	C	10	B	30	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
123	YOGURT YO-MOST 24 X 180 ML	C	10	A	90	C	10	B	30	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
124	FIDEO DON MAXIMO X 10 KG.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
125	FIDEO DON VITORIO 20 X 250 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
126	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. SPAGUETTY	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
127	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. TALLARIN	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
128	FIDEO DON VITORIO 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
129	FIDEO MARCO POLO 20 X 250 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
130	FIDEO MARCO POLO 20 X 500 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
131	FIDEO MARCO POLO SURTIDO X 10 KILOS	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
132	FIDEO MOLITALIA 20 X 250 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
133	FIDEO MOLITALIA 20 X 500 GR. TALLARIN	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
134	FIDEO NICOLINI 20 X 250 GR	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
135	FIDEO NICOLINI 20 X 500 GR. TALLARIN	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
136	FIDEO VICTORIA CODITO X 10 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
137	FIDEO VICTORIA CODO RAYADO X 10 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
138	FIDEO VICTORIA CORBATA X 10 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
139	FIDEO VICTORIA ENTREF GRUESO X 10 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
140	FIDEO VICTORIA MACARRONES X 10 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
141	FIDEO VICTORIA RIGATONI X 10 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
142	MANTECA CREMA PANAD PANISUAVE X 10K	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
143	MANTECA FAMOSA X 10K.	C	10	B	30	B	30	A	90	A	90	A	90	62.838	Critico
144	MANTEQ. GLORIA X 400 GR. POTE	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
145	MARG. DORINA CLAS 16 X 450GR.	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
146	MARG. DORINA CLAS 30 X 225GR.	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
147	MARG. GLORIA 24 X 200 GR.	B	30	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
148	MARG. MANTY 12 X 330 GR.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
149	MARG. MANTY 20 X 100 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
150	MARG. MANTY 24 X 100 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
151	MARG. PRIMAVERA HOJAL 2KG X 5PQT	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)

152	MARG. PRIMAVERA KEKERA 2KG X 4PQT	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
153	MARG. PRIMAVERA MULTI 2KG X 4PQT	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
154	MARG. REGIA MULTI X 10KG	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
155	MARG. SELLO DE ORO 12 X 400 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	B	30	32.838	No Critico (A)
156	MARG. SELLO DE ORO 18 X 225 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
157	MARG. SELLO DE ORO 5 PQT X 2 K.	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
158	AVENA 3 OSITOS 24 X 180 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
159	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 300 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
160	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 600 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
161	AVENA 3 OSITOS X 10 K.	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
162	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	A	90	42.568	Critico
163	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X170 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
164	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X270 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
165	MACA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
166	MACA AVENA 3 OSITOS 12X270GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
167	QUINUA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
168	CHOC. AMERICA X 200 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
169	CHOC. AMERICA X 400 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	21.622	No Critico (C)
170	CHOC. AMERICA X 600 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
171	CHOC. AMERICA X 800 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
172	CHOC. CUSCO REAL 12 X 90GR. + 2TAB GRATIS	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
173	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO X 400 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
174	CHOC. RECORD X 100 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
175	CHOC. RECORD X 1000 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
176	CHOC. RECORD X 400 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	A	90	42.568	Critico
177	CHOC. RECORD X 600 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
178	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
179	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	B	30	38.919	No Critico (A)
180	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	B	30	38.919	No Critico (A)
181	CHOC. SOL DEL CUSCO INSTAN X 324 GR. LATA	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
182	COCOA FORTALEZA X1KL	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)

183	COCOA WINTER X2.5KL	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
184	COCOA WINTERS 30 X 180 GRS.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
185	MILO ACTIGEN-E X 400G	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	A	90	42.568	Critico
186	MILO ANTIGEN-E X 1 KILO EC	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
187	MILO IMPORTADO X 400	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
188	NESQUIK X 400 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
189	LEAF TEA TE VERDE LIMON 12 X 400	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
190	MATE ANIS HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
191	MATE DIGEST. HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
192	MATE MANZANILLA HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
193	MATE MANZANILLA HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
194	MATE MC COLLINS ANIS 25 SB.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
195	MATE MC COLLINS ANIS X 100	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
196	MATE MC COLLINS BOLDO X 100	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
197	MATE MC COLLINS HIERBA LUISA X 100	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
198	MATE MC COLLINS MANZANILLA 25 SB.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
199	MATE MC COLLINS MANZANILLA X 100	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
200	MATE MIXTURA-VARIEDAD HORNIMANS 25FIL.40DS.PQ	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
201	MATE ZURIT ANIS X 100	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
202	MATE ZURIT MANZANILLA X 25	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
203	TE CANEL/CLAV HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
204	TE MC COLLINS CAN.CLAV 25 SB.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
205	TE MC COLLINS CANELA Y CLAVO X 100SB	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	21.622	No Critico (C)
206	TE MC COLLINS PURO X 25SB	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
207	TE MC COLLINS PURO X100SB	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
208	TE PURO HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
209	TE ZURIT CANELA CLAVO X 100 SB	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
210	MERMELADA 12 X 320 GR. (VASO)	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	27.432	No Critico (B)
211	MERMELADA A1 X 1K	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
212	MERMELADA COMPASS 6X1 KG.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
213	MERMELADA COMPASS POTE 12X350GR (PLAS)	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)

214	MERMELADA DOYPAK FANNY 8X800 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
215	MERMELADA FANNY 6X1 KG	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
216	MERMELADA FLORIDA 6X1 KG.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
217	MERMELADA FLORIDA DULCERAS 12X250GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
218	MERMELADA FLORIDA GOURMET 12X560GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
219	MERMELADA FLORIDA POTE 12X350GR (PLAS)	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
220	MERMELADA GLORIA 6 X 1KG	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
221	MERMELADA GLORIA POTE 12X350ML	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
222	MERMELADA HOJA REDONDA FRESA 6 X 1 KG.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
223	ARUBA REFRES.CITRUS PUNCH 12 X 500ML	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
224	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR 24X822	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	24.595	No Critico (C)
225	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR FANNY 24X820	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	24.595	No Critico (C)
226	NECTAR GLORIA 12 X 1 LITRO	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
227	NECTAR GLORIA 200ML.X 24TTP	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	B	30	38.919	No Critico (A)
228	CONS. DESMENUZADO PESCADO CAMPOMAR 24 X 170GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
229	CONS. FILETE DE ATUN A-1 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
230	CONS. FILETE DE ATUN BAYOVAR 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
231	CONS. FILETE DE ATUN CAMPOMAR 24 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
232	CONS. FILETE DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
233	CONS. FILETE DE ATUN FANNY OLIVA 50X125GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
234	CONS. FILETE DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	32.027	No Critico (B)
235	CONS. SOLIDO DE ATUN CAMPOMAR X 24 UND	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
236	CONS. SOLIDO DE ATUN GLORIA 48 X 184 GR.	B	30	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	32.027	No Critico (B)
237	CONS. SOLIDO DE CABALLA A-1 48 X 170GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
238	CONS. SOLIDO DE CABALLA CAMPOMAR 24 X 170GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
239	CONS. SOLIDO DE JUREL A1 48 X 184 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
240	CONS. TROZOS DE ATUN CAMP 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
241	CONS. TROZOS DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
242	CONS. TROZOS DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	32.027	No Critico (B)
243	CONS. TROZOS DE CABALLA A-1 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
244	CONS. TROZOS DE JUREL A-1 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)

245	CONS. TROZOS DE PESCADO A1 48 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
246	CONS. TROZOS DE PESCADO CAMP 24 X 170 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
247	ENTERO PESCADO TOMATE OVAL 12UN.CAJ	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
248	GRAT. ANCHOVETA A-1 48 X 170 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
249	GRAT. ANCHOVETA ANCHOMAR 48 X 160 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
250	GRAT. ANCHOVETA CARIOCA 48 X 170 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
251	GRAT. DE ATUN A-1 48 X 170 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
252	GRAT. DE CABALLA GLORIA 48 X 170 GR.	B	30	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	32.027	No Critico (B)
253	GRAT. DE PESCADO A-1 48 X 170 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
254	GRAT. DE PESCADO PERFECTA 48 X 170 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
255	GRAT. JUREL AGUA Y SAL GLORIA 48 X 170 GR.	B	30	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	32.027	No Critico (B)
256	GRATED DE ATUN MAR BRAVA 48 X 170GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
257	JUGO COCKTAIL DE FRUTAS 24X 820 GR.	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
258	JUGO DE PIÑA EN RODAJAS X 560 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
259	GALL. AGUA X 3 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
260	GALL. CREAM CRACKER 24 X 316 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	20.946	No Critico (C)
261	GALL. CREAM CRACKER 60PQT/75GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
262	GALL. OREO PROM 6X43G.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
263	GALL. SODA FIELD AGUA (X6)	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
264	GALL. SODA-V FIELD (X6)	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	34.189	No Critico (A)
265	GALL. SURTIDA COSTA X 425GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	B	30	32.838	No Critico (A)
266	GALL. VI.CASINO X 6PQT SIXPAK	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	34.189	No Critico (A)
267	GALL. VICT.TENTACION CHOCOLATE X6	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	34.189	No Critico (A)
268	GALL. VICT.TENTACION COCO X6	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
269	GALL. VICT.TENTACION NARANJA X6	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
270	GALL. VICT.TENTACION VAINILLA X6	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
271	GALL. WAFER BAUDUCCO 24 X 140GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
272	GALL. WAFER BETITO 50 UNID	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
273	GALL. WAFER BETITO X 1 KILO	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
274	GALL. WAFER BETITO X 1.5 KILO	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
275	GALL. WAFER BETITO X 3 KILO	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)

276	GALL. WAFER CORONITA 48 X 72 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
277	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	A	90	48.649	Critico
278	GALLETAS DUCALES X 24 PACK	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
279	FLAN NEGRITA 12 X 100 GR.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
280	FLAN ROYAL 12 X 110 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
281	GELATINA NEGRITA 200G.X 12UND	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	B	30	38.919	No Critico (A)
282	GELATINA ROYAL 48 X 180 GR.	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
283	GELATINA TEMPORAL 20 X 250 GR.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
284	GELATINA TEMPORAL 40 X 250 GR.	B	30	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	32.432	No Critico (A)
285	PUDIN NEGRITA 12 X 145 GR.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
286	ARUBA REFRES. 4 X 3 LT.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
287	ARUBA REFRES. 6 X 1.5LT	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
288	CHICHA MORADA LIQUIDO 12 X 400 ML.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
289	REF. NEGRITA 12 X 15 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	21.622	No Critico (C)
290	REF. NEGRITA 18 X 15 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
291	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 4X2LT.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
292	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 600ML X6	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
293	TAMPICO REF. PUNCH 12 X 500ML	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
294	TAMPICO REF. PUNCH 2 X 3.78LT. GAL	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
295	TAMPICO REF. PUNCH 4 X 3LT.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
296	FREJOL CANARIO X 1 KL	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
297	LENTEJA HOJA RED. 25UN X 500GR	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
298	LENTEJA TEMPORAL X 20 UND.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
299	LENTEJA X 1 KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
300	MAIZ TOSTADO X 1KL	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
301	PALLAR X 1 KL	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
302	POP CORN COSTEÑO 12UNI X 500GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
303	POP CORN PAISANA 24 X 500GR	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
304	ALGARROBINA X 400 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
305	ARTPOP DULCE X24 X100 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
306	ARTPOP MANTEQUILLA X24 X100 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)

307	ARTPOP NATURAL X24 X100 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
308	ARTPOP SUPER MANTEQUILLA X24 X100 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
309	CREMA DE CHAMPIÑON 12 X 72 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
310	CREMA DE ESTARRAGOS 12 X 68 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
311	CREMA TARI 85GR. X 24UND	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
312	KETCHUP BDE X 20 KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
313	MAGGI CALDO CARNE 24 X 21 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
314	MAGGI CALDO GALLINA 24 X 21 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
315	MAYONESA A LA CENA 12 X 500 CC.	B	30	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
316	MAYONESA A LA CENA 24 X 100 CC.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
317	MAYONESA A LA CENA 6 X 1000 CC.	C	10	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
318	MILO ACTIGEN-E X 400G + TAZA	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
319	MOSTASA BDE X 20 KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
320	PALLAR	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
321	POLVO DE HORNEAR ROYAL 20 X 20 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
322	SAL 25 X 1 K	C	10	B	30	A	90	C	10	B	30	B	30	30.405	No Critico (B)
323	SALSA ALACENA AJI 12 X 100 CC.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
324	SALSA ALACENA ROCOTO 12 X 100 CC.	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
325	SILLAO VENTURO 12 X 500 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
326	VINAGRE MARIALE 12 X 500 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
327	VINAGRE VENTURO 12 X 1000 LT.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
328	VINAGRE VENTURO 12 X 600 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
329	VINAGRE VENTURO BLANCO 12 X 600 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
330	CAFE ALTOMAYO 100 X 2 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
331	CAFE ALTOMAYO X 180 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
332	CAFE ALTOMAYO X 50 GR FRASCO	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
333	CAFE ALTOMAYO X 50 GR OLLITA	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
334	CAFE ECCO X 195 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
335	CAFE MONACO X 200 GR LATA	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
336	CAFE MONACO X 50 GR VASO	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
337	KIMBO CEBADA X 190 GR FCO.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	B	30	21.622	No Critico (C)

338	NESCAFE TRADICION X 200 GR.	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
339	NESCAFE TRADICION X 200 GR.+ CUCHARA	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
340	NESCAFE TRADICION X 50 GR. FRASCO	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
341	MAZAMORRA NEGRITA 180G X 20UN	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	B	30	38.919	No Critico (A)
342	MAZAMORRA NEGRITA DZNO 180G X 20UN	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
343	MAZAMORRA NEGRITA PIÑA 180G X 20UN	C	10	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
344	SEMOLA MOLITALIA X 10 KG	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
345	SEMOLA MOLITALIA X 25 KILOS	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
346	SEMOLA NICOLINI 20 X 250 GR.	C	10	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
347	SEMOLA NICOLINI X 10 K.	C	10	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	33.514	No Critico (A)
348	CARAMELOS BON AMI FRUTA 18 X 100UND	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
349	CARAMELOS BON AMI LICOR 18 X 100UND	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
350	CARAMELOS GLOBO POP X 24UN	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
351	CHOCOLATE SURTIDO MINIS 30 UND	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
352	OLE OLE X 60 UNID.	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	A	90	49.054	Critico
353	PRINGLES CEBOLLA X139 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
354	PRINGLES CEBOLLA X40 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
355	PRINGLES ORIGINAL X140 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
356	PRINGLES ORIGINAL X40 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	B	30	28.108	No Critico (B)
357	PRINGLES PIZZA X139 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
358	PRINGLES PIZZA X40 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
359	PRINGLES QUESO X139 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
360	PRINGLES QUESO X40 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
361	CEREAL ANG. CHOCK B.DE MAIZ/CHO 140G-30UND.CJ	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
362	CEREAL ANG. COPIX TRIG/CHOC C/MARSH 120GR-30U	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
363	CEREAL ANG. MAX OSIT CHOC/CAN 130G-30UN.CAJ	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
364	CEREAL ANGEL X 140 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
365	CEREAL CORN FLAKES 12 X 500 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
366	CEREAL CORN FLAKES X 200 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
367	CEREAL GRANOLA X 250 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
368	CEREAL KIWIGEN X 180 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)

369	CEREAL KIWIGEN X 250 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
370	KIWIGEN CHOC X 400 GR.	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
371	KIWIGEN MACA X 340 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
372	PANETON AMERICA 40 UND.X 100GR	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
373	PANETON AMERICA 6 UND.X 1KG. BOLSA	C	10	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	22.703	No Critico (C)
374	PANETON BIMBO BOLSA 6 X 900GR	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	27.432	No Critico (B)
375	PANETON BIMBO CAJA 6 X 1 KG	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
376	PANETON BIMBO CHOCOLATE 12 X 450GR	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
377	PANETON BOUN NATALE 6 X 900 GR	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	B	30	32.838	No Critico (A)
378	PANETON BOUN NATALE CAJA 6 X 900GR	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
379	PANETON CIOCCOLATO 12 X 100 GR	C	10	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
380	PANETON COSTA BOLSA 6 X 900GR	C	10	A	90	B	30	C	10	B	30	C	10	25.405	No Critico (B)
381	PANETON COSTA CAJA 6 X 900GR	B	30	A	90	B	30	C	10	B	30	C	10	29.054	No Critico (B)
382	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	B	30	A	90	B	30	B	30	A	90	B	30	50.676	Critico
383	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	B	30	A	90	B	30	B	30	A	90	B	30	50.676	Critico
384	PANETON DONOFRIO X 900GR LATA	C	10	A	90	B	30	B	30	B	30	B	30	32.838	No Critico (A)
385	PANETON GALLUZZO CAJA 6 X 1KG+GALLUZITO	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	24.324	No Critico (C)
386	PANETON GALLUZZO PREMIUN LATA 6 X 1KG	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	24.324	No Critico (C)
387	PANETON GENOVES 8 X 900GR	B	30	A	90	B	30	C	10	A	90	A	90	64.865	Critico
388	PANETON GLORIA 6 X 1KG BOLS	B	30	A	90	B	30	C	10	B	30	B	30	34.459	No Critico (A)
389	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	B	30	A	90	B	30	C	10	A	90	B	30	48.649	Critico
390	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	A	90	A	90	B	30	C	10	B	30	B	30	45.405	Critico
391	PANETON TODINNO 6 X 900G BOLSA	B	30	A	90	B	30	C	10	B	30	C	10	29.054	No Critico (B)
392	PANETON TODINNO GRAN ALMENDRADO 6 X 1KG	C	10	A	90	B	30	C	10	C	10	C	10	20.676	No Critico (C)
393	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	C	10	A	90	B	30	C	10	A	90	A	90	61.216	Critico
394	PANETON WINTER 6 X 900G BOLSA	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
395	PANETON WINTER 6 X 900G. CAJA	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	31.081	No Critico (B)
396	PANETON WINTER 6 X 900G. LATA	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
397	CAÑIHUACO X 10 KG	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	C	10	26.351	No Critico (B)
398	FOSFORO LLAMA 100 X 10	C	10	A	90	A	90	B	30	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
399	MAIZ MORADO	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)

400	MAIZENA X 25 K.	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
401	MANDIOCA X 25KG	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
402	POP CORN	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
403	RED BULL ENERGY DRINK 24 X 250ML	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	30.811	No Critico (B)
404	LICOR BLUE CURACAO X 750ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
405	LICOR DE ALMENDRAS X 750 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
406	LICOR PERFECTO AMOR X 750 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
407	PISCO ACHOLADO MINIATURA X 50ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
408	PISCO ALFERADO 12 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
409	PISCO ALFERADO MENTA X 750	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
410	PISCO ALFERADO UVA X 2LITROS	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
411	PISCO ALFERADO UVA X 4LITROS	C	10	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
412	PISCO BIONDI ACHOLADO X 500 ML.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
413	PISCO BIONDI ITALIA X 500 ML.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
414	PISCO BIONDI QUEBRANTA X 500 ML.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
415	PISCO DE LOS REYES 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
416	PISCO DON STGO MOSTO VERD ITALIA X 500 C	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
417	PISCO DON STGO MOSTO VERD QUEBRANTA X 500 C	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
418	PISCO DON STGO MOSTO VERD TORONTEL X 500 C	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
419	PISCO DON VENEDICTO ACHOLADO X 500 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
420	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO 12 X 750ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
421	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA 12 X 750ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
422	PISCO FINCA ROTONDO QUEB 12 X 750ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
423	PISCO ITALIA MINIATURA X 50ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
424	PISCO NAJAR ACHOLADO X 500 ML.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
425	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
426	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
427	PISCO NAJAR ITALIA X 500 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
428	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
429	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
430	PISCO NAJAR QUEBRANTA X 500 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)

431	PISCO OCUCAJE ACHOL. CHALAN X 375ML	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
432	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	39.595	No Critico (A)
433	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
434	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 4000 ML	B	30	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	28.649	No Critico (B)
435	PISCO OCUCAJE HUACO X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
436	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	39.595	No Critico (A)
437	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
438	PISCO OCUCAJE ITALIA CHALAN X 375ML	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
439	PISCO OCUCAJE QUEBR.CHALAN X 375ML	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
440	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	39.595	No Critico (A)
441	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
442	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 4 LITROS	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
443	PISCO OCUCAJE SELEC.PURO QUEBR. 750ML.BOT.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
444	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ACHOLADO+OFERTA	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
445	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ITALIA+OFERTA	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
446	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS QUEBRANTA+OFERTA	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
447	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.38°+SHOT 750ML.BOT.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
448	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.41°+SHOT 750ML.BOT.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
449	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.44°+SHOT 750ML.BOT.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
450	PISCO PURO ANDARIEGO X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
451	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
452	PISCO QUEBRANTA MINIATURA X 50ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
453	PISCO REY DE MAJES 12 X 750CC	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
454	PISCO REY DE MAJES X 4LITROS	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
455	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
456	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
457	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	39.595	No Critico (A)
458	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 2 LT.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
459	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 4 LT.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
460	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	39.595	No Critico (A)
461	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	39.595	No Critico (A)

462	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 2 LT.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
463	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 4 LT.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
464	PISCO SAN ANDRES ACHOLADO 12X750ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
465	PISCO SAN VALENTIN 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
466	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
467	PISCO SOL DE ICA X 750CC + EVERESS	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
468	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
469	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 24 X 250 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
470	PISCO SOL DE VITOR PURO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
471	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	B	30	45.000	Critico
472	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.+PETACA X 125CC	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
473	PISCO VARGAS 24 X 250 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	28.649	No Critico (B)
474	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	A	90	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	39.595	No Critico (A)
475	PISCO VARGAS ACHOLADO+JARABE X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
476	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
477	PISCO VARGAS ITALIA+JARABE X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
478	PISCO VARGAS PETACA X 125 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
479	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
480	PISCO VARGAS QUEBRANTA+JARABE X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
481	PISCO VARGAS X 187.5 ML.	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
482	PISCO VARGAS X 2 LITROS	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
483	PISCO VARGAS X 4000 ML.	B	30	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	28.649	No Critico (B)
484	PISCO VARGAS X 500 ML	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
485	PISCO VARGAS X 750CC. + 187.5ML. OFERTA	C	10	B	30	A	90	C	10	B	30	B	30	30.405	No Critico (B)
486	PISCO VARGAS X 750ML+COPA	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
487	PISCO VIEJO TONEL ACHOLADO X500ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
488	PISCO VIEJO TONEL ALBILLA X500ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
489	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO ACHO. X500ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
490	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO QUEBR. X500ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
491	PISCO VIEJO TONEL ITALIA X500ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
492	PISCO VIEJO TONEL MOLLAR X500ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)

493	PISCO VIEJO TONEL MOSCATEL X500ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
494	PISCO VIEJO TONEL MOSTO VERDE QUEBR X500ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
495	PISCO VIEJO TONEL QUEBRANTA X500ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
496	PISCO VIÑA DEL PRADO ACHOL. 12 X 500 CC	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
497	PISCO VIÑA VITOR ACHOLADO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
498	PISCO VIÑA VITOR PURO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
499	PISCO VOGOÑA ACHOLADO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
500	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 750 ML.	C	10	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
501	PISCO VOGOÑA UVA ITALIA 12 X 750CC	C	10	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	32.432	No Critico (A)
502	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 1 LITRO.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
503	PISCO VOGOÑA LIMON 12 X 750	C	10	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
504	VINO INTIPALKA SAUVIGNON 6 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
505	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
506	RON BACARDI ORO X 750 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
507	RON CABO BLANCO DORADO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
508	RON CABO BLANCO DORADO+PETACA 12X750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
509	RON CABO BLANCO LIMON 12 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
510	RON CABO BLANCO RESERVA X 12	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
511	RON CARTAVIO AÑEJO 5 AÑOS 12X750 CC	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
512	RON CARTAVIO BCO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
513	RON CARTAVIO BLACK 12 X 1000 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
514	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	B	30	36.081	No Critico (A)
515	RON CARTAVIO SUPERIOR 24 X 200 CC.	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
516	RON CARTAVIO SUPERIOR X 125ML.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
517	RON CARTAVIO XO 750 ML+ESTUCHE	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
518	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 350 CC BLANCO	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
519	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 750 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
520	RON KANKUN CHATA 24 X 350 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
521	RON KANKUN LIMON 12 X 500 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
522	RON POMALCA RUBIO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
523	RON SOLERA X 750 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)

524	VINO BORGOÑA NAJAR 12 X 750CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
525	VINO CLOSS 12 X 1 LT	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
526	VINO COLECCIÓN RUBINI X 750 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
527	VINO INTIPALKA CHARDONNAY 6 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
528	VINO INTIPALKA MALBEC 6 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
529	VINO INTIPALKA RESERVA CS/PETIT VERDOT 6X750	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
530	VINO INTIPALKA RESERVA CS/SYRAH 6 X 750	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
531	VINO INTIPALKA RESERVA MALBEC/MERLOT 6 X 750	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
532	VINO INTIPALKA SYRAH 6 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
533	VINO INTIPALKA TAN NAT 6 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
534	VINO OCUCAJE ABUELO 12 X 750 CC.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
535	VINO OCUCAJE BORGOÑA 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
536	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
537	VINO OCUCAJE FOND DE CAVE 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
538	VINO POBLETE GRAN BORGOÑA X 750 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
539	VINO RESERVADO CAMERE 12X750ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
540	VINO REY DE MAJES X 4LITROS	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
541	VINO REYNOSO BORGOÑA 12 X 750CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
542	VINO REYNOSO FUZION 12 X 750CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
543	VINO S. QUEI BARBERA BORGOÑA 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
544	VINO S. QUEI BLANCO S.S. RESERVA 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
545	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	B	30	A	90	A	90	C	10	B	30	B	30	40.541	Critico
546	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 2 LITROS	C	10	A	90	A	90	C	10	B	30	C	10	31.486	No Critico (B)
547	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 4.05 LITROS	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
548	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	B	30	A	90	A	90	C	10	B	30	B	30	40.541	Critico
549	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 2 LITROS	C	10	A	90	A	90	C	10	B	30	C	10	31.486	No Critico (B)
550	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 4.05 LITROS	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
551	VINO S. QUEI MALBEC 12 X 750ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
552	VINO S. QUEI MOSCATO 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
553	VINO S. QUEI MOSCATO BLANCO 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
554	VINO S. QUEI OPORTO 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)

555	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	B	30	A	90	A	90	C	10	B	30	B	30	40.541	Critico
556	VINO S. QUEI ROSE SHIRAZ 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
557	VINO S. QUEI ROSE X 2 LITROS	C	10	B	30	A	90	C	10	B	30	B	30	30.405	No Critico (B)
558	VINO S. QUEI ROSE X 4.05 LITROS	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
559	VINO S. QUEI SAUVIGNON BLANC 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
560	VINO S. QUEI SHIRAZ 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
561	VINO S. QUEI SIGLO XVI 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
562	VINO S. QUEI TANNAT 12 X 750ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
563	VINO SOCABON DAMA JUANA 4LTS	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
564	VINO TABERNERO BORGOÑA 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
565	VINO TABERNERO GRAN BLANCO 12X750	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
566	VINO TABERNERO GRAN ROSE AFRUTADO 2005 12X750	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
567	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
568	VINO TACAMA GRAN BLANCO 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
569	VINO TACAMA GRAN TINTO 12 X 750CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	28.649	No Critico (B)
570	VINO TACAMA ROSE 12 X 750CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	28.649	No Critico (B)
571	VINO TACAMA SELECCION ESPECIAL 750ML	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
572	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA S/S X 750CC+COPA	C	10	A	90	A	90	C	10	B	30	B	30	36.892	No Critico (A)
573	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA TINTO X 187 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
574	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA X 750 CC	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	C	10	30.405	No Critico (B)
575	VINO VIÑA VIEJA MOSCATO X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
576	VINO VIÑA VIEJA ROSE S/S X 750CC+COPA	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
577	CHAMPAN CABALO VIEJO 12 X 750 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
578	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	B	30	A	90	A	90	B	30	B	30	B	30	42.568	Critico
579	CHAMPAN EMPERADOR 12 X 750 ML	B	30	A	90	A	90	B	30	B	30	C	10	37.162	No Critico (A)
580	CHAMPAN NAPOLEON 12 X 750	B	30	A	90	A	90	B	30	B	30	C	10	37.162	No Critico (A)
581	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	B	30	A	90	A	90	C	10	B	30	B	30	40.541	Critico
582	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADONA 12 X 750 CC.	B	30	A	90	A	90	C	10	B	30	C	10	35.135	No Critico (A)
583	CHAMPAN TABERNERO ESPECIAL 12 X 750 CC.	B	30	B	30	A	90	C	10	B	30	C	10	28.649	No Critico (B)
584	CHAMPAN TACAMA BRUT 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
585	CHAMPAN TACAMA S/S 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)

586	CHAMPAN TENTACION 12 X 750 CC	C	10	A	90	A	90	B	30	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
587	ANIS ALFERADO 12 X 750ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
588	ANIS NAJAR CREMA 24 X 125 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
589	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL 12 X 750 ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
590	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL X 500 ML.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
591	ANIS NAJAR SECO 12 X 500 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
592	ANIS NAJAR SECO 12 X 750 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
593	ANIS NAJAR SECO 24 X 125 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
594	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 125 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
595	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 750 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
596	ANIS NAJAR SEMIDULCE 12 X 500 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
597	ANIS NAJAR+OFERT 2 X 500 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
598	ANIS SAN ANDRES 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
599	VODKA 3XXX DURAZNO 6 X 1800 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
600	VODKA 3XXX LIMON 6 X 1800 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
601	VODKA 3XXX MARACUYA 6 X 1800 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
602	VODKA RUSSKAYA 12 X 750 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
603	VODKA RUSSKAYA+PETACA 12X750 ML.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
604	VODKA STOLICHNAYA 12X750	A	90	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	36.892	No Critico (A)
605	CREMA DE CAFÉ COLOMBIA X 700 CC	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
606	CREMA DE MENTA COLOMBIA X 700 CC	A	90	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	34.865	No Critico (A)
607	CREMA DE PISCO PAZ SOLDAN MISKY X 750 CC.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
608	CREMA DE RON BAILEYS X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
609	JARABE DE GOMA BUENA BENTURA 12 X 750 CC	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
610	JARABE DE GOMA CHEVALIER X 750 CC	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	B	30	27.703	No Critico (B)
611	JARABE DE GOMA DELBAR 12X500ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
612	WHISKY CHIVAS REGAL X 750 ML	B	30	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	23.919	No Critico (C)
613	WHISKY YONY WALKER X 750 CC	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
614	CIGARRO HAMILTON X 10	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	20.946	No Critico (C)
615	CIGARRO HAMILTON X 20	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	20.946	No Critico (C)
616	AMARGO DE ANGOSTURA WISLAM X 75 CC.	C	10	A	90	A	90	B	30	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)

617	COÑAC X 125 CC	C	10	A	90	A	90	B	30	C	10	C	10	28.784	No Critico (B)
618	DESTILADO MARQUEZ PAZ SOLDAN 12X750ML	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
619	SANGRIA S. QUEIROLO 6 X 1 LITRO	C	10	B	30	A	90	C	10	C	10	C	10	20.270	No Critico (C)
620	DET. ACE 30 X 360 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
621	DET. ACE 4500GR. X 4UND	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
622	DET. ACE X 15 X 900 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
623	DET. ACE X 2500 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
624	DET. ARIEL 120 X 85 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
625	DET. ARIEL 30 X 360 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
626	DET. ARIEL 60 X 160 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
627	DET. ARIEL 7 X 2500 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
628	DET. ARIEL X 15 X 900 GR	B	30	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	30.676	No Critico (B)
629	DET. ARIEL X 2600 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
630	DET. ARIEL X 4500 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
631	DET. BOLIVAR FLORAL 15 X 900 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
632	DET. BOLIVAR FLORAL 30 X 360 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
633	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 160 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
634	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 200 GR	B	30	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	32.027	No Critico (B)
635	DET. BOLIVAR FLORAL X 2600 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
636	DET. BOLIVAR LIMON 15 X 900 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
637	DET. BOLIVAR LIMON 30 X 360 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
638	DET. BOLIVAR LIMON 60 X 160 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
639	DET. BOLIVAR LIMON X 2600 GR	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
640	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
641	DET. FLASH 48 X 200 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
642	DET. MARCELLA F. 360 GR X 30 UND	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
643	DET. MARCELLA F. 60 X 160 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	B	30	C	10	27.027	No Critico (B)
644	DET. MARCELLA F. 850 GR X 15 UND	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
645	DET. OPAL BIO CRISTAL X 60 X 160 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
646	DET. OPAL X 15 X 850 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
647	DET. OPAL X 30 X 360 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)

648	DET. SAPOLIO 60 X 160 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
649	JABON BOLIVAR 48 X 260 GR.	C	10	B	30	A	90	A	90	B	30	C	10	33.108	No Critico (A)
650	JABON BOLIVAR BEBE 48 X 260GR.	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
651	JABON BOLIVAR LIMON 48 X 260 GR.	C	10	B	30	A	90	A	90	C	10	C	10	28.378	No Critico (B)
652	JABONC. HENO DE PRAVIA 36 X 175 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
653	JABONC. PROTEX 12 X 130 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
654	JABONC. REXONA 12 X 150 GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
655	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 24 X 12 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
656	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 48 X 12 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
657	SHAMPU ANUA HIDRAT.INT 12X400CC	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
658	SHAMPU ANUA NUT.CLASICA 12X400CC	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
659	SHAMPU CLEAR HOMBRE X 400ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
660	SHAMPU CLEAR MUJER X 200ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
661	SHAMPU CLEAR MUJER X 400ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
662	SHAMPU EGO MEN BLACK CJ X 36 TIRAS	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)
663	SHAMPU EGO MEN BLACK X 230 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
664	SHAMPU H&S AC HUMECTANTE X 700 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
665	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
666	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 700 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
667	SHAMPU H&S HUMECTA X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
668	SHAMPU H&S LIMP RENOV 24 X 10 ML.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
669	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
670	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 700 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
671	SHAMPU H&S MANE 2EN1 24 X 10 ML.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
672	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
673	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 700 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
674	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
675	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 700 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
676	SHAMPU H&S RELAX X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
677	SHAMPU H&S RELAX X 700 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
678	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)

679	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 700 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
680	SHAMPU H&S SUAVE MANE 2EN1 X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
681	SHAMPU PANTENE CONTROL CAIDA X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
682	SHAMPU PANTENE CUID CLASICO X400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
683	SHAMPU PANTENE LISO Y SEDO X400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
684	SHAMPU PANTENE NATUR.HIDAT.BALAN X400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
685	SHAMPU PANTENE RESTAURACION X 400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
686	SHAMPU PANTENE RISO DEFINIDO X400 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
687	SHAMPU PB CERAMIDAS 12X500ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
688	SHAMPU SEDAL CRECIMIENTO X 650ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
689	SHAMPU SEDAL FRASCO GERMEN DE TRIGO X650ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
690	SHAMPU SEDAL IDRATAACION SEDOS.X650 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
691	SHAMPU SEDAL LISO PERPEC.X 650ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
692	SHAMPU SEDAL PURESIA REFRES.X650 ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
693	SHAMPU SEDAL SERAMIDAS X650ML	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
694	PAPEL ELITE DH 6 X 8 CEL	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
695	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
696	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
697	PAPEL ELITE ECONOMICO 2 X 10 VER	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
698	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
699	PAPEL ELITE TOALLA ECONOM 3 X 8 ROJO	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
700	PAPEL ELITE TOALLA ULTRA 3 X 8 AZUL	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
701	PAPEL ELITE ULTRA DH 2 X 10	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
702	PAPEL ELITE ULTRA DH 4 X 12	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
703	PAPEL ELITE ULTRA DH 6 X 8	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
704	PAPEL HIG. EGO BCO. 2X10	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
705	PAPEL NOBLE DH X 20	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
706	PAPEL PRESTIGIO X 20	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
707	PAPEL ROSAL PLUS X 20	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
708	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	C	10	B	30	B	30	B	30	B	30	B	30	26.351	No Critico (B)
709	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)

710	PAPEL TOALLA SCOTT 8 X 3UND CANGURO	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
711	TOALLA ALWAYS X 10 UNI	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
712	TOALLA KOTEX 6 X 10 UNI	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
713	TOALLA KOTEX DISPENSADOR X 42	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
714	TOALLA NOSOTRAS DISPENSADOR X 42	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
715	TOALLA SERENA X 10 UNI	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
716	SERVILLETA ELITE 6 X 220 H	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
717	SERVILLETA ELITE CORTADA 18 X 220 H	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
718	PAÑ ADUL PLEN MED RESP MULTICIERRE X20	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
719	PAÑ HUGGIES ACTIVESEC G X 64	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
720	PAÑ HUGGIES MEDIANO X 52	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
721	PAÑ HUGGIES XG IND. X 52	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
722	PAÑ HUGGIES ACT. XXG X 48	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
723	PAÑ PAMPERS G X 22	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
724	PAÑ PAMPERS XXG X 48	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
725	CREM DENT COLGATE ANTISARRO 12 X 90 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
726	CREM DENT COLGATE HERBAL BLANQUEADORA 48X90GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
727	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 75 CC.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
728	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 90 CC.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
729	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 180 CC.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
730	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 90 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
731	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 34 ML.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
732	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 75 ML.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
733	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 90 ML. GEL	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
734	CREM DENT KOLYNOS HERBAL 12 X 90 ML.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
735	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 75 ML.	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
736	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 1 K.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
737	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 900 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
738	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 180 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
739	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 200 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
740	LAVAVAJILLA AYUDIN X 330GR	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)

741	LAVAVAJILLA SAPOLIO 1000 GR. X 6POTE	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
742	LAVAVAJILLA SAPOLIO 24 X 180 GR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
743	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 287.50 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
744	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 315 GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
745	LEJIA CLOROX TRADICIONAL COLOR X 2000 ML.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
746	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 1 LITRO	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
747	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 2000 ML.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
748	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 900GR.	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
749	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. AMAR.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
750	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. ROJ.	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
751	CERA SAPOLIO P.AMAR.BALDE GL X 4	B	30	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	25.946	No Critico (B)
752	BETUN KIWI 12 X 88 ML	C	10	B	30	A	90	B	30	C	10	C	10	22.297	No Critico (C)
753	ESPONJA SCOSH BRITE MAQUINITA X 12	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
754	ESPONJA SCOSH BRITE X 15	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
755	LIBRE ENJUAGUE DONNY X 850 GR	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
756	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO 4X3 VIRUTEK	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
757	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO X1 VIRUTEK	C	10	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	16.216	No Critico (C)
758	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB	A	90	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	30.811	No Critico (B)
759	VANISH LIQUIDO MAX 2X 100ML X 72 UND	B	30	B	30	B	30	B	30	C	10	C	10	19.865	No Critico (C)

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 7 “Pronostico de la Demanda para el año 2013”

Nº	Artículos	Criticalidad	2009	2010	2011	2012	T. Py	Py (2013)
1	HARINA BCA. NIEVE ESPECIAL X 50 K.	No Critico (B)	0	0	33	86	Cuota	60
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	Critico	4879	12249	21951	14,782	Cuota	18644
3	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	Critico	96	653	155	2,319	Cuota	1116
4	HARINA DON WILY X 50 K.	No Critico (C)	4	0	0	218	M.C.	216
5	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHO X 25 K.	No Critico (B)	51	72	2	169	Cuota	102
6	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHUEL X 10 K	No Critico (C)	19	31	49	56	Cuota	54
7	HARINA EXPERT PRE-MEZC.KEKE X 10 K.	No Critico (C)	26	5	15	45	Cuota	31
8	HARINA EXPERT PRE-MEZC.MUFFIS X 10 K.	No Critico (C)	0	0	1	42	Cuota	15
9	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PAN YEMA X 25 K.	No Critico (C)	11	1	23	35	Cuota	24
10	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PANETON X 25 K.	No Critico (B)	30	0	11	6	Cuota	16
11	HARINA EXPERT PRE-MEZC.TORTA DE CHOC X 10K.	No Critico (C)	0	0	0	8	Cuota	3
12	HARINA ITALIANA ESPECIAL X 50 K.	No Critico (C)	0	0	0	29	M.C.	29
13	HARINA ITALIANA PAPEL X 50 K.	No Critico (A)	0	0	0	353	M.C.	353
14	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	Critico	0	0	0	2,367	Cuota	2556
15	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	Critico	158	960	502	1,666	Cuota	1137
16	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	No Critico (A)	268	1069	585	678	Cuota	900
17	HARINA NICOLINI PREMIUM PP X 50 KG	No Critico (B)	0	0	0	79	Cuota	27
18	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	Critico	10765	14354	21557	15,263	Cuota	21440
19	HARINA PANETONERA X 50 K.	No Critico (A)	0	135	29	51	Cuota	74
20	HARINA PREPARADA BLANCA FLOR 12 X 1 KG.	No Critico (C)	61	109	66	41	M.C.	44
21	HARINA PREPARADA ESPECIAL X 24 KG.	No Critico (C)	0	2	0	5	M.C.	5
22	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	Critico	275	2808	2985	2,552	Cuota	2984
23	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	No Critico (A)	168	1570	282	364	Cuota	825
24	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	No Critico (A)	657	296	235	445	Cuota	565
25	ACEITE CAPRI 12 X 1 LITRO	No Critico (B)	87	0	35	94	M.C.	68
26	ACEITE CAPRI X 5 LITROS	No Critico (A)	205	5	791	471	M.C.	764
27	ACEITE CIL 24 X 200 CC.	No Critico (B)	171	19	30	41	M.C.	41
28	ACEITE CIL 24 X 500 CC.	No Critico (B)	90	0	0	15	M.C.	15
29	ACEITE CIL X 12	No Critico (A)	208	522	232	347	M.C.	359
30	ACEITE CIL X 20 LITROS - BALDE	No Critico (A)	126	80	516	492	M.C.	687
31	ACEITE CIL X 5 LITROS	No Critico (A)	518	561	1142	536	M.C.	848
32	ACEITE COCINERO 12 X 1 LITRO	No Critico (A)	415	483	513	340	M.C.	389
33	ACEITE COCINERO X 20 LT BALDE	No Critico (A)	0	179	828	610	M.C.	1024
34	ACEITE COCINERO X 5 LITROS	No Critico (A)	3441	5265	5228	1,367	M.C.	2261
35	ACEITE FINO 12 X 1 LITRO	No Critico (C)	0	0	69	1	M.C.	36
36	ACEITE FINO 4.5 LT	No Critico (C)	0	0	296	14	M.C.	162
37	ACEITE PRIMOR 12 X 1 LITRO	No Critico (C)	165	112	78	65	M.C.	22
38	ACEITE PRIMOR PREMIUM 12 X 1 LITRO	No Critico (C)	26	36	35	50	M.C.	55
39	ACEITE PRIMOR X 5 LITROS	No Critico (A)	181	599	486	584	M.C.	737
40	ACEITE SAO 100%SOYA X 3 LT.	No Critico (C)	55	0	0	190	M.C.	163

41	ACEITE SAO 100%SOYA X 5 LT.	No Critico (C)	36	1	0	7	M.C.	7
42	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	Critico	5377	12552	6707	1,654	M.C.	2319
43	ARROZ CHOLO NIR X 50 KG	No Critico (C)	949	540	878	170	M.C.	135
44	ARROZ COSTEÑO 20 X 750 GR.	No Critico (A)	171	382	171	315	M.C.	315
45	ARROZ COSTEÑO X 5 KG.	No Critico (C)	53	107	64	106	M.C.	112
46	ARROZ DON FLAVIO X 50 KG.	No Critico (C)	0	0	11	20	M.C.	26
47	ARROZ EXTRA PACASMAYO X 49 KG	No Critico (B)	0	0	256	283	M.C.	411
48	ARROZ GALLITO CAMANA 50 KG	No Critico (B)	0	0	624	460	M.C.	772
49	ARROZ GALLITO DE ORO X 50 KG	No Critico (B)	0	270	254	500	M.C.	627
50	ARROZ GALLITO EXTRA X 50 KG	No Critico (B)	0	0	101	252.5	M.C.	303
51	ARROZ GALLITO NORTE 49 KG	No Critico (C)	0	0	43	117	M.C.	139
52	ARROZ GALLITO TAMBO X 50 KG	No Critico (C)	0	0	122	186.5	M.C.	248
53	ARROZ GRANO NORTEÑO X 1 KILO	No Critico (C)	0	0	0	87	M.C.	87
54	ARROZ HOJA REDONDA 12 X 750 GR	No Critico (C)	0	0	0	12	M.C.	12
55	ARROZ HUACAPUY X 50 KG	No Critico (B)	0	0	109	266	M.C.	321
56	ARROZ MONTERRICO X 50 KG	No Critico (C)	0	0	32	100	M.C.	116
57	ARROZ NEGRITA DE ORO X 50	No Critico (C)	0	0	15	134	M.C.	142
58	ARROZ OYUKY X 50 KG.	No Critico (C)	0	0	14	79	M.C.	86
59	ARROZ PAISANA BLANCO PERFEC. 1K 12BOL	No Critico (A)	369	211	100	241	M.C.	107
60	ARROZ PAISANA BLANCO PERFEC. 5K X 4BOL	No Critico (B)	0	0	0	52	M.C.	52
61	ARROZ PAISANA GRAN COSECHA 12 X 1 K	No Critico (A)	0	70	307	233	M.C.	387
62	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 1K 12BOL	No Critico (B)	0	0	0	8	M.C.	8
63	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 5K X 4BOL	No Critico (A)	0	0	0	23	M.C.	23
64	ARROZ PAISANA SELECTO 12 X 1 K	No Critico (B)	0	0	12	47	M.C.	53
65	ARROZ ROMPE OLLA CAMANA X 50 KG	No Critico (B)	0	0	115	248	M.C.	306
66	ARROZ SAMAN 12 X 1 KG	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
67	ARROZ SUPERIOR A-1 X 750 GR	No Critico (C)	0	0	0	64	M.C.	64
68	ARROZ TAMBO RENDIDOR X 50 KG	No Critico (B)	0	0	201	348	M.C.	449
69	ARROZ TROPICAL 16 X 750 GR.	No Critico (C)	0	0	0	15	M.C.	15
70	ARROZ VILLA HERMOSA X 50 KG	No Critico (C)	0	0	87	75	M.C.	119
71	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	No Critico (B)	0	0	29	39	M.C.	54
72	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 25 X 1 KG	No Critico (B)	49	179	60	31	M.C.	37
73	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 5PQT X 5KG	No Critico (B)	0	17	72	80	M.C.	116
74	AZUCAR BLANCA CARTAVIO NAC X 5 KILOS	No Critico (C)	0	39	41	139	M.C.	160
75	AZUCAR BLANCA CARTAVIO X 50 KG	No Critico (B)	7005	13	3672	432	M.C.	432
76	AZUCAR BLANCA COSTEÑO 15 X 1KG	No Critico (C)	0	0	12	47	M.C.	53
77	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 46 KG	No Critico (C)	1967	40	0	48	M.C.	48
78	AZUCAR BLANCA PAISANA 15 X 1 KG	No Critico (B)	0	0	48	1	M.C.	25
79	AZUCAR COSTEÑO 4 X 5KG	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
80	AZUCAR RUBIA CARTAVIO 5 X 5 KG	No Critico (C)	2	0	1	13	M.C.	13
81	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 12 X 2 KG	No Critico (B)	0	90	7	10	M.C.	14
82	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 25 X 1 KG	No Critico (B)	50	0	113	8	M.C.	40
83	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 5 X 5 KG	No Critico (C)	2	0	3	14	M.C.	15

84	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	Critico	2311	19949	24012	4,571	Prom.	12711
85	AZUCAR RUBIA COSTEÑO 15 X 1KG	No Critico (C)	0	0	12	51	M.C.	57
86	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	Critico	257	599	2668	795	M.C.	2001
87	AZUCAR RUBIA X 5 KG.	No Critico (C)	4	0	55	149	M.C.	175
88	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR LAT.	No Critico (C)	15	3	4	6	M.C.	1
89	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR TTP.	No Critico (C)	81	64	134	53	M.C.	80
90	LECHE BONLE LATA 24 X 410GR	No Critico (C)	0	0	0	12	M.C.	12
91	LECHE CONDENSADA NESTLE 48 X 397 GR. PE	No Critico (A)	14	32	98	54	M.C.	96
92	LECHE CONDENSADA NESTLE CHICO	No Critico (B)	1	54	21	167	M.C.	177
93	LECHE GLORIA 1-5 AÑOS NIÑOS X 24	No Critico (A)	202	218	318	390	M.C.	448
94	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	Critico	5360	5324	5930	4,179	M.C.	4464
95	LECHE GLORIA 48 X 170 GR.	No Critico (A)	104	198	147	350	M.C.	372
96	LECHE GLORIA CALCIO+HIERRO 24 X 410 GR.	No Critico (C)	160	127	19	32	M.C.	32
97	LECHE GLORIA DESLACTOSA 24 X 410 GR.	No Critico (B)	0	60	96	73	M.C.	121
98	LECHE GLORIA LIGTH 24 X 410 GR.	No Critico (A)	86	220	257	259	M.C.	345
99	LECHE GLORIA SUPER LIGHT 48X410GR	No Critico (B)	0	0	0	3	M.C.	3
100	LECHE GLORIA UHT CALCIO+HIERRO 12X1L	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
101	LECHE GLORIA UHT CHOCOLATE 12X1L	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
102	LECHE GLORIA UHT DESLACTOSADA 12X1L	No Critico (C)	0	0	0	4	M.C.	4
103	LECHE GLORIA UHT FACIL 12 X 1 L.	No Critico (A)	225	424	512	501	M.C.	645
104	LECHE GLORIA UHT LIGHT 12X1L	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
105	LECHE GLORIA UHT NIÑOS 12X1L	No Critico (C)	0	0	0	11	M.C.	11
106	LECHE GLORIA UHT SABORES 24X180ML	No Critico (C)	0	0	0	9	M.C.	9
107	LECHE IDEAL 24 X 410 GR	No Critico (B)	645	629	878	899	M.C.	1016
108	LECHE PURA VIDA 24 X 400 GR.	No Critico (A)	181	355	514	776	Prom	457
109	LECHE PURA VIDA 48 X 165 GR.	No Critico (C)	15	12	2	62	M.C.	56
110	LECHE SOY VIDA 24 X 400 GR.	No Critico (C)	36	96	46	131	M.C.	136
111	YOGURT ACTIBIO 24 X 100 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
112	YOGURT GLORIA 24 X 200 ML	No Critico (B)	89	14	5	4	M.C.	4
113	YOGURT GLORIA 4 X 2KG	No Critico (C)	0	0	21	69	M.C.	80
114	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	No Critico (B)	613	1432	1797	1,472	M.C.	2064
115	YOGURT GLORIA 6 X 500ML	No Critico (B)	0	11	5	16	M.C.	19
116	YOGURT GLORIA ACTIBIO 6X1KG	No Critico (C)	0	13	11	19	M.C.	25
117	YOGURT GLORIA BATTI MIX 24X125GR	No Critico (B)	0	0	3	8	M.C.	10
118	YOGURT GLORIA LIC-GO 6X1KG	No Critico (B)	0	2	3	6	M.C.	8
119	YOGURT MILKITO 6X1KG	No Critico (B)	0	0	10	6	M.C.	11
120	YOGURT PURA VIDA 6X1KG	No Critico (B)	0	0	6	2	M.C.	5
121	YOGURT PURA VIDA VAINILLA MIX 24X90ML	No Critico (B)	0	0	5	2	M.C.	5
122	YOGURT SOY VIDA 6 X 1 LITRO	No Critico (C)	0	0	12	4	M.C.	10
123	YOGURT YO-MOST 24 X 180 ML	No Critico (C)	0	0	4	4	M.C.	6
124	FIDEO DON MAXIMO X 10 KG.	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
125	FIDEO DON VITORIO 20 X 250 GR.	No Critico (A)	2007	4305	4619	1,306	Prom	3059
126	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. SPAGUETTY	No Critico (A)	398	632	2339	1,048	Prom	1104

127	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. TALLARIN	No Critico (A)	170	341	583	262	Prom	339
128	FIDEO DON VITORIO 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	No Critico (B)	223	153	143	123	M.C.	83
129	FIDEO MARCO POLO 20 X 250 GR.	No Critico (C)	146	0	0	2	M.C.	2
130	FIDEO MARCO POLO 20 X 500 GR.	No Critico (C)	29	0	0	9	M.C.	9
131	FIDEO MARCO POLO SURTIDO X 10 KILOS	No Critico (C)	0	0	43	149	M.C.	171
132	FIDEO MOLITALIA 20 X 250 GR.	No Critico (C)	115	85	10	4	M.C.	4
133	FIDEO MOLITALIA 20 X 500 GR. TALLARIN	No Critico (C)	144	64	19	2	M.C.	2
134	FIDEO NICOLINI 20 X 250 GR	No Critico (C)	0	0	0	22	M.C.	22
135	FIDEO NICOLINI 20 X 500 GR. TALLARIN	No Critico (C)	2	3	0	10	M.C.	9
136	FIDEO VICTORIA CODITO X 10 K.	No Critico (A)	256	697	872	481	M.C.	789
137	FIDEO VICTORIA CODO RAYADO X 10 K.	No Critico (A)	521	1404	1034	825	M.C.	1082
138	FIDEO VICTORIA CORBATA X 10 K.	No Critico (B)	123	240	360	180	M.C.	299
139	FIDEO VICTORIA ENTREF GRUESO X 10 K.	No Critico (A)	324	1279	2152	1,118	Prom	1218
140	FIDEO VICTORIA MACARRONES X 10 K.	No Critico (C)	127	23	137	24	M.C.	29
141	FIDEO VICTORIA RIGATONI X 10 K.	No Critico (B)	133	2	404	192	Prom	183
142	MANTECA CREMA PANAD PANISUAVE X 10K	No Critico (A)	490	290	145	299	Prom	306
143	MANTECA FAMOSA X 10K.	Critico	3021	4960	4727	5,489	M.C.	6342
144	MANTEQ. GLORIA X 400 GR. POTE	No Critico (B)	0	92	0	11	M.C.	11
145	MARG. DORINA CLAS 16 X 450GR.	No Critico (B)	6	4	13	13	M.C.	17
146	MARG. DORINA CLAS 30 X 225GR.	No Critico (B)	3	9	21	10	M.C.	19
147	MARG. GLORIA 24 X 200 GR.	No Critico (B)	3	1	0	5	M.C.	4
148	MARG. MANTY 12 X 330 GR.	No Critico (B)	54	59	36	41	M.C.	32
149	MARG. MANTY 20 X 100 GR.	No Critico (C)	8	5	30	1	M.C.	12
150	MARG. MANTY 24 X 100 GR.	No Critico (C)	0	157	9	135	M.C.	140
151	MARG. PRIMAVERA HOJAL 2KG X 5PQT	No Critico (C)	0	0	2	7	M.C.	8
152	MARG. PRIMAVERA KEKERA 2KG X 4PQT	No Critico (C)	0	0	5	5	M.C.	8
153	MARG. PRIMAVERA MULTI 2KG X 4PQT	No Critico (B)	311	938	754	1,247	M.C.	1469
154	MARG. REGIA MULTI X 10KG	No Critico (C)	7	2	4	29	M.C.	28
155	MARG. SELLO DE ORO 12 X 400 GR.	No Critico (A)	75	40	41	23	Prom	45
156	MARG. SELLO DE ORO 18 X 225 GR.	No Critico (C)	33	52	21	6	M.C.	0
157	MARG. SELLO DE ORO 5 PQT X 2 K.	No Critico (B)	60	142	48	92	M.C.	86
158	AVENA 3 OSITOS 24 X 180 GR.	No Critico (C)	1	179	61	175	M.C.	205
159	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 300 GR.	No Critico (C)	81	121	76	27	M.C.	25
160	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 600 GR.	No Critico (C)	71	67	261	66	M.C.	161
161	AVENA 3 OSITOS X 10 K.	No Critico (B)	1104	943	3635	787.5	M.C.	2053
162	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	Critico	622	1055	1453	5,098	Prom.	2057
163	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X170 GR.	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
164	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X270 GR.	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
165	MACA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
166	MACA AVENA 3 OSITOS 12X270GR	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
167	QUINUA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
168	CHOC. AMERICA X 200 GR.	No Critico (B)	286	538	772	401	M.C.	644
169	CHOC. AMERICA X 400 GR.	No Critico (C)	421	97	389	274	M.C.	258

170	CHOC. AMERICA X 600 GR.	No Critico (C)	2	31	37	52	M.C.	70
171	CHOC. AMERICA X 800 GR.	No Critico (C)	0	0	6	91	M.C.	94
172	CHOC. CUSCO REAL 12 X 90GR. + 2TAB GRATIS	No Critico (C)	85	54	67	59	M.C.	50
173	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO X 400 GR	No Critico (C)	140	42	201	88	M.C.	119
174	CHOC. RECORD X 100 GR.	No Critico (B)	344	837	1008	1,448	M.C.	1780
175	CHOC. RECORD X 1000 GR.	No Critico (C)	11	9	322	185	M.C.	341
176	CHOC. RECORD X 400 GR.	Critico	1263	899	2600	3,338	M.C.	4007
177	CHOC. RECORD X 600 GR.	No Critico (B)	5	92	89	286	M.C.	328
178	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	No Critico (A)	282	558	1310	1,363	M.C.	1877
179	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	No Critico (A)	1144	807	1323	1,186	M.C.	1276
180	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	No Critico (A)	983	346	1420	1,286	M.C.	1505
181	CHOC. SOL DEL CUSCO INSTAN X 324 GR. LATA	No Critico (B)	25	170	38	115	M.C.	122
182	COCOA FORTALEZA X1KL	No Critico (C)	2	0	0	1	M.C.	0
183	COCOA WINTER X2.5KL	No Critico (C)	0	0	0	5	M.C.	5
184	COCOA WINTERS 30 X 180 GRS.	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
185	MILO ACTIGEN-E X 400G	Critico	741	706	3883	4,082	Prom.	2353
186	MILO ANTIGEN-E X 1 KILO EC	No Critico (B)	80	93	764	268	Prom	301
187	MILO IMPORTADO X 400	No Critico (C)	0	0	0	4	M.C.	4
188	NESQUIK X 400 GR	No Critico (C)	1	27	54	41	M.C.	68
189	LEAF TEA TE VERDE LIMON 12 X 400	No Critico (C)	0	0	0	13	M.C.	13
190	MATE ANIS HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
191	MATE DIGEST. HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
192	MATE MANZANILLA HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
193	MATE MANZANILLA HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
194	MATE MC COLLINS ANIS 25 SB.	No Critico (C)	71	167	17	77	M.C.	50
195	MATE MC COLLINS ANIS X 100	No Critico (C)	132	178	123	151	M.C.	147
196	MATE MC COLLINS BOLDO X 100	No Critico (C)	5	17	9	2	M.C.	4
197	MATE MC COLLINS HIERBA LUISA X 100	No Critico (C)	2	21	11	4	M.C.	9
198	MATE MC COLLINS MANZANILLA 25 SB.	No Critico (C)	15	123	12	56	M.C.	55
199	MATE MC COLLINS MANZANILLA X 100	No Critico (C)	118	265	107	159	M.C.	154
200	MATE MIXTURA-VARIEDAD HORNIMANS 25FIL.40DS.PQ	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
201	MATE ZURIT ANIS X 100	No Critico (C)	4	19	11	3	M.C.	7
202	MATE ZURIT MANZANILLA X 25	No Critico (C)	0	8	2	1	M.C.	2
203	TE CANEL/CLAV HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	No Critico (C)	0	3	0	1	M.C.	1
204	TE MC COLLINS CAN.CLAV 25 SB.	No Critico (C)	0	82	13	47	M.C.	54
205	TE MC COLLINS CANELA Y CLAVO X 100SB	No Critico (C)	86	319	105	351	M.C.	361
206	TE MC COLLINS PURO X 25SB	No Critico (C)	2	356	22	127	M.C.	137
207	TE MC COLLINS PURO X100SB	No Critico (C)	0	126	87	168	M.C.	212
208	TE PURO HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	No Critico (C)	0	122	3	1	M.C.	3
209	TE ZURIT CANELA CLAVO X 100 SB	No Critico (C)	0	10	9	11	M.C.	16
210	MERMELADA 12 X 320 GR. (VASO)	No Critico (B)	185	252	228	202	M.C.	224
211	MERMELADA A1 X 1K	No Critico (C)	33	25	22	18	M.C.	13
212	MERMELADA COMPASS 6X1 KG.	No Critico (C)	5	11	18	28	M.C.	35

213	MERMELADA COMPASS POTE 12X350GR (PLAS)	No Critico (C)	0	7	9	11	M.C.	16
214	MERMELADA DOYPAK FANNY 8X800 GR	No Critico (C)	0	14	32	87	M.C.	103
215	MERMELADA FANNY 6X1 KG	No Critico (B)	174	360	289	740	M.C.	798
216	MERMELADA FLORIDA 6X1 KG.	No Critico (C)	0	0	3	6	M.C.	8
217	MERMELADA FLORIDA DULCERAS 12X250GR	No Critico (C)	0	15	11	7	M.C.	13
218	MERMELADA FLORIDA GOURMET 12X560GR	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
219	MERMELADA FLORIDA POTE 12X350GR (PLAS)	No Critico (C)	0	3	1	2	M.C.	3
220	MERMELADA GLORIA 6 X 1KG	No Critico (C)	38	59	61	94	M.C.	106
221	MERMELADA GLORIA POTE 12X350ML	No Critico (B)	54	22	16	1	M.C.	1
222	MERMELADA HOJA REDONDA FRESA 6 X 1 KG.	No Critico (C)	0	3	4	12	M.C.	14
223	ARUBA REFRES.CITRUS PUNCH 12 X 500ML	No Critico (C)	0	0	88	80	M.C.	124
224	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR 24X822	No Critico (C)	66	94	101	102	M.C.	120
225	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR FANNY 24X820	No Critico (C)	81	217	124	125	M.C.	147
226	NECTAR GLORIA 12 X 1 LITRO	No Critico (A)	257	194	593	341	M.C.	509
227	NECTAR GLORIA 200ML.X 24TTP	No Critico (A)	76	117	344	414	M.C.	548
228	CONS. DESMENUZADO PESCADO CAMPOMAR 24 X 170GR	No Critico (B)	0	4	0	46	M.C.	46
229	CONS. FILETE DE ATUN A-1 48 X 170 GR	No Critico (B)	0	0	7	2	M.C.	6
230	CONS. FILETE DE ATUN BAYOVAR 48 X 170 GR	No Critico (B)	4	10	14	1	M.C.	6
231	CONS. FILETE DE ATUN CAMPOMAR 24 X 170 GR	No Critico (B)	26	11	34	71	Prom	36
232	CONS. FILETE DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	No Critico (B)	19	39	58	33	Prom	37
233	CONS. FILETE DE ATUN FANNY OLIVA 50X125GR	No Critico (B)	0	0	0	3	M.C.	3
234	CONS. FILETE DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	No Critico (B)	15	21	1	15	M.C.	8
235	CONS. SOLIDO DE ATUN CAMPOMAR X 24 UND	No Critico (B)	13	11	9	16	M.C.	14
236	CONS. SOLIDO DE ATUN GLORIA 48 X 184 GR.	No Critico (B)	3	0	1	3	M.C.	2
237	CONS. SOLIDO DE CABALLA A-1 48 X 170GR	No Critico (B)	0	3	4	5	M.C.	7
238	CONS. SOLIDO DE CABALLA CAMPOMAR 24 X 170GR	No Critico (B)	0	7	4	8	M.C.	10
239	CONS. SOLIDO DE JUREL A1 48 X 184 GR.	No Critico (B)	0	11	1	3	M.C.	4
240	CONS. TROZOS DE ATUN CAMP 48 X 170 GR	No Critico (B)	7	24	55	52	M.C.	76
241	CONS. TROZOS DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	No Critico (B)	7	14	29	23	M.C.	34
242	CONS. TROZOS DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	No Critico (B)	1	6	4	7	M.C.	9
243	CONS. TROZOS DE CABALLA A-1 48 X 170 GR	No Critico (B)	0	1	11	10	M.C.	16
244	CONS. TROZOS DE JUREL A-1 48 X 170 GR	No Critico (B)	1	3	1	1	M.C.	1
245	CONS. TROZOS DE PESCADO A1 48 X 170 GR	No Critico (B)	0	4	4	1	M.C.	3
246	CONS. TROZOS DE PESCADO CAMP 24 X 170 GR	No Critico (B)	9	30	27	24	M.C.	33
247	ENTERO PESCADO TOMATE OVAL 12UN.CAJ	No Critico (C)	0	0	0	14	M.C.	14
248	GRAT. ANCHOVETA A-1 48 X 170 GR.	No Critico (B)	1	152	70	30	M.C.	65
249	GRAT. ANCHOVETA ANCHOMAR 48 X 160 GR.	No Critico (B)	1	0	6	4	M.C.	7
250	GRAT. ANCHOVETA CARIOCA 48 X 170 GR.	No Critico (B)	2	0	17	11	M.C.	19
251	GRAT. DE ATUN A-1 48 X 170 GR.	No Critico (B)	0	13	50	37	M.C.	62
252	GRAT. DE CABALLA GLORIA 48 X 170 GR.	No Critico (B)	33	10	46	3	M.C.	10
253	GRAT. DE PESCADO A-1 48 X 170 GR.	No Critico (B)	6	4	5	6	M.C.	6
254	GRAT. DE PESCADO PERFECTA 48 X 170 GR.	No Critico (B)	56	13	18	26	M.C.	7
255	GRAT. JUREL AGUA Y SAL GLORIA 48 X 170 GR.	No Critico (B)	45	18	5	2	M.C.	2

256	GRATED DE ATUN MAR BRAVA 48 X 170GR	No Critico (B)	0	0	0	7	M.C.	7
257	JUGO COCKTAIL DE FRUTAS 24X 820 GR.	No Critico (B)	18	35	14	12	M.C.	10
258	JUGO DE PIÑA EN RODAJAS X 560 GR.	No Critico (B)	204	455	234	423	M.C.	438
259	GALL. AGUA X 3 K.	No Critico (A)	123	486	443	412	M.C.	572
260	GALL. CREAM CRACKER 24 X 316 GR.	No Critico (C)	378	315	316	221	M.C.	190
261	GALL. CREAM CRACKER 60PQT/75GR.	No Critico (C)	0	0	0	5	M.C.	5
262	GALL. OREO 6X43G.	No Critico (B)	627	897	187	496	M.C.	276
263	GALL. SODA FIELD AGUA (X6)	No Critico (B)	94	36	23	8	M.C.	8
264	GALL. SODA-V FIELD (X6)	No Critico (A)	1788	1523	2343	1,334	M.C.	1612
265	GALL. SURTIDA COSTA X 425GR.	No Critico (A)	0	465	54	681	M.C.	708
266	GALL. VI.CASINO X 6PQT SIXPAK	No Critico (A)	209	258	304	324	M.C.	372
267	GALL. VICT.TENTACION CHOCOLATE X6	No Critico (A)	501	687	252	325	M.C.	201
268	GALL. VICT.TENTACION COCO X6	No Critico (B)	125	107	39	37	M.C.	37
269	GALL. VICT.TENTACION NARANJA X6	No Critico (B)	376	422	103	157	M.C.	21
270	GALL. VICT.TENTACION VAINILLA X6	No Critico (B)	251	312	27	40	M.C.	40
271	GALL. WAFER BAUDUCCO 24 X 140GR	No Critico (C)	0	16	17	56	M.C.	65
272	GALL. WAFER BETITO 50 UNID	No Critico (B)	7	6	11	25	M.C.	27
273	GALL. WAFER BETITO X 1 KILO	No Critico (C)	0	2	15	165	M.C.	173
274	GALL. WAFER BETITO X 1.5 KILO	No Critico (B)	0	3	269	347	M.C.	482
275	GALL. WAFER BETITO X 3 KILO	No Critico (C)	0	0	2	1	M.C.	2
276	GALL. WAFER CORONITA 48 X 72 GR	No Critico (C)	0	0	1	3	M.C.	4
277	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	Critico	1111	2589	2901	3,407	M.C.	4302
278	GALLETAS DUCALES X 24 PACK	No Critico (B)	0	0	0	3	M.C.	3
279	FLAN NEGRITA 12 X 100 GR.	No Critico (B)	0	0	5	25	M.C.	28
280	FLAN ROYAL 12 X 110 GR.	No Critico (C)	27	29	4	24	M.C.	13
281	GELATINA NEGRITA 200G.X 12UND	No Critico (A)	0	16	292	358	M.C.	504
282	GELATINA ROYAL 48 X 180 GR.	No Critico (B)	13	58	96	72	M.C.	114
283	GELATINA TEMPORAL 20 X 250 GR.	No Critico (B)	0	0	15	80	M.C.	88
284	GELATINA TEMPORAL 40 X 250 GR.	No Critico (A)	0	34	22	13	M.C.	24
285	PUDIN NEGRITA 12 X 145 GR.	No Critico (B)	8	0	1	50	M.C.	47
286	ARUBA REFRES. 4 X 3 LT.	No Critico (B)	0	0	31	15	M.C.	31
287	ARUBA REFRES. 6 X 1.5LT	No Critico (B)	0	0	7	5	M.C.	9
288	CHICHA MORADA LIQUIDO 12 X 400 ML.	No Critico (B)	0	0	0	5	M.C.	5
289	REF. NEGRITA 12 X 15 GR.	No Critico (C)	13	767	187	456	M.C.	543
290	REF. NEGRITA 18 X 15 GR.	No Critico (C)	206	24	2	1	M.C.	1
291	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 4X2LT.	No Critico (B)	0	0	0	5	M.C.	5
292	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 600ML X6	No Critico (B)	0	0	0	5	M.C.	5
293	TAMPICO REF. PUNCH 12 X 500ML	No Critico (C)	0	0	0	15	M.C.	15
294	TAMPICO REF. PUNCH 2 X 3.78LT. GAL	No Critico (B)	0	0	0	5	M.C.	5
295	TAMPICO REF. PUNCH 4 X 3LT.	No Critico (C)	0	0	0	5	M.C.	5
296	FREJOL CANARIO X 1 KL	No Critico (C)	3	0	0	50	M.C.	49
297	LENTEJA HOJA RED. 25UN X 500GR	No Critico (B)	6	9	23	8	M.C.	17
298	LENTEJA TEMPORAL X 20 UND.	No Critico (C)	15	0	32	22	M.C.	31

299	LENTEJA X 1 KG	No Critico (C)	0	0	23	50	M.C.	62
300	MAIZ TOSTADO X 1KL	No Critico (C)	0	0	0	50	M.C.	50
301	PALLAR X 1 KL	No Critico (C)	8	0	14	50	M.C.	53
302	POP CORN COSTEÑO 12UNI X 500GR	No Critico (C)	1	9	1	2	M.C.	2
303	POP CORN PAISANA 24 X 500GR	No Critico (B)	4	10	4	9	M.C.	9
304	ALGARROBINA X 400 GR	No Critico (C)	58	0	1	14	M.C.	14
305	ARTPOP DULCE X24 X100 GR	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
306	ARTPOP MANTEQUILLA X24 X100 GR	No Critico (C)	0	0	10	1	M.C.	6
307	ARTPOP NATURAL X24 X100 GR	No Critico (C)	0	0	9	3	M.C.	8
308	ARTPOP SUPER MANTEQUILLA X24 X100 GR	No Critico (C)	0	0	7	1	M.C.	5
309	CREMA DE CHAMPIÑON 12 X 72 GR.	No Critico (C)	11	8	13	19	M.C.	20
310	CREMA DE ESTARRAGOS 12 X 68 GR.	No Critico (C)	27	39	16	20	M.C.	15
311	CREMA TARI 85GR. X 24UND	No Critico (C)	0	0	23	20	M.C.	32
312	KETCHUP BDE X 20 KG	No Critico (C)	0	2	10	19	M.C.	24
313	MAGGI CALDO CARNE 24 X 21 GR	No Critico (C)	42	50	25	83	M.C.	75
314	MAGGI CALDO GALLINA 24 X 21 GR	No Critico (C)	55	155	39	139	M.C.	131
315	MAYONESA A LA CENA 12 X 500 CC.	No Critico (B)	27	67	48	97	M.C.	108
316	MAYONESA A LA CENA 24 X 100 CC.	No Critico (B)	90	189	85	133	M.C.	131
317	MAYONESA A LA CENA 6 X 1000 CC.	No Critico (B)	19	43	70	58	M.C.	84
318	MILO ACTIGEN-E X 400G + TAZA	No Critico (C)	0	0	101	233	M.C.	284
319	MOSTASA BDE X 20 KG	No Critico (C)	0	0	10	15	M.C.	20
320	PALLAR	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
321	POLVO DE HORNEAR ROYAL 20 X 20 GR	No Critico (C)	92	0	9	29	M.C.	29
322	SAL 25 X 1 K	No Critico (B)	4	46	87	1,472	Prom	402
323	SALSA ALACENA AJI 12 X 100 CC.	No Critico (C)	4	20	23	1	M.C.	11
324	SALSA ALACENA ROCOTO 12 X 100 CC.	No Critico (C)	31	76	25	48	M.C.	45
325	SILLAO VENTURO 12 X 500 ML	No Critico (C)	9	153	5	33	M.C.	31
326	VINAGRE MARIALE 12 X 500 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
327	VINAGRE VENTURO 12 X 1000 LT.	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
328	VINAGRE VENTURO 12 X 600 ML	No Critico (C)	1	18	6	37	M.C.	40
329	VINAGRE VENTURO BLANCO 12 X 600 ML	No Critico (C)	0	11	13	30	M.C.	37
330	CAFE ALTOMAYO 100 X 2 GR	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
331	CAFE ALTOMAYO X 180 GR	No Critico (C)	13	96	24	76	M.C.	82
332	CAFE ALTOMAYO X 50 GR FRASCO	No Critico (C)	0	16	15	29	M.C.	37
333	CAFE ALTOMAYO X 50 GR OLLITA	No Critico (C)	0	0	22	45	M.C.	56
334	CAFE ECCO X 195 GR.	No Critico (C)	34	297	144	177	M.C.	232
335	CAFE MONACO X 200 GR LATA	No Critico (C)	2	1	0	12	M.C.	11
336	CAFE MONACO X 50 GR VASO	No Critico (B)	2	0	5	24	M.C.	26
337	KIMBO CEBADA X 190 GR FCO.	No Critico (C)	0	34	12	402	M.C.	408
338	NESCAFE TRADICION X 200 GR.	No Critico (B)	242	507	1593	745	Prom	772
339	NESCAFE TRADICION X 200 GR.+ CUCHARA	No Critico (C)	0	18	84	160	M.C.	202
340	NESCAFE TRADICION X 50 GR. FRASCO	No Critico (C)	12	20	10	127	M.C.	126
341	MAZAMORRA NEGRITA 180G X 20UN	No Critico (A)	125	476	254	300	M.C.	365

342	MAZAMORRA NEGRITA DZNO 180G X 20UN	No Critico (C)	43	206	88	127	M.C.	150
343	MAZAMORRA NEGRITA PIÑA 180G X 20UN	No Critico (C)	12	136	82	97	M.C.	132
344	SEMOLA MOLITALIA X 10 KG	No Critico (C)	0	7	16	14	M.C.	22
345	SEMOLA MOLITALIA X 25 KILOS	No Critico (B)	0	112	218	58	M.C.	167
346	SEMOLA NICOLINI 20 X 250 GR.	No Critico (B)	189	147	132	153	M.C.	125
347	SEMOLA NICOLINI X 10 K.	No Critico (A)	119	133	97	196	M.C.	185
348	CARAMELOS BON AMI FRUTA 18 X 100UND	No Critico (B)	2654	1505	4012	70	Prom	2060
349	CARAMELOS BON AMI LICOR 18 X 100UND	No Critico (B)	419	79	416	4	M.C.	3
350	CARAMELOS GLOBO POP X 24UN	No Critico (C)	0	8	5	2	M.C.	5
351	CHOCOLATE SURTIDO MINIS 30 UND	No Critico (C)	0	0	0	25	M.C.	25
352	OLE OLE X 60 UNID.	Critico	0	50	192	4,009	M.C.	1063
353	PRINGLES CEBOLLA X139 GR	No Critico (C)	0	0	0	71	M.C.	71
354	PRINGLES CEBOLLA X40 GR	No Critico (C)	0	0	0	159	M.C.	159
355	PRINGLES ORIGINAL X140 GR	No Critico (B)	0	0	0	373	M.C.	373
356	PRINGLES ORIGINAL X40 GR	No Critico (B)	0	0	0	268	M.C.	268
357	PRINGLES PIZZA X139 GR	No Critico (C)	0	0	0	17	M.C.	17
358	PRINGLES PIZZA X40 GR	No Critico (C)	0	0	0	23	M.C.	23
359	PRINGLES QUESO X139 GR	No Critico (C)	0	0	0	60	M.C.	60
360	PRINGLES QUESO X40 GR	No Critico (C)	0	0	0	108	M.C.	108
361	CEREAL ANG. CHOCK B.DE MAIZ/CHO 140G-30UND.CJ	No Critico (B)	1	14	9	5	M.C.	9
362	CEREAL ANG. COPIX TRIG/CHOC C/MARSH 120GR-30U	No Critico (B)	3	7	6	7	M.C.	9
363	CEREAL ANG. MAX OSIT CHOC/CAN 130G-30UN.CAJ	No Critico (C)	2	6	2	2	M.C.	2
364	CEREAL ANGEL X 140 GR	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
365	CEREAL CORN FLAKES 12 X 500 GR	No Critico (C)	0	3	7	20	M.C.	24
366	CEREAL CORN FLAKES X 200 GR	No Critico (C)	0	0	15	98	M.C.	106
367	CEREAL GRANOLA X 250 GR.	No Critico (C)	0	0	0	20	M.C.	20
368	CEREAL KIWIGEN X 180 GR.	No Critico (C)	0	0	35	195	M.C.	213
369	CEREAL KIWIGEN X 250 GR.	No Critico (C)	94	20	33	129	M.C.	99
370	KIWIGEN CHOC X 400 GR.	No Critico (C)	100	364	445	147	M.C.	320
371	KIWIGEN MACA X 340 GR	No Critico (C)	86	0	10	28	M.C.	10
372	PANETON AMERICA 40 UND.X 100GR	No Critico (C)	0	0	0	10	M.C.	10
373	PANETON AMERICA 6 UND.X 1KG. BOLSA	No Critico (C)	0	0	30	25	M.C.	40
374	PANETON BIMBO BOLSA 6 X 900GR	No Critico (B)	0	25	0	202	M.C.	202
375	PANETON BIMBO CAJA 6 X 1 KG	No Critico (B)	0	0	0	58	M.C.	58
376	PANETON BIMBO CHOCOLATE 12 X 450GR	No Critico (B)	0	0	0	68	M.C.	68
377	PANETON BOUN NATALE 6 X 900 GR	No Critico (A)	106	491	119	850	M.C.	857
378	PANETON BOUN NATALE CAJA 6 X 900GR	No Critico (B)	0	0	0	195	M.C.	195
379	PANETON CIOCCOLATO 12 X 100 GR	No Critico (C)	0	11	1	15	M.C.	16
380	PANETON COSTA BOLSA 6 X 900GR	No Critico (B)	0	0	5	52	M.C.	55
381	PANETON COSTA CAJA 6 X 900GR	No Critico (B)	0	0	196	45	M.C.	143
382	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	Critico	215	762	592	1,438	Cuota	2500
383	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	Critico	31	728	440	1,434	Cuota	2100
384	PANETON DONOFRIO X 900GR LATA	No Critico (A)	0	9	1	303	M.C.	304

385	PANETON GALLUZZO CAJA 6 X 1KG+GALLUZITO	No Critico (C)	0	349	127	1	M.C.	65
386	PANETON GALLUZZO PREMIUN LATA 6 X 1KG	No Critico (C)	0	20	13	1	M.C.	8
387	PANETON GENOVES 8 X 900GR	Critico	0	290	215	2,030	M.C.	2585
388	PANETON GLORIA 6 X 1KG BOLS	No Critico (A)	82	51	107	1,028	M.C.	1041
389	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	Critico	10	351	247	1,367	M.C.	1486
390	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	Critico	14	30	251	652	M.C.	771
391	PANETON TODINNO 6 X 900G BOLSA	No Critico (B)	0	28	35	149	M.C.	167
392	PANETON TODINNO GRAN ALMENDRADO 6 X 1KG	No Critico (C)	491	211	86	40	M.C.	40
393	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	Critico	12497	10099	14397	2,210	Cuota	6500
394	PANETON WINTER 6 X 900G BOLSA	No Critico (B)	0	0	0	126	M.C.	126
395	PANETON WINTER 6 X 900G. CAJA	No Critico (B)	0	98	23	87	M.C.	99
396	PANETON WINTER 6 X 900G. LATA	No Critico (B)	0	0	1	1	M.C.	2
397	CAÑIHUACO X 10 KG	No Critico (B)	0	0	9	19	M.C.	24
398	FOSFORO LLAMA 100 X 10	No Critico (B)	0	0	0	10	M.C.	10
399	MAIZ MORADO	No Critico (C)	0	0	0	40	M.C.	40
400	MAIZENA X 25 K.	No Critico (C)	85	89	7	4	M.C.	4
401	MANDIOCA X 25KG	No Critico (C)	0	0	0	4	M.C.	4
402	POP CORN	No Critico (C)	0	0	0	45	M.C.	45
403	RED BULL ENERGY DRINK 24 X 250ML	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
404	LICOR BLUE CURACAO X 750ML	No Critico (C)	0	0	0	5	M.C.	5
405	LICOR DE ALMENDRAS X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
406	LICOR PERFECTO AMOR X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	4	M.C.	4
407	PISCO ACHOLADO MINIATURA X 50ML	No Critico (C)	0	0	0	30	M.C.	30
408	PISCO ALFERADO 12 X 750 ML	No Critico (B)	1	5	14	10	M.C.	17
409	PISCO ALFERADO MENTA X 750	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
410	PISCO ALFERADO UVA X 2LITROS	No Critico (C)	0	0	1	22	M.C.	23
411	PISCO ALFERADO UVA X 4LITROS	No Critico (B)	0	0	2	145	M.C.	146
412	PISCO BIONDI ACHOLADO X 500 ML.	No Critico (C)	0	0	4	25	M.C.	27
413	PISCO BIONDI ITALIA X 500 ML.	No Critico (C)	2	3	11	17	M.C.	22
414	PISCO BIONDI QUEBRANTA X 500 ML.	No Critico (C)	0	0	0	7	M.C.	7
415	PISCO DE LOS REYES 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	3	4	9	M.C.	11
416	PISCO DON STGO MOSTO VERD ITALIA X 500 C	No Critico (C)	0	4	7	7	M.C.	11
417	PISCO DON STGO MOSTO VERD QUEBRANTA X 500 C	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
418	PISCO DON STGO MOSTO VERD TORONTEL X 500 C	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
419	PISCO DON VENEDICTO ACHOLADO X 500 CC	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
420	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO 12 X 750ML	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
421	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA 12 X 750ML	No Critico (B)	0	0	1	1	M.C.	2
422	PISCO FINCA ROTONDO QUEB 12 X 750ML	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
423	PISCO ITALIA MINIATURA X 50ML	No Critico (C)	0	0	0	20	M.C.	20
424	PISCO NAJAR ACHOLADO X 500 ML.	No Critico (C)	3	6	9	14	M.C.	17
425	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
426	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
427	PISCO NAJAR ITALIA X 500 CC	No Critico (C)	0	0	1	14	M.C.	15

428	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
429	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	No Critico (A)	0	0	0	1	P.S.	1
430	PISCO NAJAR QUEBRANTA X 500 CC	No Critico (C)	0	0	8	12	M.C.	16
431	PISCO OCUCAJE ACHOL. CHALAN X 375ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
432	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	No Critico (A)	0	6	49	81	M.C.	106
433	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	No Critico (A)	0	0	0	3	M.C.	3
434	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 4000 ML	No Critico (B)	0	4	6	55	M.C.	58
435	PISCO OCUCAJE HUACO X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
436	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	No Critico (A)	0	0	24	30	M.C.	42
437	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC	No Critico (A)	0	0	1	2	M.C.	3
438	PISCO OCUCAJE ITALIA CHALAN X 375ML	No Critico (C)	0	0	0	8	M.C.	8
439	PISCO OCUCAJE QUEBR.CHALAN X 375ML	No Critico (C)	0	0	0	7	M.C.	7
440	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	No Critico (A)	0	15	68	31	M.C.	65
441	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
442	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 4 LITROS	No Critico (C)	0	3	4	13	M.C.	15
443	PISCO OCUCAJE SELEC.PURO QUEBR. 750ML.BOT.	No Critico (C)	0	0	0	5	M.C.	5
444	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ACHOLADO+OFERTA	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
445	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ITALIA+OFERTA	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
446	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS QUEBRANTA+OFERTA	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
447	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.38°+SHOT 750ML.BOT.	No Critico (C)	0	0	1	4	M.C.	5
448	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.41°+SHOT 750ML.BOT.	No Critico (C)	0	0	0	4	M.C.	4
449	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.44°+SHOT 750ML.BOT.	No Critico (C)	0	0	0	4	M.C.	4
450	PISCO PURO ANDARIEGO X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
451	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
452	PISCO QUEBRANTA MINIATURA X 50ML	No Critico (C)	0	7	11	31	M.C.	37
453	PISCO REY DE MAJES 12 X 750CC	No Critico (B)	0	36	14	65	M.C.	72
454	PISCO REY DE MAJES X 4LITROS	No Critico (C)	0	14	8	40	M.C.	44
455	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
456	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
457	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	No Critico (A)	56	115	151	228	M.C.	276
458	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 2 LT.	No Critico (C)	0	8	51	13	M.C.	39
459	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 4 LT.	No Critico (C)	0	0	1	17	M.C.	18
460	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	No Critico (A)	15	13	9	20	M.C.	17
461	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	No Critico (A)	72	396	177	217	M.C.	270
462	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 2 LT.	No Critico (C)	0	47	40	12	M.C.	32
463	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 4 LT.	No Critico (C)	0	0	7	23	M.C.	27
464	PISCO SAN ANDRES ACHOLADO 12X750ML	No Critico (B)	0	0	3	8	M.C.	10
465	PISCO SAN VALENTIN 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	32	15	105	M.C.	113
466	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	No Critico (A)	3	1	0	1	M.C.	1
467	PISCO SOL DE ICA X 750CC + EVERESS	No Critico (C)	0	1	0	3	M.C.	3
468	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	60	114	143	M.C.	200
469	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 24 X 250 CC	No Critico (B)	0	0	0	3	M.C.	3
470	PISCO SOL DE VITOR PURO 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	1	8	5	M.C.	9

471	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	Critico	137	320	461	367	Cuota	1800
472	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.+PETACA X 125CC	No Critico (A)	38	44	26	8	M.C.	2
473	PISCO VARGAS 24 X 250 CC.	No Critico (B)	11	1	21	36	M.C.	41
474	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	No Critico (A)	4	5	71	20	M.C.	54
475	PISCO VARGAS ACHOLADO+JARABE X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	7	M.C.	7
476	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	No Critico (A)	1	2	13	4	Prom	5
477	PISCO VARGAS ITALIA+JARABE X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	8	M.C.	8
478	PISCO VARGAS PETACA X 125 CC	No Critico (C)	0	13	15	26	M.C.	34
479	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	No Critico (A)	4	8	16	5	Prom	8
480	PISCO VARGAS QUEBRANTA+JARABE X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
481	PISCO VARGAS X 187.5 ML.	No Critico (C)	0	39	15	118	M.C.	126
482	PISCO VARGAS X 2 LITROS	No Critico (C)	0	126	21	65	M.C.	76
483	PISCO VARGAS X 4000 ML.	No Critico (B)	0	0	142	194	M.C.	265
484	PISCO VARGAS X 500 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
485	PISCO VARGAS X 750CC. + 187.5ML. OFERTA	No Critico (B)	0	0	0	406	M.C.	406
486	PISCO VARGAS X 750ML+COPA	No Critico (C)	0	0	0	20	M.C.	20
487	PISCO VIEJO TONEL ACHOLADO X500ML	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
488	PISCO VIEJO TONEL ALBILLA X500ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
489	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO ACHO. X500ML	No Critico (B)	0	0	0	2	M.C.	2
490	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO QUEBR. X500ML	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
491	PISCO VIEJO TONEL ITALIA X500ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
492	PISCO VIEJO TONEL MOLLAR X500ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
493	PISCO VIEJO TONEL MOSCATEL X500ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
494	PISCO VIEJO TONEL MOSTO VERDE QUEBR X500ML	No Critico (B)	0	0	0	3	M.C.	3
495	PISCO VIEJO TONEL QUEBRANTA X500ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
496	PISCO VIÑA DEL PRADO ACHOL. 12 X 500 CC	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
497	PISCO VIÑA VITOR ACHOLADO 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
498	PISCO VIÑA VITOR PURO 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	2	M.C.	2
499	PISCO VOGOÑA ACHOLADO 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
500	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 750 ML.	No Critico (B)	1	3	3	148	M.C.	149
501	PISCO VOGOÑA UVA ITALIA 12 X 750CC	No Critico (A)	5	0	3	294	M.C.	293
502	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 1 LITRO.	No Critico (C)	0	15	6	4	M.C.	7
503	PISCO VOGOÑA LIMON 12 X 750	No Critico (B)	1	0	4	214	M.C.	216
504	VINO INTIPALKA SAUVIGNON 6 X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
505	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	No Critico (A)	0	24	0	2	M.C.	2
506	RON BACARDI ORO X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
507	RON CABO BLANCO DORADO 12 X 750 CC	No Critico (B)	6	58	59	207	M.C.	234
508	RON CABO BLANCO DORADO+PETACA 12X750 CC	No Critico (B)	0	0	0	45	M.C.	45
509	RON CABO BLANCO LIMON 12 X 750 ML	No Critico (B)	0	0	3	7	M.C.	9
510	RON CABO BLANCO RESERVA X 12	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
511	RON CARTAVIO AÑEJO 5 AÑOS 12X750 CC	No Critico (A)	0	0	0	2	M.C.	2
512	RON CARTAVIO BCO 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	3	M.C.	3
513	RON CARTAVIO BLACK 12 X 1000 ML.	No Critico (B)	63	184	72	198	M.C.	203

514	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	No Critico (A)	71	124	116	545	M.C.	568
515	RON CARTAVIO SUPERIOR 24 X 200 CC.	No Critico (B)	9	23	23	123	M.C.	130
516	RON CARTAVIO SUPERIOR X 125ML.	No Critico (C)	0	36	4	73	M.C.	75
517	RON CARTAVIO XO 750 ML+ESTUCHE	No Critico (B)	0	0	0	4	M.C.	4
518	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 350 CC BLANCO	No Critico (C)	0	2	3	10	M.C.	12
519	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 750 CC	No Critico (C)	0	5	44	53	M.C.	75
520	RON KANKUN CHATA 24 X 350 CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
521	RON KANKUN LIMON 12 X 500 CC	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
522	RON POMALCA RUBIO 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
523	RON SOLERA X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	12	M.C.	12
524	VINO BORGOÑA NAJAR 12 X 750CC	No Critico (B)	0	0	5	5	M.C.	8
525	VINO CLOSS 12 X 1 LT	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
526	VINO COLECCIÓN RUBINI X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
527	VINO INTIPALKA CHARDONNAY 6 X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
528	VINO INTIPALKA MALBEC 6 X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
529	VINO INTIPALKA RESERVA CS/PETIT VERDOT 6X750	No Critico (A)	0	0	0	2	M.C.	2
530	VINO INTIPALKA RESERVA CS/SYRAH 6 X 750	No Critico (A)	0	0	0	2	M.C.	2
531	VINO INTIPALKA RESERVA MALBEC/MERLOT 6 X 750	No Critico (A)	0	0	0	2	M.C.	2
532	VINO INTIPALKA SYRAH 6 X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
533	VINO INTIPALKA TAN NAT 6 X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
534	VINO OCUCAJE ABUELO 12 X 750 CC.	No Critico (C)	0	11	15	34	M.C.	42
535	VINO OCUCAJE BORGOÑA 12 X 750 CC.	No Critico (B)	0	3	9	10	M.C.	15
536	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	No Critico (A)	2	4	7	8	M.C.	11
537	VINO OCUCAJE FOND DE CAVE 12 X 750 CC	No Critico (B)	2	0	5	2	M.C.	4
538	VINO POBLETE GRAN BORGOÑA X 750 ML	No Critico (C)	0	3	1	12	M.C.	13
539	VINO RESERVADO CAMERE 12X750ML	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
540	VINO REY DE MAJES X 4LITROS	No Critico (C)	0	6	4	22	M.C.	24
541	VINO REYNOSO BORGOÑA 12 X 750CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
542	VINO REYNOSO FUZION 12 X 750CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
543	VINO S. QUEI BARBERA BORGOÑA 12 X 750 CC	No Critico (C)	0	1	1	9	M.C.	10
544	VINO S. QUEI BLANCO S.S. RESERVA 12 X 750 CC.	No Critico (C)	0	3	2	7	M.C.	8
545	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	Critico	247	440	265	375	Cuota	600
546	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 2 LITROS	No Critico (B)	194	304	312	232	M.C.	291
547	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 4.05 LITROS	No Critico (C)	0	0	6	15	M.C.	18
548	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	Critico	140	648	111	340	Cuota	600
549	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 2 LITROS	No Critico (B)	175	257	128	166	M.C.	143
550	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 4.05 LITROS	No Critico (C)	0	0	2	17	M.C.	18
551	VINO S. QUEI MALBEC 12 X 750ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
552	VINO S. QUEI MOSCATO 12 X 750 CC.	No Critico (C)	1	1	3	8	M.C.	9
553	VINO S. QUEI MOSCATO BLANCO 12 X 750 CC.	No Critico (C)	0	0	4	3	M.C.	5
554	VINO S. QUEI OPORTO 12 X 750 CC.	No Critico (C)	2	0	2	3	M.C.	3
555	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	Critico	287	362	157	323	Cuota	600
556	VINO S. QUEI ROSE SHIRAZ 12 X 750 CC.	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1

557	VINO S. QUEI ROSE X 2 LITROS	No Critico (B)	137	383	131	270	M.C.	267
558	VINO S. QUEI ROSE X 4.05 LITROS	No Critico (C)	0	0	2	5	M.C.	6
559	VINO S. QUEI SAUVIGNON BLANC 12 X 750 CC.	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
560	VINO S. QUEI SHIRAZ 12 X 750 CC.	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
561	VINO S. QUEI SIGLO XVI 12 X 750 CC.	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
562	VINO S. QUEI TANNAT 12 X 750ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
563	VINO SOCABON DAMA JUANA 4LTS	No Critico (C)	0	0	3	16	M.C.	18
564	VINO TABERNERO BORGOÑA 12 X 750 CC	No Critico (C)	0	2	5	26	M.C.	29
565	VINO TABERNERO GRAN BLANCO 12X750	No Critico (C)	1	5	4	5	M.C.	7
566	VINO TABERNERO GRAN ROSE AFRUTADO 2005 12X750	No Critico (C)	0	0	0	8	M.C.	8
567	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	No Critico (A)	1	1	1	3	M.C.	3
568	VINO TACAMA GRAN BLANCO 12 X 750 CC	No Critico (C)	0	22	23	19	M.C.	31
569	VINO TACAMA GRAN TINTO 12 X 750CC.	No Critico (B)	82	73	51	77	M.C.	62
570	VINO TACAMA ROSE 12 X 750CC.	No Critico (B)	18	38	42	52	M.C.	64
571	VINO TACAMA SELECCION ESPECIAL 750ML	No Critico (C)	0	0	0	7	M.C.	7
572	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA S/S X 750CC+COPA	No Critico (A)	0	85	102	738	M.C.	789
573	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA TINTO X 187 CC	No Critico (C)	10	0	3	25	M.C.	22
574	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
575	VINO VIÑA VIEJA MOSCATO X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
576	VINO VIÑA VIEJA ROSE S/S X 750CC+COPA	No Critico (C)	0	0	1	17	M.C.	18
577	CHAMPAN CABALO VIEJO 12 X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
578	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	Critico	124	356	489	348	M.C.	531
579	CHAMPAN EMPERADOR 12 X 750 ML	No Critico (A)	0	0	0	50	M.C.	50
580	CHAMPAN NAPOLEON 12 X 750	No Critico (A)	43	27	33	51	M.C.	46
581	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	Critico	178	203	286	539	Cuota	800
582	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADONA 12 X 750 CC.	No Critico (A)	18	15	82	24	M.C.	56
583	CHAMPAN TABERNERO ESPECIAL 12 X 750 CC.	No Critico (B)	18	68	20	56	M.C.	57
584	CHAMPAN TACAMA BRUT 12 X 750 CC	No Critico (C)	5	0	1	6	M.C.	4
585	CHAMPAN TACAMA S/S 12 X 750 CC	No Critico (C)	20	2	4	3	M.C.	3
586	CHAMPAN TENTACION 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
587	ANIS ALFERADO 12 X 750ML	No Critico (B)	0	0	1	5	M.C.	6
588	ANIS NAJAR CREMA 24 X 125 ML.	No Critico (B)	1	0	1	2	M.C.	2
589	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL 12 X 750 ML	No Critico (B)	0	0	4	3	M.C.	5
590	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL X 500 ML.	No Critico (C)	11	0	1	18	M.C.	13
591	ANIS NAJAR SECO 12 X 500 ML.	No Critico (B)	0	0	0	6	M.C.	6
592	ANIS NAJAR SECO 12 X 750 ML.	No Critico (B)	2	18	23	85	M.C.	96
593	ANIS NAJAR SECO 24 X 125 ML.	No Critico (B)	2	0	0	8	M.C.	7
594	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 125 ML	No Critico (C)	0	0	0	13	M.C.	13
595	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 750 ML	No Critico (C)	12	0	23	41	M.C.	47
596	ANIS NAJAR SEMIDULCE 12 X 500 ML.	No Critico (B)	1	0	0	1	M.C.	1
597	ANIS NAJAR+OFERT 2 X 500 CC	No Critico (C)	0	0	0	23	M.C.	23
598	ANIS SAN ANDRES 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
599	VODKA 3XXX DURAZNO 6 X 1800 ML	No Critico (C)	0	23	31	166	M.C.	182

600	VODKA 3XXX LIMON 6 X 1800 ML	No Critico (C)	0	3	0	11	M.C.	11
601	VODKA 3XXX MARACUYA 6 X 1800 ML	No Critico (C)	0	9	0	37	M.C.	37
602	VODKA RUSSKAYA 12 X 750 ML.	No Critico (B)	0	18	10	37	M.C.	42
603	VODKA RUSSKAYA+PETACA 12X750 ML.	No Critico (B)	0	2	0	8	M.C.	8
604	VODKA STOLICHNAYA 12X750	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
605	CREMA DE CAFÉ COLOMBIA X 700 CC	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
606	CREMA DE MENTA COLOMBIA X 700 CC	No Critico (A)	0	0	0	1	M.C.	1
607	CREMA DE PISCO PAZ SOLDAN MISKY X 750 CC.	No Critico (C)	0	0	1	8	M.C.	9
608	CREMA DE RON BAILEYS X 750 CC	No Critico (C)	0	0	4	12	M.C.	14
609	JARABE DE GOMA BUENA BENTURA 12 X 750 CC	No Critico (B)	0	2	0	1	M.C.	1
610	JARABE DE GOMA CHEVALIER X 750 CC	No Critico (B)	0	12	55	261	M.C.	289
611	JARABE DE GOMA DELBAR 12X500ML	No Critico (C)	0	0	0	18	M.C.	18
612	WHISKY CHIVAS REGAL X 750 ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
613	WHISKY YONY WALKER X 750 CC	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
614	CIGARRO HAMILTON X 10	No Critico (C)	0	55	40	122	M.C.	142
615	CIGARRO HAMILTON X 20	No Critico (C)	80	34	261	199	M.C.	290
616	AMARGO DE ANGOSTURA WISLAM X 75 CC.	No Critico (B)	2	0	0	8	M.C.	7
617	COÑAC X 125 CC	No Critico (B)	0	0	11	24	M.C.	30
618	DESTILADO MARQUEZ PAZ SOLDAN 12X750ML	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
619	SANGRIA S. QUEIROLO 6 X 1 LITRO	No Critico (C)	0	0	3	7	M.C.	9
620	DET. ACE 30 X 360 GR	No Critico (C)	2	25	4	1	M.C.	2
621	DET. ACE 4500GR. X 4UND	No Critico (B)	0	0	0	3	M.C.	3
622	DET. ACE X 15 X 900 GR.	No Critico (B)	4	6	28	25	M.C.	37
623	DET. ACE X 2500 GR.	No Critico (C)	2	19	14	38	M.C.	44
624	DET. ARIEL 120 X 85 GR	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
625	DET. ARIEL 30 X 360 GR	No Critico (B)	1	27	1	1	M.C.	1
626	DET. ARIEL 60 X 160 GR.	No Critico (B)	3	3	1	3	M.C.	2
627	DET. ARIEL 7 X 2500 GR	No Critico (B)	0	0	14	6	M.C.	13
628	DET. ARIEL X 15 X 900 GR	No Critico (B)	4	27	37	63	M.C.	80
629	DET. ARIEL X 2600 GR	No Critico (C)	16	129	94	57	M.C.	96
630	DET. ARIEL X 4500 GR	No Critico (C)	0	0	0	19	M.C.	19
631	DET. BOLIVAR FLORAL 15 X 900 GR	No Critico (B)	14	56	31	44	M.C.	53
632	DET. BOLIVAR FLORAL 30 X 360 GR	No Critico (B)	12	9	45	35	M.C.	52
633	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 160 GR	No Critico (B)	0	0	0	13	M.C.	13
634	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 200 GR	No Critico (B)	35	59	5	14	M.C.	14
635	DET. BOLIVAR FLORAL X 2600 GR	No Critico (B)	115	153	26	41	M.C.	41
636	DET. BOLIVAR LIMON 15 X 900 GR	No Critico (B)	14	30	21	26	M.C.	30
637	DET. BOLIVAR LIMON 30 X 360 GR	No Critico (B)	12	16	29	22	M.C.	31
638	DET. BOLIVAR LIMON 60 X 160 GR	No Critico (B)	0	30	0	8	M.C.	8
639	DET. BOLIVAR LIMON X 2600 GR	No Critico (B)	34	83	13	25	M.C.	15
640	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	No Critico (B)	172	35	0	148	M.C.	62
641	DET. FLASH 48 X 200 GR	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
642	DET. MARCELLA F. 360 GR X 30 UND	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1

643	DET. MARCELLA F. 60 X 160 GR.	No Critico (B)	0	5	60	120	M.C.	150
644	DET. MARCELLA F. 850 GR X 15 UND	No Critico (C)	0	0	0	18	M.C.	18
645	DET. OPAL BIO CRISTAL X 60 X 160 GR	No Critico (C)	0	1	24	17	M.C.	29
646	DET. OPAL X 15 X 850 GR	No Critico (C)	1	2	2	13	M.C.	14
647	DET. OPAL X 30 X 360 GR	No Critico (C)	1	0	0	6	M.C.	6
648	DET. SAPOLIO 60 X 160 GR.	No Critico (C)	8	65	106	1	M.C.	50
649	JABON BOLIVAR 48 X 260 GR.	No Critico (A)	93	137	88	123	M.C.	121
650	JABON BOLIVAR BEBE 48 X 260GR.	No Critico (B)	11	5	6	13	M.C.	11
651	JABON BOLIVAR LIMON 48 X 260 GR.	No Critico (B)	10	0	9	7	M.C.	7
652	JABONC. HENO DE PRAVIA 36 X 175 GR	No Critico (C)	0	4	0	24	M.C.	24
653	JABONC. PROTEX 12 X 130 GR.	No Critico (C)	18	10	7	6	M.C.	1
654	JABONC. REXONA 12 X 150 GR	No Critico (C)	0	1	0	2	M.C.	2
655	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 24 X 12 ML	No Critico (C)	8	65	20	19	M.C.	25
656	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 48 X 12 ML	No Critico (C)	0	27	23	2	M.C.	14
657	SHAMPU ANUA HIDRAT.INT 12X400CC	No Critico (C)	7	2	4	7	M.C.	6
658	SHAMPU ANUA NUT.CLASICA 12X400CC	No Critico (C)	3	5	4	2	M.C.	3
659	SHAMPU CLEAR HOMBRE X 400ML	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
660	SHAMPU CLEAR MUJER X 200ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
661	SHAMPU CLEAR MUJER X 400ML	No Critico (C)	0	0	0	6	M.C.	6
662	SHAMPU EGO MEN BLACK CJ X 36 TIRAS	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
663	SHAMPU EGO MEN BLACK X 230 ML	No Critico (C)	0	4	22	43	M.C.	54
664	SHAMPU H&S AC HUMECTANTE X 700 ML	No Critico (C)	0	3	12	30	M.C.	36
665	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 400 ML	No Critico (C)	0	2	5	25	M.C.	28
666	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 700 ML	No Critico (C)	0	6	22	96	M.C.	107
667	SHAMPU H&S HUMECTA X 400 ML	No Critico (C)	0	3	7	15	M.C.	19
668	SHAMPU H&S LIMP RENOV 24 X 10 ML.	No Critico (C)	0	15	15	20	M.C.	28
669	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 400 ML	No Critico (C)	0	15	16	60	M.C.	68
670	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 700 ML	No Critico (C)	0	13	33	101	M.C.	118
671	SHAMPU H&S MANE 2EN1 24 X 10 ML.	No Critico (C)	0	35	0	1	M.C.	1
672	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 400 ML	No Critico (C)	0	0	0	9	M.C.	9
673	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 700 ML	No Critico (C)	0	0	12	47	M.C.	53
674	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 400 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
675	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 700 ML	No Critico (C)	0	0	9	10	M.C.	15
676	SHAMPU H&S RELAX X 400 ML	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
677	SHAMPU H&S RELAX X 700 ML	No Critico (C)	0	0	16	27	M.C.	35
678	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 400 ML	No Critico (C)	0	0	11	11	M.C.	17
679	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 700 ML	No Critico (C)	0	0	4	2	M.C.	4
680	SHAMPU H&S SUAVE MANE 2EN1 X 400 ML	No Critico (C)	0	0	2	3	M.C.	4
681	SHAMPU PANTENE CONTROL CAIDA X 400 ML	No Critico (C)	0	0	7	7	M.C.	11
682	SHAMPU PANTENE CUID CLASICO X400 ML	No Critico (C)	0	0	33	31	M.C.	48
683	SHAMPU PANTENE LISO Y SEDO X400 ML	No Critico (C)	0	0	12	7	M.C.	13
684	SHAMPU PANTENE NATUR.HIDAT.BALAN X400 ML	No Critico (C)	0	0	8	7	M.C.	11
685	SHAMPU PANTENE RESTAURACION X 400 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1

686	SHAMPU PANTENE RISO DEFINIDO X400 ML	No Critico (C)	0	0	2	12	M.C.	13
687	SHAMPU PB CERAMIDAS 12X500ML	No Critico (C)	0	0	4	5	M.C.	7
688	SHAMPU SEDAL CRECIMIENTO X 650ML	No Critico (C)	0	0	3	4	M.C.	6
689	SHAMPU SEDAL FRASCO GERMEN DE TRIGO X650ML	No Critico (C)	0	0	3	11	M.C.	13
690	SHAMPU SEDAL IDRATAACION SEDOS.X650 ML	No Critico (C)	0	0	4	12	M.C.	14
691	SHAMPU SEDAL LISO PERFECCION X 650ML	No Critico (C)	0	0	5	9	M.C.	12
692	SHAMPU SEDAL PURESIA REFRES.X650 ML	No Critico (C)	0	0	2	7	M.C.	8
693	SHAMPU SEDAL SERAMIDAS X650ML	No Critico (C)	0	0	4	5	M.C.	7
694	PAPEL ELITE DH 6 X 8 CEL	No Critico (C)	17	80	55	100	M.C.	119
695	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	No Critico (B)	511	1039	126	497	M.C.	305
696	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	No Critico (B)	970	1128	406	891	M.C.	609
697	PAPEL ELITE ECONOMICO 2 X 10 VER	No Critico (C)	94	122	23	11	M.C.	11
698	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	No Critico (B)	362	485	201	343	M.C.	263
699	PAPEL ELITE TOALLA ECONOMOM 3 X 8 ROJO	No Critico (C)	0	3	7	48	M.C.	52
700	PAPEL ELITE TOALLA ULTRA 3 X 8 AZUL	No Critico (C)	0	10	11	28	M.C.	34
701	PAPEL ELITE ULTRA DH 2 X 10	No Critico (C)	27	30	5	92	M.C.	81
702	PAPEL ELITE ULTRA DH 4 X 12	No Critico (C)	11	26	4	1	M.C.	1
703	PAPEL ELITE ULTRA DH 6 X 8	No Critico (C)	11	8	3	17	M.C.	13
704	PAPEL HIG. EGO BCO. 2X10	No Critico (C)	0	0	22	61	M.C.	72
705	PAPEL NOBLE DH X 20	No Critico (B)	101	195	570	1,355	M.C.	1590
706	PAPEL PRESTIGIO X 20	No Critico (C)	0	0	0	12	M.C.	12
707	PAPEL ROSAL PLUS X 20	No Critico (C)	0	0	0	14	M.C.	14
708	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	No Critico (B)	346	382	1077	732	Prom	634
709	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	No Critico (C)	0	49	84	223	M.C.	265
710	PAPEL TOALLA SCOTT 8 X 3 UNDO CANGURO	No Critico (C)	0	0	0	9	M.C.	9
711	TOALLA ALWAYS X 10 UNI	No Critico (C)	6	6	5	23	M.C.	23
712	TOALLA KOTEX 6 X 10 UNI	No Critico (C)	0	12	88	87	M.C.	131
713	TOALLA KOTEX DISPENSADOR X 42	No Critico (C)	0	0	4	7	M.C.	9
714	TOALLA NOSOTRAS DISPENSADOR X 42	No Critico (C)	139	23	0	1	M.C.	1
715	TOALLA SERENA X 10 UNI	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
716	SERVILLETA ELITE 6 X 220 H	No Critico (C)	11	3	3	7	M.C.	3
717	SERVILLETA ELITE CORTADA 18 X 220 H	No Critico (C)	5	25	41	39	M.C.	57
718	PAÑ ADUL PLEN MED RESP MULTICIERRE X20	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
719	PAÑ HUGGIES ACTIVESEC G X 64	No Critico (C)	11	2	0	21	M.C.	16
720	PAÑ HUGGIES MEDIANO X 52	No Critico (C)	2	12	11	5	M.C.	10
721	PAÑ HUGGIES XG IND. X 52	No Critico (C)	25	31	57	16	M.C.	32
722	PAÑ HUGGIES ACT. XXG X 48	No Critico (C)	14	45	26	16	M.C.	22
723	PAÑ PAMPERS G X 22	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
724	PAÑ PAMPERS XXG X 48	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
725	CREM DENT COLGATE ANTISARRO 12 X 90 GR	No Critico (C)	0	0	0	4	M.C.	4
726	CREM DENT COLGATE HERBAL BLANQUEADORA 48X90GR	No Critico (C)	0	0	0	3	M.C.	3
727	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 75 CC.	No Critico (C)	6	4	4	14	M.C.	13
728	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 90 CC.	No Critico (C)	7	0	0	3	M.C.	3

729	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 180 CC.	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
730	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 90 GR	No Critico (C)	0	3	0	15	M.C.	15
731	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 34 ML.	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
732	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 75 ML.	No Critico (C)	7	77	26	28	M.C.	38
733	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 90 ML. GEL	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
734	CREM DENT KOLYNOS HERBAL 12 X 90 ML.	No Critico (C)	42	3	2	5	M.C.	5
735	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 75 ML.	No Critico (C)	0	0	1	5	M.C.	6
736	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 1 K.	No Critico (C)	22	37	28	1	M.C.	4
737	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 900 GR.	No Critico (C)	2	11	12	53	M.C.	58
738	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 180 GR.	No Critico (C)	2	0	4	2	M.C.	3
739	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 200 GR.	No Critico (C)	4	0	3	10	M.C.	10
740	LAVAVAJILLA AYUDIN X 330GR	No Critico (C)	0	480	49	173	M.C.	198
741	LAVAVAJILLA SAPOLIO 1000 GR. X 6POTE	No Critico (C)	68	201	53	17	M.C.	10
742	LAVAVAJILLA SAPOLIO 24 X 180 GR.	No Critico (B)	2	6	8	21	M.C.	24
743	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 287.50 GR.	No Critico (C)	10	40	39	17	M.C.	32
744	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 315 GR.	No Critico (C)	29	22	11	83	M.C.	74
745	LEJIA CLOROX TRADICIONAL COLOR X 2000 ML.	No Critico (C)	0	0	0	2	M.C.	2
746	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 1 LITRO	No Critico (C)	21	24	1	1	M.C.	1
747	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 2000 ML.	No Critico (C)	44	91	14	3	M.C.	3
748	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 900GR.	No Critico (C)	0	264	39	140	M.C.	160
749	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. AMAR.	No Critico (B)	0	0	3	9	M.C.	11
750	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. ROJ.	No Critico (B)	0	0	0	2	M.C.	2
751	CERA SAPOLIO P.AMAR.BALDE GL X 4	No Critico (B)	0	0	8	2	M.C.	6
752	BETUN KIWI 12 X 88 ML	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1
753	ESPONJA SCOSH BRITE MAQUINITA X 12	No Critico (C)	22	22	9	67	M.C.	61
754	ESPONJA SCOSH BRITE X 15	No Critico (C)	27	1	2	24	M.C.	12
755	LIBRE ENJUAGUE DONNY X 850 GR	No Critico (C)	25	12	24	26	M.C.	26
756	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO 4X3 VIRUTEK	No Critico (C)	0	0	0	40	M.C.	40
757	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO X1 VIRUTEK	No Critico (C)	0	0	0	40	M.C.	40
758	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB	No Critico (B)	0	0	0	1	M.C.	1
759	VANISH LIQUIDO MAX 2X 100ML X 72 UND	No Critico (C)	0	0	0	1	M.C.	1

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 8 “Inventario de los Artículos Detallado al 20-07-2013”

Nº	Artículos	Q1	Unid	Q2	Unid	Costo / Unidad	TOTAL
1	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	669	SACO			S/. 82.80	S/. 55,393.20
2	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	112	SACO			S/. 77.96	S/. 8,731.52
3	HARINA DON WILY X 50 K.	79	BOLS			S/. 80.04	S/. 6,323.16
4	HARINA EXPERT PRE-MEYC.BIZCOCHO X 25 K.	22	SACO			S/. 74.50	S/. 1,639.00
5	HARINA EXPERT PRE-MEYC.BIZCOCHUEL X 10 K	8	SACO			S/. 41.08	S/. 328.64
6	HARINA EXPERT PRE-MEYC.KEKE X 10 K.	7	SACO			S/. 42.30	S/. 296.10
7	HARINA EXPERT PRE-MEYC.MOLDE X 25 K.	9	SACO			S/. 74.22	S/. 667.98
8	HARINA EXPERT PRE-MEYC.MUFFIS X 10 K.	9	SACO			S/. 40.80	S/. 367.20
9	HARINA EXPERT PRE-MEYC.PAN YEMA X 25 K.	8	SACO			S/. 59.70	S/. 477.60
10	HARINA EXPERT PRE-MEYC.PANETON PREMIUN X 25KG	6	SACO			S/. 156.50	S/. 939.00
11	HARINA EXPERT PRE-MEYC.TORTA DE CHOC X 10K.	10	SACO			S/. 57.22	S/. 572.20
12	HARINA ITALIANA ESPECIAL X 50 K.	86	UNI			S/. 82.52	S/. 7,096.72
13	HARINA ITALIANA PAPEL X 50 K.	340	BOLS			S/. 79.88	S/. 27,159.20
14	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	89	SACO			S/. 80.26	S/. 7,143.14
15	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	109	SACO			S/. 85.60	S/. 9,330.40
16	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	150	SACO			S/. 84.50	S/. 12,675.00
17	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	439	SACO			S/. 81.10	S/. 35,602.90
18	HARINA PANETONERA X 50 K.	4	SACO			S/. 105.58	S/. 422.32
19	HARINA SAN REMO X 50 KILOS	54	SACO			S/. 85.65	S/. 4,625.10
20	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	112	SACO			S/. 84.18	S/. 9,428.16
21	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	70	SACO			S/. 83.04	S/. 5,812.80
22	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	22	SACO			S/. 39.86	S/. 876.92
23	ACEITE CAPRI 12 X 1 LITRO	42	CAJA	7	BOT	S/. 70.56	S/. 3,004.68
24	ACEITE CAPRI X 5 LITROS	57	BIDN			S/. 29.02	S/. 1,654.14
25	ACEITE CIL 24 X 200 CC.	10	CAJA	13	BOT	S/. 27.20	S/. 286.73
26	ACEITE CIL 24 X 500 CC.	6	CAJA	3	BOT	S/. 66.46	S/. 407.07
27	ACEITE CIL X 12	167	CAJA	8	BOT	S/. 64.54	S/. 10,821.21
28	ACEITE CIL X 20 LITROS - BALDE	115	BALD			S/. 103.72	S/. 11,927.80
29	ACEITE CIL X 5 LITROS	157	BIDN			S/. 25.22	S/. 3,959.54
30	ACEITE COCINERO 12 X 1 LITRO	107	CAJA	7	BOT	S/. 68.88	S/. 7,410.34
31	ACEITE COCINERO 24 X 500 CC.	6	CAJA	9	BOT	S/. 70.50	S/. 449.44
32	ACEITE COCINERO X 5 LITROS	410	BIDN			S/. 27.54	S/. 11,291.40
33	ACEITE DOÑA SOL 12 X 900 CC.	7	CAJA		BOT	S/. 68.50	S/. 479.50
34	ACEITE FINO 12 X 1 LITRO	19	CAJA	4	BOT	S/. 62.48	S/. 1,207.95
35	ACEITE IDEAL 24 X 500 CC.	4	CAJA	1	BOT	S/. 72.50	S/. 293.02
36	ACEITE PRIMOR 12 X 1 LITRO	27	CAJA	10	BOT	S/. 73.96	S/. 2,058.55
37	ACEITE PRIMOR PREMIUM 12 X 1 LITRO	7	CAJA	3	BOT	S/. 76.34	S/. 553.47
38	ACEITE PRIMOR X 5 LITROS	14	BIDN			S/. 29.04	S/. 406.56
39	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	415	SACO			S/. 112.96	S/. 46,878.40
40	ARROZ COSTEÑO 20 X 750 GR.	53	PQT	8	UNI	S/. 47.30	S/. 2,525.82

41	ARROZ JAIRITO X 50 KL.	408	UNI			S/. 114.00	S/. 46,512.00
42	ARROZ MONTERICO CAMANA X 50 KG	367	SACO			S/. 91.20	S/. 33,470.40
43	ARROZ PAISANA BLANCO PERFEC. 1K 12BOL	184	PAQ	1	SOB	S/. 29.24	S/. 5,382.60
44	ARROZ PAISANA GRAN COSECHA 12 X 1 K	19	PQT	4	UNI	S/. 40.00	S/. 773.33
45	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 1K 12BOL	58	PAQ	2	SOB	S/. 37.84	S/. 2,201.03
46	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 5K X 4BOL	26	PAQ	3	SOB	S/. 62.34	S/. 1,667.60
47	ARROZ PAISANA SELECTO 12 X 1 K	144	PQT	4	UNI	S/. 29.24	S/. 4,220.31
48	ARROZ ROMPE OLLA CAMANA X 50 KG	173	BOLS			S/. 90.24	S/. 15,611.52
49	ARROZ SUPERIOR A-1 X 750 GR	7	UNI			S/. 2.08	S/. 14.56
50	ARROZ TAMBO RENDIDOR X 50 KG	68	SACO			S/. 93.14	S/. 6,333.52
51	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	12	PAQ	11	UNI	S/. 76.12	S/. 983.22
52	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 25 X 1 KG	14	PAQ	5	UNI	S/. 82.28	S/. 1,168.38
53	AZUCAR BLANCA CARTAVIO X 50 KG	19	SACO	25	KG	S/. 118.84	S/. 2,317.38
54	AZUCAR BLANCA COSTEÑO 15 X 1KG	3	PAQ	10	SOB	S/. 40.48	S/. 148.43
55	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 46 KG	3	SACO			S/. 94.00	S/. 282.00
56	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 50 KG	9	SACO			S/. 91.14	S/. 820.26
57	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 12 X 2 KG	1	PAQ	6	SOB	S/. 68.20	S/. 102.30
58	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 25 X 1 KG	8	PAQ	12	UNI	S/. 74.80	S/. 634.30
59	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 5 X 5 KG	6	PAQ	3	SOB	S/. 66.00	S/. 435.60
60	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	79	SACO			S/. 89.76	S/. 7,091.04
61	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	150	SACO	35	KG	S/. 111.64	S/. 16,824.15
62	LECHE ANCHOR 48 X 120 GR	8	CAJA	42	SOB	S/. 136.33	S/. 1,209.88
63	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR TTP.	16	CAJA	1	TTP	S/. 50.60	S/. 811.71
64	LECHE BELLA HOLAND 48 X 170 GR LAT.	8	CAJA			S/. 54.88	S/. 439.04
65	LECHE CONDENSADA NESTLE 48 X 397 GR. PE	21	CAJA	44	LATA	S/. 196.10	S/. 4,297.86
66	LECHE GLORIA 1-5 AÑOS NIÑOS X 24	135	CAJA	4	LATA	S/. 61.18	S/. 8,269.50
67	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	735	CAJA	15	LATA	S/. 59.80	S/. 43,990.38
68	LECHE GLORIA 48 X 170 GR.	98	CAJA	31	LATA	S/. 63.02	S/. 6,216.66
69	LECHE GLORIA CALCIO+HIERRO 24 X 410 GR.	14	CAJA	12	LATA	S/. 63.48	S/. 920.46
70	LECHE GLORIA DESLACTOSA 24 X 410 GR.	5	CAJA	2	UNI	S/. 62.30	S/. 316.69
71	LECHE GLORIA LIGTH 24 X 410 GR.	68	CAJA	20	LATA	S/. 60.72	S/. 4,179.56
72	LECHE GLORIA SUPER LIGHT 48X410GR	1	CAJA	41	UNI	S/. 60.72	S/. 112.59
73	LECHE GLORIA UHT FACIL 12 X 1 L.	65	CAJA	2	TTP	S/. 32.86	S/. 2,141.38
74	LECHE IDEAL 24 X 410 GR	479	CAJA	13	LATA	S/. 58.70	S/. 28,149.10
75	LECHE IDEAL AMANECER 24 X 400G	39	CAJA	2	LATA	S/. 55.64	S/. 2,174.60
76	LECHE MULTILAC 24 X 400 GR	17	CAJA	2	LATA	S/. 56.80	S/. 970.33
77	LECHE PURA VIDA 24 X 400 GR.	121	CAJA	11	LATA	S/. 44.08	S/. 5,353.88
78	LECHE PURA VIDA 48 X 165 GR.	17	CAJA	36	LATA	S/. 47.66	S/. 845.97
79	LECHE SOALE 24 X 400 GR.	6	CAJA			S/. 26.56	S/. 159.36
80	LECHE SOYANDINA C/PRO 120G.24BOL		CAJA	5	SOB	S/. 43.23	S/. 9.01
81	LECHE SOYANDINA PLUS VAI. 120G.24BOL	5	CAJA	7	SOB	S/. 47.03	S/. 248.84
82	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	181	PQT	4	BOT	S/. 22.16	S/. 4,025.73
83	YOGURT GLORIA 6 X 500ML	5	PAQ	2	BOT	S/. 13.20	S/. 70.40

84	YOGURT GLORIA ACTIBIO 6X1KG	12	PQT	4	UNI	S/. 23.78	S/. 301.21
85	YOGURT MILKITO 6X1KG	8	PAQ			S/. 22.22	S/. 177.76
86	FIDEO DON MAXIMO X 10 KG.	13	BOLS			S/. 20.92	S/. 271.96
87	FIDEO DON VITORIO 20 X 250 GR.	2,428	PQT	7	UNI	S/. 17.62	S/. 42,787.53
88	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. SPAGUETTY	385	PQT	5	UNI	S/. 35.98	S/. 13,861.30
89	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. TALLARIN	93	PQT	12	UNI	S/. 36.08	S/. 3,377.09
90	FIDEO DON VITORIO 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	29	PQT	4	UNI	S/. 36.08	S/. 1,049.93
91	FIDEO LAVAGGI X 20 X 250 GR	6	PQT			S/. 35.25	S/. 211.50
92	FIDEO LUCHETTY 20 X 250 GR	46	PQT			S/. 36.50	S/. 1,679.00
93	FIDEO MARCO POLO 20 X 250 GR.	32	PQT			S/. 11.18	S/. 357.76
94	FIDEO MARCO POLO 20 X 500 GR.	9	PQT			S/. 21.50	S/. 193.50
95	FIDEO MARCO POLO SURTIDO X 10 KILOS	1	PAQ	5	KG	S/. 22.36	S/. 33.54
96	FIDEO MOLITALIA 20 X 250 GR.	114	PQT			S/. 12.90	S/. 1,470.60
97	FIDEO MOLITALIA 20 X 500 GR. TALLARIN	102	PQT	10	UNI	S/. 25.76	S/. 2,640.40
98	FIDEO MOLITALIA 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	12	PQT			S/. 35.00	S/. 420.00
99	FIDEO NICOLINI 20 X 250 GR	39	PQT			S/. 12.90	S/. 503.10
100	FIDEO NICOLINI 20 X 500 GR. TALLARIN	13	PQT			S/. 24.94	S/. 324.22
101	FIDEO VICTORIA CODITO X 10 K.	14	BOLS			S/. 21.06	S/. 294.84
102	FIDEO VICTORIA CODO RAYADO X 10 K.	121	BOLS			S/. 21.00	S/. 2,541.00
103	FIDEO VICTORIA CORBATA X 10 K.	98	BOLS			S/. 21.00	S/. 2,058.00
104	FIDEO VICTORIA ENTREF GRUESO X 10 K.	299	BOLS			S/. 21.92	S/. 6,554.08
105	FIDEO VICTORIA MACARRONES X 10 K.	10	CAJA			S/. 24.48	S/. 244.80
106	FIDEO VICTORIA RIGATONI X 10 K.	207	BOLS			S/. 21.06	S/. 4,359.42
107	FIDEO VICTORIA TORNILLO X 10 K.	91	BOLS			S/. 22.78	S/. 2,072.98
108	MANTECA CREMA PANAD PANISUAVE X 10K	55	CAJA			S/. 45.76	S/. 2,516.80
109	MANTECA FAMOSA X 10K.	58	CAJA			S/. 50.16	S/. 2,909.28
110	MARG. DORINA CLAS 30 X 225GR.	1	CAJA	3	POTE	S/. 100.28	S/. 110.31
111	MARG. DORINA LIGHT 16 X 450GR.		CAJA	10	POTE	S/. 108.50	S/. 67.81
112	MARG. MANTY 24 X 100 GR.	11	CAJA	8	UNI	S/. 19.80	S/. 224.40
113	MARG. PRIMAVERA MULTI 2KG X 4PQT	85	CAJA			S/. 54.56	S/. 4,637.60
114	MARG. REGIA MULTI X 10KG	9	CAJA			S/. 57.64	S/. 518.76
115	MARG. SELLO DE ORO 12 X 400 GR.	11	CAJA	11	POTE	S/. 60.72	S/. 723.58
116	MARG. SELLO DE ORO 18 X 225 GR.	5	CAJA	16	POTE	S/. 47.96	S/. 282.43
117	MARG. SELLO DE ORO 20 X 90 GR.	16	CAJA			S/. 48.50	S/. 776.00
118	MARG. SELLO DE ORO 5 PQT X 2 K.	8	CAJA	4	PQT	S/. 71.28	S/. 627.26
119	AVENA 3 OSITOS 48 X 70 GR.		PQT	12	SOB	S/. 17.10	S/. 17.10
120	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 300 GR.	25	PQT	6	UNI	S/. 23.64	S/. 602.82
121	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 600 GR.	12	PQT	8	UNI	S/. 48.16	S/. 610.03
122	AVENA 3 OSITOS X 10 K.	226.5	BOLS			S/. 28.80	S/. 6,523.20
123	AVENA SANTA CATALINA 48 X 70GR.	4	PAQ	23	SOB	S/. 44.50	S/. 199.32
124	MACA AVENA 3 OSITOS 24X140GR	4	PAQ			S/. 25.14	S/. 100.56
125	QUINUA AVENA 24 X 140 GR	9	PQT			S/. 13.01	S/. 117.09
126	CHOC. AMERICA X 200 GR.	2,436	UNI			S/. 4.46	S/. 10,864.56

127	CHOC. AMERICA X 400 GR.	120	UNI			S/. 7.72	S/. 926.40
128	CHOC. AMERICA X 600 GR.	255	UNI			S/. 12.18	S/. 3,105.90
129	CHOC. AMERICA X 800 GR.	108	UNI			S/. 15.54	S/. 1,678.32
130	CHOC. COLONIAL X 300 GR	34	UNI			S/. 5.24	S/. 178.16
131	CHOC. CUSCO REAL 12 X 90GR. + 2TAB GRATIS		DISP	8	UNI	S/. 7.56	S/. 5.04
132	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO 12 X 100 GR		DISP	9	UNI	S/. 8.60	S/. 6.45
133	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO 12 X 90 GR	13	DISP			S/. 8.00	S/. 104.00
134	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO X 400 GR	161	UNI			S/. 7.82	S/. 1,259.02
135	CHOC. RECORD X 100 GR.	70	BARR			S/. 2.10	S/. 147.00
136	CHOC. RECORD X 1000 GR.	175	UNI			S/. 17.00	S/. 2,975.00
137	CHOC. RECORD X 400 GR.	84	UNI			S/. 7.72	S/. 648.48
138	CHOC. RECORD X 600 GR.	743	UNI			S/. 11.12	S/. 8,262.16
139	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	610	DISP	1	UNI	S/. 27.30	S/. 16,655.28
140	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 90 GR. PARA TAZA	5	DISP			S/. 9.56	S/. 47.80
141	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	255	BARR			S/. 4.54	S/. 1,157.70
142	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	467	UNI			S/. 9.24	S/. 4,315.08
143	CHOC. SOL DEL CUSCO INSTAN X 324 GR. LATA	52	LATA			S/. 8.40	S/. 436.80
144	CHOCOLATE BITTER 6X600GR	5	DISP			S/. 48.52	S/. 242.60
145	CHOCOLATE DONOFRIO 12 X 90GR TAZA	64	DISP			S/. 9.85	S/. 630.40
146	CHOCOLATE INST CANELA Y CLAVO (POLVO)	14	UNI			S/. 5.56	S/. 77.84
147	COCOA ABUELITA 30 X 180 GR.	8	PQT			S/. 17.41	S/. 139.28
148	COCOA ABUELITA 50 X 12 GR.	18	DISP			S/. 8.25	S/. 148.50
149	COCOA ATOMIKA 30 X 180 GR.	2	PQT	5	SOB	S/. 16.52	S/. 35.79
150	COCOA CURAZAO 50 X 12 GR	9	DISP			S/. 8.12	S/. 73.08
151	COCOA FORTALEZA 50 X 15 GR	14	DISP			S/. 7.54	S/. 105.56
152	COCOA FORTALEZA X1KL	4	BOLS			S/. 6.90	S/. 27.60
153	COCOA TROPICAL 30 X 180 GR.	3	PQT			S/. 15.58	S/. 46.74
154	COCOA TROPICAL 50 X 12 GR	63	DISP			S/. 9.25	S/. 582.75
155	COCOA WINTER X2.5KL	11	BOLS			S/. 65.96	S/. 725.56
156	MILO ACTIGEN-E X 400G	166	LATA			S/. 12.30	S/. 2,041.80
157	MILO ANTIGEN-E X 1 KILO EC	255	LATA			S/. 28.20	S/. 7,191.00
158	MILO IMPORTADO X 400	69	LATA			S/. 7.40	S/. 510.60
159	LEAF TEA TE VERDE LIMON 12 X 400		PAQ	11	BOT	S/. 10.76	S/. 9.86
160	MATE ANIS HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT		PAQ	32	DISP	S/. 51.98	S/. 66.53
161	MATE DIGEST. HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT		PAQ	25	DISP	S/. 57.12	S/. 57.12
162	MATE MANZANILLA HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	2	PAQ			S/. 45.36	S/. 90.72
163	MATE MANZANILLA HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT		PAQ	29	DISP	S/. 57.12	S/. 66.26
164	MATE MC COLLINS ANIS 25 SB.	43	DISP			S/. 1.30	S/. 55.90
165	MATE MC COLLINS ANIS X 100	28	DISP			S/. 5.30	S/. 148.40
166	MATE MC COLLINS BOLDO X 100	7	DISP			S/. 4.80	S/. 33.60
167	MATE MC COLLINS HIERBA LUISA X 100	2	DISP			S/. 4.70	S/. 9.40
168	MATE MC COLLINS MANZANILLA 25 SB.	64	DISP			S/. 1.28	S/. 81.92
169	MATE MC COLLINS MANZANILLA X 100	31	DISP			S/. 5.04	S/. 156.24

170	MATE MIXTURA-VARIEDAD HORNIMANS 25FIL.40DS.PQ		PAQ	19	DISP	S/. 57.12	S/. 43.41
171	MATE ZURIT ANIS X 100	13	DISP			S/. 4.00	S/. 52.00
172	MATE ZURIT ANIS X 25	5	DISP			S/. 0.85	S/. 4.25
173	MATE ZURIT MANZANILLA X 25	4	DISP			S/. 0.70	S/. 2.80
174	TE CANEL/CLAV HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	4	PAQ	6	DISP	S/. 45.36	S/. 204.12
175	TE MC COLLINS CAN.CLAV 25 SB.	120	DISP			S/. 1.00	S/. 120.00
176	TE MC COLLINS CANELA Y CLAVO X 100SB	57	DISP			S/. 4.52	S/. 257.64
177	TE MC COLLINS PURO X 25SB	48	DISP			S/. 1.14	S/. 54.72
178	TE MC COLLINS PURO X100SB	112	DISP			S/. 4.70	S/. 526.40
179	TE PURO HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT		PAQ	39	DISP	S/. 49.12	S/. 76.63
180	TE ZURIT CAN.CLAV 25 SB. X 32.5 GR	75	DISP			S/. 0.90	S/. 67.50
181	TE ZURIT CANELA CLAVO X 100 SB	94	DISP	66	SOB	S/. 4.70	S/. 444.90
182	MERMELADA 12 X 320 GR. (VASO)	12	CAJA	5	UNI	S/. 30.44	S/. 377.96
183	MERMELADA DOYPAK FANNY 8X800 GR	1	CAJA			S/. 36.47	S/. 36.47
184	MERMELADA FANNY 6X1 KG	108	CAJA	5	FRAS	S/. 33.50	S/. 3,645.92
185	MERMELADA FANNY X 350		CAJA	5	UNI	S/. 32.85	S/. 13.69
186	MERMELADA FLORIDA DULCERAS 12X250GR	4	CAJA	4	UNI	S/. 33.92	S/. 146.99
187	MERMELADA FLORIDA GOURMET 12X560GR		CAJA	7	FRAS	S/. 50.46	S/. 29.44
188	MERMELADA FLORIDA POTE 12X350GR (PLAS)		CAJA	8	POTE	S/. 33.06	S/. 22.04
189	MERMELADA HOJA REDONDA FRESA 6 X 1 KG.	8	CAJA	4	UNI	S/. 37.75	S/. 327.17
190	ARUBA REFRES.CITRUS PUNCH 12 X 500ML	2	PAQ	5	BOT	S/. 4.90	S/. 11.84
191	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR 24X822	79	CAJA	17	UNI	S/. 114.96	S/. 9,163.27
192	NECTAR GLORIA 12 X 1 LITRO	179	CAJA	3	TTP	S/. 22.26	S/. 3,987.32
193	NECTAR GLORIA 200ML.X 24TTP	206	CAJA	14	TTP	S/. 14.78	S/. 3,061.92
194	REF. ZUKO 18 X 30 GR	42	DISP			S/. 17.10	S/. 718.20
195	CONS. DESMENUZADO PESCADO CAMPOMAR 24 X 170GR	2	CAJA	17	LATA	S/. 49.08	S/. 132.93
196	CONS. FILETE DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	14	CAJA	16	UNI	S/. 185.96	S/. 2,665.43
197	CONS. FILETE DE ATUN FANNY OLIVA 50X125GR		CAJA	10	LATA	S/. 214.90	S/. 42.98
198	CONS. FILETE DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR		CAJA	19	UNI	S/. 212.39	S/. 84.07
199	CONS. SOLIDO DE ATUN BAYOVAR 48 X 184 GR.		CAJA	18	UNI	S/. 154.25	S/. 57.84
200	CONS. SOLIDO DE ATUN CAMPOMAR X 24 UND	2	CAJA	8	UNI	S/. 89.24	S/. 208.23
201	CONS. SOLIDO DE ATUN GLORIA 48 X 184 GR.	1	CAJA	26	UNI	S/. 212.39	S/. 327.43
202	CONS. SOLIDO DE CABALLA A-1 48 X 170GR		CAJA	37	LATA	S/. 122.98	S/. 94.80
203	CONS. SOLIDO DE CABALLA BAYOVAR 48 X 170GR	1	CAJA	41	UNI	S/. 92.35	S/. 171.23
204	CONS. SOLIDO DE CABALLA CAMPOMAR 24 X 170GR	9	CAJA	17	LATA	S/. 71.40	S/. 693.18
205	CONS. SOLIDO DE JUREL A1 48 X 184 GR.	9	CAJA	38	LATA	S/. 127.56	S/. 1,249.03
206	CONS. TROZOS DE ATUN CAMP 48 X 170 GR	24	CAJA	21	LATA	S/. 155.84	S/. 3,808.34
207	CONS. TROZOS DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	38	CAJA	37	UNI	S/. 167.52	S/. 6,494.89
208	CONS. TROZOS DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	5	CAJA	40	UNI	S/. 205.10	S/. 1,196.42
209	CONS. TROZOS DE CABALLA A-1 48 X 170 GR	3	CAJA	28	UNI	S/. 119.00	S/. 426.42
210	CONS. TROZOS DE PESCADO A1 48 X 170 GR		CAJA	12	LATA	S/. 127.50	S/. 31.88
211	CONS. TROZOS DE PESCADO CAMP 24 X 170 GR	23	CAJA	21	LATA	S/. 63.74	S/. 1,521.79
212	ENTERO PESCADO TOMATE OVAL 12UN.CAJ	4	CAJA	7	LATA	S/. 45.90	S/. 196.99

213	GRAT. ANCHOVETA A-1 48 X 170 GR.		CAJA	9	UNI	S/. 59.50	S/. 11.16
214	GRAT. DE ATUN A-1 48 X 170 GR.		CAJA	45	LATA	S/. 95.20	S/. 89.25
215	GRAT. DE PESCADO A-1 48 X 170 GR.		CAJA	19	UNI	S/. 86.20	S/. 34.12
216	GRAT. DE PESCADO PERFECTA 48 X 170 GR.	18	CAJA	12	LATA	S/. 68.42	S/. 1,248.67
217	GRATED DE ATUN MAR BRAVA 48 X 170GR	6	CAJA	17	LATA	S/. 74.80	S/. 475.29
218	JUGO COCKTAIL DE FRUTAS 24X 820 GR.	6	CAJA	1	LATA	S/. 129.10	S/. 779.98
219	GALL. AGUA X 3 K.	168	CAJA			S/. 13.22	S/. 2,220.96
220	GALL. CREAM CRACKER 24 X 316 GR.	93	CAJA	4	PQT	S/. 57.86	S/. 5,390.62
221	GALL. CREAM CRACKER 60PQT/75GR.		CAJA	38	UNI	S/. 50.46	S/. 31.96
222	GALL. OREO PROM 6X43G.	168	SIXP			S/. 2.60	S/. 436.80
223	GALL. RITZ X 6 UND.	14	SIXP			S/. 2.75	S/. 38.50
224	GALL. SODA FIELD AGUA (X6)	786	SIXP	5	SOB	S/. 2.20	S/. 1,730.12
225	GALL. SODA-V FIELD (X6)	2,524	SIXP			S/. 1.82	S/. 4,593.68
226	GALL. SURTIDA COSTA X 425GR.	166	LATA			S/. 10.44	S/. 1,733.04
227	GALL. VI.CASINO X 6PQT SIXPAK	96	SIXP	1	UNI	S/. 2.20	S/. 211.57
228	GALL. VICT.TENTACION CHOCOLATE X6	55	SIXP	2	UNI	S/. 2.08	S/. 115.09
229	GALL. VICT.TENTACION COCO X6	43	PACK			S/. 2.08	S/. 89.44
230	GALL. VICT.TENTACION NARANJA X6	30	SIXP	4	UNI	S/. 2.08	S/. 63.79
231	GALL. VICT.TENTACION VAINILLA X6	140	SIXP	5	UNI	S/. 2.08	S/. 292.93
232	GALL. WAFER BAUDUCCO 24 X 140GR	37	CAJA	3	UNI	S/. 39.50	S/. 1,466.44
233	GALL. WAFER BETITO 50 UNID	5	PAQ	20	PLAN	S/. 65.52	S/. 353.81
234	GALL. WAFER BETITO X 1.5 KILO	18	CAJA			S/. 10.60	S/. 190.80
235	GALL. WAFER CORONITA 48 X 72 GR	30	CAJA	34	UNI	S/. 41.70	S/. 1,280.54
236	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	261	CAJA			S/. 9.60	S/. 2,505.60
237	FLAN NEGRITA 12 X 100 GR.	21	DISP	5	SOB	S/. 14.88	S/. 318.68
238	FLAN ROYAL 12 X 110 GR.	2	DISP	10	UNI	S/. 17.84	S/. 50.55
239	GELATINA NEGRITA 200G.X 12UND	45	PAQ	4	SOB	S/. 22.94	S/. 1,039.95
240	GELATINA ROYAL 48 X 180 GR.	58	CAJA	14	SOB	S/. 133.75	S/. 7,796.51
241	GELATINA TEMPORAL 40 X 250 GR.	12	PAQ			S/. 67.14	S/. 805.68
242	GELATINA TEMPORAL AGRANEL X 10 KG	2	BOLS			S/. 65.23	S/. 130.46
243	GELATINA YAPS 24 X 200 GR.	1	PQT	16	SOB	S/. 29.65	S/. 49.42
244	PUDIN NEGRITA 12 X 145 GR.	14	DISP	7	SOB	S/. 18.70	S/. 272.71
245	PUDIN ROYAL 12 X 110 GR.	1	DISP			S/. 23.25	S/. 23.25
246	REF. NEGRITA 12 X 15 GR.	149	DISP	5	SOB	S/. 5.92	S/. 884.55
247	REF. NEGRITA 18 X 15 GR.	7	DISP			S/. 7.40	S/. 51.80
248	REF. ROYAL 18 X 15 GR.	48	DISP			S/. 8.20	S/. 393.60
249	REF. YAPS 12 X 15 GR	14	DISP			S/. 4.25	S/. 59.50
250	ALBERJA VERDE 24 X 500 GR		PQT	17	UNI	S/. 125.62	S/. 88.98
251	FREJOL CANARIO 24 X 500 GR.		PQT	16	UNI	S/. 128.65	S/. 85.77
252	GARBANZO PAISANA 24 X 500 GR.	5	PQT	10	SOB	S/. 132.54	S/. 717.93
253	LENTEJA PAISANA 12UN X 500GR	1	PAQ	11	UNI	S/. 78.52	S/. 150.50
254	ALACENA HUANCHAHINA 24 X 90GR		CAJA	16	UNI	S/. 38.24	S/. 25.49
255	ALGARROBINA X 400 GR	8	UNI			S/. 8.62	S/. 68.96

256	ARTPOP MANTEQUILLA X24 X100 GR	4	CAJA	2	BOLS	S/. 26.70	S/. 109.03
257	ARTPOP NATURAL X24 X100 GR	3	CAJA	18	BOLS	S/. 26.70	S/. 100.13
258	CREMA DE CHAMPIÑON X 67 GR.	172	SOB			S/. 24.70	S/. 4,248.40
259	CREMA TARI 85GR. X 24UND	11	CAJA	16	SOB	S/. 29.98	S/. 349.77
260	MAGGI CALDO CARNE 24 X 21 GR	34	DISP			S/. 9.22	S/. 313.48
261	MAGGI CALDO GALLINA 24 X 21 GR	36	DISP			S/. 9.22	S/. 331.92
262	MAYONESA A LA CENA 12 X 500 CC.	8	CAJA			S/. 70.56	S/. 564.48
263	MAYONESA A LA CENA 24 X 100 CC.	20	CAJA	15	UNI	S/. 33.08	S/. 682.28
264	MAYONESA A LA CENA 6 X 1000 CC.	12	CAJA			S/. 68.80	S/. 825.60
265	MILO ACTIGEN-E X 400G + TAZA	5	PACK			S/. 13.02	S/. 65.10
266	PASTA DE TOMATE LA ROJITA DP 12 X 130 GR	3	CAJA			S/. 16.25	S/. 48.75
267	POLVO DE HORNEAR ROYAL 20 X 20 GR	156	DISP	5	SOB	S/. 13.64	S/. 2,131.25
268	SALSA ALACENA AJI 12 X 100 CC.	12	DISP	6	UNI	S/. 14.20	S/. 177.50
269	SALSA ALACENA ROCOTO 12 X 100 CC.	7	DISP	7	UNI	S/. 14.04	S/. 106.47
270	SILLAO MARIALE 12 X 500 GR	16	CAJA	5	UNI	S/. 37.23	S/. 611.19
271	SILLAO VENTURO 12 X 500 ML	2	CAJA	4	BOT	S/. 35.46	S/. 82.74
272	VINAGRE MARIALE 12 X 500 ML	2	CAJA	6	BOT	S/. 35.94	S/. 89.85
273	VINAGRE VENTURO BLANCO 12 X 600 ML		CAJA	8	UNI	S/. 31.76	S/. 21.17
274	CAFE ALTOMAYO CLASICO DS 50 X 8 GR.	10	DISP			S/. 42.14	S/. 421.40
275	CAFE ALTOMAYO X 50 GR FRASCO	97	FRCO			S/. 3.90	S/. 378.30
276	CAFE DUNCAN X 100 SB	8	DISP			S/. 72.54	S/. 580.32
277	CAFE ECCO X 195 GR.	58	LATA			S/. 5.04	S/. 292.32
278	CAFE ECCO X 58 GR.	48	UNI			S/. 2.28	S/. 109.44
279	CAFE MONACO X 200 GR LATA	4	LATA			S/. 11.50	S/. 46.00
280	CAFE MONACO X 24 X 25 GR SCH	16	DISP			S/. 26.74	S/. 427.84
281	CAFE MONACO X 50 GR VASO	24	VASO			S/. 3.72	S/. 89.28
282	CAFE MONTERREY 100 X 2GR DISP	10	DISP			S/. 61.54	S/. 615.40
283	NESCAFE KIRMA X 200 GR.	59	UNI			S/. 17.96	S/. 1,059.35
284	NESCAFE KIRMA X 50 GR. FRASCO	125	UNI			S/. 5.42	S/. 676.88
285	NESCAFE KIRMA X 50 GR. SOBRE	32	SOB			S/. 4.15	S/. 132.80
286	NESCAFE TRADICION X 200 GR.	763	LATA			S/. 17.30	S/. 13,199.90
287	MAZAMORRA NEGRITA 180G X 20UN			14	UNI	S/. 24.75	S/. 17.33
288	MAZAMORRA NEGRITA DZNO 180G X 20UN	18	PAQ	14	SOB	S/. 22.00	S/. 411.40
289	MAZAMORRA NEGRITA PIÑA 180G X 20UN	40	PAQ	18	SOB	S/. 22.00	S/. 899.80
290	SEMOLA MOLITALIA X 10 KG	7	BOLS			S/. 19.50	S/. 136.50
291	SEMOLA NICOLINI 20 X 250 GR.	88	PQT	11	UNI	S/. 14.82	S/. 1,312.31
292	SEMOLA NICOLINI X 10 K.	49	BOLS			S/. 20.28	S/. 993.72
293	CARAMELOS BON AMI FRUTA 18 X 100UND	16	CAJA	8	BOLS	S/. 65.70	S/. 1,080.40
294	CARAMELOS BON AMI LICOR 18 X 100UND	54	CAJA	12	BOLS	S/. 67.76	S/. 3,704.21
295	CARAMELOS GLOBO POP X 24UN	154	BOLS			S/. 4.35	S/. 669.90
296	CHOC. BUTTERFTNGER X59 GR	10	UNI			S/. 5.21	S/. 52.10
297	CHOC. CRUNCH CRISP X40GR	40	UNI			S/. 4.51	S/. 180.40
298	CHOCOLATE SURTIDO MINIS 30 UND	19	BOLS			S/. 6.65	S/. 126.35

299	PRINGLES CEBOLLA X139 GR	138	UNI			S/. 4.50	S/. 621.00
300	PRINGLES CEBOLLA X40 GR	4	UNI			S/. 1.72	S/. 6.88
301	PRINGLES ORIGINAL X140 GR	19	UNI			S/. 4.50	S/. 85.50
302	PRINGLES QUESO X139 GR	143	UNI			S/. 4.50	S/. 643.50
303	PRINGLES QUESO X40 GR	56	UNI			S/. 1.72	S/. 96.32
304	CEREAL ANG. MAX OSIT CHOC/CAN 130G-30UN.CAJ	3	CAJA	16	UNI	S/. 24.18	S/. 85.44
305	CEREAL CORN FLAKES 12 X 500 GR	58	DISP			S/. 8.42	S/. 488.36
306	CEREAL KIWIGEN X 180 GR.	8	UNI			S/. 2.02	S/. 16.16
307	CEREAL KIWIGEN X 250 GR.	4	UNI			S/. 4.45	S/. 17.80
308	KIWIGEN CHOC X 400 GR.	191	UNI			S/. 8.90	S/. 1,699.90
309	PANETON BIMBO CAJA 6 X 1 KG	35	CAJA			S/. 84.60	S/. 2,961.00
310	PANETON BOUN NATALE 6 X 900 GR	61	CAJA	4	UNI	S/. 73.80	S/. 4,551.00
311	PANETON BOUN NATALE CAJA 6 X 900GR	24	CAJA	5	UNI	S/. 83.70	S/. 2,078.55
312	PANETON COSTA CAJA 6 X 900GR	37	CAJA	3	UNI	S/. 89.10	S/. 3,341.25
313	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	34	CAJA	4	UNI	S/. 97.16	S/. 3,335.83
314	PANETON DONOFRIO X 900GR LATA	1	LATA			S/. 26.10	S/. 26.10
315	PANETON GALLUZZO PREMIUN LATA 6 X 1KG	1	CAJA	1	LATA	S/. 118.80	S/. 138.60
316	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	11	CAJA	2	UNI	S/. 87.90	S/. 996.20
317	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	1	CAJA	1	LATA	S/. 106.56	S/. 124.32
318	PANETON TODINNO 6 X 900G BOLSA	1	CAJA			S/. 88.20	S/. 88.20
319	PANETON TODINNO GRAN ALMENDRADO 6 X 1KG	1	CAJA	2	LATA	S/. 81.00	S/. 108.00
320	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	180	CAJA	1	UNI	S/. 105.40	S/. 18,989.57
321	PANETON WINTER 6 X 900G. CAJA	10	CAJA	1	UNI	S/. 99.00	S/. 1,006.50
322	ELECTRO LIGHT X 475 ML	84	UNI			S/. 1.79	S/. 150.36
323	MONSTER ENERGY X 473ML.	48	UNI			S/. 3.80	S/. 182.40
324	PRINGLES XTREME ALITAS POLLO X 139 GR	70	UNI			S/. 5.25	S/. 367.50
325	PRINGLES XTREME ALITAS POLLO X40 GR	60	UNI			S/. 2.11	S/. 126.60
326	SAL DE MESA REFINADA X 24	19	PAQ			S/. 4.50	S/. 85.50
327	PISCO ALFERADO 12 X 750 ML	26	CAJA	3	BOT	S/. 100.88	S/. 2,648.10
328	PISCO ALFERADO MENTA X 750		CAJA	5	BOT	S/. 78.84	S/. 32.85
329	PISCO ALFERADO UVA X 2LITROS	13	BOT			S/. 20.74	S/. 269.62
330	PISCO BIONDI ITALIA X 500 ML.	32	BOT			S/. 35.68	S/. 1,141.76
331	PISCO BIONDI QUEBRANTA X 500 ML.	14	BOT			S/. 35.68	S/. 499.52
332	PISCO DE LA PIEDRA 12 X 1000 CC	15	CAJA	6	BOT	S/. 52.31	S/. 810.81
333	PISCO DE LOS REYES 12 X 750 CC	10	CAJA	8	BOT	S/. 143.88	S/. 1,534.72
334	PISCO DE LOS REYES 24 X 250 CC	1	CAJA	10	BOT	S/. 45.25	S/. 64.10
335	PISCO DON STGO MOSTO VERD ITALIA X 500 C	37	BOT			S/. 29.04	S/. 1,074.48
336	PISCO DON STGO MOSTO VERD QUEBRANTA X 500 C	23	BOT			S/. 29.04	S/. 667.92
337	PISCO DON STGO MOSTO VERD TORONTEL X 500 C	12	BOT			S/. 29.88	S/. 358.56
338	PISCO DON VENEDICTO ACHOLADO X 500 CC	5	BOT			S/. 16.60	S/. 83.00
339	PISCO DON VENEDICTO QUEBRANTA X 500 CC	11	BOT			S/. 18.30	S/. 201.30
340	PISCO FINCA ROT. MOSTO VER. ITALIA X 500ML	1	BOT			S/. 35.50	S/. 35.50
341	PISCO FINCA ROT. MOSTO VER. MOSCATEL X 500ML	3	BOT			S/. 35.50	S/. 106.50

342	PISCO FINCA ROT. MOSTO VER. QUEB. X 500ML	3	BOT			S/. 35.50	S/. 106.50
343	PISCO FINCA ROT. MOSTO VER. TORONTEL X 500ML	3	BOT			S/. 35.50	S/. 106.50
344	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO 12 X 750ML	5	CAJA	6	BOT	S/. 305.10	S/. 1,678.05
345	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO X 375ML	8	BOT			S/. 16.50	S/. 132.00
346	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO X 750ML (KIT)	6	PACK			S/. 26.75	S/. 160.50
347	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA (CHALAN) X 375ML	11	BOT			S/. 18.90	S/. 207.90
348	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA 12 X 750ML	10	CAJA	8	BOT	S/. 317.55	S/. 3,387.20
349	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA X 750ML (KIT)	3	PACK			S/. 26.75	S/. 80.25
350	PISCO FINCA ROTONDO QUEB 12 X 750ML	10	CAJA	9	BOT	S/. 305.10	S/. 3,279.83
351	PISCO FINCA ROTONDO QUEBRANTA X 375ML	8	BOT			S/. 16.50	S/. 132.00
352	PISCO FINCA ROTONDO QUEBRANTA X 750ML (KIT)	6	PACK			S/. 26.75	S/. 160.50
353	PISCO GALLO FINO X 750 ML.	7	BOT			S/. 68.54	S/. 479.78
354	PISCO GIN CAMELOT X 750 ML	2	BOT			S/. 112.56	S/. 225.12
355	PISCO LUCES DE ANTAÑO 12 X 750 CC	3	CAJA	11	BOT	S/. 55.12	S/. 215.89
356	PISCO NAJAR ACHOLADO X 500 ML.	18	BOT			S/. 25.72	S/. 462.96
357	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	1	CAJA	2	BOT	S/. 422.18	S/. 492.54
358	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	1	CAJA	5	BOT	S/. 422.18	S/. 598.09
359	PISCO NAJAR ITALIA X 500 CC	18	BOT			S/. 25.72	S/. 462.96
360	PISCO NAJAR ITALIA X 500ML EN CAJITA	2	BOT			S/. 31.52	S/. 63.04
361	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	1	CAJA			S/. 483.72	S/. 483.72
362	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 750 CC		CAJA	6	BOT	S/. 215.58	S/. 107.79
363	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	1	CAJA			S/. 478.72	S/. 478.72
364	PISCO NAJAR QUEBRANTA X 500 CC	16	BOT			S/. 25.72	S/. 411.52
365	PISCO OCUCAJE ACHOL. CHALAN X 375ML	40	BOT			S/. 29.04	S/. 1,161.60
366	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	8	CAJA	1	BOT	S/. 227.50	S/. 1,838.96
367	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	1	CAJA			S/. 285.84	S/. 285.84
368	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 4000 ML	1	BOT			S/. 71.38	S/. 71.38
369	PISCO OCUCAJE HUACO X 750 CC	19	UNI			S/. 37.34	S/. 709.46
370	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	13	CAJA	7	BOT	S/. 231.50	S/. 3,144.54
371	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC		CAJA	17	BOT	S/. 283.50	S/. 200.81
372	PISCO OCUCAJE ITALIA CHALAN X 375ML	30	BOT			S/. 29.04	S/. 871.20
373	PISCO OCUCAJE QUEBR. CHALAN X 375ML	44	BOT			S/. 29.04	S/. 1,277.76
374	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	37	CAJA	10	BOT	S/. 229.52	S/. 8,683.51
375	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	1	CAJA	19	BOT	S/. 284.02	S/. 508.87
376	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 4 LITROS	109	GALN			S/. 72.50	S/. 7,902.50
377	PISCO OCUCAJE SELEC. PURO QUEBR. 750ML.BOT.	15	BOT			S/. 43.16	S/. 647.40
378	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ACHOLADO+OFERTA	5	PACK			S/. 24.90	S/. 124.50
379	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ITALIA+OFERTA	6	PACK			S/. 24.90	S/. 149.40
380	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS QUEBRANTA+OFERTA	4	PACK			S/. 24.90	S/. 99.60
381	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.38°+SHOT 750ML.BOT.	5	BOT			S/. 17.84	S/. 89.20
382	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.41°+SHOT 750ML.BOT.	6	BOT			S/. 17.84	S/. 107.04
383	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.44°+SHOT 750ML.BOT.	7	BOT			S/. 17.84	S/. 124.88
384	PISCO PURO ANDARIEGO X 750 CC	4	BOT			S/. 16.50	S/. 66.00

385	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	11	CAJA	4	BOT	S/. 139.30	S/. 1,578.73
386	PISCO QUEBRANTA MINIATURA X 50ML	33	BOT			S/. 4.40	S/. 145.20
387	PISCO REY DE MAJES 12 X 750CC	27	CAJA			S/. 80.18	S/. 2,164.86
388	PISCO REY DE MAJES X 4LITROS	33	BOT			S/. 29.04	S/. 958.32
389	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	3	CAJA			S/. 183.48	S/. 550.44
390	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC		CAJA	10	BOT	S/. 164.96	S/. 137.47
391	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	90	CAJA	2	BOT	S/. 235.02	S/. 21,190.97
392	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 2 LT.	53	BOT			S/. 50.04	S/. 2,652.12
393	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 4 LT.	39	BOT			S/. 85.30	S/. 3,326.70
394	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	31	CAJA	4	BOT	S/. 235.02	S/. 7,363.96
395	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	86	CAJA	3	BOT	S/. 235.02	S/. 20,270.48
396	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 2 LT.	73	BOT			S/. 50.00	S/. 3,650.00
397	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 4 LT.	13	BOT			S/. 84.78	S/. 1,102.14
398	PISCO SAN ANDRES ACHOLADO 12X750ML	36	CAJA	5	BOT	S/. 81.12	S/. 2,954.12
399	PISCO SAN VALENTIN 12 X 750 CC	83	CAJA	5	BOT	S/. 85.74	S/. 7,152.15
400	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	3	CAJA	6	BOT	S/. 225.56	S/. 789.46
401	PISCO SOL DE ICA X 750CC + EVERESS	95	BOT			S/. 19.21	S/. 1,824.95
402	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 12 X 750 CC	35	CAJA	9	BOT	S/. 89.64	S/. 3,204.63
403	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 24 X 250 CC	5	CAJA	9	BOT	S/. 89.64	S/. 481.82
404	PISCO SOL DE VITOR PURO 12 X 750 CC	3	CAJA	8	BOT	S/. 81.34	S/. 298.25
405	PISCO TINAJA DE ORO 12 X 750ML	1	CAJA	11	BOT	S/. 135.50	S/. 259.71
406	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	684	CAJA	7	BOT	S/. 191.50	S/. 131,097.71
407	PISCO VARGAS 24 X 250 CC.	4	CAJA	12	BOT	S/. 119.52	S/. 537.84
408	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	22	CAJA	4	BOT	S/. 215.48	S/. 4,812.39
409	PISCO VARGAS ACHOLADO 6 X 500 CC.	9	CAJA	5	BOT	S/. 95.62	S/. 940.26
410	PISCO VARGAS ACHOLADO+JARABE X 750 CC	48	PACK			S/. 18.68	S/. 896.64
411	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	42	CAJA	9	BOT	S/. 197.96	S/. 8,462.79
412	PISCO VARGAS ITALIA 6X 500ML	3	CAJA	5	BOT	S/. 102.56	S/. 393.15
413	PISCO VARGAS ITALIA+JARABE X 750 CC	109	PACK			S/. 18.68	S/. 2,036.12
414	PISCO VARGAS PETACA X 125 CC	358	BOT			S/. 3.32	S/. 1,188.56
415	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	57	CAJA	7	BOT	S/. 198.96	S/. 11,456.78
416	PISCO VARGAS QUEBRANTA+JARABE X 750 CC	109	PACK			S/. 18.06	S/. 1,968.54
417	PISCO VARGAS X 187.5 ML.	369	UNI			S/. 3.30	S/. 1,217.70
418	PISCO VARGAS X 2 LITROS	89	BOT			S/. 35.96	S/. 3,200.44
419	PISCO VARGAS X 4000 ML.	215	BOT			S/. 67.10	S/. 14,426.50
420	PISCO VARGAS X 500 ML	733	BOT			S/. 10.10	S/. 7,403.30
421	PISCO VARGAS X 750CC+JARABE+V.CHILCANO+COCKTE	18	PACK			S/. 24.85	S/. 447.30
422	PISCO VARGAS X 750ML+COPA	953	BOT			S/. 17.30	S/. 16,486.90
423	PISCO VIEJO TONEL ACHOLADO X500ML	12	BOT			S/. 48.84	S/. 586.08
424	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO QUEBR. X500ML	1	BOT			S/. 82.34	S/. 82.34
425	PISCO VIEJO TONEL ITALIA X500ML	13	BOT			S/. 48.84	S/. 634.92
426	PISCO VIEJO TONEL MOLLAR X500ML	1	BOT			S/. 48.84	S/. 48.84
427	PISCO VIEJO TONEL MOSCATEL X500ML	1	BOT			S/. 48.84	S/. 48.84

428	PISCO VIEJO TONEL MOSTO VERDE QUEBR X500ML	9	BOT			S/. 82.34	S/. 741.06
429	PISCO VIEJO TONEL QUEBRANTA X500ML	10	BOT			S/. 48.84	S/. 488.40
430	PISCO VIÑA DEL PRADO ACHOL. 12 X 500 CC	2	CAJA	2	BOT	S/. 185.50	S/. 401.92
431	PISCO VIÑA DEL PRADO QUEB. 12 X 500 CC	4	CAJA	6	BOT	S/. 185.74	S/. 835.83
432	PISCO VIÑA VITOR ACHOLADO 12 X 750 CC	7	CAJA			S/. 97.50	S/. 682.50
433	PISCO VIÑA VITOR PURO 12 X 750 CC	4	CAJA	4	BOT	S/. 93.76	S/. 406.29
434	PISCO VIÑAS TRADICION 12 X 750 CC		CAJA	4	BOT	S/. 99.58	S/. 33.19
435	PISCO VOGOÑA ACHOLADO 12 X 750 CC		CAJA	5	BOT	S/. 175.18	S/. 72.99
436	PISCO VOGOÑA UVA ITALIA 12 X 750CC	100	CAJA	8	BOT	S/. 44.88	S/. 4,517.92
437	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 1 LITRO.		CAJA	9	BOT	S/. 50.16	S/. 37.62
438	PISCO VOGOÑA LIMON 12 X 750	44	CAJA	1	BOT	S/. 44.88	S/. 1,978.46
439	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	2	CAJA	11	BOT	S/. 220.00	S/. 641.67
440	RON BACARAT 12 X 1000 CC	10	CAJA	2	BOT	S/. 125.64	S/. 1,277.34
441	RON BACARAT TTP DURAZNO 12 X 500 CC	8	CAJA			S/. 67.45	S/. 539.60
442	RON BACARAT TTP LIMON 12 X 1000 CC	26	CAJA	4	BOT	S/. 67.45	S/. 1,776.18
443	RON BOCANERO 12 X 1000 CC	1	CAJA	4	BOT	S/. 113.62	S/. 151.49
444	RON CABALLO VIEJO LIMON 12 X 750 CC		CAJA	6	BOT	S/. 69.58	S/. 34.79
445	RON CABALLO VIEJO RUBIO 12 X 750 CC	13	CAJA	8	BOT	S/. 69.58	S/. 950.93
446	RON CABO BLANCO 24 X 250 CC	2	CAJA	12	BOT	S/. 72.54	S/. 181.35
447	RON CABO BLANCO DURAZNO 12 X 1000 CC TETRA	2	CAJA			S/. 81.41	S/. 162.82
448	RON CABO BLANCO RESERVA X 12	4	BOT			S/. 9.15	S/. 36.60
449	RON CABO BLANCO TTP 12 X 1000CC		CAJA	6	BOT	S/. 86.25	S/. 43.13
450	RON CARTAVIO 3 AÑOS X 200CC	1	CAJA			S/. 99.25	S/. 99.25
451	RON CARTAVIO BCO 12 X 750 CC		CAJA	4	BOT	S/. 111.32	S/. 37.11
452	RON CARTAVIO BLACK 12 X 1000 ML.	38	CAJA	2	BOT	S/. 146.88	S/. 5,605.92
453	RON CARTAVIO BLACK 24 X 250 CC	1	CAJA	13	BOT	S/. 65.95	S/. 101.67
454	RON CARTAVIO BLANCO PETACAS X 125	95	BOT			S/. 8.84	S/. 839.80
455	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	24	CAJA			S/. 108.24	S/. 2,597.76
456	RON CARTAVIO SUPERIOR 24 X 200 CC.		CAJA	13	BOT	S/. 96.80	S/. 52.43
457	RON CARTAVIO SUPERIOR X 125ML.	526	UNI			S/. 2.20	S/. 1,157.20
458	RON CARTAVIO XO 750 ML+ESTUCHE	2	UNI			S/. 127.60	S/. 255.20
459	RON CUBA LIBRE 12 X 1000 CC	47	CAJA			S/. 89.54	S/. 4,208.38
460	RON EL BRUJO 12 X 750 CC		CAJA	3	BOT	S/. 121.45	S/. 30.36
461	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 750 CC	222	BOT			S/. 14.08	S/. 3,125.76
462	RON KANKUN CHATA 24 X 350 CC	9	CAJA	17	BOT	S/. 74.80	S/. 726.18
463	RON KANKUN LIMON 12 X 500 CC	2	CAJA	9	BOT	S/. 42.24	S/. 116.16
464	RON KANKUN LIMON 24 X 350 CC	1	CAJA	12	BOT	S/. 74.15	S/. 111.23
465	RON KANKUN RUBIO 24 X 350 CC	2	CAJA	4	BOT	S/. 74.15	S/. 160.66
466	RON LATINO LIMON 12 X 750 CC	4	CAJA	3	BOT	S/. 65.44	S/. 278.12
467	RON ORO DEL VALLE DURAZNO 12 X 1LT	21	CAJA	11	BOT	S/. 66.50	S/. 1,457.46
468	RON ORO DEL VALLE LIMON 12 X 750CC	2	CAJA			S/. 54.26	S/. 108.52
469	RON ORO DEL VALLE LIMON 12X1LT		CAJA	9	UNI	S/. 67.84	S/. 50.88
470	RON ORO DELVALLE 24 X 250CC	1	CAJA	7	BOT	S/. 35.40	S/. 45.73

471	RON POMALCA LIMON 12 X 750 CC		CAJA	4	BOT	S/. 68.52	S/. 22.84
472	RON RUMBERO 24 X 320 CC	19	CAJA	18	BOT	S/. 52.20	S/. 1,030.95
473	RON RUMBERO LIMON 12 X 250 CC	16	CAJA	2	BOT	S/. 48.50	S/. 784.08
474	RON RUMBERO LIMON X 750 CC	12	CAJA	9	BOT	S/. 55.20	S/. 703.80
475	RON SOLERA X 750 ML	4	BOT			S/. 38.54	S/. 154.16
476	RON TROPICAL DURAZNO 12 X 750 CC	4	CAJA	7	BOT	S/. 50.50	S/. 231.46
477	VINO BORGOÑA EMPERADOR 12 X 750 CC	21	CAJA	5	UNI	S/. 84.25	S/. 1,804.35
478	VINO BORGOÑA NAJAR 12 X 750CC	69	CAJA	6	BOT	S/. 124.80	S/. 8,673.60
479	VINO CLOSS 12 X 1 LT	3	CAJA	1	TTP	S/. 97.58	S/. 300.87
480	VINO INTIPALCA CHARDONNAY 6 X 750 ML		CAJA	5	UNI	S/. 156.77	S/. 130.64
481	VINO OCUCAJE ABUELO 12 X 750 CC.	17	BOT			S/. 14.64	S/. 248.88
482	VINO OCUCAJE BORGOÑA 12 X 750 CC.	13	CAJA	8	BOT	S/. 135.48	S/. 1,851.56
483	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	9	CAJA	8	BOT	S/. 185.13	S/. 1,789.59
484	VINO OCUCAJE FOND DE CAVE 12 X 750 CC	13	CAJA	3	BOT	S/. 177.65	S/. 2,353.86
485	VINO OPORTO 3 PIERNAS 12 X 750 CC		CAJA	2	BOT	S/. 120.50	S/. 20.08
486	VINO OPORTO CORRIENTE 12 X 750 CC		CAJA	4	BOT	S/. 95.87	S/. 31.96
487	VINO OPORTO REY MAJEÑO 12 X 750 CC	3	CAJA	3	BOT	S/. 102.40	S/. 332.80
488	VINO POBLETE BLANCO 12 X 750 CC.		CAJA	2	BOT	S/. 95.76	S/. 15.96
489	VINO POBLETE GRAN BORGOÑA X 750 ML	16	BOT			S/. 8.25	S/. 132.00
490	VINO REY DE MAJES X 4LITROS	23	BOT			S/. 35.53	S/. 817.19
491	VINO REYNOSO BORGOÑA 12 X 750CC	2	CAJA			S/. 87.00	S/. 174.00
492	VINO REYNOSO FUZION 12 X 750CC	2	CAJA			S/. 82.64	S/. 165.28
493	VINO S. QUEI BARBERA BORGOÑA 12 X 750 CC	3	CAJA	9	BOT	S/. 135.72	S/. 508.95
494	VINO S. QUEI COSECHA 123 12 X 750 CC.	4	BOT			S/. 153.25	S/. 613.00
495	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	61	CAJA	5	BOT	S/. 123.54	S/. 7,587.42
496	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 2 LITROS	94	BOT			S/. 26.96	S/. 2,534.24
497	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 4.05 LITROS	24	BOT			S/. 53.94	S/. 1,294.56
498	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	48	CAJA	7	BOT	S/. 123.54	S/. 6,001.99
499	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 2 LITROS	224	BOT			S/. 26.96	S/. 6,039.04
500	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 4.05 LITROS	25	BOT			S/. 53.94	S/. 1,348.50
501	VINO S. QUEI MALBEC 12 X 750ML	19	CAJA	9	BOT	S/. 130.50	S/. 2,577.38
502	VINO S. QUEI MOSCATO 12 X 750 CC.	2	CAJA	9	UNI	S/. 170.84	S/. 469.81
503	VINO S. QUEI OPORTO 12 X 750 CC.	1	CAJA	7	BOT	S/. 163.56	S/. 258.97
504	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	23	CAJA	2	BOT	S/. 120.06	S/. 2,781.39
505	VINO S. QUEI ROSE SHIRAZ 12 X 750 CC.	2	CAJA	7	UNI	S/. 139.50	S/. 360.38
506	VINO S. QUEI ROSE X 2 LITROS	128	BOT			S/. 26.54	S/. 3,397.12
507	VINO S. QUEI ROSE X 4.05 LITROS	25	BOT			S/. 53.06	S/. 1,326.50
508	VINO S. QUEI SAUVIGNON BLANC 12 X 750 CC.	11	CAJA	5	BOT	S/. 140.82	S/. 1,607.70
509	VINO S. QUEI SHIRAZ 12 X 750 CC.	14	CAJA	8	BOT	S/. 140.82	S/. 2,065.36
510	VINO S. QUEI SIGLO XVI 12 X 750 CC.	17	CAJA	11	BOT	S/. 122.02	S/. 2,186.19
511	VINO S. QUEI TANNAT 12 X 750ML	15	CAJA	3	BOT	S/. 140.76	S/. 2,146.59
512	VINO SAN JOSE 12 X 750 ML		CAJA	2	BOT	S/. 101.25	S/. 16.88
513	VINO SANTA MARIA BORGOÑA 12 X 750 CC		CAJA	11	BOT	S/. 109.56	S/. 100.43

514	VINO SOCABON 12 X 750ML	9	CAJA	8	BOT	S/. 135.84	S/. 1,313.12
515	VINO SOCABON DAMA JUANA 4LTS	61	BOT			S/. 35.53	S/. 2,167.33
516	VINO TABERNERO BORGOÑA 12 X 750 CC		CAJA	7	BOT	S/. 130.50	S/. 76.13
517	VINO TABERNERO GRAN BLANCO 12X750	31	CAJA	5	BOT	S/. 152.10	S/. 4,778.48
518	VINO TABERNERO GRAN ROSE AFRUTADO 2005 12X750	15	CAJA	4	BOT	S/. 130.50	S/. 2,001.00
519	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	6	CAJA	1	BOT	S/. 416.96	S/. 2,536.51
520	VINO TACAMA GRAN BLANCO 12 X 750 CC	54	CAJA	10	BOT	S/. 187.18	S/. 10,263.70
521	VINO TACAMA GRAN TINTO 12 X 750CC.	150	CAJA	2	BOT	S/. 180.90	S/. 27,165.15
522	VINO TACAMA ROSE 12 X 750CC.	53	CAJA	4	BOT	S/. 177.18	S/. 9,449.60
523	VINO TACAMA SELECCION ESPECIAL 750ML	52	BOT			S/. 34.80	S/. 1,809.60
524	VINO TACAMA TINTO DULCE 12 X 750 CC.	49	CAJA	8	BOT	S/. 189.65	S/. 9,419.28
525	VINO VIÑA VIEJA CABERNET FRANC TINTO 12 X 750		CAJA	4	BOT	S/. 126.00	S/. 42.00
526	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA S/S X 750CC+COPA	494	BOT			S/. 9.56	S/. 4,722.64
527	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA TINTO X 187 CC	10	BOT			S/. 2.60	S/. 26.00
528	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA X 750 CC	1	CAJA	5	BOT	S/. 108.96	S/. 154.36
529	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA X 750CC+PETACA	430	PACK			S/. 11.45	S/. 4,923.50
530	VINO VIÑA VIEJA GRAN ROSE X 750CC+PETACA	653	PACK			S/. 10.56	S/. 6,895.68
531	VINO VIÑA VIEJA MALBEC S/S 12 X 750ML	1	BOT			S/. 12.54	S/. 12.54
532	VINO VIÑA VIEJA MERLOT X 750 ML	2	BOT			S/. 11.98	S/. 23.96
533	VINO VIÑA VIEJA MOSCATO X 750 CC	2	BOT			S/. 111.50	S/. 223.00
534	VINO VIÑA VIEJA ROSE 12 X 750 CC		CAJA	4	BOT	S/. 135.84	S/. 45.28
535	VINO VIÑA VIEJA ROSE S/S X 750CC+COPA	176	UNI			S/. 8.70	S/. 1,531.20
536	CHAMPAN CABALO VIEJO 12 X 750 ML	20	CAJA			S/. 26.70	S/. 534.00
537	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	2	CAJA	3	BOT	S/. 75.64	S/. 170.19
538	CHAMPAN MAJESTAD X 750 CC		CAJA	7	BOT	S/. 107.40	S/. 62.65
539	CHAMPAN MOSCATEL ALEJANDRIA 12 X 750ML		CAJA	2	BOT	S/. 102.51	S/. 17.09
540	CHAMPAN NAPOLEON 12 X 750	82	CAJA	5	BOT	S/. 93.44	S/. 7,701.01
541	CHAMPAN ROTONDO MOSCATEL ALEJANDRIA 12X750ML	1	CAJA	2	BOT	S/. 98.45	S/. 114.86
542	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	71	CAJA	2	BOT	S/. 100.12	S/. 7,125.21
543	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADONA 12 X 750 CC.	40	CAJA			S/. 172.96	S/. 6,918.40
544	CHAMPAN TABERNERO ESPECIAL 12 X 750 CC.		CAJA	5	BOT	S/. 105.90	S/. 44.13
545	CHAMPAN TACAMA BRUT 12 X 750 CC	24	CAJA	11	BOT	S/. 255.56	S/. 6,367.70
546	CHAMPAN TACAMA S/S 12 X 750 CC	21	CAJA	10	BOT	S/. 230.70	S/. 5,036.95
547	CHAMPAN TENTACION 12 X 750 CC	2	CAJA			S/. 44.50	S/. 89.00
548	CHAMPAN VIÑA DEL SEÑOR 12 X 750 CC	7	CAJA			S/. 124.50	S/. 871.50
549	ANIS DEL MISTI 12 X 750 CC	4	CAJA	8	UNI	S/. 124.80	S/. 582.40
550	ANIS LA MONTAÑA 12 X 750 ML	1	CAJA	5	BOT	S/. 132.20	S/. 187.28
551	ANIS NAJAR CREMA 24 X 125 ML.	1	CAJA	2	BOT	S/. 142.40	S/. 166.13
552	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL 12 X 750 ML	1	CAJA	10	BOT	S/. 15.50	S/. 28.42
553	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL X 500 ML.	2	BOT			S/. 15.50	S/. 31.00
554	ANIS NAJAR SECO 12 X 750 ML.	25	CAJA	6	BOT	S/. 202.76	S/. 5,170.38
555	ANIS NAJAR SEMIDULCE 12 X 500 ML.	1	CAJA	4	BOT	S/. 177.10	S/. 236.13
556	ANIS NAJAR+OFERT 2 X 500 CC	15	PACK			S/. 31.14	S/. 467.10

557	VODKA 3XXX LIMON 6 X 1800 ML			3	BOT	S/. 20.70	S/. 10.35
558	VODKA ALTOKE X 1000 ML TETRA			5	TTP	S/. 104.88	S/. 87.40
559	VODKA KH 6 X 1800 ML	5	PQT	3	BOT	S/. 30.54	S/. 167.97
560	VODKA MIXERS 6 X 1800 ML	11	PQT	3	BOT	S/. 38.41	S/. 441.72
561	VODKA PARAMONGA 12 X 750 ML.	1	CAJA	1	BOT	S/. 125.60	S/. 136.07
562	VODKA PUNTO G 6 X 1500 ML	2	PQT			S/. 39.65	S/. 79.30
563	VODKA RUSSKAYA 12 X 750 ML.	4	CAJA	9	BOT	S/. 123.70	S/. 587.58
564	CREMA MELOCOTON POBLETE 12 X 750 CC	32	BOT			S/. 165.84	S/. 5,306.88
565	JARABE DE GOMA CHEVALIER X 750 CC	26	BOT			S/. 6.10	S/. 158.60
566	JARABE DE GOMA DELBAR 12X500ML	16	CAJA	7	BOT	S/. 52.20	S/. 865.65
567	CIGARRO HAMILTON X 10	37	DISP	5	CJTL	S/. 41.08	S/. 1,540.50
568	CIGARRO HAMILTON X 20	19	DISP	5	CJTA	S/. 41.92	S/. 806.96
569	AGUARDIENTE EL BRUJO 12 X 750 ML	1	CAJA			S/. 75.40	S/. 75.40
570	AGUARDIENTE X 50ML	300	UNI			S/. 0.75	S/. 225.00
571	AGUARDIENTE X 750ML	33	UNI			S/. 5.65	S/. 186.45
572	COÑAC X 125 CC	56	UNI			S/. 0.70	S/. 39.20
573	GUINDA SAN FRANCISCO 12 X 750 CC	3	CAJA	6	UNI	S/. 114.74	S/. 401.59
574	SANGRIA S. QUEIROLO TETRA 6 X 1 LITRO	3	CAJA	5	UNI	S/. 38.64	S/. 148.12
575	SANGRIA TINTO 12 X 1 LT	2	CAJA			S/. 95.45	S/. 190.90
576	VASOS OCUCAJE X 24	6	CAJA			S/. 35.00	S/. 210.00
577	VODKA RUSSKAYA X 126 ML.	41	UNI			S/. 4.50	S/. 184.50
578	DET. ACE 30 X 360 GR	1	PQT	26	UNI	S/. 78.30	S/. 146.16
579	DET. ACE 4500GR. X 4UND	2	PAQ	2	UNI	S/. 99.24	S/. 248.10
580	DET. ACE 60 X 160 GR.			2	SOB	S/. 85.23	S/. 2.84
581	DET. ACE X 15 X 900 GR.	5	PQT	14	UNI	S/. 92.08	S/. 546.34
582	DET. ACE X 2500 GR.	65	BOLS			S/. 16.98	S/. 1,103.70
583	DET. ACE X 520 GR.	15	UNI			S/. 6.50	S/. 97.50
584	DET. ARIEL 120 X 85 GR	7	PQT	119	UNI	S/. 85.82	S/. 685.84
585	DET. ARIEL 60 X 160 GR.	1	PAQ	18	SOB	S/. 80.46	S/. 104.60
586	DET. ARIEL 7 X 2500 GR	4	PAQ	2	UNI	S/. 135.64	S/. 581.31
587	DET. ARIEL X 15 X 900 GR	28	PQT	4	UNI	S/. 96.56	S/. 2,729.43
588	DET. BOLIVAR FLORAL 15 X 900 GR	10	PQT	5	UNI	S/. 77.96	S/. 805.59
589	DET. BOLIVAR FLORAL 30 X 360 GR	5	PQT	23	UNI	S/. 69.74	S/. 402.17
590	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 160 GR		PAQ	30	UNI	S/. 61.68	S/. 30.84
591	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 200 GR	17	PQT	27	UNI	S/. 86.28	S/. 1,505.59
592	DET. BOLIVAR FLORAL X 2600 GR	138	UNI			S/. 14.60	S/. 2,014.80
593	DET. BOLIVAR LIMON 15 X 900 GR	22	PQT	1	UNI	S/. 75.98	S/. 1,676.63
594	DET. BOLIVAR LIMON 30 X 360 GR	27	PAQ	8	SOB	S/. 67.04	S/. 1,827.96
595	DET. BOLIVAR LIMON 60 X 160 GR	8	PAQ	30	UNI	S/. 61.68	S/. 524.28
596	DET. BOLIVAR LIMON X 2600 GR	71	UNI			S/. 15.10	S/. 1,072.10
597	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	179	UNI			S/. 23.04	S/. 4,124.16
598	DET. MAGIA BLANCA 120 X 80 GR	3	PQT			S/. 45.62	S/. 136.86
599	DET. MAGIA BLANCA 48 X 225 GR	1	PQT			S/. 53.25	S/. 53.25

600	DET. MARCELLA F. 60 X 160 GR.	40	PAQ	6	UNI	S/. 46.54	S/. 1,866.25
601	DET. MARCELLA F. 850 GR X 15 UND	1	PAQ	9	SOB	S/. 60.34	S/. 96.54
602	DET. OPAL BIO CRISTAL X 60 X 160 GR			15	SOB	S/. 44.70	S/. 11.18
603	DET. OPAL X 30 X 360 GR			27	UNI	S/. 57.66	S/. 51.89
604	DET. OPAL X 60 X 170 GR	2	PQT			S/. 50.19	S/. 100.38
605	DET. PATITO 30 X 360 GR.	4	PQT			S/. 55.84	S/. 223.36
606	DET. SAPOLIO 60 X 160 GR.			23	UNI	S/. 47.38	S/. 18.16
607	DET. ÑA PANCHA 60 X 160 GR			47	SOB	S/. 51.23	S/. 40.13
608	DET. ÑAPANCHA 48 X 225 GR	1	PQT			S/. 56.35	S/. 56.35
609	JABON BOLIVAR 48 X 260 GR.	21	CAJA	6	UNI	S/. 55.68	S/. 1,176.24
610	JABON BOLIVAR BEBE 48 X 260GR.	18	CAJA	33	BARR	S/. 59.16	S/. 1,105.55
611	JABON BOLIVAR LIMON 48 X 260 GR.	11	CAJA	11	BARR	S/. 55.68	S/. 625.24
612	JABON MARSELLA BEBE 40 X 250 GR			8	UNI	S/. 48.55	S/. 9.71
613	JABON MARSELLA FLORAL 40 X 250 GR	6	CAJA			S/. 48.55	S/. 291.30
614	JABON MARSELLA LIMON 40 X 250 GR	5	CAJA	29	BARR	S/. 52.32	S/. 299.53
615	JABON MARSELLA X 650 GR	6	UNI			S/. 6.95	S/. 41.70
616	JABONC. DERMEX X 100 GR	476	UNI			S/. 2.08	S/. 990.08
617	JABONC. DERMEX X 20 GR	1,254	UNI			S/. 0.85	S/. 1,065.90
618	JABONC. HENO DE PRAVIA 36 X 175 GR	29	DOC	4	UNI	S/. 26.64	S/. 775.52
619	JABONC. LUX 12 X 150 GR	4	DOC	7	UNI	S/. 25.50	S/. 116.88
620	JABONC. PROTEX 12 X 130 GR.	31	DOC	11	UNI	S/. 25.98	S/. 829.20
621	JABONC. REXONA 12 X 150 GR	3	DOC			S/. 23.02	S/. 69.06
622	JABONC. RIVIERA 12 X 85 GR.	3	DOC	3	UNI	S/. 23.50	S/. 76.38
623	JABONC. ROSAS Y LIMON 12 X 120 GR.	17	DOC	6	UNI	S/. 27.40	S/. 479.50
624	JABONC. SPA 12 X 90 GR.			4	UNI	S/. 26.50	S/. 8.83
625	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 48 X 12 ML	1	CAJA	11	DISP	S/. 17.20	S/. 21.14
626	SHAMPU ANUA HIDRAT.INT 12X400CC	2	CAJA	5	FRAS	S/. 111.36	S/. 269.12
627	SHAMPU ANUA NUT.CLASICA 12X400CC	13	CAJA	9	UNI	S/. 111.36	S/. 1,531.20
628	SHAMPU AVAL 24 X 10 ML	23	DISP			S/. 115.50	S/. 2,656.50
629	SHAMPU AVAL 2EN1 X 350 ML. (FRASCO.)	37	FRCO			S/. 9.50	S/. 351.50
630	SHAMPU CLEAR HOMBRE X 400ML	41	FRAS			S/. 9.90	S/. 405.90
631	SHAMPU CLEAR MUJER X 200ML	23	FRAS			S/. 6.30	S/. 144.90
632	SHAMPU CLEAR MUJER X 400ML	42	FRAS			S/. 9.90	S/. 415.80
633	SHAMPU EGO MEN BLACK CJ X 36 TIRAS	1	CAJA	20	TIRA	S/. 154.80	S/. 240.80
634	SHAMPU EGO MEN BLACK X 230 ML	17	UNI			S/. 9.08	S/. 154.36
635	SHAMPU EL VIVE 24 X 10 ML	2	DISP			S/. 15.54	S/. 31.08
636	SHAMPU H&S HUMECTA X 400 ML	7	FRAS			S/. 9.42	S/. 65.94
637	SHAMPU H&S LIMP RENOV 24 X 10 ML.	42	DISP			S/. 8.60	S/. 361.20
638	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 400 ML	10	FRAS			S/. 9.46	S/. 94.60
639	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 700 ML	5	UNI			S/. 13.26	S/. 66.30
640	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 400 ML	13	FRAS			S/. 9.46	S/. 122.98
641	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 700 ML	47	FRAS			S/. 13.32	S/. 626.04
642	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 400 ML	14	FRAS			S/. 10.23	S/. 143.22

643	SHAMPU H&S RELAX X 400 ML	26	FRAS			S/. 10.23	S/. 265.98
644	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 400 ML	40	FRCO			S/. 9.46	S/. 378.40
645	SHAMPU H&S SUAVE MANE 2EN1 X 400 ML	64	FRAS			S/. 9.46	S/. 605.44
646	SHAMPU PANTENE CONTROL CAIDA X 400 ML	38	FRAS			S/. 10.23	S/. 388.74
647	SHAMPU PANTENE CUID CLASICO X400 ML	17	FRAS			S/. 10.23	S/. 173.91
648	SHAMPU PANTENE LISO Y SEDO X400 ML	5	FRCO			S/. 10.23	S/. 51.15
649	SHAMPU PANTENE NATUR.HIDAT.BALAN X400 ML	4	FRAS			S/. 10.23	S/. 40.92
650	SHAMPU PANTENE RESTAURACION X 400 ML	34	FRAS			S/. 10.23	S/. 347.82
651	SHAMPU PANTENE RISO DEFINIDO X400 ML	26	FRAS			S/. 10.23	S/. 265.98
652	SHAMPU PB ACONDICIONADOR 12X500ML	14	FRAS			S/. 105.65	S/. 1,479.10
653	SHAMPU PB ALOE VERA 12X500ML	2	CAJA	6	BOT	S/. 95.84	S/. 239.60
654	SHAMPU PB CERAMIDAS 12X500ML	9	FRAS			S/. 95.84	S/. 862.56
655	SHAMPU SEDAL CRECIMIENTO X 650ML	4	FRAS			S/. 12.04	S/. 48.16
656	SHAMPU SEDAL SERAMIDAS X650ML	4	FRAS			S/. 12.04	S/. 48.16
657	PAPEL ELITE COLOR X 20	10	PLAN			S/. 12.54	S/. 125.40
658	PAPEL ELITE DH 6 X 8 CEL	17	PLAN			S/. 29.66	S/. 504.22
659	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	190	PLAN			S/. 10.32	S/. 1,960.80
660	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	178	PLAN			S/. 12.64	S/. 2,249.92
661	PAPEL ELITE MALOGRADO X 20	20	PLAN			S/. 10.00	S/. 200.00
662	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	123	PAQ			S/. 12.50	S/. 1,537.50
663	PAPEL ELITE TOALLA ECONOM 3 X 8 ROJO	178	PLAN	6	PAQ	S/. 24.18	S/. 4,322.18
664	PAPEL ELITE TOALLA ULTRA 3 X 8 AZUL	7	PLAN	5	PQT	S/. 29.76	S/. 226.92
665	PAPEL ELITE ULTRA DH 2 X 10	34	PLAN	1	PQT	S/. 17.67	S/. 602.55
666	PAPEL ELITE ULTRA DH 6 X 8	5	PLAN			S/. 35.80	S/. 179.00
667	PAPEL HIG. EGO BCO. 2X10	12	PLAN			S/. 8.83	S/. 105.96
668	PAPEL NOBLE DH X 20	324	PLAN			S/. 10.23	S/. 3,314.52
669	PAPEL PRESTIGIO X 20	73	PLAN			S/. 8.83	S/. 644.59
670	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	75	PLAN			S/. 11.16	S/. 837.00
671	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	94	PLAN			S/. 13.25	S/. 1,245.50
672	PAPEL TOALLA SCOTT 8 X 3UND CANGURO	38	PLAN			S/. 22.32	S/. 848.16
673	TOALLA ALWAYS X 10 UNI	7	PQT			S/. 2.77	S/. 19.39
674	TOALLA KOTEX 6 X 10 UNI	166	BOLS			S/. 11.56	S/. 1,918.96
675	TOALLA KOTEX DISPENSADOR X 42	23	DISP			S/. 7.86	S/. 180.78
676	TOALLA SERENA X 10 UNI	14	PQT			S/. 1.85	S/. 25.90
677	TOALLA VARIOS X 12 UNID	19	PQT			S/. 2.50	S/. 47.50
678	PAPEL TOALLA SCOTT DURAMAX	14	ROLL			S/. 9.50	S/. 133.00
679	SERVILLETA ELITE CORTADA 18 X 220 H	1	PAQ	1	UNI	S/. 12.75	S/. 13.46
680	SERVILLETA SCOTT X 100H	14	TIRA			S/. 1.50	S/. 21.00
681	SERVILLETA SUAVE SCOTT 24X40HD	65	TIRA			S/. 2.65	S/. 172.25
682	PAÑ ADUL PLEN MED RESP MULTICIERRE X20	39	PAQ			S/. 56.10	S/. 2,187.90
683	PAÑ HUGGIES MEDIANO X 52	4	PQT			S/. 32.72	S/. 130.88
684	PAÑ HUGUIES ACT. XXG X 48	2	PAQ			S/. 43.94	S/. 87.88
685	PAÑ PAMPERS MEDIANO X 72	22	PQT			S/. 44.78	S/. 985.16

686	PAÑ PAMPERS XXG X 48	1	PQT			S/. 36.50	S/. 36.50
687	CREM DENT CLOSE-UP 12 X 100	1	DISP	10	UNI	S/. 21.54	S/. 39.49
688	CREM DENT COLGATE 12 X 25 CC.	79	DOC			S/. 26.50	S/. 2,093.50
689	CREM DENT COLGATE ANTISARRO 12 X 90 GR			6	UNI	S/. 29.60	S/. 14.80
690	CREM DENT COLGATE HERBAL BLANQUEADORA 48X90GR	1	DISP	5	UNI	S/. 30.52	S/. 33.70
691	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 75 CC.	11	DOC	2	UNI	S/. 55.58	S/. 620.64
692	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 180 CC.			5	UNI	S/. 53.25	S/. 22.19
693	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 90 GR	34	DISP	1	UNI	S/. 27.75	S/. 945.81
694	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 34 ML.	20	DOC	1	UNI	S/. 9.25	S/. 185.77
695	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 90 ML. GEL	32	DOC	10	UNI	S/. 16.65	S/. 546.68
696	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 25 ML.	1	DOC	8	UNI	S/. 10.17	S/. 16.95
697	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 75 ML.			5	UNI	S/. 27.60	S/. 11.50
698	CREMA DENTAL DENTO 12 X 34 ML	1	DOC	2	UNI	S/. 9.25	S/. 10.79
699	LAVAVAJILLA AXION X 250 GR	18	UNI			S/. 2.20	S/. 39.60
700	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 900 GR.	5	CAJA	9	UNI	S/. 49.88	S/. 286.81
701	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 180 GR.	2	CAJA	22	UNI	S/. 27.08	S/. 78.98
702	LAVAVAJILLA LISTO 18 X 225 GR	2	CAJA			S/. 21.54	S/. 43.08
703	LAVAVAJILLA LISTO 36 X 225 GR	2	CAJA			S/. 30.50	S/. 61.00
704	LAVAVAJILLA SAPOLIO 1000 GR. X 6POTE	1	CAJA	2	POTE	S/. 19.30	S/. 25.73
705	LAVAVAJILLA SAPOLIO 24 X 180 GR.	4	CAJA	21	UNI	S/. 8.50	S/. 41.44
706	LEJIA CLOROX ROPA DE COLOR 24 X 250 ML.	1	PQT	6	UNI	S/. 10.50	S/. 13.13
707	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 287.50 GR.	3	PAQ	3	UNI	S/. 9.15	S/. 28.82
708	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 315 GR.	50	PAQ	13	BOT	S/. 10.98	S/. 556.14
709	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 625 GR.			10	UNI	S/. 15.52	S/. 7.76
710	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 24 X 572GR.			2	BOT	S/. 29.85	S/. 2.49
711	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 1 LITRO	2	BOT			S/. 2.84	S/. 5.68
712	LEJIA ROPA BLANCA CLX BOT 12X930 ML	3	PAQ			S/. 15.80	S/. 47.40
713	LEJIA SAPOLIO FCO 2000GR X 6	19	PAQ	5	UNI	S/. 16.98	S/. 336.77
714	CERA EMPERATRIZ X 330ML AMAR.	167	UNI			S/. 2.80	S/. 467.60
715	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. AMAR.	7	CAJA	9	UNI	S/. 90.59	S/. 656.78
716	CERA SAPOLIO P.AMAR.BALDE GL X 4	6	CAJA	2	BALD	S/. 30.50	S/. 198.25
717	BETUN KIWI 12 X 88 ML	2	DISP	11	UNI	S/. 25.20	S/. 73.50
718	ESPONJA SCOSH BRITE MAQUINITA X 12	97	DISP			S/. 13.32	S/. 1,292.04
719	ESPONJA SCOSH BRITE X 15	96	DISP			S/. 13.95	S/. 1,339.20
720	LIBRE ENJUAGUE DONNY X 850 GR	6	UNI			S/. 6.55	S/. 39.30
721	SUAVISS BOLIVAR FL.SILV. 12 X 500CC.	7	CAJA	7	BOT	S/. 34.58	S/. 262.23
722	SUAVISS BOLIVAR FL.SILV. 6UNID X 75CC	7	TIRA	2	SACH	S/. 25.80	S/. 189.20
723	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB			52	UNI	S/. 32.59	S/. 11.77
724	VANISH LIQUIDO MAX 2X 100ML X 72 UND			9	UNI	S/. 45.85	S/. 5.73
							S/. 1,569,697.90

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 9 “Políticas de Aprovisionamiento”

Nº	Artículos	Py (2013)	Costo / Unid	D. Aprox. de Venta	Costo de Mantenimiento		C1	Costo de Aprovisionamiento		C3	EOQ o	T o
					C. de O.	C de A.		Flete	C. de P.			
1	HARINA BCA. NIEVE ESPECIAL X 50 K.	41	82.8	365	5.44	4.64	10.08	0	5.82	5.82	7	61
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	18644	77.96	365	5.12	4.37	9.49	0	5.82	5.82	151	3
3	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	1116	81.88	365	5.38	4.59	9.97	0	5.82	5.82	36	12
4	HARINA DON WILY X 50 K.	216	80.04	365	5.26	4.49	9.75	0	5.82	5.82	16	27
5	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHO X 25 K.	102	74.5	365	4.89	4.18	9.07	0	5.82	5.82	11	41
6	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHUEL X 10 K	54	41.08	365	2.70	2.30	5.00	0	5.82	5.82	11	76
7	HARINA EXPERT PRE-MEZC.KEKE X 10 K.	31	42.3	365	2.78	2.37	5.15	0	5.82	5.82	8	99
8	HARINA EXPERT PRE-MEZC.MUFFIS X 10 K.	15	40.8	365	2.68	2.29	4.97	0	5.82	5.82	6	144
9	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PAN YEMA X 25 K.	24	59.7	365	3.92	3.35	7.27	0	5.82	5.82	6	94
10	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PANETON X 25 K.	16	156.5	120	10.28	8.78	19.06	0	5.82	5.82	3	23
11	HARINA EXPERT PRE-MEZC.TORTA DE CHOC X 10K.	3	57.22	365	3.76	3.21	6.97	3.5	5.82	9.32	3	345
12	HARINA ITALIANA ESPECIAL X 50 K.	29	82.52	365	5.42	4.63	10.05	0	5.82	5.82	6	73
13	HARINA ITALIANA PAPEL X 50 K.	353	79.88	365	5.25	4.48	9.73	0	5.82	5.82	21	21
14	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	2556	80.26	365	5.27	4.50	9.77	0	5.82	5.82	55	8
15	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	1137	85.6	365	5.62	4.80	10.42	0	5.82	5.82	36	11
16	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	900	84.5	365	5.55	4.74	10.29	0	5.82	5.82	32	13
17	HARINA NICOLINI PREMIUM PP X 50 KG	27	108.56	365	7.13	6.09	13.22	0	5.82	5.82	5	66
18	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	21440	81.1	365	5.33	4.55	9.88	0	5.82	5.82	159	3
19	HARINA PANETONERA X 50 K.	74	105.58	120	6.94	5.92	12.86	5	5.82	10.82	11	18
20	HARINA PREPARADA BLANCA FLOR 12 X 1 KG.	44	54.04	365	3.55	3.03	6.58	0	5.82	5.82	9	74
21	HARINA PREPARADA ESPECIAL X 24 KG.	5	70.82	365	4.65	3.97	8.62	0	5.82	5.82	3	190
22	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	2984	84.18	365	5.53	4.72	10.25	0	5.82	5.82	58	7
23	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	825	83.04	365	5.46	4.66	10.11	0	5.82	5.82	31	14
24	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	565	39.86	365	2.62	2.24	4.85	3.5	5.82	9.32	47	30
25	ACEITE CAPRI 12 X 1 LITRO	68	70.56	365	4.64	3.96	8.59	0	5.82	5.82	10	52
26	ACEITE CAPRI X 5 LITROS	764	29.02	365	1.91	1.63	3.53	0	5.82	5.82	50	24
27	ACEITE CIL 24 X 200 CC.	41	27.2	180	1.79	1.53	3.31	0	5.82	5.82	12	53
28	ACEITE CIL 24 X 500 CC.	15	66.46	180	4.37	3.73	8.09	0	5.82	5.82	5	56
29	ACEITE CIL X 12	359	64.54	365	4.24	3.62	7.86	5	5.82	10.82	31	32
30	ACEITE CIL X 20 LITROS - BALDE	687	103.72	365	6.81	5.82	12.63	5	5.82	10.82	34	18
31	ACEITE CIL X 5 LITROS	848	25.22	365	1.66	1.41	3.07	5	5.82	10.82	77	33
32	ACEITE COCINERO 12 X 1 LITRO	389	68.88	365	4.53	3.86	8.39	0	5.82	5.82	23	22
33	ACEITE COCINERO X 20 LT BALDE	1024	109.54	365	7.20	6.14	13.34	0	5.82	5.82	30	11
34	ACEITE COCINERO X 5 LITROS	2261	27.54	365	1.81	1.54	3.35	0	5.82	5.82	89	14
35	ACEITE FINO 12 X 1 LITRO	36	62.48	365	4.10	3.50	7.61	5	5.82	10.82	10	103
36	ACEITE FINO 4.5 LT	162	23.3	365	1.53	1.31	2.84	0	5.82	5.82	26	58
37	ACEITE PRIMOR 12 X 1 LITRO	22	73.96	365	4.86	4.15	9.01	0	5.82	5.82	5	89
38	ACEITE PRIMOR PREMIUM 12 X 1 LITRO	55	76.34	365	5.02	4.28	9.30	0	5.82	5.82	8	55
39	ACEITE PRIMOR X 5 LITROS	737	29.04	365	1.91	1.63	3.54	0	5.82	5.82	49	24

40	ACEITE SAO 100%SOYA X 3 LT.	163	15.76	180	1.04	0.88	1.92	0	5.82	5.82	31	35
41	ACEITE SAO 100%SOYA X 5 LT.	7	24.64	180	1.62	1.38	3.00	0	5.82	5.82	5	134
42	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	2319	112.96	365	7.42	6.33	13.76	0	5.82	5.82	44	7
43	ARROZ CHOLO NIR X 50 KG	135	112.72	365	7.41	6.32	13.73	0	5.82	5.82	11	29
44	ARROZ COSTEÑO 20 X 750 GR.	315	47.3	240	3.11	2.65	5.76	0	5.82	5.82	25	19
45	ARROZ COSTEÑO X 5 KG.	112	16.3	240	1.07	0.91	1.98	0	5.82	5.82	26	55
46	ARROZ DON FLAVIO X 50 KG.	26	98.72	365	6.49	5.54	12.02	0	5.82	5.82	5	71
47	ARROZ EXTRA PACASMAYO X 49 KG	411	108.7	365	7.14	6.10	13.24	0	5.82	5.82	19	17
48	ARROZ GALLITO CAMANA 50 KG	772	89.46	365	5.88	5.02	10.89	0	5.82	5.82	29	14
49	ARROZ GALLITO DE ORO X 50 KG	627	90.22	365	5.93	5.06	10.99	0	5.82	5.82	26	15
50	ARROZ GALLITO EXTRA X 50 KG	303	90.04	365	5.92	5.05	10.96	0	5.82	5.82	18	22
51	ARROZ GALLITO NORTE 49 KG	139	82.98	365	5.45	4.65	10.10	0	5.82	5.82	13	33
52	ARROZ GALLITO TAMBO X 50 KG	248	89.86	365	5.90	5.04	10.94	0	5.82	5.82	16	24
53	ARROZ GRANO NORTEÑO X 1 KILO	87	2	120	0.13	0.11	0.24	0	5.82	5.82	64	89
54	ARROZ HOJA REDONDA 12 X 750 GR	12	27.52	365	1.81	1.54	3.35	0	5.82	5.82	6	196
55	ARROZ HUACAPUY X 50 KG	321	97.18	365	6.38	5.45	11.83	0	5.82	5.82	18	20
56	ARROZ MONTEERRICO X 50 KG	116	105.06	365	6.90	5.89	12.79	0.5	5.82	6.32	11	34
57	ARROZ NEGRITA DE ORO X 50	142	109.84	365	7.22	6.16	13.38	0	5.82	5.82	11	29
58	ARROZ OYUKY X 50 KG.	86	94.1	365	6.18	5.28	11.46	0	5.82	5.82	9	40
59	ARROZ PAISANA BLANCO PERFEC. 1K 12BOL	107	29.24	120	1.92	1.64	3.56	0	5.82	5.82	19	21
60	ARROZ PAISANA BLANCO PERFEC. 5K X 4BOL	52	48.16	180	3.16	2.70	5.86	0	5.82	5.82	10	35
61	ARROZ PAISANA GRAN COSECHA 12 X 1 K	387	36.98	180	2.43	2.07	4.50	5	5.82	10.82	43	20
62	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 1K 12BOL	8	37.84	180	2.49	2.12	4.61	5	5.82	10.82	6	138
63	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 5K X 4BOL	23	62.34	180	4.10	3.50	7.59	5	5.82	10.82	8	63
64	ARROZ PAISANA SELECTO 12 X 1 K	53	29.24	240	1.92	1.64	3.56	5	5.82	10.82	18	81
65	ARROZ ROMPE OLLA CAMANA X 50 KG	306	93.26	365	6.13	5.23	11.36	5	5.82	10.82	24	29
66	ARROZ SAMAN 12 X 1 KG	2	39.56	180	2.60	2.22	4.82	5	5.82	10.82	3	270
67	ARROZ SUPERIOR A-1 X 750 GR	64	2.08	180	0.14	0.12	0.25	0	5.82	5.82	54	153
68	ARROZ TAMBO RENDIDOR X 50 KG	449	89.64	365	5.89	5.03	10.92	0	5.82	5.82	22	18
69	ARROZ TROPICAL 16 X 750 GR.	15	37.84	180	2.49	2.12	4.61	0	5.82	5.82	6	74
70	ARROZ VILLA HERMOSA X 50 KG	119	105.28	365	6.92	5.90	12.82	0	5.82	5.82	10	32
71	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	54	76.12	180	5.00	4.27	9.27	0	5.82	5.82	8	28
72	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 25 X 1 KG	37	82.28	240	5.41	4.61	10.02	0	5.82	5.82	7	43
73	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 5PQT X 5KG	116	76.56	240	5.03	4.29	9.32	0	5.82	5.82	12	25
74	AZUCAR BLANCA CARTAVIO NAC X 5 KILOS	160	12.76	240	0.84	0.72	1.55	0	5.82	5.82	35	52
75	AZUCAR BLANCA CARTAVIO X 50 KG	432	115.34	365	7.58	6.47	14.05	0	5.82	5.82	19	16
76	AZUCAR BLANCA COSTEÑO 15 X 1KG	53	40.48	180	2.66	2.27	4.93	0	5.82	5.82	11	38
77	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 46 KG	48	87.98	365	5.78	4.93	10.71	0	5.82	5.82	7	55
78	AZUCAR BLANCA PAISANA 15 X 1 KG	25	42.89	180	2.82	2.41	5.22	0	5.82	5.82	7	54
79	AZUCAR COSTEÑO 4 X 5KG	2	45.98	240	3.02	2.58	5.60	0	5.82	5.82	2	245
80	AZUCAR RUBIA CARTAVIO 5 X 5 KG	13	65.8	240	4.32	3.69	8.01	0	5.82	5.82	4	82
81	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 12 X 2 KG	14	68.2	180	4.48	3.82	8.31	0	5.82	5.82	4	58
82	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 25 X 1 KG	40	74.8	180	4.91	4.19	9.11	0	5.82	5.82	7	32

83	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 5 X 5 KG	15	66	240	4.34	3.70	8.04	0	5.82	5.82	5	76
84	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	12711	86.26	365	5.67	4.84	10.50	0	5.82	5.82	119	3
85	AZUCAR RUBIA COSTEÑO 15 X 1KG	57	37.84	180	2.49	2.12	4.61	0	5.82	5.82	12	38
86	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	2001	108.14	365	7.10	6.06	13.17	0	5.82	5.82	42	8
87	AZUCAR RUBIA X 5 KG.	175	12.6	240	0.83	0.71	1.53	0	5.82	5.82	36	50
88	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR LAT.	1	50.6	365	3.32	2.84	6.16	0	5.82	5.82	1	709
89	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR TTP.	80	52.26	365	3.43	2.93	6.36	0	5.82	5.82	12	55
90	LECHE BONLE LATA 24 X 410GR	12	48.94	365	3.22	2.74	5.96	0	5.82	5.82	5	147
91	LECHE CONDENSADA NESTLE 48 X 397 GR. PE	96	196.1	180	12.88	11.00	23.88	0	5.82	5.82	7	13
92	LECHE CONDENSADA NESTLE CHICO	177	1	180	0.07	0.06	0.12	0	5.82	5.82	130	132
93	LECHE GLORIA 1-5 AÑOS NIÑOS X 24	448	61.18	365	4.02	3.43	7.45	0	5.82	5.82	26	22
94	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	4464	59.8	365	3.93	3.35	7.28	0	5.82	5.82	84	7
95	LECHE GLORIA 48 X 170 GR.	372	63.02	365	4.14	3.53	7.67	0	5.82	5.82	24	23
96	LECHE GLORIA CALCIO+HIERRO 24 X 410 GR.	32	63.48	365	4.17	3.56	7.73	0	5.82	5.82	7	79
97	LECHE GLORIA DESLACTOSA 24 X 410 GR.	121	62.3	365	4.09	3.49	7.59	0	5.82	5.82	14	41
98	LECHE GLORIA LIGTH 24 X 410 GR.	345	60.72	365	3.99	3.40	7.39	0	5.82	5.82	23	25
99	LECHE GLORIA SUPER LIGHT 48X410GR	3	114.02	365	7.49	6.39	13.88	0	5.82	5.82	2	193
100	LECHE GLORIA UHT CALCIO+HIERRO 12X1L	2	35.82	365	2.35	2.01	4.36	0	5.82	5.82	2	422
101	LECHE GLORIA UHT CHOCOLATE 12X1L	6	35.84	365	2.35	2.01	4.36	0	5.82	5.82	4	243
102	LECHE GLORIA UHT DESLACTOSADA 12X1L	4	34.46	365	2.26	1.93	4.20	0	5.82	5.82	3	304
103	LECHE GLORIA UHT FACIL 12 X 1 L.	645	32.86	365	2.16	1.84	4.00	0	5.82	5.82	43	25
104	LECHE GLORIA UHT LIGHT 12X1L	1	32.62	365	2.14	1.83	3.97	0	5.82	5.82	2	625
105	LECHE GLORIA UHT NIÑOS 12X1L	11	35.88	365	2.36	2.01	4.37	0	5.82	5.82	5	180
106	LECHE GLORIA UHT SABORES 24X180ML	9	19.66	365	1.29	1.10	2.39	0	5.82	5.82	7	268
107	LECHE IDEAL 24 X 410 GR	1016	58.7	365	3.86	3.29	7.15	0	5.82	5.82	41	15
108	LECHE PURA VIDA 24 X 400 GR.	457	44.08	365	2.90	2.47	5.37	0	5.82	5.82	31	25
109	LECHE PURA VIDA 48 X 165 GR.	56	47.66	365	3.13	2.67	5.80	0	5.82	5.82	11	69
110	LECHE SOY VIDA 24 X 400 GR.	136	29.84	365	1.96	1.67	3.63	0	5.82	5.82	21	56
111	YOGURT ACTIBIO 24 X 100 ML	1	17.6	365	1.16	0.99	2.14	0	5.82	5.82	2	851
112	YOGURT GLORIA 24 X 200 ML	4	19.1	240	1.25	1.07	2.33	0	5.82	5.82	4	268
113	YOGURT GLORIA 4 X 2KG	80	28.16	365	1.85	1.58	3.43	0	5.82	5.82	16	75
114	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	2064	22.16	365	1.46	1.24	2.70	0	5.82	5.82	94	17
115	YOGURT GLORIA 6 X 500ML	19	13.2	240	0.87	0.74	1.61	0	5.82	5.82	12	150
116	YOGURT GLORIA ACTIBIO 6X1KG	25	23.78	365	1.56	1.33	2.90	0	5.82	5.82	10	148
117	YOGURT GLORIA BATTI MIX 24X125GR	10	51.48	240	3.38	2.89	6.27	0	5.82	5.82	4	106
118	YOGURT GLORIA LIC-GO 6X1KG	8	23.02	180	1.51	1.29	2.80	0	5.82	5.82	6	134
119	YOGURT MILKITO 6X1KG	11	22.22	240	1.46	1.25	2.71	0	5.82	5.82	7	150
120	YOGURT PURA VIDA 6X1KG	5	20.34	240	1.34	1.14	2.48	0	5.82	5.82	5	233
121	YOGURT PURA VIDA VAINILLA MIX 24X90ML	5	25.94	180	1.70	1.45	3.16	0	5.82	5.82	4	163
122	YOGURT SOY VIDA 6 X 1 LITRO	10	13.42	180	0.88	0.75	1.63	0	5.82	5.82	8	152
123	YOGURT YO-MOST 24 X 180 ML	6	24.64	240	1.62	1.38	3.00	0	5.82	5.82	5	193
124	FIDEO DON MAXIMO X 10 KG.	1	19.34	365	1.27	1.08	2.36	0	5.82	5.82	2	811
125	FIDEO DON VITORIO 20 X 250 GR.	3059	17.62	365	1.16	0.99	2.15	0	5.82	5.82	129	15

126	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. SPAGUETTY	1104	35.98	365	2.36	2.02	4.38	0	5.82	5.82	54	18
127	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. TALLARIN	339	36.08	365	2.37	2.02	4.39	0	5.82	5.82	30	32
128	FIDEO DON VITORIO 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	83	36.08	365	2.37	2.02	4.39	0	5.82	5.82	15	65
129	FIDEO MARCO POLO 20 X 250 GR.	2	11.18	365	0.73	0.63	1.36	0	5.82	5.82	4	755
130	FIDEO MARCO POLO 20 X 500 GR.	9	21.5	365	1.41	1.21	2.62	0	5.82	5.82	6	257
131	FIDEO MARCO POLO SURTIDO X 10 KILOS	171	22.36	365	1.47	1.25	2.72	0	5.82	5.82	27	58
132	FIDEO MOLITALIA 20 X 250 GR.	4	12.9	365	0.85	0.72	1.57	0	5.82	5.82	5	497
133	FIDEO MOLITALIA 20 X 500 GR. TALLARIN	2	25.76	365	1.69	1.44	3.14	0	5.82	5.82	3	497
134	FIDEO NICOLINI 20 X 250 GR	22	12.9	365	0.85	0.72	1.57	0	5.82	5.82	13	212
135	FIDEO NICOLINI 20 X 500 GR. TALLARIN	9	24.94	365	1.64	1.40	3.04	0	5.82	5.82	6	238
136	FIDEO VICTORIA CODITO X 10 K.	789	21.06	365	1.38	1.18	2.56	0	5.82	5.82	60	28
137	FIDEO VICTORIA CODO RAYADO X 10 K.	1082	21	365	1.38	1.18	2.56	0	5.82	5.82	70	24
138	FIDEO VICTORIA CORBATA X 10 K.	299	21	365	1.38	1.18	2.56	0	5.82	5.82	37	45
139	FIDEO VICTORIA ENTREF GRUESO X 10 K.	1218	21.92	365	1.44	1.23	2.67	0	5.82	5.82	73	22
140	FIDEO VICTORIA MACARRONES X 10 K.	29	24.48	365	1.61	1.37	2.98	0	5.82	5.82	11	134
141	FIDEO VICTORIA RIGATONI X 10 K.	183	21.06	365	1.38	1.18	2.56	0	5.82	5.82	29	58
142	MANTECA CREMA PANAD PANISUAVE X 10K	306	45.76	365	3.01	2.57	5.57	0	5.82	5.82	25	30
143	MANTECA FAMOSA X 10K.	6342	50.16	365	3.30	2.81	6.11	0	5.82	5.82	110	6
144	MANTEQ. GLORIA X 400 GR. POTE	11	8.1	240	0.53	0.45	0.99	0	5.82	5.82	11	249
145	MARG. DORINA CLAS 16 X 450GR.	17	101.58	240	6.67	5.70	12.37	0	5.82	5.82	4	57
146	MARG. DORINA CLAS 30 X 225GR.	19	100.28	240	6.59	5.62	12.21	0	5.82	5.82	4	54
147	MARG. GLORIA 24 X 200 GR.	4	104.22	365	6.85	5.84	12.69	0	5.82	5.82	2	187
148	MARG. MANTY 12 X 330 GR.	32	30.36	240	1.99	1.70	3.70	0	5.82	5.82	10	75
149	MARG. MANTY 20 X 100 GR.	12	14.02	365	0.92	0.79	1.71	0	5.82	5.82	9	275
150	MARG. MANTY 24 X 100 GR.	140	19.8	365	1.30	1.11	2.41	0	5.82	5.82	26	68
151	MARG. PRIMAVERA HOJAL 2KG X 5PQT	8	77.44	365	5.09	4.34	9.43	0.5	5.82	6.32	3	149
152	MARG. PRIMAVERA KEKERA 2KG X 4PQT	8	55.44	365	3.64	3.11	6.75	0	5.82	5.82	4	175
153	MARG. PRIMAVERA MULTI 2KG X 4PQT	1469	54.56	365	3.58	3.06	6.64	0	5.82	5.82	51	13
154	MARG. REGIA MULTI X 10KG	28	57.64	365	3.79	3.23	7.02	5	5.82	10.82	9	122
155	MARG. SELLO DE ORO 12 X 400 GR.	45	60.72	240	3.99	3.40	7.39	3.5	5.82	9.32	11	57
156	MARG. SELLO DE ORO 18 X 225 GR.	0	47.96	240	3.15	2.69	5.84	0	5.82	5.82	0	0
157	MARG. SELLO DE ORO 5 PQT X 2 K.	86	71.28	240	4.68	4.00	8.68	0	5.82	5.82	11	30
158	AVENA 3 OSITOS 24 X 180 GR.	205	15.88	240	1.04	0.89	1.93	0	5.82	5.82	35	41
159	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 300 GR.	25	23.64	240	1.55	1.33	2.88	0	5.82	5.82	10	97
160	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 600 GR.	161	48.16	365	3.16	2.70	5.86	0	5.82	5.82	18	41
161	AVENA 3 OSITOS X 10 K.	2053	28.8	365	1.89	1.61	3.51	0	5.82	5.82	83	15
162	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	2057	14.6	365	0.96	0.82	1.78	0	5.82	5.82	116	21
163	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X170 GR.	2	12.04	240	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	4	478
164	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X270 GR.	2	18.06	240	1.19	1.01	2.20	0	5.82	5.82	3	390
165	MACA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	2	12.04	240	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	4	478
166	MACA AVENA 3 OSITOS 12X270GR	2	18.92	240	1.24	1.06	2.30	0	5.82	5.82	3	381
167	QUINUA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	2	12.02	240	0.79	0.67	1.46	0	5.82	5.82	4	479
168	CHOC. AMERICA X 200 GR.	644	4.46	120	0.29	0.25	0.54	0	5.82	5.82	117	22

169	CHOC. AMERICA X 400 GR.	258	7.72	365	0.51	0.43	0.94	0	5.82	5.82	57	80
170	CHOC. AMERICA X 600 GR.	70	12.18	365	0.80	0.68	1.48	0	5.82	5.82	23	123
171	CHOC. AMERICA X 800 GR.	94	15.54	180	1.02	0.87	1.89	0	5.82	5.82	24	46
172	CHOC. CUSCO REAL 12 X 90GR. + 2TAB GRATIS	50	7.56	120	0.50	0.42	0.92	0	5.82	5.82	25	60
173	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO X 400 GR	119	7.14	120	0.47	0.40	0.87	0	5.82	5.82	40	40
174	CHOC. RECORD X 100 GR.	1780	2.1	120	0.14	0.12	0.26	0	5.82	5.82	285	19
175	CHOC. RECORD X 1000 GR.	341	17	120	1.12	0.95	2.07	0	5.82	5.82	44	15
176	CHOC. RECORD X 400 GR.	4007	7.72	365	0.51	0.43	0.94	0	5.82	5.82	223	20
177	CHOC. RECORD X 600 GR.	328	11.12	180	0.73	0.62	1.35	0	5.82	5.82	53	29
178	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	1877	27.3	365	1.79	1.53	3.32	0	5.82	5.82	81	16
179	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	1276	4.54	120	0.30	0.25	0.55	0	5.82	5.82	164	15
180	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	1505	9.24	120	0.61	0.52	1.13	0	5.82	5.82	125	10
181	CHOC. SOL DEL CUSCO INSTAN X 324 GR. LATA	122	8.4	120	0.55	0.47	1.02	0	5.82	5.82	37	37
182	COCOA FORTALEZA X1KL	0	6.9	240	0.45	0.39	0.84	0	5.82	5.82	0	0
183	COCOA WINTER X2.5KL	5	65.96	240	4.33	3.70	8.03	0	5.82	5.82	3	129
184	COCOA WINTERS 30 X 180 GR5.	2	90.7	240	5.96	5.09	11.04	0	5.82	5.82	1	174
185	MILO ACTIGEN-E X 400G	2353	12.3	365	0.81	0.69	1.50	0	5.82	5.82	135	21
186	MILO ANTIGEN-E X 1 KILO EC	301	28.2	365	1.85	1.58	3.43	0	5.82	5.82	32	39
187	MILO IMPORTADO X 400	4	7.4	365	0.49	0.41	0.90	0	5.82	5.82	7	656
188	NESQUIK X 400 GR	68	7.4	240	0.49	0.41	0.90	0	5.82	5.82	30	105
189	LEAF TEA TE VERDE LIMON 12 X 400	13	10.76	365	0.71	0.60	1.31	4	5.82	9.82	14	392
190	MATE ANIS HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	1	51.98	365	3.42	2.91	6.33	5	5.82	10.82	2	675
191	MATE DIGEST. HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	1	57.12	365	3.75	3.20	6.96	4	5.82	9.82	2	613
192	MATE MANZANILLA HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	3	45.36	365	2.98	2.54	5.52	0	5.82	5.82	3	306
193	MATE MANZANILLA HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	1	57.12	365	3.75	3.20	6.96	0	5.82	5.82	1	472
194	MATE MC COLLINS ANIS 25 SB.	50	1.3	365	0.09	0.07	0.16	0	5.82	5.82	61	443
195	MATE MC COLLINS ANIS X 100	147	5.3	365	0.35	0.30	0.65	0	5.82	5.82	51	128
196	MATE MC COLLINS BOLDO X 100	4	4.8	365	0.32	0.27	0.58	0	5.82	5.82	9	814
197	MATE MC COLLINS HIERBA LUISA X 100	9	4.7	365	0.31	0.26	0.57	0	5.82	5.82	13	565
198	MATE MC COLLINS MANZANILLA 25 SB.	55	1.28	365	0.08	0.07	0.16	0	5.82	5.82	64	427
199	MATE MC COLLINS MANZANILLA X 100	154	5.04	365	0.33	0.28	0.61	0	5.82	5.82	54	128
200	MATE MIXTURA-VARIEDAD HORNIMANS 25FIL.40DS.PQ	1	57.12	365	3.75	3.20	6.96	0	5.82	5.82	1	472
201	MATE ZURIT ANIS X 100	7	4	365	0.26	0.22	0.49	0	5.82	5.82	12	700
202	MATE ZURIT MANZANILLA X 25	2	0.7	365	0.05	0.04	0.09	0	5.82	5.82	17	3016
203	TE CANEL/CLAV HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	1	45.36	365	2.98	2.54	5.52	0	5.82	5.82	1	530
204	TE MC COLLINS CAN.CLAV 25 SB.	54	1	365	0.07	0.06	0.12	0	5.82	5.82	72	488
205	TE MC COLLINS CANELA Y CLAVO X 100SB	361	4.52	365	0.30	0.25	0.55	0	5.82	5.82	87	88
206	TE MC COLLINS PURO X 25SB	137	1.14	365	0.07	0.06	0.14	0	5.82	5.82	107	286
207	TE MC COLLINS PURO X100SB	212	4.7	365	0.31	0.26	0.57	0	5.82	5.82	66	113
208	TE PURO HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	3	49.12	365	3.23	2.75	5.98	0	5.82	5.82	2	322
209	TE ZURIT CANELA CLAVO X 100 SB	16	4.2	365	0.28	0.24	0.51	0	5.82	5.82	19	442
210	MERMELADA 12 X 320 GR. (VASO)	224	30.44	180	2.00	1.71	3.71	0	5.82	5.82	26	21
211	MERMELADA A1 X 1K	13	33.06	365	2.17	1.85	4.03	0	5.82	5.82	6	176

212	MERMELADA COMPASS 6X1 KG.	35	33.92	180	2.23	1.90	4.13	0	5.82	5.82	10	51
213	MERMELADA COMPASS POTE 12X350GR (PLAS)	16	31.32	180	2.06	1.76	3.81	0	5.82	5.82	7	80
214	MERMELADA DOYPAK FANNY 8X800 GR	103	32.62	180	2.14	1.83	3.97	0	5.82	5.82	17	30
215	MERMELADA FANNY 6X1 KG	798	33.5	365	2.20	1.88	4.08	3.5	5.82	9.32	60	28
216	MERMELADA FLORIDA 6X1 KG.	8	34.78	180	2.29	1.95	4.24	3.5	5.82	9.32	6	138
217	MERMELADA FLORIDA DULCERAS 12X250GR	13	33.92	180	2.23	1.90	4.13	3.5	5.82	9.32	8	108
218	MERMELADA FLORIDA GOURMET 12X560GR	2	50.46	180	3.32	2.83	6.14	11	5.82	16.82	3	298
219	MERMELADA FLORIDA POTE 12X350GR (PLAS)	3	33.06	180	2.17	1.85	4.03	3.5	5.82	9.32	3	245
220	MERMELADA GLORIA 6 X 1KG	106	38.28	365	2.51	2.15	4.66	3.5	5.82	9.32	21	71
221	MERMELADA GLORIA POTE 12X350ML	1	31.56	180	2.07	1.77	3.84	0	5.82	5.82	2	313
222	MERMELADA HOJA REDONDA FRESA 6 X 1 KG.	14	34.36	180	2.26	1.93	4.18	0	5.82	5.82	6	80
223	ARUBA REFRES.CITRUS PUNCH 12 X 500ML	124	4.9	365	0.32	0.27	0.60	0	5.82	5.82	49	145
224	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR 24X822	120	114.96	365	7.55	6.45	14.00	0	5.82	5.82	10	30
225	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR FANNY 24X820	147	114.08	365	7.50	6.40	13.89	0	5.82	5.82	11	28
226	NECTAR GLORIA 12 X 1 LITRO	509	22.26	365	1.46	1.25	2.71	0	5.82	5.82	47	34
227	NECTAR GLORIA 200ML.X 24TTP	548	14.78	240	0.97	0.83	1.80	0	5.82	5.82	60	26
228	CONS. DESMENUZADO PESCADO CAMPOMAR 24 X 170GR	46	49.08	365	3.22	2.75	5.98	0	5.82	5.82	9	75
229	CONS. FILETE DE ATUN A-1 48 X 170 GR	6	166.92	365	10.97	9.36	20.33	0	5.82	5.82	2	118
230	CONS. FILETE DE ATUN BAYOVAR 48 X 170 GR	6	166.1	365	10.91	9.31	20.23	0	5.82	5.82	2	113
231	CONS. FILETE DE ATUN CAMPOMAR 24 X 170 GR	36	83.3	365	5.47	4.67	10.14	0	5.82	5.82	6	66
232	CONS. FILETE DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	37	185.96	365	12.22	10.43	22.65	0	5.82	5.82	4	43
233	CONS. FILETE DE ATUN FANNY OLIVA 50X125GR	3	214.9	365	14.12	12.05	26.17	0	5.82	5.82	1	141
234	CONS. FILETE DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	8	212.39	365	13.95	11.91	25.86	0	5.82	5.82	2	87
235	CONS. SOLIDO DE ATUN CAMPOMAR X 24 UND	14	89.24	365	5.86	5.00	10.87	0	5.82	5.82	4	101
236	CONS. SOLIDO DE ATUN GLORIA 48 X 184 GR.	2	170.94	365	11.23	9.59	20.82	0	5.82	5.82	1	193
237	CONS. SOLIDO DE CABALLA A-1 48 X 170GR	7	122.98	365	8.08	6.90	14.98	0	5.82	5.82	2	122
238	CONS. SOLIDO DE CABALLA CAMPOMAR 24 X 170GR	10	71.4	365	4.69	4.00	8.69	0	5.82	5.82	4	134
239	CONS. SOLIDO DE JUREL A1 48 X 184 GR.	4	127.56	365	8.38	7.15	15.53	0	5.82	5.82	2	169
240	CONS. TROZOS DE ATUN CAMP 48 X 170 GR	76	155.84	365	10.24	8.74	18.98	0	5.82	5.82	7	33
241	CONS. TROZOS DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	34	167.52	365	11.01	9.39	20.40	0	5.82	5.82	4	47
242	CONS. TROZOS DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	9	205.1	365	13.48	11.50	24.98	0	5.82	5.82	2	85
243	CONS. TROZOS DE CABALLA A-1 48 X 170 GR	16	119	365	7.82	6.67	14.49	0	5.82	5.82	4	83
244	CONS. TROZOS DE JUREL A-1 48 X 170 GR	1	127.5	365	8.38	7.15	15.53	0	5.82	5.82	1	316
245	CONS. TROZOS DE PESCADO A1 48 X 170 GR	3	127.5	365	8.38	7.15	15.53	0	5.82	5.82	1	182
246	CONS. TROZOS DE PESCADO CAMP 24 X 170 GR	33	63.74	365	4.19	3.57	7.76	0	5.82	5.82	7	78
247	ENTERO PESCADO TOMATE OVAL 12UN.CAJ	14	45.9	365	3.02	2.57	5.59	0	5.82	5.82	5	141
248	GRAT. ANCHOVETA A-1 48 X 170 GR.	65	59.5	365	3.91	3.34	7.25	0	5.82	5.82	10	58
249	GRAT. ANCHOVETA ANCHOMAR 48 X 160 GR.	7	59.5	365	3.91	3.34	7.25	0	5.82	5.82	3	181
250	GRAT. ANCHOVETA CARIOCA 48 X 170 GR.	19	56.1	365	3.69	3.15	6.83	0	5.82	5.82	6	111
251	GRAT. DE ATUN A-1 48 X 170 GR.	62	95.2	365	6.25	5.34	11.59	0	5.82	5.82	8	46
252	GRAT. DE CABALLA GLORIA 48 X 170 GR.	10	80.32	365	5.28	4.50	9.78	0	5.82	5.82	3	129
253	GRAT. DE PESCADO A-1 48 X 170 GR.	6	86.2	365	5.66	4.83	10.50	0	5.82	5.82	2	164
254	GRAT. DE PESCADO PERFECTA 48 X 170 GR.	7	68.42	365	4.50	3.84	8.33	0	5.82	5.82	3	163

255	GRAT. JUREL AGUA Y SAL GLORIA 48 X 170 GR.	2	68	365	4.47	3.81	8.28	0	5.82	5.82	2	306
256	GRATED DE ATUN MAR BRAVA 48 X 170GR	7	74.8	365	4.91	4.19	9.11	0	5.82	5.82	3	156
257	JUGO COCKTAIL DE FRUTAS 24X 820 GR.	10	129.1	120	8.48	7.24	15.72	0	5.82	5.82	3	33
258	JUGO DE PIÑA EN RODAJAS X 560 GR.	438	2.96	120	0.19	0.17	0.36	0	5.82	5.82	119	33
259	GALL. AGUA X 3 K.	572	13.22	365	0.87	0.74	1.61	0	5.82	5.82	64	41
260	GALL. CREAM CRACKER 24 X 316 GR.	190	57.86	365	3.80	3.24	7.05	0	5.82	5.82	18	34
261	GALL. CREAM CRACKER 60PQT/75GR.	5	50.46	180	3.32	2.83	6.14	0	5.82	5.82	3	111
262	GALL. OREO 6X43G.	276	2.6	240	0.17	0.15	0.32	0	5.82	5.82	101	88
263	GALL. SODA FIELD AGUA (X6)	8	2.2	240	0.14	0.12	0.27	0	5.82	5.82	19	559
264	GALL. SODA-V FIELD (X6)	1612	1.82	240	0.12	0.10	0.22	0	5.82	5.82	291	43
265	GALL. SURTIDA COSTA X 425GR.	708	10.44	120	0.69	0.59	1.27	0	5.82	5.82	81	14
266	GALL. VI.CASINO X 6PQT SIXPAK	372	2.2	240	0.14	0.12	0.27	0	5.82	5.82	127	82
267	GALL. VICT.TENTACION CHOCOLATE X6	201	2.08	240	0.14	0.12	0.25	0	5.82	5.82	96	115
268	GALL. VICT.TENTACION COCO X6	37	2.08	240	0.14	0.12	0.25	0	5.82	5.82	41	267
269	GALL. VICT.TENTACION NARANJA X6	21	2.08	240	0.14	0.12	0.25	0	5.82	5.82	31	359
270	GALL. VICT.TENTACION VAINILLA X6	40	2.08	240	0.14	0.12	0.25	0	5.82	5.82	43	257
271	GALL. WAFER BAUDUCCO 24 X 140GR	65	39.5	120	2.60	2.21	4.81	0	5.82	5.82	12	23
272	GALL. WAFER BETITO 50 UNID	27	65.52	120	4.30	3.67	7.98	0	5.82	5.82	6	28
273	GALL. WAFER BETITO X 1 KILO	173	7.8	120	0.51	0.44	0.95	0	5.82	5.82	46	32
274	GALL. WAFER BETITO X 1.5 KILO	482	10.6	120	0.70	0.59	1.29	0	5.82	5.82	66	16
275	GALL. WAFER BETITO X 3 KILO	2	19.14	120	1.26	1.07	2.33	0	5.82	5.82	3	190
276	GALL. WAFER CORONITA 48 X 72 GR	4	41.7	120	2.74	2.34	5.08	0	5.82	5.82	3	97
277	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	4302	9.6	365	0.63	0.54	1.17	0	5.82	5.82	207	18
278	GALLETAS DUCALES X 24 PACK	3	67.86	240	4.46	3.81	8.26	0	5.82	5.82	2	164
279	FLAN NEGRITA 12 X 100 GR.	28	14.88	180	0.98	0.83	1.81	0	5.82	5.82	13	87
280	FLAN ROYAL 12 X 110 GR.	13	17.84	240	1.17	1.00	2.17	0	5.82	5.82	8	157
281	GELATINA NEGRITA 200G.X 12UND	504	22.94	240	1.51	1.29	2.79	0	5.82	5.82	46	22
282	GELATINA ROYAL 48 X 180 GR.	114	123.5	240	8.11	6.93	15.04	0	5.82	5.82	9	20
283	GELATINA TEMPORAL 20 X 250 GR.	88	33.96	240	2.23	1.90	4.14	0	5.82	5.82	16	43
284	GELATINA TEMPORAL 40 X 250 GR.	24	67.14	240	4.41	3.76	8.18	0	5.82	5.82	6	58
285	PUDIN NEGRITA 12 X 145 GR.	47	18.7	180	1.23	1.05	2.28	0	5.82	5.82	15	60
286	ARUBA REFRES. 4 X 3 LT.	31	13.04	240	0.86	0.73	1.59	0	5.82	5.82	15	118
287	ARUBA REFRES. 6 X 1.5LT	9	11.3	240	0.74	0.63	1.38	0	5.82	5.82	8	239
288	CHICHA MORADA LIQUIDO 12 X 400 ML.	5	8.7	240	0.57	0.49	1.06	0	5.82	5.82	7	356
289	REF. NEGRITA 12 X 15 GR.	543	5.92	365	0.39	0.33	0.72	0	5.82	5.82	94	63
290	REF. NEGRITA 18 X 15 GR.	1	7.4	365	0.49	0.41	0.90	0	5.82	5.82	4	1312
291	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 4X2LT.	5	10.88	240	0.71	0.61	1.32	0	5.82	5.82	7	318
292	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 600ML X6	5	9.3	240	0.61	0.52	1.13	0	5.82	5.82	7	344
293	TAMPICO REF. PUNCH 12 X 500ML	15	8.76	365	0.58	0.49	1.07	0	5.82	5.82	13	311
294	TAMPICO REF. PUNCH 2 X 3.78LT. GAL	5	9.64	180	0.63	0.54	1.17	0	5.82	5.82	7	253
295	TAMPICO REF. PUNCH 4 X 3LT.	5	12.5	180	0.82	0.70	1.52	0	5.82	5.82	6	223
296	FREJOL CANARIO X 1 KL	49	6.7	180	0.44	0.38	0.82	0	5.82	5.82	26	98
297	LENTEJA HOJA RED. 25UN X 500GR	17	65.24	120	4.29	3.66	7.94	0	5.82	5.82	5	36

298	LENTEJA TEMPORAL X 20 UND.	31	41.76	120	2.74	2.34	5.09	0	5.82	5.82	8	33
299	LENTEJA X 1 KG	62	4.34	120	0.29	0.24	0.53	0	5.82	5.82	37	72
300	MAIZ TOSTADO X 1KL	50	4.72	120	0.31	0.26	0.57	0	5.82	5.82	32	76
301	PALLAR X 1 KL	53	5.58	120	0.37	0.31	0.68	0	5.82	5.82	30	68
302	POP CORN COSTEÑO 12UNI X 500GR	2	27.4	120	1.80	1.54	3.34	0	5.82	5.82	3	158
303	POP CORN PAISANA 24 X 500GR	9	21.6	120	1.42	1.21	2.63	0	5.82	5.82	6	84
304	ALGARROBINA X 400 GR	14	5.3	120	0.35	0.30	0.65	0	5.82	5.82	16	136
305	ARTPOP DULCE X24 X100 GR	1	26.7	365	1.75	1.50	3.25	0	5.82	5.82	2	691
306	ARTPOP MANTEQUILLA X24 X100 GR	6	26.7	365	1.75	1.50	3.25	0	5.82	5.82	5	282
307	ARTPOP NATURAL X24 X100 GR	8	26.7	365	1.75	1.50	3.25	0	5.82	5.82	5	252
308	ARTPOP SUPER MANTEQUILLA X24 X100 GR	5	26.7	365	1.75	1.50	3.25	0	5.82	5.82	4	326
309	CREMA DE CHAMPIÑON 12 X 72 GR.	20	24.7	180	1.62	1.39	3.01	0	5.82	5.82	9	79
310	CREMA DE ESTARRAGOS 12 X 68 GR.	15	18.08	180	1.19	1.01	2.20	0	5.82	5.82	9	109
311	CREMA TARI 85GR. X 24UND	32	29.98	365	1.97	1.68	3.65	0	5.82	5.82	10	116
312	KETCHUP BDE X 20 KG	24	55.96	180	3.68	3.14	6.81	0	5.82	5.82	6	48
313	MAGGI CALDO CARNE 24 X 21 GR	75	8.64	240	0.57	0.48	1.05	0	5.82	5.82	29	92
314	MAGGI CALDO GALLINA 24 X 21 GR	131	8.64	240	0.57	0.48	1.05	0	5.82	5.82	38	70
315	MAYONESA A LA CENA 12 X 500 CC.	108	70.56	365	4.64	3.96	8.59	0	5.82	5.82	12	41
316	MAYONESA A LA CENA 24 X 100 CC.	131	33.08	365	2.17	1.85	4.03	0	5.82	5.82	19	54
317	MAYONESA A LA CENA 6 X 1000 CC.	84	68.8	365	4.52	3.86	8.38	0	5.82	5.82	11	47
318	MILO ACTIGEN-E X 400G + TAZA	284	13.02	365	0.86	0.73	1.59	0	5.82	5.82	46	59
319	MOSTASA BDE X 20 KG	20	62.62	180	4.11	3.51	7.63	0	5.82	5.82	6	50
320	PALLAR	1	85.56	120	5.62	4.80	10.42	0	5.82	5.82	1	127
321	POLVO DE HORNEAR ROYAL 20 X 20 GR	29	13.64	365	0.90	0.76	1.66	0	5.82	5.82	14	179
322	SAL 25 X 1 K	402	4.32	365	0.28	0.24	0.53	0	5.82	5.82	94	86
323	SALSA ALACENA AJI 12 X 100 CC.	11	14.2	365	0.93	0.80	1.73	0	5.82	5.82	8	292
324	SALSA ALACENA ROCOTO 12 X 100 CC.	45	14.04	365	0.92	0.79	1.71	0	5.82	5.82	18	142
325	SILLAO VENTURO 12 X 500 ML	31	35.46	365	2.33	1.99	4.32	0	5.82	5.82	9	108
326	VINAGRE MARIALE 12 X 500 ML	1	35.94	365	2.36	2.02	4.38	0	5.82	5.82	2	595
327	VINAGRE VENTURO 12 X 1000 LT.	1	47.62	365	3.13	2.67	5.80	0	5.82	5.82	1	517
328	VINAGRE VENTURO 12 X 600 ML	40	31.76	365	2.09	1.78	3.87	0	5.82	5.82	11	101
329	VINAGRE VENTURO BLANCO 12 X 600 ML	37	31.76	365	2.09	1.78	3.87	0	5.82	5.82	10	105
330	CAFE ALTOMAYO 100 X 2 GR	3	14.7	365	0.97	0.82	1.79	0	5.82	5.82	4	537
331	CAFE ALTOMAYO X 180 GR	82	12.3	365	0.81	0.69	1.50	0	5.82	5.82	25	113
332	CAFE ALTOMAYO X 50 GR FRASCO	37	3.9	180	0.26	0.22	0.47	0	5.82	5.82	30	148
333	CAFE ALTOMAYO X 50 GR OLLITA	56	4.44	180	0.29	0.25	0.54	0	5.82	5.82	35	112
334	CAFE ECCO X 195 GR.	232	5.04	365	0.33	0.28	0.61	0	5.82	5.82	66	104
335	CAFE MONACO X 200 GR LATA	11	11.5	365	0.76	0.64	1.40	0	5.82	5.82	10	317
336	CAFE MONACO X 50 GR VASO	26	3.72	180	0.24	0.21	0.45	0	5.82	5.82	26	181
337	KIMBO CEBADA X 190 GR FCO.	408	4.7	365	0.31	0.26	0.57	0	5.82	5.82	91	81
338	NESCAFE TRADICION X 200 GR.	772	17.3	365	1.14	0.97	2.11	0	5.82	5.82	65	31
339	NESCAFE TRADICION X 200 GR.+ CUCHARA	202	18.16	365	1.19	1.02	2.21	0	5.82	5.82	33	59
340	NESCAFE TRADICION X 50 GR. FRASCO	126	4.68	180	0.31	0.26	0.57	0	5.82	5.82	51	72

341	MAZAMORRA NEGRITA 180G X 20UN	365	22	180	1.45	1.23	2.68	0	5.82	5.82	40	20
342	MAZAMORRA NEGRITA DZNO 180G X 20UN	150	22	365	1.45	1.23	2.68	0	5.82	5.82	25	62
343	MAZAMORRA NEGRITA PIÑA 180G X 20UN	132	22	365	1.45	1.23	2.68	0	5.82	5.82	24	66
344	SEMOLA MOLITALIA X 10 KG	22	19.5	240	1.28	1.09	2.37	0	5.82	5.82	10	113
345	SEMOLA MOLITALIA X 25 KILOS	167	46.8	240	3.07	2.62	5.70	0	5.82	5.82	18	27
346	SEMOLA NICOLINI 20 X 250 GR.	125	14.82	240	0.97	0.83	1.80	4	5.82	9.82	37	71
347	SEMOLA NICOLINI X 10 K.	185	20.28	240	1.33	1.14	2.47	0	5.82	5.82	30	38
348	CARAMELOS BON AMI FRUTA 18 X 100UND	2060	65.7	180	4.32	3.68	8.00	0	5.82	5.82	55	5
349	CARAMELOS BON AMI LICOR 18 X 100UND	3	67.76	180	4.45	3.80	8.25	0	5.82	5.82	2	135
350	CARAMELOS GLOBO POP X 24UN	5	3.7	180	0.24	0.21	0.45	0	5.82	5.82	11	431
351	CHOCOLATE SURTIDO MINIS 30 UND	25	5.8	120	0.38	0.33	0.71	0	5.82	5.82	20	97
352	OLE OLE X 60 UNID.	1063	3.52	120	0.23	0.20	0.43	0	5.82	5.82	170	19
353	PRINGLES CEBOLLA X139 GR	71	4.5	240	0.30	0.25	0.55	0	5.82	5.82	39	131
354	PRINGLES CEBOLLA X40 GR	159	1.72	240	0.11	0.10	0.21	0	5.82	5.82	94	142
355	PRINGLES ORIGINAL X140 GR	373	4.5	240	0.30	0.25	0.55	0	5.82	5.82	89	57
356	PRINGLES ORIGINAL X40 GR	268	1.72	240	0.11	0.10	0.21	0	5.82	5.82	122	109
357	PRINGLES PIZZA X139 GR	17	4.5	240	0.30	0.25	0.55	0	5.82	5.82	19	268
358	PRINGLES PIZZA X40 GR	23	1.72	240	0.11	0.10	0.21	0	5.82	5.82	36	373
359	PRINGLES QUESO X139 GR	60	4.5	240	0.30	0.25	0.55	0	5.82	5.82	36	143
360	PRINGLES QUESO X40 GR	108	1.72	240	0.11	0.10	0.21	0	5.82	5.82	77	172
361	CEREAL ANG. CHOCK B.DE MAIZ/CHO 140G-30UND.CJ	9	39.78	180	2.61	2.23	4.84	0	5.82	5.82	5	93
362	CEREAL ANG. COPIX TRIG/CHOC C/MARSH 120GR-30U	9	39.78	180	2.61	2.23	4.84	0	5.82	5.82	5	96
363	CEREAL ANG. MAX OSIT CHOC/CAN 130G-30UN.CAJ	2	24.18	180	1.59	1.36	2.94	0	5.82	5.82	3	253
364	CEREAL ANGEL X 140 GR	1	1.56	180	0.10	0.09	0.19	0	5.82	5.82	8	1409
365	CEREAL CORN FLAKES 12 X 500 GR	24	8.42	180	0.55	0.47	1.03	0	5.82	5.82	16	125
366	CEREAL CORN FLAKES X 200 GR	106	3.9	180	0.26	0.22	0.47	0	5.82	5.82	51	87
367	CEREAL GRANOLA X 250 GR.	20	4.36	180	0.29	0.24	0.53	0	5.82	5.82	21	188
368	CEREAL KIWIGEN X 180 GR.	213	2.02	180	0.13	0.11	0.25	0	5.82	5.82	100	85
369	CEREAL KIWIGEN X 250 GR.	99	3.9	180	0.26	0.22	0.47	0	5.82	5.82	49	90
370	KIWIGEN CHOC X 400 GR.	320	7.8	240	0.51	0.44	0.95	0	5.82	5.82	63	47
371	KIWIGEN MACA X 340 GR	10	8.58	240	0.56	0.48	1.04	0	5.82	5.82	11	253
372	PANETON AMERICA 40 UND.X 100GR	10	0.7	180	0.05	0.04	0.09	0	5.82	5.82	37	665
373	PANETON AMERICA 6 UND.X 1KG. BOLSA	40	71.5	180	4.70	4.01	8.71	0	5.82	5.82	7	33
374	PANETON BIMBO BOLSA 6 X 900GR	202	70.2	180	4.61	3.94	8.55	0	5.82	5.82	17	15
375	PANETON BIMBO CAJA 6 X 1 KG	58	84.6	180	5.56	4.74	10.30	0	5.82	5.82	8	25
376	PANETON BIMBO CHOCOLATE 12 X 450GR	68	97.2	180	6.39	5.45	11.84	0	5.82	5.82	8	22
377	PANETON BOUN NATALE 6 X 900 GR	857	73.8	180	4.85	4.14	8.99	0	5.82	5.82	33	7
378	PANETON BOUN NATALE CAJA 6 X 900GR	195	83.7	180	5.50	4.69	10.19	0	5.82	5.82	15	14
379	PANETON CIOCCOLATO 12 X 100 GR	16	26.1	180	1.71	1.46	3.18	0	5.82	5.82	8	87
380	PANETON COSTA BOLSA 6 X 900GR	55	76.5	180	5.03	4.29	9.32	0	5.82	5.82	8	27
381	PANETON COSTA CAJA 6 X 900GR	143	89.1	180	5.85	5.00	10.85	0	5.82	5.82	12	16
382	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	2500	117.48	180	7.72	6.59	14.31	0	5.82	5.82	45	3
383	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	2100	97.16	180	6.38	5.45	11.83	0	5.82	5.82	45	4

384	PANETON DONOFRIO X 900GR LATA	304	26.1	180	1.71	1.46	3.18	0	5.82	5.82	33	20
385	PANETON GALLUZZO CAJA 6 X 1KG+GALLUZITO	65	86.4	180	5.68	4.84	10.52	0	5.82	5.82	8	24
386	PANETON GALLUZZO PREMIUN LATA 6 X 1KG	8	118.8	180	7.81	6.66	14.47	0	5.82	5.82	2	59
387	PANETON GENOVES 8 X 900GR	2585	97.56	180	6.41	5.47	11.88	0	5.82	5.82	50	4
388	PANETON GLORIA 6 X 1KG BOLS	1041	74.5	180	4.89	4.18	9.07	0	5.82	5.82	37	6
389	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	1486	87.9	180	5.78	4.93	10.70	0	5.82	5.82	40	5
390	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	771	106.56	180	7.00	5.98	12.98	0	5.82	5.82	26	6
391	PANETON TODINNO 6 X 900G BOLSA	167	88.2	180	5.79	4.95	10.74	0	5.82	5.82	13	15
392	PANETON TODINNO GRAN ALMENDRADO 6 X 1KG	40	81	180	5.32	4.54	9.86	0	5.82	5.82	7	31
393	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	6500	105.4	180	6.92	5.91	12.84	0	5.82	5.82	77	2
394	PANETON WINTER 6 X 900G BOLSA	126	86.4	180	5.68	4.84	10.52	0	5.82	5.82	12	17
395	PANETON WINTER 6 X 900G. CAJA	99	99	180	6.50	5.55	12.06	0	5.82	5.82	10	18
396	PANETON WINTER 6 X 900G. LATA	2	135	180	8.87	7.57	16.44	0	5.82	5.82	1	124
397	CAÑIHUACO X 10 KG	24	58.8	120	3.86	3.30	7.16	0	5.82	5.82	6	32
398	FOSFORO LLAMA 100 X 10	10	12.6	120	0.83	0.71	1.53	0	5.82	5.82	9	105
399	MAIZ MORADO	40	14.7	120	0.97	0.82	1.79	0	5.82	5.82	16	48
400	MAIZENA X 25 K.	4	54.6	365	3.59	3.06	6.65	0	5.82	5.82	3	241
401	MANDIOCA X 25KG	4	163.44	120	10.74	9.16	19.90	0	5.82	5.82	2	46
402	POP CORN	45	3.3	120	0.22	0.19	0.40	0	5.82	5.82	36	96
403	RED BULL ENERGY DRINK 24 X 250ML	1	125.96	120	8.28	7.06	15.34	0	5.82	5.82	1	105
404	LICOR BLUE CURACAO X 750ML	5	18.54	365	1.22	1.04	2.26	0	5.82	5.82	5	371
405	LICOR DE ALMENDRAS X 750 ML	2	18.7	365	1.23	1.05	2.28	0	5.82	5.82	3	584
406	LICOR PERFECTO AMOR X 750 ML	4	17.58	365	1.16	0.99	2.14	0	5.82	5.82	5	426
407	PISCO ACHOLADO MINIATURA X 50ML	30	4.34	365	0.29	0.24	0.53	0	5.82	5.82	26	313
408	PISCO ALFERADO 12 X 750 ML	17	100.88	365	6.63	5.66	12.28	0	5.82	5.82	4	87
409	PISCO ALFERADO MENTA X 750	1	78.84	365	5.18	4.42	9.60	0	5.82	5.82	1	402
410	PISCO ALFERADO UVA X 2LITROS	23	20.74	365	1.36	1.16	2.53	0	5.82	5.82	10	165
411	PISCO ALFERADO UVA X 4LITROS	146	38.18	365	2.51	2.14	4.65	0	5.82	5.82	19	48
412	PISCO BIONDI ACHOLADO X 500 ML.	27	35.68	365	2.34	2.00	4.34	0	5.82	5.82	9	115
413	PISCO BIONDI ITALIA X 500 ML.	22	35.68	365	2.34	2.00	4.34	0	5.82	5.82	8	129
414	PISCO BIONDI QUEBRANTA X 500 ML.	7	35.68	365	2.34	2.00	4.34	0	5.82	5.82	4	226
415	PISCO DE LOS REYES 12 X 750 CC	11	143.88	365	9.45	8.07	17.52	0	5.82	5.82	3	90
416	PISCO DON STGO MOSTO VERD ITALIA X 500 C	11	29.04	365	1.91	1.63	3.54	0	5.82	5.82	6	204
417	PISCO DON STGO MOSTO VERD QUEBRANTA X 500 C	6	29.04	365	1.91	1.63	3.54	0	5.82	5.82	4	270
418	PISCO DON STGO MOSTO VERD TORONTEL X 500 C	6	29.88	365	1.96	1.68	3.64	0	5.82	5.82	4	267
419	PISCO DON VENEDICTO ACHOLADO X 500 CC	6	16.6	365	1.09	0.93	2.02	0	5.82	5.82	6	358
420	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO 12 X 750ML	1	305.1	365	20.05	17.11	37.15	0	5.82	5.82	1	204
421	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA 12 X 750ML	2	305.1	365	20.05	17.11	37.15	0	5.82	5.82	1	167
422	PISCO FINCA ROTONDO QUEB 12 X 750ML	1	305.1	365	20.05	17.11	37.15	0	5.82	5.82	1	204
423	PISCO ITALIA MINIATURA X 50ML	20	4.56	365	0.30	0.26	0.56	0	5.82	5.82	20	374
424	PISCO NAJAR ACHOLADO X 500 ML.	17	25.72	365	1.69	1.44	3.13	0	5.82	5.82	8	171
425	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	1	422.18	365	27.74	23.67	51.41	0	5.82	5.82	0	174
426	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	1	422.18	365	27.74	23.67	51.41	0	5.82	5.82	0	174

427	PISCO NAJAR ITALIA X 500 CC	15	25.72	365	1.69	1.44	3.13	0	5.82	5.82	7	185
428	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	1	483.72	365	31.78	27.12	58.90	0	5.82	5.82	0	162
429	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	1	478.72	365	31.45	26.84	58.30	0	5.82	5.82	0	163
430	PISCO NAJAR QUEBRANTA X 500 CC	16	25.72	365	1.69	1.44	3.13	0	5.82	5.82	8	176
431	PISCO OCUCAJE ACHOL. CHALAN X 375ML	1	28.54	365	1.88	1.60	3.48	0	5.82	5.82	2	668
432	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	106	222.5	365	14.62	12.48	27.09	0	5.82	5.82	7	23
433	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	3	280.84	365	18.45	15.75	34.20	0	5.82	5.82	1	123
434	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 4000 ML	58	67.38	365	4.43	3.78	8.21	0	5.82	5.82	9	57
435	PISCO OCUCAJE HUACO X 750 CC	6	36.84	365	2.42	2.07	4.49	0	5.82	5.82	4	240
436	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	42	226.5	365	14.88	12.70	27.58	0	5.82	5.82	4	37
437	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC	3	278.5	365	18.30	15.62	33.91	0	5.82	5.82	1	135
438	PISCO OCUCAJE ITALIA CHALAN X 375ML	8	28.54	365	1.88	1.60	3.48	0	5.82	5.82	5	236
439	PISCO OCUCAJE QUEBR.CHALAN X 375ML	7	28.54	365	1.88	1.60	3.48	0	5.82	5.82	5	252
440	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	65	224.52	365	14.75	12.59	27.34	0	5.82	5.82	5	30
441	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	1	279.02	365	18.33	15.65	33.98	0	5.82	5.82	1	214
442	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 4 LITROS	15	68.5	365	4.50	3.84	8.34	0	5.82	5.82	5	111
443	PISCO OCUCAJE SELEC.PURO QUEBR. 750ML.BOT.	5	42.66	365	2.80	2.39	5.19	0	5.82	5.82	3	244
444	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ACHOLADO+OFERTA	3	24.4	365	1.60	1.37	2.97	0	5.82	5.82	3	417
445	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ITALIA+OFERTA	2	24.4	365	1.60	1.37	2.97	0	5.82	5.82	3	511
446	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS QUEBRANTA+OFERTA	2	24.4	365	1.60	1.37	2.97	0	5.82	5.82	3	511
447	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.38°+SHOT 750ML.BOT.	5	17.34	365	1.14	0.97	2.11	0	5.82	5.82	5	404
448	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.41°+SHOT 750ML.BOT.	4	17.34	365	1.14	0.97	2.11	0	5.82	5.82	5	428
449	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.44°+SHOT 750ML.BOT.	4	17.34	365	1.14	0.97	2.11	0	5.82	5.82	5	428
450	PISCO PURO ANDARIEGO X 750 CC	3	16.5	365	1.08	0.93	2.01	0	5.82	5.82	4	507
451	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	1	139.3	365	9.15	7.81	16.96	11	5.82	16.82	1	514
452	PISCO QUEBRANTA MINIATURA X 50ML	37	4.4	365	0.29	0.25	0.54	3.5	5.82	9.32	36	356
453	PISCO REY DE MAJES 12 X 750CC	72	80.18	365	5.27	4.50	9.76	3.5	5.82	9.32	12	59
454	PISCO REY DE MAJES X 4LITROS	44	29.04	365	1.91	1.63	3.54	3.5	5.82	9.32	15	126
455	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	1	183.48	365	12.05	10.29	22.34	3.5	5.82	9.32	1	333
456	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC	1	164.96	365	10.84	9.25	20.09	3.5	5.82	9.32	1	352
457	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	276	235.02	365	15.44	13.18	28.62	0	5.82	5.82	11	14
458	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 2 LT.	39	50.04	365	3.29	2.81	6.09	0	5.82	5.82	9	81
459	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 4 LT.	18	85.3	365	5.60	4.78	10.39	0	5.82	5.82	4	92
460	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	17	235.02	365	15.44	13.18	28.62	0	5.82	5.82	3	56
461	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	270	235.02	365	15.44	13.18	28.62	0	5.82	5.82	10	14
462	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 2 LT.	32	50	365	3.29	2.80	6.09	0	5.82	5.82	8	89
463	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 4 LT.	27	84.78	365	5.57	4.75	10.32	0	5.82	5.82	5	75
464	PISCO SAN ANDRES ACHOLADO 12X750ML	10	81.12	365	5.33	4.55	9.88	0	5.82	5.82	3	129
465	PISCO SAN VALENTIN 12 X 750 CC	113	85.74	365	5.63	4.81	10.44	0	5.82	5.82	11	36
466	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	1	225.56	365	14.82	12.65	27.47	0	5.82	5.82	1	238
467	PISCO SOL DE ICA X 750CC + EVERESS	3	17.42	365	1.14	0.98	2.12	0	5.82	5.82	4	494
468	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 12 X 750 CC	200	89.64	365	5.89	5.03	10.92	0	5.82	5.82	15	27
469	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 24 X 250 CC	3	89.64	365	5.89	5.03	10.92	0	5.82	5.82	2	218

470	PISCO SOL DE VITOR PURO 12 X 750 CC	9	81.34	365	5.34	4.56	9.91	0	5.82	5.82	3	132
471	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	1800	186.5	365	12.25	10.46	22.71	0	5.82	5.82	30	6
472	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.+PETACA X 125CC	2	200.49	365	13.17	11.24	24.41	0	5.82	5.82	1	178
473	PISCO VARGAS 24 X 250 CC.	41	114.52	365	7.52	6.42	13.95	0	5.82	5.82	6	52
474	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	54	193.84	365	12.74	10.87	23.60	0	5.82	5.82	5	35
475	PISCO VARGAS ACHOLADO+JARABE X 750 CC	7	18.18	365	1.19	1.02	2.21	0	5.82	5.82	6	316
476	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	5	192.96	365	12.68	10.82	23.50	0	5.82	5.82	2	115
477	PISCO VARGAS ITALIA+JARABE X 750 CC	8	18.18	365	1.19	1.02	2.21	0	5.82	5.82	6	296
478	PISCO VARGAS PETACA X 125 CC	34	3.12	365	0.20	0.17	0.38	0	5.82	5.82	32	349
479	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	8	193.96	365	12.74	10.88	23.62	0	5.82	5.82	2	89
480	PISCO VARGAS QUEBRANTA+JARABE X 750 CC	6	17.56	365	1.15	0.98	2.14	0	5.82	5.82	6	348
481	PISCO VARGAS X 187.5 ML.	126	3.1	365	0.20	0.17	0.38	0	5.82	5.82	62	181
482	PISCO VARGAS X 2 LITROS	76	33.96	365	2.23	1.90	4.14	0	5.82	5.82	15	70
483	PISCO VARGAS X 4000 ML.	265	63.1	365	4.15	3.54	7.68	0	5.82	5.82	20	28
484	PISCO VARGAS X 500 ML	1	9.6	365	0.63	0.54	1.17	0	5.82	5.82	3	1152
485	PISCO VARGAS X 750CC. + 187.5ML. OFERTA	406	16.92	365	1.11	0.95	2.06	0	5.82	5.82	48	43
486	PISCO VARGAS X 750ML+COPA	20	16.8	365	1.10	0.94	2.05	0	5.82	5.82	11	195
487	PISCO VIEJO TONEL ACHOLADO X500ML	3	48.84	365	3.21	2.74	5.95	0	5.82	5.82	2	295
488	PISCO VIEJO TONEL ALBILLA X500ML	2	48.84	365	3.21	2.74	5.95	0	5.82	5.82	2	361
489	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO ACHO. X500ML	2	82.34	365	5.41	4.62	10.03	0	5.82	5.82	2	278
490	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO QUEBR. X500ML	1	82.34	365	5.41	4.62	10.03	0	5.82	5.82	1	393
491	PISCO VIEJO TONEL ITALIA X500ML	2	48.84	365	3.21	2.74	5.95	0	5.82	5.82	2	361
492	PISCO VIEJO TONEL MOLLAR X500ML	2	48.84	365	3.21	2.74	5.95	0	5.82	5.82	2	361
493	PISCO VIEJO TONEL MOSCATEL X500ML	2	48.84	365	3.21	2.74	5.95	0	5.82	5.82	2	361
494	PISCO VIEJO TONEL MOSTO VERDE QUEBR X500ML	3	82.34	365	5.41	4.62	10.03	0	5.82	5.82	2	227
495	PISCO VIEJO TONEL QUEBRANTA X500ML	2	48.84	365	3.21	2.74	5.95	0	5.82	5.82	2	361
496	PISCO VIÑA DEL PRADO ACHOL. 12 X 500 CC	2	185.5	365	12.19	10.40	22.59	0	5.82	5.82	1	185
497	PISCO VIÑA VITOR ACHOLADO 12 X 750 CC	1	97.5	365	6.41	5.47	11.87	0	5.82	5.82	1	361
498	PISCO VIÑA VITOR PURO 12 X 750 CC	2	93.76	365	6.16	5.26	11.42	0	5.82	5.82	1	261
499	PISCO VOGOÑA ACHOLADO 12 X 750 CC	1	175.18	365	11.51	9.82	21.33	0	5.82	5.82	1	270
500	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 750 ML.	149	44.88	365	2.95	2.52	5.47	0	5.82	5.82	18	44
501	PISCO VOGOÑA UVA ITALIA 12 X 750CC	293	44.88	365	2.95	2.52	5.47	0	5.82	5.82	25	31
502	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 1 LITRO.	7	50.16	365	3.30	2.81	6.11	0	5.82	5.82	4	190
503	PISCO VOGOÑA LIMON 12 X 750	216	44.88	365	2.95	2.52	5.47	0	5.82	5.82	21	36
504	VINO INTIPALKA SAUVIGNON 6 X 750 ML	1	152.72	365	10.03	8.56	18.60	0	5.82	5.82	1	289
505	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	2	220	365	14.45	12.34	26.79	0	5.82	5.82	1	170
506	RON BACARDI ORO X 750 CC	6	16.5	365	1.08	0.93	2.01	0	5.82	5.82	6	359
507	RON CABO BLANCO DORADO 12 X 750 CC	234	71.28	365	4.68	4.00	8.68	0	5.82	5.82	18	28
508	RON CABO BLANCO DORADO+PETACA 12X750 CC	45	83.6	365	5.49	4.69	10.18	0	5.82	5.82	7	58
509	RON CABO BLANCO LIMON 12 X 750 ML	9	76.12	365	5.00	4.27	9.27	0	5.82	5.82	3	140
510	RON CABO BLANCO RESERVA X 12	3	8.3	365	0.55	0.47	1.01	0	5.82	5.82	6	715
511	RON CARTAVIO AÑEJO 5 AÑOS 12X750 CC	2	191.84	365	12.60	10.76	23.36	0	5.82	5.82	1	182
512	RON CARTAVIO BCO 12 X 750 CC	3	111.32	365	7.31	6.24	13.56	0	5.82	5.82	2	195

513	RON CARTAVIO BLACK 12 X 1000 ML.	203	146.88	365	9.65	8.24	17.89	0	5.82	5.82	11	21
514	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	568	108.24	365	7.11	6.07	13.18	0	5.82	5.82	22	14
515	RON CARTAVIO SUPERIOR 24 X 200 CC.	130	96.8	365	6.36	5.43	11.79	0	5.82	5.82	11	32
516	RON CARTAVIO SUPERIOR X 125ML.	75	2.2	365	0.14	0.12	0.27	0	5.82	5.82	57	278
517	RON CARTAVIO XO 750 ML+ESTUCHE	4	127.6	365	8.38	7.16	15.54	0	5.82	5.82	2	158
518	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 350 CC BLANCO	12	6.16	365	0.40	0.35	0.75	0	5.82	5.82	13	424
519	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 750 CC	75	14.08	365	0.93	0.79	1.71	0	5.82	5.82	23	110
520	RON KANKUN CHATA 24 X 350 CC	1	74.8	365	4.91	4.19	9.11	0	5.82	5.82	1	413
521	RON KANKUN LIMON 12 X 500 CC	2	42.24	365	2.78	2.37	5.14	0	5.82	5.82	2	388
522	RON POMALCA RUBIO 12 X 750 CC	1	72.16	365	4.74	4.05	8.79	0	5.82	5.82	1	420
523	RON SOLERA X 750 ML	12	36.08	365	2.37	2.02	4.39	0	5.82	5.82	6	172
524	VINO BORGOÑA NAJAR 12 X 750CC	8	114.6	365	7.53	6.43	13.96	0	5.82	5.82	3	122
525	VINO CLOSS 12 X 1 LT	1	89.16	365	5.86	5.00	10.86	0	5.82	5.82	1	378
526	VINO COLECCIÓN RUBINI X 750 CC	3	41.5	365	2.73	2.33	5.05	0	5.82	5.82	3	320
527	VINO INTIPALKA CHARDONNAY 6 X 750 ML	2	144.54	365	9.50	8.11	17.60	0	5.82	5.82	1	210
528	VINO INTIPALKA MALBEC 6 X 750 ML	2	144.54	365	9.50	8.11	17.60	0	5.82	5.82	1	210
529	VINO INTIPALKA RESERVA CS/PETIT VERDOT 6X750	2	187.56	365	12.32	10.52	22.84	0	5.82	5.82	1	184
530	VINO INTIPALKA RESERVA CS/SYRAH 6 X 750	2	187.56	365	12.32	10.52	22.84	0	5.82	5.82	1	184
531	VINO INTIPALKA RESERVA MALBEC/MERLOT 6 X 750	2	187.56	365	12.32	10.52	22.84	0	5.82	5.82	1	184
532	VINO INTIPALKA SYRAH 6 X 750 ML	2	145.7	365	9.57	8.17	17.74	0	5.82	5.82	1	209
533	VINO INTIPALKA TAN NAT 6 X 750 ML	2	145.7	365	9.57	8.17	17.74	0	5.82	5.82	1	209
534	VINO OCUCAJE ABUELO 12 X 750 CC.	42	13.28	365	0.87	0.74	1.62	0	5.82	5.82	17	152
535	VINO OCUCAJE BORGOÑA 12 X 750 CC.	15	125.96	365	8.28	7.06	15.34	0	5.82	5.82	3	84
536	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	11	172.26	365	11.32	9.66	20.98	0	5.82	5.82	2	84
537	VINO OCUCAJE FOND DE CAVE 12 X 750 CC	4	165.3	365	10.86	9.27	20.13	0	5.82	5.82	1	148
538	VINO POBLETE GRAN BORGOÑA X 750 ML	13	7.5	365	0.49	0.42	0.91	0	5.82	5.82	13	369
539	VINO RESERVADO CAMERE 12X750ML	1	111.36	365	7.32	6.24	13.56	0	5.82	5.82	1	338
540	VINO REY DE MAJES X 4LITROS	24	33.06	365	2.17	1.85	4.03	0	5.82	5.82	8	127
541	VINO REYNOSO BORGOÑA 12 X 750CC	1	87	365	5.72	4.88	10.59	0	5.82	5.82	1	383
542	VINO REYNOSO FUZION 12 X 750CC	1	82.64	365	5.43	4.63	10.06	0	5.82	5.82	1	393
543	VINO S. QUEI BARBERA BORGOÑA 12 X 750 CC	10	135.72	365	8.92	7.61	16.53	0	5.82	5.82	3	99
544	VINO S. QUEI BLANCO S.S. RESERVA 12 X 750 CC.	8	121.7	365	8.00	6.82	14.82	0	5.82	5.82	3	114
545	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	600	123.54	365	8.12	6.93	15.04	0	5.82	5.82	22	13
546	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 2 LITROS	291	26.96	365	1.77	1.51	3.28	0	5.82	5.82	32	40
547	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 4.05 LITROS	18	53.94	365	3.54	3.02	6.57	0	5.82	5.82	6	115
548	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	600	123.54	365	8.12	6.93	15.04	0	5.82	5.82	22	13
549	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 2 LITROS	143	26.96	365	1.77	1.51	3.28	0	5.82	5.82	22	58
550	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 4.05 LITROS	18	53.94	365	3.54	3.02	6.57	0	5.82	5.82	6	115
551	VINO S. QUEI MALBEC 12 X 750ML	2	130.5	365	8.57	7.32	15.89	0	5.82	5.82	1	221
552	VINO S. QUEI MOSCATO 12 X 750 CC.	9	170.84	365	11.22	9.58	20.80	0	5.82	5.82	2	91
553	VINO S. QUEI MOSCATO BLANCO 12 X 750 CC.	5	118.32	365	7.77	6.63	14.41	0	5.82	5.82	2	147
554	VINO S. QUEI OPORTO 12 X 750 CC.	3	163.56	365	10.75	9.17	19.92	0	5.82	5.82	1	161
555	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	600	120.06	365	7.89	6.73	14.62	0	5.82	5.82	22	13

556	VINO S. QUEI ROSE SHIRAZ 12 X 750 CC.	1	139.5	365	9.17	7.82	16.99	0	5.82	5.82	1	302
557	VINO S. QUEI ROSE X 2 LITROS	267	26.54	365	1.74	1.49	3.23	0	5.82	5.82	31	42
558	VINO S. QUEI ROSE X 4.05 LITROS	6	53.06	365	3.49	2.98	6.46	0	5.82	5.82	3	200
559	VINO S. QUEI SAUVIGNON BLANC 12 X 750 CC.	2	140.82	365	9.25	7.90	17.15	0	5.82	5.82	1	213
560	VINO S. QUEI SHIRAZ 12 X 750 CC.	2	140.82	365	9.25	7.90	17.15	0	5.82	5.82	1	213
561	VINO S. QUEI SIGLO XVI 12 X 750 CC.	3	122.02	365	8.02	6.84	14.86	0	5.82	5.82	2	187
562	VINO S. QUEI TANNAT 12 X 750ML	1	140.76	365	9.25	7.89	17.14	0	5.82	5.82	1	301
563	VINO SOCABON DAMA JUANA 4LTS	18	33.06	365	2.17	1.85	4.03	0	5.82	5.82	7	148
564	VINO TABERNEO BORGONA 12 X 750 CC	29	130.5	365	8.57	7.32	15.89	0	5.82	5.82	5	59
565	VINO TABERNEO GRAN BLANCO 12X750	7	152.1	365	9.99	8.53	18.52	0	5.82	5.82	2	113
566	VINO TABERNEO GRAN ROSE AFRUTADO 2005 12X750	8	130.5	365	8.57	7.32	15.89	0	5.82	5.82	2	110
567	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	3	416.96	365	27.39	23.38	50.78	0	5.82	5.82	1	101
568	VINO TACAMA GRAN BLANCO 12 X 750 CC	31	187.18	365	12.30	10.50	22.79	0	5.82	5.82	4	47
569	VINO TACAMA GRAN TINTO 12 X 750CC.	62	180.9	365	11.89	10.14	22.03	0	5.82	5.82	6	34
570	VINO TACAMA ROSE 12 X 750CC.	64	177.18	365	11.64	9.94	21.58	11	5.82	16.82	10	57
571	VINO TACAMA SELECCION ESPECIAL 750ML	7	34.8	365	2.29	1.95	4.24	0	5.82	5.82	4	229
572	VINO VINA VIEJA GRAN BORGONA S/S X 750CC+COPA	789	9.06	365	0.60	0.51	1.10	0	5.82	5.82	91	42
573	VINO VINA VIEJA GRAN BORGONA TINTO X 187 CC	22	2.4	365	0.16	0.13	0.29	0	5.82	5.82	29	497
574	VINO VINA VIEJA GRAN BORGONA X 750 CC	1	103.96	365	6.83	5.83	12.66	0	5.82	5.82	1	350
575	VINO VINA VIEJA MOSCATO X 750 CC	1	106.5	365	7.00	5.97	12.97	0	5.82	5.82	1	346
576	VINO VINA VIEJA ROSE S/S X 750CC+COPA	18	8.2	365	0.54	0.46	1.00	0	5.82	5.82	14	298
577	CHAMPAN CABALO VIEJO 12 X 750 ML	1	26.7	365	1.75	1.50	3.25	0	5.82	5.82	2	691
578	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	531	75.64	180	4.97	4.24	9.21	0	5.82	5.82	26	9
579	CHAMPAN EMPERADOR 12 X 750 ML	50	79.66	180	5.23	4.47	9.70	0	5.82	5.82	8	28
580	CHAMPAN NAPOLEON 12 X 750	46	93.44	180	6.14	5.24	11.38	0	5.82	5.82	7	27
581	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	800	100.12	365	6.58	5.61	12.19	0	5.82	5.82	28	13
582	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADONA 12 X 750 CC.	56	172.96	365	11.36	9.70	21.06	0	5.82	5.82	6	36
583	CHAMPAN TABERNEO ESPECIAL 12 X 750 CC.	57	105.9	365	6.96	5.94	12.90	0	5.82	5.82	7	46
584	CHAMPAN TACAMA BRUT 12 X 750 CC	4	255.56	365	16.79	14.33	31.12	0	5.82	5.82	1	112
585	CHAMPAN TACAMA S/S 12 X 750 CC	3	230.7	365	15.16	12.94	28.09	0	5.82	5.82	1	136
586	CHAMPAN TENTACION 12 X 750 CC	1	44.5	180	2.92	2.50	5.42	0	5.82	5.82	1	264
587	ANIS ALFERADO 12 X 750ML	6	99.68	365	6.55	5.59	12.14	0	5.82	5.82	2	152
588	ANIS NAJAR CREMA 24 X 125 ML.	2	142.4	365	9.36	7.99	17.34	0	5.82	5.82	1	211
589	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL 12 X 750 ML	5	232.92	365	15.30	13.06	28.36	0	5.82	5.82	1	105
590	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL X 500 ML.	13	15.5	365	1.02	0.87	1.89	0	5.82	5.82	9	251
591	ANIS NAJAR SECO 12 X 500 ML.	6	176.22	365	11.58	9.88	21.46	0	5.82	5.82	2	110
592	ANIS NAJAR SECO 12 X 750 ML.	96	202.76	365	13.32	11.37	24.69	0.5	5.82	6.32	7	27
593	ANIS NAJAR SECO 24 X 125 ML.	7	134.04	365	8.81	7.52	16.32	0.5	5.82	6.32	2	121
594	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 125 ML	13	5.4	365	0.35	0.30	0.66	0.5	5.82	6.32	16	444
595	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 750 ML	47	16.3	365	1.07	0.91	1.98	0.5	5.82	6.32	17	135
596	ANIS NAJAR SEMIDULCE 12 X 500 ML.	1	177.1	365	11.64	9.93	21.57	0.5	5.82	6.32	1	395
597	ANIS NAJAR+OFERT 2 X 500 CC	23	31.14	365	2.05	1.75	3.79	0.5	5.82	6.32	9	139
598	ANIS SAN ANDRES 12 X 750 CC	1	75.64	365	4.97	4.24	9.21	0.5	5.82	6.32	1	428

599	VODKA 3XXX DURAZNO 6 X 1800 ML	182	20.7	365	1.36	1.16	2.52	0.5	5.82	6.32	30	61
600	VODKA 3XXX LIMON 6 X 1800 ML	11	20.7	365	1.36	1.16	2.52	0.5	5.82	6.32	7	246
601	VODKA 3XXX MARACUYA 6 X 1800 ML	37	20.7	365	1.36	1.16	2.52	0.5	5.82	6.32	14	134
602	VODKA RUSSKAYA 12 X 750 ML.	42	123.7	365	8.13	6.94	15.06	0.5	5.82	6.32	6	52
603	VODKA RUSSKAYA+PETACA 12X750 ML.	8	137.94	365	9.06	7.73	16.80	0	5.82	5.82	2	107
604	VODKA STOLICHNAYA 12X750	1	351.84	365	23.12	19.73	42.85	0	5.82	5.82	1	190
605	CREMA DE CAFÉ COLOMBIA X 700 CC	1	219	365	14.39	12.28	26.67	0	5.82	5.82	1	241
606	CREMA DE MENTA COLOMBIA X 700 CC	1	219	365	14.39	12.28	26.67	0.5	5.82	6.32	1	251
607	CREMA DE PISCO PAZ SOLDAN MISKY X 750 CC.	9	25.4	365	1.67	1.42	3.09	0.5	5.82	6.32	6	253
608	CREMA DE RON BAILEYS X 750 CC	14	33.72	365	2.22	1.89	4.11	0.2	5.82	6.02	6	167
609	JARABE DE GOMA BUENA BENTURA 12 X 750 CC	1	93.96	365	6.17	5.27	11.44	0.5	5.82	6.32	1	384
610	JARABE DE GOMA CHEVALIER X 750 CC	289	6.1	365	0.40	0.34	0.74	0.2	5.82	6.02	68	87
611	JARABE DE GOMA DELBAR 12X500ML	18	52.2	365	3.43	2.93	6.36	2	5.82	7.82	7	135
612	WHISKY CHIVAS REGAL X 750 ML	2	49.6	365	3.26	2.78	6.04	0.5	5.82	6.32	2	373
613	WHISKY YONY WALKER X 750 CC	1	26.4	365	1.73	1.48	3.21	0.5	5.82	6.32	2	724
614	CIGARRO HAMILTON X 10	142	41.08	365	2.70	2.30	5.00	0	5.82	5.82	18	47
615	CIGARRO HAMILTON X 20	290	41.92	365	2.75	2.35	5.10	0	5.82	5.82	26	32
616	AMARGO DE ANGOSTURA WISLAM X 75 CC.	7	8.3	180	0.55	0.47	1.01	0	5.82	5.82	9	231
617	COÑAC X 125 CC	30	0.7	180	0.05	0.04	0.09	0	5.82	5.82	63	387
618	DESTILADO MARQUEZ PAZ SOLDAN 12X750ML	1	115.92	365	7.62	6.50	14.12	0.2	5.82	6.02	1	337
619	SANGRIA S. QUEIROLO 6 X 1 LITRO	9	38.64	365	2.54	2.17	4.71	5	5.82	10.82	6	268
620	DET. ACE 30 X 360 GR	2	78.3	365	5.14	4.39	9.53	0.5	5.82	6.32	2	297
621	DET. ACE 4500GR. X 4UND	3	99.24	365	6.52	5.56	12.08	0	5.82	5.82	2	207
622	DET. ACE X 15 X 900 GR.	37	92.08	365	6.05	5.16	11.21	0	5.82	5.82	6	61
623	DET. ACE X 2500 GR.	44	16.98	365	1.12	0.95	2.07	0	5.82	5.82	16	131
624	DET. ARIEL 120 X 85 GR	1	85.82	365	5.64	4.81	10.45	0	5.82	5.82	1	385
625	DET. ARIEL 30 X 360 GR	1	82.24	365	5.40	4.61	10.01	0	5.82	5.82	1	394
626	DET. ARIEL 60 X 160 GR.	2	80.46	365	5.29	4.51	9.80	0	5.82	5.82	2	281
627	DET. ARIEL 7 X 2500 GR	13	135.64	365	8.91	7.61	16.52	0	5.82	5.82	3	85
628	DET. ARIEL X 15 X 900 GR	80	96.56	365	6.34	5.41	11.76	0	5.82	5.82	9	41
629	DET. ARIEL X 2600 GR	96	18.78	365	1.23	1.05	2.29	0	5.82	5.82	22	84
630	DET. ARIEL X 4500 GR	19	28.16	365	1.85	1.58	3.43	0	5.82	5.82	8	154
631	DET. BOLIVAR FLORAL 15 X 900 GR	53	77.96	365	5.12	4.37	9.49	0	5.82	5.82	8	56
632	DET. BOLIVAR FLORAL 30 X 360 GR	52	69.74	365	4.58	3.91	8.49	0	5.82	5.82	8	60
633	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 160 GR	13	61.68	365	4.05	3.46	7.51	0	5.82	5.82	4	126
634	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 200 GR	14	86.28	365	5.67	4.84	10.51	0	5.82	5.82	4	103
635	DET. BOLIVAR FLORAL X 2600 GR	41	14.6	365	0.96	0.82	1.78	0	5.82	5.82	16	146
636	DET. BOLIVAR LIMON 15 X 900 GR	30	75.98	365	4.99	4.26	9.25	0	5.82	5.82	6	75
637	DET. BOLIVAR LIMON 30 X 360 GR	31	67.04	365	4.40	3.76	8.16	0	5.82	5.82	7	79
638	DET. BOLIVAR LIMON 60 X 160 GR	8	61.68	365	4.05	3.46	7.51	0	5.82	5.82	4	161
639	DET. BOLIVAR LIMON X 2600 GR	15	15.1	365	0.99	0.85	1.84	0	5.82	5.82	10	241
640	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	62	23.04	365	1.51	1.29	2.81	0	5.82	5.82	16	94
641	DET. FLASH 48 X 200 GR	1	44.7	365	2.94	2.51	5.44	0	5.82	5.82	1	534

642	DET. MARCELLA F. 360 GR X 30 UND	1	52.48	365	3.45	2.94	6.39	0	5.82	5.82	1	493
643	DET. MARCELLA F. 60 X 160 GR.	150	46.54	365	3.06	2.61	5.67	0	5.82	5.82	18	43
644	DET. MARCELLA F. 850 GR X 15 UND	18	60.34	365	3.96	3.38	7.35	0	5.82	5.82	5	108
645	DET. OPAL BIO CRISTAL X 60 X 160 GR	29	44.7	365	2.94	2.51	5.44	0	5.82	5.82	8	99
646	DET. OPAL X 15 X 850 GR	14	64.82	365	4.26	3.63	7.89	0	5.82	5.82	4	121
647	DET. OPAL X 30 X 360 GR	6	57.66	365	3.79	3.23	7.02	0	5.82	5.82	3	200
648	DET. SAPOLIO 60 X 160 GR.	50	47.38	365	3.11	2.66	5.77	0	5.82	5.82	10	73
649	JABON BOLIVAR 48 X 260 GR.	121	55.68	365	3.66	3.12	6.78	0	5.82	5.82	14	44
650	JABON BOLIVAR BEBE 48 X 260GR.	11	59.16	365	3.89	3.32	7.20	0	5.82	5.82	4	143
651	JABON BOLIVAR LIMON 48 X 260 GR.	7	55.68	365	3.66	3.12	6.78	0	5.82	5.82	3	188
652	JABONC. HENO DE PRAVIA 36 X 175 GR	24	26.64	365	1.75	1.49	3.24	0	5.82	5.82	9	141
653	JABONC. PROTEX 12 X 130 GR.	1	25.98	365	1.71	1.46	3.16	0	5.82	5.82	1	990
654	JABONC. REXONA 12 X 150 GR	2	23.02	365	1.51	1.29	2.80	0	5.82	5.82	3	526
655	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 24 X 12 ML	25	8.6	365	0.57	0.48	1.05	0	5.82	5.82	17	243
656	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 48 X 12 ML	14	17.2	365	1.13	0.96	2.09	0	5.82	5.82	9	234
657	SHAMPU ANUA HIDRAT.INT 12X400CC	6	111.36	365	7.32	6.24	13.56	0	5.82	5.82	2	144
658	SHAMPU ANUA NUT.CLASICA 12X400CC	3	111.36	365	7.32	6.24	13.56	0	5.82	5.82	1	214
659	SHAMPU CLEAR HOMBRE X 400ML	6	9.8	365	0.64	0.55	1.19	0	5.82	5.82	8	465
660	SHAMPU CLEAR MUJER X 200ML	1	9.9	365	0.65	0.56	1.21	0	5.82	5.82	3	1134
661	SHAMPU CLEAR MUJER X 400ML	6	9.9	365	0.65	0.56	1.21	0	5.82	5.82	8	463
662	SHAMPU EGO MEN BLACK CJ X 36 TIRAS	1	154.8	365	10.17	8.68	18.85	0	5.82	5.82	1	287
663	SHAMPU EGO MEN BLACK X 230 ML	54	9.08	365	0.60	0.51	1.11	0	5.82	5.82	24	161
664	SHAMPU H&S AC HUMECTANTE X 700 ML	36	13.32	365	0.88	0.75	1.62	0	5.82	5.82	16	163
665	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 400 ML	28	9.42	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	17	222
666	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 700 ML	107	12.98	365	0.85	0.73	1.58	0	5.82	5.82	28	96
667	SHAMPU H&S HUMECTA X 400 ML	19	9.42	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	14	270
668	SHAMPU H&S LIMP RENOV 24 X 10 ML.	28	8.6	365	0.57	0.48	1.05	0	5.82	5.82	17	232
669	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 400 ML	68	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	26	141
670	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 700 ML	118	13.26	365	0.87	0.74	1.61	0	5.82	5.82	29	90
671	SHAMPU H&S MANE 2EN1 24 X 10 ML.	1	8.6	365	0.57	0.48	1.05	0	5.82	5.82	3	1217
672	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 400 ML	9	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	10	387
673	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 700 ML	53	13.32	365	0.88	0.75	1.62	0	5.82	5.82	20	134
674	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 400 ML	1	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	3	1160
675	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 700 ML	15	13.32	365	0.88	0.75	1.62	0	5.82	5.82	10	257
676	SHAMPU H&S RELAX X 400 ML	2	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	4	820
677	SHAMPU H&S RELAX X 700 ML	35	13.32	365	0.88	0.75	1.62	0	5.82	5.82	16	165
678	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 400 ML	17	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	13	286
679	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 700 ML	4	12.9	365	0.85	0.72	1.57	0	5.82	5.82	5	497
680	SHAMPU H&S SUAVE MANE 2EN1 X 400 ML	4	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	6	580
681	SHAMPU PANTENE CONTROL CAIDA X 400 ML	11	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	10	358
682	SHAMPU PANTENE CUID CLASICO X400 ML	48	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	22	168
683	SHAMPU PANTENE LISO Y SEDO X400 ML	13	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	11	322
684	SHAMPU PANTENE NATUR.HIDAT.BALAN X400 ML	11	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	11	350

685	SHAMPU PANTENE RESTAURACION X 400 ML	1	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	3	1160
686	SHAMPU PANTENE RISO DEFINIDO X400 ML	13	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	11	322
687	SHAMPU PB CERAMIDAS 12X500ML	7	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	8	439
688	SHAMPU SEDAL CRECIMIENTO X 650ML	6	12.04	365	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	7	439
689	SHAMPU SEDAL FRASCO GERME DE TRIGO X650ML	13	12.04	365	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	10	291
690	SHAMPU SEDAL IDRATAION SEDOS.X650 ML	14	12.04	365	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	11	275
691	SHAMPU SEDAL LISO PERFEC.X 650ML	12	12.04	365	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	10	303
692	SHAMPU SEDAL PURES REFRES.X650 ML	8	12.04	365	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	8	364
693	SHAMPU SEDAL SERAMIDAS X650ML	7	12.04	365	0.79	0.68	1.47	0	5.82	5.82	7	389
694	PAPEL ELITE DH 6 X 8 CEL	119	29.66	365	1.95	1.66	3.61	0	5.82	5.82	20	60
695	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	305	10.32	365	0.68	0.58	1.26	0	5.82	5.82	53	64
696	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	609	12.64	365	0.83	0.71	1.54	0	5.82	5.82	68	41
697	PAPEL ELITE ECONOMICO 2 X 10 VER	11	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	11	350
698	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	263	12.46	365	0.82	0.70	1.52	0	5.82	5.82	45	62
699	PAPEL ELITE TOALLA ECONOM 3 X 8 ROJO	52	22.36	365	1.47	1.25	2.72	0	5.82	5.82	15	105
700	PAPEL ELITE TOALLA ULTRA 3 X 8 AZUL	34	27.52	365	1.81	1.54	3.35	0	5.82	5.82	11	118
701	PAPEL ELITE ULTRA DH 2 X 10	81	16.34	365	1.07	0.92	1.99	0	5.82	5.82	22	98
702	PAPEL ELITE ULTRA DH 4 X 12	1	34.4	365	2.26	1.93	4.19	0	5.82	5.82	2	608
703	PAPEL ELITE ULTRA DH 6 X 8	13	33.1	365	2.17	1.86	4.03	0	5.82	5.82	6	172
704	PAPEL HIG. EGO BCO. 2X10	72	8.16	365	0.54	0.46	0.99	0	5.82	5.82	29	147
705	PAPEL NOBLE DH X 20	1590	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	127	29
706	PAPEL PRESTIGIO X 20	12	8.16	365	0.54	0.46	0.99	0	5.82	5.82	12	361
707	PAPEL ROSAL PLUS X 20	14	9.46	365	0.62	0.53	1.15	0	5.82	5.82	12	310
708	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	634	10.32	365	0.68	0.58	1.26	0	5.82	5.82	77	44
709	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	265	12.46	365	0.82	0.70	1.52	0	5.82	5.82	45	62
710	PAPEL TOALLA SCOTT 8 X 3UND CANGURO	9	20.64	365	1.36	1.16	2.51	0	5.82	5.82	6	262
711	TOALLA ALWAYS X 10 UNI	23	2.54	365	0.17	0.14	0.31	0	5.82	5.82	29	472
712	TOALLA KOTEX 6 X 10 UNI	131	10.62	365	0.70	0.60	1.29	0	5.82	5.82	34	96
713	TOALLA KOTEX DISPENSADOR X 42	9	8.5	365	0.56	0.48	1.04	0	5.82	5.82	10	408
714	TOALLA NOSOTRAS DISPENSADOR X 42	1	7.22	365	0.47	0.40	0.88	0	5.82	5.82	4	1328
715	TOALLA SERENA X 10 UNI	1	1.7	365	0.11	0.10	0.21	0	5.82	5.82	7	2737
716	SERVILETA ELITE 6 X 220 H	3	3.84	365	0.25	0.22	0.47	0	5.82	5.82	9	1051
717	SERVILETA ELITE CORTADA 18 X 220 H	57	10.5	365	0.69	0.59	1.28	0	5.82	5.82	23	146
718	PAÑ ADUL PLEN MED RESP MULTICIERRE X20	3	52.2	365	3.43	2.93	6.36	0	5.82	5.82	2	285
719	PAÑ HUGGIES ACTIVESEC G X 64	16	40.88	365	2.69	2.29	4.98	0	5.82	5.82	6	142
720	PAÑ HUGGIES MEDIANO X 52	10	30.44	365	2.00	1.71	3.71	0	5.82	5.82	5	210
721	PAÑ HUGGIES XG IND. X 52	32	40.88	365	2.69	2.29	4.98	0	5.82	5.82	9	99
722	PAÑ HUGGIES ACT. XXG X 48	22	40.88	365	2.69	2.29	4.98	0	5.82	5.82	7	119
723	PAÑ PAMPERS G X 22	1	13.92	365	0.91	0.78	1.70	0	5.82	5.82	3	956
724	PAÑ PAMPERS XXG X 48	2	39.14	365	2.57	2.19	4.77	0	5.82	5.82	2	403
725	CREM DENT COLGATE ANTISARRO 12 X 90 GR	4	27.2	365	1.79	1.53	3.31	0	5.82	5.82	4	342
726	CREM DENT COLGATE HERBAL BLANQUEADORA 48X90GR	3	28.04	365	1.84	1.57	3.41	0	5.82	5.82	3	389
727	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 75 CC.	13	51.16	365	3.36	2.87	6.23	0	5.82	5.82	5	138

728	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 90 CC.	3	51.56	365	3.39	2.89	6.28	0	5.82	5.82	2	287
729	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 180 CC.	1	39.1	365	2.57	2.19	4.76	0	5.82	5.82	2	571
730	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 90 GR	15	25.5	365	1.68	1.43	3.11	0	5.82	5.82	7	182
731	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 34 ML.	1	8.5	365	0.56	0.48	1.04	0	5.82	5.82	3	1224
732	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 75 ML.	38	15.3	365	1.01	0.86	1.86	0	5.82	5.82	15	149
733	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 90 ML. GEL	1	15.3	365	1.01	0.86	1.86	0	5.82	5.82	2	912
734	CREM DENT KOLYNOS HERBAL 12 X 90 ML.	5	15.72	365	1.03	0.88	1.91	0	5.82	5.82	6	403
735	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 75 ML.	6	9.34	365	0.61	0.52	1.14	0	5.82	5.82	8	498
736	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 1 K.	4	52.88	365	3.47	2.97	6.44	0	5.82	5.82	3	245
737	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 900 GR.	58	49.88	365	3.28	2.80	6.07	0	5.82	5.82	11	66
738	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 180 GR.	3	27.08	365	1.78	1.52	3.30	0	5.82	5.82	3	396
739	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 200 GR.	10	26.66	365	1.75	1.49	3.25	0	5.82	5.82	6	224
740	LAVAVAJILLA AYUDIN X 330GR	198	2.14	365	0.14	0.12	0.26	0	5.82	5.82	94	174
741	LAVAVAJILLA SAPOLIO 1000 GR. X 6POTE	10	19.3	365	1.27	1.08	2.35	0	5.82	5.82	7	264
742	LAVAVAJILLA SAPOLIO 24 X 180 GR.	24	8.5	365	0.56	0.48	1.04	0	5.82	5.82	16	250
743	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 287.50 GR.	32	8.3	365	0.55	0.47	1.01	0	5.82	5.82	19	221
744	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 315 GR.	74	9.96	365	0.65	0.56	1.21	0	5.82	5.82	27	131
745	LEJIA CLOROX TRADICIONAL COLOR X 2000 ML.	2	4.1	365	0.27	0.23	0.50	0	5.82	5.82	7	1246
746	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 1 LITRO	1	2.58	365	0.17	0.14	0.31	0	5.82	5.82	6	2222
747	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 2000 ML.	3	4.14	365	0.27	0.23	0.50	0	5.82	5.82	8	1013
748	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 900GR.	160	1.74	365	0.11	0.10	0.21	0	5.82	5.82	94	214
749	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. AMAR.	11	81.96	365	5.38	4.60	9.98	0	5.82	5.82	3	122
750	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. ROJ.	2	82.18	365	5.40	4.61	10.01	0	5.82	5.82	2	278
751	CERA SAPOLIO P.AMAR.BALDE GL X 4	6	85.88	365	5.64	4.82	10.46	0	5.82	5.82	3	157
752	BETUN KIWI 12 X 88 ML	1	22.4	365	1.47	1.26	2.73	0	5.82	5.82	2	754
753	ESPONJA SCOSH BRITE MAQUINITA X 12	61	11.84	365	0.78	0.66	1.44	0	5.82	5.82	22	133
754	ESPONJA SCOSH BRITE X 15	12	12.4	365	0.81	0.70	1.51	0	5.82	5.82	9	299
755	LIBRE ENJUAGUE DONNY X 850 GR	26	5.44	365	0.36	0.31	0.66	0	5.82	5.82	21	303
756	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO 4X3 VIRUTEK	40	5.04	365	0.33	0.28	0.61	0	5.82	5.82	28	251
757	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO X1 VIRUTEK	40	1.5	365	0.10	0.08	0.18	0	5.82	5.82	50	461
758	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB	1	178.96	365	11.76	10.04	21.79	0	5.82	5.82	1	267
759	VANISH LIQUIDO MAX 2X 100ML X 72 UND	1	51.84	365	3.41	2.91	6.31	0	5.82	5.82	1	496

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 10 “Formato de Evaluación del Programa de las 5’S”

Evaluación del Programa de las 5’S						
Almacén :						
Categoría	Elemento	10	7	4	1	Comentarios
Seiri Clasificar	Distinguir entre lo necesario y lo que no lo es					
	¿Han sido eliminados todos los artículos innecesarios?					
	¿Están todos los artículos restantes correctamente arreglados en condiciones seguras?					
	¿Los corredores y áreas de trabajo son los suficientemente limpias y señaladas?					
	Los artículos innecesarios están siendo almacenados en el almacén de tarjetas rojas					
	Existen un procedimiento para disponer los artículos innecesarios					
Seiton Orden	Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar					
	¿Existe un lugar específico para todo y marcado visualmente?					
	¿Está todo en su lugar específico?					
	¿Son los estándares y límites fáciles de reconocer?					
	¿Es fácil reconocer el lugar para cada cosa?					
	¿Se vuelven a colocar las cosas en su lugar después de usarlas?					
Seiso Limpieza	Limpieza y buscando métodos para mantenerlo limpio					
	¿Son las áreas de trabajo limpias y usan detergentes y limpiadores aprobados?					
	¿Los equipos se mantienen en buenas condiciones y limpio?					
	¿Es fácil distinguir los materiales de limpieza, uso de detergentes y limpiadores aprobados?					
	¿Las medidas de limpieza utilizadas son inviolables?					
	¿Las medidas de limpieza y horarios son visibles fácilmente?					
Seiketsu Estandarizar	Mantener y monitorear las primeras 3’S					
	Esta toda la información necesaria en forma visible					
	¿Se respeta consistentemente todos los estándares?					
	¿Están asignadas y visibles las responsabilidades de limpieza?					
	¿Están los basureros y los compartimientos de desperdicios vacíos y limpios?					
	¿No están los contenedores de productos y/o ingredientes en contacto directo con el piso?					
Shitsuke Disciplina	Apegarse a las reglas, escrupulosamente					
	¿Están siendo la organización, el orden y la limpieza regularmente observada?					
	¿Todo el personal se involucra en el almacenamiento?					
	¿Son observadas las reglas de seguridad y limpieza?					
	¿Se respetan las áreas de no fumar y no comer?					
	¿La basura y desperdicio están bien localizados y ordenados?					

Anexo N° 11 “Formato de la Tarjeta Roja”

<u>TARJETA ROJA</u>	
	Fecha <u> </u> / <u> </u> / <u> </u>
Descripción	_____
Almacén	_____
Sub-Sección	_____
Cantidad Encontrada	_____
Razón por la que debe ser retirado del lugar encontrado	
No es Necesario ☐	Reduce Espacio de Trabajo ☐
Defectuoso ☐	No se necesita Pronto ☐
Material de Desecho ☐	Otros _____
Acción Correctiva a Implantar	
Trasferir ☐	Inspeccionar ☐
Eliminar ☐	Otros _____
Comentarios	

Anexo N° 12 “Análisis de Pareto de Abarrotes Voluminoso”

N°	DESCRIPCION	Volumen de Ventas (u/año)	%	%Acum	ABC
1	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	15,263	14.51%	14.51%	A
2	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	14,782	14.05%	28.56%	A
3	MANTECA FAMOSA X 10K.	5,489	5.22%	33.78%	A
4	AVENA 3 OSITOS X 5 K.	5,098	4.85%	38.62%	A
5	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	4,570	4.34%	42.97%	A
6	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	4,178	3.97%	46.94%	A
7	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	3,407	3.24%	50.18%	A
8	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	2,552	2.43%	52.60%	A
9	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	2,367	2.25%	54.85%	A
10	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	2,319	2.20%	57.06%	A
11	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	2,209	2.10%	59.15%	A
12	PANETON GENOVES 8 X 900GR	2,029	1.93%	61.08%	B
13	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	1,666	1.58%	62.67%	B
14	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	1,654	1.57%	64.24%	B
15	SAL 25 X 1 K	1,472	1.40%	65.64%	B
16	PANETON DONOFRIO 1KG X 6 CAJA	1,437	1.37%	67.00%	B
17	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	1,433	1.36%	68.37%	B
18	ACEITE COCINERO X 5 LITROS	1,367	1.30%	69.67%	B
19	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	1,366	1.30%	70.96%	B
20	FIDEO DON VITORIO 20 X 250 GR.	1,305	1.24%	72.20%	B
21	MARG. PRIMAVERA MULTI 2KG X 4PQT	1,246	1.18%	73.39%	B
22	FIDEO VICTORIA ENTREF GRUESO X 10 K.	1,118	1.06%	74.45%	B
23	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. SPAGUETTY	1,048	1.00%	75.45%	B
24	PANETON GLORIA 6 X 1KG BOLS	1,027	0.98%	76.42%	B
25	LECHE IDEAL 24 X 410 GR	898	0.85%	77.28%	B
26	PANETON BOUN NATALE 6 X 900 GR	849	0.81%	78.08%	B
27	FIDEO VICTORIA CODO RAYADO X 10 K.	825	0.78%	78.87%	B
28	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	794	0.75%	79.62%	B
29	AVENA 3 OSITOS X 10 K.	787.5	0.75%	80.37%	B
30	LECHE PURA VIDA 24 X 400 GR.	775	0.74%	81.11%	B
31	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	678	0.64%	81.75%	B
32	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	651	0.62%	82.37%	B
33	ACEITE COCINERO X 20 LT BALDE	610	0.58%	82.95%	B
34	ACEITE PRIMOR X 5 LITROS	584	0.56%	83.51%	B
35	ACEITE CIL X 5 LITROS	536	0.51%	84.02%	B
36	ARROZ GALLITO DE ORO X 50 KG	500	0.48%	84.49%	B
37	LECHE GLORIA UHT FACIL 12 X 1 L.	500	0.48%	84.97%	B
38	ACEITE CIL X 20 LITROS - BALDE	492	0.47%	85.43%	B

39	FIDEO VICTORIA CODITO X 10 K.	481	0.46%	85.89%	B
40	ACEITE CAPRI X 5 LITROS	471	0.45%	86.34%	B
41	ARROZ GALLITO CAMANA 50 KG	460	0.44%	86.78%	B
42	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	445	0.42%	87.20%	B
43	AZUCAR BLANCA CARTAVIO X 50 KG	432	0.41%	87.61%	B
44	GALL. AGUA X 3 K.	412	0.39%	88.00%	B
45	LECHE GLORIA 1-5 AÑOS NIÑOS X 24	389	0.37%	88.37%	B
46	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	364	0.35%	88.72%	B
47	HARINA ITALIANA PAPEL X 50 K.	353	0.34%	89.05%	B
48	LECHE GLORIA 48 X 170 GR.	349	0.33%	89.38%	B
49	ARROZ TAMBO RENDIDOR X 50 KG	347.5	0.33%	89.71%	B
50	ACEITE CIL X 12	346	0.33%	90.04%	B
51	ACEITE COCINERO 12 X 1 LITRO	339	0.32%	90.37%	B
52	ARROZ COSTEÑO 20 X 750 GR.	314	0.30%	90.66%	B
53	PANETON DONOFRIO X 900GR LATA	303	0.29%	90.95%	C
54	MANTECA CREMA PANAD PANISUAVE X 10K	299	0.28%	91.24%	C
55	ARROZ EXTRA PACASMAYO X 49 KG	283	0.27%	91.51%	C
56	MARG. SELLO DE ORO 12 X 400 GR.	268	0.25%	91.76%	C
57	ARROZ HUACAPUY X 50 KG	266	0.25%	92.01%	C
58	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. TALLARIN	261	0.25%	92.26%	C
59	LECHE GLORIA LIGTH 24 X 410 GR.	258	0.25%	92.51%	C
60	ARROZ GALLITO EXTRA X 50 KG	252.5	0.24%	92.75%	C
61	ARROZ ROMPE OLLA CAMANA X 50 KG	248	0.24%	92.98%	C
62	ARROZ PAISANA BLANCO PERFE. 1K 12BOL	240	0.23%	93.21%	C
63	ARROZ PAISANA GRAN COSECHA 12 X 1 K	232	0.22%	93.43%	C
64	GALL. CREAM CRACKER 24 X 316 GR.	220	0.21%	93.64%	C
65	HARINA DON WILY X 50 K.	218	0.21%	93.85%	C
66	PANETON BIMBO BOLSA 6 X 900GR	201	0.19%	94.04%	C
67	SEMOLA NICOLINI X 10 K.	196	0.19%	94.22%	C
68	PANETON BOUN NATALE CAJA 6 X 900GR	195	0.19%	94.41%	C
69	FIDEO VICTORIA RIGATONI X 10 K.	192	0.18%	94.59%	C
70	ACEITE SAO 100%SOYA X 3 LT.	190	0.18%	94.77%	C
71	ARROZ GALLITO TAMBO X 50 KG	186.5	0.18%	94.95%	C
72	FIDEO VICTORIA CORBATA X 10 K.	180	0.17%	95.12%	C
73	AVENA 3 OSITOS 24 X 180 GR.	174	0.17%	95.29%	C
74	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHO X 25 K.	169	0.16%	95.45%	C
75	ARROZ CHOLO NIR X 50 KG	169	0.16%	95.61%	C
76	LECHE CONDENSADA NESTLE CHICO	167	0.16%	95.77%	C
77	SEMOLA NICOLINI 20 X 250 GR.	153	0.15%	95.91%	C
78	AZUCAR RUBIA X 5 KG.	149	0.14%	96.05%	C
79	PANETON TODINNO 6 X 900G BOLSA	149	0.14%	96.20%	C
80	FIDEO MARCO POLO SURTIDO X 10 KILOS	148	0.14%	96.34%	C
81	AZUCAR BLANCA CARTAVIO NAC X 5 KILOS	139	0.13%	96.47%	C

82	ARROZ NEGRITA DE ORO X 50	134	0.13%	96.60%	C
83	MARG. MANTY 24 X 100 GR.	134	0.13%	96.72%	C
84	LECHE SOY VIDA 24 X 400 GR.	131	0.12%	96.85%	C
85	PANETON WINTER 6 X 900G BOLSA	126	0.12%	96.97%	C
86	FIDEO DON VITORIO 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	122	0.12%	97.08%	C
87	ARROZ GALLITO NORTE 49 KG	117	0.11%	97.19%	C
88	ARROZ COSTEÑO X 5 KG.	106	0.10%	97.30%	C
89	ARROZ MONTERRICO X 50 KG	100	0.10%	97.39%	C
90	ACEITE CAPRI 12 X 1 LITRO	93	0.09%	97.48%	C
91	MARG. SELLO DE ORO 5 PQT X 2 K.	91	0.09%	97.57%	C
92	ARROZ GRANO NORTEÑO X 1 KILO	87	0.08%	97.65%	C
93	HARINA BCA. NIEVE ESPECIAL X 50 K.	86	0.08%	97.73%	C
94	PANETON WINTER 6 X 900G. CAJA	86	0.08%	97.81%	C
95	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 5PQT X 5KG	80	0.08%	97.89%	C
96	HARINA NICOLINI PREMIUM PP X 50 KG	79	0.08%	97.96%	C
97	ARROZ OYUKY X 50 KG.	79	0.08%	98.04%	C
98	ARROZ VILLA HERMOSA X 50 KG	75	0.07%	98.11%	C
99	LECHE GLORIA DESLACTOSA 24 X 410 GR.	72	0.07%	98.18%	C
100	PANETON BIMBO CHOCOLATE 12 X 450GR	67	0.06%	98.24%	C
101	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 600 GR.	65	0.06%	98.30%	C
102	ACEITE PRIMOR 12 X 1 LITRO	64	0.06%	98.36%	C
103	ARROZ SUPERIOR A-1 X 750 GR	64	0.06%	98.42%	C
104	LECHE PURA VIDA 48 X 165 GR.	61	0.06%	98.48%	C
105	SEMOLA MOLITALIA X 25 KILOS	58	0.06%	98.54%	C
106	PANETON BIMBO CAJA 6 X 1 KG	58	0.06%	98.59%	C
107	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHUEL X 10 K	56	0.05%	98.65%	C
108	LECHE CONDENSADA NESTLE 48 X 397 GR. PE	53	0.05%	98.70%	C
109	ARROZ PAISANA BLANCO PERFEC. 5K X 4BOL	52	0.05%	98.75%	C
110	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR TTP.	52	0.05%	98.80%	C
111	PANETON COSTA BOLSA 6 X 900GR	52	0.05%	98.84%	C
112	HARINA PANETONERA X 50 K.	51	0.05%	98.89%	C
113	AZUCAR RUBIA COSTEÑO 15 X 1KG	50	0.05%	98.94%	C
114	ACEITE PRIMOR PREMIUM 12 X 1 LITRO	49	0.05%	98.99%	C
115	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 46 KG	48	0.05%	99.03%	C
116	ARROZ PAISANA SELECTO 12 X 1 K	46	0.04%	99.08%	C
117	AZUCAR BLANCA COSTEÑO 15 X 1KG	46	0.04%	99.12%	C
118	HARINA EXPERT PRE-MEZC.KEKE X 10 K.	45	0.04%	99.16%	C
119	PANETON COSTA CAJA 6 X 900GR	44	0.04%	99.20%	C
120	HARINA EXPERT PRE-MEZC.MUFFIS X 10 K.	42	0.04%	99.24%	C
121	HARINA PREPARADA BLANCA FLOR 12 X 1 KG.	40	0.04%	99.28%	C
122	ACEITE CIL 24 X 200 CC.	40	0.04%	99.32%	C
123	MARG. MANTY 12 X 330 GR.	40	0.04%	99.36%	C
124	PANETON TODINNO GRAN ALMENDRADO 6 X 1KG	39	0.04%	99.40%	C

125	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PAN YEMA X 25 K.	35	0.03%	99.43%	C
126	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	34	0.03%	99.46%	C
127	LECHE GLORIA CALCIO+HIERRO 24 X 410 GR.	31	0.03%	99.49%	C
128	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 25 X 1 KG	30	0.03%	99.52%	C
129	HARINA ITALIANA ESPECIAL X 50 K.	29	0.03%	99.55%	C
130	MARG. REGIA MULTI X 10KG	29	0.03%	99.57%	C
131	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 300 GR.	26	0.02%	99.60%	C
132	PANETON AMERICA 6 UND.X 1KG. BOLSA	25	0.02%	99.62%	C
133	FIDEO VICTORIA MACARRONES X 10 K.	24	0.02%	99.65%	C
134	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 5K X 4BOL	22	0.02%	99.67%	C
135	FIDEO NICOLINI 20 X 250 GR	22	0.02%	99.69%	C
136	ARROZ DON FLAVIO X 50 KG.	20	0.02%	99.71%	C
137	ACEITE CIL 24 X 500 CC.	15	0.01%	99.72%	C
138	ARROZ TROPICAL 16 X 750 GR.	15	0.01%	99.74%	C
139	PANETON CIOCCOLATO 12 X 100 GR	15	0.01%	99.75%	C
140	ACEITE FINO 4.5 LT	14	0.01%	99.76%	C
141	SEMOLA MOLITALIA X 10 KG	13.5	0.01%	99.78%	C
142	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 5 X 5 KG	13	0.01%	99.79%	C
143	ARROZ HOJA REDONDA 12 X 750 GR	12	0.01%	99.80%	C
144	AZUCAR RUBIA CARTAVIO 5 X 5 KG	12	0.01%	99.81%	C
145	MARG. DORINA CLAS 16 X 450GR.	12	0.01%	99.82%	C
146	LECHE BONLE LATA 24 X 410GR	11	0.01%	99.83%	C
147	LECHE GLORIA UHT NIÑOS 12X1L	11	0.01%	99.84%	C
148	MANTEQ. GLORIA X 400 GR. POTE	11	0.01%	99.85%	C
149	FIDEO NICOLINI 20 X 500 GR. TALLARIN	10	0.01%	99.86%	C
150	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 12 X 2 KG	9	0.01%	99.87%	C
151	LECHE GLORIA UHT SABORES 24X180ML	9	0.01%	99.88%	C
152	FIDEO MARCO POLO 20 X 500 GR.	9	0.01%	99.89%	C
153	MARG. DORINA CLAS 30 X 225GR.	9	0.01%	99.90%	C
154	PANETON AMERICA 40 UND.X 100GR	9	0.01%	99.91%	C
155	HARINA EXPERT PRE-MEZC.TORTA DE CHOC X 10K.	8	0.01%	99.91%	C
156	ACEITE SAO 100%SOYA X 5 LT.	7	0.01%	99.92%	C
157	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 1K 12BOL	7	0.01%	99.93%	C
158	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 25 X 1 KG	7	0.01%	99.93%	C
159	MARG. PRIMAVERA HOJAL 2KG X 5PQT	7	0.01%	99.94%	C
160	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PANETON X 25 K.	6	0.01%	99.95%	C
161	LECHE GLORIA UHT CHOCOLATE 12X1L	6	0.01%	99.95%	C
162	HARINA PREPARADA ESPECIAL X 24 KG.	5	0.00%	99.96%	C
163	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR LAT.	5	0.00%	99.96%	C
164	MARG. GLORIA 24 X 200 GR.	5	0.00%	99.97%	C
165	MARG. PRIMAVERA KEKERA 2KG X 4PQT	5	0.00%	99.97%	C
166	MARG. SELLO DE ORO 18 X 225 GR.	5	0.00%	99.98%	C
167	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	4	0.00%	99.98%	C

168	LECHE GLORIA UHT DESLACTOSADA 12X1L	4	0.00%	99.98%	C
169	FIDEO MOLITALIA 20 X 250 GR.	4	0.00%	99.99%	C
170	ARROZ SAMAN 12 X 1 KG	2	0.00%	99.99%	C
171	LECHE GLORIA SUPER LIGHT 48X410GR	2	0.00%	99.99%	C
172	LECHE GLORIA UHT CALCIO+HIERRO 12X1L	2	0.00%	99.99%	C
173	FIDEO MARCO POLO 20 X 250 GR.	2	0.00%	99.99%	C
174	FIDEO MOLITALIA 20 X 500 GR. TALLARIN	2	0.00%	100.00%	C
175	AZUCAR COSTEÑO 4 X 5KG	1	0.00%	100.00%	C
176	LECHE GLORIA UHT LIGHT 12X1L	1	0.00%	100.00%	C
177	FIDEO DON MAXIMO X 10 KG.	1	0.00%	100.00%	C
178	PANETON GALLUZZO PREMIUN LATA 6 X 1KG	1	0.00%	100.00%	C
179	ACEITE FINO 12 X 1 LITRO	0	0.00%	100.00%	C
180	AZUCAR BLANCA PAISANA 15 X 1 KG	0	0.00%	100.00%	C
181	MARG. MANTY 20 X 100 GR.	0	0.00%	100.00%	C
182	PANETON GALLUZZO CAJA 6 X 1KG+GALLUZITO	0	0.00%	100.00%	C
183	PANETON WINTER 6 X 900G. LATA	0	0.00%	100.00%	C
		105,206			

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Anexo N° 13 “Análisis de Pareto de Abarrotes No Voluminoso”

N°	DESCRIPCION	Volumen de Ventas (U/Año)	%	%Acum	ABC
1	MILO ACTIGEN-E X 400G	4,082	11.54%	11.54%	A
2	OLE OLE X 60 UNID.	4,009	11.33%	22.87%	A
3	CHOC. RECORD X 400 GR.	3,338	9.43%	32.30%	A
4	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	1,471	4.16%	36.46%	A
5	CHOC. RECORD X 100 GR.	1,448	4.09%	40.55%	A
6	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	1,362	3.85%	44.40%	A
7	GALL. SODA-V FIELD (X6)	1,334	3.77%	48.17%	A
8	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	1,286	3.63%	51.81%	A
9	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	1,186	3.35%	55.16%	A
10	NESCAFE TRADICION X 200 GR.	745	2.11%	57.27%	B
11	MERMELADA FANNY 6X1 KG	739	2.09%	59.36%	B
12	GALL. SURTIDA COSTA X 425GR.	681	1.92%	61.28%	B
13	GALL. OREO PROM 6X43G.	496	1.40%	62.68%	B
14	REF. NEGRITA 12 X 15 GR.	455	1.29%	63.97%	B
15	JUGO DE PIÑA EN RODAJAS X 560 GR.	423	1.20%	65.16%	B
16	NECTAR GLORIA 200ML.X 24TTP	413	1.17%	66.33%	B
17	KIMBO CEBADA X 190 GR FCO.	402	1.14%	67.47%	B
18	CHOC. AMERICA X 200 GR.	401	1.13%	68.60%	B
19	PRINGLES ORIGINAL X140 GR	373	1.05%	69.66%	B
20	GELATINA NEGRITA 200G.X 12UND	357	1.01%	70.67%	B
21	TE MC COLLINS CANELA Y CLAVO X 100SB	351	0.99%	71.66%	B
22	GALL. WAFER BETITO X 1.5 KILO	347	0.98%	72.64%	B
23	NECTAR GLORIA 12 X 1 LITRO	340	0.96%	73.60%	B
24	GALL. VICT.TENTACION CHOCOLATE X6	324	0.92%	74.51%	B
25	GALL. VI.CASINO X 6PQT SIXPAK	323	0.91%	75.43%	B
26	MAZAMORRA NEGRITA 180G X 20UN	299	0.85%	76.27%	B
27	CHOC. RECORD X 600 GR.	286	0.81%	77.08%	B
28	CHOC. AMERICA X 400 GR.	274	0.77%	77.86%	B
29	MILO ANTIGEN-E X 1 KILO EC	268	0.76%	78.61%	B
30	PRINGLES ORIGINAL X40 GR	268	0.76%	79.37%	B
31	CEREAL CORN FLAKES 12 X 500 GR	240	0.68%	80.05%	B
32	MILO ACTIGEN-E X 400G + TAZA	233	0.66%	80.71%	B
33	MERMELADA 12 X 320 GR. (VASO)	201	0.57%	81.28%	B
34	CEREAL KIWIGEN X 180 GR.	195	0.55%	81.83%	B
35	CHOC. RECORD X 1000 GR.	185	0.52%	82.35%	B
36	CAFE ECCO X 195 GR.	177	0.50%	82.85%	B
37	TE MC COLLINS PURO X100SB	168	0.47%	83.33%	B
38	GALL. WAFER BETITO X 1 KILO	165	0.47%	83.79%	B
39	NESCAFE TRADICION X 200 GR.+ CUCHARA	160	0.45%	84.24%	B

40	MATE MC COLLINS MANZANILLA X 100	159	0.45%	84.69%	B
41	PRINGLES CEBOLLA X40 GR	159	0.45%	85.14%	B
42	GALL. VICT.TENTACION NARANJA X6	156	0.44%	85.58%	B
43	MATE MC COLLINS ANIS X 100	151	0.43%	86.01%	B
44	KIWIGEN CHOC X 400 GR.	147	0.42%	86.43%	B
45	MAGGI CALDO GALLINA 24 X 21 GR	139	0.39%	86.82%	B
46	MAYONESA A LA CENA 24 X 100 CC.	132	0.37%	87.19%	B
47	CEREAL KIWIGEN X 250 GR.	129	0.36%	87.56%	B
48	TE MC COLLINS PURO X 25SB	127	0.36%	87.92%	B
49	NESCAFE TRADICION X 50 GR. FRASCO	127	0.36%	88.27%	B
50	MAZAMORRA NEGRITA DZNO 180G X 20UN	126	0.36%	88.63%	B
51	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR FANNY 24X820	124	0.35%	88.98%	B
52	CHOC. SOL DEL CUSCO INSTAN X 324 GR. LATA	115	0.33%	89.31%	B
53	PRINGLES QUESO X40 GR	108	0.31%	89.61%	B
54	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR 24X822	101	0.29%	89.90%	B
55	CEREAL CORN FLAKES X 200 GR	98	0.28%	90.17%	B
56	MAYONESA A LA CENA 12 X 500 CC.	96	0.27%	90.45%	B
57	MAZAMORRA NEGRITA PIÑA 180G X 20UN	96	0.27%	90.72%	B
58	MERMELADA GLORIA 6 X 1KG	93	0.26%	90.98%	B
59	CHOC. AMERICA X 800 GR.	91	0.26%	91.24%	B
60	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO X 400 GR	88	0.25%	91.49%	B
61	MERMELADA DOYPAK FANNY 8X800 GR	86	0.24%	91.73%	B
62	MAGGI CALDO CARNE 24 X 21 GR	83	0.23%	91.96%	B
63	ARUBA REFRES.CITRUS PUNCH 12 X 500ML	80	0.23%	92.19%	B
64	GELATINA TEMPORAL 20 X 250 GR.	79	0.22%	92.41%	B
65	MATE MC COLLINS ANIS 25 SB.	77	0.22%	92.63%	B
66	CAFE ALTOMAYO X 180 GR	76	0.21%	92.84%	B
67	GELATINA ROYAL 48 X 180 GR.	71	0.20%	93.05%	C
68	PRINGLES CEBOLLA X139 GR	71	0.20%	93.25%	C
69	CONS. FILETE DE ATUN CAMPOMAR 24 X 170 GR	70	0.20%	93.44%	C
70	YOGURT GLORIA 4 X 2KG	69	0.20%	93.64%	C
71	CARAMELOS BON AMI FRUTA 18 X 100UND	69	0.20%	93.83%	C
72	PRINGLES QUESO X139 GR	60	0.17%	94.00%	C
73	CHOC. CUSCO REAL 12 X 90GR. + 2TAB GRATIS	59	0.17%	94.17%	C
74	MAYONESA A LA CENA 6 X 1000 CC.	57	0.16%	94.33%	C
75	MATE MC COLLINS MANZANILLA 25 SB.	56	0.16%	94.49%	C
76	GALL. WAFER BAUDUCCO 24 X 140GR	55	0.16%	94.65%	C
77	CHOC. AMERICA X 600 GR.	52	0.15%	94.79%	C
78	CONS. TROZOS DE ATUN CAMP 48 X 170 GR	51	0.14%	94.94%	C
79	FREJOL CANARIO X 1 KL	50	0.14%	95.08%	C
80	LENTEJA X 1 KG	50	0.14%	95.22%	C
81	MAIZ TOSTADO X 1KL	50	0.14%	95.36%	C
82	PALLAR X 1 KL	50	0.14%	95.50%	C

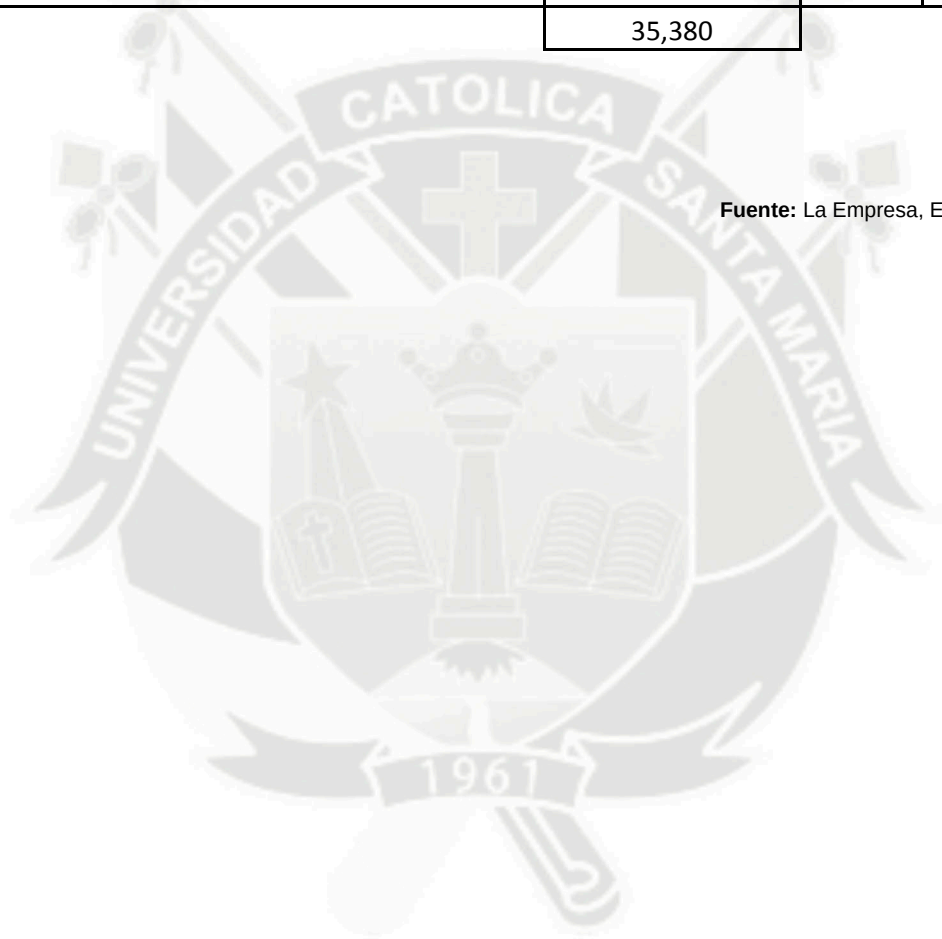
83	PUDIN NEGRITA 12 X 145 GR.	49	0.14%	95.64%	C
84	TE MC COLLINS CAN.CLAV 25 SB.	47	0.13%	95.77%	C
85	SALSA ALACENA ROCOTO 12 X 100 CC.	47	0.13%	95.91%	C
86	CONS. DESMENUZADO PESCADO CAMPOMAR 24 X 170GR	45	0.13%	96.03%	C
87	CAFE ALTOMAYO X 50 GR OLLITA	45	0.13%	96.16%	C
88	POP CORN	45	0.13%	96.29%	C
89	NESQUIK X 400 GR	41	0.12%	96.40%	C
90	MAIZ MORADO	40	0.11%	96.52%	C
91	GALL. VICT.TENTACION VAINILLA X6	39	0.11%	96.63%	C
92	GALL. VICT.TENTACION COCO X6	37	0.10%	96.73%	C
93	GRAT. DE ATUN A-1 48 X 170 GR.	36	0.10%	96.83%	C
94	VINAGRE VENTURO 12 X 600 ML	36	0.10%	96.93%	C
95	CONS. FILETE DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	32	0.09%	97.03%	C
96	SILLAO VENTURO 12 X 500 ML	32	0.09%	97.12%	C
97	GRAT. ANCHOVETA A-1 48 X 170 GR.	29	0.08%	97.20%	C
98	POLVO DE HORNEAR ROYAL 20 X 20 GR	29	0.08%	97.28%	C
99	VINAGRE VENTURO BLANCO 12 X 600 ML	29	0.08%	97.36%	C
100	CAFE ALTOMAYO X 50 GR FRASCO	29	0.08%	97.44%	C
101	MERMELADA COMPASS 6X1 KG.	28	0.08%	97.52%	C
102	KIWIGEN MACA X 340 GR	28	0.08%	97.60%	C
103	GRAT. DE PESCADO PERFECTA 48 X 170 GR.	25	0.07%	97.67%	C
104	CHOCOLATE SURTIDO MINIS 30 UND	25	0.07%	97.74%	C
105	GALL. WAFER BETITO 50 UNID	24	0.07%	97.81%	C
106	FLAN NEGRITA 12 X 100 GR.	24	0.07%	97.88%	C
107	CAFE MONACO X 50 GR VASO	24	0.07%	97.95%	C
108	CONS. TROZOS DE PESCADO CAMP 24 X 170 GR	23	0.07%	98.01%	C
109	FLAN ROYAL 12 X 110 GR.	23	0.07%	98.08%	C
110	PRINGLES PIZZA X40 GR	23	0.07%	98.14%	C
111	CONS. TROZOS DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	22	0.06%	98.20%	C
112	LENTEJA TEMPORAL X 20 UND.	21	0.06%	98.26%	C
113	CEREAL GRANOLA X 250 GR.	20	0.06%	98.32%	C
114	CREMA DE CHAMPIÑON 12 X 72 GR.	19	0.05%	98.37%	C
115	CREMA DE ESTARRAGOS 12 X 68 GR.	19	0.05%	98.43%	C
116	CREMA TARI 85GR. X 24UND	19	0.05%	98.48%	C
117	KETCHUP BDE X 20 KG	19	0.05%	98.53%	C
118	CAÑIHUACO X 10 KG	18.5	0.05%	98.59%	C
119	YOGURT GLORIA ACTIBIO 6X1KG	18	0.05%	98.64%	C
120	MERMELADA A1 X 1K	18	0.05%	98.69%	C
121	PRINGLES PIZZA X139 GR	17	0.05%	98.74%	C
122	YOGURT GLORIA 6 X 500ML	15	0.04%	98.78%	C
123	CONS. SOLIDO DE ATUN CAMPOMAR X 24 UND	15	0.04%	98.82%	C
124	ARUBA REFRES. 4 X 3 LT.	15	0.04%	98.86%	C
125	TAMPICO REF. PUNCH 12 X 500ML	15	0.04%	98.91%	C

126	MOSTASA BDE X 20 KG	15	0.04%	98.95%	C
127	LEAF TEA TE VERDE LIMON 12 X 400	14	0.04%	98.99%	C
128	CONS. FILETE DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	14	0.04%	99.03%	C
129	ALGARROBINA X 400 GR	14	0.04%	99.07%	C
130	ENTERO PESCADO TOMATE OVAL 12UN.CAJ	13	0.04%	99.10%	C
131	GELATINA TEMPORAL 40 X 250 GR.	13	0.04%	99.14%	C
132	CAFE MONACO X 200 GR LATA	12	0.03%	99.17%	C
133	MERMELADA HOJA REDONDA FRESA 6 X 1 KG.	11	0.03%	99.21%	C
134	JUGO COCKTAIL DE FRUTAS 24X 820 GR.	11	0.03%	99.24%	C
135	TE ZURIT CANELA CLAVO X 100 SB	10	0.03%	99.27%	C
136	MERMELADA COMPASS POTE 12X350GR (PLAS)	10	0.03%	99.29%	C
137	GRAT. ANCHOVETA CARIOCA 48 X 170 GR.	10	0.03%	99.32%	C
138	CONS. TROZOS DE CABALLA A-1 48 X 170 GR	9	0.03%	99.35%	C
139	FOSFORO LLAMA 100 X 10	9	0.03%	99.37%	C
140	YOGURT GLORIA BATTI MIX 24X125GR	8	0.02%	99.40%	C
141	POP CORN PAISANA 24 X 500GR	8	0.02%	99.42%	C
142	CONS. SOLIDO DE CABALLA CAMPOMAR 24 X 170GR	7	0.02%	99.44%	C
143	GALL. SODA FIELD AGUA (X6)	7	0.02%	99.46%	C
144	LENTEJA HOJA RED. 25UN X 500GR	7	0.02%	99.48%	C
145	YOGURT GLORIA LIC-GO 6X1KG	6	0.02%	99.49%	C
146	YOGURT MILKITO 6X1KG	6	0.02%	99.51%	C
147	MERMELADA FLORIDA DULCERAS 12X250GR	6	0.02%	99.53%	C
148	CONS. TROZOS DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	6	0.02%	99.54%	C
149	GRATED DE ATUN MAR BRAVA 48 X 170GR	6	0.02%	99.56%	C
150	CEREAL ANG. COPIX TRIG/CHOC C/MARSH 120GR-30U	6	0.02%	99.58%	C
151	COCOA WINTER X2.5KL	5	0.01%	99.59%	C
152	MERMELADA FLORIDA 6X1 KG.	5	0.01%	99.61%	C
153	GRAT. DE PESCADO A-1 48 X 170 GR.	5	0.01%	99.62%	C
154	ARUBA REFRES. 6 X 1.5LT	5	0.01%	99.64%	C
155	CHICHA MORADA LIQUIDO 12 X 400 ML.	5	0.01%	99.65%	C
156	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 4X2LT.	5	0.01%	99.66%	C
157	TAMPICO REF. CITRUS PUNCH 600ML X6	5	0.01%	99.68%	C
158	TAMPICO REF. PUNCH 2 X 3.78LT. GAL	5	0.01%	99.69%	C
159	TAMPICO REF. PUNCH 4 X 3LT.	5	0.01%	99.71%	C
160	YOGURT GLORIA 24 X 200 ML	4	0.01%	99.72%	C
161	YOGURT SOY VIDA 6 X 1 LITRO	4	0.01%	99.73%	C
162	YOGURT YO-MOST 24 X 180 ML	4	0.01%	99.74%	C
163	MILO IMPORTADO X 400	4	0.01%	99.75%	C
164	MATE MC COLLINS HIERBA LUISA X 100	4	0.01%	99.76%	C
165	CONS. SOLIDO DE CABALLA A-1 48 X 170GR	4	0.01%	99.77%	C
166	GRAT. ANCHOVETA ANCHOMAR 48 X 160 GR.	4	0.01%	99.79%	C
167	GALL. CREAM CRACKER 60PQT/75GR.	4	0.01%	99.80%	C
168	CEREAL ANG. CHOCK B.DE MAIZ/CHO 140G-30UND.CJ	4	0.01%	99.81%	C

169	MAIZENA X 25 K.	4	0.01%	99.82%	C
170	MANDIOCA X 25KG	4	0.01%	99.83%	C
171	MATE MANZANILLA HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	3	0.01%	99.84%	C
172	MATE ZURIT ANIS X 100	3	0.01%	99.85%	C
173	CAFE ALTOMAYO 100 X 2 GR	3	0.01%	99.86%	C
174	CARAMELOS BON AMI LICOR 18 X 100UND	3	0.01%	99.86%	C
175	YOGURT PURA VIDA 6X1KG	2	0.01%	99.87%	C
176	YOGURT PURA VIDA VAINILLA MIX 24X90ML	2	0.01%	99.88%	C
177	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X170 GR.	2	0.01%	99.88%	C
178	KIWICHA AVENA 3 OSITOS 12X270 GR.	2	0.01%	99.89%	C
179	MACA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	2	0.01%	99.89%	C
180	MACA AVENA 3 OSITOS 12X270GR	2	0.01%	99.90%	C
181	QUINUA AVENA 3 OSITOS 12X170GR	2	0.01%	99.90%	C
182	MATE MC COLLINS BOLDO X 100	2	0.01%	99.91%	C
183	MERMELADA FLORIDA POTE 12X350GR (PLAS)	2	0.01%	99.92%	C
184	CONS. FILETE DE ATUN FANNY OLIVA 50X125GR	2	0.01%	99.92%	C
185	CONS. SOLIDO DE ATUN GLORIA 48 X 184 GR.	2	0.01%	99.93%	C
186	CONS. SOLIDO DE JUREL A1 48 X 184 GR.	2	0.01%	99.93%	C
187	GRAT. DE CABALLA GLORIA 48 X 170 GR.	2	0.01%	99.94%	C
188	GRAT. JUREL AGUA Y SAL GLORIA 48 X 170 GR.	2	0.01%	99.94%	C
189	GALL. WAFER CORONITA 48 X 72 GR	2	0.01%	99.95%	C
190	GALLETAS DUCALES X 24 PACK	2	0.01%	99.95%	C
191	ARTPOP NATURAL X24 X100 GR	2	0.01%	99.96%	C
192	CARAMELOS GLOBO POP X 24UN	2	0.01%	99.97%	C
193	YOGURT ACTIBIO 24 X 100 ML	1	0.00%	99.97%	C
194	COCOA FORTALEZA X1KL	1	0.00%	99.97%	C
195	COCOA WINTERS 30 X 180 GRS.	1	0.00%	99.97%	C
196	MATE ZURIT MANZANILLA X 25	1	0.00%	99.98%	C
197	MERMELADA FLORIDA GOURMET 12X560GR	1	0.00%	99.98%	C
198	MERMELADA GLORIA POTE 12X350ML	1	0.00%	99.98%	C
199	CONS. FILETE DE ATUN A-1 48 X 170 GR	1	0.00%	99.99%	C
200	GALL. WAFER BETITO X 3 KILO	1	0.00%	99.99%	C
201	REF. NEGRITA 18 X 15 GR.	1	0.00%	99.99%	C
202	POP CORN COSTEÑO 12UNI X 500GR	1	0.00%	99.99%	C
203	CEREAL ANG. MAX OSIT CHOC/CAN 130G-30UN.CAJ	1	0.00%	100.00%	C
204	CEREAL ANGEL X 140 GR	1	0.00%	100.00%	C
205	MATE ANIS HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	0	0.00%	100.00%	C
206	MATE DIGEST. HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	0	0.00%	100.00%	C
207	MATE MANZANILLA HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	0	0.00%	100.00%	C
208	MATE MIXTURA-VARIEDAD HORNIMANS 25FIL.40DS.PQ	0	0.00%	100.00%	C
209	TE CANEL/CLAV HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	0	0.00%	100.00%	C
210	TE PURO HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	0	0.00%	100.00%	C
211	CONS. FILETE DE ATUN BAYOVAR 48 X 170 GR	0	0.00%	100.00%	C

212	CONS. TROZOS DE JUREL A-1 48 X 170 GR	0	0.00%	100.00%	C
213	CONS. TROZOS DE PESCADO A1 48 X 170 GR	0	0.00%	100.00%	C
214	ARTPOP DULCE X24 X100 GR	0	0.00%	100.00%	C
215	ARTPOP MANTEQUILLA X24 X100 GR	0	0.00%	100.00%	C
216	ARTPOP SUPER MANTEQUILLA X24 X100 GR	0	0.00%	100.00%	C
217	PALLAR	0	0.00%	100.00%	C
218	SALSA ALACENA AJI 12 X 100 CC.	0	0.00%	100.00%	C
219	VINAGRE MARIALE 12 X 500 ML	0	0.00%	100.00%	C
220	VINAGRE VENTURO 12 X 1000 LT.	0	0.00%	100.00%	C
		35,380			

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia



Anexo N° 14 “Análisis de Pareto de Licores en General”

N°	DESCRIPCION	Volumen de Ventas (U/Año)	%	%Acum	ABC
1	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGOÑA S/S X 750CC+COPA	737.75	7.48%	7.48%	A
2	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	544	5.52%	13.00%	A
3	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	538	5.46%	18.46%	A
4	PISCO VARGAS X 750CC. + 187.5ML. OFERTA	406	4.12%	22.58%	A
5	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	374	3.79%	26.37%	A
6	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	366	3.71%	30.08%	A
7	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	347	3.52%	33.60%	A
8	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	339	3.44%	37.04%	A
9	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	322	3.27%	40.31%	A
10	PISCO VOGOÑA UVA ITALIA 12 X 750CC	293	2.97%	43.28%	B
11	VINO S. QUEI ROSE X 2 LITROS	270	2.74%	46.02%	B
12	JARABE DE GOMA CHEVALIER X 750 CC	261	2.65%	48.66%	B
13	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 2 LITROS	232	2.35%	51.02%	B
14	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	227	2.30%	53.32%	B
15	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	216	2.19%	55.51%	B
16	PISCO VOGOÑA LIMON 12 X 750	213	2.16%	57.67%	B
17	RON CABO BLANCO DORADO 12 X 750 CC	206	2.09%	59.76%	B
18	CIGARRO HAMILTON X 20	199	2.02%	61.78%	B
19	RON CARTAVIO BLACK 12 X 1000 ML.	197	2.00%	63.78%	B
20	PISCO VARGAS X 4000 ML.	194	1.97%	65.75%	B
21	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 2 LITROS	166	1.68%	67.43%	B
22	VODKA 3XXX DURAZNO 6 X 1800 ML	166	1.68%	69.11%	B
23	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 750 ML.	147	1.49%	70.60%	B
24	PISCO ALFERADO UVA X 4LITROS	145	1.47%	72.08%	B
25	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 12 X 750 CC	142	1.44%	73.52%	B
26	RON CARTAVIO SUPERIOR 24 X 200 CC.	122	1.24%	74.75%	B
27	CIGARRO HAMILTON X 10	121	1.23%	75.98%	B
28	PISCO VARGAS X 187.5 ML.	118	1.20%	77.18%	B
29	PISCO SAN VALENTIN 12 X 750 CC	104	1.05%	78.23%	B
30	ANIS NAJAR SECO 12 X 750 ML.	84	0.85%	79.08%	B
31	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	80	0.81%	79.90%	B
32	VINO TACAMA GRAN TINTO 12 X 750CC.	76	0.77%	80.67%	B
33	RON CARTAVIO SUPERIOR X 125ML.	73	0.74%	81.41%	B
34	PISCO VARGAS X 2 LITROS	65	0.66%	82.07%	B
35	PISCO REY DE MAJES 12 X 750CC	64	0.65%	82.72%	B
36	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 4000 ML	55	0.56%	83.27%	B
37	CHAMPAN TABERNERO ESPECIAL 12 X 750 CC.	55	0.56%	83.83%	B
38	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 750 CC	53	0.54%	84.37%	B
39	VINO TACAMA ROSE 12 X 750CC.	51	0.52%	84.89%	B

40	CHAMPAN EMPERADOR 12 X 750 ML	50	0.51%	85.39%	B
41	CHAMPAN NAPOLEON 12 X 750	50	0.51%	85.90%	B
42	RON CABO BLANCO DORADO+PETACA 12X750 CC	44	0.45%	86.35%	B
43	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 750 ML	41	0.42%	86.76%	B
44	PISCO REY DE MAJES X 4LITROS	40	0.41%	87.17%	B
45	VODKA 3XXX MARACUYA 6 X 1800 ML	37	0.38%	87.54%	B
46	VODKA RUSSKAYA 12 X 750 ML.	36	0.37%	87.91%	B
47	PISCO VARGAS 24 X 250 CC.	35	0.36%	88.26%	B
48	VINO OCUCAJE ABUELO 12 X 750 CC.	34	0.34%	88.61%	B
49	PISCO QUEBRANTA MINIATURA X 50ML	31	0.31%	88.92%	B
50	PISCO ACHOLADO MINIATURA X 50ML	30	0.30%	89.23%	B
51	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	30	0.30%	89.53%	B
52	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	29	0.29%	89.83%	B
53	PISCO VARGAS PETACA X 125 CC	26	0.26%	90.09%	B
54	PISCO BIONDI ACHOLADO X 500 ML.	25	0.25%	90.34%	B
55	VINO TABERNEIRO BORGONA 12 X 750 CC	25	0.25%	90.60%	B
56	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGONA TINTO X 187 CC	25	0.25%	90.85%	B
57	COÑAC X 125 CC	24	0.24%	91.09%	B
58	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 4 LT.	23	0.23%	91.33%	B
59	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADONA 12 X 750 CC.	23	0.23%	91.56%	B
60	ANIS NAJAR+OFERT 2 X 500 CC	23	0.23%	91.79%	B
61	PISCO ALFERADO UVA X 2LITROS	22	0.22%	92.02%	B
62	VINO REY DE MAJES X 4LITROS	22	0.22%	92.24%	B
63	PISCO ITALIA MINIATURA X 50ML	20	0.20%	92.44%	B
64	PISCO VARGAS X 750ML+COPA	20	0.20%	92.65%	B
65	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	19	0.19%	92.84%	C
66	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	19	0.19%	93.03%	C
67	VINO TACAMA GRAN BLANCO 12 X 750 CC	18	0.18%	93.21%	C
68	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL X 500 ML.	18	0.18%	93.40%	C
69	PISCO BIONDI ITALIA X 500 ML.	17	0.17%	93.57%	C
70	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 4 LT.	17	0.17%	93.74%	C
71	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 4.05 LITROS	17	0.17%	93.91%	C
72	VINO VIÑA VIEJA ROSE S/S X 750CC+COPA	17	0.17%	94.09%	C
73	JARABE DE GOMA DELBAR 12X500ML	17	0.17%	94.26%	C
74	VINO SOCABON DAMA JUANA 4LTS	16	0.16%	94.42%	C
75	VINO S. QUEI GRAN BORGONA X 4.05 LITROS	15	0.15%	94.57%	C
76	PISCO NAJAR ACHOLADO X 500 ML.	14	0.14%	94.72%	C
77	PISCO NAJAR ITALIA X 500 CC	14	0.14%	94.86%	C
78	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 4 LITROS	13	0.13%	94.99%	C
79	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 2 LT.	13	0.13%	95.12%	C
80	ANIS NAJAR SEMI DULCE X 125 ML	13	0.13%	95.25%	C
81	PISCO NAJAR QUEBRANTA X 500 CC	12	0.12%	95.37%	C
82	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 2 LT.	12	0.12%	95.50%	C

83	RON SOLERA X 750 ML	12	0.12%	95.62%	C
84	VINO POBLETE GRAN BORGOÑA X 750 ML	12	0.12%	95.74%	C
85	CREMA DE RON BAILEYS X 750 CC	12	0.12%	95.86%	C
86	VODKA 3XXX LIMON 6 X 1800 ML	11	0.11%	95.97%	C
87	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 350 CC BLANCO	10	0.10%	96.07%	C
88	VINO OCUCAJE BORGOÑA 12 X 750 CC.	10	0.10%	96.18%	C
89	PISCO ALFERADO 12 X 750 ML	9	0.09%	96.27%	C
90	PISCO DE LOS REYES 12 X 750 CC	8	0.08%	96.35%	C
91	PISCO OCUCAJE ITALIA CHALAN X 375ML	8	0.08%	96.43%	C
92	PISCO VARGAS ITALIA+JARABE X 750 CC	8	0.08%	96.51%	C
93	VINO S. QUEI BARBERA BORGOÑA 12 X 750 CC	8	0.08%	96.59%	C
94	CREMA DE PISCO PAZ SOLDAN MISKY X 750 CC.	8	0.08%	96.67%	C
95	AMARGO DE ANGOSTURA WISLAM X 75 CC.	8	0.08%	96.75%	C
96	PISCO BIONDI QUEBRANTA X 500 ML.	7	0.07%	96.83%	C
97	PISCO DON STGO MOSTO VERD ITALIA X 500 C	7	0.07%	96.90%	C
98	PISCO OCUCAJE QUEBR.CHALAN X 375ML	7	0.07%	96.97%	C
99	PISCO SAN ANDRES ACHOLADO 12X750ML	7	0.07%	97.04%	C
100	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.+PETACA X 125CC	7	0.07%	97.11%	C
101	PISCO VARGAS ACHOLADO+JARABE X 750 CC	7	0.07%	97.18%	C
102	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	7	0.07%	97.25%	C
103	VINO S. QUEI MOSCATO 12 X 750 CC.	7	0.07%	97.32%	C
104	VINO TABERNERO GRAN ROSE AFRUTADO 2005 12X750	7	0.07%	97.39%	C
105	VINO TACAMA SELECCION ESPECIAL 750ML	7	0.07%	97.46%	C
106	ANIS NAJAR SECO 24 X 125 ML.	7	0.07%	97.54%	C
107	VODKA RUSSKAYA+PETACA 12X750 ML.	7	0.07%	97.61%	C
108	PISCO DON STGO MOSTO VERD QUEBRANTA X 500 C	6	0.06%	97.67%	C
109	PISCO DON STGO MOSTO VERD TORONTEL X 500 C	6	0.06%	97.73%	C
110	PISCO DON VENEDICTO ACHOLADO X 500 CC	6	0.06%	97.79%	C
111	PISCO OCUCAJE HUACO X 750 CC	6	0.06%	97.85%	C
112	PISCO VARGAS QUEBRANTA+JARABE X 750 CC	6	0.06%	97.91%	C
113	RON BACARDI ORO X 750 CC	6	0.06%	97.97%	C
114	RON CABO BLANCO LIMON 12 X 750 ML	6	0.06%	98.03%	C
115	VINO S. QUEI BLANCO S.S. RESERVA 12 X 750 CC.	6	0.06%	98.09%	C
116	SANGRIA S. QUEIROLO 6 X 1 LITRO	6	0.06%	98.15%	C
117	LICOR BLUE CURACAO X 750ML	5	0.05%	98.20%	C
118	PISCO OCUCAJE SELEC.PURO QUEBR. 750ML.BOT.	5	0.05%	98.26%	C
119	VINO S. QUEI ROSE X 4.05 LITROS	5	0.05%	98.31%	C
120	CHAMPAN TACAMA BRUT 12 X 750 CC	5	0.05%	98.36%	C
121	ANIS NAJAR SECO 12 X 500 ML.	5	0.05%	98.41%	C
122	LICOR PERFECTO AMOR X 750 ML	4	0.04%	98.45%	C
123	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.38°+SHOT 750ML.BOT.	4	0.04%	98.49%	C
124	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.41°+SHOT 750ML.BOT.	4	0.04%	98.53%	C
125	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL.44°+SHOT 750ML.BOT.	4	0.04%	98.57%	C

126	PISCO SOL DE VITOR PURO 12 X 750 CC	4	0.04%	98.61%	C
127	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	4	0.04%	98.65%	C
128	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 1 LITRO.	4	0.04%	98.69%	C
129	RON CARTAVIO XO 750 ML+ESTUCHE	4	0.04%	98.73%	C
130	VINO BORGONA NAJAR 12 X 750CC	4	0.04%	98.77%	C
131	VINO TABERNEIRO GRAN BLANCO 12X750	4	0.04%	98.81%	C
132	ANIS ALFERADO 12 X 750ML	4	0.04%	98.85%	C
133	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ACHOLADO+OFERTA	3	0.03%	98.88%	C
134	PISCO PURO ANDARIEGO X 750 CC	3	0.03%	98.91%	C
135	PISCO SOL DE ICA X 750CC + EVERESS	3	0.03%	98.95%	C
136	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	3	0.03%	98.98%	C
137	PISCO VIEJO TONEL ACHOLADO X500ML	3	0.03%	99.01%	C
138	PISCO VIEJO TONEL MOSTO VERDE QUEBR X500ML	3	0.03%	99.04%	C
139	RON CABO BLANCO RESERVA X 12	3	0.03%	99.07%	C
140	VINO COLECCIÓN RUBINI X 750 CC	3	0.03%	99.10%	C
141	CHAMPAN TACAMA S/S 12 X 750 CC	3	0.03%	99.13%	C
142	LICOR DE ALMENDRAS X 750 ML	2	0.02%	99.15%	C
143	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	2	0.02%	99.17%	C
144	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ITALIA+OFERTA	2	0.02%	99.19%	C
145	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS QUEBRANTA+OFERTA	2	0.02%	99.21%	C
146	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 24 X 250 CC	2	0.02%	99.23%	C
147	PISCO VIEJO TONEL ALBILLA X500ML	2	0.02%	99.25%	C
148	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO ACHO. X500ML	2	0.02%	99.27%	C
149	PISCO VIEJO TONEL ITALIA X500ML	2	0.02%	99.29%	C
150	PISCO VIEJO TONEL MOLLAR X500ML	2	0.02%	99.31%	C
151	PISCO VIEJO TONEL MOSCATEL X500ML	2	0.02%	99.33%	C
152	PISCO VIEJO TONEL QUEBRANTA X500ML	2	0.02%	99.35%	C
153	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	2	0.02%	99.37%	C
154	RON CARTAVIO AÑEJO 5 AÑOS 12X750 CC	2	0.02%	99.39%	C
155	RON CARTAVIO BCO 12 X 750 CC	2	0.02%	99.41%	C
156	RON KANKUN LIMON 12 X 500 CC	2	0.02%	99.43%	C
157	VINO INTIPALKA MALBEC 6 X 750 ML	2	0.02%	99.45%	C
158	VINO INTIPALKA RESERVA CS/PETIT VERDOT 6X750	2	0.02%	99.47%	C
159	VINO INTIPALKA RESERVA CS/SYRAH 6 X 750	2	0.02%	99.49%	C
160	VINO INTIPALKA RESERVA MALBEC/MERLOT 6 X 750	2	0.02%	99.51%	C
161	VINO INTIPALKA SYRAH 6 X 750 ML	2	0.02%	99.53%	C
162	VINO S. QUEI MOSCATO BLANCO 12 X 750 CC.	2	0.02%	99.55%	C
163	VINO S. QUEI OPORTO 12 X 750 CC.	2	0.02%	99.57%	C
164	VINO S. QUEI SIGLO XVI 12 X 750 CC.	2	0.02%	99.59%	C
165	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	2	0.02%	99.61%	C
166	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL 12 X 750 ML	2	0.02%	99.63%	C
167	WHISKY CHIVAS REGAL X 750 ML	2	0.02%	99.66%	C
168	RED BULL ENERGY DRINK 24 X 250ML	1	0.01%	99.67%	C

169	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO 12 X 750ML	1	0.01%	99.68%	C
170	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA 12 X 750ML	1	0.01%	99.69%	C
171	PISCO FINCA ROTONDO QUEB 12 X 750ML	1	0.01%	99.70%	C
172	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	1	0.01%	99.71%	C
173	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	1	0.01%	99.72%	C
174	PISCO OCUCAJE ACHOL. CHALAN X 375ML	1	0.01%	99.73%	C
175	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC	1	0.01%	99.74%	C
176	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	1	0.01%	99.75%	C
177	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	1	0.01%	99.76%	C
178	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	1	0.01%	99.77%	C
179	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC	1	0.01%	99.78%	C
180	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	1	0.01%	99.79%	C
181	PISCO VARGAS X 500 ML	1	0.01%	99.80%	C
182	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO QUEBR. X500ML	1	0.01%	99.81%	C
183	PISCO VIÑA DEL PRADO ACHOL. 12 X 500 CC	1	0.01%	99.82%	C
184	PISCO VIÑA VITOR ACHOLADO 12 X 750 CC	1	0.01%	99.83%	C
185	PISCO VIÑA VITOR PURO 12 X 750 CC	1	0.01%	99.84%	C
186	PISCO VOGOÑA ACHOLADO 12 X 750 CC	1	0.01%	99.85%	C
187	VINO INTIPALKA SAUVIGNON 6 X 750 ML	1	0.01%	99.86%	C
188	VINO INTIPALKA CHARDONNAY 6 X 750 ML	1	0.01%	99.87%	C
189	VINO INTIPALKA TAN NAT 6 X 750 ML	1	0.01%	99.88%	C
190	VINO OCUCAJE FOND DE CAVE 12 X 750 CC	1	0.01%	99.89%	C
191	VINO RESERVADO CAMERE 12X750ML	1	0.01%	99.90%	C
192	VINO REYNOSO BORGONA 12 X 750CC	1	0.01%	99.91%	C
193	VINO REYNOSO FUZION 12 X 750CC	1	0.01%	99.92%	C
194	VINO S. QUEI MALBEC 12 X 750ML	1	0.01%	99.93%	C
195	VINO S. QUEI ROSE SHIRAZ 12 X 750 CC.	1	0.01%	99.94%	C
196	VINO S. QUEI SAUVIGNON BLANC 12 X 750 CC.	1	0.01%	99.95%	C
197	VINO S. QUEI SHIRAZ 12 X 750 CC.	1	0.01%	99.96%	C
198	VINO S. QUEI TANNAT 12 X 750ML	1	0.01%	99.97%	C
199	ANIS NAJAR CREMA 24 X 125 ML.	1	0.01%	99.98%	C
200	VODKA STOLICHNAYA 12X750	1	0.01%	99.99%	C
201	WHISKY YONY WALKER X 750 CC	1	0.01%	100.00%	C
202	PISCO ALFERADO MENTA X 750	0	0.00%	100.00%	C
203	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	0	0.00%	100.00%	C
204	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	0	0.00%	100.00%	C
205	RON KANKUN CHATA 24 X 350 CC	0	0.00%	100.00%	C
206	RON POMALCA RUBIO 12 X 750 CC	0	0.00%	100.00%	C
207	VINO CLOSS 12 X 1 LT	0	0.00%	100.00%	C
208	VINO VIÑA VIEJA GRAN BORGONA X 750 CC	0	0.00%	100.00%	C
209	VINO VIÑA VIEJA MOSCATO X 750 CC	0	0.00%	100.00%	C
210	CHAMPAN CABALO VIEJO 12 X 750 ML	0	0.00%	100.00%	C
211	CHAMPAN TENTACION 12 X 750 CC	0	0.00%	100.00%	C

212	ANIS NAJAR SEMIDULCE 12 X 500 ML.	0	0.00%	100.00%	C
213	ANIS SAN ANDRES 12 X 750 CC	0	0.00%	100.00%	C
214	CREMA DE CAFÉ COLOMBIA X 700 CC	0	0.00%	100.00%	C
215	CREMA DE MENTA COLOMBIA X 700 CC	0	0.00%	100.00%	C
216	JARABE DE GOMA BUENA BENTURA 12 X 750 CC	0	0.00%	100.00%	C
217	DESTILADO MARQUEZ PAZ SOLDAN 12X750ML	0	0.00%	100.00%	C
		9858.75			

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia



Anexo N° 15 “Análisis de Pareto de Materiales de Limpieza y Cuidado Personal”

N°	DESCRIPCION	Volumen de Ventas (U/Año)	%	%Acum	ABC
1	PAPEL NOBLE DH X 20	1,355	19.27%	19.27%	A
2	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	891	12.67%	31.94%	A
3	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	732	10.41%	42.36%	A
4	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	497	7.07%	49.42%	A
5	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	343	4.88%	54.30%	A
6	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	223	3.17%	57.47%	A
7	LAVAVAJILLA AYUDIN X 330GR	173	2.46%	59.93%	A
8	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	148	2.10%	62.04%	A
9	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 900GR.	140	1.99%	64.03%	B
10	JABON BOLIVAR 48 X 260 GR.	122	1.74%	65.77%	B
11	DET. MARCELLA F. 60 X 160 GR.	119	1.69%	67.46%	B
12	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 700 ML	101	1.44%	68.89%	B
13	PAPEL ELITE DH 6 X 8 CEL	99	1.41%	70.30%	B
14	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 700 ML	96	1.37%	71.67%	B
15	PAPEL ELITE ULTRA DH 2 X 10	92	1.31%	72.98%	B
16	TOALLA KOTEX 6 X 10 UNI	87	1.24%	74.21%	B
17	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 315 GR.	82	1.17%	75.38%	B
18	ESPONJA SCOSH BRITE MAQUINITA X 12	67	0.95%	76.33%	B
19	DET. ARIEL X 15 X 900 GR	62	0.88%	77.22%	B
20	PAPEL HIG. EGO BCO. 2X10	61	0.87%	78.08%	B
21	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 400 ML	60	0.85%	78.94%	B
22	DET. ARIEL X 2600 GR	57	0.81%	79.75%	B
23	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 900 GR.	52	0.74%	80.49%	B
24	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 700 ML	47	0.67%	81.15%	B
25	PAPEL ELITE TOALLA ECONOM 3 X 8 ROJO	47	0.67%	81.82%	B
26	DET. BOLIVAR FLORAL 15 X 900 GR	43	0.61%	82.43%	B
27	SHAMPU EGO MEN BLACK X 230 ML	43	0.61%	83.05%	B
28	DET. BOLIVAR FLORAL X 2600 GR	41	0.58%	83.63%	B
29	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO 4X3 VIRUTEK	40	0.57%	84.20%	B
30	PAÑO ABSORVENTE MULTIUSO X1 VIRUTEK	40	0.57%	84.77%	B
31	SERVILLETA ELITE CORTADA 18 X 220 H	39	0.55%	85.32%	B
32	DET. ACE X 2500 GR.	38	0.54%	85.86%	B
33	DET. BOLIVAR FLORAL 30 X 360 GR	34	0.48%	86.35%	B
34	SHAMPU PANTENE CUID CLASICO X400 ML	31	0.44%	86.79%	B
35	SHAMPU H&S AC HUMECTANTE X 700 ML	30	0.43%	87.21%	B
36	SHAMPU H&S RELAX X 700 ML	27	0.38%	87.60%	B
37	PAPEL ELITE TOALLA ULTRA 3 X 8 AZUL	27	0.38%	87.98%	B
38	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 75 ML.	27	0.38%	88.37%	B
39	LIBRE ENJUAGUE DONNY X 850 GR	26	0.37%	88.74%	B

40	DET. BOLIVAR LIMON 15 X 900 GR	25	0.36%	89.09%	B
41	DET. BOLIVAR LIMON X 2600 GR	25	0.36%	89.45%	B
42	SHAMPU H&S CITRUS FRESH X 400 ML	25	0.36%	89.80%	B
43	DET. ACE X 15 X 900 GR.	24	0.34%	90.14%	B
44	JABONC. HENO DE PRAVIA 36 X 175 GR	24	0.34%	90.48%	B
45	ESPONJA SCOSH BRITE X 15	24	0.34%	90.83%	B
46	TOALLA ALWAYS X 10 UNI	23	0.33%	91.15%	B
47	DET. BOLIVAR LIMON 30 X 360 GR	21	0.30%	91.45%	B
48	PAÑ HUGGIES ACTIVESEC G X 64	21	0.30%	91.75%	B
49	SHAMPU H&S LIMP RENOV 24 X 10 ML.	20	0.28%	92.04%	C
50	LAVAVAJILLA SAPOLIO 24 X 180 GR.	20	0.28%	92.32%	C
51	DET. ARIEL X 4500 GR	19	0.27%	92.59%	C
52	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 24 X 12 ML	19	0.27%	92.86%	C
53	DET. MARCELLA F. 850 GR X 15 UND	17	0.24%	93.10%	C
54	DET. OPAL BIO CRISTAL X 60 X 160 GR	16	0.23%	93.33%	C
55	PAPEL ELITE ULTRA DH 6 X 8	16	0.23%	93.56%	C
56	PAÑ HUGGIES XG IND. X 52	16	0.23%	93.78%	C
57	PAÑ HUGGIES ACT. XXG X 48	16	0.23%	94.01%	C
58	LAVAVAJILLA SAPOLIO 1000 GR. X 6POTE	16	0.23%	94.24%	C
59	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 287.50 GR.	16	0.23%	94.47%	C
60	SHAMPU H&S HUMECTA X 400 ML	15	0.21%	94.68%	C
61	PAPEL ROSAL PLUS X 20	14	0.20%	94.88%	C
62	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 90 GR	14	0.20%	95.08%	C
63	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 200 GR	13	0.18%	95.26%	C
64	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 75 CC.	13	0.18%	95.45%	C
65	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 160 GR	12	0.17%	95.62%	C
66	DET. OPAL X 15 X 850 GR	12	0.17%	95.79%	C
67	JABON BOLIVAR BEBE 48 X 260GR.	12	0.17%	95.96%	C
68	SHAMPU PANTENE RISO DEFINIDO X400 ML	12	0.17%	96.13%	C
69	SHAMPU SEDAL IDRATACION SEDOS.X650 ML	12	0.17%	96.30%	C
70	PAPEL PRESTIGIO X 20	12	0.17%	96.47%	C
71	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 400 ML	11	0.16%	96.63%	C
72	SHAMPU SEDAL FRASCO GERMEN DE TRIGO X650ML	11	0.16%	96.79%	C
73	PAPEL ELITE ECONOMICO 2 X 10 VER	11	0.16%	96.94%	C
74	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 700 ML	10	0.14%	97.08%	C
75	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 200 GR.	10	0.14%	97.23%	C
76	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 400 ML	9	0.13%	97.35%	C
77	SHAMPU SEDAL LISO PERFEC.X 650ML	9	0.13%	97.48%	C
78	PAPEL TOALLA SCOTT 8 X 3UND CANGURO	8	0.11%	97.60%	C
79	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. AMAR.	8	0.11%	97.71%	C
80	DET. BOLIVAR LIMON 60 X 160 GR	7	0.10%	97.81%	C
81	SHAMPU PANTENE CONTROL CAIDA X 400 ML	7	0.10%	97.91%	C
82	SHAMPU PANTENE LISO Y SEDO X400 ML	7	0.10%	98.01%	C

83	SHAMPU PANTENE NATUR.HIDAT.BALAN X400 ML	7	0.10%	98.11%	C
84	SHAMPU SEDAL PURESIA REFRES.X650 ML	7	0.10%	98.21%	C
85	TOALLA KOTEX DISPENSADOR X 42	7	0.10%	98.31%	C
86	SERVILLETA ELITE 6 X 220 H	7	0.10%	98.41%	C
87	JABON BOLIVAR LIMON 48 X 260 GR.	6	0.09%	98.49%	C
88	SHAMPU ANUA HIDRAT.INT 12X400CC	6	0.09%	98.58%	C
89	SHAMPU CLEAR HOMBRE X 400ML	6	0.09%	98.66%	C
90	SHAMPU CLEAR MUJER X 400ML	6	0.09%	98.75%	C
91	DET. ARIEL 7 X 2500 GR	5	0.07%	98.82%	C
92	DET. OPAL X 30 X 360 GR	5	0.07%	98.89%	C
93	JABONC. PROTEX 12 X 130 GR.	5	0.07%	98.96%	C
94	SHAMPU PB CERAMIDAS 12X500ML	5	0.07%	99.03%	C
95	SHAMPU SEDAL SERAMIDAS X650ML	5	0.07%	99.10%	C
96	PAÑ HUGGIES MEDIANO X 52	5	0.07%	99.18%	C
97	SHAMPU SEDAL CRECIMIENTO X 650ML	4	0.06%	99.23%	C
98	CREM DENT KOLYNOS HERBAL 12 X 90 ML.	4	0.06%	99.29%	C
99	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 75 ML.	4	0.06%	99.35%	C
100	DET. ARIEL 60 X 160 GR.	3	0.04%	99.39%	C
101	SHAMPU H&S SUAVE MANE 2EN1 X 400 ML	3	0.04%	99.43%	C
102	PAÑ ADUL PLEN MED RESP MULTICIERRE X20	3	0.04%	99.47%	C
103	CREM DENT COLGATE ANTISARRO 12 X 90 GR	3	0.04%	99.52%	C
104	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 2000 ML.	3	0.04%	99.56%	C
105	DET. ACE 4500GR. X 4UND	2	0.03%	99.59%	C
106	SHAMPU H&S RELAX X 400 ML	2	0.03%	99.62%	C
107	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 700 ML	2	0.03%	99.64%	C
108	PAÑ PAMPERS XXG X 48	2	0.03%	99.67%	C
109	CREM DENT COLGATE HERBAL BLANQUEADORA 48X90GR	2	0.03%	99.70%	C
110	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 90 CC.	2	0.03%	99.73%	C
111	LEJIA CLOROX TRADICIONAL COLOR X 2000 ML.	2	0.03%	99.76%	C
112	DET. SAPOLIO 60 X 160 GR.	1	0.01%	99.77%	C
113	JABONC. REXONA 12 X 150 GR	1	0.01%	99.79%	C
114	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 48 X 12 ML	1	0.01%	99.80%	C
115	SHAMPU ANUA NUT.CLASICA 12X400CC	1	0.01%	99.82%	C
116	SHAMPU CLEAR MUJER X 200ML	1	0.01%	99.83%	C
117	SHAMPU H&S MANE 2EN1 24 X 10 ML.	1	0.01%	99.84%	C
118	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 400 ML	1	0.01%	99.86%	C
119	SHAMPU PANTENE RESTAURACION X 400 ML	1	0.01%	99.87%	C
120	PAPEL ELITE ULTRA DH 4 X 12	1	0.01%	99.89%	C
121	TOALLA NOSOTRAS DISPENSADOR X 42	1	0.01%	99.90%	C
122	TOALLA SERENA X 10 UNI	1	0.01%	99.91%	C
123	PAÑ PAMPERS G X 22	1	0.01%	99.93%	C
124	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 90 ML. GEL	1	0.01%	99.94%	C
125	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 180 GR.	1	0.01%	99.96%	C

126	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 1 LITRO	1	0.01%	99.97%	C
127	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. ROJ.	1	0.01%	99.99%	C
128	CERA SAPOLIO P.AMAR.BALDE GL X 4	1	0.01%	100.00%	C
129	DET. ACE 30 X 360 GR	0	0.00%	100.00%	C
130	DET. ARIEL 120 X 85 GR	0	0.00%	100.00%	C
131	DET. ARIEL 30 X 360 GR	0	0.00%	100.00%	C
132	DET. FLASH 48 X 200 GR	0	0.00%	100.00%	C
133	DET. MARCELLA F. 360 GR X 30 UND	0	0.00%	100.00%	C
134	SHAMPU EGO MEN BLACK CJ X 36 TIRAS	0	0.00%	100.00%	C
135	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 180 CC.	0	0.00%	100.00%	C
136	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 34 ML.	0	0.00%	100.00%	C
137	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 1 K.	0	0.00%	100.00%	C
138	BETUN KIWI 12 X 88 ML	0	0.00%	100.00%	C
139	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB	0	0.00%	100.00%	C
140	VANISH LIQUIDO MAX 2X 100ML X 72 UND	0	0.00%	100.00%	C
		7,031			

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia

Anexo N°16 “Cuadro de Análisis de Inventarios”

Nº	Artículos	Demanda 2013 (Py)	Inventario al 20-07-13	L. Time (Días)	PROY.	Rot.	DIF.	OBSERVACIONES	
								T. Aprox Venta (días)	Venc. (meses)
1	HARINA BCA. NIEVE EXTRA SUR-PP X 50 K.	S/. 1,453,497.7	S/. 56,182.6	3	14	26	11	360	6
2	HARINA BCA. NIEVE PULSO SUR X 50 K.	S/. 91,349.5	S/. 9,522.8	3	38	10	35	360	6
3	HARINA DON WILY X 50 K.	S/. 17,288.6	S/. 6,598.1	4	137	3	133	360	6
4	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHO X 25 K.	S/. 7,599.0	S/. 1,721.5	3	82	4	79	360	4
5	HARINA EXPERT PRE-MEZC.BIZCOCHUEL X 10 K	S/. 2,218.3	S/. 346.3	3	56	6	53	360	24
6	HARINA EXPERT PRE-MEZC.KEKE X 10 K.	S/. 1,311.3	S/. 310.8	3	85	4	82	360	24
7	HARINA EXPERT PRE-MEZC.MUFFIS X 10 K.	S/. 612.0	S/. 386.1	3	227	2	224	360	24
8	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PAN YEMA X 25 K.	S/. 1,432.8	S/. 463.6	3	116	3	113	360	24
9	HARINA EXPERT PRE-MEZC.PANETON PREMIUN X 25KG	S/. 2,504.0	S/. 982.5	3	71	3	68	180	24
10	HARINA EXPERT PRE-MEZC.TORTA DE CHOC X 10K.	S/. 171.7	S/. 598.6	3	1255	0	1252	360	24
11	HARINA ITALIANA ESPECIAL X 50 K.	S/. 2,393.1	S/. 7,418.4	4	1116	0	1112	360	6
12	HARINA ITALIANA PAPEL X 50 K.	S/. 28,197.6	S/. 28,369.6	4	362	1	358	360	6
13	HARINA ITALIANA TELA X 50 K.	S/. 205,173.5	S/. 7,465.3	4	13	27	9	360	6
14	HARINA NICOLINI CLA.ESPECIAL.SUR PP X 50 K	S/. 97,366.5	S/. 9,761.0	3	36	10	33	360	6
15	HARINA NICOLINI EXTRA SUR CLASICO X 50 K	S/. 76,050.0	S/. 13,237.5	3	63	6	60	360	6
16	HARINA NICOLINI PULSO SUR T. X 50 K.	S/. 1,738,814.1	S/. 37,776.0	3	8	46	5	360	6
17	HARINA PANETONERA X 50 K.	S/. 7,812.9	S/. 443.2	3	20	18	17	360	24
18	HARINA VICTORIA CLASICO EXTRA X 50 K.	S/. 251,179.6	S/. 9,838.1	3	14	26	11	360	6
19	HARINA VICTORIA LABRANZA X 50 KG	S/. 68,508.0	S/. 6,091.4	3	32	11	29	360	6
20	HARINA VICTORIA WAWA T. 25K.	S/. 22,520.9	S/. 928.0	3	15	24	12	360	24
21	ACEITE CAPRI 12 X 1 LITRO	S/. 4,798.1	S/. 3,205.7	3	241	1	238	360	12
22	ACEITE CAPRI X 5 LITROS	S/. 22,171.3	S/. 1,767.6	3	29	13	26	360	12
23	ACEITE CIL 24 X 200 CC.	S/. 1,115.2	S/. 309.4	3	50	4	47	180	24
24	ACEITE CIL 24 X 500 CC.	S/. 996.9	S/. 434.8	3	157	2	154	360	24
25	ACEITE CIL X 12	S/. 23,169.9	S/. 11,438.2	3	178	2	175	360	12
26	ACEITE CIL X 20 LITROS - BALDE	S/. 71,255.6	S/. 13,083.6	3	66	5	63	360	12
27	ACEITE CIL X 5 LITROS	S/. 21,386.6	S/. 4,295.5	3	72	5	69	360	12
28	ACEITE COCINERO 12 X 1 LITRO	S/. 26,794.3	S/. 7,793.3	3	105	3	102	360	12
29	ACEITE COCINERO X 5 LITROS	S/. 62,254.2	S/. 82,951.2	3	480	1	477	360	12
30	ACEITE FINO 12 X 1 LITRO	S/. 2,218.0	S/. 1,290.3	5	209	2	204	360	9
31	ACEITE PRIMOR 12 X 1 LITRO	S/. 1,590.1	S/. 2,170.4	3	491	1	488	360	12
32	ACEITE PRIMOR PREMIUM 12 X 1 LITRO	S/. 4,160.5	S/. 586.7	3	51	7	48	360	24
33	ACEITE PRIMOR X 5 LITROS	S/. 21,388.0	S/. 419.0	3	7	51	4	360	24
34	ARROZ CHOLO AMAZONAS X 50 KG	S/. 261,954.2	S/. 50,414.2	20	69	5	49	360	8
35	ARROZ COSTEÑO 20 X 750 GR.	S/. 14,899.5	S/. 2,731.4	4	33	5	29	180	8
36	ARROZ MONTERICO CAMANA X 50 KG	S/. 12,593.0	S/. 33,470.4	8	957	0	949	360	8
37	ARROZ PAISANA BLANCO PERFEC. 1K 12BOL	S/. 3,114.1	S/. 5,820.7	3	449	1	446	240	12

38	ARROZ PAISANA GRAN COSECHA 12 X 1 K	S/. 14,292.8	S/. 773.3	3	13	18	10	240	24
39	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 1K 12BOL	S/. 302.7	S/. 2,380.2	3	1887	0	1884	240	12
40	ARROZ PAISANA OCACION PERFEC. 5K X 4BOL	S/. 1,433.8	S/. 1,803.5	3	226	1	223	180	12
41	ARROZ PAISANA SELECTO 12 X 1 K	S/. 1,549.7	S/. 4,563.8	3	707	0	704	240	12
42	ARROZ SUPERIOR A-1 X 750 GR	S/. 133.1	S/. 16.0	4	22	8	18	180	24
43	ARROZ TAMBO RENDIDOR X 50 KG	S/. 41,773.3	S/. 6,834.0	8	59	6	51	360	8
44	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 12 X 2 KG	S/. 4,072.4	S/. 1,050.3	4	31	4	27	120	12
45	AZUCAR BLANCA CARTAVIO 25 X 1 KG	S/. 3,003.2	S/. 1,248.2	4	75	2	71	180	12
46	AZUCAR BLANCA CARTAVIO X 50 KG	S/. 51,338.9	S/. 2,445.7	4	17	21	13	360	12
47	AZUCAR BLANCA COSTEÑO 15 X 1KG	S/. 2,145.4	S/. 158.5	4	18	14	14	240	24
48	AZUCAR BLANCA IMPORTADA X 46 KG	S/. 4,223.0	S/. 282.0	7	24	15	17	360	24
49	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 12 X 2 KG	S/. 920.7	S/. 109.3	3	14	8	11	120	24
50	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 25 X 1 KG	S/. 2,954.6	S/. 677.6	3	55	4	52	240	24
51	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE 5 X 5 KG	S/. 957.0	S/. 465.3	3	117	2	114	240	24
52	AZUCAR RUBIA CASAGRANDE X 50 KG	S/ 1,140,916.9	S/. 7,574.5	3	2	151	-1	360	12
53	AZUCAR RUBIA POMALCA X 50 KILOS	S/. 223,335.8	S/. 17,830.8	3	29	13	26	360	12
54	LECHE BELLA HOLAND 24 X 410 GR TTP.	S/. 4,154.7	S/. 847.0	4	73	5	69	360	24
55	LECHE CONDENSADA NESTLE 48 X 397 GR. PE	S/. 18,825.6	S/. 4,494.0	3	43	4	40	180	12
56	LECHE GLORIA 1-5 AÑOS NIÑOS X 24	S/. 27,408.6	S/. 8,629.0	3	113	3	110	360	9
57	LECHE GLORIA 24 X 410 GR.	S/. 266,947.2	S/. 45,903.0	3	62	6	59	360	9
58	LECHE GLORIA 48 X 170 GR.	S/. 23,411.9	S/. 6,487.0	3	100	4	97	360	9
59	LECHE GLORIA CALCIO+HIERRO 24 X 410 GR.	S/. 2,031.4	S/. 960.5	3	170	2	167	360	24
60	LECHE GLORIA DESLACTOSA 24 X 410 GR.	S/. 7,538.3	S/. 328.4	3	16	23	13	360	24
61	LECHE GLORIA LIGTH 24 X 410 GR.	S/. 20,918.0	S/. 4,361.3	3	75	5	72	360	9
62	LECHE GLORIA SUPER LIGHT 48X410GR	S/. 342.1	S/. 220.6	3	232	2	229	360	24
63	LECHE GLORIA UHT FACIL 12 X 1 L.	S/. 21,178.3	S/. 2,243.7	3	25	9	22	240	9
64	LECHE IDEAL 24 X 410 GR	S/. 59,609.9	S/. 29,419.9	4	178	2	174	360	8
65	LECHE PURA VIDA 24 X 400 GR.	S/. 20,122.5	S/. 5,591.9	3	100	4	97	360	9
66	LECHE PURA VIDA 48 X 165 GR.	S/. 2,645.1	S/. 882.7	3	120	3	117	360	24
67	YOGURT GLORIA 6 X 1 LITRO	S/. 45,738.2	S/. 4,374.5	3	34	10	31	360	3
68	YOGURT GLORIA 6 X 500ML	S/. 244.2	S/. 75.2	3	55	3	52	180	24
69	YOGURT GLORIA ACTIBIO 6X1KG	S/. 582.6	S/. 326.7	3	202	2	199	360	24
70	YOGURT MILKITO 6X1KG	S/. 244.4	S/. 193.7	3	285	1	282	360	24
71	FIDEO DON MAXIMO X 10 KG.	S/. 19.3	S/. 272.0	5	5062	0	5057	360	24
72	FIDEO DON VITORIO 20 X 250 GR.	S/. 53,904.0	S/. 46,284.4	3	309	1	306	360	24
73	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. SPAGUETTY	S/. 39,730.9	S/. 14,828.3	3	134	3	131	360	24
74	FIDEO DON VITORIO 20 X 500 GR. TALLARIN	S/. 12,231.1	S/. 3,607.3	3	106	3	103	360	24
75	FIDEO DON VITORIO 40 X 250 GR. CAB. ANGEL	S/. 2,994.6	S/. 1,121.5	3	135	3	132	360	24
76	FIDEO MARCO POLO 20 X 250 GR.	S/. 22.4	S/. 386.9	4	6229	0	6225	360	24
77	FIDEO MARCO POLO 20 X 500 GR.	S/. 193.5	S/. 209.3	4	389	1	385	360	24
78	FIDEO MARCO POLO SURTIDO X 10 KILOS	S/. 3,812.4	S/. 36.3	4	3	105	-1	360	24
79	FIDEO MOLITALIA 20 X 250 GR.	S/. 51.6	S/. 1,590.3	4	11095	0	11091	360	24
80	FIDEO MOLITALIA 20 X 500 GR. TALLARIN	S/. 51.5	S/. 2,857.7	4	19968	0	19964	360	24

81	FIDEO NICOLINI 20 X 250 GR	S/. 283.8	S/. 544.1	3	690	1	687	360	24
82	FIDEO NICOLINI 20 X 500 GR. TALLARIN	S/. 224.5	S/. 362.4	3	581	1	578	360	24
83	FIDEO VICTORIA CODITO X 10 K.	S/. 16,616.3	S/. 318.9	3	7	52	4	360	24
84	FIDEO VICTORIA CODO RAYADO X 10 K.	S/. 22,711.5	S/. 2,752.8	3	44	8	41	360	24
85	FIDEO VICTORIA CORBATA X 10 K.	S/. 6,268.5	S/. 2,229.5	3	128	3	125	360	24
86	FIDEO VICTORIA ENTREF GRUESO X 10 K.	S/. 26,704.0	S/. 7,089.3	3	96	4	93	360	24
87	FIDEO VICTORIA MACARRONES X 10 K.	S/. 709.9	S/. 264.9	3	134	3	131	360	24
88	FIDEO VICTORIA RIGATONI X 10 K.	S/. 3,848.7	S/. 4,715.5	3	441	1	438	360	24
89	MANTECA CREMA PANAD PANISUAVE X 10K	S/. 14,002.6	S/. 2,688.4	3	69	5	66	360	12
90	MANTECA FAMOSA X 10K.	S/. 318,114.7	S/. 3,107.6	3	4	102	1	360	12
91	MARG. DORINA CLAS 30 X 225GR.	S/. 1,905.3	S/. 115.9	4	15	16	11	240	24
92	MARG. MANTY 24 X 100 GR.	S/. 2,762.1	S/. 239.7	3	31	12	28	360	24
93	MARG. PRIMAVERA MULTI 2KG X 4PQT	S/. 80,121.4	S/. 4,953.8	4	22	16	18	360	6
94	MARG. REGIA MULTI X 10KG	S/. 1,585.1	S/. 538.2	4	122	3	118	360	24
95	MARG. SELLO DE ORO 12 X 400 GR.	S/. 2,717.2	S/. 772.9	4	68	4	64	240	24
96	MARG. SELLO DE ORO 18 X 225 GR.	S/. 450.0	S/. 301.7	4	161	1	157	240	24
97	MARG. SELLO DE ORO 5 PQT X 2 K.	S/. 6,130.1	S/. 670.0	4	26	9	22	240	24
98	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 300 GR.	S/. 579.2	S/. 652.0	5	203	1	198	180	24
99	AVENA 3 OSITOS PREMIUN 12 X 600 GR.	S/. 7,753.8	S/. 659.7	5	15	12	10	180	24
100	AVENA 3 OSITOS X 10 K.	S/. 59,126.4	S/. 7,638.7	5	47	8	42	360	12
101	CHOC. AMERICA X 200 GR.	S/. 2,872.2	S/. 11,887.7	4	1490	0	1486	360	24
102	CHOC. AMERICA X 400 GR.	S/. 1,991.8	S/. 1,015.2	4	183	2	179	360	24
103	CHOC. AMERICA X 600 GR.	S/. 846.5	S/. 3,401.7	4	723	0	719	180	24
104	CHOC. AMERICA X 800 GR.	S/. 1,460.8	S/. 1,838.2	4	227	1	223	180	24
105	CHOC. CUSCO REAL 12 X 90GR. + 2TAB GRATIS	S/. 378.0	S/. 5.5	5	3	68	-2	180	24
106	CHOC. ESTRELLA DEL CUSCO X 400 GR	S/. 846.1	S/. 1,259.0	5	268	1	263	180	24
107	CHOC. RECORD X 100 GR.	S/. 3,738.0	S/. 161.0	6	16	23	10	360	24
108	CHOC. RECORD X 1000 GR.	S/. 5,788.5	S/. 3,368.8	6	105	2	99	180	24
109	CHOC. RECORD X 400 GR.	S/. 30,930.2	S/. 710.6	6	8	44	2	360	24
110	CHOC. RECORD X 600 GR.	S/. 3,647.4	S/. 9,146.3	6	451	0	445	180	24
111	CHOC. SOL DEL CUSCO 12 X 100 GR.	S/. 51,242.1	S/. 18,241.5	3	128	3	125	360	24
112	CHOC. SOL DEL CUSCO 200 GR.	S/. 5,790.8	S/. 1,267.4	3	79	5	76	360	24
113	CHOC. SOL DEL CUSCO 400 GR.	S/. 13,901.6	S/. 4,726.0	3	122	3	119	360	24
114	CHOC. SOL DEL CUSCO INSTAN X 324 GR. LATA	S/. 1,020.6	S/. 478.4	3	84	2	81	180	24
115	COCOA FORTALEZA X1KL	S/. 6.9	S/. 33.8	4	882	0	878	180	24
116	COCOA WINTER X2.5KL	S/. 329.8	S/. 775.3	4	423	0	419	180	24
117	MILO ACTIGEN-E X 400G	S/. 28,941.9	S/. 2,334.0	4	19	12	15	240	20
118	MILO ANTIGEN-E X 1 KILO EC	S/. 8,495.3	S/. 7,777.5	4	330	1	326	360	20
119	MILO IMPORTADO X 400	S/. 29.6	S/. 600.3	4	7301	0	7297	360	24
120	LEAF TEA TE VERDE LIMON 12 X 400	S/. 139.9	S/. 8.7	3	22	16	19	360	24
121	MATE ANIS HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	S/. 52.0	S/. 82.7	6	573	1	567	360	24
122	MATE DIGEST. HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	S/. 57.1	S/. 64.6	6	407	1	401	360	24
123	MATE MANZANILLA HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	S/. 136.1	S/. 99.4	6	263	1	257	360	24

124	MATE MANZANILLA HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	S/. 57.1	S/. 73.7	6	464	1	458	360	24
125	MATE MC COLLINS ANIS 25 SB.	S/. 65.0	S/. 64.5	4	357	1	353	360	24
126	MATE MC COLLINS ANIS X 100	S/. 776.5	S/. 158.2	4	73	5	69	360	24
127	MATE MC COLLINS BOLDO X 100	S/. 19.2	S/. 36.4	4	683	1	679	360	24
128	MATE MC COLLINS HIERBA LUISA X 100	S/. 40.0	S/. 10.3	4	93	4	89	360	24
129	MATE MC COLLINS MANZANILLA 25 SB.	S/. 69.8	S/. 96.0	4	495	1	491	360	24
130	MATE MC COLLINS MANZANILLA X 100	S/. 773.6	S/. 169.0	4	79	5	75	360	24
131	MATE MIXTURA-VARIEDAD HORNIMANS 25FIL.40DS.PQ	S/. 57.1	S/. 47.5	6	300	1	294	360	24
132	MATE ZURIT ANIS X 100	S/. 26.0	S/. 58.5	5	810	0	805	360	24
133	MATE ZURIT MANZANILLA X 25	S/. 1.4	S/. 3.4	5	874	0	869	360	24
134	TE CANEL/CLAV HORNIMANS 100FIL.12DS.PQT	S/. 45.4	S/. 223.6	6	1774	0	1768	360	24
135	TE MC COLLINS CAN.CLAV 25 SB.	S/. 53.5	S/. 150.0	5	1009	0	1004	360	24
136	TE MC COLLINS CANELA Y CLAVO X 100SB	S/. 1,629.5	S/. 287.9	5	64	6	59	360	24
137	TE MC COLLINS PURO X 25SB	S/. 156.2	S/. 63.4	5	146	2	141	360	24
138	TE MC COLLINS PURO X100SB	S/. 994.1	S/. 576.8	5	209	2	204	360	24
139	TE PURO HORNIMANS 25FIL.40DS.PQT	S/. 122.8	S/. 88.9	6	261	1	255	360	24
140	TE ZURIT CANELA CLAVO X 100 SB	S/. 65.1	S/. 435.4	5	2408	0	2403	360	24
141	MERMELADA 12 X 320 GR. (VASO)	S/. 6,803.3	S/. 406.3	5	11	17	6	180	24
142	MERMELADA DOYPAK FANNY 8X800 GR	S/. 3,359.9	S/. 36.5	4	1	92	-3	120	24
143	MERMELADA FANNY 6X1 KG	S/. 26,716.3	S/. 3,545.8	4	40	8	36	300	12
144	MERMELADA FLORIDA DULCERAS 12X250GR	S/. 424.0	S/. 158.0	4	67	3	63	180	24
145	MERMELADA FLORIDA GOURMET 12X560GR	S/. 100.9	S/. 31.6	4	56	3	52	180	24
146	MERMELADA FLORIDA POTE 12X350GR (PLAS)	S/. 82.7	S/. 23.7	4	52	3	48	180	24
147	MERMELADA HOJA REDONDA FRESA 6 X 1 KG.	S/. 481.0	S/. 327.2	4	163	1	159	240	24
148	ARUBA REFRES.CITRUS PUNCH 12 X 500ML	S/. 607.6	S/. 16.9	3	10	36	7	360	24
149	JUGO DE DURAZNO EN ALMIBAR 24X822	S/. 13,737.7	S/. 9,842.4	5	172	1	167	240	10
150	NECTAR GLORIA 12 X 1 LITRO	S/. 11,330.3	S/. 4,367.1	3	139	3	136	360	6
151	NECTAR GLORIA 200ML.X 24TTP	S/. 8,099.4	S/. 3,550.8	3	105	2	102	240	6
152	CONS. DESMENUZADO PESCADO CAMPOMAR 24 X 170GR	S/. 2,257.7	S/. 146.4	5	23	15	18	360	24
153	CONS. FILETE DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	S/. 6,927.0	S/. 2,809.0	4	146	2	142	360	48
154	CONS. FILETE DE ATUN FANNY OLIVA 50X125GR	S/. 644.7	S/. 45.4	4	25	14	21	360	24
155	CONS. FILETE DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	S/. 1,699.1	S/. 87.1	3	18	20	15	360	24
156	CONS. SOLIDO DE ATUN GLORIA 48 X 184 GR.	S/. 341.9	S/. 280.5	3	295	1	292	360	24
157	CONS. SOLIDO DE CABALLA A-1 48 X 170GR	S/. 860.9	S/. 101.4	4	42	8	38	360	24
158	CONS. SOLIDO DE CABALLA CAMPOMAR 24 X 170GR	S/. 714.0	S/. 754.3	4	380	1	376	360	24
159	CONS. SOLIDO DE JUREL A1 48 X 184 GR.	S/. 446.5	S/. 1,358.9	4	1096	0	1092	360	48
160	CONS. TROZOS DE ATUN CAMP 48 X 170 GR	S/. 11,843.8	S/. 4,042.5	4	123	3	119	360	48
161	CONS. TROZOS DE ATUN FANNY 48 X 170 GR	S/. 5,695.7	S/. 6,833.7	4	432	1	428	360	48
162	CONS. TROZOS DE ATUN GLORIA 48 X 170 GR	S/. 1,743.4	S/. 1,254.5	3	259	1	256	360	48
163	CONS. TROZOS DE CABALLA A-1 48 X 170 GR	S/. 1,844.5	S/. 464.0	4	91	4	87	360	24
164	CONS. TROZOS DE PESCADO A1 48 X 170 GR	S/. 382.5	S/. 34.7	4	33	11	29	360	24
165	CONS. TROZOS DE PESCADO CAMP 24 X 170 GR	S/. 2,103.4	S/. 1,656.2	4	283	1	279	360	48
166	ENTERO PESCADO TOMATE OVAL 12UN.CAJ	S/. 642.6	S/. 214.4	5	120	3	115	360	24

167	GRAT. ANCHOVETA A-1 48 X 170 GR.	S/. 3,837.8	S/. 12.1	4	1	316	-3	360	24
168	GRAT. DE ATUN A-1 48 X 170 GR.	S/. 5,902.4	S/. 97.1	4	6	61	2	360	24
169	GRAT. DE PESCADO A-1 48 X 170 GR.	S/. 474.1	S/. 37.4	4	28	13	24	360	24
170	GRAT. DE PESCADO PERFECTA 48 X 170 GR.	S/. 478.9	S/. 1,358.9	4	1021	0	1017	360	48
171	GRATED DE ATUN MAR BRAVA 48 X 170GR	S/. 523.6	S/. 531.2	5	365	1	360	360	24
172	JUGO COCKTAIL DE FRUTAS 24X 820 GR.	S/. 1,291.0	S/. 837.1	4	117	2	113	180	24
173	GALL. AGUA X 3 K.	S/. 7,561.8	S/. 2,387.3	3	114	3	111	360	6
174	GALL. CREAM CRACKER 24 X 316 GR.	S/. 10,993.4	S/. 5,793.1	4	126	2	122	240	6
175	GALL. CREAM CRACKER 60PQT/75GR.	S/. 252.3	S/. 34.3	4	33	7	29	240	24
176	GALL. OREO PROM 6X43G.	S/. 717.6	S/. 470.4	4	197	2	193	300	24
177	GALL. SODA FIELD AGUA (X6)	S/. 17.6	S/. 1,848.1	3	31501	0	31498	300	6
178	GALL. SODA-V FIELD (X6)	S/. 2,932.9	S/. 5,073.2	3	519	1	516	300	6
179	GALL. SURTIDA COSTA X 425GR.	S/. 7,391.5	S/. 1,862.5	4	76	4	72	300	6
180	GALL. VI.CASINO X 6PQT SIXPAK	S/. 817.3	S/. 235.6	4	86	3	82	300	24
181	GALL. VICT.TENTACION CHOCOLATE X6	S/. 417.0	S/. 123.9	4	89	3	85	300	24
182	GALL. VICT.TENTACION COCO X6	S/. 77.0	S/. 96.3	4	375	1	371	300	24
183	GALL. VICT.TENTACION NARANJA X6	S/. 42.6	S/. 68.7	4	483	1	479	300	24
184	GALL. VICT.TENTACION VAINILLA X6	S/. 83.2	S/. 315.5	4	1138	0	1134	300	24
185	GALL. WAFER BAUDUCCO 24 X 140GR	S/. 2,547.8	S/. 1,624.2	5	115	2	110	180	6
186	GALL. WAFER BETITO 50 UNID	S/. 1,769.0	S/. 379.4	5	39	5	34	180	24
187	GALL. WAFER BETITO X 1.5 KILO	S/. 5,103.9	S/. 207.9	5	7	25	2	180	24
188	GALL. WAFER CORONITA 48 X 72 GR	S/. 146.0	S/. 1,377.3	4	1699	0	1695	180	6
189	GALL. ZOOLOGIA X 3 K.	S/. 41,299.2	S/. 2,753.6	3	24	15	21	360	6
190	FLAN NEGRITA 12 X 100 GR.	S/. 409.2	S/. 346.7	3	203	1	200	240	24
191	FLAN ROYAL 12 X 110 GR.	S/. 223.0	S/. 55.0	4	59	4	55	240	24
192	GELATINA NEGRITA 200G.X 12UND	S/. 11,561.8	S/. 1,132.0	3	23	10	20	240	12
193	GELATINA ROYAL 48 X 180 GR.	S/. 14,017.3	S/. 7,796.5	4	133	2	129	240	12
194	GELATINA TEMPORAL 40 X 250 GR.	S/. 1,611.4	S/. 876.8	4	131	2	127	240	24
195	PUDIN NEGRITA 12 X 145 GR.	S/. 869.6	S/. 296.8	3	61	3	58	180	24
196	REF. NEGRITA 12 X 15 GR.	S/. 3,214.6	S/. 950.3	3	106	3	103	360	24
197	REF. NEGRITA 18 X 15 GR.	S/. 7.4	S/. 55.7	3	2707	0	2704	360	24
198	ALGARROBINA X 400 GR	S/. 74.2	S/. 69.0	4	167	1	163	180	24
199	ARTPOP MANTEQUILLA X24 X100 GR	S/. 160.2	S/. 123.1	4	184	1	180	240	24
200	ARTPOP NATURAL X24 X100 GR	S/. 200.3	S/. 113.1	4	136	2	132	240	24
201	CREMA TARI 85GR. X 24UND	S/. 944.4	S/. 373.2	3	142	3	139	360	24
202	MAGGI CALDO CARNE 24 X 21 GR	S/. 643.7	S/. 313.5	4	146	2	142	300	24
203	MAGGI CALDO GALLINA 24 X 21 GR	S/. 1,131.8	S/. 331.9	4	88	3	84	300	24
204	MAYONESA A LA CENA 12 X 500 CC.	S/. 7,585.2	S/. 587.2	3	28	13	25	360	24
205	MAYONESA A LA CENA 24 X 100 CC.	S/. 4,316.9	S/. 727.9	3	61	6	58	360	24
206	MAYONESA A LA CENA 6 X 1000 CC.	S/. 5,744.8	S/. 880.8	3	55	7	52	360	24
207	MILO ACTIGEN-E X 400G + TAZA	S/. 3,691.2	S/. 70.1	4	7	53	3	360	24
208	POLVO DE HORNEAR ROYAL 20 X 20 GR	S/. 395.6	S/. 2,276.6	4	2072	0	2068	360	12
209	SALSA ALACENA AJI 12 X 100 CC.	S/. 149.1	S/. 209.3	3	505	1	502	360	24

210	SALSA ALACENA ROCOTO 12 X 100 CC.	S/. 631.8	S/. 116.3	3	66	5	63	360	24
211	SILLAO VENTURO 12 X 500 ML	S/. 1,099.3	S/. 86.3	4	14	13	10	180	24
212	VINAGRE MARIALE 12 X 500 ML	S/. 35.9	S/. 96.2	4	482	0	478	180	24
213	VINAGRE VENTURO BLANCO 12 X 600 ML	S/. 1,159.2	S/. 23.9	4	4	49	0	180	24
214	CAFE ALTOMAYO X 50 GR FRASCO	S/. 142.4	S/. 431.7	4	1092	0	1088	360	24
215	CAFE ECCO X 195 GR.	S/. 1,169.3	S/. 303.1	5	93	4	88	360	24
216	CAFE MONACO X 200 GR LATA	S/. 126.5	S/. 50.6	3	144	3	141	360	24
217	CAFE MONACO X 50 GR VASO	S/. 94.9	S/. 79.2	3	150	1	147	180	24
218	NESCAFE TRADICION X 200 GR.	S/. 13,351.3	S/. 14,611.5	4	394	1	390	360	24
219	MAZAMORRA NEGRITA 180G X 20UN	S/. 8,019.0	S/. 17.3	3	1	463	-2	360	24
220	MAZAMORRA NEGRITA DZNO 180G X 20UN	S/. 3,289.0	S/. 462.8	3	51	7	48	360	24
221	MAZAMORRA NEGRITA PIÑA 180G X 20UN	S/. 2,904.0	S/. 1,012.3	3	125	3	122	360	24
222	SEMOLA MOLITALIA X 10 KG	S/. 429.0	S/. 155.8	4	131	3	127	360	24
223	SEMOLA NICOLINI 20 X 250 GR.	S/. 1,845.1	S/. 1,497.4	3	292	1	289	360	6
224	SEMOLA NICOLINI X 10 K.	S/. 3,751.8	S/. 1,133.9	3	109	3	106	360	6
225	CARAMELOS BON AMI FRUTA 18 X 100UND	S/. 135,358.4	S/. 1,206.2	4	2	112	-2	180	12
226	CARAMELOS BON AMI LICOR 18 X 100UND	S/. 169.4	S/. 4,115.3	4	4373	0	4369	180	12
227	CARAMELOS GLOBO POP X 24UN	S/. 16.7	S/. 669.9	4	7242	0	7238	180	24
228	CHOCOLATE SURTIDO MINIS 30 UND	S/. 145.0	S/. 126.4	4	105	1	101	120	24
229	PRINGLES CEBOLLA X139 GR	S/. 319.5	S/. 724.5	4	816	0	812	360	24
230	PRINGLES CEBOLLA X40 GR	S/. 273.5	S/. 8.4	4	11	32	7	360	24
231	PRINGLES ORIGINAL X140 GR	S/. 1,678.5	S/. 99.8	4	21	17	17	360	24
232	PRINGLES QUESO X139 GR	S/. 270.0	S/. 750.8	4	1001	0	997	360	24
233	PRINGLES QUESO X40 GR	S/. 185.8	S/. 118.2	4	229	2	225	360	24
234	CEREAL ANG. MAX OSIT CHOC/CAN 130G-30UN.CAJ	S/. 48.4	S/. 160.4	5	597	0	592	180	24
235	CEREAL CORN FLAKES 12 X 500 GR	S/. 197.9	S/. 7,141.0	4	6496	0	6492	180	12
236	CEREAL KIWIGEN X 180 GR.	S/. 429.3	S/. 18.5	4	8	23	4	180	24
237	CEREAL KIWIGEN X 250 GR.	S/. 384.2	S/. 17.8	4	8	22	4	180	24
238	KIWIGEN CHOC X 400 GR.	S/. 2,492.1	S/. 1,699.9	4	246	1	242	360	12
239	PANETON BIMBO CAJA 6 X 1 KG	S/. 4,906.8	S/. 3,125.5	8	115	2	107	180	6
240	PANETON BOUN NATALE 6 X 900 GR	S/. 63,209.7	S/. 4,803.8	7	14	13	7	180	6
241	PANETON BOUN NATALE CAJA 6 X 900GR	S/. 16,321.5	S/. 1,294.0	7	14	13	7	180	6
242	PANETON COSTA CAJA 6 X 900GR	S/. 12,741.3	S/. 3,526.9	10	50	4	40	180	6
243	PANETON DONOFRIO 900GR X 6 BOLSA	S/. 204,036.0	S/. 3,521.9	7	3	58	-4	180	6
244	PANETON DONOFRIO X 900GR LATA	S/. 7,921.4	S/. 28.5	7	1	278	-6	180	24
245	PANETON GALLUZZO PREMIUN LATA 6 X 1KG	S/. 891.0	S/. 146.3	10	30	6	20	180	24
246	PANETON GLORIA 6 X 1KG CAJA	S/. 130,575.5	S/. 1,121.4	12	2	116	-10	180	6
247	PANETON GLORIA 6 X 1KG LATA	S/. 82,104.5	S/. 119.0	12	0	690	-12	180	24
248	PANETON TODINNO 6 X 900G BOLSA	S/. 14,685.3	S/. 93.1	10	1	158	-9	180	24
249	PANETON TODINNO GRAN ALMENDRADO 6 X 1KG	S/. 3,240.0	S/. 1,140.0	10	63	3	53	180	6
250	PANETON TODINNO+TODINNITO 6 X 900G	S/. 685,100.0	S/. 19,674.2	10	5	35	-5	180	6
251	PANETON WINTER 6 X 900G. CAJA	S/. 9,751.5	S/. 1,062.4	9	20	9	11	180	6
252	PISCO ALFERADO 12 X 750 ML	S/. 1,664.5	S/. 2,899.1	5	627	1	622	360	120

253	PISCO ALFERADO MENTA X 750	S/. 78.8	S/. 58.8	5	268	1	263	360	24
254	PISCO ALFERADO UVA X 2LITROS	S/. 466.7	S/. 297.3	5	229	2	224	360	24
255	PISCO BIONDI ITALIA X 500 ML.	S/. 767.1	S/. 1,258.9	10	591	1	581	360	120
256	PISCO BIONDI QUEBRANTA X 500 ML.	S/. 249.8	S/. 550.8	10	794	0	784	360	24
257	PISCO DE LOS REYES 12 X 750 CC	S/. 1,582.7	S/. 522.1	5	119	3	114	360	24
258	PISCO DON STGO MOSTO VERD ITALIA X 500 C	S/. 304.9	S/. 1,184.7	10	1399	0	1389	360	120
259	PISCO DON STGO MOSTO VERD QUEBRANTA X 500 C	S/. 174.2	S/. 736.5	10	1522	0	1512	360	24
260	PISCO DON STGO MOSTO VERD TORONTEL X 500 C	S/. 179.3	S/. 395.3	10	794	0	784	360	24
261	PISCO DON VENEDICTO ACHOLADO X 500 CC	S/. 99.6	S/. 91.5	8	331	1	323	360	24
262	PISCO FINCA ROTONDO ACHOLADO 12 X 750ML	S/. 305.1	S/. 1,746.5	9	2061	0	2052	360	120
263	PISCO FINCA ROTONDO ITALIA 12 X 750ML	S/. 457.7	S/. 3,387.2	9	2664	0	2655	360	120
264	PISCO FINCA ROTONDO QUEB 12 X 750ML	S/. 305.1	S/. 3,413.7	9	4028	0	4019	360	120
265	PISCO NAJAR ACHOLADO X 500 ML.	S/. 437.2	S/. 510.5	5	420	1	415	360	24
266	PISCO NAJAR ACHOLADO 12 X 750 ML.	S/. 422.2	S/. 523.4	5	446	1	441	360	24
267	PISCO NAJAR ITALIA 12 X 750 ML.	S/. 422.2	S/. 635.5	5	542	1	537	360	24
268	PISCO NAJAR ITALIA X 500 CC	S/. 372.9	S/. 510.5	5	493	1	488	360	24
269	PISCO NAJAR MOSTO VERDE QUEB. 12 X 500 CC	S/. 483.7	S/. 215.6	5	160	2	155	360	24
270	PISCO NAJAR QUEBRANTA 12 X 750 ML.	S/. 478.7	S/. 448.6	5	337	1	332	360	24
271	PISCO NAJAR QUEBRANTA X 500 CC	S/. 411.5	S/. 453.8	5	397	1	392	360	24
272	PISCO OCUCAJE ACHOL. CHALAN X 375ML	S/. 29.0	S/. 1,280.8	10	15878	0	15868	360	120
273	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 12 X 750 CC	S/. 24,001.3	S/. 1,970.3	10	30	12	20	360	120
274	PISCO OCUCAJE ACHOLADO 24 X 375CC	S/. 857.5	S/. 300.4	10	126	3	116	360	24
275	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 4000 ML	S/. 4,140.0	S/. 78.7	10	7	53	-3	360	24
276	PISCO OCUCAJE HUACO X 750 CC	S/. 224.0	S/. 782.2	10	1257	0	1247	360	24
277	PISCO OCUCAJE ITALIA 12 X 750 CC	S/. 9,723.0	S/. 3,338.1	10	124	3	114	360	120
278	PISCO OCUCAJE ITALIA 24 X 375 CC	S/. 708.8	S/. 212.3	10	108	3	98	360	24
279	PISCO OCUCAJE ITALIA CHALAN X 375ML	S/. 232.3	S/. 960.6	10	1489	0	1479	360	24
280	PISCO OCUCAJE QUEBR. CHALAN X 375ML	S/. 203.3	S/. 1,408.9	10	2495	0	2485	360	120
281	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 12 X 750 CC	S/. 14,918.8	S/. 9,260.1	10	223	2	213	360	120
282	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA 24 X 375CC	S/. 284.0	S/. 537.5	10	681	1	671	360	24
283	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 4 LITROS	S/. 1,087.5	S/. 8,638.3	10	2860	0	2850	360	120
284	PISCO OCUCAJE SELEC. PURO QUEBR. 750ML. BOT.	S/. 215.8	S/. 713.7	10	1191	0	1181	360	24
285	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ACHOLADO+OFERTA	S/. 74.7	S/. 137.3	10	661	1	651	360	24
286	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS ITALIA+OFERTA	S/. 49.8	S/. 164.7	10	1191	0	1181	360	24
287	PISCO OCUCAJE SOUR KIDS QUEBRANTA+OFERTA	S/. 49.8	S/. 109.8	10	794	0	784	360	24
288	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL. 38"+SHOT 750ML. BOT.	S/. 80.3	S/. 98.4	10	441	1	431	360	24
289	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL. 41"+SHOT 750ML. BOT.	S/. 71.4	S/. 118.0	10	595	1	585	360	24
290	PISCO PUERTO OCUCAJ ACHOL. 44"+SHOT 750ML. BOT.	S/. 71.4	S/. 137.7	10	695	1	685	360	24
291	PISCO PURO ANDARIEGO X 750 CC	S/. 49.5	S/. 73.0	5	531	1	526	360	24
292	PISCO PURO QUEBRANTA POBLETE 12 X 750 CC.	S/. 139.3	S/. 1,724.4	8	4456	0	4448	360	120
293	PISCO QUEBRANTA MINIATURA X 50ML	S/. 160.6	S/. 163.4	8	366	1	358	360	24
294	PISCO REY DE MAJES 12 X 750CC	S/. 5,773.0	S/. 2,351.4	6	147	2	141	360	120
295	PISCO REY DE MAJES X 4LITROS	S/. 1,277.8	S/. 1,056.7	6	298	1	292	360	120

296	PISCO REYNOSO ACHOLADO 12 X 750CC	S/. 183.5	S/. 605.2	5	1187	0	1182	360	24
297	PISCO REYNOSO QUEBRANTA 12 X 750CC	S/. 165.0	S/. 150.0	5	327	1	322	360	24
298	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO 12 X 750 ML.	S/. 64,748.0	S/. 22,677.8	10	126	3	116	360	120
299	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 2 LT.	S/. 1,926.5	S/. 2,876.3	10	537	1	527	360	120
300	PISCO S. QUEIROLO ACHOLADO X 4 LT.	S/. 1,492.8	S/. 3,593.9	10	867	0	857	360	120
301	PISCO S. QUEIROLO ITALIA 12 X 750 ML.	S/. 3,995.3	S/. 7,880.6	10	710	1	700	360	120
302	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA 12 X 750 ML.	S/. 63,337.9	S/. 21,692.7	10	123	3	113	360	120
303	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 2 LT.	S/. 1,600.0	S/. 3,959.5	10	891	0	881	360	120
304	PISCO S. QUEIROLO QUEBRANTA X 4 LT.	S/. 2,246.7	S/. 1,194.6	10	191	2	181	360	120
305	PISCO SAN ANDRES ACHOLADO 12X750ML	S/. 770.6	S/. 3,206.9	5	1498	0	1493	360	120
306	PISCO SAN VALENTIN 12 X 750 CC	S/. 9,645.8	S/. 7,663.5	7	286	1	279	360	120
307	PISCO SOL DE ICA TACAMA 12 X 750 CC	S/. 225.6	S/. 846.2	9	1351	0	1342	360	24
308	PISCO SOL DE ICA X 750CC + EVERESS	S/. 52.3	S/. 1,825.0	9	12571	0	12562	360	120
309	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 12 X 750 CC	S/. 17,928.0	S/. 3,532.8	5	71	5	66	360	120
310	PISCO SOL DE VITOR ESPECIAL 24 X 250 CC	S/. 268.9	S/. 531.2	5	711	1	706	360	24
311	PISCO SOL DE VITOR PURO 12 X 750 CC	S/. 732.1	S/. 328.8	5	162	2	157	360	24
312	PISCO VARGAS 12 X 750 CC.	S/. 344,700.0	S/. 140,853.0	10	147	2	137	360	120
313	PISCO VARGAS 24 X 250 CC.	S/. 4,900.3	S/. 592.9	10	44	8	34	360	24
314	PISCO VARGAS ACHOLADO 12 X 750 CC.	S/. 10,637.9	S/. 4,812.4	10	163	2	153	360	120
315	PISCO VARGAS ACHOLADO+JARABE X 750 CC	S/. 130.8	S/. 973.4	10	2680	0	2670	360	24
316	PISCO VARGAS ITALIA 12 X 750 CC.	S/. 989.8	S/. 9,190.4	10	3343	0	3333	360	120
317	PISCO VARGAS ITALIA+JARABE X 750 CC	S/. 149.4	S/. 2,244.3	10	5407	0	5397	360	120
318	PISCO VARGAS PETACA X 125 CC	S/. 111.2	S/. 1,417.7	10	4589	0	4579	360	120
319	PISCO VARGAS QUEBRANTA 12 X 750 CC.	S/. 1,641.4	S/. 12,408.1	10	2721	0	2711	360	120
320	PISCO VARGAS QUEBRANTA+JARABE X 750 CC	S/. 108.4	S/. 2,210.5	10	7344	0	7334	360	120
321	PISCO VARGAS X 187.5 ML.	S/. 414.2	S/. 1,346.9	10	1171	0	1161	360	120
322	PISCO VARGAS X 2 LITROS	S/. 2,715.0	S/. 3,513.7	10	466	1	456	360	120
323	PISCO VARGAS X 4000 ML.	S/. 17,781.5	S/. 15,598.3	10	316	1	306	360	120
324	PISCO VARGAS X 500 ML	S/. 10.1	S/. 8,099.7	10	#####	0	288690	360	120
325	PISCO VARGAS X 750ML+COPA	S/. 346.0	S/. 18,250.0	10	18988	0	18978	360	120
326	PISCO VIEJO TONEL ACHOLADO X500ML	S/. 146.5	S/. 641.0	7	1575	0	1568	360	24
327	PISCO VIEJO TONEL GRAN COMORODO QUEBR. X500ML	S/. 82.3	S/. 88.7	7	388	1	381	360	24
328	PISCO VIEJO TONEL ITALIA X500ML	S/. 97.7	S/. 694.5	7	2559	0	2552	360	24
329	PISCO VIEJO TONEL MOLLAR X500ML	S/. 97.7	S/. 53.4	7	197	2	190	360	24
330	PISCO VIEJO TONEL MOSCATEL X500ML	S/. 97.7	S/. 53.4	7	197	2	190	360	24
331	PISCO VIEJO TONEL MOSTO VERDE QUEBR X500ML	S/. 247.0	S/. 798.0	7	1163	0	1156	360	24
332	PISCO VIEJO TONEL QUEBRANTA X500ML	S/. 97.7	S/. 534.2	7	1969	0	1962	360	24
333	PISCO VIÑA DEL PRADO ACHOL. 12 X 500 CC	S/. 371.0	S/. 428.5	10	416	1	406	360	24
334	PISCO VIÑA VITOR ACHOLADO 12 X 750 CC	S/. 97.5	S/. 726.3	5	2682	0	2677	360	24
335	PISCO VIÑA VITOR PURO 12 X 750 CC	S/. 187.5	S/. 441.5	5	848	0	843	360	24
336	PISCO VOGOÑA ACHOLADO 12 X 750 CC	S/. 175.2	S/. 34.4	5	71	5	66	360	24
337	PISCO VOGOÑA UVA ITALIA 12 X 750CC	S/. 13,149.8	S/. 4,901.5	5	134	3	129	360	120
338	PISCO VOGOÑA DURAZNO 12 X 1 LITRO.	S/. 351.1	S/. 39.9	5	41	9	36	360	24

339	PISCO VOGOÑA LIMON 12 X 750	S/. 9,671.6	S/. 2,146.4	5	80	5	75	360	120
340	LICOR DE RON CARTAVIO 12X700 ML	S/. 440.0	S/. 685.4	6	561	1	555	360	24
341	RON CABO BLANCO RESERVA X 12	S/. 24.9	S/. 36.6	6	529	1	523	360	24
342	RON CARTAVIO BCO 12 X 750 CC	S/. 334.0	S/. 40.9	6	44	8	38	360	24
343	RON CARTAVIO BLACK 12 X 1000 ML.	S/. 29,743.2	S/. 6,343.3	6	77	5	71	360	120
344	RON CARTAVIO SUPERIOR 12 X 750 CC.	S/. 61,426.2	S/. 2,774.9	6	16	22	10	360	120
345	RON CARTAVIO SUPERIOR 24 X 200 CC.	S/. 12,584.0	S/. 56.0	6	2	225	-4	360	24
346	RON CARTAVIO SUPERIOR X 125ML.	S/. 165.0	S/. 1,236.1	6	2697	0	2691	360	120
347	RON CARTAVIO XO 750 ML+ESTUCHE	S/. 510.4	S/. 272.6	6	192	2	186	360	24
348	RON GRAN CARTAVIO 3 AÑOS X 750 CC	S/. 1,056.0	S/. 2,839.4	6	968	0	962	360	120
349	RON KANKUN CHATA 24 X 350 CC	S/. 74.8	S/. 775.7	4	3733	0	3729	360	24
350	RON KANKUN LIMON 12 X 500 CC	S/. 84.5	S/. 124.1	4	529	1	525	360	24
351	RON SOLERA X 750 ML	S/. 433.0	S/. 154.2	5	128	3	123	360	24
352	VINO BORGOÑA NAJAR 12 X 750CC	S/. 859.5	S/. 8,673.6	5	3633	0	3628	360	60
353	VINO CLOSS 12 X 1 LT	S/. 89.2	S/. 300.9	7	1215	0	1208	360	24
354	VINO INTIPALKA CHARDONNAY 6 X 750 ML	S/. 289.1	S/. 130.6	10	163	2	153	360	24
355	VINO OCUCAJE ABUELO 12 X 750 CC.	S/. 551.1	S/. 248.9	8	163	2	155	360	24
356	VINO OCUCAJE BORGOÑA 12 X 750 CC.	S/. 1,826.4	S/. 1,851.6	8	365	1	357	360	60
357	VINO OCUCAJE DE MISA 12 X 750 CC.	S/. 1,808.7	S/. 1,789.6	8	356	1	348	360	60
358	VINO OCUCAJE FOND DE CAVE 12 X 750 CC	S/. 578.6	S/. 2,353.9	8	1465	0	1457	360	60
359	VINO POBLETE GRAN BORGOÑA X 750 ML	S/. 93.8	S/. 132.0	7	507	1	500	360	24
360	VINO REY DE MAJES X 4LITROS	S/. 793.4	S/. 817.2	6	371	1	365	360	24
361	VINO REYNOSO BORGOÑA 12 X 750CC	S/. 87.0	S/. 187.0	5	774	0	769	360	24
362	VINO REYNOSO FUZION 12 X 750CC	S/. 82.6	S/. 177.6	5	774	0	769	360	24
363	VINO S. QUEI BARBERA BORGOÑA 12 X 750 CC	S/. 1,289.3	S/. 547.0	10	153	2	143	360	24
364	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA S/S 12 X 750 CC	S/. 74,124.0	S/. 8,154.3	10	40	9	30	360	60
365	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 2 LITROS	S/. 7,845.4	S/. 2,724.1	10	125	3	115	360	60
366	VINO S. QUEI GRAN BORGOÑA X 4.05 LITROS	S/. 970.9	S/. 1,391.3	10	516	1	506	360	60
367	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S 12 X 750 CC.	S/. 74,124.0	S/. 6,450.4	10	31	11	21	360	60
368	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 2 LITROS	S/. 3,841.8	S/. 6,491.5	10	608	1	598	360	60
369	VINO S. QUEI MAGDALENA S/S X 4.05 LITROS	S/. 970.9	S/. 1,449.3	10	537	1	527	360	60
370	VINO S. QUEI MALBEC 12 X 750ML	S/. 261.0	S/. 2,769.9	10	3821	0	3811	360	60
371	VINO S. QUEI MOSCATO 12 X 750 CC.	S/. 1,537.6	S/. 493.4	10	116	3	106	360	24
372	VINO S. QUEI OPORTO 12 X 750 CC.	S/. 490.7	S/. 278.3	10	204	2	194	360	24
373	VINO S. QUEI ROSE 12 X 750 CC.	S/. 72,036.0	S/. 2,989.2	10	15	24	5	360	60
374	VINO S. QUEI ROSE SHIRAZ 12 X 750 CC.	S/. 139.5	S/. 384.3	10	992	0	982	360	24
375	VINO S. QUEI ROSE X 2 LITROS	S/. 7,086.2	S/. 3,650.6	10	185	2	175	360	60
376	VINO S. QUEI ROSE X 4.05 LITROS	S/. 318.4	S/. 1,425.8	10	1612	0	1602	360	60
377	VINO S. QUEI SAUVIGNON BLANC 12 X 750 CC.	S/. 281.6	S/. 1,705.8	10	2180	0	2170	360	60
378	VINO S. QUEI SHIRAZ 12 X 750 CC.	S/. 281.6	S/. 2,191.3	10	2801	0	2791	360	60
379	VINO S. QUEI SIGLO XVI 12 X 750 CC.	S/. 366.1	S/. 2,329.3	10	2291	0	2281	360	60
380	VINO S. QUEI TANNAT 12 X 750ML	S/. 140.8	S/. 2,278.0	10	5826	0	5816	360	60
381	VINO SOCABON DAMA JUANA 4LTS	S/. 578.6	S/. 2,167.3	7	1349	0	1342	360	60

382	VINO TABERNEO BORGONA 12 X 750 CC	S/. 3,719.3	S/. 81.8	15	8	45	-7	360	24
383	VINO TABERNEO GRAN BLANCO 12X750	S/. 988.7	S/. 5,059.7	15	1842	0	1827	360	60
384	VINO TABERNEO GRAN ROSE AFRUTADO 2005 12X750	S/. 1,044.0	S/. 2,150.5	15	742	0	727	360	60
385	VINO TACAMA BLANCO DE BLANCOS 12 X 750CC.	S/. 1,250.9	S/. 2,637.0	10	759	0	749	360	60
386	VINO TACAMA GRAN BLANCO 12 X 750 CC	S/. 5,709.0	S/. 10,723.8	10	676	1	666	360	60
387	VINO TACAMA GRAN TINTO 12 X 750CC.	S/. 11,125.4	S/. 28,298.9	10	916	0	906	360	60
388	VINO TACAMA ROSE 12 X 750CC.	S/. 11,339.5	S/. 9,844.8	10	313	1	303	360	60
389	VINO TACAMA SELECCION ESPECIAL 750ML	S/. 243.6	S/. 1,944.8	10	2874	0	2864	360	60
390	VINO VINA VIEJA GRAN BORGONA S/S X 750CC+COPA	S/. 7,542.8	S/. 5,078.3	10	242	1	232	360	60
391	VINO VINA VIEJA GRAN BORGONA TINTO X 187 CC	S/. 55.9	S/. 28.0	10	180	2	170	360	24
392	VINO VINA VIEJA GRAN BORGONA X 750 CC	S/. 109.0	S/. 166.4	10	550	1	540	360	24
393	VINO VINA VIEJA MOSCATO X 750 CC	S/. 111.5	S/. 24.0	10	78	5	68	360	24
394	VINO VINA VIEJA ROSE 12 X 750 CC	S/. 152.3	S/. 45.3	10	107	3	97	360	24
395	VINO VINA VIEJA ROSE S/S X 750CC+COPA	S/. 152.3	S/. 1,733.6	10	4099	0	4089	360	60
396	CHAMPAN CABALO VIEJO 12 X 750 ML	S/. 26.7	S/. 567.0	5	5097	0	5092	240	24
397	CHAMPAN DEL VALLE 12 X 900 ML	S/. 40,127.0	S/. 244.3	7	1	164	-6	240	24
398	CHAMPAN NAPOLEON 12 X 750	S/. 4,298.2	S/. 8,177.4	7	457	1	450	240	48
399	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADO 12 X 750 CC.	S/. 80,096.0	S/. 7,259.0	10	33	11	23	360	48
400	CHAMPAN S. QUEIR PRIMADONA 12 X 750 CC.	S/. 9,685.8	S/. 6,610.0	10	246	1	236	360	48
401	CHAMPAN TABERNEO ESPECIAL 12 X 750 CC.	S/. 6,036.3	S/. 71.1	10	4	85	-6	360	24
402	CHAMPAN TACAMA BRUT 12 X 750 CC	S/. 1,022.2	S/. 6,622.4	10	2332	0	2322	360	48
403	CHAMPAN TACAMA S/S 12 X 750 CC	S/. 692.1	S/. 5,225.8	10	2718	0	2708	360	48
404	CHAMPAN TENTACION 12 X 750 CC	S/. 44.5	S/. 94.5	8	510	0	502	240	24
405	ANIS NAJAR CREMA 24 X 125 ML.	S/. 284.8	S/. 176.4	6	223	2	217	360	24
406	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL 12 X 750 ML	S/. 1,164.6	S/. 440.8	6	136	3	130	360	24
407	ANIS NAJAR CREMA ESPECIAL X 500 ML.	S/. 201.5	S/. 33.5	6	60	6	54	360	24
408	ANIS NAJAR SECO 12 X 750 ML.	S/. 19,363.6	S/. 5,402.9	6	100	4	94	360	120
409	ANIS NAJAR SEMIDULCE 12 X 500 ML.	S/. 88.6	S/. 250.7	6	1019	0	1013	360	24
410	ANIS NAJAR+OFERT 2 X 500 CC	S/. 716.2	S/. 496.1	6	249	1	243	360	24
411	VODKA 3XXX LIMON 6 X 1800 ML	S/. 227.7	S/. 66.8	4	106	3	102	360	24
412	VODKA RUSSKAYA 12 X 750 ML.	S/. 5,195.4	S/. 623.9	6	43	8	37	360	24
413	JARABE DE GOMA CHEVALIER X 750 CC	S/. 1,759.9	S/. 183.3	8	37	10	29	360	24
414	JARABE DE GOMA DELBAR 12X500ML	S/. 939.6	S/. 930.3	8	356	1	348	360	24
415	CIGARRO HAMILTON X 10	S/. 5,833.4	S/. 1,888.1	8	117	3	109	360	12
416	CIGARRO HAMILTON X 20	S/. 12,135.8	S/. 979.8	8	29	12	21	360	24
417	COÑAC X 125 CC	S/. 20.7	S/. 47.6	8	553	0	545	240	24
418	SANGRIA S. QUEIROLO TETRA 6 X 1 LITRO	S/. 328.4	S/. 162.2	10	178	2	168	360	24
419	DET. ACE 30 X 360 GR	S/. 156.6	S/. 154.3	4	355	1	351	360	24
420	DET. ACE 4500GR. X 4UND	S/. 297.7	S/. 262.8	4	318	1	314	360	24
421	DET. ACE X 15 X 900 GR.	S/. 3,407.0	S/. 578.7	4	61	6	57	360	24
422	DET. ACE X 2500 GR.	S/. 747.1	S/. 1,169.4	4	563	1	559	360	48
423	DET. ARIEL 120 X 85 GR	S/. 85.8	S/. 726.5	4	3048	0	3044	360	24
424	DET. ARIEL 60 X 160 GR.	S/. 160.9	S/. 110.8	4	248	1	244	360	24

425	DET. ARIEL 7 X 2500 GR	S/. 1,763.3	S/. 605.7	4	124	3	120	360	24
426	DET. ARIEL X 15 X 900 GR	S/. 7,676.5	S/. 2,889.7	4	136	3	132	360	48
427	DET. BOLIVAR FLORAL 15 X 900 GR	S/. 4,092.9	S/. 853.3	3	75	5	72	360	24
428	DET. BOLIVAR FLORAL 30 X 360 GR	S/. 3,591.6	S/. 426.0	3	43	8	40	360	24
429	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 160 GR	S/. 801.8	S/. 32.7	3	15	25	12	360	24
430	DET. BOLIVAR FLORAL 60 X 200 GR	S/. 1,207.9	S/. 1,594.8	3	475	1	472	360	48
431	DET. BOLIVAR FLORAL X 2600 GR	S/. 598.6	S/. 2,967.0	3	1784	0	1781	360	48
432	DET. BOLIVAR LIMON 15 X 900 GR	S/. 2,241.4	S/. 1,776.1	3	285	1	282	360	48
433	DET. BOLIVAR LIMON 30 X 360 GR	S/. 2,044.7	S/. 1,936.5	3	341	1	338	360	48
434	DET. BOLIVAR LIMON 60 X 160 GR	S/. 493.4	S/. 418.8	3	306	1	303	360	24
435	DET. BOLIVAR LIMON X 2600 GR	S/. 219.0	S/. 1,526.5	3	2510	0	2507	360	48
436	DET. BOLIVAR LIMON X 4.5 KG.	S/. 1,428.5	S/. 6,898.7	3	1739	0	1736	360	48
437	DET. MARCELLA F. 60 X 160 GR.	S/. 6,981.0	S/. 1,975.7	5	102	4	97	360	48
438	DET. MARCELLA F. 850 GR X 15 UND	S/. 1,086.1	S/. 102.3	5	34	11	29	360	24
439	DET. OPAL BIO CRISTAL X 60 X 160 GR	S/. 1,296.3	S/. 11.8	5	3	110	-2	360	24
440	DET. OPAL X 30 X 360 GR	S/. 317.1	S/. 55.0	5	62	6	57	360	24
441	DET. SAPOLIO 60 X 160 GR.	S/. 2,369.0	S/. 19.2	4	3	123	-1	360	24
442	JABON BOLIVAR 48 X 260 GR.	S/. 6,709.4	S/. 1,264.1	3	68	5	65	360	48
443	JABON BOLIVAR BEBE 48 X 260GR.	S/. 621.2	S/. 1,188.2	3	689	1	686	360	48
444	JABON BOLIVAR LIMON 48 X 260 GR.	S/. 361.9	S/. 672.0	3	668	1	665	360	24
445	JABONC. HENO DE PRAVIA 36 X 175 GR	S/. 639.4	S/. 853.5	6	481	1	475	360	24
446	JABONC. PROTEX 12 X 130 GR.	S/. 13.0	S/. 909.3	6	25200	0	25194	360	24
447	JABONC. REXONA 12 X 150 GR	S/. 46.0	S/. 76.5	7	598	1	591	360	24
448	SHAMPU ANUA HIDRAT INTENSA 48 X 12 ML	S/. 232.2	S/. 11.4	7	18	20	11	360	24
449	SHAMPU ANUA HIDRAT.INT 12X400CC	S/. 612.5	S/. 290.8	7	171	2	164	360	24
450	SHAMPU ANUA NUT.CLASICA 12X400CC	S/. 278.4	S/. 1,654.7	7	2140	0	2133	360	24
451	SHAMPU CLEAR HOMBRE X 400ML	S/. 58.8	S/. 446.9	6	2736	0	2730	360	24
452	SHAMPU CLEAR MUJER X 200ML	S/. 9.9	S/. 251.9	6	9158	0	9152	360	24
453	SHAMPU CLEAR MUJER X 400ML	S/. 59.4	S/. 459.9	6	2787	0	2781	360	24
454	SHAMPU EGO MEN BLACK CJ X 36 TIRAS	S/. 154.8	S/. 260.4	8	606	1	598	360	24
455	SHAMPU EGO MEN BLACK X 230 ML	S/. 490.3	S/. 170.7	8	125	3	117	360	24
456	SHAMPU H&S LIMP RENOV 24 X 10 ML.	S/. 236.5	S/. 390.6	6	595	1	589	360	24
457	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 400 ML	S/. 643.3	S/. 102.3	6	57	6	51	360	24
458	SHAMPU H&S LIMP RENOVADORA X 700 ML	S/. 1,558.1	S/. 71.9	6	17	22	11	360	24
459	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 400 ML	S/. 85.1	S/. 133.0	6	562	1	556	360	24
460	SHAMPU H&S PREV CAIDA X 700 ML	S/. 706.0	S/. 677.3	6	345	1	339	360	24
461	SHAMPU H&S PROT CAIDA X 400 ML	S/. 9.5	S/. 143.2	6	5450	0	5444	360	24
462	SHAMPU H&S RELAX X 400 ML	S/. 18.9	S/. 266.0	6	5061	0	5055	360	24
463	SHAMPU H&S SENSITIVE CON ALOE X 400 ML	S/. 156.1	S/. 409.2	6	944	0	938	360	24
464	SHAMPU H&S SUAVE MANE 2EN1 X 400 ML	S/. 37.8	S/. 654.7	6	6229	0	6223	360	24
465	SHAMPU PANTENE CONTROL CAIDA X 400 ML	S/. 99.3	S/. 388.7	5	1409	0	1404	360	24
466	SHAMPU PANTENE CUID CLASICO X400 ML	S/. 449.4	S/. 173.9	5	139	3	134	360	24
467	SHAMPU PANTENE LISO Y SEDO X400 ML	S/. 123.0	S/. 51.2	5	150	2	145	360	24

468	SHAMPU PANTENE NATUR.HIDAT.BALAN X400 ML	S/. 104.1	S/. 40.9	5	142	3	137	360	24
469	SHAMPU PANTENE RESTAURACION X 400 ML	S/. 9.5	S/. 347.8	5	13236	0	13231	360	24
470	SHAMPU PANTENE RISO DEFINIDO X400 ML	S/. 123.0	S/. 266.0	5	779	0	774	360	24
471	SHAMPU PB CERAMIDAS 12X500ML	S/. 66.2	S/. 862.6	5	4689	0	4684	360	24
472	SHAMPU SEDAL CRECIMIENTO X 650ML	S/. 66.2	S/. 52.1	6	283	1	277	360	24
473	SHAMPU SEDAL SERAMIDAS X650ML	S/. 84.3	S/. 52.1	6	222	2	216	360	24
474	PAPEL ELITE DH 6 X 8 CEL	S/. 3,529.5	S/. 545.4	4	56	6	52	360	24
475	PAPEL ELITE DH ECONOMICO X 20 NAR	S/. 3,142.4	S/. 2,576.4	4	295	1	291	360	36
476	PAPEL ELITE DOBLE HOJA 2 X 10 CEL	S/. 7,697.8	S/. 2,433.3	4	114	3	110	360	36
477	PAPEL ELITE PLUS DOBLE HOJA 2 X 10	S/. 3,270.8	S/. 1,537.5	4	169	2	165	360	36
478	PAPEL ELITE TOALLA ECONOM 3 X 8 ROJO	S/. 1,151.5	S/. 4,322.2	4	1351	0	1347	360	36
479	PAPEL ELITE TOALLA ULTRA 3 X 8 AZUL	S/. 921.9	S/. 226.9	4	89	4	85	360	24
480	PAPEL ELITE ULTRA DH 2 X 10	S/. 1,323.5	S/. 602.5	4	164	2	160	360	24
481	PAPEL ELITE ULTRA DH 6 X 8	S/. 430.3	S/. 179.0	4	150	2	146	360	24
482	PAPEL HIG. EGO BCO. 2X10	S/. 587.5	S/. 106.0	4	65	6	61	360	24
483	PAPEL NOBLE DH X 20	S/. 15,036.7	S/. 3,314.5	4	79	5	75	360	36
484	PAPEL PRESTIGIO X 20	S/. 97.9	S/. 644.6	3	2370	0	2367	360	24
485	PAPEL SUAVE EV 2P ECONOMICO 2 X 10	S/. 6,545.5	S/. 837.0	3	46	8	43	360	24
486	PAPEL SUAVE JUMBO DH X 20	S/. 3,301.9	S/. 1,245.5	3	136	3	133	360	36
487	PAPEL TOALLA SCOTT 8 X 3UND CANGURO	S/. 185.8	S/. 848.2	4	1644	0	1640	360	24
488	TOALLA ALWAYS X 10 UNI	S/. 57.2	S/. 19.4	4	122	3	118	360	24
489	TOALLA KOTEX 6 X 10 UNI	S/. 1,391.2	S/. 1,919.0	4	497	1	493	360	24
490	TOALLA KOTEX DISPENSADOR X 42	S/. 76.5	S/. 180.8	4	851	0	847	360	24
491	TOALLA SERENA X 10 UNI	S/. 1.7	S/. 25.9	4	5485	0	5481	360	24
492	PAÑ ADUL PLEN MED RESP MULTICIERRE X20	S/. 156.6	S/. 2,187.9	4	5030	0	5026	360	36
493	PAÑ HUGGIES MEDIANO X 52	S/. 289.2	S/. 130.9	5	163	2	158	360	24
494	PAÑ HUGUIES ACT. XXG X 48	S/. 899.4	S/. 87.9	5	35	10	30	360	24
495	PAÑ PAMPERS XXG X 48	S/. 78.3	S/. 36.5	6	168	2	162	360	24
496	CREM DENT COLGATE ANTISARRO 12 X 90 GR	S/. 108.8	S/. 14.8	4	49	7	45	360	24
497	CREM DENT COLGATE HERBAL BLANQUEADORA 48X90GR	S/. 84.1	S/. 33.7	4	144	2	140	360	24
498	CREM DENT COLGATE TOTAL 12 HORAS X 75 CC.	S/. 665.1	S/. 620.6	4	336	1	332	360	24
499	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 180 CC.	S/. 39.1	S/. 22.2	4	204	2	200	360	24
500	CREM DENT COLGATE TRIPLE ACCION 12 X 90 GR	S/. 382.5	S/. 945.8	4	890	0	886	360	24
501	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 34 ML.	S/. 8.5	S/. 185.8	5	7868	0	7863	360	24
502	CREM DENT DENTO 12 UNID.X 90 ML. GEL	S/. 15.3	S/. 546.7	5	12863	0	12858	360	24
503	CREM DENT KOLYNOS SUPER BLANCO 12 X 75 ML.	S/. 51.4	S/. 11.5	4	81	4	77	360	24
504	LAVAVAJILLA AYUDIN 12 X 900 GR.	S/. 2,893.0	S/. 310.2	5	39	9	34	360	24
505	LAVAVAJILLA AYUDIN 24 X 180 GR.	S/. 81.2	S/. 85.4	5	379	1	374	360	24
506	LAVAVAJILLA SAPOLIO 1000 GR. X 6POTE	S/. 183.4	S/. 33.1	5	65	6	60	360	24
507	LAVAVAJILLA SAPOLIO 24 X 180 GR.	S/. 204.0	S/. 71.9	5	127	3	122	360	24
508	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 287.50 GR.	S/. 261.5	S/. 28.8	6	40	9	34	360	24
509	LEJIA CLOROX TRADICIONAL 20 X 315 GR.	S/. 737.0	S/. 556.1	6	272	1	266	360	24
510	LEJIA CLOROX TRADICIONAL X 1 LITRO	S/. 2.6	S/. 5.7	6	793	0	787	360	24

511	CERA SAPOLIO 36 X 330 ML. AMAR.	S/. 860.6	S/. 656.8	5	275	1	270	360	24
512	CERA SAPOLIO P.AMAR.BALDE GL X 4	S/. 515.3	S/. 198.3	5	139	3	134	360	24
513	BETUN KIWI 12 X 88 ML	S/. 22.4	S/. 73.5	6	1181	0	1175	360	24
514	ESPONJA SCOSH BRITE MAQUINITA X 12	S/. 716.3	S/. 1,292.0	5	649	1	644	360	36
515	ESPONJA SCOSH BRITE X 15	S/. 142.6	S/. 1,339.2	5	3381	0	3376	360	36
516	LIBRE ENJUAGUE DONNY X 850 GR	S/. 138.7	S/. 39.3	6	102	4	96	360	24
517	VANISH BLANCO 30G X 144 SOB	S/. 179.0	S/. 11.8	6	24	15	18	360	24
518	VANISH LIQUIDO MAX 2X 100ML X 72 UND	S/. 51.8	S/. 5.7	6	40	9	34	360	24

Fuente: Elaboración Propia



Anexo N°17 “Reglamento Interno para el Personal de la Empresa DASUR”

REGLAMENTO INTERNO DE PERSONAL EMPRESA DASUR E.I.R.L.

CAPITULO I. GENERALIDADES

OBJETO

El presente Reglamento Interno de Personal, como instrumento operativo y complementario del Sistema de Gestión de Almacenes de la Empresa DASUR E.I.R.L. para el personal tiene por finalidad establecer, normar y regular la relación de dependencia de los trabajadores estableciendo los derechos, deberes, y sanciones.

ALCANCE DEL REGLAMENTO INTERNO DE PERSONAL

Todo trabajador, sin distinción de jerarquía y calidad asume plena responsabilidad por sus acciones y omisiones, de conformidad a lo establecido por en la modalidad de contrato debiendo en consecuencia responder y asumir de ser el caso las sanciones ante el gerente de la empresa.

AMBITO DE APLICACIÓN

Se circunscribe a la los dos almacenes e instalaciones de la empresa DASUR E.I.R.L

RESPONSABLE DE LA IMPLANTACIÓN

Recaerá e identifica al gerente de la empresa como el responsable de la implantación y aplicación de las sanciones de ser el caso.

VERIFICACIÓN DE LA APLICACIÓN DEL REGLAMENTO INTERNO DE PERSONAL

Las áreas de aplicación están dadas por el área de Departamento administrativo integrado por las áreas de Contabilidad, Asistente de Administración y Recursos Humanos En el departamento comercial, área de Almacén y el Área de ventas.

CAPITULO II. DERECHOS, DEBERES, Y SANCIONES

DERECHOS

- a) A desempeñar las funciones o tareas inherentes al ejercicio de su cargo, dentro del marco del respeto y ambiente laboral adecuado.
- b) Al goce de una justa remuneración, correspondiente con la responsabilidad de su cargo y la eficiencia de su desempeño.
- c) Al respeto y consideración por su dignidad personal en la función pública.

- d) Al goce de vacaciones, licencias, permisos y otros beneficios expresamente señalados en contrato y modalidades
- e) Al derecho de las prestaciones de salud, siendo beneficiarios tanto el servidor público como sus dependientes, de acuerdo a normas vigentes al respecto.
- f) A qué se le proporcionen los recursos materiales necesarios para el cumplimiento de sus funciones.
- k) A la capacitación y perfeccionamiento técnico en las áreas en las cuales desarrolla sus actividades. (Programa de 5´S).
- l) Cursar los módulos de actualización de valores, ética funcionaria, derechos humanos e igualdad y no discriminación.

DEBERES

- a) Respetar y cumplir el presente reglamento interno de personal.
- b) Desarrollar sus funciones, atribuciones y deberes, con puntualidad, celeridad, economía, eficiencia, probidad y ética.
- c) Acatar las determinaciones de sus superiores jerárquicos.
- d) Cumplir la jornada de trabajo establecida.
- e) Atender con diligencia y resolver con eficiencia los requerimientos de los administrados.
- f) Informar de los asuntos de la Administración en forma transparente.
- g) Velar por el uso económico y eficiente de los bienes y materiales destinados a su actividad.
- h) Conservar y mantener, la documentación y archivos sometidos a su custodia, así como proporcionar oportuna y fidedigna información sobre los asuntos inherentes a su función.
- i) Cumplir las disposiciones reglamentarias relativas a la seguridad e higiene en el trabajo.

j) Cumplir con los imperativos para la conducta ética.

k) Conocer el Reglamento Interno de Personal y las normas inherentes a la función.

SANCIONES

a) Ejercer atribuciones ajenas a su competencia, salvo autorización expresa en forma escrita.

b) Utilizar bienes inmuebles, muebles o recursos públicos en objetivos políticos, particulares o de cualquier otra naturaleza que no sea compatible con la específica actividad

c) Realizar o incitar acciones que afecten, dañen o causen deterioro a los bienes inmuebles, muebles o materiales de la Administración.

d) Promover o participar directa o indirectamente, en prácticas destinadas a lograr ventajas ilícitas.

e) Participar en trámites o gestiones en las que tenga interés directo y/o económico.

f) Discriminar o crear malos ambientes de trabajo en contra de los trabajadores por cuestiones raciales, religiosas, políticas o desavenencias personales.

g) Asistir al trabajo con efectos notorios de haber consumido alcohol o algún tipo de drogas, sustancia narcótica o estimulante.

h) Abusar de su autoridad o de las atribuciones que se le confiere.

i) Está prohibido fumar dentro de las instalaciones de la empresa.

j) Las sanciones de los encargados de almacén están orientadas al no cumplimiento del cronograma de inventarios, que los inventarios no estén cuadrados o encajados generando pérdidas económicas.

k) Son sancionables si los encargados de almacén no cumplen con las políticas de manejo de almacén.

- En caso de faltase un producto crítico, se informa al responsable, luego se sanciona con medida administrativa y se infringe de acuerdo al monto de venta perdido hasta el

100% del mismo, el descuento y tiempos de ejecución del mismo. Asimismo se considerara las mermas y sus variantes.

- En caso de que faltase un producto No crítico del orden A, se sancionara de forma administrativa, y se realizara el descuento infringe de acuerdo al monto de venta un porcentaje representativo hasta el 70% del valor de venta. Asimismo se considerara las mermas y sus variantes.

- En caso de que faltase un producto No crítico del orden B, se sancionara de forma administrativa, y se realizara el descuento infringe de acuerdo al monto de venta un porcentaje representativo hasta el 50% del valor de venta. Asimismo se considerara las mermas y sus variantes.

- En caso de que faltase un producto No crítico del orden C, se sancionara de forma administrativa, y se realizara el descuento infringe de acuerdo al monto de venta un porcentaje representativo hasta el 30% del valor de venta. Asimismo se considerara las mermas y sus variantes.

Fuente: La Empresa, Elaboración Propia