

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**PROPUESTA DE REINGENIERÍA DE LOS PROCESOS
LOGÍSTICOS Y COMERCIALES PARA LA DISMINUCIÓN DE
PEDIDOS DEVUELTOS EN LA DISTRIBUIDORA CONSUMO
MASIVO S.A.C**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
INGENIERO INDUSTRIAL**

AUTOR(A)

IVAN MARTIN ALCANTARA FARRO

ASESOR(A)

MGTR. CÉSAR ULISES CAMA PELÁEZ

Chiclayo, 10 de abril del 2019

DEDICATORIA

A mi DIOS por haberme dado la salud para lograr mis objetivos trazados y a mi madre por todo su apoyo incondicional y confianza que tuvo siempre en mí, a pesar de las dificultades y adversidades que se me presentaron.

AGRADECIMIENTO

A Dios porque siempre ilumino mi camino y me ayudo a sobrellevar todas las adversidades que se me presentaron.

A mi asesor el Mgtr. Ing. Cama, porque siempre estuvo conmigo para ayudarme a reforzar mis conocimientos y desarrollo de mi tesis.

A mi madre por su apoyo incondicional que a pesar de todo siempre me animaba a salir adelante y a no rendirme en el camino.

ÍNDICE

RESUMEN	8
I. INTRODUCCIÓN	10
II. MARCO DE REFERENCIA DEL PROBLEMA	11
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	11
2.2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	13
2.2.1. REINGENIERÍA	13
2.2.2. INVENTARIOS	14
2.2.3. ALMACÉN	15
2.2.4. TRANSPORTE	15
2.2.5. COSTES LOGÍSTICOS	15
2.2.6. UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS CAUSAS:.....	16
2.2.7. UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS LOGÍSTICAS COMO MODELOS DE INVENTARIOS:.....	16
2.2.8. UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE DISTRIBUCIÓN	17
2.2.9. Tecnologías de voz para operaciones logísticas:	18
III. RESULTADOS	19
3.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.	19
3.1.1. Reseña Histórica de la Empresa	19
3.1.2. Principios axiológicos de la empresa.....	19
3.1.3. Organigrama	20
3.1.4. Número de empleados:	20
3.1.5. Principales funciones realizadas por el personal	21
3.1.6. Remuneración de trabajadores y beneficios sociales	24
3.1.7. Clasificación ABC.....	29
3.1.8. Modelo de lote económico de punto óptimo de pedido	29
3.1.9. Demanda durante el lead time	29
3.1.10. Punto de pedido o punto de reorden	29
3.1.11. Infraestructura del almacén	30
3.1.12. Flujograma de proceso de venta	31
3.1.13. Flujograma de operaciones de trabajo	34
3.1.14. Nivel de efectividad mensual de pedidos entregados	40
3.1.15. Nivel de Devoluciones de enero hasta diciembre del 2017	42
3.1.16. Motivo de pedidos devueltos	44
3.1.18. Indicadores del diagnóstico.....	48
3.1.20. Envío de productos con avería.....	48

3.1.21. Envío incorrecto de productos	48
3.2. PROPUESTA DE REINGENIERÍA	49
3.2.1. Propuesta de rediseño de almacén	49
3.2.2. Propuesta de mejora de procesos de operaciones de trabajo	53
3.2.3. Propuesta de sistema voice picking	59
3.2.4. Propuesta de nuevo proceso comercial.....	62
3.2.5. Propuesta de plan de marketing	64
3.2.6. Propuesta de nuevos costos	67
3.2.7. Indicadores realizados con la propuesta de mejora	71
3.3. ANÁLISIS DE COSTO BENEFICIO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS Y COMERCIALES EN LA DISTRIBUIDORA “CONSUMO MASIVO S.A.C”	72
3.3.1. Flujo de Caja.....	72
3.3.2. Costo beneficio	72
IV. CONCLUSIONES	73
V. RECOMENDACIONES	73
VI. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	74
VII. ANEXOS	75
Anexo 1	75
Anexo 2	75
Anexo 3	75
Anexo 4	76
Anexo 5	76
Anexo 6	76
Anexo 7	77
Anexo 8	94
Anexo 9	95
Anexo 10	96
Anexo 11	97
Anexo 12	98
Anexo 13	99
Anexo 14	100
Anexo 15	101
Anexo 16	102
Anexo 17	103
Anexo 18	103
Anexo 19	103
Anexo 20	103
Anexo 21	103
Anexo 22	104
Anexo 23	105
Anexo 24	105
Anexo 25	106
Anexo 26	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Indicador de nivel de efectividad.....	14
Tabla 2. Indicador de nivel de devoluciones.....	14
Tabla 3. Cuadro de elementos y dimensiones.....	17
Tabla 4. Local administrativo - Santa Victoria.....	20
Tabla 5. Local del almacén - Carretera Chiclayo-Pomalca.....	21
Tabla 6. Costos de fuerza de venta.....	24
Tabla 7. Costos de trabajadores administrativos.....	24
Tabla 8. Costos de trabajadores de reparto.....	24
Tabla 9. Beneficios sociales local administrativo.....	25
Tabla 10. Beneficios sociales local del almacén.....	26
Tabla 11. Costos de almacenamiento.....	27
Tabla 12. Costos de combustible.....	28
Tabla 13. Costos de mantenimiento.....	28
Tabla 14. Nivel de efectividad mensual de pedidos entregados	40
Tabla 15. Nivel de devoluciones de pedido de enero hasta diciembre del 2017.....	42
Tabla 16. Motivo de pedidos devueltos	44
Tabla 17. Cronograma de plan de actividades del sistema voice picking	60
Tabla 18. Cronograma de actividades de plan de marketing.....	64
Tabla 19. Pregunta 1.....	65
Tabla 20. Pregunta 2.....	65
Tabla 21. Pregunta 3.....	66
Tabla 22. Pregunta 4.....	66
Tabla 23. Pregunta 5.....	66
Tabla 24. Costo de rediseño de almacén.....	67
Tabla 25. Reducción de personal de ventas.....	68
Tabla 26. Reducción de personal de reparto.....	69
Tabla 27. Reducción de combustible de camiones.....	69
Tabla 28. Reducción de mantenimiento de camiones	70
Tabla 29. Indicadores antes y después de aplicar la mejora	71
Tabla 30. Flujo de caja.....	72
Tabla 31. Cuadro resumen de análisis costo beneficio.....	72
Tabla 32. Clasificación ABC, EOQ, demanda durante el lead time y punto pedido.....	77
Tabla 33. Elementos y dimensiones de área logística	95
Tabla 34. Elementos y dimensiones de área administrativa	96
Tabla 35. Elementos y dimensiones de área en cuarentena	97
Tabla 36. Elementos y dimensiones de área servicios higiénicos	98
Tabla 37. Elementos y dimensiones de centro de pago	99
Tabla 38. Elementos y dimensiones de zona de despacho	100
Tabla 39. Elementos y dimensiones de sala de espera.....	101
Tabla 40. Elementos y dimensiones de área logística de área multifuncional.....	102
Tabla 41. Tasa económica de entidades bancarias.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Matriz triangular para relacionar actividades.....	17
Figura 2. Valores de aproximación.....	18
Figura 3. Razones de los valores de proximidad.....	18
Figura 4. Fórmula de áreas de trabajo.....	18
Figura 5. Diagrama relacional de espacios.....	18
Figura 6. Organigrama de la distribuidora Consumo Masivo S.A.C.....	20
Figura 7. Clasificación ABC.....	29
Figura 8. Diseño de almacén actual.....	30
Figura 9. Flujograma de proceso de venta.....	31
Figura 10. Flujograma de recepción.....	34
Figura 11. Flujograma de almacenamiento.....	36
Figura 12. Flujograma para despacho.....	38
Figura 13. Nivel de efectividad de entrega del año 2017.....	41
Figura 14. Monto de devoluciones del año 2017.....	43
Figura 15. Diagrama de Pareto.....	45
Figura 16. Diagrama de Ishikawa.....	46
Figura 17. Triangulo SLP.....	51
Figura 18. Diseño de nuevo layout mejorado.....	52
Figura 19. Mejora de proceso de recepción.....	53
Figura 20. Mejora de proceso de almacenamiento.....	55
Figura 21. Mejora de proceso de despacho.....	57
Figura 22. Propuesta de nuevo proceso comercial.....	62
Figura 23. Fachada principal del almacén.....	75
Figura 24. Furgoneta del almacén.....	75
Figura 25. Despacho de productos.....	75
Figura 26. Despachando productos.....	76
Figura 27. Ítem de productos por despachar.....	76
Figura 28. Entrada a los productos.....	76
Figura 29. Cotización de sistema voice picking o sistema vocollect.....	94
Figura 30. Ubicación de áreas de acuerdo al método SLP.....	103
Figura 31. Formula de Modelo de lote económico de punto óptimo de pedido.....	103
Figura 32. Formula de demanda durante el lead time.....	103
Figura 33. Formula de punto de pedido o punto de reorden.....	103
Figura 34. Cotización de plan de marketing.....	104
Figura 35. Encuesta.....	105
Figura 36. Tamaño de muestra a encuestar.....	105
Figura 37. Hoja de validación de encuesta parte 1.....	106
Figura 38. Hoja de validación de encuesta parte 2.....	107
Figura 39. Hoja de validación de encuesta parte 3.....	108
Figura 40. Hoja de validación de encuesta parte 4.....	109

RESUMEN

En la presente investigación se ha realizado una propuesta de reingeniería para disminuir pedidos devueltos en la distribuidora “Consumo Masivo S.A.C.”, la cual se encarga de comercializar y distribuir productos de consumo masivo tales como harinas industriales, galletas, dulces, refrescos, aceites, cremas, fideos, jabones, detergentes, entre otros. La empresa se encuentra ubicada en el distrito de Chiclayo y su almacén principal, donde se recopiló los datos del presente trabajo, se encuentra en la carretera Chiclayo - Pomalca.

El problema de los continuos pedidos devueltos, de los productos despachados a sus clientes finales ha sido señalado con datos de la empresa, los cuales muestran el monto total de estos desde el mes de enero de 2017 hasta diciembre de 2017 que asciende a S/. 6 817 873,29 soles, lo que representa el 15% de las ventas totales de la empresa. Entre las causas analizadas que ocasionan las devoluciones se encuentran: los clientes no quieren los productos recibidos, error de producto despachado por parte del operario de almacén, cliente no cuenta con disponibilidad financiera para asumir el pago de la mercadería recibida, el producto recibido se encuentra en malas condiciones, error del comprador al consignar un código de producto erróneo, centro de establecimiento cerrado, no se encuentra el encargado del establecimiento, entre otros. Ante esta situación se planteó una propuesta de reingeniería de los procesos de trabajo para los operarios de almacén, rediseño y redistribución de almacén, un nuevo proceso comercial que ayude a optimizar las ventas mediante compra directa de los productos, tecnología en sistema voice picking que ha logrado disminuir en un 63% daños de productos y en un 88% el envío incorrecto de productos y la cantidades, además de reducción de costos operativos, transporte entre otros. Finalmente el análisis financiero – económico se logró obtener un valor actual neto de S/. 2 032 793,63, con un costo beneficio de S/. 2,45 por cada sol invertido, asimismo se obtuvo un TIR del 76% lo que indica la rentabilidad del proyecto.

PALABRAS CLAVE: Consumo, Indicadores, Reingeniería, Comercialización, Distribución, Gestión.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The present investigation has made a proposal of reengineering to reduce orders returned in the distributor "Consumo Masivo SAC", which is in charge of marketing and distributing mass consumption products such as industrial flours, cookies, sweets, soft drinks, oils, creams, noodles, soaps, detergents, among others. The company is located in the Chiclayo district and its main warehouse, where the data of this work is collected, is located on the Chiclayo - Pomalca highway.

The problem of the continuous returned orders, of the products dispatched to their final customers has been indicated with data of the company, from the month of January 2017 to December 2017 amounting to S /. 6,817,873.29 soles, which represents 15% of the company's total sales. Among the causes analyzed that cause the returns are: customers do not want the products received, product error dispatched by the warehouse operator, customer does not have financial availability to assume the payment of merchandise received, the product received is located in bad conditions, error of the buyer when consigning an erroneous product code, center of establishment closed, is not the manager of the establishment, among others. Faced with this situation, a proposal was proposed for the reengineering of work processes for warehouse operators, redesign and redistribution of the warehouse, a new commercial process that helps optimize sales through direct purchase of products, technology in voice picking system in the which will help to diminish in a 63% damage of products and in 88% the incorrect shipment of products and the quantities, besides reduction of operative costs, transport among others. Finally, the financial - economic analysis was able to obtain a net present value of S /. 2 032 793.63, with a cost benefit of S /. 2.45 for each sun invested, also an IRR of 76% was obtained, which indicates the profitability of the project.

KEYWORDS: Consumption, Indicators, Reengineering, Commercialization, Distribution, Management.

I. INTRODUCCIÓN

Las cosas han cambiado mucho en las últimas décadas. Para quien no haya sabido seguir de cerca la evolución, es posible que ya sea tarde. El mercado ha cambiado, las estrategias han cambiado, los instrumentos de gestión y control han cambiado. En un entorno cada vez más complejo es vital disponer de métodos e indicadores lo más claros posibles para la toma de decisión. Y en todas las funciones y actividades de la empresa. Flexibilidad en producción, reactividad en distribución, calidad, fiabilidad, adaptabilidad ante la demanda es objeto claro para una gestión optimizada. [1]

Se podría afirmar que la Gestión Logística es aquella parte de la gestión dedicada a planificar, implementar y controlar el flujo y almacenamiento de materias primas, productos semielaborados o terminados, y de manejar la información relacionada en estos procesos (Ventas, Producción, Compras, Almacenamiento, Distribución y Logística Inversa), con el objetivo de satisfacer los requerimientos de los clientes. [2]

Debido a la gran importancia de vender productos con altos estándares de calidad, las empresas que procesan alimentos de consumo humano, se enfocan en gestionar de forma eficaz, su área logística: distribución y comercialización de productos, con medidas de control que ayuden a reducir las pérdidas de alimentos y su deterioro al llegar a los mercados locales.

Actualmente el principal problema que afronta la distribuidora “Consumo Masivo S.A.C.” el gran número de pedidos devueltos en las entregas realizadas a sus clientes, los cuales se dan cuando éstos no requieren los productos distribuidos, o también por error de los productos despachados por parte del operario de almacén, así como debido a que el cliente no cuenta con disponibilidad financiera para asumir el pago de la mercadería recibida, o que el producto recibido se encuentra en malas condiciones, también por error del comprador al consignar un código de producto erróneo, o incluso debido a que el establecimiento se encuentra cerrado, no se encuentra el encargado del establecimiento, entre otros. Ante este problema se planteó como objetivo principal proponer una reingeniería de los procesos logísticos y comerciales para la disminución de pedidos devueltos en la distribuidora Consumo Masivo S.A.C. Para lograr dicho objetivo se planea realizar un diagnóstico de la situación actual de los procesos de comercialización y distribución, elaborar la propuesta de reingeniería de los procesos de trabajo y un nuevo proceso comercial propuesto y realizar un análisis de costo beneficio de la implementación de la propuesta de optimización. Teniendo como finalidad la optimización en la comercialización, así como obtener productos de buena calidad, lo cual trae con ello ofrecer los productos a un precio competitivo.

El impacto de la investigación viene enmarcado desde el requerimiento del cliente, procesos logísticos y la comercialización de los productos teniendo como finalidad disminuir los pedidos devueltos realizando la propuesta de reingeniería de los procesos logísticos y comerciales y así aumentar la rentabilidad de la empresa.

II. MARCO DE REFERENCIA DEL PROBLEMA

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.

Para la presente investigación se utilizó como modelos a diferentes empresas, en las cuales tomaran sus indicadores para medir los diferentes factores a mejorar en el almacén y de esta forma optimizar la empresa.

Huguet [3], en su investigación *“Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial”*, la empresa productora de gases de uso medicinal e industrial necesitaba solucionar los problemas que afectan la gestión del almacén de suministros y analizar las causas que lo originaba. El objetivo de este artículo es aplicar correctamente la metodología análisis ABC por rotación, estudios de tiempo y diagramas Causa-Efecto y de Pareto, para garantizar el cumplimiento de todas las responsabilidades fundamentales del almacén. Se obtuvo como resultado el aumento en el porcentaje de ocupación del personal en 25%, disminuir los tiempos de preparación de pedidos en 25%, eliminar pérdidas de tiempo por errores, realización de viajes múltiples, entrada de personal no autorizado involucrado en búsquedas, alcanzándose el aumento de la fiabilidad del almacén a nivel interno y externo y la satisfacción laboral del personal.

Huguet [3], In his research **"Improvement of the supply management system of a company producing gases for medicinal and industrial use"**, the company producing gases for medicinal and industrial use needed to solve the problems that affect the management of the supply warehouse and analyze the causes that originated it. The objective of this article is to correctly apply the ABC analysis methodology by rotation, time studies and Cause-Effect and Pareto diagrams, to guarantee the fulfillment of all the fundamental responsibilities of the warehouse. The result was an increase in the percentage of staff occupation by 25%, a reduction in order preparation times by 25%, elimination of time losses due to errors, multiple trips, entry of unauthorized personnel involved in searches, reaching the increase in the reliability of the warehouse internally and externally and the job satisfaction of the staff.

Paredes [4], en su investigación *“Rediseño de una planta productora de lácteos mediante la utilización de las metodologías SLP, CRAFT Y QAP”* La planta fue diseñada para fabricar un solo producto, el queso, sin embargo, conforme se ha aumentado el portafolio de productos, la demanda se ha incrementado, esto ha generado la necesidad de tener un almacenamiento mayor, con el fin de satisfacer la demanda. El objetivo de este estudio es el correcto uso de la metodología SLP, para realizar rediseño de planta de lácteos y así, optimizar el flujo de material y personal dentro de la planta permitiendo un aumento en la producción. Se obtuvo como resultado que después de realizarse las diferentes metodologías para rediseñar la planta productora de lácteos, tanto métodos cualitativos (SLP), como cuantitativos (CRAFT y QAP), se obtuvo que el mejor resultado, y el cual permitió la reducción del flujo de materiales y de personal fue mediante la metodología CRAFT.

Falla [5], en su investigación *“Implementación de Voice Picking en Tareas de Alistamiento se Traduce en Eficiencia y Exactitud”*, el picking es uno de los procesos dentro de un centro de distribución más vulnerables al error humano debido a que

generalmente es donde hay más interacción manual por ello las empresas buscan nuevas alternativas que ayuden a reducir los errores de pedidos que generan una disminución en el nivel de servicio pactado con el cliente. El objetivo de este artículo es poder buscar desarrollar soluciones logísticas integrales para contribuir a la competitividad de sus clientes y al progreso social, a partir de la mejora en diferentes aspectos como procesos, equipos y personal, de acuerdo con la naturaleza de los clientes que opera actualmente. Se obtuvo como resultado que al comparar las tecnologías para el alistamiento de pedidos como radiofrecuencia y voice picking se detectan incrementos del 11% en el total de cajas alistadas y una disminución de errores del 64% en comparación con la última, donde se presenta como una tecnología innovadora y eficiente para el alistamiento de pedidos.

Oliveira [6] en su investigación ***“Sistema de picking por voz en la cadena logística: el caso de empresa anglo del brasil / RJ”***, Los rápidos cambios que vienen en el mercado consumidor, con clientes cada vez más exigentes, menos tolerantes a errores y exigiendo cada vez más un mayor nivel de servicio por parte de las empresas, además de la necesidad de entregas más rápidas, reducción de costes y las presiones para la reducción de los niveles de stock, son algunos de los puntos que demuestran la importancia de la investigación sobre el almacenamiento y separación (picking) de productos acabados en los sistemas logísticos. El objetivo de este artículo es analizar y comprender la actuación del sistema de picking by voice en la cadena logística, demostrando los beneficios herramienta para el proceso como un todo. Para ello se llevó a cabo una investigación descriptiva y exploratoria para estudiar los beneficios obtenidos por la empresa Anglo do Brasil RJ, después de la implantación del sistema de picking por voz (colecta y separación de productos en stock, por un sistema de voz). La investigación busca demostrar las ganancias observadas en la operación logística, tales como el aumento de la productividad 128% en la operación, reducción de costos del 20%, reducción de errores de separación de pedidos en 3,35%, aumento en la exactitud de inventario y reducción en el índice de devolución de entregas en un 3,49%.

Gley [7] en su investigación ***“Sistemas de automatización en el proceso de separación de pedidos en un almacén: Un estudio de aplicación del Voice Picking aumentaron el nivel de servicio de la empresa ante sus clientes internos y externos”***, Las organizaciones buscan mejorar acciones y recursos para que puedan intensificar la oferta y la disponibilidad de productos y servicios al mercado, el área de almacenamiento responde por el 20% de los costos logísticos e invertir en la separación de pedidos permite agilizar el movimiento de mercancías sin que haya desgaste y grandes desplazamientos de los actores del proceso. El estudio presentado consistió en un análisis bibliográfico seguido de un estudio de caso en un Centro de Distribución en la ciudad de Guarulhos, que atiende las tiendas al por menor de su red en la Grande São Paulo. El estudio pasa por el proceso y sus resultados de forma comparativa tras la implantación del sistema de separación por voz denominado Voice Picking. Con la aplicación de la tecnología citada fue posible percibir ventajas dentro de la operación, ofreciendo ganancias competitivas para la empresa, tales como, la mejora de la confiabilidad, reducción de los costos, tiempos y minimización de los errores durante la separación y despacho de mercancías.

2.2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.2.1. REINGENIERÍA

2.2.1.1. Reingeniería: Según [8] Es el rediseño de procesos productivos realizando modificaciones en dichos procesos, los cuales van a repercutir en el rendimiento medio de costes, tiempo de ciclo, calidad del servicio y calidad del producto.

Según [9] Es la revisión fundamental y el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costo, calidad, servicios y rapidez.

2.2.1.2. Indicadores Logísticos: Según [10] Los indicadores logísticos son relaciones de datos numéricos y cuantitativos aplicados a la gestión logística que permite evaluar el desempeño y el resultado en cada proceso. Incluyen los procesos de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución, entregas, facturación y los flujos de información entre los socios de negocios.

Objetivos de los indicadores son:

- Identificar y tomar acciones sobre los problemas operativos.
- Medir el grado de competitividad de la empresa frente a sus competidores nacionales e internacionales.
- Satisfacer las expectativas del cliente mediante la reducción del tiempo de entrega y la optimización del servicio prestado.
- Mejorar el uso de los recursos y activos asignados, para aumentar la productividad y efectividad en las diferentes actividades hacia el cliente final.
- Reducir gastos y aumentar la eficiencia operativa.
- Compararse con las empresas del sector en el ámbito local y mundial (Benchmarking).

2.2.1.3. Indicadores a utilizar:

Estos 2 indicadores me permitirán poder conocer el nivel de cumplimiento del despacho que se realiza en el almacén y el segundo indicador me permitirá conocer el % de devoluciones que se viene generando por parte de los clientes

Tabla 1. Indicador de nivel de efectividad

Indicador	Descripción	Fórmula
Nivel de efectividad	Consiste en conocer el nivel de efectividad de los pedidos solicitados por los clientes en cuanto a los pedidos enviados en un periodo determinado.	$\text{Nivel de efectividad} = \frac{\text{Número de pedidos entregados}}{\text{Número total de pedidos solicitados}} \times 100$

Fuente: Ballou

Tabla 2. Indicadores de nivel de devoluciones

Nivel de devoluciones	Consiste en conocer que tanto se está devolviendo un pedido a la de ser entregado	$\text{Nivel de devoluciones} = \frac{\text{Pedidos devueltos S/}}{\text{Número total de pedidos solicitados S/}} \times 100$
-----------------------	---	---

Fuente: Baptiste

2.2.2. INVENTARIOS

2.2.2.1. Inventarios: Según [11] Inventario es una relación detallada de los materiales, productos, mercancías, entre otros, que tiene la empresa almacenados y clasificados según categorías. El objetivo del inventario es conocer la situación exacta de los materiales, comprobar si coinciden las unidades físicas y las contables, localizar materiales obsoletos o deteriorados, concretar las necesidades de espacio e instalaciones, etc.

2.2.2.2. Aprovisionamiento: Según [12] Aprovisionamiento se ejecuta con la finalidad de seleccionar, adquirir y almacenar las materias primas necesarias en el proceso productivo. El objetivo del aprovisionamiento es minimizar los costes (minimizar la inversión en inventarios, reducir al máximo los costes de almacenamiento, minimizar las pérdidas por daños, por obsolescencia y por artículos percederos, minimizar los costes salariales del departamento) y maximizar el servicio (conseguir un inventario suficiente para que la producción no se vea afectada por desabastecimiento de materiales primas y demás suministros, optimizar la inversión para que la producción no carezca de materiales primas y otros materiales, tener un sistema eficiente de información de inventarios, mantener un sistema eficiente de transporte de los inventarios).

2.2.2.3. Volumen Óptimo de Pedido (VOP): Según [13] Volumen óptimo de pedido se obtiene en el punto en que se igualen los costes de posesión y los de gestión de pedidos, para ello parte de los supuestos de venta que son perfectamente conocidos y además se distribuyen uniformemente a lo largo del año.

2.2.2.4. Punto de Pedido: Según [11] Punto de Pedido es el nivel de stock en el que se establece o efectúa el pedido. Es decir, es la cantidad de existencias que, una vez alcanzada, obliga a emitir un nuevo pedido de reposición.

2.2.2.5. Stock de Seguridad: Según [11] Stock de seguridad es aquella parte del stock total que se mantiene en almacén por encima del stock normal. El objetivo es hacer frente

a las posibles demoras en los suministros de los proveedores y a las demandas anormalmente altas en determinados días o temporadas.

2.2.3. ALMACÉN

2.2.3.1. Almacén: Según [11] Almacén es el lugar donde se guardan las cosas, para poder disponer de ellas en el momento adecuado. El almacén tiene como objetivo efectuar las operaciones y actividades necesarias para suministrar los materiales o productos en condiciones óptimas de uso y en el momento oportuno, de manera que se eviten paralizaciones por falta de ellos o inmovilizaciones de capitales por su acumulación.

2.2.3.2. Zonas del Almacén (layout): Según [11] se alude al diseño y organización de almacena si como los elementos constitutivos de los mismos. A la hora de realizar el diseño del almacén se debe buscar el modo más eficiente para mejorar los productos que se encuentran en él.

2.2.4. TRANSPORTE

2.2.4.1. Transporte: Según [11] Transporte conjunto de actividades que nos permiten el traslado de los materiales y productos terminados de los proveedores a la empresa, y de ella a los clientes, de forma que lleguen a su destino en las condiciones pactadas.

2.2.4.2. Modelos de Transporte: Según [11] Los modelos de transporte se plantean para determinar cuántos artículos se deben enviar desde cada fábrica o almacén a cada consumidor o almacén, con el mínimo coste.

2.2.4.3. Proceso de Distribución: Según [11] Distribución es el conjunto de actividades que permiten el traslado de productos y servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo. Incluye las actividades de la empresa que pone el producto a disposición de los consumidores meta.

2.2.4.4. Proceso de Comercialización: Según [10] Comercialización es la realización de actividades comerciales que orientan el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario con el fin de satisfacer a los clientes y realizar los objetivos de la empresa.

La comercialización debe comenzar con el cliente y no con la producción, debe determinar si fabricarán, incluyendo las decisiones acerca del desarrollo, el diseño y el envasado del producto; que precios cobrarán, así como las políticas de crédito y cobranzas; donde se hará la publicidad de los productos y se los venderá.

2.2.5. COSTES LOGÍSTICOS

2.2.5.1. Coste Logístico: Según [14] Los costos logísticos agrupan todos los costos adheridos a las funciones de la empresa que gestionan y controlan los flujos de materiales la información asociada a estos. Y los conceptos sobre los que se aplican estos costos son:

- De aprovisionamiento, representados por el costo de los pedidos.
- De almacenamiento, representados por los costos del espacio, instalaciones, manipulación y tenencia de inventarios.
- De distribución, representados por los costos de transporte y entrega.
- De la información asociada, representados por los costos de la administración de la logística.

2.2.5.2. Costes de Almacenamiento y Distribución: Según [11] Los costes de almacenamiento y distribución son todos los costes que comprenden como: coste del espacio, amortización de equipos, costes financieros, costes derivados de comunicaciones, costes de manipulación, costes de distribución, costes del transporte.

2.2.5.3. Clasificación de los Costes: Según [11] La clasificación de los costes está dividida en dos partes, según su asignación a los productos (directos e indirectos), según su relación con los niveles de actividad (variables y fijos).

2.2.6. UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS CAUSAS:

2.2.6.1. Pareto: Según [15] Si un problema tiene diversas causas identificadas, el 20% de ellas resuelven el 80% del problema, en tanto que el 80% de las causas solo se resuelven el 20%. Ello significa que reducir los problemas más significativos provocara una mejora general, que reducir los pequeños.

2.2.6.2. Ishikawa: Según [16] Es una herramienta grafica utilizada en empresas que ofrece una visión global de las causas que han generado un problema y de los efectos que este ha provocado. Como las causas están jerarquizadas, es posible identificar de manera concreta las fuentes del problema.

2.2.7. UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS LOGÍSTICAS COMO MODELOS DE INVENTARIOS:

2.2.7.1. Clasificación ABC: Según [17] Es un sistema de clasificación de los productos para fijarles un determinado nivel de control de existencia; para con esto reducir tiempos de control, esfuerzos y costos en el manejo de inventarios.

2.2.7.2. Lote económico óptimo a pedir: Según [17] Es un modelo de cantidad fija que toma en cuenta la demanda optima del producto para ello su fórmula a utilizar donde: D= tasa de demanda (unidades/año), R= punto de reorden (unidades), T= tiempo de un periodo (días), L= tiempo de entrega (días), T= tiempo planeado (1 año)

2.2.7.3. Punto de pedido o punto de reorden: Según [13] Es un modelo que permite determinar un intervalo fijo óptimo para llevar a cabo las revisiones del inventario; entonces cada vez que se ordena la diferencia entre algún máximo y la cantidad que se tiene. Y sus formula qe utiliza es la demandad durante el tiempo de espera más el stock de seguridad.

2.2.7.4. Stock de seguridad: Según [17] Es la cantidad de inventario que es conte almacenar debido a situaciones imprevistas, tales como atraso en la entrega de las ordenes colocadas, demora en el inicio de una producción o bien por una demanda más grande de la prevista.

2.2.8. UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DE DISTRIBUCIÓN

2.2.8.1. Método guerchett: Según [18] El método guerchett es un método muy usado para la determinación de las áreas de una distribución de planta, de manera general, para cuyo efecto se debe tener en cuenta una serie de factores a fin de obtener una estimación del área requerida por sección.

El método considera tres áreas para la determinación del área total, el cual se puede apreciar en el siguiente cuadro de la tabla 3.

Tabla 3. Cuadro de elementos y dimensiones

Elementos	Dimensiones
Móviles e inmóviles	Superficie estática (Ss)
	Superficie gravitacional (Sg)
	Superficie de evolución (Se)
	Sumatoria de superficie (ST)
	Constante (k)
	Número de elementos (n)
	Número de lados del elemento (N)
	Largo (L)
	Ancho (A)
	Altura (h)

Fuente: Diseño y control de la producción

2.2.8.2. Método SLP: Según [19] El método SLP (systematic layout planning) es un método que muy fácil y claro de realizar un procedimiento sistemático de los departamentos y áreas claramente definidas mediante la matriz triangular para relacionar actividades, como se puede observar en la siguiente figura 1, valores de aproximación en la figura 2, razones de los valores de proximidad figura 3, fórmula de áreas de trabajo figura 4, diagrama relacional de espacios figura 5.

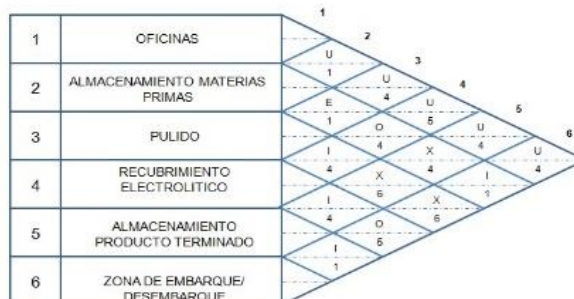


Figura 1. Matriz triangular para relacionar actividades

A	ABSOLUTAMENTE NECESARIO	=====	4
E	ESPECIALMENTE IMPORTANTE	=====	3
I	IMPORTANTE	=====	2
O	ORDINARIA O NORMAL	=====	1
U	SIN IMPORTANCIA		0
X	INDESEABLE	~~~~~	-1
XX	MUY INDESEABLE	~~~~~	-2

Figura 2. Valores de aproximación

1. Flujo de materiales.	7. Frecuencia de contacto
2. Contacto personal.	8. Urgencia de servicio.
3. Utilizar mismo equipo.	9. Costo de distribución de servicios.
4. Usar información común.	10. Utilizar mismos servicios.
5. Compartir personal.	11. Grado de intercomunicación.
6. Supervisión o control.	12. Otros.

Figura 3. Razones de los valores de proximidad

Área de trabajo	Fórmula
Área estática(Ss)	$L \times A$
Área gravitacional (Sg)	$Ss \times N$
Área de evolución(Se)	$(Ss+Sg) \times K$
Constante (K)	(Altura promedio de los móviles)/(2 x altura promedio de los inmóviles)
Área total (St)	$Ss + Sg + Se$

Figura 4. Fórmula de áreas de trabajo

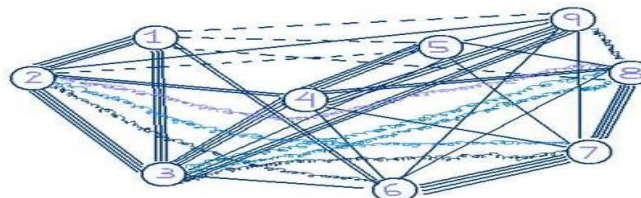


Figura 5. Diagrama relacional de espacios

2.2.9. Tecnologías de voz para operaciones logísticas:

Según [20] Los sistemas dirigidos por voz utilizan el reconocimiento y la síntesis del habla para convertir datos del ordenador central en instrucciones habladas para el operario, y para convertir también las respuestas habladas del operario en datos para el ordenador central. Las transmisiones se envían a través de una red de radiofrecuencia que conecta el ordenador central al terminal que el operario lleva en un cinturón; unos auriculares le permiten oír las instrucciones y hablar con el sistema en el sentido literal de la expresión. Este proceso de comunicación se repite cada vez que un operario y el ordenador central intercambian información. El resultado es un diálogo en tiempo real entre el sistema y el operario.

III. RESULTADOS

3.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

3.1.1. Reseña Histórica de la Empresa

La distribuidora “Consumo Masivo S.A.C.” es una empresa que viene funcionando desde el 2005 como modelo de franquicia creado por la marca Alicorp, iniciando sus operaciones en Ventanilla, Callao y Los Olivos en la región Lima.

En el año 2014 trasladó sus operaciones a la ciudad de Chiclayo atendiendo inicialmente a 3500 clientes. Actualmente la distribuidora atiende a 5500 clientes a los cuales se les ha facturado en el último año S/. 45 287 628,17 soles sólo en la región de Lambayeque.

Se dedica a la venta de productos como harina para pan, fideos, galletas, aceites, detergentes

3.1.2. Principios axiológicos de la empresa

3.1.2.1. Misión: Ser líderes en el mercado regional y tener líderes estratégicos.

3.1.2.2. Visión: Ser en la región una distribuidora modelo del grupo Alicorp, ya que todas las distribuidoras no tienen el mismo preforman

3.1.2.3. Valores: Ser una empresa que llegue a transmitir confianza y respeto a todos nuestros clientes y trabajadores de la empresa, así como también el incentivar ayudas humanitarias a los que más necesitan para inculcar valores a los colaboradores de la empresa.

3.1.3. Organigrama

En la Figura 6, se muestra cómo está conformada la estructura organizacional de la empresa dependiendo de cada una de sus jerarquías que la comandan.

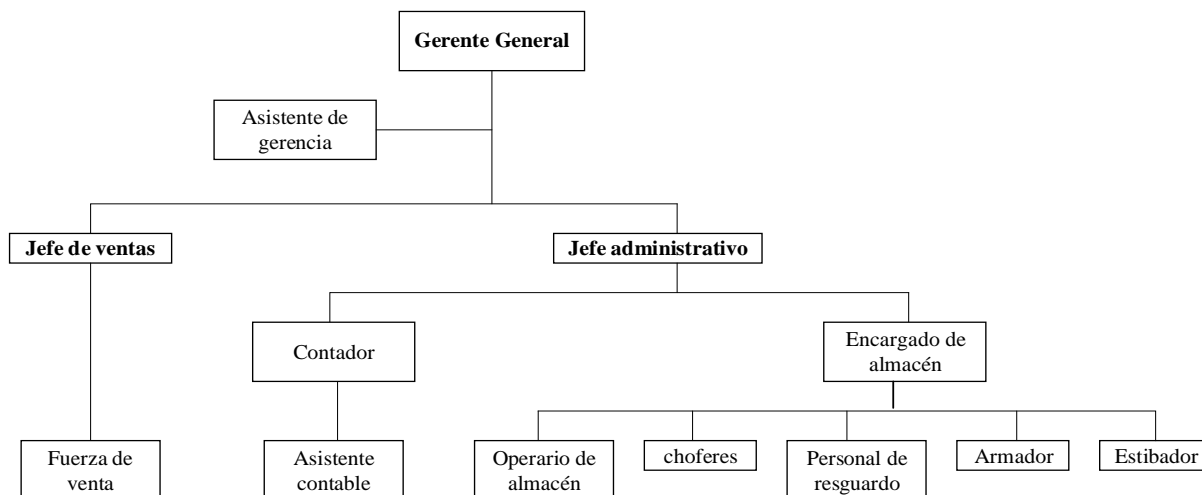


Figura 6. Organigrama de la distribuidora Consumo Masivo S.A.C
Fuente: Consumo Masivo S.A.C.

3.1.4. Número de empleados:

El número de empleados de la empresa Consumo Masivo S.A.C está dividido en 2 locales: el local administrativo, ubicado en la urbanización santa victoria y el local del almacén ubicado en la carretera Chiclayo-Pomalca.

3.1.4.1. Local Administrativo:

La tabla 4 muestra el número de personas laboran en cada área en su local administrativo comercial ubicado en la urb. Santa Victoria Chiclayo.

Tabla 4. Local administrativo - Santa Victoria

AREAS	TRABAJADORES
Área administrativa	
Gerente	1
Asistente de gerencia	1
Área de ventas	
Jefe de ventas	1
Fuerza de ventas	35
Área Contable	
Contador	1
Auxiliar contable	1
Total	40

Fuente: Consumo masivo S.A.C.

3.1.4.2. Local del almacén:

En la tabla 5 muestra el número de personas laboran en el local del almacén que se encuentra ubicado en la carretera Chiclayo-Pomalca.

Tabla 5. Local del almacén - Carretera Chiclayo-Pomalca

AREAS	TRABAJADORES
Área Contable	
Contador	2
Área Almacén	
Operario de almacén	3
Área Transporte	
Chofer	10
Auxiliar de reparto/Estibador	3
Seguridad de transporte	1
Armador	1
Total	20

Fuente: "Consumo Masivo S.A.C."

3.1.5. Principales funciones realizadas por el personal

A través de entrevistas practicadas a los trabajadores de las distintas áreas de la empresa, se ha podido determinar las principales funciones desarrolladas en cada puesto de trabajo.

3.1.5.1. Funciones de la empresa:

3.1.5.1.1. Área Administrativa

Gerente: Funciones

- ✓ Revisión de cuenta bancaria de pago de los productos vendidos
- ✓ Revisión cuadros de caja
- ✓ Revisión de cuadros de almacén-inventarios
- ✓ Coordina con el jefe de ventas la parte operativa del área comercial

Asistente de gerente: Funciones

- ✓ Hacer los pagos de la empresa
- ✓ Revisión de pagos junto con el contador

3.1.5.1.2. Área Ventas

Jefe de Ventas: Funciones

- ✓ Dirige, organiza y controla a toda la fuerza de ventas
- ✓ Prepara planes y presupuestos de ventas
- ✓ Revisa cuotas de toda la fuerza de ventas
- ✓ Capacita, compensa y guía a toda la fuerza de venta

Fuerza de Venta: Funciones

- ✓ Programación de clientes
- ✓ Visita a clientes
- ✓ Mantener las ventas de la empresa siempre optimas

3.1.5.1.3. Área Contable

Contador: Funciones

- ✓ Contabiliza comprobantes mediante registro numérico
- ✓ Verifica facturas recibidas de los proveedores
- ✓ Asesora al gerente sobre los planes económicos y financieros

Auxiliar contable: Funciones

- ✓ Recibe, examina, codifica y efectúa el registro contable
- ✓ Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros

3.1.5.2. Funciones en el Almacén:

3.1.5.2.1. Área Administrativa

Contador: Funciones

- ✓ Contabiliza los diferentes comprobantes mediante registro numérico
- ✓ Verifica las facturas recibidas
- ✓ Registra cada mes los libros contables de compra y venta

3.1.5.2.2. Área de Almacén

Operario de Almacén: Funciones

- ✓ Rotación de mercadería
- ✓ Verificación de fechas de vencimiento
- ✓ Separación de merma (productos vencidos, rotos o en mal estado)
- ✓ Apilamiento de mercadería
- ✓ Distribución de mercadería por sectores
- ✓ Separación de vales de carga
- ✓ Verificación de conformidad de los productos al término del llenado de carga
- ✓ Orden y limpieza

Estibador: Funciones

- ✓ Verificación de mercadería
- ✓ Carga y descarga de reparto
- ✓ Liquidación de vales de cargas

3.1.5.2.3. Área de Transporte

Chofer: Funciones

- ✓ Transporta la mercadería a su destino final

Auxiliar de reparto: Funciones

- ✓ Carga y descarga productos del almacén
- ✓ Liquidación de vales de carga

Seguridad de reparto: Funciones

- ✓ Cuida que el producto llegue seguro a su destino final

Armador:

- ✓ Ordena los productos de acuerdo al recorrido de reparto y prioridad del producto

3.1.6. Remuneración de trabajadores y beneficios sociales

3.1.6.1. Costo de fuerza de venta:

En la tabla 6 muestra el costo que tiene cada uno de los trabajadores que laboran en el área de ventas del local ubicado en urb. Santa Victoria Chiclayo. Con respecto al sueldo mensual de la fuerza de venta es 1200+550soles adicionales por bonos de productividad o ventas realizadas, dando un total de 1750 soles como se muestra en la tabla.

Tabla 6. Costos de fuerza de venta

N°	Trabajadores	Sueldo mensual (S/.)	Sueldo Anual (S/.)
1	Jefe de ventas	5000	60 000
35	Fuerza de ventas	1750	61 250
TOTAL		6750	121 250

Fuente: Consumo masivo S.A.C.

Elaboración: Propia

3.1.6.2. Costo de trabadores administrativos:

En la tabla 7 muestra el costo que tiene cada uno de los trabajadores que laboran en el área de administrativa del local ubicado en urb. Santa Victoria Chiclayo.

Tabla 7. Costos de trabajadores administrativos

N°	Trabajadores	Sueldo Mensual (S/.)	Sueldo anual (S/.)
1	Gerente General	8000	96 000
1	Asistente de gerencia	3500	42 000
1	Contador	1700	20 400
1	Auxiliar contable	1500	18 000
TOTAL		14 700	176 400

Fuente: Consumo masivo S.A.C.

Elaboración: Propia

3.1.6.3. Costo de trabajadores de reparto:

En la tabla 8 muestra el costo que tiene cada uno de los trabajadores de reparto que laboran en el local ubicado en Chiclayo-Pomalca.

Tabla 8. Costos de trabajadores de reparto

N°	Trabajadores	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
10	Conductor/Choferes	12 000	144 000
10	Armador o auxiliar de reparto	11 000	132 000
30	Estibador	30 000	360 000
10	Seguridad de transporte	10 800	129 600
Tota		63 800	765 600

Fuente: Consumo masivo S.A.C.

Elaboración: Propia

3.1.6.4. Beneficios sociales de local administrativo

En la tabla 9 se muestran los beneficios sociales correspondientes al sueldo de los trabajadores del local administrativo, sacado de la ley N° 30334 [21].

Tabla 9. Beneficios sociales local administrativo

Trabajadores	Cantidad	Sueldo mensual (S/.)	Sueldo anual (S/.)	Gratificaciones	Seguros de vida	Aporte obligatorio al fondo de pensiones	CTS	Comisión variable	Prima de seguros	TOTAL (S/.)
Gerente General	1	8000	96 000	16 224	12 480	9600	7968	1536	1152	144 960
Asistente de gerencia	1	3500	42 000	7098	5460	4200	3486	672	504	63 420
Contador	1	1700	20 400	3447,6	2652	2040	1693,2	326,4	244,8	30 804
Auxiliar contable	1	1500	18 000	3042	2340	1800	1492	288	216	27 180
Jefe de ventas	1	5000	60 000	10 140	7800	6000	4980	960	720	90 600
Fuerza de ventas	35	1750	61 250	10 351,25	7962,5	6125	5083,75	980	735	92 487,5
TOTAL (S/.)										44 9451,5

Fuente: Ley N° 30334 (Gratificaciones legales y la disponibilidad de la Compensación por Tiempo de Servicios)

3.1.6.5. Beneficios sociales de local del almacén

En la tabla 10 se muestran los beneficios sociales correspondientes al sueldo de los trabajadores del local del almacén, sacado de la ley N° 30334 [21].

Tabla 10. Beneficios sociales local del almacén

Trabajadores	Cantidad	Sueldo mensual (S/.)	Sueldo anual (S/.)	Gratificaciones	Seguros de vida	Aporte obligatorio al fondo de pensiones	CTS	Comisión variable	Prima de seguros	TOTAL (S/.)
Conductor	10	12 000	144 000	24 336	18 720	14 400	11 952	2304	1728	217 440
Armador o auxiliar de reparto	10	11 000	132 000	22 308	17 160	13 200	10 956	2112	1584	199 320
Estibador	30	30 000	360 000	60 840	46 800	36 000	29 880	5760	4320	543 600
Seguridad de transporte	10	10 800	129 600	21 902,4	16 848	12 960	10 756,8	2073,6	1555,2	195 696
TOTAL (S/.)										1 156 056

Fuente: Ley N° 30334 (Gratificaciones legales y la disponibilidad de la Compensación por Tiempo de Servicios)

3.1.6.6. Costos de almacenamiento

En la tabla 11 muestra el costo de almacenamiento de forma global el cual se toma en cuenta el costo del personal, maquinaria, limpieza, suministros, infraestructura; depreciación de maquinaria. Con lo que respectan costos de demora y costos de daños por merma los datos están en la pag 45 que son M1 y M2.

Tabla 11. Costos de almacenamiento

	PERSONAL	Número de trabajadores	Monto mensual (S/.)
	PERSONAL	Estibador	30
Conductor/chofer		10	12 000
Armador / Auxiliares de reparto		10	11 000
Seguridad de transporte		10	10 800
Jefe de almacén		1	3000
Auxiliar de almacen		1	1800
Vigilante		2	1800
Total			70 400
	MAQUINARIA	Número de maquinaria	Monto mensual (S/.)
	MAQUINARIA	Mantenimiento de carretilla hidraulica	2
Depreciación de carretilla hidraulica		2	15
Pallet		220	3960
Total			4125
	LIMPIEZA	Número de limpieza	Monto mensual (S/.)
	LIMPIEZA	Mantenimiento de almacén	1
Total			1100
	SUMINISTROS	Número de suministros	Monto mensual (S/.)
	SUMINISTROS	Luz	1
Agua		1	150
Internet		1	150
Telefono		1	150
Total			1350
	INFRAESTRUCTURA	Número de infraestructura	Monto mensual (S/.)
	INFRAESTRUCTURA	Infraestructura almacenamiento	1
Depreciación de infraestructura almacenamiento		1	65
Total			1365
	MERMAS		
	MERMAS	Productos vencidos	31093
Productos en malas condiciones		26372	97 439
Total			212 320
TOTAL MENSUAL (S/.)			290 660
TOTAL ANUAL (S/.)			3 487 920

Fuente: Consumo Masivo S.A.C

3.1.6.7. Costos de combustible

En la tabla 12 muestra el costo de combustible de 12 camiones según su tonelaje varia y este a su vez es llenado 2 veces por semana (miércoles y sábado).

Tabla 12. Costos de combustible

Costo de combustible						
N° de Camiones	Capacidad (T)	Costo	Semanal	mensual	Anual	Total (S/.)
3	10	340	2	4	12	97 920
4	5	232	2	4	12	89 088
3	3	185,6	2	4	12	53 452,8
Total						240 460,8

Fuente: “Consumo masivo S.A.C”

Elaboración: Propia

3.1.6.8. Costos de mantenimiento

En la tabla 13 muestra el costo de mantenimiento de cada camión, esto incluye cambio de aceite y cambio de llanta el cual varía según tonelaje y especificaciones de cada auto para su mantenimiento.

Tabla 13. Costos de mantenimiento

Costo de Mantenimiento				
N° de Camiones	Capacidad (T)	Kilometraje (Km)	Costo mensual (S/.)	Costo anual (S/.)
3	10	5000	3600	43 200
4	5	5000	4000	48 000
3	3	5000	2400	28 800
Total			10 000	120 000

Fuente: “Consumo masivo S.A.C”

Elaboración: Propia

3.1.6.8. Costos de oportunidad

El costo de oportunidad es el valor del área de almacenamiento sea propio o de alquiler por el cual se obtiene ingresos económicos, la empresa cuenta con un área dentro de su almacén de 1135.6 m², el cual además cuenta con 220 pallet en almacén y costo de metro cuadrado 36 soles, teniendo estos datos podemos hallar nuestro costo de oportunidad.

-Costos de oportunidad almacén= $(1135.6\text{m}^2 \times 36 \text{ soles/m}^2) / 220\text{unid} = 185.83$ soles/unidad.

-Costo de oportunidad producto= (artículos estáticos 339 artículos C = S/. 2,654,368.38 *50% de los artículos C que permanecen estáticos*12% tasa GNB (anexo 18) por mantenerlo guardado por un año) = 159 262,10 soles.

3.1.7. Clasificación ABC

La empresa cuenta actualmente con 529 tipos de productos, para ello se ha creído conveniente realizar una clasificación ABC de sus productos y determinar cuáles son de mayor rotación, como forma demostrativa de cómo viene manejando la empresa su almacén y de esta forma saber que productos se deben priorizar según su tipo y movimiento. Para ello se divide el % de participación de cada producto el cual es dato proporcionado por la empresa; entre cantidad de cajas movidas de cada item.

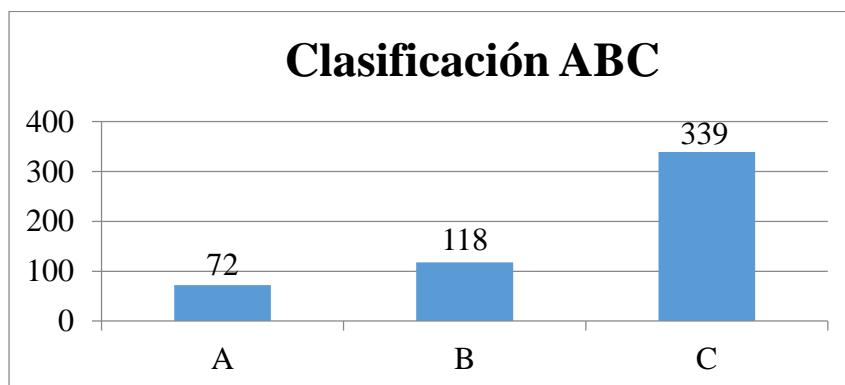


Figura 7. Clasificación ABC

Como se puede apreciar en la Figura 7 los productos que se encuentran con mayor rotación son alrededor 72 productos que son la clase A, mediana rotación 118 productos que vienen hacer la clase B y menor rotación con 339 productos que viene hacer la clase C, ayudando de esta manera a ordenar el almacén para su optimo desempeño, Anexo 7.

3.1.8. Modelo de lote económico de punto óptimo de pedido

Este método nos permite determinar la demanda óptima que debe pedir por cada producto que se encuentra en el almacén, el cual se ha utilizado con la finalidad de saber cómo mantener el costo de inventario y el costo de ordenar el pedido equilibrando la salida de cada producto; debido a que son 529 productos se ha creído conveniente ponerlo en el anexo 7, formula Anexo 19.

3.1.9. Demanda durante el lead time

La demanda del lead time es el tiempo que va demorar una entrega de un producto determinado, para ello se ha determinado mediante la multiplicación de la demanda diaria por el plazo de aprovisionamiento, debido a que son 529 productos se ha creído conveniente ponerlo en el anexo 7 para que se pueda apreciar la demanda de cada producto, formula Anexo 20.

3.1.10. Punto de pedido o punto de reorden

El punto de pedido es la necesidad de realizar una orden de reabastecimiento, y esto se realiza mediante la multiplicación de la demanda durante el lead time por el stock de seguridad que en este cado es 5% [22], debido a que son 529 productos se ha creído conveniente ponerlo en el anexo 7 para que se pueda apreciar el punto de pedido de cada producto, formula Anexo 21.

3.1.11. Infraestructura del almacén

Se ha realizado el diseño del almacén actual, para tener un panorama más amplio de cómo está distribuido los productos en el almacén. En la zona 1 se almacenan las harinas industriales, en la zona 2 se almacenan las galletas, dulces y refrescos, en la zona 3 se almacenan los aceites y cremas, mientras que en la zona 4 se almacenan jabones y detergentes y por último en la zona 5 se almacenan los fideos y margarinas donde existen 2 frigoríficos para que la margarina no se malogre debido a la variación de temperatura que puede afectar el producto y deteriorar su estado. Cuentan además con dos apiladoras de uñas que transportan el producto final.

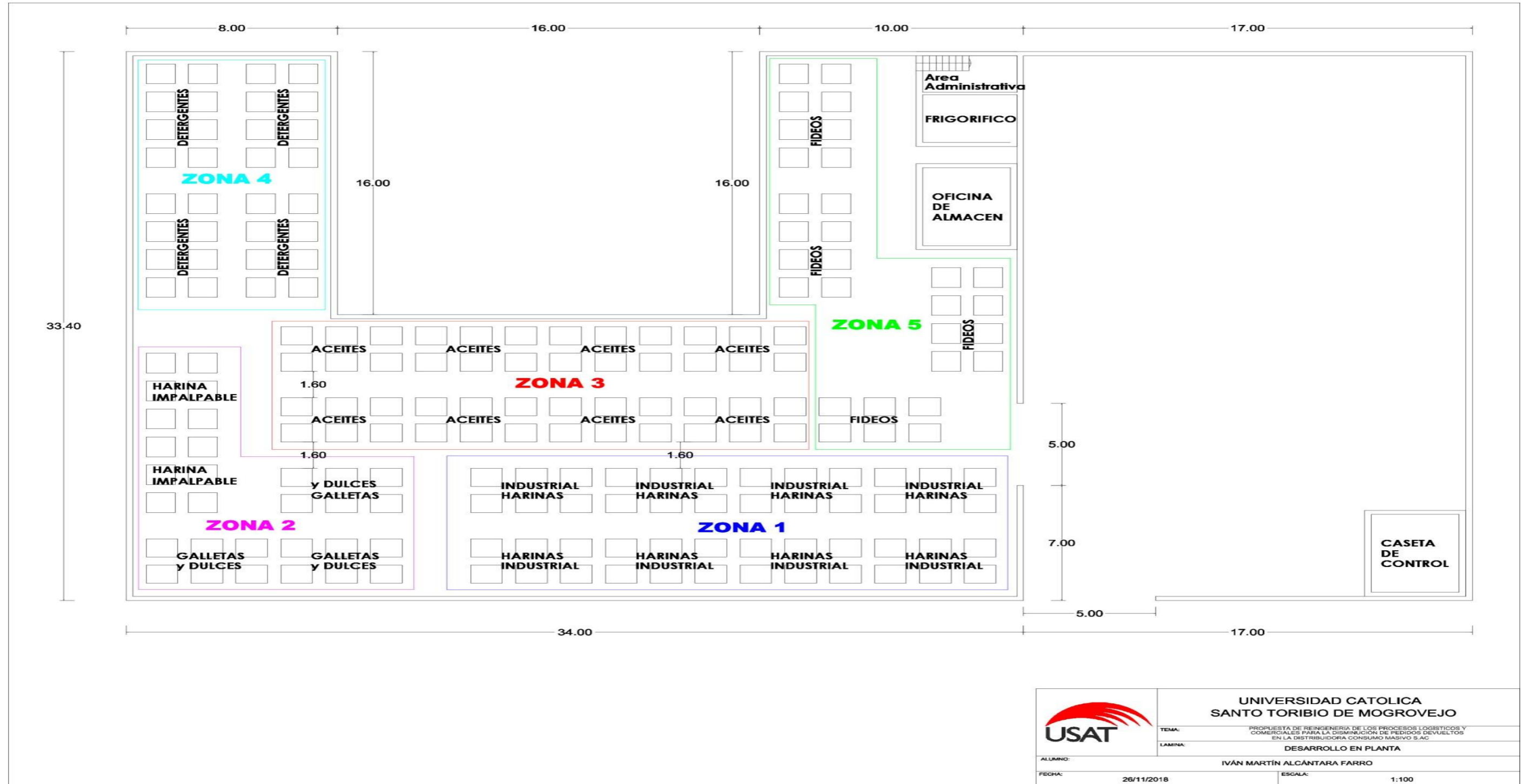


Figura 8. Diseño de almacén actual

	UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO	
	TEMA:	PROPUESTA DE REINGENIERIA DE LOS PROCESOS LOGISTICOS Y COMERCIALES PARA LA DISMINUCION DE PEDIDOS DEVUELTOS EN LA DISTRIBUIDORA CONSUMO MASIVO S.A.C.
LAMINA:	DESARROLLO EN PLANTA	
ALUMNO:	IVÁN MARTÍN ALCÁNTARA FARRO	
FECHA:	26/11/2018	ESCALA: 1:100

3.1.12. Flujograma de proceso de venta

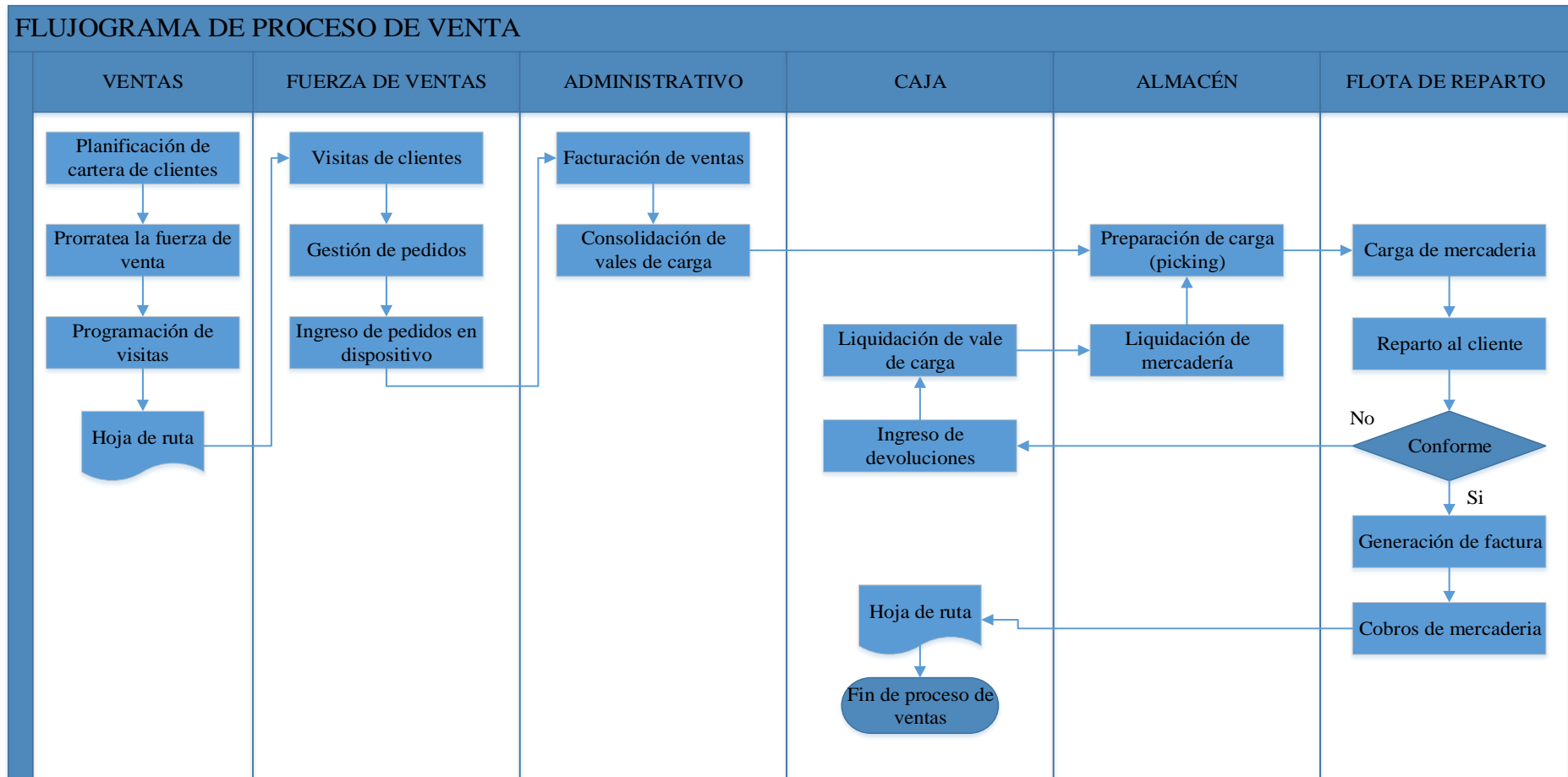


Figura 9. Flujograma de proceso de venta

En el flujograma se detalla el proceso de ventas, con la finalidad de poder entender la forma de operar la empresa, desde el inicio una venta hasta que se pide el producto y su entrega final como un panorama general al concretarse una venta.

3.1.12.1. Ventas

3.1.12.1.1. Planificación de cartera de clientes: Llevado a cabo por el jefe de venta, encargado de programar las visitas diarias, para la fuerza de ventas a las distintas zonas del territorio de Chiclayo. El objetivo de DEX es que su fuerza de ventas en el transcurso del día sea un 90% efectivo en sus visitas programadas.

3.1.12.1.2. Prorratea la fuerza de venta: Distribuye a la fuerza de ventas a los distintos lugares de Chiclayo con la finalidad de vender sus productos de la marca ALICORP.

3.1.12.1.3. Programación de visitas: Se detallan las direcciones de los clientes que irán hacer el recorrido la fuerza de venta.

3.1.12.1.4. Hoja de Ruta: Se emite una hoja a cada uno de los trabajadores de la fuerza de ventas como ayuda o guía para su recorrido.

3.1.12.2. Fuerza de venta

3.1.12.2.1. Visita de clientes: La fuerza de venta visita a sus clientes programados, además de hacer recorridos de otros potenciales clientes a diferentes lugares de esa zona o fuera de ella.

3.1.12.2.2. Gestión de Pedidos: Se realiza la preventa en función al catálogo de familia de productos pedidos por los clientes.

3.1.12.2.3. Ingreso de pedidos en dispositivo: La fuerza de venta agrega los pedidos de sus clientes visitados, mediante un dispositivo llamado intermec.

3.1.12.3. Administrativo

3.1.12.3.1 Facturación de ventas: Es la parte que se encarga de jalar los productos que ha hecho la fuerza de ventas y lo factura masivamente.

3.1.12.3.2 Consolidación de vales de carga: Son todos los productos que se han pre vendido para ser entregados al día siguiente por el transportista a las zonas de reparto.

3.1.12.4. Caja

3.1.12.4.1. Ingreso de devoluciones: Se ingresan todos los productos devueltos o devueltos por los clientes.

3.1.12.4.2. Liquidación de vale de carga: Operación realizada por la flota de reparto al término del día, donde se liquida en caja la mercadería no entregada o devuelta.

3.1.12.4.3. Entrega de dinero y documentación: Se entrega el dinero pagado de los productos por los clientes, junto con la boleta o factura.

3.1.8.4.4. Fin de procesos de ventas: Se pasan las boletas y las facturas pagadas a la computadora.

3.1.12.5. Almacén

3.1.12.5.1. Preparación de la carga (Picking): Se cargan los productos que saldrán a sus destinos correspondientes.

3.1.12.5.2. Liquidación de mercadería: Se entrega la mercadería que no ha sido despachada y se vuelve a preparar la carga para su nuevo envío.

3.12.6. Flota de reparto

3.12.6.1. Carga de mercadería: El personal de la flota de reparto, es el encargado de poner en orden los productos en el camión de reparto para su destino final.

3.12.6.1.1. Reparto al cliente: El camión de reparto sale a entregar los productos correspondientes ya sea por bloques o zonas establecidas dentro del perímetro establecido.

3.12.6.1.2. Generación de Factura: Se realiza la documentación donde se detalla los productos vendidos.

3.12.6.1.3. Cobros de Mercadería: Se realiza la recepción del dinero, conforme al monto obtenido de la factura o boleta realizada.

3.1.13. Flujograma de operaciones de trabajo

3.1.13.1. Flujograma de recepción

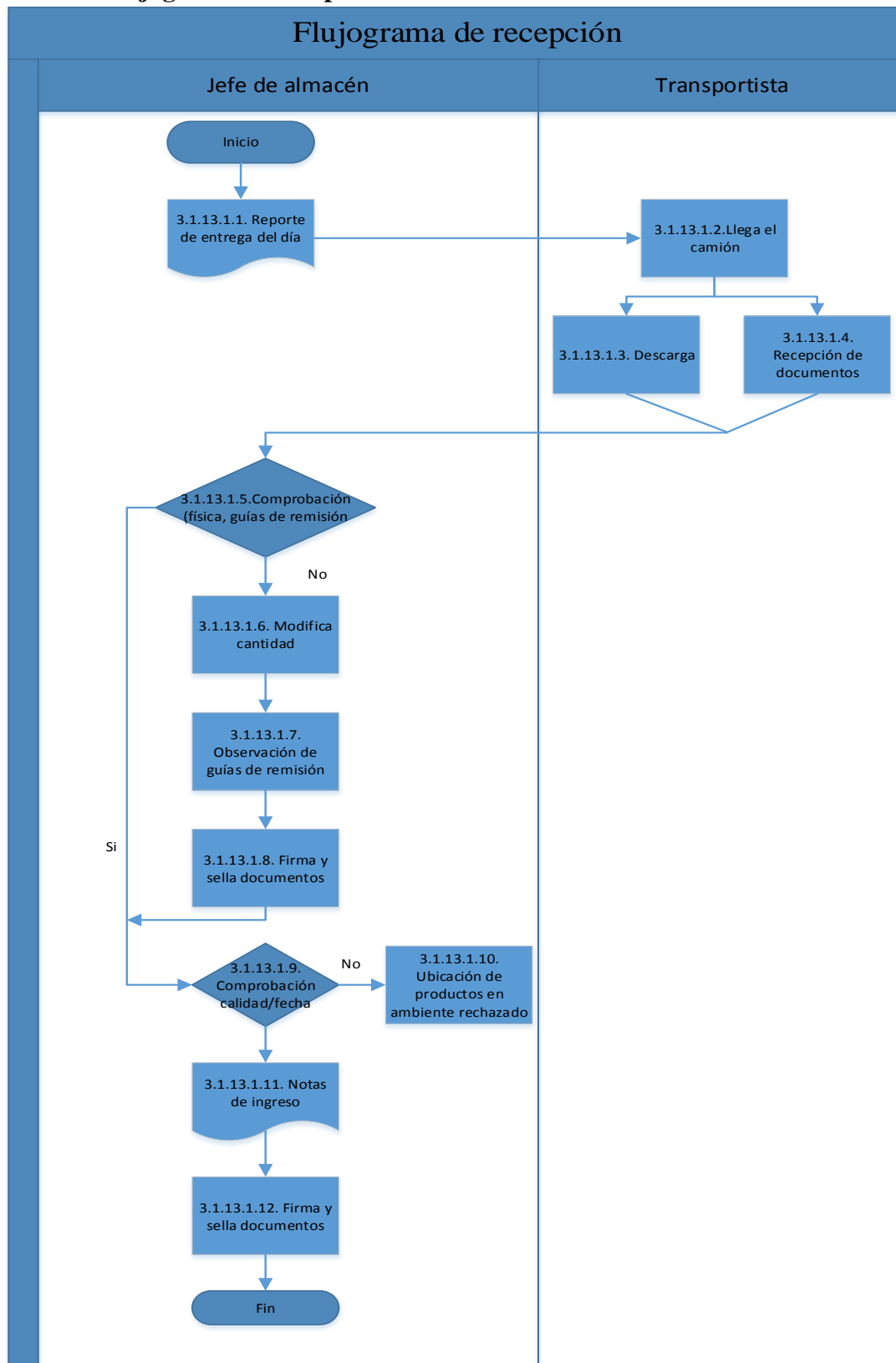


Figura 10. Flujograma de recepción

3.13.1.1. Reporte de entrega del día: El jefe de almacén recibe el reporte de entrega del día, con esta hoja verificara los productos a llegar al almacén.

3.13.1.2. Llega el camión: El transportista hace saber de su llegada al almacén al vigilante y este a su vez avisa al jefe de almacén para dar el permiso de entrada al carro.

3.13.1.3. Descarga: Una vez que ha ingresado el camión al almacén, procede este a descargar los productos sobre pallet.

3.13.1.4. Recepción de documentos: El transportista entrega los documentos que detalla los productos que está llevando.

3.13.1.5. Comprobación (física, guías de remisión): El jefe de almacén corrobora las existencias físicas con la información obtenida en las guías de remisión.

3.13.1.6. Modifica cantidad: Se procede a contabilizar las existencias en caso de no contar con todas las existencias pedidas, el jefe de almacén procede a cambiar el número existencias que se han descargado

3.13.1.7. Conservación de guías de remisión: Una vez comprobado y modificado la guía de remisión, se procede a archivar las guías de remisión, como evidencia de la compra y de existencia en almacén.

3.13.1.8. Firma y sella documentos: Si es que se modificó la cantidad que dicta la guía de remisión, se procede a corregir la guía y afirmar y sellar los documentos con la información correcta del total de productos, para dar conformidad a la modificación.

3.13.1.9. Comprobación calidad/fecha: Se procede a verificar el estado del producto y caducidad para que pase al almacén en óptimas condiciones o adecuadas.

3.13.1.10. Ubicación de productos en ambiente rechazado: Los productos que no han pasado la comprobación de calidad y fecha, son relegados hacia un espacio de aislamiento, para que estos no puedan alterar el estado de las otras existencias.

3.13.1.11. Notas de ingreso: Elabora entrada de los productos para que ingresen al almacén.

3.13.1.12. Firma y sella documentos: Firma y sella documentos y se le entrega al transportista

3.13.1.13. Archiva documentos: El jefe de almacén se queda con juego de documentos y los archiva como evidencia de la mercadería recepcionada.

3.1.13.2. Flujograma de Almacenamiento

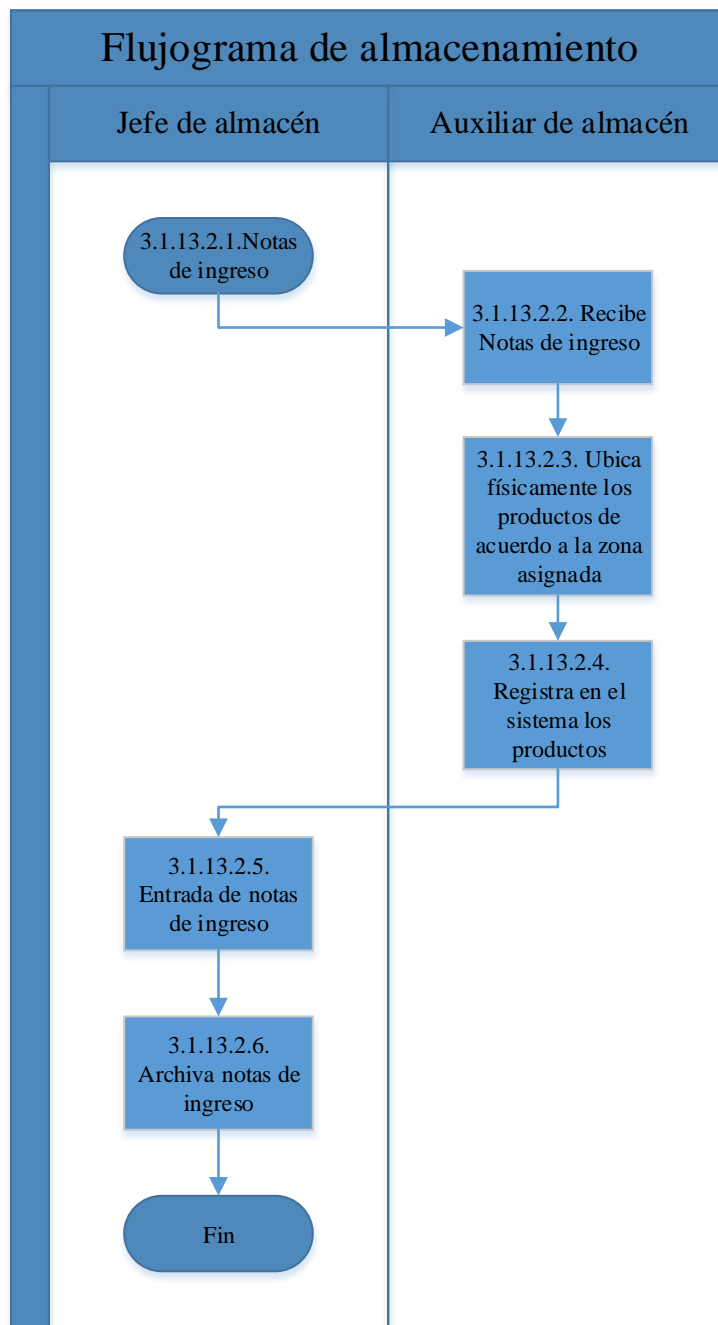


Figura 11. Flujograma de almacenamiento

3.1.13.2.1. Notas de ingreso: El jefe de almacén entrega las notas de ingreso al auxiliar de almacén.

3.1.13.2.2. Recibe Notas de ingreso: El auxiliar de almacén recibe las notas de ingreso y tiene conocimiento de la operación.

3.1.13.2.3. Ubica físicamente los productos en el almacén: El auxiliar de almacén procede a colocar los productos en su respectivo lugar, según su zona asignada.

3.1.13.2.4. Registra en el sistema los productos: El auxiliar procede a registrar en el sistema los productos que han entrado al almacén.

3.1.13.2.5. Entrega de notas de ingreso: El jefe de almacén recibe el documento, una vez finalizada la ubicación de los productos.

3.1.13.2.6. Archiva Notas de ingreso: El jefe de almacén Guarda los documentos, en caso de ser requeridos o solicitados.

3.1.13.3. Flujograma para despacho

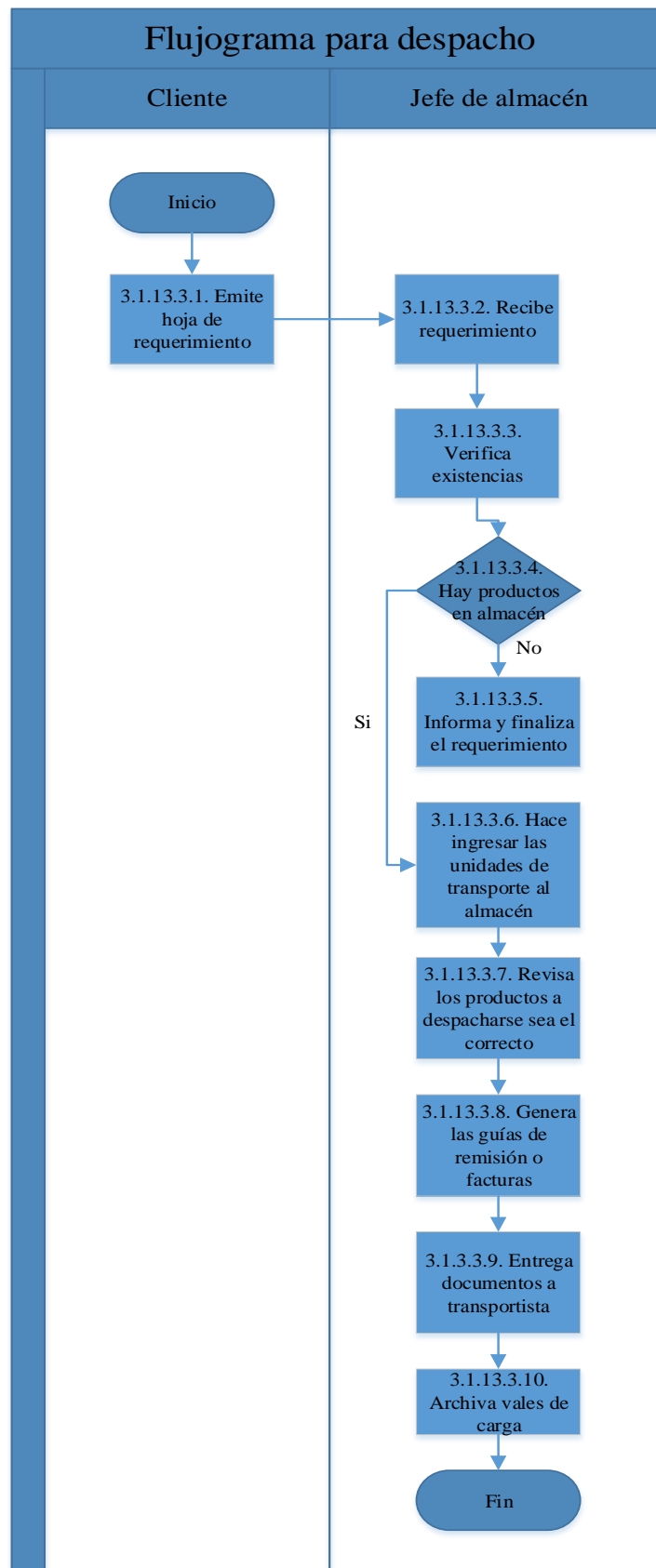


Figura 12. Flujograma para despacho

3.1.13.3.1. Emite hoja de requerimiento: Emite un documento donde detalla los productos a solicitar por el comprador o cliente.

3.1.13.3.2. Recibe requerimiento: El jefe de almacén recibe el requerimiento hecho por el cliente.

3.1.13.3.3. Verifica existencias: El Jefe de almacén confirma si tiene en almacén dicho producto.

3.1.13.3.4. Hay productos en almacén: En esta operación ayuda a poder determinar el alcance de mi producto si contare o no con ellos.

3.1.13.3.5. Informa y finaliza requerimiento: En caso de no contar con el producto en el almacén se informa y finaliza la operación de requerimiento.

3.1.13.3.6. Hace ingresar las unidades de transporte al almacén: El jefe de almacén se comunica con caseta de seguridad para dar permiso a pasar al transportista y este su vez habla con el transportista para que entre.

3.1.13.3.7. Revisa los productos a despacharse sea el correcto: Mediante su lista de chequeo, verifica que todos los productos estén conformes según lo pedido.

3.1.13.3.8. Genera las guías de remisión o facturas: El jefe de almacén genera las guías de remisión o facturas de los productos a llevar.

3.1.13.3.9. Entrega documentos a transportista: Se entrega la factura de los productos al transportista.

3.1.13.3.10. Archiva documentos: El jefe de almacén se queda con el juego de documentos correspondientes que acreditan el servicio realizado y procede a archivarlas como registros y control.

3.1.14. Nivel de efectividad mensual de pedidos entregados

Para poder evidenciar el porcentaje de efectividad de entrega en la distribuidora de Consumo Masivo S.A.C., se ha analizado todos los meses del año 2017 para observar el inadecuado trabajo con el que se viene desempeñando la empresa.

Tabla 14. Nivel de efectividad mensual de pedidos entregados

Meses	Pedidos solicitados (cajas)	Pedidos Entregados (cajas)	Pedidos devueltos (cajas)	Nivel de efectividad de pedidos entregados
Enero del 2017	96 239,05	84 229,19	12 009,86	88%
Febrero del 2017	94 491,18	81 677,25	12 813,93	86%
Marzo del 2017	93 251,07	80 149,34	13 101,73	86%
Abril del 2017	94 205,02	81 247,24	12 957,78	86%
Mayo del 2017	94 130,32	79 389,17	14 741,15	84%
Junio del 2017	92 337,11	78 058,03	14 279,08	85%
Julio del 2017	95 404,13	83 589,01	11 815,12	88%
Agosto del 2017	92 239,04	78 491,06	13 747,98	85%
Septiembre del 2017	94 291,23	82 579,09	11 712,14	88%
Octubre del 2017	95 226,02	82 589,02	12 637	87%
Noviembre del 2017	94 305,32	81 477,03	12 828,29	86%
Diciembre del 2017	96 730,12	85 599,18	11 130,94	88%
Resultado total	1 132 849,61	97 9074,61	153 775	86%

Fuente: Consumo Masivo S.A.C

En la tabla 13 se evidencia que, durante el año 2017, donde menos devoluciones se ha presentado, son en los meses de enero, julio, septiembre y diciembre con un rango de efectividad de 88%, y con menor efectividad en los meses de mayo con un rango de 84%, junio con 85% y agosto con 85%; la fórmula de efectividad mensual de pedido es sacada de la tabla 1.

Se ha creído conveniente hacer una gráfica por lo cual se mostrará en la figura 13, que evidencie la efectividad de entrega del año 2017 de la distribuidora de consumo masivo S.A.C por los productos entregados.

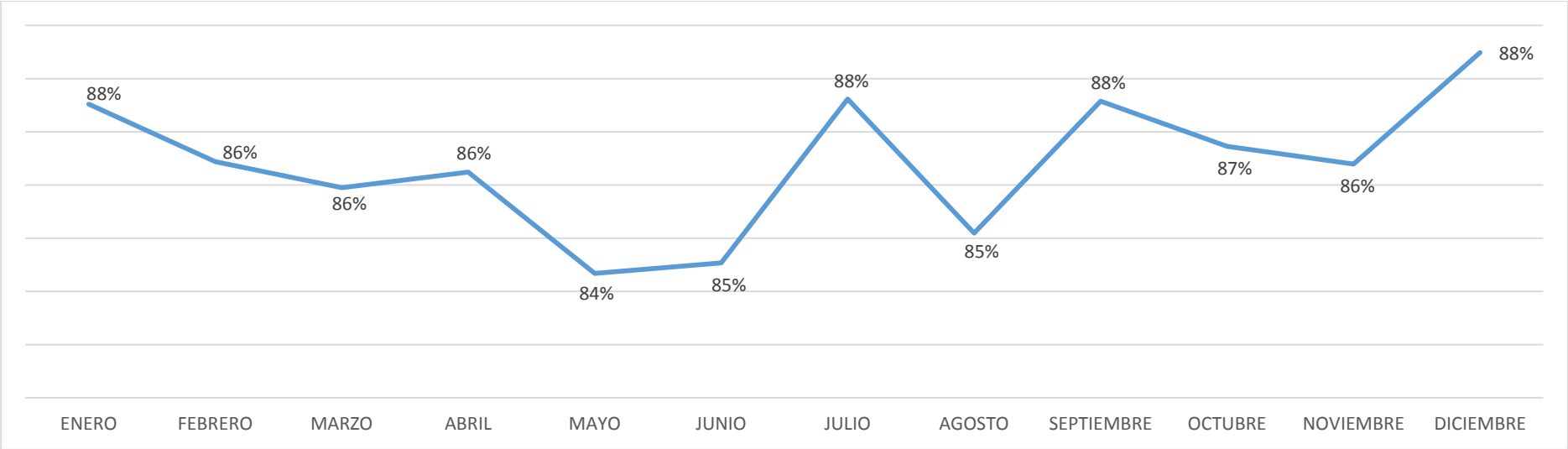


Figura 13. Nivel de efectividad de entrega del año 2017

Como se puede apreciar en la figura 13, la tendencia es muy variable con un pico de menor efectividad en los meses de mayo de 84%, junio de 85% y agosto con 85%, evidenciando una alta inestabilidad en el nivel de efectividad de productos entregados, al no hacer una adecuada gestión de comercialización y distribución, lo cual influyen en el desempeño de entrega de los productos sean óptimos.

3.1.15. Nivel de Devoluciones de enero hasta diciembre del 2017

Para poder evidenciar el nivel de devoluciones que se presenta en la empresa consumo masivo S.A.C, se ha analizado todos los meses del año 2017 para observar el inadecuado trabajo con el que se viene desempeñando la empresa.

Tabla 15. Nivel de devoluciones de pedido de enero hasta diciembre del 2017

Meses	Pedidos solicitados (S/.)	Soles Entregados (S/.)	Pedidos devueltos (S/.)	Nivel de devoluciones
Enero del 2017	4 626 522,21	3 896 066,96	730 455,25	16%
Febrero del 2017	4 346 128,75	3 778 025,59	568 103,16	13%
Marzo del 2017	4 089 089,85	3 707 351,28	381 738,57	9%
Abril del 2017	4 332 966,90	3 758 135,24	574 831,66	13%
Mayo del 2017	4 129 531,02	3 672 189,20	457 341,82	11%
Junio del 2017	4 247 052,19	3 703 127,69	543 924,51	13%
Julio del 2017	4 588 120,00	3 773 944,00	814 176,01	18%
Agosto del 2017	4 342 541,46	3 630 646,64	711 894,82	16%
Septiembre del 2017	4 136 932,09	3 819 740,69	317 191,40	8%
Octubre del 2017	4 279 927,82	3 866 455,55	413 472,27	10%
Noviembre del 2017	4 337 580,16	3 768 764,30	568 815,85	13%
Diciembre del 2017	4 649 109,01	3 913 181,05	735 927,96	16%
Resultado total	52 105 501,46	45 287 628,17	6 817 873,29	13%

Fuente: Consumo Masivo S.A.C

En la tabla 15 se evidencia que, durante el año 2017, donde más devoluciones se presentaron, son en los meses de enero con un rango de 16%, julio con un rango de 18%, agosto con un rango de 16% y diciembre con un rango de 16%; la fórmula de efectividad mensual de pedido es sacada de la tabla 2.

Se ha creído conveniente hacer una gráfica por lo cual se mostrará en la figura 14, que evidencie el monto de devoluciones en soles desde el mes de enero hasta diciembre del año 2017 de la distribuidora de consumo masivo S.A.C.

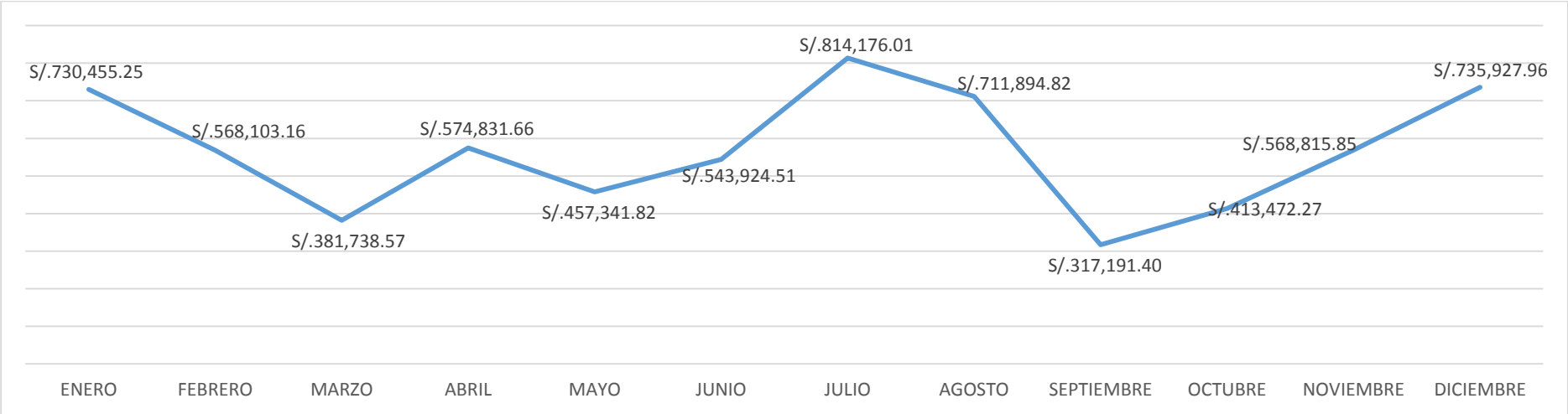


Figura 14. Monto de devoluciones del año 2017

Como se puede apreciar en la figura 14, la tendencia es muy variable con un pico de mayores productos devueltos en enero con S/. 730 455,25, julio con S/. 814 176,01 y diciembre con S/. 735 927,96, evidenciando una inadecuada gestión de comercialización y distribución, lo cual influyen en el desempeño de entrega de los productos sean óptimos.

3.1.16. Motivo de pedidos devueltos

Para poder evidenciar que hay muchos pedidos devueltos en la distribuidora de Consumo Masivo S.A.C., se ha analizado las principales causas por el cual son generados estos problemas, tomando los meses desde enero hasta diciembre del 2017.

Tabla 16. Motivo de pedidos devueltos

MOTIVO		FRECUENCIA	PORCENTAJE (%)	Costo de devoluciones (S/.)
M1	Despachos de productos vencidos por parte del operario de almacén	31 093	20,22%	1 378 573,98
M2	El producto recibido, se encuentra en malas condiciones (mermas)	26 372	17,15%	1 169 265,27
M3	Distribución empírica de los productos en almacén por parte del operario encargado	23 727	15,43%	1 051 997,85
M4	Los productos en almacén no cuentan con codificación	20 682	13,45%	917 003,96
M5	Error de producto despachado por parte del operario de almacén	18 083	11,76%	801 781,90
M6	Mala planificación por parte del jefe de almacén	14 085	9,16%	624 517,19
M7	Mala supervisión de productos despachados por parte del jefe de almacén	11 763	7,65%	521 567,31
M8	Procedimientos inadecuados dentro del almacén	7965	5,18%	353 165,84
TOTAL		153 775	100%	6 817 873,29

Fuente: Consumo masivo S.A.C.

En la tabla 17 se puede observar que hay un total de 153 775 problemas, entre los cuales el principal problema que se presenta es error de producto despachado por parte del operario de almacén.

En Gley [7] nos explica que al aplicar M1 y a M2 como daños de mercadería enviada: $20,22\% + 17,15\% = 37,37\%$.

Por otro lado, tenemos a M3, M4, M5, M6, M7, y M8 como envíos incorrectos de productos y cantidades: $15,43\% + 13,45\% + 11,76\% + 9,16\% + 7,65\% + 5,18\% = 62,63\%$

Para poder visualizar la tendencia de los problemas con más detalle, se ha realizado un diagrama de Pareto y así determinar los problemas y causas que generan las devoluciones detallada en la figura 15.

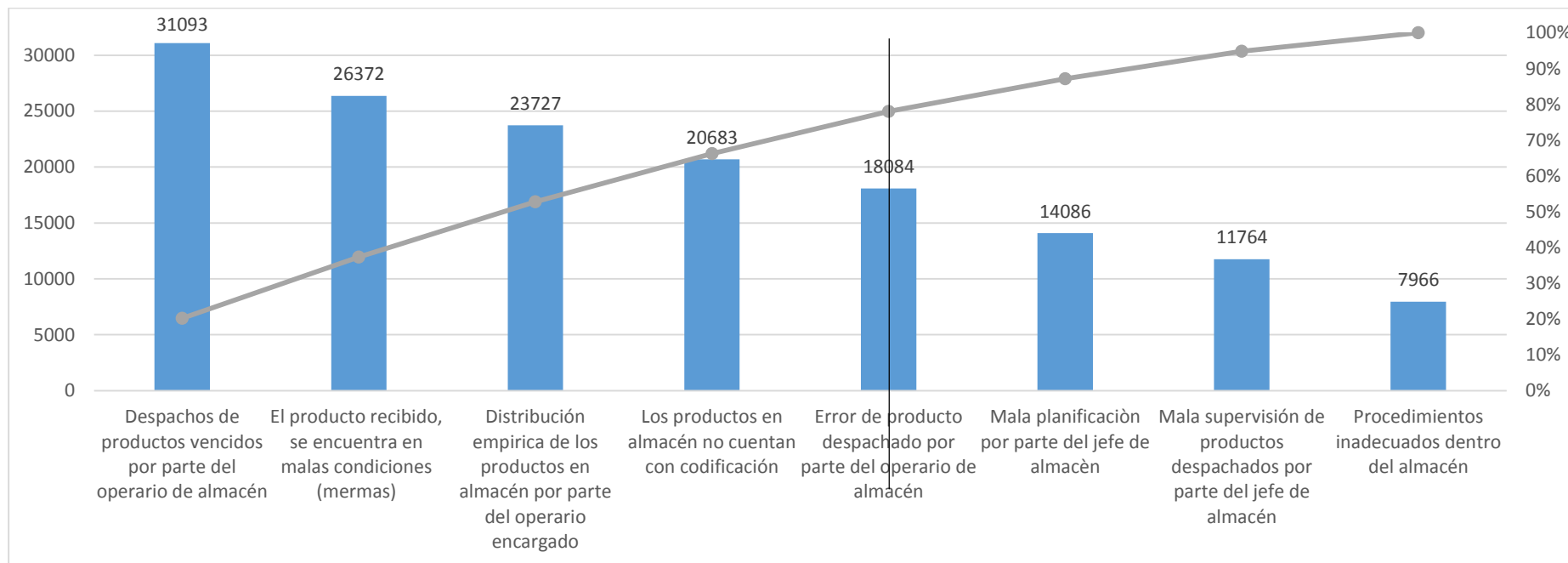


Figura 15. Diagrama de Pareto

En la figura 15 se observa que el 80% de los problemas principales son despachos de productos vencidos por parte del operario del almacén, el producto recibido se encuentra en malas condiciones(mermas), distribución empírica de los productos en almacén por parte del operario encargado, los productos en almacén no cuentan con codificación, es error de producto despachado por parte del operario de almacén y el 20% del problema son por la mala planificación por parte del jefe de almacén, mala supervisión de productos despachados por parte del jefe de almacén, procedimientos inadecuados dentro del almacén.

3.1.17. Diagrama de Ishikawa

Se ha realizado un diagrama de Ishikawa para determinar el principal problema que existe en el almacén.

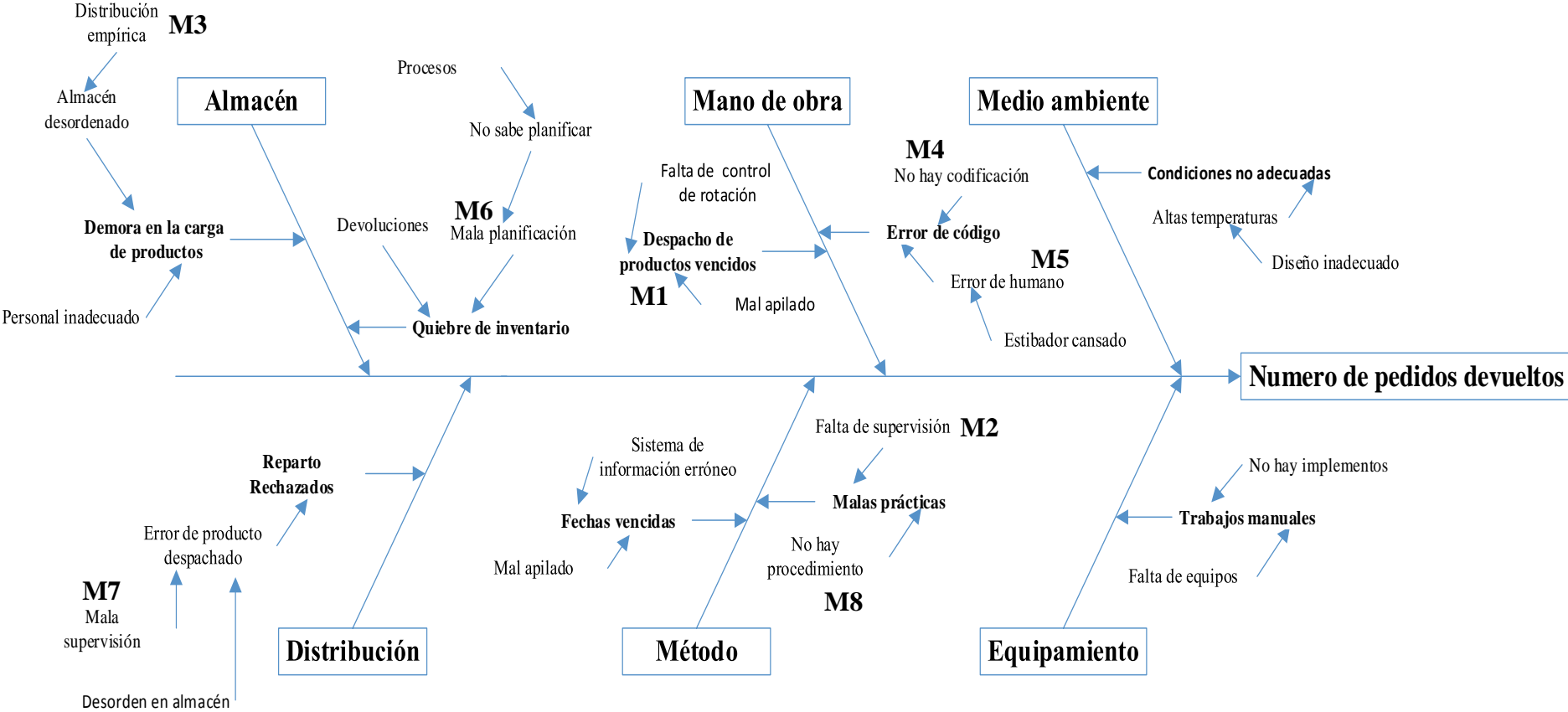


Figura 16. Diagrama de ishikawa

En el diagrama de Ishikawa se puede observar que el principal problema que existe actualmente es el “número de despachos devueltos” y como causas tenemos:

3.1.17.1. Medio ambiente: Altas temperaturas, diseño inadecuado.

3.1.17.2. M/O (mano de obra): error de código (error humano, no hay codificación), despachos de productos vencidos (falta de control de rotación, mal apilado), sobrecarga de trabajo (mala planificación, data inexacta).

3.1.17.3. Almacén: Demora en la carga de productos (personal inadecuado, almacén desordenado-distribución empírica), quiebre de inventario (mala planificación, devoluciones, no sabe planificar, procesos).

3.1.17.4. Distribución: Rechazos (reparto rechazado por estibador cansado, manipulación manual), error de carga (desorden en almacén, mala supervisión).

3.1.17.5. Método: fechas vencidas (mal apilado, sistema de información errónea), malas prácticas (falta de supervisión, no hay procedimiento).

3.1.17.6. Equipamiento: Trabajos manuales (falta de equipos, no hay implementos).

3.1.18. Indicadores del diagnóstico

3.1.18.1. Nivel de efectividad

$$\text{Nivel de efectividad} = \frac{\text{Número de pedidos entregados}}{\text{Número total de pedidos solicitados}} \times 100$$

$$\text{Nivel de efectividad} = \frac{979\,074,61}{1\,132\,849,61} \times 100$$

$$\text{Nivel de efectividad} = 86\%$$

Según Ballou hace referencia a nivel de efectividad de un pedido hacia el cliente desde que se ha solicitado el pedido hasta el momento de entrega de este.

3.1.19. Nivel de devoluciones

$$\text{Nivel de devoluciones} = \frac{\text{Pedidos devueltos S/.}}{\text{Número total de pedidos solicitados S/.}} \times 100$$

$$\text{Nivel de devoluciones} = 13\%$$

Según Baptiste en su investigación “**Propuesta de mejoramiento del centro de distribución de Hewlett Packard Colombia LTDA**”, realizó un estudio de donde determina que el nivel de devoluciones mínimo es 1,7% y máximo de 6.5%, y si se encontrase fuera del rango máximo, se debe realizar una mejora.

Se ha determinado que el nivel de devoluciones es de 13% a partir de la fórmula aplicada, por lo cual es necesario realizar un indicador de mejorar a partir de la propuesta que se piensa realizar.

3.1.20. Envío de productos con avería

$$\frac{\text{Dinero no percibido por daños}}{\text{Dinero no percibido total}} \times 100\%$$
$$\frac{1\,378\,573,97 + 1\,169\,265,26 \text{ soles}}{6\,817\,873,29 \text{ soles}} \times 100\%$$

$$\text{Productos con daños} = 37,37\%$$

3.1.21. Envío incorrecto de productos

$$\text{Envío incorrecto de productos} = \frac{\text{Dinero no percib. por envío erróneo}}{\text{Dinero no percib. total}} \times 100\%$$

$$\text{Envío incorrecto de productos} = \frac{1\,051\,997,85 + 917\,003,96 + 801\,781,90 + 624\,517,19 + 521\,567,31 + 353\,165,84 \text{ soles}}{6\,817\,873,29 \text{ soles}} \times 100\%$$

$$\text{Envío incorrecto de productos y cantidades} = 62,63\%$$

3.2. PROPUESTA DE REINGENIERÍA

Se ha propuesto una reingeniería con la finalidad de cambiar la forma de trabajo que se viene dando en la distribuidora de Consumo masivo S.A.C. y de esta forma poder minimizar pedidos devueltos.

3.2.1. Propuesta de rediseño de almacén

Se ha realizado una propuesta de rediseño de almacén con la finalidad de redistribuir el lugar las áreas de logística, administración, así mismo agregar nuevas áreas como es el caso del área de productos en cuarentena, servicios higiénicos, centro de pago, zona de despacho, área de espera y área multifuncional, y así mejorar la forma de trabajado de los operarios y personal que labora en el almacén, así como disminuir pedidos devueltos, para ello se ha utilizado el método guerchett para ordenar los espacios disponibles para el movimiento de material, almacenamiento, equipos, el método SLP (planeación sistemática de distribución de planta) para poder determinar de forma óptima la distribución de las áreas a utilizar en cada una de las instalaciones y diseño del nuevo almacén para apreciar lo que se quiere realizar.

a) Método Guerchett

La utilización del método guerchett permitirá determinar las superficies o espacios requeridos, para ello se ha tomado las áreas que se moverán de lugar y áreas que se construirán para la mejora del nuevo almacén de la distribuidora de consumo masivo S.A.C.

Como se puede apreciar en los siguientes puntos:

a.1. Área de logística:

Determinado el cálculo del método guerchett para el área de logística como se detalla en el anexo 9 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 17,3 m² adecuado para el nuevo rediseño del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo

a.2. Área administrativa

Determinado el cálculo del método guerchett del área administrativa como se detalla en el anexo 10 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 9,3 m² adecuado para el nuevo rediseño del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo 9

a.3. Zona de productos en cuarentena

Determinado el cálculo del método guerchett del área de productos en cuarentena como se detalla en el anexo 11 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 45 m² adecuado para el nuevo rediseñar del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo 10

a.4. Área de servicios higiénicos

Determinado el cálculo del método guerchett del área de servicios higiénicos como se detalla en el anexo 12 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 4,48 m² adecuado para el nuevo rediseñar del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo 11

a.5. Área de centro de pago

Determinado el cálculo del método guerchett del área de centro de pago como se detalla en el anexo 13 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 8 m² adecuado para el nuevo rediseñar del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo 12

a.6. Zona de despacho

Determinado el cálculo del método guerchett del área de despacho como se detalla en el anexo 14 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 12,15 m² adecuado para el nuevo rediseñar del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo 13

a.7. Área de sala de espera

Determinado el cálculo del método guerchett del área de sala de espera como se detalla en el anexo 15 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 2,58 m² adecuado para el nuevo rediseñar del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo 14

a.8. Área multifuncional

Determinado el cálculo del método guerchett del área administrativa como se detalla en el anexo 16 a partir de la fórmula que se detalla en la figura 4, se obtuvo como resultado 15,16 m² adecuado para el nuevo rediseñar del almacén, para ello hemos tomado en cuenta el reglamento nacional de edificaciones anexo 15

b) Método SLP

Se ha aplicado el método SLP para redistribuir y ordenar las nuevas áreas de trabajo con base en la convivencia de cercanía entre los diferentes departamentos y/o áreas, este método ayudara además a mejorar la interacción de trabajo.

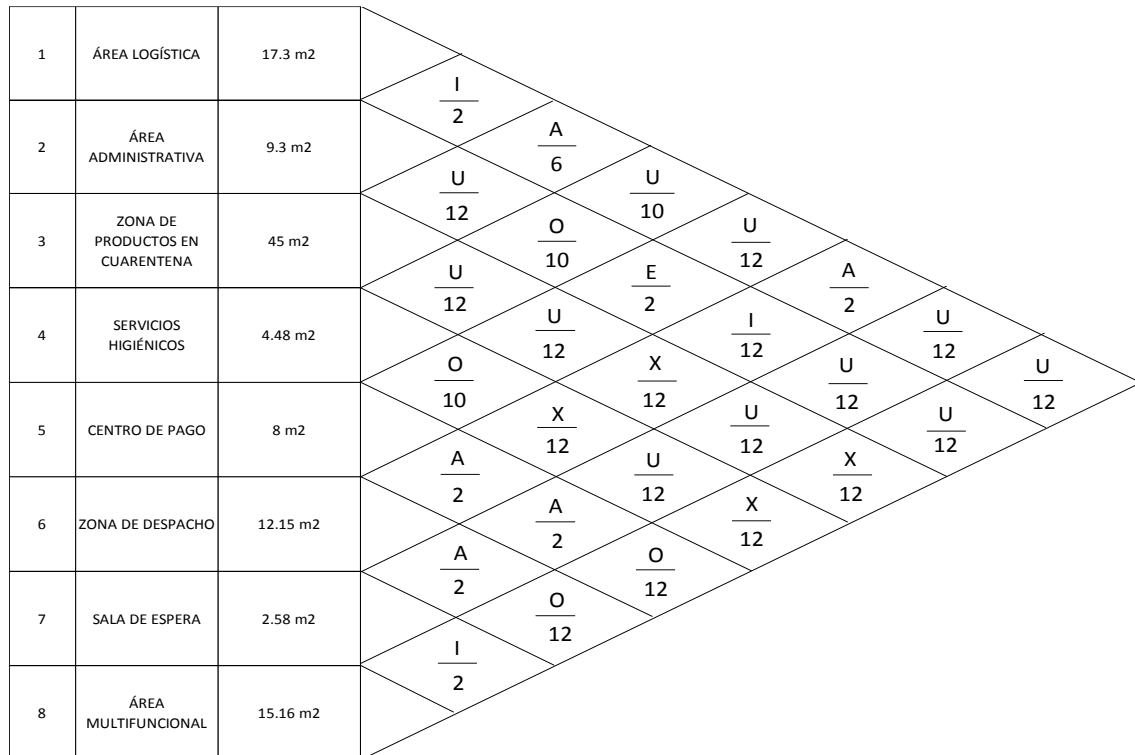


Figura 17. Triangulo SLP

En el figura 20 se puede apreciar el triángulo SLP tomando como referencia la figura 2 y figura 3 para relacionar en razón del valor de proximidad e importancia de como mejor puede interactuar cada área que se está cambiando y agregando al almacén, resultado del orden de rediseño de áreas según el nivel de importancia del triángulo SLP se encuentra en el anexo 17esto permitirá a la vez al diseño del nuevo layout mejorado.

c) Diseño de nuevo layout mejorado

Se ha realizado un nuevo diseño de almacén, para proponer una nueva forma de trabajo a partir de la redistribución y agregación de nuevas áreas que complementaran con la propuesta que se viene explicando.

La diferencia entre el nuevo layout y el anterior es que se agregado nuevas áreas como el área de cuarentena sectorizando los productos dañados y caducados, hay un área multifuncional para atender a los clientes visitantes (compradores), además de contar con un área de pago se han agregado 4 compuertas en la parte frontal del almacén para facilitar la carga de productos a los carros y por último se han cambiado de lugar las áreas de logísticas y administración para optimizar la interacción de áreas.

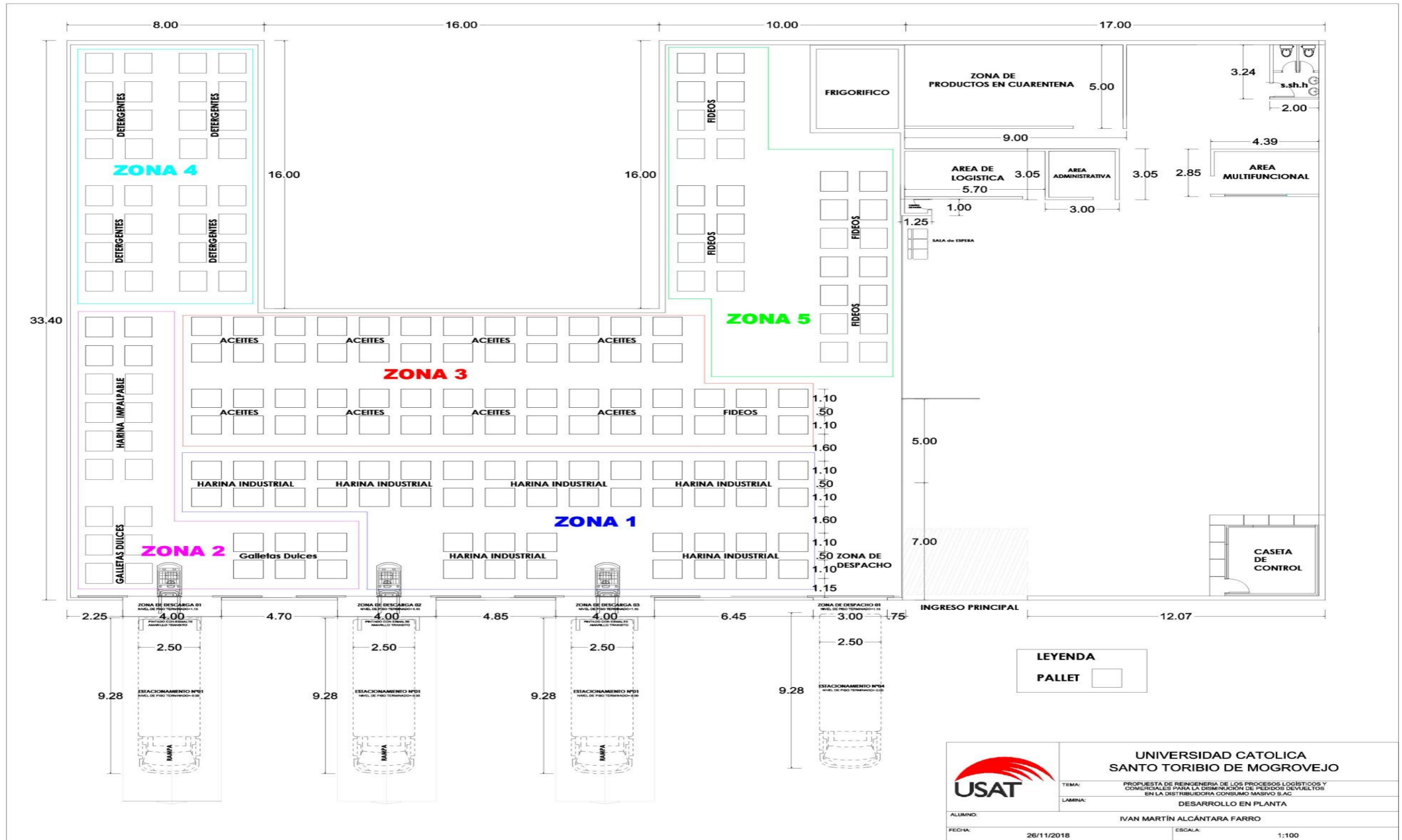


Figura 18. Diseño de nuevo layout mejorado

	UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO	
	TEMA:	PROPUESTA DE REINGENERIA DE LOS PROCESOS LOGISTICOS Y COMERCIALES PARA LA DISTRIBUCION DE PRODUCTOS DEVUELTOS EN LA DISTRIBUIDORA CONSUMO MASIVO S.A.C
ALUMNO:	IVAN MARTÍN ALCÁNTARA FARRO	
FECHA:	26/11/2018	ESCALA: 1:100

3.2.2. Propuesta de mejora de procesos de operaciones de trabajo

3.2.2.1. Mejora de proceso de recepción

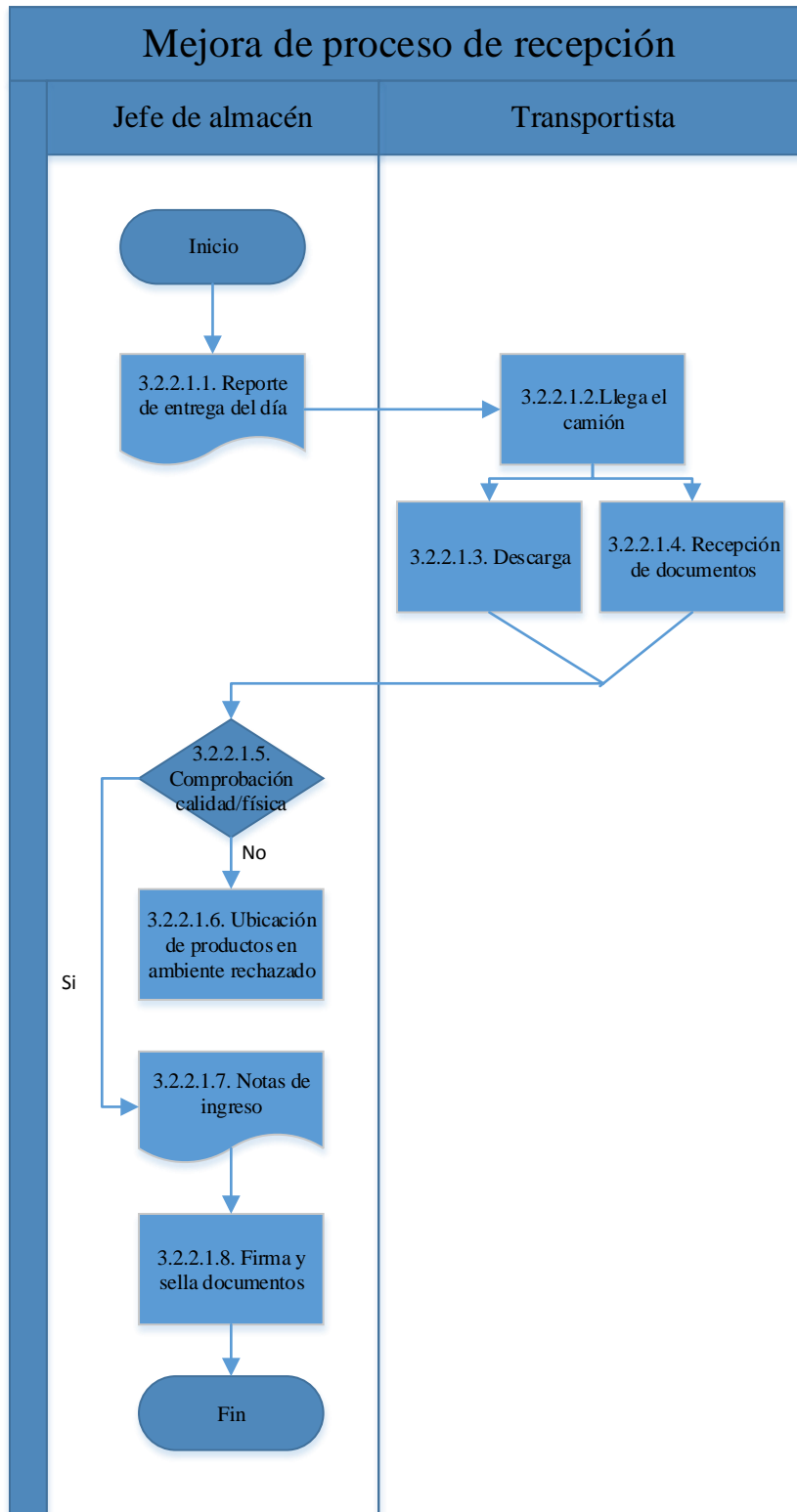


Figura 19. Mejora de proceso de recepción

3.2.2.1.1. Reporte de entrega del día: El jefe de almacén recibe el reporte de entrega del día, con esta hoja verificara los productos a llegar al almacén.

3.2.2.1.2. Llega el camión: El transportista hace saber de su llegada al almacén al vigilante y este a su vez avisa al jefe de almacén para del permiso de entrada.

3.2.2.1.3. Descarga: Una vez que ha ingresado el camión al almacén, procede este a descargar los productos sobre pallet.

3.2.2.1.4. Recepción de documentos: El transportista entrega los documentos que detalla los productos que está llevando.

3.2.2.1.5. Comprobación calidad/física: El jefe de almacén corrobora las existencias físicas con la información obtenida en las guías de remisión.

3.2.2.1.6. Ubicación de productos en ambiente rechazado: Los productos que no han pasado la comprobación de calidad y fecha, son relegados hacia un espacio de aislamiento, para que estos no puedan alterar el estado de las otras existencias.

3.2.2.1.7. Ingreso de notas: Elabora entrada de los productos para que ingresen al almacén.

3.2.2.1.8. Firma y sella documentos: Firma y sella documentos y se le entrega al transportista

La mejora de proceso de recepción está dada en la eliminación de actividades innecesarias que no agregan valor alguno, como en este caso fueron las actividades de: comprobación (física, guías de remisión), modifica cantidad, conservación de guías de remisión, firma y sella documentos, comprobación calidad/fecha. Estas fueron reemplazadas por dos nuevas actividades: comprobación de calidad/física y ubicación de productos en ambiente rechazado, el cual el jefe de almacén revisa la calidad de los productos y deriva los que no han pasado la prueba asignándole una zona ya sea para su cuarentena y/o pos inmediato.

3.2.2.2. Mejora de proceso de almacenamiento

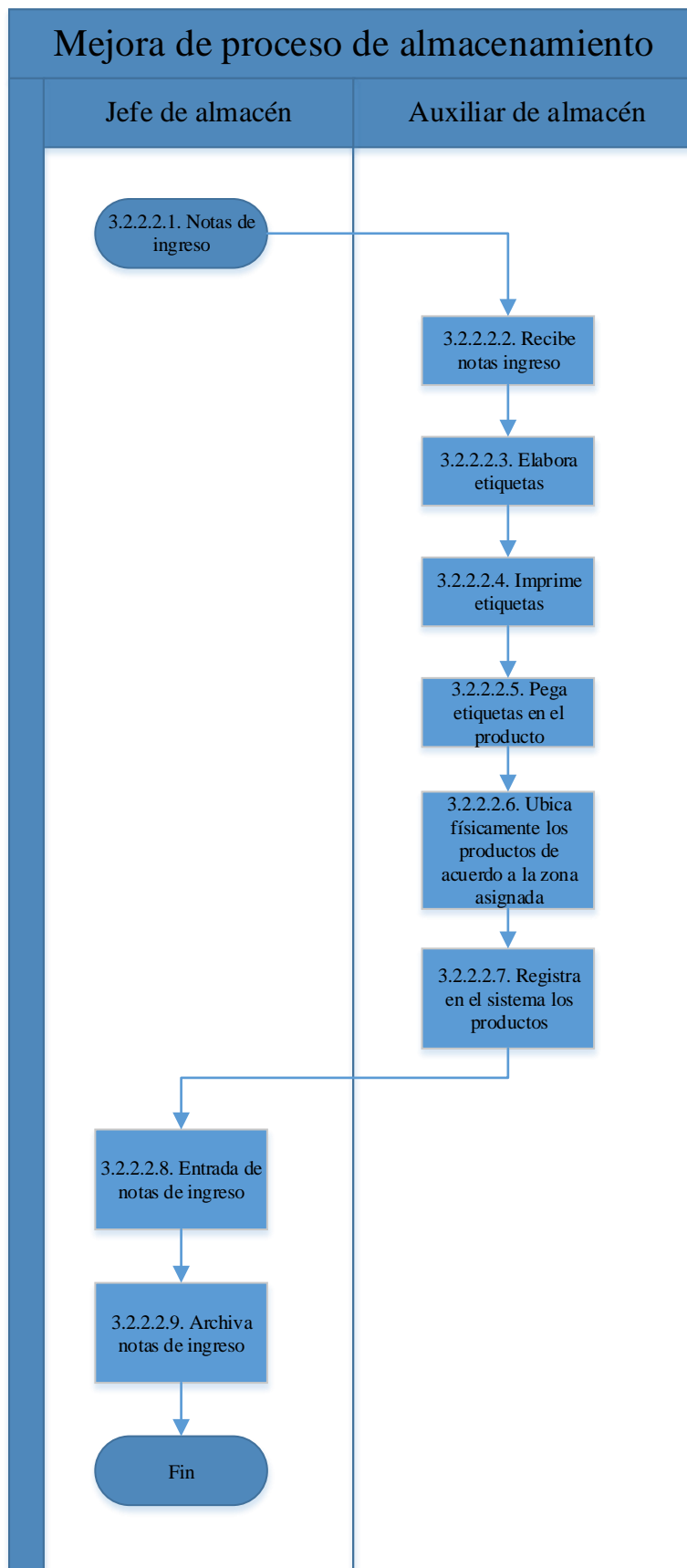


Figura 20. Mejora de proceso de almacenamiento

3.2.2.2.1. Notas de ingreso: El jefe de almacén entrega las notas de ingreso al auxiliar de almacén

3.2.2.2.2. Recibe notas de ingreso: El auxiliar de almacén recibe las notas de ingreso y procede a verificar los productos y elaborar sus etiquetas.

3.2.2.2.3. Elabora etiquetas: Hace etiquetas para cada clase de productos y de esta forma se puedan identificar más rápido cuando se busque o se requiera de este.

3.2.2.2.4. Imprime etiquetas: Imprime etiquetas por color de clasificación ABC, para que se puedan identificar más rápido.

3.2.2.2.5. Pega etiquetas en el producto: Las etiquetas son pegadas en los productos que van a ser guardados en almacén.

3.2.2.2.6. Ubica físicamente los productos de acuerdo a la zona asignada: Se procede a colocar los productos de acuerdo a la zona asignada.

3.2.2.2.7. Registra en el sistema los productos: El auxiliar procede a registrar en el sistema los productos que han entrado al almacén.

3.2.2.2.8. Entrega de notas de ingreso: El jefe de almacén recibe el documento, una vez finalizada la ubicación de los productos.

3.2.2.2.9. Archiva notas de ingreso: El jefe de almacén guarda los documentos, en caso de ser requeridos o solicitados.

La mejora de proceso de almacenamiento está dada por la agregación de actividades que añaden valor a esta, después de recibir las notas de pedido, se le ha añadido actividades tales como como: elabora etiquetas, imprime etiquetas, pega etiquetas en el producto, ubica físicamente los productos en el almacén. Estas actividades se han agregado para sistematizar operaciones, reducir tiempo y eliminar error de búsqueda de un producto; después de estas actividades se mantienen las actividades posteriores a esta siendo: registra en el sistema los productos, entrega de notas de pedido y archiva notas de ingreso.

3.2.2.3. Mejora de proceso de despacho

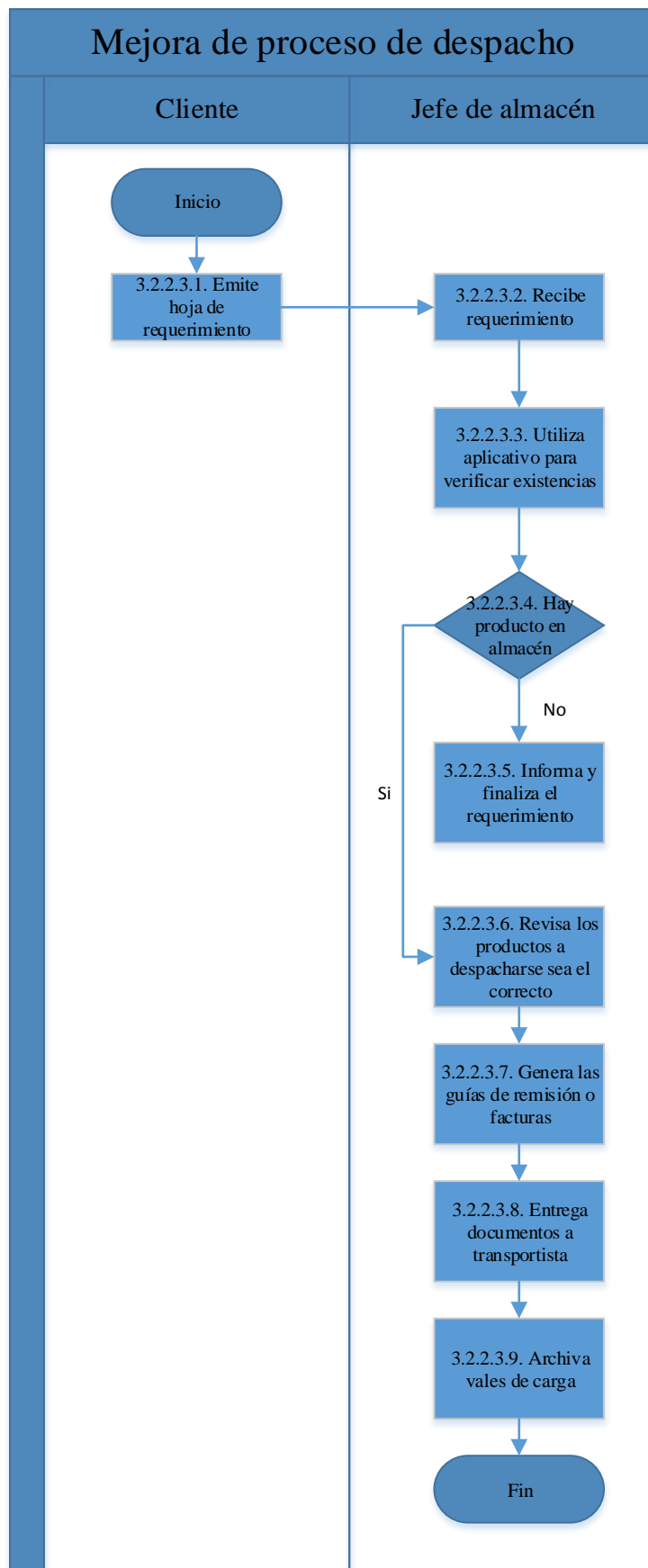


Figura 21. Mejora de proceso de despacho

3.2.2.3.1. Emite hoja de requerimiento: Emite un documento donde detalla los productos a solicitar por el comprador o cliente.

3.2.2.3.2. Recibe requerimiento: El jefe de almacén recibe el requerimiento hecho por el cliente.

3.2.2.3.3. Utiliza aplicativo para verificar existencias: El jefe de almacén utiliza un aplicativo como registro de la existencia de productos de almacén, el cual a la vez le ayuda ahorrar tiempo en lugar de búsqueda manual.

3.2.2.3.4. Hay productos en almacén: En esta operación ayuda a poder determinar el alcance de mi producto si contare o no con ellos.

3.2.2.3.5. Informa y finaliza el requerimiento: En caso de no contar con el producto en el almacén se informa y finaliza la operación de requerimiento.

3.2.2.3.6. Revisa los productos a despacharse sea el correcto: Mediante su lista de chequeo, verifica que todos los productos estén conformes según lo pedido.

3.2.2.3.7. Genera las guías de remisión o factura: El jefe de almacén genera las guías de remisión o facturas de los productos a llevar.

3.2.2.3.8. Entrega los documentos a transportista: Se entrega la factura de los productos al transportista.

3.2.2.3.9. Archiva vales de carga: El jefe de almacén guarda los documentos, en caso de ser requeridos o solicitados.

La mejora de proceso de despacho está dada por la eliminación de la actividad “verifica existencias siendo reemplaza por la actividad “utiliza aplicativo para verificar existencias”, esta actividad ayuda a mejorar realizar de forma sistematiza y no manual optimizando tiempo y reduciendo errores del operario; después de esta actividad las demás se mantienen las que le siguen siendo: hay productos en almacén, informa y finaliza el requerimiento, revisa los productos a despacharse sea el correcto, genera las guías de remisión o factura, entrega los documentos a transportista, archiva vales de carga.

3.2.3. Propuesta de sistema voice picking

El sistema voice picking o sistema de preparación por voz, consiste en convertir datos del ordenador central en instrucciones habladas para el operario, y para convertir también las respuestas habladas del operario en datos para el ordenador central. Las transmisiones se envían a través de una red de radiofrecuencia que conecta el ordenador central al terminal que el operario lleva en un cinturón; unos auriculares le permiten oír las instrucciones y hablar con el sistema en el sentido literal de la expresión. Este proceso de comunicación se repite cada vez que un operario y el ordenador central intercambian información. El resultado es un diálogo en tiempo real entre el sistema y el operario. [20]

3.2.3.1. Ventajas de utilización de sistema voice picking

- ✓ Exactitud del 99% a más, debido a que todo lo realiza el sistema.
- ✓ Optimiza los procesos de orden de picking, ubica los productos, clasifica los productos, repone y controla la calidad del producto de forma exacta.
- ✓ El tiempo de realización del trabajo del operario es mínima debido a que tiene las manos libres y visión libre para poder operar.
- ✓ Posibilidad de combinar el voice picking con la lectura de código de barras, RFID o dispositivo con pantalla.
- ✓ Integración perfecta con cualquier sistema ERP, WMS y SAP.

3.2.3.2. Cotización de sistema voice picking

Se ha cotizado una cotización de la tecnología a implementar en el almacén, actualmente el trabajo que se realiza es de forma manual, lo cual hace que tienda equivocarse el operario a cargo. El costo total es de \$ 137 618 dólares que en soles viene tener un estimado de aproximadamente S/. 447 258.5 soles tomando como referencia que el promedio del dólar oscila S/. 3.25 cada dólar. (Anexo 8.)

3.2.3.3. Cronograma de plan de actividades del sistema voice picking

Se ha realizado un cronograma de actividades con la finalidad de poder saber el tiempo que tomara la realización de cada actividad para la implementación del sistema voice picking.

Tabla 17: Cronograma de plan de actividades del sistema voice picking

N°	Descripción de actividades a desarrollar	Responsable de ejecución	Área	2018				
				MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
1	Evaluación de viabilidad de sistema voice picking	STG PERÙ	Logística	10 días				
2	Estudio de tiempos de operación actual	STG PERÙ	Logística	30 días				
3	Prueba piloto de voice picking	STG PERÙ	Logística		10 días			
4	Configuración de hardware servidor voice support plan	STG PERÙ	Logística			1 día		
5	Configuración de software de vocollect voz support plan	STG PERÙ	Logística			1 día		
6	Upgrade de software de vocollect voz server support plan	STG PERÙ	Logística			1 día		
7	Configuración de terminales de vocollect VOZ	STG PERÙ	Logística			1 día		
8	Generación de etiquetas para picking	STG PERÙ	Logística			1 día		
9	Parametrización del sistema logístico	STG PERÙ	Logística			3 días		

10	Demarcación de estanterías ubicación de picking	STG PERÙ	Logística			2 días		
11	Formación de personal operativo	STG PERÙ	Logística			5 días		
12	Definición de personal operativo para ejecución de prueba piloto de voice picking	STG PERÙ	Logística			1 día		
13	Capacitación en manejo terminales: estudio de manuales	STG PERÙ	Logística			2 días		
14	Arranque de modelo operativo uso de voice picking	STG PERÙ	Logística			1 día		
15	Estudio de tiempos de operación	STG PERÙ	Logística				20 días	
16	Informes e indicadores	STG PERÙ	Logística					10 días
17	Levantamiento de informes e indicadores	STG PERÙ	Logística					7 días
18	Entrega de resultados, mediciones, estadísticas	STG PERÙ	Logística					2 días
19	Cierre e informe final	STG PERÙ	Logística					1 día

Fuente: STG PÉRÚ

3.2.4. Propuesta de nuevo proceso comercial

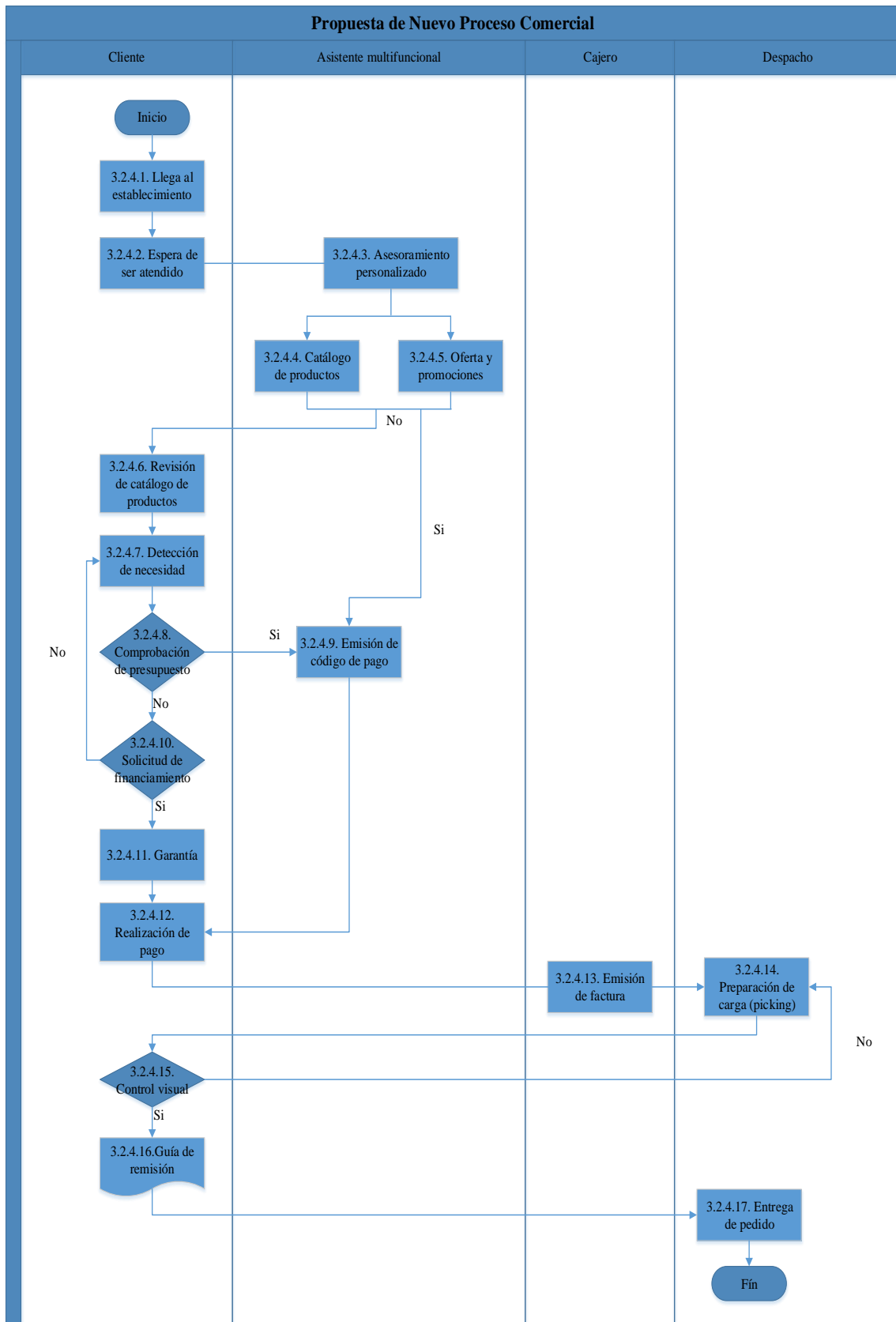


Figura 22. Propuesta de nuevo proceso comercial

Este nuevo proceso que se ha cambiado por el proceso de ventas con la finalidad de eliminar los pedidos devueltos optimizando la compra de sus productos y aumentando la interacción entre cliente y vendedor.

3.2.4.1. Llega al establecimiento: El cliente llega al establecimiento para buscar los productos que comprara.

3.2.4.2. Espera de ser atendido: El cliente espera a ser atendido por el asistente multifuncional.

3.2.4.3. Asesoramiento personalizado: El asistente funcional se acerca al cliente para atender sus dudas de compras, de afiliación o de algún tours que desee realizar para conocer las instalaciones de la empresa.

3.2.4.4. Catálogo de productos: El asistente multifuncional le alcanza al cliente el catálogo de productos para que pueda revisar lo que desea comprar o adquirir.

3.2.4.5. Ofertas y/o promociones: El asistente multifuncional le explica los productos que tienen ofertas y/o promociones en caso de pedirlo el cliente, el asistente pasa a emitir el código y en caso de no hacerlo, pasa a revisar el catálogo de productos.

3.2.4.6. Revisión de catálogo de productos: Revisa el cliente el catálogo con el código del producto que desea comprar o adquirir.

3.2.4.7. Detección de necesidad: El cliente detecta en el catálogo los productos que va a comprar.

3.2.4.8. Comprobación de presupuesto: El cliente revisa si todo lo solicitado es factible con el presupuesto, si cuenta con solvencia realiza el siguiente paso, en caso de no contar, realiza una solicitud de financiamiento si se le acepta, la empresa pide garantía.

3.2.4.9. Garantía: Se realiza un contrato el cliente si este no tiene una deuda pendiente con la empresa o es un cliente fidelizado, y de esta forma dar evidencia y mayor seguridad al cumplimiento del pago.

3.2.4.10. Emisión de código: El asistente funcional, emite un código para que el cliente se acerca al centro de pago para realizar su compra.

3.2.4.11. Realización del pago: El cliente se acerca al centro de pago con el código y efectúa su depósito al cajero.

3.2.4.12. Emisión de factura: El cajero le da una factura o comprobante de pago al cliente para que este pueda reclamar su pedido.

3.2.7.13. Control visual: El cliente inspecciona los productos que están siendo despachados por el operador

3.2.7.14. Guía de remisión: El cliente emite la guía de remisión.

3.2.7.15. Entrega de pedido: El cliente se acerca al despacho para la entrega de su pedido y finaliza la compra de sus productos.

3.2.5. Propuesta de plan de marketing

Se ha realizado una propuesta de plan de marketing de manera complementaria, con la finalidad de hacer llegar a sus clientes las acciones que se tomaría al aplicar la nueva forma de trabajo de la empresa explicado en el punto anterior del nuevo proceso comercial, para ello se ha creído conveniente tercerizar la empresa que pueda realizar dicho plan de marketing para que se les comunique. La cotización se encuentra en el anexo 22.

3.2.5.1. Cronograma de actividades de plan de marketing

Se ha realizado un cronograma de actividades con la finalidad de poder saber el tiempo que tomara la realización de cada actividad para la implementación del sistema voice picking.

Tabla 18. Cronograma de actividades de plan de marketing

N°	Descripción de actividades a desarrollar	Responsable de ejecución	Área	2018		
				Mes 1	Mes 2	Mes 3
1	Creación de trípticos publicitarios o brochure	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas	1 Día		
2	Ofertas de atención al cliente o cool center	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas	1 Día		
3	Creación de página web	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas	1 semana		
4	Creación de base de datos de sus números y correos de todos los clientes	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas	1 mes		
5	Plataforma de mensajería	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas		1 semana	
6	Envío de email con promociones	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas			1 semana
7	Creación de publicidad digital medios como facebook	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas			1 Día
8	Agasajo a los 50 clientes que mayor ventas ha generado a la empresa	Media comunica S.A.C	Jefe de ventas			1 Día

Fuente: Media Comunica

3.2.5.2. Encuesta para saber la opinión del cliente acerca de los nuevos cambios en los procesos de trabajo de la empresa.

Se elaboró una encuesta anexo 23 con la finalidad de conocer la opinión del cliente relacionado con los cambios que se realizaran en la empresa. Además de ser validada por los Ingenieros industriales César Ulises Cama Peláez anexo 25 y Edward Aurora Vigo anexo 26 como expertos en el tema logístico.

La encuesta que se realizó consta de 5 preguntas, para ello se realizó un tamaño de muestra anexo 24 para saber el total de personas que se iban a encuestar a continuación se presentan los resultados de dicha encuesta en las siguientes tablas:

Tabla 19. Pregunta 1

1. ¿Qué beneficios piensa usted que debería tener, si implementamos un nuevo proceso comercial para mejorar nuestra atención y entrega de nuestros productos?		
Descripción	Cantidad	Porcentaje
Descuento y promociones de productos	283	78,61%
Entrega de productos en óptimas condiciones	55	15,28%
Que tenga opción a escoger nuevos productos a parte de los ya comprados y/o pedidos para su bodega	22	6,11%
Total	360	100.00%

Con lo respecta a la tabla 19, se encontró que 78,61% opinan debería tener descuento y promociones de productos para incentivar a visitar el almacén, el 15,28% opina que sus productos serían entregados en óptimas condiciones, mientras el 6,11% opina que tendrían opción a escoger nuevos productos a parte de los ya comprados y/o pedidos para su bodega.

Tabla 20. Pregunta 2

2. ¿Le gustaría obtener un descuento del porcentaje de sus compras a cambio de realizar en nuestro local, pasar atendido a nuestro personal?		
Descripción	Cantidad	Porcentaje
Sí	255	70,83%
No	66	18,33%
Tal vez	39	10,83%
Total	360	100,00%

Con lo que respecta a la tabla 20, arrojó que del total de personas encuestadas, se encontró que 255 personas que representan el 70,83% sí les gustaría obtener un descuento a cambio de realizarlo en el local, 66 personas que representan el 18,33% no les gustaría, mientras que 39 personas que representan el 10,83% respondieron tal vez.

Tabla 21. Pregunta 3

3. ¿Le gustaría escoger personalmente su mercadería, revisarla y tener la opción de cambiarla antes de recibirla?		
Descripción	Cantidad	Porcentaje
Sí	321	89,17%
Tal vez	39	10,83%
Total	360	100,00%

Con lo que respecta a la tabla 21, arrojo que 321 personas que representan el 89,17% si les gustaría escoger personalmente sus mercaderías, mientras que 39 personas que representan el 10,83% respondieron tal vez.

Tabla 22. Pregunta 4

4. ¿Le gustaría recibir ofertas adicionales al momento de realizar las compras para su negocio?		
Descripción	Sí	Porcentaje
Cantidad	360	100%
Total	360	100,00%

Con lo que respecta a la tabla 22, se encontró que las 360 personas que representan el 100% sí les gustaría recibir ofertas adicionales al momento de realizar las compras para su negocio.

Tabla 23. Pregunta 5

5. ¿Le gustaría ser atendido en un ambiente grato, cómodo y seguro mientras realiza su compra?		
Descripción	Sí	Porcentaje
Cantidad	360	100%
Total	360	100,00%

Con lo que respecta a la tabla 23, se encontró que las 360 personas que representa el 100% si les gustaría ser atendido en un ambiente grato, cómodo y seguro mientras realizan sus compras.

3.2.6. Propuesta de nuevos costos

3.2.6.1. Costo de rediseño de almacén

El costo de rediseño del nuevo almacén se ha tomado los diferentes puntos como nueva inmobiliaria, nuevo personal y depreciación de nueva inmobiliaria, para saber el costo total de la propuesta que se quería realizar dando un monto de S/. 143 570,452 y se puede ver en el tabla 24.

Tabla 24. Costo de rediseño de almacén

NUEVA INMOBILIARIA	NUEVA INMOBILIARIA	Número de nueva inoiliaria	Costo unitario (S/.)	Costo total (S/.)
	Sillas de espera de 3 cuerpos	1,00	220,00	220,00
	Silla de oficina	1,00	700,00	700,00
	Repisa de exhibición	1,00	500,00	500,00
	Computadora	1,00	2 650,00	2 650,00
	Caja registradora	1,00	899,00	899,00
	Compuerta	3,00	6 385,00	19 155,00
	Área de productos vencidos	1,00	45 000,00	45 000,00
	Area logística	1,00	17 385,00	17 385,00
	Area administrativa	1,00	9 150,00	9 150,00
	Servicios higienicos	1,00	4 482,95	4 482,95
	Zona de despacho	1,00	12 150,00	12 150,00
	Sala de espera	1,00	2 575,00	2 575,00
	Area multifuncional	1,00	12 511,50	12 511,50
	Centro de Pago	1,00	8 000,00	8 000,00
Total			122 608,45	135 378,45
NUEVO PERSONAL	NUEVO PERSONAL	Número de nuevo personal	Costo unitario	Costo total
	Cajero	1,00	1 700,00	1 700,00
	Asistente multifuncional	1,00	1 500,00	1 500,00
	Armador	1,00	1 100,00	1 100,00
	Estibador	2,00	1 000,00	2 000,00
	Despachador	1,00	950,00	950,00
	Limpieza	1,00	850,00	850,00
Total			7 100,00	8 100,00
DEPRESACIÓN DE NUEVA INMOBILIARIA	DEPRECIACIÓN DE INMOBILIARIA	Númer de depreciación de inmobiliaria	Costo unitario	Costo total
	Silla de espera de 3 cuerpos	1,00	22,00	22,00
	Silla de oficina	1,00	70,00	70,00
	Computadora	1,00	265,00	265,00
	Caja registradora	1,00	89,90	89,90
Total			92,00	92,00
Costo Total			129 800,45	143 570,45

Elaboración: Propia

3.2.6.2. Descuento por mercadería

El descuento por mercadería estará dado del 3% de las utilidades por el total de sus ventas generadas en todo el año 2017 que es de S/. 45 287 628,17 esto nos dará un costo de S/. 1 358 628.85, que se utilizara para ofertas y promociones en todo el año explicado en el apartado 3.2.4. Propuesta de nuevo proceso comercial.

3.2.6.3.Reducción de costos

Se ha realizado una reducción de costos a partir del apartado sección 3.2.4. Propuesta de nuevo proceso comercial, esta reducción se realizara de manera paulativa.

3.2.6.3.1. Reducción de personal de ventas

Se ha realizado una reducción de personal de ventas debido a que en la propuesta de nuevo proceso comercial sección 3.2.4, habla que tendrá otra nueva forma de trabajar a parte de la que cuenta actualmente, la cual consiste que aparte tener una fuerza de venta se implantara una nueva forma de atender y vender al cliente los productos dentro del almacén, he ir reduciendo paulatinamente los costos operativos de la fuerza de ventas, reduciendo de esta forma los pedidos devueltos que se habían generado al llevar a los establecimientos de los clientes. Por lo cual se ha creído conveniente realizar una tabla comparativa de costos.

Tabla 25. Reducción de personal de ventas

Número de trabajadores actual	Trabajadores	Sueldo anual (S/)	Nuevo número de trabajadores	Sueldo anual (S/.)
1	Jefe de ventas	60000	25	43750
35	Fuerza de ventas	61250		
total		121250	total	43 750

Elaboración: Propia

En la tabla 25 de los costos del personal de ventas son de S/. 121 250 debido a que cuenta con 36 trabajadores con la nueva propuesta la distribuidora está reduciendo 25 trabajadores a un costo de S/. 43750 estos egresos comenzaran a reducir progresivamente, por ende, pasaran a ser parte de los nuevos ingresos para la empresa, ya que empezar a percibirlos.

3.2.6.3.2. Reducción de personal de reparto

Se ha realizado una reducción de personal de reparto ya que debido a que en la propuesta de nuevo proceso comercial sección 3.2.4, habla que tendrá otra nueva forma de trabajar a parte de la que cuenta actualmente, por lo cual el personal de reparto se irá reduciendo paulativamente., debido a que parte de la fuerza de venta dejara de ir a visitar a sus clientes se iran reduciendo entrega de productos. Por lo cual se ha creído conveniente realizar una tabla comparativa de costos.

Tabla 26. Reducción de personal de reparto

Número de trabajadores actual	Trabajadores	Sueldo anual (S/)	Número de trabajadores con la reducción	Sueldo anual (S/)
10	Conductor/Choferes	144 000	4	57 600
10	Armador o auxiliar de reparto	132 000	4	52 800
30	Estibador	360 000	12	144 000
10	Seguridad de transporte	129 600	4	12 960
total		765 600	total	267 360

Elaboración: Propia

En la tabla 26 los costos de personal de reparto son de S/. 765 600 debido a que cuenta con 60 trabajadores, con la nueva propuesta la distribuidora está reduciendo a 24 trabajadores a un costo de S/. 267 360 estos egresos comenzaran a reducir progresivamente, por ende, pasaran a ser parte de los nuevos ingresos para la empresa.

3.2.6.3.3. Reducción de combustible de camiones

Se ha realizado una reducción de combustible de camiones ya que debido a que en la propuesta de nuevo proceso comercial sección 3.2.4, habla que tendrá otra nueva forma de trabajar a parte de la que cuenta actualmente, esto conlleva a que al reducir visitas disminuya al mismo tiempo el combustible utilizado para las rutas de entrega. Por lo cual se ha creído conveniente realizar una tabla comparativa de costos. Por lo cual se ha creído conveniente realizar una tabla comparativa de costos. Por lo cual se ha creído conveniente realizar una tabla comparativa de costos.

Tabla 27. Reducción de combustible de camiones

Número de camiones actuales	Capacidad (T)	Sueldo anual (S/)	Número de camiones con la reducción	Sueldo anual (S/)
3	10	97 920	1	32 640
4	5	89 088	2	44 544
3	3	53 453	1	17 818
total		240 461	total	95 002

Elaboración: Propia

En la tabla 27 los costos de combustible de camiones son de S/. 240 460,8 debido a que cuenta con 10 camiones con la nueva propuesta la distribuidora está reduciendo a 4 camiones con un costo de S/. 95 001,6 estos egresos comenzaran a reducir progresivamente, por ende, pasaran a ser parte de los nuevos ingresos para la empresa.

3.2.6.3.4. Reducción de mantenimiento de camiones

Se ha realizado una reducción de mantenimiento de camiones ya que debido a que en la propuesta de nuevo proceso comercial sección 3.2.4, habla que tendrá otra nueva forma de trabajar a parte de la que cuenta actualmente, esto conlleva a que al reducir visitas disminuya al mismo tiempo el mantenimiento utilizado para que el camión este en óptimas condiciones para entrega de sus productos. Por lo cual se ha creído conveniente realizar una tabla comparativa de costos.

Tabla 28. Reducción de mantenimiento de camiones

Número de camiones con mantenimiento actuales	Capacidad (T)	Sueldo anual (S/)	Número de camiones con mantenimiento con la reducción	Sueldo anual (S/)
3	10	43 200	1	14 400
4	5	48 000	2	24 000
3	3	28 800	1	9 600
total		120 000	total	48 000

Elaboración: Propia

En la tabla 28 los costos de mantenimiento de camiones son de S/. 120 000 debido a que cuenta con 10 camiones con la nueva propuesta la distribuidora está reduciendo a un costo a 4 camiones con un costo de S/. 48 000 estos egresos comenzaran a reducir progresivamente, por ende, pasaran a ser parte de los nuevos ingresos para la empresa.

3.2.6.3.5. Reducción de devoluciones

Esta dado por el 10% de utilidades que deja de percibir la empresa por el costo de devoluciones totales del año 2017 que son de S/6 817 873,29, al implementar el nuevo proceso comercial junto con la propuesta planteadas se podrá percibir unos ingresos anuales de S/. 1 455 104,61.

3.2.7. Indicadores realizados con la propuesta de mejora

Gley [7] en su investigación *“Sistemas de automatización en el proceso de separación de pedidos en un almacén: Un estudio de aplicación del Voice Picking aumentaron el nivel de servicio de la empresa ante sus clientes internos y externos”*, el estudio se dio en un Centro de Distribución, que pasa por el proceso de implantación del sistema Picking to Voice, con la aplicación de la tecnología citada fue posible obtener como resultados la eliminación de problemas como atrasos en alistamiento, errores en escanear mercadería; y la reducción de problemas como daños de mercadería en un 63% y separación errónea en un 88%.

Valiéndonos de su investigación en de su artículo científico, se considera que al implementar el sistema de voice picking la distribuidora consumo masivo S.A.C, los beneficios serán equivalentes.

Entonces basándose con la propuesta, las devoluciones por envío de productos con daños se disminuirá en 63% y envío incorrecto de productos y cantidades se disminuirá en un 88%, quedándonos que el envío de productos con daños que antes era 37,37% ahora será 13,83% y envío incorrecto de productos y cantidades que antes era 62,63 ahora será 7,52%.

El cuadro presentado a continuación fue tomado de la tabla 17 para poder hacer la comparación de % de dinero que disminuye al aplicar la mejora para la empresa consumo masivo S.A.C.

Tabla 29. Indicadores antes y después de aplicar la mejora

MOTIVO DE DEVOLUCIÓN	DINERO QUE PIERDE ACTUALMENTE	DINERO QUE DISMINUYE AL APLICAR LA MEJORA
Envío de productos con daños	S/. 1 547 839	S/. 942 700,52
Envío incorrecto de productos y cantidades	S/. 4 270 034,29	S/. 512 404,09
Total	S/. 6 817 873,28	S/. 1 455 104,61

Elaboración: Propia

En la tabla 29 dio como resultado que el total del dinero perdido que pierde actualmente sin la mejora es de S/.6 817 873,28 y la cantidad de dinero que disminuye en sus costos después de aplicar la mejora será de S/. 1 455 104.61.

3.3. ANÁLISIS DE COSTO BENEFICIO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS Y COMERCIALES EN LA DISTRIBUIDORA “CONSUMO MASIVO S.A.C”

3.3.1. Flujo de Caja

En la siguiente tabla 30 se detalla los nuevos ingresos pertenecientes a la reducción de personal y camiones, así como la reducción de devoluciones del apartado 3.2.6 los cuales se irán reduciendo paulativamente en el transcurso de los años siguientes y los egresos generados por la nueva propuesta que se quiere implantar para la distribuidora de consumo masivo S.A.C.

Tabla 30. Flujo de caja

TOTAL DE INGRESOS	Und	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Reducción de devoluciones		S/. 1 455 104,61	S/. 1 455 104,61	S/. 1 455 104,61	S/. 1 455 104,61	S/. 1 455 104,61	S/. 1 455 104,61
Reducción de personal de reparto		S/. 44 560,00	S/. 53 472,00	S/. 66 840,00	S/. 89 120,00	S/. 133 680,00	S/. 267 360,00
Reducción de personal de ventas		S/. 7 291,67	S/. 8 750,00	S/. 10 937,50	S/. 14 583,33	S/. 21 875,00	S/. 43 750,00
Reducción de combustible de camiones		S/. 15 833,60	S/. 19 000,32	S/. 23 750,40	S/. 31 667,20	S/. 47 500,80	S/. 95 001,60
Reducción de mantenimiento de camiones		S/. 8 000,00	S/. 9 600,00	S/. 12 000,00	S/. 16 000,00	S/. 24 000,00	S/. 48 000,00
Total Beneficios		S/. 1 532 808,88	S/. 1 545 926,93	S/. 1 568 632,51	S/. 1 606 475,14	S/. 1 682 160,41	S/. 1 909 216,21
TOTAL DE EGRESOS							
Rediseño de nuevo almacén	S/. 134 412,81						
Nuevo Personal	S/. 8 100,00						
Tecnología Vocollect	S/. 447 258,50						
Descuento por mercadería ofrecida		S/. 1 358 628,85	S/. 1 358 628,85	S/. 1 358 628,85			
Plan de marketing	S/. 43 295,00						
Mantenimiento Vocollect					S/. 2 242,50	S/. 2 242,50	S/. 2 242,50
Total Costos	S/. 633 066,31	S/. 1 358 628,85	S/. 1 358 628,85	S/. 1 358 628,85	S/. 2 242,50	S/. 2 242,50	S/. 2 242,50
UTILIDAD BRUTA		S/. 174 180,03	S/. 187 298,08	S/. 210 003,66	S/. 1 604 232,64	S/. 1 679 917,91	S/. 1 906 973,71
Utilidad a Impuestos		S/. 174 180,03	S/. 187 298,08	S/. 210 003,66	S/. 1 604 232,64	S/. 1 679 917,91	S/. 1 906 973,71
Impuestos a la renta (30%)		S/. 52 254,01	S/. 56 189,42	S/. 63 001,10	S/. 481 269,79	S/. 503 975,37	S/. 572 092,11
Depreciación por implementación de nueva maquinaria		791,40	791,40	791,40	791,40	791,40	791,40
FLUJO DE CAJA	S/. -633 066,31	S/. 121 134,62	S/. 130 317,26	S/. 146 211,16	S/. 1 122 171,45	S/. 1 175 151,14	S/. 1 334 090,20

Elaboración: Propia

3.3.2. Costo beneficio

En el cuadro de la tabla 31 se puede apreciar que nuestra tasa interna de retorno es del 52%, y que el valor actual neto es de S/. 2 172 209,31, teniendo un beneficio costo que por cada sol invertido se tendrá un retorno de S/. 0,82.

Con lo respecta al financiamiento se analizaron diferentes entidades bancarias del país, obteniendo del banco GNB con una menor TEA de %12, Anexo 19.

Tabla 31. Cuadro resumen de análisis costo beneficio

VNA	S/. 2 172 209,31
TIR	52%
Beneficio costo	S/. 0,82
Tasa referencial	12%

Elaboración: Propia

IV. CONCLUSIONES

- A partir del diagnóstico realizado de la situación actual de la empresa de los procesos logísticos y comerciales donde ésta presenta una serie de problemas entre ellos se identifican: no cuenta con procedimientos adecuados, apropiado control de rotación de sus productos un almacén desordenado, quiebre de inventarios, despacho de productos vencidos, error de código, reparto de rechazados, fechas vencidas y malas prácticas de supervisión; todo ello conlleva a que se devuelvan 153 775 cajas que equivalentes a un costo total de devoluciones de S/. 6 817 873,3, teniendo mayor incidente el despacho de productos vencidos con un 20,22% del total de problemas.
- Se ha propuesto mejorar los procesos de trabajo de los operarios de almacén en recepción, almacenamiento y despacho, así como rediseñar y redistribuir áreas de trabajo para la aplicación del nuevo proceso comercial con un costo de S/. 143 570,45 y contar con tecnología (vocollect) o sistema de voice picking el cual al aplicarse reducirá en un 63% de los daños en los productos disminuyendo a S/. 572 700,43, y se reducirá en un 88% el envío incorrecto de productos y cantidades disminuyendo a S/. 632 404,12 disminuyendo a un total de S/. 5 612 768,45 en costos. Además cabe señalar que con esta nueva propuesta de la implementación de un nuevo proceso comercial se propone reducir paulativamente el personal de ventas que era de 35 a 25 trabajadores generando un ingreso de S/. 43 750, reducción de personal de reparto de 60 a 24 trabajadores generando un ingreso S/. 267 360 lo cual conllevaría a la reducción de camiones 10 a 4 generando un ingreso S/. 95 002 y a la vez conllevaría también una reducción de mantenimiento de camiones de 10 a 4 generando un ingreso de S/. 48 000; para ello también se contara con una encuesta para saber la opinión de los clientes acerca de la implementación de nuevas forma de trabajo. Al disminuir las devoluciones de S/. 6 817 873,29 se percibiría 10% de utilidades en ventas dando un total de S/. 681 787,33 en sus nuevos ingresos y al realizar esta nueva propuesta se utilizar el 3% de las utilidades de sus ventas del 2017 que son de S/. 45 287 628,17 para realizar ofertas y promociones con un costo de S/. 1 358 628,85.
- Con el desarrollo de proyecto se logró alcanzar un valor actual neto de S/. 2 172 209,31, con una tasa de interés de retorno del 52%, lo que quiere decir que el proyecto es viable y si se puede ejecutar.

V. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que en futuras investigaciones utilicen la reingeniería en procesos logísticos los cuales contengan como tecnología sistema voice picking, implementos en procesos comerciales y redistribuciones de áreas los cuales permitan disminuir pedidos devueltos y optimicen los métodos de trabajo dentro de un almacén.
- Tomando como partida esta investigación se recomienda implementar una propuesta de plan de marketing para reforzar el nuevo proceso comercial el cual incluirá promociones, descuentos de los productos para clientes visitantes (compradores).

VI. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- [1] I. S. d. I. Santos, *Logística y marketing para la distribución comercial*, Madrid: ESIC, 2012.
- [2] J. B. Sanz, «Modelo de evaluación de la gestión logística en empresas,» *Dialnet*, pp. 1129-1137, 2010.
- [3] Z. P. E. G. A. Joanna Huguet Fernández, «Mejora del sistema de gestión del almacén de suministros de una empresa productora de gases de uso medicinal e industrial,» *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, vol. V, n° 17, p. 21, 2016.
- [4] K. A. Paredes, Andrés Mauricio Paredes Rodríguez, «Rediseño de una planta productora de lácteos mediante la utilización de las metodologías SLP, CRAFT y QAP,» *Universidad Tecnológica de Pereira.*, vol. 21, n° 4, p. 11, 2016.
- [5] N. A. Falla, «Implementación de Voice Picking en Tareas de Alistamiento se Traduce en Eficiencia y exactitud,» *Universidad Católica de Colombia*, vol. 11, n° 21, p. 3, 2016.
- [6] Y. d. Oliveira, «SISTEMA DE PICKING BY VOICE NA CADEIA LOGÍSTICA: O CASO DA EMPRESA ANGLO DO BRASIL/RJ,» *excelencia em gestao*, vol. IX, n° 22, p. 23, 2013.
- [7] A. Gley, «Sistemas de automatización en el proceso de separación de pedidos en un almacén: un estudio de aplicación del voice picking aumentaron el nivel de servicio de la empresa ante sus clientes internos y externos» *XII SEGET*, vol. XII, n° 15, p. 15, 2015.
- [8] Gerard Pérez Andrés, Victor Gisbert Soler, Elena Pérez Bernabeu, «REINGENIERÍA DE PROCESOS,» *3C Empresa*, vol. 1, n° 81 – 91, p. 11, 2017.
- [9] S. A. V. S. Rafoso Pomar, «Reingeniería de procesos: conceptos, enfoques y nuevas,» *Ciencias de la información*, vol. 42, n° 3, p. 10, 2011.
- [10] L. A. M. Garcia, *Indicadores de la gestión logística*, bogota: Starbook , 2011.
- [11] J. E. Serrano, *Almacenaje de productos*, España: Parainfo, 2011
- [12] A. C. Consuelo, «Análisis de incidentes de aprovisionamiento en la Cadena de Suministro cuando se emigra de procesos de empuje a procesos de tirón.,» de “*Estudios de comunicación, innovación y competitividad*”, Coahuila, 2017.
- [13] E. J. M. Agustín Jimenez Avello, *Introducción al control óptimo*, Madrid : Dextra, 2016.
- [14] C. a. p. rueda, *costos logísticos*, asuncion: Pagrol, 2005.
- [15] F. G. B. Tanoira, *Pareto en los negocios*, Bogota: management, 2017.
- [16] G. hernandez, *Inventarios*, BOGOTA: ECOE, 2009.
- [17] THIERAUF, *Toma de decisiones a travez de la investigación abc*, Mexico: Limosa noriega, 1990.
- [18] R. G. montoya, *Analisis de la operación de plantas para la configuración de un centro de distribución*, Bogota: Scientia , 2011.
- [19] R. Muther, *Planificación y proyección de la empresa industrial*, Barcelona: Tecnicos asociados s.a, 1968.
- [20] R. Fuhr, «Tecnología de Voz,» *Boreal technology*, 6 abril 2017. [En línea]. Available: <https://borealtech.com/tecnologia-de-voz/>.
- [21] D. o. e. bicentenario, «El peruano,» 9 junio 2018. [En línea]. Available: <http://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/precisan-las-disposiciones-de-la-ley-n-30334-ley-que-estab-decreto-supremo-no-012-2016-tr-1436137-3/>. [Último acceso: 20 7 abril].
- [22] J. M. I. Landeta, «Cálculo del punto de reorden cuando el tiempo de entrega y la demanda están correlacionados,» *Contaduria y Administración*, vol. 60, n° 4, p. 4, 2015.

VII. ANEXOS

ANEXO 1



Figura 23. Fachada principal del almacén

ANEXO 2



Figura 24. Furgoneta del almacén

ANEXO 3



Figura 25. Despacho de productos

ANEXO 4.



Figura 26. Despachando productos

ANEXO 5.



Figura 27. Ítem de productos por despachar

ANEXO 6



Figura 28. Entrada a los productos

Anexo 7

Tabla 32. Clasificación ABC, EOQ, demanda durante el lead time y punto de pedido

Ítem	Descripción	% Participación	% Acumulativo	Tipo	Demanda anual (cajas)	Demanda diaria (cajas)	c (Precio de cada producto) (S/.)	ventas (S/.)	a (Costo de almacenamiento)	b (costo de lanzamiento de pedido)	Precio de cada producto (S/.)	Plazo de aprovisionamiento (días)	Stock de seguridad	EOQ (Demanda óptima de pedido)	Demanda durante el lead time	Punto de pedido
1	NU. ACEITE CAPRI 1LT 12BOT	3,55%	3,55%	A	34 730,71	120,59	76,03	2 640 575,81	10%	189,22	76,03	7	5%	1 314,80	844,15	844,20
2	N.GALL.SODA DIA 8PQT 5PCK	3,37%	6,92%	A	32 973,80	114,49	7,00	230 816,60	10%	189,22	7,00	7	5%	4 222,11	801,45	801,50
3	MANTECA VEGETAL GORDITO 14KG 1CJA	3,28%	10,20%	A	32 151,00	111,64	66,17	2 127 431,67	10%	189,22	66,17	7	5%	1 356,00	781,45	781,50
4	N.MAYONESA ALACENA 100CC 24BOL	2,11%	12,31%	A	20 700,35	71,88	51,31	1 062 134,80	10%	189,22	51,31	7	5%	1 235,61	503,13	503,18
5	HNA. NICOLINI SELEC. ESP. NORTE PP.50K	2,08%	14,39%	A	20 368,00	70,72	87,90	1 790 347,20	10%	189,22	87,90	7	5%	936,43	495,06	495,11
6	NU.FID.DON VITTORIO SPAG.500GR 20BOL	1,99%	16,38%	A	19 479,65	67,64	44,58	868 402,80	10%	189,22	44,58	7	5%	1 285,92	473,46	473,51
7	NU.FID.DON VITTORIO LING.GR.500GR 20BOL	1,99%	18,37%	A	19 461,90	67,58	44,58	867 611,50	10%	189,22	44,58	7	5%	1 285,34	473,03	473,08
8	GALLETA VAINILLA DIA 8PQT 5PCK	1,98%	20,35%	A	19 423,20	67,44	7,00	135 962,40	10%	189,22	7,00	7	5%	3 240,45	472,09	472,14
9	ESPARCIBLE MANTY 95GR 24POT	1,98%	22,34%	A	19 422,11	67,44	25,96	504 198,08	10%	189,22	25,96	7	5%	1 682,63	472,07	472,12
10	MAYONESA BASE MACBEL 2x2LT 1CJA	1,95%	24,28%	A	19 051,00	66,15	26,94	513 233,94	10%	189,22	26,94	7	5%	1 635,89	463,05	463,10
11	NU.ACEITE FRIOL FS 5L 4BDN PET.	1,91%	26,19%	A	18 693,00	64,91	23,92	447 136,56	10%	189,22	23,92	7	5%	1 719,70	454,34	454,39
12	ACEITE FRIOL SOYA 200CC 24BOT	1,77%	27,97%	A	17 364,01	60,29	30,24	525 087,63	10%	189,22	30,24	7	5%	1 474,10	422,04	422,09
13	ACEITE FRIOL SOYA 1LT 12BOT	1,73%	29,70%	A	16 942,99	58,83	67,15	1 137 721,78	10%	189,22	67,15	7	5%	977,16	411,81	411,86
14	ACEITE CRISOL MULTIUSOS FS 20LT 1BLD	1,62%	31,31%	A	15 825,00	54,95	100,23	1 586 139,75	10%	189,22	100,23	7	5%	772,98	384,64	384,69
15	BOLSA PREMIUM DORADA	1,56%	32,88%	A	15 300,00	53,13	25,50	390 150,00	10%	189,22	25,50	7	5%	1 506,85	371,88	371,93
16	PILA PANASONIC CHICA 1DSP 20PIL	1,46%	34,33%	A	14 271,05	49,55	8,97	128 011,32	10%	189,22	8,97	7	5%	2 453,72	346,87	346,92
17	NU.ACEITE CAPRI FS 5L 4BDN	1,44%	35,78%	A	14 147,00	49,12	27,99	395 974,53	10%	189,22	27,99	7	5%	1 383,01	343,85	343,90
18	GELATINA NEGRITA FRESA 160GR 24UND 1PQT	1,41%	37,19%	A	13 772,99	47,82	58,56	806 546,12	10%	189,22	58,56	7	5%	943,43	334,76	334,81
19	HARINA INCA TRADICIÓN DEL NORTE T. 50K.	1,34%	38,52%	A	13 088,00	45,44	84,89	1 111 040,32	10%	189,22	84,89	7	5%	763,84	318,11	318,16
20	NU.JAB.BOLIV.PER.BLA.FLORAL 230G.48BRR	1,20%	39,72%	A	11 708,05	40,65	75,35	882 201,64	10%	189,22	75,35	7	5%	766,82	284,57	284,62
21	NU. ACEITE CIL FS 20LT 1BLD	1,16%	40,88%	A	11 405,00	39,60	100,24	1 143 237,20	10%	189,22	100,24	7	5%	656,18	277,20	277,25
22	GAL.VICT.TENTACIÓN CHOCO. 6PQT 8PCK PE	1,14%	42,02%	A	11 163,25	38,76	96,00	1 071 672,00	10%	189,22	96,00	7	5%	663,37	271,33	271,38
23	NU.GALL.DULCE RELLE.SURTIDA 8PQT 5PCK	1,10%	43,13%	A	10 805,60	37,52	9,26	100 059,86	10%	189,22	9,26	7	5%	2 101,42	262,64	262,69
24	NU.ESPARCIBLE MANTY 45G 24BRR	1,08%	44,21%	A	10 610,50	36,84	13,62	144 515,04	10%	189,22	13,62	7	5%	1 717,01	257,89	257,94
25	NU. ACEITE CIL FS. 5L.1BDN EURO	1,00%	45,21%	A	9 817,00	34,09	25,36	248 959,12	10%	189,22	25,36	7	5%	1 210,34	238,61	238,66
26	NU. ACEITE VEG. PRIMOR PREMIUM 1L 12 BOT	0,96%	46,17%	A	9 395,80	32,62	89,24	838 481,55	10%	189,22	89,24	7	5%	631,22	228,37	228,42
27	HNA. NICOLINI EXTRA SELECTA NORTE T. 50K	0,90%	47,07%	A	8 775,00	30,47	86,91	762 635,25	10%	189,22	86,91	7	5%	618,13	213,28	213,33
28	NU. ACEITE CIL 200CC 24BOT	0,88%	47,95%	A	8 579,14	29,79	33,34	286 028,63	10%	189,22	33,34	7	5%	986,81	208,52	208,57
29	HARINA FAVORITA SIN PREP.COC.250G.18BOL	0,86%	48,81%	A	8 466,61	29,40	15,48	131 063,05	10%	189,22	15,48	7	5%	1 438,68	205,79	205,84
30	GAL.VICT.TENTACIÓN NARANJA 6PQT 8PCK PE	0,86%	49,67%	A	8 411,88	29,21	21,55	181 275,91	10%	189,22	21,55	7	5%	1 215,39	204,46	204,51

31	GALLETA SAYON MARGARITA 6PQT 6PCK	0,84%	50,51%	A	8 181,86	28,41	15,61	127 718,76	10%	189,22	15,61	7	5%	1 408,38	198,86	198,91
32	SAL 1 KG.	0,84%	51,34%	A	8 181,00	28,41	19,20	157 075,20	10%	189,22	19,20	7	5%	1 269,83	198,84	198,89
33	GALLETAS MINI KRAPS DIA 65GR 12 PQT	0,81%	52,15%	A	7 908,13	27,46	9,05	71 568,59	10%	189,22	9,05	7	5%	1 818,47	192,21	192,26
34	SEMOLA NICOLINI BOB.200G 20BOL	0,79%	52,94%	A	7 709,85	26,77	21,85	168 460,22	10%	189,22	21,85	7	5%	1 155,56	187,39	187,44
35	FIDEO LAVAGGI SPAGHETTI 500GR 20BOL	0,78%	53,72%	A	7 630,55	26,49	33,88	258 523,03	10%	189,22	33,88	7	5%	923,21	185,46	185,51
36	HARINA INCA ESPECIAL DEL NORTE T 50K	0,77%	54,49%	A	7 540,00	26,18	86,88	655 075,20	10%	189,22	86,88	7	5%	573,09	183,26	183,31
37	BOLSA CLASICA ROJO	0,77%	55,26%	A	7 533,00	26,16	32,70	246 329,10	10%	189,22	32,70	7	5%	933,69	183,09	183,14
38	DET. OPAL ULTRA FLORAL 360GR 30BOL	0,75%	56,00%	A	7 308,42	25,38	78,02	570 202,77	10%	189,22	78,02	7	5%	595,39	177,64	177,69
39	NUEVA MANTECA FAMOSA COSTA 10KG 1CJA	0,71%	56,72%	A	6 997,00	24,30	49,74	348 030,78	10%	189,22	49,74	7	5%	729,62	170,07	170,12
40	GELATINA NEGRITA FRESA 75GR 20UND 1PQT	0,70%	57,42%	A	6 902,05	23,97	25,02	172 689,29	10%	189,22	25,02	7	5%	1 021,74	167,76	167,81
41	HARINA BLANCA FLOR PREP.1K 12BOL	0,70%	58,12%	A	6 888,25	23,92	67,22	463 028,30	10%	189,22	67,22	7	5%	622,73	167,42	167,47
42	ACEITE COCINERO 1LT 12BOT	0,70%	58,82%	A	6 845,92	23,77	78,56	537 815,79	10%	189,22	78,56	7	5%	574,26	166,39	166,44
43	FID.ALIANZA TALLARIN 500G 20BOL	0,69%	59,51%	A	6 746,55	23,43	28,78	194 165,71	10%	189,22	28,78	7	5%	941,87	163,98	164,03
44	NU. ACEITE CIL 1L . 12BOT	0,68%	60,19%	A	6 667,25	23,15	72,89	485 975,93	10%	189,22	72,89	7	5%	588,35	162,05	162,10
45	GALLETAS FIGURITAS DIA 55GR 3BOL 30PQT	0,66%	60,85%	A	6 445,35	22,38	27,47	177 053,65	10%	189,22	27,47	7	5%	942,30	156,66	156,71
46	NU.JABON TROME FLORAL 230GR 40BRR	0,66%	61,51%	A	6 430,53	22,33	30,49	196 066,71	10%	189,22	30,49	7	5%	893,38	156,30	156,35
47	FIDEO LAVAGGI TALLARIN 500GR 20BOL	0,64%	62,15%	A	6 237,15	21,66	33,88	211 314,64	10%	189,22	33,88	7	5%	834,67	151,60	151,65
48	ACEITE FRIOL 500CC 24BOT	0,60%	62,75%	A	5 888,10	20,44	71,02	418 173,08	10%	189,22	71,02	7	5%	560,13	143,11	143,16
49	NU.FID.DON VITTORIO CAB.ANG.250GR 40BOL	0,57%	63,31%	A	5 532,30	19,21	44,58	246 629,93	10%	189,22	44,58	7	5%	685,29	134,47	134,52
50	MAYONESA ALACENA 10CC 240UND	0,56%	63,87%	A	5 486,75	19,05	50,88	279 165,99	10%	189,22	50,88	7	5%	638,82	133,36	133,41
51	NU.ACEITE COCINERO FS 5L 1BDN	0,55%	64,42%	A	5 362,00	18,62	27,00	144 774,00	10%	189,22	27,00	7	5%	866,91	130,33	130,38
52	DET.MARSELLA PETALOS RELAJANT 350G 30BOL	0,53%	64,95%	A	5 192,69	18,03	68,05	353 362,49	10%	189,22	68,05	7	5%	537,37	126,21	126,26
53	N. GALLETAS KRAPS 6PQT 8PCK	0,53%	65,48%	A	5 144,14	17,86	18,90	97 224,15	10%	189,22	18,90	7	5%	1 014,89	125,03	125,08
54	N. GALL.SODA DIA 250G. 12PQT	0,51%	65,99%	A	5 036,93	17,49	12,25	61 702,38	10%	189,22	12,25	7	5%	1 247,41	122,43	122,48
55	NU. ACEITE VEGETALCRISOL MULTIUSOS 3L 4B	0,50%	66,49%	A	4 885,00	16,96	100,23	489 623,55	10%	189,22	100,23	7	5%	429,46	118,73	118,78
56	FID.ALIANZA SPAGHETTI 500G 20BOL	0,49%	66,98%	A	4 821,15	16,74	28,78	138 752,70	10%	189,22	28,78	7	5%	796,20	117,18	117,23
57	ACEITE COCINERO FS - 20L BLD	0,49%	67,47%	A	4 810,00	16,70	107,44	516 786,40	10%	189,22	107,44	7	5%	411,61	116,91	116,96
58	HARINA INCA TRADICIÓN DEL NORTE PP. 50K.	0,49%	67,96%	A	4 756,00	16,51	83,82	398 647,92	10%	189,22	83,82	7	5%	463,38	115,60	115,65
59	GAL.VICT.INTERGRACKER MIEL 9PQT 5PCK	0,48%	68,44%	A	4 734,35	16,44	20,69	97 953,70	10%	189,22	20,69	7	5%	930,56	115,07	115,12
60	NU.FID.DON VITTORIO COD.RAY.250G 20BOL	0,48%	68,92%	A	4 674,75	16,23	22,29	104 200,18	10%	189,22	22,29	7	5%	890,88	113,62	113,67
61	HARINA SAYON ESPECIAL 50K	0,48%	69,40%	A	4 657,00	16,17	85,00	395 845,00	10%	189,22	85,00	7	5%	455,34	113,19	113,24
62	HARINA INCA ESPECIAL DEL NORTE PP 50K	0,47%	69,87%	A	4 596,00	15,96	85,89	394 750,44	10%	189,22	85,89	7	5%	450,00	111,71	111,76
63	VAINILLA NEGRITA 1L. 1BOT	0,46%	70,32%	A	4 489,00	15,59	6,54	29 358,06	10%	189,22	6,54	7	5%	1 611,68	109,11	109,16
64	NU.JABON TROME LIMON 230GR 40BRR	0,44%	70,76%	A	4 299,70	14,93	30,49	131 097,85	10%	189,22	30,49	7	5%	730,52	104,51	104,56

65	NU.FID.DON VITTORIO CANU.CH.250GR 20BOL	0,43%	71,19%	A	4 198,20	14,58	22,29	93 577,88	10%	189,22	22,29	7	5%	844,25	102,04	102,09
66	CREMA DE AJI TARI 85GR. 24UND	0,42%	71,61%	A	4 141,68	14,38	43,70	180 991,55	10%	189,22	43,70	7	5%	598,88	100,67	100,72
67	NU. ACEITE PRIMOR FS 5L.4BDN	0,42%	72,03%	A	4 076,00	14,15	29,37	119 712,12	10%	189,22	29,37	7	5%	724,70	99,07	99,12
68	NU.JAB.BOLIV.PER.BLA.BEBE 230G.48BRR	0,39%	72,42%	A	3 853,39	13,38	75,35	290 352,56	10%	189,22	75,35	7	5%	439,92	93,66	93,71
69	MARGA.ESPARC.SELLO DE ORO CC.45GR 24BRR	0,39%	72,81%	A	3 789,46	13,16	13,62	51 612,45	10%	189,22	13,62	7	5%	1 026,11	92,10	92,15
70	DET. OPAL ULTRA FLORAL 520GR 24BOL	0,39%	73,20%	A	3 783,72	13,14	83,21	314 843,67	10%	189,22	83,21	7	5%	414,83	91,97	92,02
71	N.MARG.ESPARC.SELLO DE ORO CC.90GR 20BRR	0,38%	73,58%	A	3 712,10	12,89	21,63	80 292,72	10%	189,22	21,63	7	5%	805,89	90,22	90,27
72	NU.FID.DON VITTORIO CANU.RAY.250GR 20BOL	0,38%	73,96%	A	3 711,70	12,89	22,29	82 733,79	10%	189,22	22,29	7	5%	793,83	90,21	90,26
73	ACEITE VEG. PRIMOR CORAZON 1L 12 BOT	0,37%	74,33%	A	3 667,07	12,73	93,29	342 100,59	10%	189,22	93,29	7	5%	385,69	89,13	89,18
74	FID.VICTORIA ENTREFINO GRUESO #50 10KG	0,37%	74,70%	A	3 629,00	12,60	29,56	107 273,24	10%	189,22	29,56	7	5%	681,61	88,20	88,25
75	N.GALL.SODA DIA 10PQT 10PCK	0,37%	75,07%	A	3 596,60	12,49	16,60	59 703,56	10%	189,22	16,60	7	5%	905,49	87,42	87,47
76	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.FL.360G 30BOL	0,35%	75,42%	A	3 447,88	11,97	105,35	363 234,58	10%	189,22	105,35	7	5%	351,93	83,80	83,85
77	NU. ACEITE VEGETAL PRIMOR 1LT 12BOT	0,35%	75,77%	A	3 445,21	11,96	83,17	286 537,95	10%	189,22	83,17	7	5%	395,93	83,74	83,79
78	DET.MARSELLA PETALOS RELAJANT 150G 60BOL	0,34%	76,12%	A	3 361,37	11,67	60,32	202 757,72	10%	189,22	60,32	7	5%	459,22	81,70	81,75
79	HNA. NICOLINI EXTRA SELECTA NORTE PP.50K	0,33%	76,45%	A	3 257,00	11,31	85,90	279 776,30	10%	189,22	85,90	7	5%	378,80	79,16	79,21
80	GAL.VICT.TENTACIÓN COCO 6PQT 8PCK PE	0,33%	76,78%	A	3 238,25	11,24	21,55	69 784,29	10%	189,22	21,55	7	5%	754,09	78,71	78,76
81	N.MAYONESA ALACENA 500CC 12BOL	0,33%	77,11%	A	3 235,91	11,24	83,02	268 645,33	10%	189,22	83,02	7	5%	384,06	78,65	78,70
82	DET.MARSELLA PETALOS RELAJANT 500G 24BOL	0,33%	77,44%	A	3 230,26	11,22	76,22	246 210,42	10%	189,22	76,22	7	5%	400,48	78,51	78,56
83	GAL.VICT.TENTACIÓN VAINILLA 6PQT 8PCK PE	0,33%	77,77%	A	3 197,00	11,10	21,55	68 895,35	10%	189,22	21,55	7	5%	749,28	77,70	77,75
84	SALSA ROJA DON VITTORIO 200GR.12UND	0,32%	78,09%	A	3 176,22	11,03	18,09	57 457,80	10%	189,22	18,09	7	5%	815,14	77,20	77,25
85	PILA PANASONIC AAA 1DSP 40PIL	0,32%	78,41%	A	3 171,00	11,01	19,95	63 261,45	10%	189,22	19,95	7	5%	775,57	77,07	77,12
86	NUE.MAZAMORRA MORADA NEGRITA 170G.24UND	0,32%	78,73%	A	3 119,46	10,83	57,51	179 400,20	10%	189,22	57,51	7	5%	453,07	75,82	75,87
87	N.MAYONESA ALACENA 200CC 12BOL	0,32%	79,05%	A	3 107,49	10,79	44,67	138 811,35	10%	189,22	44,67	7	5%	513,09	75,53	75,58
88	ACEITE CRISOL FRIT.INTENS FS-20L 1BLD	0,32%	79,37%	A	3 096,00	10,75	106,42	329 476,32	10%	189,22	106,42	7	5%	331,80	75,25	75,30
89	GALLETA MARGARITA BAÑADA 6PQT 6PCK	0,30%	79,67%	A	2 955,26	10,26	21,03	62 149,08	10%	189,22	21,03	7	5%	729,24	71,83	71,88
90	FLAN VAINILLA NEGRITA 95GR 12UND 1PQT	0,30%	79,97%	A	2 916,75	10,13	18,38	53 609,81	10%	189,22	18,38	7	5%	774,94	70,89	70,94
91	FID. LAVAGGI CABELLO ANGEL 250GR 40BOL	0,29%	80,26%	B	2 870,38	9,97	33,88	97 248,31	10%	189,22	33,88	7	5%	566,23	69,77	69,82
92	MAYONESA ALACENA 4LT 1BLD	0,28%	80,54%	B	2 774,00	9,63	48,77	135 287,98	10%	189,22	48,77	7	5%	463,95	67,42	67,47
93	PILA PANASONIC GRANDE 1DSP 24PIL	0,28%	80,83%	B	2 763,00	9,59	29,65	81 922,95	10%	189,22	29,65	7	5%	593,84	67,16	67,21
94	GAL.VICT.CASINO FRESA 6PQT 8PCK PE	0,28%	81,11%	B	2 758,75	9,58	25,00	68 968,75	10%	189,22	25,00	7	5%	646,22	67,05	67,10
95	OPAL ULTRA FLORAL 160GR 60BOL	0,28%	81,39%	B	2 719,66	9,44	75,23	204 600,25	10%	189,22	75,23	7	5%	369,88	66,10	66,15

96	GALLETA SAYON SODA CRACK 10PQT 4PCK	0,28%	81,66%	B	2 713,25	9,42	6,64	18 015,98	10%	189,22	6,64	7	5%	1 243,53	65,95	66,00
97	NU.ACEITE VEGETAL NORCHEFF 1L 12 BOT	0,26%	81,93%	B	2 585,82	8,98	57,99	149 951,41	10%	189,22	57,99	7	5%	410,79	62,85	62,90
98	GAL.VICT.CASINO CHOCOLATE 6PQT 8PCK PE	0,26%	82,19%	B	2 582,25	8,97	25,00	64 556,25	10%	189,22	25,00	7	5%	625,21	62,76	62,81
99	FID.ALIANZA CODO RAYADO 250G 20BOL	0,26%	82,45%	B	2 545,50	8,84	14,40	36 655,20	10%	189,22	14,40	7	5%	817,90	61,87	61,92
100	DET. OPAL ULTRA FLORAL 850GR 15BOL	0,25%	82,70%	B	2 482,21	8,62	91,00	225 880,84	10%	189,22	91,00	7	5%	321,29	60,33	60,38
101	GALL.VICTORIA GLACITAS TOFF.32G 6PQT8PCK	0,25%	82,95%	B	2 458,38	8,54	25,22	62 000,22	10%	189,22	25,22	7	5%	607,36	59,75	59,80
102	FID.ALIANZA CANUTO CHICO 250G 20BOL	0,24%	83,20%	B	2 378,90	8,26	14,40	34 256,16	10%	189,22	14,40	7	5%	790,68	57,82	57,87
103	NU.GALLETA VICTORIA SODA 6PQT 36PCK	0,24%	83,44%	B	2 338,47	8,12	78,59	183 780,20	10%	189,22	78,59	7	5%	335,56	56,84	56,89
104	NU.JAB MARSELLA FLORAL 230GR 40BRR	0,23%	83,67%	B	2 291,55	7,96	56,76	130 068,38	10%	189,22	56,76	7	5%	390,87	55,70	55,75
105	NU. ACEITE CAPRI 500CC 24BOT	0,23%	83,90%	B	2 219,61	7,71	90,16	200 119,68	10%	189,22	90,16	7	5%	305,23	53,95	54,00
106	GAL.VICT.CASINO ALFAJOR 6PQT 8 PCK PE	0,22%	84,12%	B	2 172,63	7,54	25,00	54 315,63	10%	189,22	25,00	7	5%	573,48	52,81	52,86
107	NU.KETCHUP ALPESA 2x2KG 1BLD	0,22%	84,34%	B	2 160,25	7,50	15,51	33 505,48	10%	189,22	15,51	7	5%	726,01	52,51	52,56
108	GAL.VICT.CASINO MENTA 6PQT 8PCK PE	0,22%	84,56%	B	2 147,75	7,46	25,00	53 693,75	10%	189,22	25,00	7	5%	570,18	52,20	52,25
109	NU.HARINA PREP.ESPIGA DE ORO 1K.12BOL	0,22%	84,77%	B	2 111,00	7,33	52,86	111 587,46	10%	189,22	52,86	7	5%	388,75	51,31	51,36
110	FID.VICTORIA ENTREFINO DELGADO #48 10KG	0,22%	84,99%	B	2 108,00	7,32	29,56	62 312,48	10%	189,22	29,56	7	5%	519,49	51,24	51,29
111	GALL.VICTORIA GLACITAS FRE.32G 6PQT8PCK	0,21%	85,20%	B	2 088,50	7,25	25,22	52 671,97	10%	189,22	25,22	7	5%	559,81	50,76	50,81
112	DET.MARSELLA PETALOS RELAJANT 850G 15BOL	0,21%	85,42%	B	2 083,69	7,24	81,66	170 153,80	10%	189,22	81,66	7	5%	310,75	50,65	50,70
113	GALL.VICTORIA GLACI.CHO.NIE.32G 6PQT8PCK	0,21%	85,63%	B	2 047,00	7,11	25,22	51 625,34	10%	189,22	25,22	7	5%	554,22	49,75	49,80
114	EXPERTA PRE MEZCLA KEKE 10KG.	0,21%	85,83%	B	2 036,00	7,07	54,62	111 206,32	10%	189,22	54,62	7	5%	375,58	49,49	49,54
115	GALL.VICTORIA GLACITAS CHOC.32G 6PQT8PCK	0,20%	86,03%	B	1 959,50	6,80	25,22	49 418,59	10%	189,22	25,22	7	5%	542,24	47,63	47,68
116	FIDEO LAVAGGI CANUTO CHICO 250GR 20BOLx	0,19%	86,23%	B	1 886,00	6,55	16,94	31 948,84	10%	189,22	16,94	7	5%	649,09	45,84	45,89
117	GALL.VICTORIA INTEGRAC.QUINUA 9PQT 5PCK	0,19%	86,42%	B	1 878,08	6,52	20,69	38 857,37	10%	189,22	20,69	7	5%	586,10	45,65	45,70
118	FIDEO LAVAGGI CODO RAYADO 250GR 20BOL	0,19%	86,61%	B	1 853,15	6,43	16,94	31 392,36	10%	189,22	16,94	7	5%	643,42	45,04	45,09
119	NU. ACEITE CIL 500CC 24BOT	0,19%	86,80%	B	1 847,21	6,41	79,06	146 040,58	10%	189,22	79,06	7	5%	297,35	44,90	44,95
120	GAL.VICT.INTERG.SALVADO TRIGO 9PQT 5PCK	0,19%	86,98%	B	1 817,90	6,31	20,69	37 612,35	10%	189,22	20,69	7	5%	576,63	44,19	44,24
121	MAYONESA BASE MACBEL 2x2LT 1BLD	0,18%	87,16%	B	1 776,00	6,17	28,87	51 273,12	10%	189,22	28,87	7	5%	482,49	43,17	43,22
122	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.FL.850G 15BOL	0,18%	87,34%	B	1 734,81	6,02	105,35	182 762,13	10%	189,22	105,35	7	5%	249,63	42,17	42,22
123	NU. PANETON BLANCA FLOR 6BOL 900GR	0,18%	87,52%	B	1 731,75	6,01	109,50	189 626,08	10%	189,22	109,50	7	5%	244,64	42,09	42,14
124	NU.MOSTAZA ALPESA 2x2KG 1BLD	0,17%	87,69%	B	1 663,00	5,77	13,00	21 619,00	10%	189,22	13,00	7	5%	695,77	40,42	40,47
125	NU.FID.DON VITTORIO TORNILLO 250G 20BOL	0,16%	87,85%	B	1 602,90	5,57	22,29	35 728,64	10%	189,22	22,29	7	5%	521,67	38,96	39,01

126	FID.ALIANZA CAB.DE ANGEL 250GR 40BOL	0,16%	88,01%	B	1 597,40	5,55	28,78	45 973,17	10%	189,22	28,78	7	5%	458,31	38,83	38,88
127	AVENA ANG. CANELA CLAVO 105GR 24BOL 1PQT	0,16%	88,17%	B	1 539,97	5,35	18,73	28 843,68	10%	189,22	18,73	7	5%	557,80	37,43	37,48
128	NU.JAB.BOLIV.PER.BLA.LIMON 230G.48BRR	0,16%	88,33%	B	1 538,74	5,34	75,35	115 943,98	10%	189,22	75,35	7	5%	277,99	37,40	37,45
129	HARINA NICOLINI PARA COCINAR 11.135 KG	0,16%	88,48%	B	1 534,00	5,33	29,74	45 621,16	10%	189,22	29,74	7	5%	441,81	37,28	37,33
130	KETCHUP ALACENA 100GR 12BOL	0,15%	88,63%	B	1 457,11	5,06	12,70	18 505,30	10%	189,22	12,70	7	5%	658,93	35,42	35,47
131	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.FL.520GR 24BOL	0,15%	88,78%	B	1 422,00	4,94	105,37	149 836,25	10%	189,22	105,37	7	5%	225,99	34,56	34,61
132	NU. FID.NICOLINI TALLA.GRUE.500GR 20BOL	0,14%	88,92%	B	1 409,90	4,90	33,88	47 767,41	10%	189,22	33,88	7	5%	396,84	34,27	34,32
133	NUE.GALL.VICTORIA CHOMP NARAN.6PQT 8PCK	0,14%	89,07%	B	1 398,25	4,86	21,55	30 132,29	10%	189,22	21,55	7	5%	495,52	33,99	34,04
134	WAFER DÍA FRESA 8PQT 5PCK	0,14%	89,21%	B	1 379,60	4,79	9,89	13 644,24	10%	189,22	9,89	7	5%	726,56	33,53	33,58
135	WAFER DÍA VAINILLA 8PQT 5PCK	0,14%	89,35%	B	1 360,40	4,72	9,89	13 454,36	10%	189,22	9,89	7	5%	721,49	33,07	33,12
136	NUEVA MARGA.PRIMAVERA KEKERA 2KG 4PQT	0,14%	89,48%	B	1 324,00	4,60	57,01	75 481,24	10%	189,22	57,01	7	5%	296,46	32,18	32,23
137	GALLETA SAYON MARGARITA FAMILIAR 20PQT	0,13%	89,62%	B	1 320,45	4,58	22,09	29 168,74	10%	189,22	22,09	7	5%	475,62	32,09	32,14
138	SEMOLA LAVAGGI 200G 20BOL	0,13%	89,75%	B	1 293,25	4,49	18,46	23 873,40	10%	189,22	18,46	7	5%	514,90	31,43	31,48
139	WAFER DÍA CHOCOLATE 8PQT 5PCK	0,13%	89,88%	B	1 286,00	4,47	9,89	12 718,54	10%	189,22	9,89	7	5%	701,48	31,26	31,31
140	DETERGENTE MARSELLA PROFESIONAL 14KG	0,13%	90,01%	B	1 286,00	4,47	69,25	89 055,50	10%	189,22	69,25	7	5%	265,10	31,26	31,31
141	NUE.GALLETAS DIA MERIENDA 8PQT 5PCK	0,13%	90,14%	B	1 269,00	4,41	12,34	15 659,46	10%	189,22	12,34	7	5%	623,83	30,84	30,89
142	FID.ALIANZA CANUTO GRANDE 250G 20BOL	0,13%	90,27%	B	1 247,20	4,33	14,40	17 959,68	10%	189,22	14,40	7	5%	572,51	30,31	30,36
143	WAFER CASINO BAÑADO CHOCOLATE 6PQT 12PCK	0,12%	90,39%	B	1 213,57	4,21	27,32	33 154,79	10%	189,22	27,32	7	5%	410,00	29,50	29,55
144	SEMOLA DON VITTORIO BOB.200G 20BOL	0,12%	90,51%	B	1 195,20	4,15	20,78	24 836,26	10%	189,22	20,78	7	5%	466,54	29,05	29,10
145	NU.GALL.VICTORIA DIVAS 6PQT 8PCK	0,12%	90,63%	B	1 187,25	4,12	20,13	23 899,34	10%	189,22	20,13	7	5%	472,44	28,86	28,91
146	CREMA HUANCANA ALACENA 85GR x 24BOL	0,12%	90,75%	B	1 160,58	4,03	39,29	45 599,11	10%	189,22	39,29	7	5%	334,34	28,21	28,26
147	SALSA ROCOTO ALACENA 85CC 12BOL 1CJA	0,12%	90,87%	B	1 156,42	4,02	19,20	22 203,19	10%	189,22	19,20	7	5%	477,42	28,11	28,16
148	GELATINA NEGRITA PIÑA 160GR 12UND 1PQT	0,12%	90,99%	B	1 129,73	3,92	29,28	33 078,41	10%	189,22	29,28	7	5%	382,12	27,46	27,51
149	FID.ALIANZA ENTREF.GRUE.#50 10K	0,12%	91,10%	B	1 128,00	3,92	29,56	33 343,68	10%	189,22	29,56	7	5%	380,01	27,42	27,47
150	HARINA BLANCA FLOR PREP. 0.5K 12BOL	0,11%	91,22%	B	1 124,73	3,91	35,02	39 387,94	10%	189,22	35,02	7	5%	348,63	27,34	27,39
151	GALL.VICTORIA CHOCOBUM 6PQT 8PCK	0,11%	91,33%	B	1 113,50	3,87	24,38	27 147,13	10%	189,22	24,38	7	5%	415,74	27,06	27,11
152	NU IMAG.MARG.REGIA MULTIUSOS 10KG 1CJA	0,11%	91,44%	B	1 106,00	3,84	50,24	55 565,44	10%	189,22	50,24	7	5%	288,63	26,88	26,93
153	ENJUAGUE BOLIVAR 180ML 24DPK	0,11%	91,55%	B	1 087,57	3,78	34,35	37 357,89	10%	189,22	34,35	7	5%	346,15	26,43	26,48
154	GAL.VICT.CASINO COCO 6PQT 8PCK PE	0,11%	91,66%	B	1 073,88	3,73	25,00	26 846,88	10%	189,22	25,00	7	5%	403,18	26,10	26,15
155	FID.ALIANZA ENTREF.DELG.#48 10K	0,11%	91,77%	B	1 059,00	3,68	29,56	31 304,04	10%	189,22	29,56	7	5%	368,21	25,74	25,79
156	NU.JAB.BOLIV.ANTIBACTERIAL 230G.48BRR	0,11%	91,88%	B	1 047,10	3,64	73,96	77 443,66	10%	189,22	73,96	7	5%	231,47	25,45	25,50
157	MANTY 305G 12POT	0,11%	91,99%	B	1 045,96	3,63	36,00	37 654,42	10%	189,22	36,00	7	5%	331,59	25,42	25,47

158	NU. FID.NICOLINI SPAGHETTI 500GR 20BOL	0,11%	92,09%	B	1 044,35	3,63	33,26	34 735,08	10%	189,22	33,26	7	5%	344,71	25,38	25,43
159	N. GALL.VAINILLA DIA 250G. 12PQT	0,11%	92,20%	B	1 043,76	3,62	12,25	12 786,08	10%	189,22	12,25	7	5%	567,84	25,37	25,42
160	UCHUCUTA ALACENA 85GR. 24DPK	0,10%	92,30%	B	1 021,72	3,55	39,34	40 194,62	10%	189,22	39,34	7	5%	313,50	24,83	24,88
161	DET.TROME FLORAL 150GR 60 BOL	0,10%	92,41%	B	1 006,75	3,50	39,86	40 129,21	10%	189,22	39,86	7	5%	309,16	24,47	24,52
162	MARGA.ESPARC.SELLO DE ORO 2KG 5PQT	0,10%	92,51%	B	965,00	3,35	86,22	83 202,30	10%	189,22	86,22	7	5%	205,80	23,45	23,50
163	DET.OPAL ULTRA C/QUITAMANCHAS 360G 30BOL	0,10%	92,60%	B	964,97	3,35	86,23	83 209,02	10%	189,22	86,23	7	5%	205,79	23,45	23,50
164	ENJ. BOLIVAR FLORAL 80ML 6SACHETS 24TIRA	0,10%	92,70%	B	958,46	3,33	120,01	115 024,90	10%	189,22	120,01	7	5%	173,85	23,30	23,35
165	NUE.GALL.VICTORIA CHOMP CHOCO.6PQT 8PCK	0,10%	92,80%	B	930,88	3,23	21,55	20 060,36	10%	189,22	21,55	7	5%	404,31	22,63	22,68
166	GALLETA SAYON VAINILLA 8PQT 5PCK	0,09%	92,88%	B	861,25	2,99	6,64	5 718,70	10%	189,22	6,64	7	5%	700,61	20,93	20,98
167	KETCHUP ALPESA SCHK 240UND 10GR	0,09%	92,97%	B	851,01	2,95	20,00	17 020,28	10%	189,22	20,00	7	5%	401,28	20,68	20,73
168	GELATINA NEGRITA NARANJA 160GR 12UND 1PQ	0,09%	93,06%	B	839,15	2,91	29,28	24 570,25	10%	189,22	29,28	7	5%	329,33	20,40	20,45
169	GALLETAS VICTORIA ZAS TORRE 36PQT	0,08%	93,14%	B	829,75	2,88	28,41	23 573,23	10%	189,22	28,41	7	5%	332,45	20,17	20,22
170	HARINA FAVORITA SIN PREP.1K 6BOL	0,08%	93,22%	B	788,67	2,74	23,45	18 494,26	10%	189,22	23,45	7	5%	356,75	19,17	19,22
171	MAICENA NEGRITA 180G. 12BOL	0,08%	93,30%	B	786,17	2,73	15,17	11 926,14	10%	189,22	15,17	7	5%	442,85	19,11	19,16
172	EXPERTA PRE MEZCLA INTEGRAL 25KG.	0,08%	93,38%	B	774,00	2,69	75,27	58 258,98	10%	189,22	75,27	7	5%	197,27	18,81	18,86
173	N.REF.NEGRITA CHICHA 15G.12UND.08DSP	0,08%	93,46%	B	771,48	2,68	66,28	51 133,96	10%	189,22	66,28	7	5%	209,88	18,75	18,80
174	GALLETA VAINILLA DIA 138GR 20PQT	0,08%	93,54%	B	754,50	2,62	14,95	11 279,78	10%	189,22	14,95	7	5%	437,02	18,34	18,39
175	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.FL.160GR 60BOL	0,08%	93,62%	B	754,49	2,62	92,59	69 858,14	10%	189,22	92,59	7	5%	175,61	18,34	18,39
176	GAL.VICT.CASINO LUCUMA 6PQT 8PCK PE	0,08%	93,69%	B	744,00	2,58	25,00	18 600,00	10%	189,22	25,00	7	5%	335,59	18,08	18,13
177	GAL.VICT.CASINO VAINILLA 6PQT 8PCK PE	0,07%	93,77%	B	733,88	2,55	25,00	18 346,88	10%	189,22	25,00	7	5%	333,30	17,84	17,89
178	MAYONESA MACBEL PREMIUM 2x2LT 1 CJA	0,07%	93,84%	B	731,00	2,54	27,79	20 314,49	10%	189,22	27,79	7	5%	315,51	17,77	17,82
179	FID.NICOLINI SPAGHETTI FS 1KG 12 BOL	0,07%	93,91%	B	712,58	2,47	33,26	23 700,51	10%	189,22	33,26	7	5%	284,74	17,32	17,37
180	MOSTAZA ALPESA SCHK 240UND 10GR	0,07%	93,99%	B	709,52	2,46	19,51	13 842,64	10%	189,22	19,51	7	5%	370,98	17,25	17,30
181	FID. LAVAGGI CANUTO GRANDE 250GR 20BOL	0,07%	94,06%	B	685,05	2,38	16,94	11 604,75	10%	189,22	16,94	7	5%	391,20	16,65	16,70
182	SALSA ROJA DON VITTORIO 400GR.12UND	0,07%	94,13%	B	679,46	2,36	33,59	22 823,03	10%	189,22	33,59	7	5%	276,68	16,51	16,56
183	NU. CAFE CAFETAL SELECTO 50G.72BOL	0,07%	94,19%	B	675,60	2,35	102,02	68 924,30	10%	189,22	102,02	7	5%	158,31	16,42	16,47
184	NU.FID.DON VITTORIO CORBA.M.250GR 20BOL	0,07%	94,26%	B	670,50	2,33	22,29	14 945,45	10%	189,22	22,29	7	5%	337,39	16,30	16,35
185	SALSA TOMATE ALACENA 160GR 24UND	0,07%	94,33%	B	669,32	2,32	18,50	12 382,48	10%	189,22	18,50	7	5%	370,02	16,27	16,32
186	DET.BOLIVAR CON SUAVIZANTE 360GR 30BOL	0,07%	94,40%	B	664,96	2,31	105,35	70 053,01	10%	189,22	105,35	7	5%	154,55	16,16	16,21
187	VAINILLA NEGRITA 90ML.12BOT.12DSP	0,07%	94,47%	B	654,47	2,27	129,45	84 720,75	10%	189,22	129,45	7	5%	138,32	15,91	15,96
188	FID.ALIANZA TORNILLO 250G 20BOL	0,07%	94,53%	B	650,50	2,26	14,40	9 367,20	10%	189,22	14,40	7	5%	413,46	15,81	15,86
189	CHUÑO NEGRITA 180G. 12BOL	0,07%	94,60%	B	638,83	2,22	30,64	19 573,84	10%	189,22	30,64	7	5%	280,89	15,53	15,58

190	CARAMELO SAYON LIMON/CHICHA 1CJA 12 PCK	0,06%	94,66%	B	623,14	2,16	53,76	33 500,17	10%	189,22	53,76	7	5%	209,44	15,15	15,20
191	DET. BOLIVAR MATIC 850G.15BOL	0,06%	94,72%	B	603,28	2,09	108,12	65 226,42	10%	189,22	108,12	7	5%	145,31	14,66	14,71
192	NU.DON VITTORIO S.LETRAS/NUM 250GR 20BOL	0,06%	94,78%	B	601,45	2,09	22,29	13 406,32	10%	189,22	22,29	7	5%	319,55	14,62	14,67
193	MEZCLA BLANCA FLOR TC CHOCO 0.5K 6BOL	0,06%	94,85%	B	598,37	2,08	30,60	18 309,97	10%	189,22	30,60	7	5%	272,03	14,54	14,59
194	NU.CARAMELO SAYON GAJO LIMON 16BOL 1CJA	0,06%	94,90%	B	580,76	2,02	53,76	31 221,82	10%	189,22	53,76	7	5%	202,19	14,12	14,17
195	HARINA NICOLINI-KUSKA 25K.	0,06%	94,96%	B	575,00	2,00	29,74	17 100,50	10%	189,22	29,74	7	5%	270,49	13,98	14,03
196	NU. GALL.VAINILLA DIA 10PQT 10PCK	0,06%	95,02%	C	570,80	1,98	16,60	9 475,28	10%	189,22	16,60	7	5%	360,73	13,87	13,92
197	ENJUAGUE BOLIVAR 400ML 12DPK	0,06%	95,08%	C	561,87	1,95	38,13	21 423,95	10%	189,22	38,13	7	5%	236,14	13,66	13,71
198	NU.FID.DON VITTORIO CARA.CH.250GR 20BOL	0,06%	95,14%	C	552,50	1,92	22,29	12 315,23	10%	189,22	22,29	7	5%	306,27	13,43	13,48
199	NU. ACEITE COCINERO 500CC 24BOT	0,06%	95,19%	C	551,23	1,91	83,14	45 828,85	10%	189,22	83,14	7	5%	158,40	13,40	13,45
200	VINAGRE BLANCO ALPESA 1LT 12BOT	0,06%	95,25%	C	538,83	1,87	32,08	17 285,76	10%	189,22	32,08	7	5%	252,12	13,10	13,15
201	NU.FID.DON VITTORIO CORBA.CH.250G 20BOL	0,05%	95,30%	C	533,55	1,85	22,29	11 892,83	10%	189,22	22,29	7	5%	300,97	12,97	13,02
202	DET.OPAL ULTRA C/QUITAMANCHAS 520GR 24BO	0,05%	95,35%	C	520,10	1,81	91,98	47 838,52	10%	189,22	91,98	7	5%	146,28	12,64	12,69
203	SALSERO 1.1 LT. FS	0,05%	95,41%	C	512,00	1,78	19,20	9 830,40	10%	189,22	19,20	7	5%	317,67	12,44	12,49
204	MEZCLA BLANCA FLOR KC VAINI 0.5K 6BOL	0,05%	95,46%	C	508,83	1,77	30,60	15 570,11	10%	189,22	30,60	7	5%	250,85	12,37	12,42
205	NUEVA MARGA.PRIMAVERA MULTIUSO 2KG 4PQT	0,05%	95,51%	C	505,00	1,75	56,44	28 502,20	10%	189,22	56,44	7	5%	184,01	12,27	12,32
206	NU. FID.NICOLINI CAB.ANGEL 250GR 40BOL	0,05%	95,56%	C	497,73	1,73	20,85	10 377,57	10%	189,22	20,85	7	5%	300,56	12,10	12,15
207	FID.ALIANZA CARACOL 250G 20BOL	0,05%	95,61%	C	496,85	1,73	14,40	7 154,64	10%	189,22	14,40	7	5%	361,35	12,08	12,13
208	N.REF.NEGRITA PINA 15G.12UND.08DSP	0,05%	95,66%	C	493,86	1,71	66,28	32 733,17	10%	189,22	66,28	7	5%	167,92	12,00	12,05
209	NU.FID.DON VITTORIO CORBA.GR.250G 20BOL	0,05%	95,71%	C	489,65	1,70	22,29	10 914,30	10%	189,22	22,29	7	5%	288,32	11,90	11,95
210	CREMA DE AJI TARI 10GR. 240UND	0,05%	95,76%	C	488,84	1,70	50,54	24 706,18	10%	189,22	50,54	7	5%	191,32	11,88	11,93
211	NU.FID.NICOLINI CANUTO CHICO 250GR 20BOL	0,05%	95,81%	C	485,60	1,69	20,85	10 124,76	10%	189,22	20,85	7	5%	296,88	11,80	11,85
212	EXPERTA PRE MEZCLA PAN YEMA 25KG.	0,05%	95,86%	C	484,00	1,68	75,27	36 430,68	10%	189,22	75,27	7	5%	155,99	11,76	11,81
213	DET.TROME BEBE 150GR 60 BOL	0,05%	95,91%	C	466,22	1,62	39,86	18 583,65	10%	189,22	39,86	7	5%	210,39	11,33	11,38
214	NU. EXPERTA PRE-MEZ.PANETON PREM C/E 25K	0,05%	95,96%	C	466,00	1,62	178,88	83 358,08	10%	189,22	178,88	7	5%	99,29	11,33	11,38
215	NU.EXPERTA PRE MEZCLA TORTA CHOC.10KG.	0,05%	96,00%	C	464,00	1,61	72,13	33 468,32	10%	189,22	72,13	7	5%	156,03	11,28	11,33
216	FID. LAVAGGI CORB. MEDIANA 250GR 20BOL	0,05%	96,05%	C	461,40	1,60	16,94	7 816,12	10%	189,22	16,94	7	5%	321,05	11,21	11,26
217	CAR.MAST.BARRILETE 18BOL 1CJA	0,05%	96,10%	C	460,13	1,60	120,69	55 532,61	10%	189,22	120,69	7	5%	120,11	11,18	11,23
218	DET. TROME LIMON 150GR 60 BOL	0,05%	96,14%	C	459,42	1,60	39,86	18 312,60	10%	189,22	39,86	7	5%	208,85	11,17	11,22
219	NU.FID.DON VITTORIO ARITO 250GR 20BOL	0,05%	96,19%	C	446,15	1,55	22,29	9 944,68	10%	189,22	22,29	7	5%	275,22	10,84	10,89
220	DET.OPAL ULTRA C/QUITAMANCHAS 850G 15BOL	0,04%	96,24%	C	438,75	1,52	100,60	44 138,05	10%	189,22	100,60	7	5%	128,47	10,66	10,71
221	NU.GALL.VICT.MARQUESITA COCO 6PQT 8PCK	0,04%	96,28%	C	438,38	1,52	21,55	9 446,98	10%	189,22	21,55	7	5%	277,46	10,65	10,70
222	FID.DV TORN. 120G+S. HUANCAINA 50G 24BOL	0,04%	96,32%	C	434,78	1,51	14,40	6 260,76	10%	189,22	14,40	7	5%	338,02	10,57	10,62

223	ENJUAGUE BOLIVAR 800ML 12FRASCOS	0,04%	96,37%	C	428,68	1,49	73,74	31 611,08	10%	189,22	73,74	7	5%	148,32	10,42	10,47
224	DET.BOLIVAR CON SUAVIZANTE 850GR 15BOL	0,04%	96,41%	C	421,32	1,46	105,35	44 385,85	10%	189,22	105,35	7	5%	123,02	10,24	10,29
225	FIDEO LAVAGGI TORNILLO 250GR 20BOL	0,04%	96,45%	C	416,95	1,45	16,94	7 063,13	10%	189,22	16,94	7	5%	305,20	10,13	10,18
226	FID. LAVAGGI CANUTO RAYADO 250GR 20BOL	0,04%	96,50%	C	409,80	1,42	16,94	6 942,01	10%	189,22	16,94	7	5%	302,57	9,96	10,01
227	NU. FID.NICOLINI CODO RAYADO 250GR 20BOL	0,04%	96,54%	C	407,30	1,41	20,85	8 492,21	10%	189,22	20,85	7	5%	271,89	9,90	9,95
228	GRANO DE QUINUA KUSKA 5KG	0,04%	96,58%	C	407,00	1,41	20,69	8 420,83	10%	189,22	20,69	7	5%	272,84	9,89	9,94
229	FID.NICOLINI TALLARIN FS 1KG 12 BOL	0,04%	96,62%	C	406,85	1,41	33,26	13 531,76	10%	189,22	33,26	7	5%	215,15	9,89	9,94
230	FID.DON VITTORIO SPAG. FS 1KG 12BOL	0,04%	96,66%	C	402,76	1,40	51,87	20 890,90	10%	189,22	51,87	7	5%	171,42	9,79	9,84
231	ACEITE VEG. PRIM. PREM-DESARRO.1L 12 BOT	0,04%	96,70%	C	398,09	1,38	90,51	36 031,22	10%	189,22	90,51	7	5%	129,01	9,68	9,73
232	VINAGRE BLANCO ALPESA 5LT 4BOT	0,04%	96,74%	C	397,25	1,38	45,45	18 055,01	10%	189,22	45,45	7	5%	181,87	9,66	9,71
233	DULCE RELLENA COCO 8PQT 5PCK	0,04%	96,78%	C	395,60	1,37	9,26	3 663,26	10%	189,22	9,26	7	5%	402,08	9,62	9,67
234	MARGA.ESPARC.SELLO DE ORO 45GR 24BRR	0,04%	96,82%	C	383,51	1,33	13,62	5 223,41	10%	189,22	13,62	7	5%	326,43	9,32	9,37
235	DETERGENTE BOLIVAR MATIC 360G.30BOL	0,04%	96,86%	C	383,30	1,33	105,35	40 380,23	10%	189,22	105,35	7	5%	117,34	9,32	9,37
236	FID.ALIANZA CORBATA MEDIANA 250G 20BOL	0,04%	96,90%	C	375,40	1,30	14,40	5 405,76	10%	189,22	14,40	7	5%	314,09	9,12	9,17
237	POLO REGIA. AS	0,04%	96,94%	C	375,00	1,30	57,80	21 675,00	10%	189,22	57,80	7	5%	156,69	9,11	9,16
238	SALSA AJI MOLIDO ALACENA 85CC 12BOL 1CJA	0,04%	96,98%	C	371,16	1,29	19,20	7 126,33	10%	189,22	19,20	7	5%	270,47	9,02	9,07
239	MARGA.ESPARC. MANTY PLUS 200G X 12 POT	0,04%	97,01%	C	370,39	1,29	43,20	16 000,85	10%	189,22	43,20	7	5%	180,13	9,00	9,05
240	FID.CANUTO CHICO ESP.D ORO SAY 250G20BOL	0,04%	97,05%	C	368,45	1,28	27,06	9 970,26	10%	189,22	27,06	7	5%	227,00	8,96	9,01
241	CAFETAL SELECTO 210GR.24BOL	0,04%	97,09%	C	350,80	1,22	129,99	45 600,88	10%	189,22	129,99	7	5%	101,06	8,53	8,58
242	FID.TALLAR.ESPIGA DE ORO SAYON 500G20BOL	0,04%	97,12%	C	350,15	1,22	27,06	9 475,06	10%	189,22	27,06	7	5%	221,29	8,51	8,56
243	TOALLA ALICORP	0,04%	97,16%	C	350,00	1,22	32,20	11 270,00	10%	189,22	32,20	7	5%	202,81	8,51	8,56
244	FID.COD.RAY. ESPIGA DE ORO SAY 250G20BOL	0,04%	97,19%	C	347,85	1,21	13,53	4 706,41	10%	189,22	13,53	7	5%	311,92	8,45	8,50
245	NU.EXPERTA PRE MEZCLA BIZCOCHUELO 10KG	0,04%	97,23%	C	347,00	1,20	53,67	18 623,49	10%	189,22	53,67	7	5%	156,42	8,43	8,48
246	CHOCOLATE MANI TENTACION 12DSP 1CJA	0,04%	97,27%	C	343,20	1,19	96,00	32 947,39	10%	189,22	96,00	7	5%	116,31	8,34	8,39
247	WAFER CASINO CHOCOLATE 36PQT	0,03%	97,30%	C	331,86	1,15	31,98	10 612,88	10%	189,22	31,98	7	5%	198,17	8,07	8,12
248	DET.BOLIVAR CON SUAVIZANTE 520GR 24BOL	0,03%	97,33%	C	326,36	1,13	105,37	34 388,97	10%	189,22	105,37	7	5%	108,26	7,93	7,98
249	ENJ.BOL.FRUT.INTENSAS 80ML 6UND 24TIRAS	0,03%	97,37%	C	325,98	1,13	120,01	39 120,38	10%	189,22	120,01	7	5%	101,39	7,92	7,97
250	NU.GALL.VICT.MARQUESITA VAIN.6PQT 8PCK	0,03%	97,40%	C	324,25	1,13	21,55	6 987,59	10%	189,22	21,55	7	5%	238,62	7,88	7,93
251	AVENA ANGEL CHOCOLATE 100GR 24BOL 1PQT	0,03%	97,43%	C	319,10	1,11	18,73	5 976,76	10%	189,22	18,73	7	5%	253,92	7,76	7,81
252	MANTECA VEGETAL NIEVE SOFT 16KG 1BLD	0,03%	97,46%	C	314,00	1,09	66,17	20 777,38	10%	189,22	66,17	7	5%	134,01	7,63	7,68
253	NU.KETCHUP ALPESA 2x2KG 1CJA	0,03%	97,50%	C	312,00	1,08	15,51	4 839,12	10%	189,22	15,51	7	5%	275,91	7,58	7,63
254	AZUCAR FINITA NEGRITA 1KG.5BOL	0,03%	97,53%	C	310,40	1,08	33,23	10 314,59	10%	189,22	33,23	7	5%	188,01	7,54	7,59

255	REF. FRUTISIM NEG CHICHA 35G.12UND.06DSP	0,03%	97,56%	C	309,47	1,07	57,60	17 825,41	10%	189,22	57,60	7	5%	142,59	7,52	7,57
256	MEZCLA BLANCA FLOR KC NARAN 0.5K 6BOL	0,03%	97,59%	C	308,86	1,07	29,88	9 228,65	10%	189,22	29,88	7	5%	197,78	7,51	7,56
257	WAFER CASINO FRESA 6PQT 8PCK	0,03%	97,62%	C	303,88	1,06	17,32	5 263,12	10%	189,22	17,32	7	5%	257,67	7,39	7,44
258	PURE DE PAPA MULTIUSOS MENU 1KG 5BOL	0,03%	97,65%	C	303,40	1,05	53,32	16 177,29	10%	189,22	53,32	7	5%	146,74	7,37	7,42
259	AVENA ANGEL QUINUA 100GR 24BOL 1PQT	0,03%	97,68%	C	303,36	1,05	18,73	5 681,84	10%	189,22	18,73	7	5%	247,57	7,37	7,42
260	FID.SPAGHE.ESPIGA DE ORO SAYON 500G20BOL	0,03%	97,71%	C	302,55	1,05	27,06	8 187,00	10%	189,22	27,06	7	5%	205,70	7,35	7,40
261	NU. PANETON BLANCA FLOR 6CJA 1KG.	0,03%	97,74%	C	299,86	1,04	127,50	38 231,77	10%	189,22	127,50	7	5%	94,34	7,29	7,34
262	WAFER CASINO FRESA 36PQT	0,03%	97,77%	C	297,61	1,03	31,98	9 517,41	10%	189,22	31,98	7	5%	187,66	7,23	7,28
263	ENVASE P/SALSA ROJO KETCHUP	0,03%	97,81%	C	297,00	1,03	18,09	5 372,73	10%	189,22	18,09	7	5%	249,26	7,22	7,27
264	TAZA DÍA DEL PADRE - GPV	0,03%	97,84%	C	297,00	1,03	3,02	896,94	10%	189,22	3,02	7	5%	610,05	7,22	7,27
265	SALSA ROCOTO ALACENA 8CC 240UND	0,03%	97,87%	C	296,14	1,03	19,20	5 685,93	10%	189,22	19,20	7	5%	241,60	7,20	7,25
266	CHOCO.SAYON TAB.TAZA 1PQT 06DSP 12UND	0,03%	97,90%	C	291,21	1,01	37,00	10 774,81	10%	189,22	37,00	7	5%	172,58	7,08	7,13
267	GALLETAS VICTORIA ZAS 6PQT 8PCK	0,03%	97,92%	C	278,50	0,97	18,82	5 241,37	10%	189,22	18,82	7	5%	236,64	6,77	6,82
268	NU.EXPERTA PRE MEZCLA BIZCOCHO 25KG.	0,03%	97,95%	C	274,00	0,95	53,67	14 705,58	10%	189,22	53,67	7	5%	139,00	6,66	6,71
269	WAFER CASINO VAINILLA 36PQT	0,03%	97,98%	C	272,78	0,95	31,98	8 723,63	10%	189,22	31,98	7	5%	179,67	6,63	6,68
270	GALLETAS SODA DÍA 115GR 20PQT	0,03%	98,01%	C	268,10	0,93	15,32	4 107,29	10%	189,22	15,32	7	5%	257,34	6,52	6,57
271	GALL.VICTORIA GLACI.DOB.CHO.32G 6PQT8PCK	0,03%	98,03%	C	265,63	0,92	25,22	6 699,06	10%	189,22	25,22	7	5%	199,64	6,46	6,51
272	CREMA DE AJI TARI 400GR. 12UND	0,03%	98,06%	C	265,40	0,92	79,50	21 099,30	10%	189,22	79,50	7	5%	112,40	6,45	6,50
273	FIDEO LAVAGGI CARACOL 250GR 20BOL	0,03%	98,09%	C	264,05	0,92	16,94	4 473,01	10%	189,22	16,94	7	5%	242,87	6,42	6,47
274	NUEVA MARGA.PRIMAVERA HOJALDRE 2KG 5PQT	0,03%	98,12%	C	263,05	0,91	81,16	21 349,14	10%	189,22	81,16	7	5%	110,75	6,39	6,44
275	DETERGENTE BOLIVAR MATIC 520GR 24BOL	0,03%	98,14%	C	262,40	0,91	105,34	27 640,69	10%	189,22	105,34	7	5%	97,09	6,38	6,43
276	NU.KETCHUP ALACENA BALDE 4KG	0,03%	98,17%	C	262,00	0,91	21,66	5 674,92	10%	189,22	21,66	7	5%	213,95	6,37	6,42
277	CARAMELO SAYON BAMBÍ /PERITA 1CJA 12PCK	0,03%	98,20%	C	261,25	0,91	72,39	18 912,10	10%	189,22	72,39	7	5%	116,87	6,35	6,40
278	WAFER CASINO CHOCOLATE 6PQT 8PCK	0,03%	98,22%	C	260,00	0,90	17,32	4 503,20	10%	189,22	17,32	7	5%	238,35	6,32	6,37
279	DET. OPAL ULTRA FLORAL 1.5KG 8BOL	0,03%	98,25%	C	256,50	0,89	93,96	24 100,74	10%	189,22	93,96	7	5%	101,64	6,23	6,28
280	NU.MOSTAZA ALPESA 2x2KG 1CJA	0,03%	98,27%	C	252,00	0,88	11,60	2 923,20	10%	189,22	11,60	7	5%	286,72	6,13	6,18
281	N.FID.DON VITT. QUIF/CO.RA. FS 400G12BOL	0,03%	98,30%	C	246,31	0,86	20,74	5 108,53	10%	189,22	20,74	7	5%	212,00	5,99	6,04
282	NUE.GALL.VICT.DOBL.TENTACI.CHO.6PQT 8PCK	0,02%	98,32%	C	240,63	0,84	24,47	5 888,09	10%	189,22	24,47	7	5%	192,91	5,85	5,90
283	N.REF.NEGRITA MARACUYA 15G.12UND.08DSP	0,02%	98,35%	C	238,80	0,83	66,28	15 827,86	10%	189,22	66,28	7	5%	116,77	5,80	5,85
284	S.ROJA DV 2x200GR+FID.SPAG.DV 500GR 6PCK	0,02%	98,37%	C	230,76	0,80	27,00	6 230,52	10%	189,22	27,00	7	5%	179,84	5,61	5,66
285	N. CARAMELO SAYON PERITAS 1CJA 20BOL	0,02%	98,39%	C	226,85	0,79	72,39	16 421,67	10%	189,22	72,39	7	5%	108,90	5,51	5,56
286	N.MAYONESA ALACENA LIGHT 100CC 24BOL	0,02%	98,42%	C	226,58	0,79	51,31	11 626,03	10%	189,22	51,31	7	5%	129,27	5,51	5,56
287	NU.FID.DON VITTORIO CODO CH.250GR 20BOL	0,02%	98,44%	C	225,20	0,78	22,29	5 019,71	10%	189,22	22,29	7	5%	195,53	5,47	5,52

288	DET.MARSELLA PETALOS RELAJANT 2.3KG 7BOL	0,02%	98,46%	C	221,96	0,77	112,08	24 876,72	10%	189,22	112,08	7	5%	86,57	5,39	5,44
289	REF.KANU NARANJA 15G.12UND.8DSP LAZ	0,02%	98,49%	C	221,42	0,77	64,00	14 170,94	10%	189,22	64,00	7	5%	114,42	5,38	5,43
290	N.REF.NEGRITA NARANJA 15G.12UND.08DSP	0,02%	98,51%	C	215,16	0,75	66,28	14 260,54	10%	189,22	66,28	7	5%	110,84	5,23	5,28
291	FID.DON VITTORIO LING.GR. FS 1KG 12BOL	0,02%	98,53%	C	214,50	0,74	51,09	10 958,91	10%	189,22	51,09	7	5%	126,05	5,21	5,26
292	KETCHUP ALACENA 8GR 240UND	0,02%	98,55%	C	212,67	0,74	30,13	6 407,63	10%	189,22	30,13	7	5%	163,43	5,17	5,22
293	NUEVA MANTECA FAMOSA SIERRA 10KG 1CJA	0,02%	98,57%	C	212,00	0,74	49,74	10 544,88	10%	189,22	49,74	7	5%	127,00	5,15	5,20
294	DULCE RELLENA LIMÓN 8PQT 5PCK	0,02%	98,60%	C	211,40	0,73	8,92	1 885,69	10%	189,22	8,92	7	5%	299,48	5,14	5,19
295	N.REF.NEGRITA FRESA 15G.12UND.08DSP	0,02%	98,62%	C	198,56	0,69	66,28	13 160,76	10%	189,22	66,28	7	5%	106,48	4,83	4,88
296	DET.BOLIVAR COLORES Y NEGROS 850G.15BOL	0,02%	98,64%	C	197,91	0,69	108,12	21 398,25	10%	189,22	108,12	7	5%	83,23	4,81	4,86
297	FIDEO LAVAGGI ARITO 250GR 20BOL	0,02%	98,66%	C	197,75	0,69	16,94	3 349,89	10%	189,22	16,94	7	5%	210,18	4,81	4,86
298	N.FID.DON VITT.CANUTO CH. FS 400GR 12BOL	0,02%	98,68%	C	196,06	0,68	20,74	4 066,26	10%	189,22	20,74	7	5%	189,14	4,77	4,82
299	DET. OPAL ULTRA LIMON 360G 30BOL	0,02%	98,70%	C	191,87	0,67	78,02	14 969,46	10%	189,22	78,02	7	5%	96,47	4,66	4,71
300	WAFER CASINO VAINILLA 6PQT 8PCK	0,02%	98,71%	C	187,63	0,65	17,32	3 249,67	10%	189,22	17,32	7	5%	202,47	4,56	4,61
301	CHUPETE SAYON LIMON/CHICHA 15BOL 1CJA	0,02%	98,73%	C	184,46	0,64	67,50	12 450,78	10%	189,22	67,50	7	5%	101,69	4,48	4,53
302	VASO	0,02%	98,75%	C	184,00	0,64	7,35	1 352,40	10%	189,22	7,35	7	5%	307,79	4,47	4,52
303	DET.BOLIVAR COLORES VIVOS 360G.30BOL	0,02%	98,77%	C	180,90	0,63	105,35	19 058,13	10%	189,22	105,35	7	5%	80,61	4,40	4,45
304	NU.FID.DON VITTORIO REGATO.250GR 20BOL	0,02%	98,79%	C	180,85	0,63	22,29	4 031,15	10%	189,22	22,29	7	5%	175,23	4,40	4,45
305	SELLO DE ORO 210GR 18POT	0,02%	98,81%	C	178,99	0,62	21,63	3 871,45	10%	189,22	21,63	7	5%	176,96	4,35	4,40
306	DET.BOLIVAR CON SUAVIZANTE 160G 60BOL	0,02%	98,83%	C	175,58	0,61	129,94	22 814,87	10%	189,22	129,94	7	5%	71,51	4,27	4,32
307	REF. FRUTISIMO NEG PIÑA 35G.12UND.06DSP	0,02%	98,84%	C	174,64	0,61	57,60	10 059,44	10%	189,22	57,60	7	5%	107,12	4,24	4,29
308	N. CARAM. SAYON CHICHA MORADA 1CJA 20BOL	0,02%	98,86%	C	172,75	0,60	72,39	12 505,37	10%	189,22	72,39	7	5%	95,03	4,20	4,25
309	NU. ACEITE VEGETAL PRIMOR 500ml 24BOT	0,02%	98,88%	C	170,64	0,59	96,51	16 468,85	10%	189,22	96,51	7	5%	81,80	4,15	4,20
310	CHICLE SAYON LIMON/CHICHA 12DSP 1CJA	0,02%	98,90%	C	167,44	0,58	84,00	14 064,54	10%	189,22	84,00	7	5%	86,85	4,07	4,12
311	LECHE EVAPORADA LAIVE	0,02%	98,91%	C	166,00	0,58	71,04	11 792,64	10%	189,22	71,04	7	5%	94,04	4,03	4,08
312	NU.KETCHUP ALPESA 10x2KG 1BLD	0,02%	98,93%	C	163,00	0,57	64,50	10 513,50	10%	189,22	64,50	7	5%	97,79	3,96	4,01
313	CHOCOLATE ALMENDRA TENTACION 12DSP 1CJA	0,02%	98,95%	C	161,35	0,56	96,00	15 489,89	10%	189,22	96,00	7	5%	79,75	3,92	3,97
314	GELATINA NEGRITA UVA 160GR 12UND 1PQT	0,02%	98,96%	C	159,50	0,55	29,28	4 670,19	10%	189,22	29,28	7	5%	143,58	3,88	3,93
315	DET. OPAL ULTRA FLORAL 2.6KG 7BOL	0,02%	98,98%	C	151,49	0,53	148,26	22 459,17	10%	189,22	148,26	7	5%	62,18	3,68	3,73
316	EXPERTA PRE MEZCLA PANETON 25K	0,02%	98,99%	C	151,00	0,52	158,56	23 942,56	10%	189,22	158,56	7	5%	60,03	3,67	3,72
317	CARAMELO BAMBI 120UND 20BOL 1CJA	0,02%	99,01%	C	149,75	0,52	67,40	10 093,15	10%	189,22	67,40	7	5%	91,70	3,64	3,69
318	GALLETA SAYON SODA GRANEL 12PQT 250G	0,02%	99,02%	C	147,59	0,51	11,53	1 701,66	10%	189,22	11,53	7	5%	220,09	3,59	3,64
319	N.FID.DON VITTORIO ESPIR. FS 400G 12BOL	0,02%	99,04%	C	147,07	0,51	33,59	4 940,08	10%	189,22	33,59	7	5%	128,72	3,57	3,62

320	NU.CHOCO.SAYON TAB.TAZA 1PQT 06DSP 12UND	0,02%	99,05%	C	147,05	0,51	54,00	7 940,86	10%	189,22	54,00	7	5%	101,52	3,57	3,62
321	REF.KANU CHICHA MORADA 15G.12UND.8DSP	0,01%	99,07%	C	146,77	0,51	64,00	9 393,41	10%	189,22	64,00	7	5%	93,16	3,57	3,62
322	CHICLE BUZZY TATTOO TRIBAL TF 20DSP 1CJA	0,01%	99,08%	C	145,75	0,51	40,00	5 830,00	10%	189,22	40,00	7	5%	117,43	3,54	3,59
323	CAR.MAS.BIG BEN SUR.18BOL 1CJA	0,01%	99,10%	C	144,62	0,50	46,60	6 739,11	10%	189,22	46,60	7	5%	108,37	3,51	3,56
324	VAINILLA NEGRITA 30ML.12BOT.24DSP	0,01%	99,11%	C	141,54	0,49	155,58	22 021,42	10%	189,22	155,58	7	5%	58,68	3,44	3,49
325	CHOCOLATE GALLETAS TENTACION 12DSP 1CJA	0,01%	99,13%	C	140,48	0,49	96,00	13 485,89	10%	189,22	96,00	7	5%	74,42	3,41	3,46
326	VINAGRE TINTO ALPESA 1LT 12BOT	0,01%	99,14%	C	136,08	0,47	32,08	4 365,29	10%	189,22	32,08	7	5%	126,70	3,31	3,36
327	NUE.GALL.VICT.DOBL.TENTACI.VAI.6PQT 8PCK	0,01%	99,15%	C	135,63	0,47	78,59	10 658,77	10%	189,22	78,59	7	5%	80,81	3,30	3,35
328	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.LI.360G 30BOL	0,01%	99,17%	C	133,19	0,46	105,35	14 031,88	10%	189,22	105,35	7	5%	69,17	3,24	3,29
329	N. CAR. SAYON SUAK YOG. FRESA 1CJA 20BOL	0,01%	99,18%	C	132,15	0,46	70,10	9 263,72	10%	189,22	70,10	7	5%	84,46	3,21	3,26
330	HARINA FAVORITA PREPARADA 1K 6BOL	0,01%	99,19%	C	131,33	0,46	25,65	3 368,69	10%	189,22	25,65	7	5%	139,20	3,19	3,24
331	SALSERO DE CERAMICA	0,01%	99,21%	C	130,00	0,45	4,00	520,00	10%	189,22	4,00	7	5%	350,70	3,16	3,21
332	NU.MOSTAZA ALPESA 10x2KG 1BLD	0,01%	99,22%	C	130,00	0,45	59,00	7 670,00	10%	189,22	59,00	7	5%	91,31	3,16	3,21
333	CHUPETE SAYON BAMBÍ/PERITA 15BOL 1CJA	0,01%	99,23%	C	121,69	0,42	67,50	8 213,94	10%	189,22	67,50	7	5%	82,60	2,96	3,01
334	REF.KANU PINA 15G.12UND.8DSP LAZ	0,01%	99,25%	C	121,40	0,42	64,00	7 769,79	10%	189,22	64,00	7	5%	84,73	2,95	3,00
335	DET. OPAL ULTRA LIMON 520G 24BOL	0,01%	99,26%	C	121,07	0,42	83,21	10 073,99	10%	189,22	83,21	7	5%	74,20	2,94	2,99
336	NU.KETCHUP ALPESA 5x2KG 1BLD	0,01%	99,27%	C	121,00	0,42	36,29	4 391,09	10%	189,22	36,29	7	5%	112,33	2,94	2,99
337	REF.FRUTISI NEG MARACUYA 35G.12UND.06DSP	0,01%	99,28%	C	120,57	0,42	57,60	6 944,60	10%	189,22	57,60	7	5%	89,00	2,93	2,98
338	MANTECA NIEVE MULTIPROPOSITO 14KG 1CJA	0,01%	99,30%	C	120,00	0,42	79,40	9 528,00	10%	189,22	79,40	7	5%	75,63	2,92	2,97
339	MANTECA TROPICAL 12BLS 4DSP	0,01%	99,31%	C	119,25	0,41	75,76	9 034,38	10%	189,22	75,76	7	5%	77,18	2,90	2,95
340	FID.DV TORN. 120G+S. ROJA 60G 24BOL	0,01%	99,32%	C	119,05	0,41	20,85	2 482,17	10%	189,22	20,85	7	5%	147,00	2,89	2,94
341	REF.FRUTISIM NEG NARANJA 35G.12UND.06DSP	0,01%	99,33%	C	118,08	0,41	57,60	6 801,41	10%	189,22	57,60	7	5%	88,08	2,87	2,92
342	CHOCO.SAYON TABLETA TAZA 1CJA 50UND	0,01%	99,34%	C	116,46	0,40	37,00	4 309,02	10%	189,22	37,00	7	5%	109,14	2,83	2,88
343	ENJ. BOLIVAR FRUTAS INT.800ML 12FCO 1CJA	0,01%	99,36%	C	114,30	0,40	73,74	8 428,19	10%	189,22	73,74	7	5%	76,59	2,78	2,83
344	DET.MARSELLA ESENCIAS BOSQUE 350G 30BOL	0,01%	99,37%	C	113,17	0,39	68,05	7 701,01	10%	189,22	68,05	7	5%	79,33	2,75	2,80
345	MEZCLA BLANCA FLOR KC NARAN 0.8K 24BOL	0,01%	99,38%	C	112,82	0,39	184,81	20 849,52	10%	189,22	184,81	7	5%	48,06	2,74	2,79
346	VINAGRE TINTO ALPESA 5LT 4BDN	0,01%	99,39%	C	111,75	0,39	32,08	3 584,94	10%	189,22	32,08	7	5%	114,82	2,72	2,77
347	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.LI.850G 15BOL	0,01%	99,40%	C	108,40	0,38	105,35	11 420,05	10%	189,22	105,35	7	5%	62,40	2,63	2,68
348	NU.FID.DON VITTORIO LINGÜI.500GR 20BOL	0,01%	99,41%	C	108,30	0,38	44,58	4 828,01	10%	189,22	44,58	7	5%	95,88	2,63	2,68
349	NU.GELATINA NEGRITA FRESA 2KG 5BOL	0,01%	99,42%	C	107,60	0,37	58,56	6 301,06	10%	189,22	58,56	7	5%	83,39	2,62	2,67
350	TOFFEE SAYON SURTIDO 1CJA 16BOL	0,01%	99,43%	C	106,61	0,37	67,43	7 188,58	10%	189,22	67,43	7	5%	77,35	2,59	2,64
351	NU.JAB MARSELLA LIMON 230GR 40BRR	0,01%	99,44%	C	105,00	0,36	56,76	5 959,80	10%	189,22	56,76	7	5%	83,67	2,55	2,60
352	ACEITE OLIVA PRIM. EXT.VIRG. 450ml 12BOT	0,01%	99,46%	C	103,47	0,36	232,66	24 074,03	10%	189,22	232,66	7	5%	41,02	2,51	2,56

353	MEZCLA BLANCA FLOR KC VAINI 0.8K 24BOL	0,01%	99,47%	C	98,53	0,34	184,81	18 208,96	10%	189,22	184,81	7	5%	44,92	2,39	2,44
354	NU.GALL.VICT.CASINO MANIX CHO.6PQT 8PCK	0,01%	99,48%	C	98,50	0,34	23,85	2 349,23	10%	189,22	23,85	7	5%	125,02	2,39	2,44
355	EXPERTA PRE-MEZCLA PANETON BASE 25KG	0,01%	99,49%	C	97,00	0,34	158,56	15 380,32	10%	189,22	158,56	7	5%	48,12	2,36	2,41
356	ENJUAGUE BOLIVAR FLO+FRU 85ML 12EXB.1CJA	0,01%	99,50%	C	94,87	0,33	73,74	6 995,57	10%	189,22	73,74	7	5%	69,78	2,31	2,36
357	CARAM. SAYON MENTA CUADRADA 1CJA 20BOL	0,01%	99,50%	C	94,85	0,33	69,53	6 594,92	10%	189,22	69,53	7	5%	71,85	2,31	2,36
358	FID.ESPIGA DE ORO SAYON TORNIL 250G20BOL	0,01%	99,51%	C	94,20	0,33	27,06	2 549,05	10%	189,22	27,06	7	5%	114,78	2,29	2,34
359	GELATINA NEGRITA LIMON 160GR 12UND 1PQT	0,01%	99,52%	C	92,92	0,32	29,28	2 720,58	10%	189,22	29,28	7	5%	109,59	2,26	2,31
360	MEZCLA BLANCA FLOR TC CHOCO 0.8K 24BOL	0,01%	99,53%	C	91,92	0,32	184,81	16 988,10	10%	189,22	184,81	7	5%	43,39	2,23	2,28
361	DET.MARSELLA ESENCIAS BOSQUE 150G 60BOL	0,01%	99,54%	C	90,68	0,31	60,32	5 470,00	10%	189,22	60,32	7	5%	75,43	2,20	2,25
362	DET.BOLIVAR BLANCOS PERFECTOS 900G.15BOL	0,01%	99,55%	C	90,00	0,31	108,12	9 730,58	10%	189,22	108,12	7	5%	56,13	2,19	2,24
363	DET. BOLIVAR TEC.ANTIPER.FL. 1.5KG 8BOL	0,01%	99,56%	C	85,50	0,30	129,94	11 109,87	10%	189,22	129,94	7	5%	49,90	2,08	2,13
364	CUCHARON	0,01%	99,57%	C	84,00	0,29	18,90	1 587,60	10%	189,22	18,90	7	5%	129,69	2,04	2,09
365	CARAMELO SAYON OJO LOCO 1CJA 20BOL	0,01%	99,58%	C	82,90	0,29	46,60	3 863,14	10%	189,22	46,60	7	5%	82,05	2,01	2,06
366	MASHMELLOWS CRISMELOS MINI 20TIR.1CJA	0,01%	99,59%	C	81,30	0,28	121,20	9 853,56	10%	189,22	121,20	7	5%	50,38	1,98	2,03
367	MANDIL logo PAPAS LISTA (FS)	0,01%	99,59%	C	80,00	0,28	16,00	1 280,00	10%	189,22	16,00	7	5%	137,56	1,94	1,99
368	DET. OPAL ULTRA LIMON 850G 15BOL	0,01%	99,60%	C	79,41	0,28	91,00	7 225,86	10%	189,22	91,00	7	5%	57,46	1,93	1,98
369	SANKA ALACENA 85GR. 24DPK	0,01%	99,61%	C	77,05	0,27	18,50	1 425,48	10%	189,22	18,50	7	5%	125,55	1,87	1,92
370	MANJAR BLANCO AREQUIPEÑO	0,01%	99,62%	C	76,00	0,26	10,90	828,40	10%	189,22	10,90	7	5%	162,44	1,85	1,90
371	NU.MOSTAZA ALPESA 5x2KG 1BLD	0,01%	99,63%	C	75,00	0,26	30,00	2 250,00	10%	189,22	30,00	7	5%	97,27	1,82	1,87
372	SECADOR DE COCINA. FS	0,01%	99,63%	C	72,00	0,25	25,00	1 800,00	10%	189,22	25,00	7	5%	104,40	1,75	1,80
373	SPA PREMIUM EXFOLIANTE 80GR 60UND	0,01%	99,64%	C	71,03	0,25	76,79	5 454,32	10%	189,22	76,79	7	5%	59,16	1,73	1,78
374	DET.BOLIVAR NEGROS INTENSOS 360G.30BOL	0,01%	99,65%	C	70,04	0,24	105,35	7 378,29	10%	189,22	105,35	7	5%	50,16	1,70	1,75
375	CHUP.BIG BOM XXL FRE.16BL 1CJA	0,01%	99,65%	C	69,87	0,24	144,00	10 061,14	10%	189,22	144,00	7	5%	42,85	1,70	1,75
376	DET.BOLIVAR NEGROS INTENSOS 900G.15BOL	0,01%	99,66%	C	68,54	0,24	108,12	7 410,76	10%	189,22	108,12	7	5%	48,98	1,67	1,72
377	EXHIBIDOR GALL.VIC.ZAS 12 EXH.TEMP.	0,01%	99,67%	C	65,34	0,23	112,54	7 353,25	10%	189,22	112,54	7	5%	46,87	1,59	1,64
378	GALLETAS ARTESANAS GLASEADAS 6PQT 8PCK	0,01%	99,67%	C	64,88	0,23	19,36	1 255,98	10%	189,22	19,36	7	5%	112,61	1,58	1,63
379	DET.MARSELLA PETALOS RELAJANT 4.2KG 4BOL	0,01%	99,68%	C	64,75	0,22	110,38	7 147,11	10%	189,22	110,38	7	5%	47,12	1,57	1,62
380	DET.MARSELLA ESENCIAS BOSQUE 500G 24BOL	0,01%	99,69%	C	64,73	0,22	76,22	4 933,87	10%	189,22	76,22	7	5%	56,69	1,57	1,62
381	DET.BOLIVAR BLANCOS PERFECTOS 360G.30BOL	0,01%	99,69%	C	64,40	0,22	105,35	6 784,96	10%	189,22	105,35	7	5%	48,10	1,57	1,62
382	CHOCO.SAYON TAB.TAZA 1CJA 24DSP 12UND	0,01%	99,70%	C	64,33	0,22	216,00	13 894,20	10%	189,22	216,00	7	5%	33,57	1,56	1,61

383	N.REF.NEGRITA DURAZNO 15G.12UND.08DSP	0,01%	99,71%	C	63,40	0,22	66,28	4 202,28	10%	189,22	66,28	7	5%	60,17	1,54	1,59
384	CHICLE HUEVO POGO 35BOL 1CJA	0,01%	99,71%	C	61,94	0,22	76,44	4 734,85	10%	189,22	76,44	7	5%	55,38	1,51	1,56
385	WAFER CASINO CHOCOMENTA 6PQT 8PCK	0,01%	99,72%	C	58,50	0,20	17,32	1 013,22	10%	189,22	17,32	7	5%	113,06	1,42	1,47
386	PALETA ZAZUAGE FRESA 12 DSP 1CJA	0,01%	99,73%	C	58,33	0,20	71,33	4 160,54	10%	189,22	71,33	7	5%	55,63	1,42	1,47
387	PROM.NEG.FRUTI.VAS.NAR-PIÑ-MYA-CHI 12PCK	0,01%	99,73%	C	57,99	0,20	57,60	3 340,34	10%	189,22	57,60	7	5%	61,73	1,41	1,46
388	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.FL.4.5KG 4BOL	0,01%	99,74%	C	57,75	0,20	177,63	10 258,13	10%	189,22	177,63	7	5%	35,08	1,40	1,45
389	NUE.MAZAMORRA DURAZNO NEGRITA 170G.12UND	0,01%	99,74%	C	56,08	0,19	28,76	1 612,98	10%	189,22	28,76	7	5%	85,91	1,36	1,41
390	DETERGENTE BOLIVAR MATIC 2.6KG.7BOL	0,01%	99,75%	C	53,32	0,19	192,17	10 247,27	10%	189,22	192,17	7	5%	32,41	1,30	1,35
391	MASHMELLOWS CRISMELOS COLOR 20BOL 1CJA	0,01%	99,75%	C	53,25	0,18	121,20	6 453,90	10%	189,22	121,20	7	5%	40,78	1,29	1,34
392	DET.OPAL ULTRA C/QUITAMANCHAS 160G 60BOL	0,01%	99,76%	C	52,87	0,18	80,49	4 255,35	10%	189,22	80,49	7	5%	49,86	1,28	1,33
393	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.FL.2.6KG 7BOL	0,01%	99,76%	C	52,46	0,18	191,76	10 059,35	10%	189,22	191,76	7	5%	32,18	1,28	1,33
394	CHICLE SAYON BAMBI/PERITA 12DSP 1CJA	0,01%	99,77%	C	52,29	0,18	84,00	4 392,19	10%	189,22	84,00	7	5%	48,54	1,27	1,32
395	DET. OPAL ULTRA FLORAL 4.5KG 4BOL	0,01%	99,78%	C	52,00	0,18	135,24	7 032,48	10%	189,22	135,24	7	5%	38,15	1,26	1,31
396	PANETON BLANCA FLOR 6CJA 1KG.	0,01%	99,78%	C	51,34	0,18	127,50	6 545,60	10%	189,22	127,50	7	5%	39,04	1,25	1,30
397	FID. CAB. ANGEL ESP.D ORO SAY 250G 40BOL	0,01%	99,79%	C	50,53	0,18	27,06	1 367,21	10%	189,22	27,06	7	5%	84,06	1,23	1,28
398	NU. FID.NICOLINI CORBATA 250GR 20BOL	0,01%	99,79%	C	50,30	0,17	20,85	1 048,76	10%	189,22	20,85	7	5%	95,55	1,22	1,27
399	CAR.MAST.CAFE GURME 18BOL 1CJA	0,01%	99,80%	C	50,17	0,17	120,69	6 055,38	10%	189,22	120,69	7	5%	39,66	1,22	1,27
400	SILLAO ALPESA 5LT 4BOT	0,01%	99,80%	C	49,00	0,17	67,60	3 312,40	10%	189,22	67,60	7	5%	52,37	1,19	1,24
401	ACEITE OLIVA PRIM. EXT.VIRG. 200ml 24BOT	0,00%	99,81%	C	48,80	0,17	251,52	12 274,43	10%	189,22	251,52	7	5%	27,10	1,19	1,24
402	SPA PREMIUM APASIONANTE 80GR 60UND	0,00%	99,81%	C	48,48	0,17	76,79	3 722,47	10%	189,22	76,79	7	5%	48,88	1,18	1,23
403	SPA PREMIUM REFRESCANTE 80GR 60UND	0,00%	99,82%	C	47,82	0,17	76,79	3 672,10	10%	189,22	76,79	7	5%	48,55	1,16	1,21
404	DET. OPAL ULTRA LIMON 160G 60BOL	0,00%	99,82%	C	47,60	0,17	75,23	3 581,17	10%	189,22	75,23	7	5%	48,93	1,16	1,21
405	JABON MARSELLA BEBE 240G40BRR	0,00%	99,83%	C	47,53	0,17	56,76	2 697,52	10%	189,22	56,76	7	5%	56,29	1,16	1,21
406	REF.KANU DURAZNO 15G.12UND.8DSP LAZ	0,00%	99,83%	C	44,78	0,16	59,99	2 686,11	10%	189,22	59,99	7	5%	53,15	1,09	1,14
407	NU. FID.NICOLINI TORNILLO 250GR 20BOL	0,00%	99,83%	C	43,95	0,15	20,85	916,36	10%	189,22	20,85	7	5%	89,31	1,07	1,12
408	SPA PREMIUM HIDRATANTE 80GR 60UND	0,00%	99,84%	C	43,34	0,15	76,79	3 328,23	10%	189,22	76,79	7	5%	46,22	1,05	1,10
409	GALLETAS ARTESANAS CLASICAS 6PQT 8PCK	0,00%	99,84%	C	43,25	0,15	19,55	845,54	10%	189,22	19,55	7	5%	91,50	1,05	1,10
410	N.MOSTAZA ALPESA GRANEL 10BOLx1KG 1CJA	0,00%	99,85%	C	42,00	0,15	35,00	1 470,00	10%	189,22	35,00	7	5%	67,39	1,02	1,07
411	REF.KANU MANGO 15G.12UND.8DSP	0,00%	99,85%	C	40,81	0,14	64,00	2 612,10	10%	189,22	64,00	7	5%	49,13	0,99	1,04
412	NU. FID.NICOLINI CORB. CHICO 250GR 20BOL	0,00%	99,86%	C	40,50	0,14	20,85	844,43	10%	189,22	20,85	7	5%	85,74	0,98	1,03
413	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.LI.520GR 24BOL	0,00%	99,86%	C	39,33	0,14	105,37	4 144,20	10%	189,22	105,37	7	5%	37,58	0,96	1,01

414	AZUCAR FINITA NEGRITA 5KG.	0,00%	99,86%	C	39,00	0,14	31,19	1 216,41	10%	189,22	31,19	7	5%	68,79	0,95	1,00
415	NU. FID.NICOLINI CODO CHICO 250GR 20BOL	0,00%	99,87%	C	38,40	0,13	20,85	800,64	10%	189,22	20,85	7	5%	83,48	0,93	0,98
416	SPA PREMIUM REVITALIZANTE 80GR 60UND	0,00%	99,87%	C	38,07	0,13	76,79	2 923,16	10%	189,22	76,79	7	5%	43,31	0,93	0,98
417	GELAT.NEGRIT.GRANADILLA 160GR 12UND 1PQT	0,00%	99,88%	C	37,42	0,13	29,28	1 095,60	10%	189,22	29,28	7	5%	69,54	0,91	0,96
418	NU.CHOCO.SAYON TAB.TAZA 1CJA 24DSP 12UND	0,00%	99,88%	C	36,70	0,13	216,00	7 927,42	10%	189,22	216,00	7	5%	25,36	0,89	0,94
419	SPA PREMIUM RADIANTE 80GR 60UND	0,00%	99,88%	C	35,66	0,12	76,79	2 737,95	10%	189,22	76,79	7	5%	41,92	0,87	0,92
420	CARAMELO SAYON SURTIDO 1CJA 20BOL	0,00%	99,89%	C	35,15	0,12	69,47	2 441,87	10%	189,22	69,47	7	5%	43,76	0,85	0,90
421	EXHIBIDOR GALL.VIC.ZAS 12 EXH.PERM.	0,00%	99,89%	C	35,03	0,12	110,88	3 883,90	10%	189,22	110,88	7	5%	34,58	0,85	0,90
422	SPA PREMIUM EXFOLIANTE 130GR 72UND	0,00%	99,89%	C	33,63	0,12	155,52	5 229,67	10%	189,22	155,52	7	5%	28,61	0,82	0,87
423	ENJUAGUE BOLIVAR 85ML 12SACHETS x 12EXB	0,00%	99,90%	C	33,01	0,11	119,40	3 940,80	10%	189,22	119,40	7	5%	32,34	0,80	0,85
424	NU. FID.NICOLINI TALLA.DELG.500GR 20BOL	0,00%	99,90%	C	32,75	0,11	20,85	682,84	10%	189,22	20,85	7	5%	77,10	0,80	0,85
425	PALETA ZAZUAGE TUTTI FRUTTI 12DSP 1CJA	0,00%	99,90%	C	32,40	0,11	71,33	2 311,16	10%	189,22	71,33	7	5%	41,46	0,79	0,84
426	DET.MARSELLA ESENCIAS BOSQUE 850G 15BOL	0,00%	99,91%	C	31,14	0,11	81,66	2 542,48	10%	189,22	81,66	7	5%	37,99	0,76	0,81
427	BOMBONERA CARAM. SAYON CHICHA+LIMON 8UND	0,00%	99,91%	C	30,00	0,10	72,39	2 171,70	10%	189,22	72,39	7	5%	39,60	0,73	0,78
428	SILLAO ALPESA 1LT 12BOT	0,00%	99,91%	C	29,11	0,10	48,00	1 397,42	10%	189,22	48,00	7	5%	47,91	0,71	0,76
429	CARAMELO SAYON IQUEÑOS 1CJA 20BOL	0,00%	99,92%	C	28,85	0,10	69,53	2 005,94	10%	189,22	69,53	7	5%	39,63	0,70	0,75
430	WAFER DÍA FRESA 4PQT 9PCK	0,00%	99,92%	C	28,33	0,10	28,82	816,36	10%	189,22	28,82	7	5%	60,99	0,69	0,74
431	GALLETA SAYON SODA FAMILIAR 20PQT	0,00%	99,92%	C	28,05	0,10	6,64	186,25	10%	189,22	6,64	7	5%	126,44	0,68	0,73
432	MOCHILA ALICORP	0,00%	99,92%	C	28,00	0,10	10,00	280,00	10%	189,22	10,00	7	5%	102,94	0,68	0,73
433	ENJ. BOLIVAR FRUTAS INT.2850ML 6FRASCOS	0,00%	99,93%	C	28,00	0,10	119,40	3 343,20	10%	189,22	119,40	7	5%	29,79	0,68	0,73
434	BOMBONERA CARAM. SAYON BAMBI+PERITA 8UND	0,00%	99,93%	C	27,88	0,10	46,60	1 298,98	10%	189,22	46,60	7	5%	47,58	0,68	0,73
435	GELATINA NEGRITA NARANJA 2KG 5BOL	0,00%	99,93%	C	27,80	0,10	111,79	3 107,76	10%	189,22	111,79	7	5%	30,68	0,68	0,73
436	NUEVA PILA POWER ALKALINE AAx2 12BLI	0,00%	99,94%	C	24,83	0,09	8,97	222,76	10%	189,22	8,97	7	5%	102,36	0,60	0,65
437	NUE.MAZAMORRA PIÑA NEGRITA 170G.12UND	0,00%	99,94%	C	24,75	0,09	28,76	711,81	10%	189,22	28,76	7	5%	57,07	0,60	0,65
438	CARAMELO HORTELA MENTA 24DSP 1CJA	0,00%	99,94%	C	24,29	0,08	264,84	6 432,43	10%	189,22	264,84	7	5%	18,63	0,59	0,64
439	CREMA HUANCAINA ALACENA 400GR x 12BOL	0,00%	99,94%	C	21,84	0,08	39,29	857,90	10%	189,22	39,29	7	5%	45,86	0,53	0,58
440	FID. MACARRON ESP. DE ORO SAY 250G 20BOL	0,00%	99,95%	C	21,35	0,07	27,06	577,73	10%	189,22	27,06	7	5%	54,64	0,52	0,57
441	FID.CANUTO GR. ESP. D ORO SAY 250G 20BOL	0,00%	99,95%	C	21,30	0,07	13,53	288,19	10%	189,22	13,53	7	5%	77,19	0,52	0,57
442	PROM.NEG.FRUTISIMO NAR-PIÑ-MAR- CHI.10EXB	0,00%	99,95%	C	21,00	0,07	72,00	1 512,00	10%	189,22	72,00	7	5%	33,22	0,51	0,56

443	FID. CORBAT.GR. ESP.D ORO SAY 250G 20BOL	0,00%	99,95%	C	20,45	0,07	27,06	553,38	10%	189,22	27,06	7	5%	53,48	0,50	0,55
444	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.LI.160G 60BOL	0,00%	99,95%	C	20,44	0,07	92,59	1 892,45	10%	189,22	92,59	7	5%	28,90	0,50	0,55
445	ESPUMADERA	0,00%	99,96%	C	20,00	0,07	14,55	291,00	10%	189,22	14,55	7	5%	72,12	0,49	0,54
446	DET.OPAL ULTRA C/QUITAMANCHAS 2.6KG 7BOL	0,00%	99,96%	C	19,87	0,07	80,49	1 599,09	10%	189,22	80,49	7	5%	30,56	0,48	0,53
447	NU.EXPERTA PRE MEZCLA CIABATTA 25KG	0,00%	99,96%	C	19,00	0,07	75,27	1 430,13	10%	189,22	75,27	7	5%	30,91	0,46	0,51
448	PROM.NEG.FRUTISIMO NAR-PIÑ-MYA-CHI 10EXB	0,00%	99,96%	C	18,90	0,07	72,00	1 360,80	10%	189,22	72,00	7	5%	31,52	0,46	0,51
449	SPA PREMIUM REFRESCANTE 130GR 72UND	0,00%	99,96%	C	18,51	0,06	155,52	2 878,52	10%	189,22	155,52	7	5%	21,22	0,45	0,50
450	PRE MEZC.EXPERTA KEKE PREMIUM 10KG	0,00%	99,97%	C	17,00	0,06	54,62	928,54	10%	189,22	54,62	7	5%	34,32	0,41	0,46
451	DET.BOLIVAR CON SUAVIZANTE 1.5KG 8BOL	0,00%	99,97%	C	16,90	0,06	129,94	2 195,99	10%	189,22	129,94	7	5%	22,19	0,41	0,46
452	UCHUCUTA ALACENA 200 GR. x 12UND	0,00%	99,97%	C	15,22	0,05	44,67	679,97	10%	189,22	44,67	7	5%	35,91	0,37	0,42
453	DET.OPAL ULTRA C/QUITAMANCHAS 4.5KG 4BOL	0,00%	99,97%	C	14,00	0,05	150,99	2 113,86	10%	189,22	150,99	7	5%	18,73	0,34	0,39
454	DET.BOLIVAR CON SUAVIZANTE 2.6KG 7BOL	0,00%	99,97%	C	13,87	0,05	191,76	2 659,90	10%	189,22	191,76	7	5%	16,55	0,34	0,39
455	NU. FID.NICOLINI ARITO 250GR 20BOL	0,00%	99,97%	C	13,80	0,05	20,85	287,73	10%	189,22	20,85	7	5%	50,05	0,34	0,39
456	EXPERTA PRE MEZCLA MOLDE 25KG.	0,00%	99,97%	C	13,00	0,05	75,27	978,51	10%	189,22	75,27	7	5%	25,57	0,32	0,37
457	SALSA AJI ALACENA 8CC 240UND	0,00%	99,98%	C	12,02	0,04	19,20	230,86	10%	189,22	19,20	7	5%	48,68	0,29	0,34
458	NU. FID.NICOLINI RIGATONI 250GR 20BOL	0,00%	99,98%	C	10,60	0,04	20,85	221,01	10%	189,22	20,85	7	5%	43,86	0,26	0,31
459	DET.BOLIVAR CON SUAVIZANTE 4.5KG 4BOL	0,00%	99,98%	C	9,75	0,03	177,63	1 731,89	10%	189,22	177,63	7	5%	14,41	0,24	0,29
460	SPA PREMIUM RADIANTE 130GR 72UND	0,00%	99,98%	C	9,63	0,03	155,52	1 497,19	10%	189,22	155,52	7	5%	15,31	0,23	0,28
461	N.KETCHUP ALPESA GRANEL 10x1KG 1CJA	0,00%	99,98%	C	9,60	0,03	42,50	408,00	10%	189,22	42,50	7	5%	29,24	0,23	0,28
462	FID.LAVAGGI SPAG. C/ QUINUA 400GR 24BOL	0,00%	99,98%	C	9,29	0,03	33,88	314,75	10%	189,22	33,88	7	5%	32,21	0,23	0,28
463	ACEITE CRISOL SALSAS INSUPER. FS-20L BLD	0,00%	99,98%	C	9,00	0,03	100,23	902,07	10%	189,22	100,23	7	5%	18,43	0,22	0,27
464	SPA PREMIUM HIDRATANTE 130GR 72UND	0,00%	99,98%	C	8,99	0,03	155,52	1 397,81	10%	189,22	155,52	7	5%	14,79	0,22	0,27
465	MARGA.ESPARC.SELLO DE ORO 400GR 12POT	0,00%	99,98%	C	8,75	0,03	13,62	119,11	10%	189,22	13,62	7	5%	49,29	0,21	0,26
466	FID.CARAC.CHI. ESP.D ORO SAY 250GR 20BOL	0,00%	99,98%	C	8,35	0,03	27,06	225,95	10%	189,22	27,06	7	5%	34,17	0,20	0,25
467	CARAM.SAYON SUAK YOGU.DURAZ. 1CJA 20BOL	0,00%	99,98%	C	7,65	0,03	67,40	515,61	10%	189,22	67,40	7	5%	20,73	0,19	0,24
468	WAFER DÍA CHOCOLATE 4PQT 9PCK	0,00%	99,99%	C	7,55	0,03	28,82	217,56	10%	189,22	28,82	7	5%	31,48	0,18	0,23
469	COBERTURA CHOCO. BITTER 600GR 16 UND	0,00%	99,99%	C	6,82	0,02	37,00	252,30	10%	189,22	37,00	7	5%	26,41	0,17	0,22
470	WAFER DÍA VAINILLA 4PQT 9PCK	0,00%	99,99%	C	6,77	0,02	28,82	195,14	10%	189,22	28,82	7	5%	29,82	0,16	0,21
471	KINAZO D.BEL.CH.BOM.C/CAR+MAN 12DSP 1CJA	0,00%	99,99%	C	6,49	0,02	23,55	152,82	10%	189,22	23,55	7	5%	32,29	0,16	0,21
472	CHOCO. TRENTO CHOCOLATE 512 GR 8DSP 1CJA	0,00%	99,99%	C	6,25	0,02	80,09	500,56	10%	189,22	80,09	7	5%	17,18	0,15	0,20

473	SPA PREMIUM REVITALIZANTE130GR 72UND	0,00%	99,99%	C	6,23	0,02	155,52	968,89	10%	189,22	155,52	7	5%	12,31	0,15	0,20
474	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.LI.1.5KG 8BOL	0,00%	99,99%	C	6,20	0,02	129,94	805,63	10%	189,22	129,94	7	5%	13,44	0,15	0,20
475	CHOCO. TRENTO AVELLANA 512 GR 8DSP 1CJA	0,00%	99,99%	C	5,88	0,02	80,09	470,53	10%	189,22	80,09	7	5%	16,66	0,14	0,19
476	PANETON MILANO 6BOL 900G	0,00%	99,99%	C	5,83	0,02	64,10	373,83	10%	189,22	64,10	7	5%	18,56	0,14	0,19
477	FID.COLEC DON VITTORIO FETTU 500GR 20BOL	0,00%	99,99%	C	5,60	0,02	44,58	249,65	10%	189,22	44,58	7	5%	21,80	0,14	0,19
478	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.LI.2.6KG 7BOL	0,00%	99,99%	C	4,86	0,02	191,76	932,15	10%	189,22	191,76	7	5%	9,79	0,12	0,17
479	FID.COLEC DON VITTORIO SPAG.500GR 20BOL	0,00%	99,99%	C	4,75	0,02	187,37	890,01	10%	189,22	187,37	7	5%	9,79	0,12	0,17
480	KINAZO I.BEL.CH.BOM.C/CAR+MAN 12DSP 1CJA	0,00%	99,99%	C	4,66	0,02	22,14	103,17	10%	189,22	22,14	7	5%	28,22	0,11	0,16
481	DET. OPAL ULTRA LIMON 1.5KG 8BOL	0,00%	99,99%	C	4,50	0,02	93,96	422,82	10%	189,22	93,96	7	5%	13,46	0,11	0,16
482	GELATINA NEGRITA PIÑA 2KG 5BOL	0,00%	99,99%	C	4,20	0,01	111,79	469,52	10%	189,22	111,79	7	5%	11,92	0,10	0,15
483	CREMA HUANCAINA ALACENA 06x900G	0,00%	99,99%	C	3,67	0,01	39,29	144,04	10%	189,22	39,29	7	5%	18,79	0,09	0,14
484	GEL.FRES.90G+MAZ.MORAD.70G NEGRITAx12UND	0,00%	99,99%	C	3,50	0,01	57,51	201,29	10%	189,22	57,51	7	5%	15,18	0,09	0,14
485	DET. OPAL ULTRA LIMON 2.6KG 7BOL	0,00%	99,99%	C	3,43	0,01	148,26	508,53	10%	189,22	148,26	7	5%	9,36	0,08	0,13
486	FID. COLEC DON VITTORIO TORN. 250G 20BOL	0,00%	99,99%	C	3,35	0,01	22,29	74,67	10%	189,22	22,29	7	5%	23,85	0,08	0,13
487	GALLETA SAYON TARZAN VERDE 20PQT 4PCK	0,00%	100,00%	C	3,25	0,01	26,29	85,44	10%	189,22	26,29	7	5%	21,63	0,08	0,13
488	CARAM.FREEGELLS EUCALIPTO 36DSP 1CJA	0,00%	100,00%	C	3,02	0,01	128,01	387,10	10%	189,22	128,01	7	5%	9,46	0,07	0,12
489	SALSA GOLF ALACENA 85CC 24BOL.1CJA	0,00%	100,00%	C	3,00	0,01	19,20	57,60	10%	189,22	19,20	7	5%	24,32	0,07	0,12
490	NUEVA PILA POWER ALKALINE AAAx2 12BLI	0,00%	100,00%	C	3,00	0,01	19,95	59,85	10%	189,22	19,95	7	5%	23,86	0,07	0,12
491	REF.KANU NARA.15G/GRA- MAN.5G.12UND.8DSP	0,00%	100,00%	C	2,74	0,01	64,00	175,36	10%	189,22	64,00	7	5%	12,73	0,07	0,12
492	FID COLEC MAESTRA DV LASAG.500GR 12BOL	0,00%	100,00%	C	2,58	0,01	33,88	87,48	10%	189,22	33,88	7	5%	16,98	0,06	0,11
493	EXPERTA PRE MEZCLA MUFFINS.10KG.	0,00%	100,00%	C	2,00	0,01	54,62	109,24	10%	189,22	54,62	7	5%	11,77	0,05	0,10
494	REF.NEGRITA UVA 15GR.12UND 8DSP	0,00%	100,00%	C	2,00	0,01	29,28	58,56	10%	189,22	29,28	7	5%	16,08	0,05	0,10
495	SPA PREMIUM APASIONANTE 130GR 72UND	0,00%	100,00%	C	1,91	0,01	155,52	296,27	10%	189,22	155,52	7	5%	6,81	0,05	0,10
496	DET.BOLIVAR TEC.ANTIPER.LI.4.5KG 4BOL	0,00%	100,00%	C	1,75	0,01	177,63	310,85	10%	189,22	177,63	7	5%	6,11	0,04	0,09
497	MAYONESA BASE MACBEL 5x2LT 1CJA	0,00%	100,00%	C	1,30	0,00	26,94	35,02	10%	189,22	26,94	7	5%	13,51	0,03	0,08
498	DET.BOLIVAR COLORES VIVOS 4.5KG.4BOL	0,00%	100,00%	C	1,25	0,00	177,63	222,04	10%	189,22	177,63	7	5%	5,16	0,03	0,08
499	SANKA ALACENA 200 GR. x 12UND	0,00%	100,00%	C	1,25	0,00	44,67	55,79	10%	189,22	44,67	7	5%	10,29	0,03	0,08
500	CARAM.FREEGELLS CEREZA 36DSP 1CJA	0,00%	100,00%	C	1,20	0,00	128,01	154,12	10%	189,22	128,01	7	5%	5,97	0,03	0,08
501	REF.NEGRITA CARAMBOLA 20GR.12UND 8DSP	0,00%	100,00%	C	1,13	0,00	66,28	74,57	10%	189,22	66,28	7	5%	8,01	0,03	0,08
502	PLATO CEVICHERO	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	55,00	55,00	10%	189,22	55,00	7	5%	8,29	0,02	0,07
503	FID.ALIANZA MACARRON 250G 20BOL	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	14,40	14,40	10%	189,22	14,40	7	5%	16,21	0,02	0,07
504	FID.MUNICION ESP. DE ORO SAY 250GR 20BOL	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	27,06	27,06	10%	189,22	27,06	7	5%	11,83	0,02	0,07

505	FIDEO SAYON #51 MACARRON 5KG	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	27,06	27,06	10%	189,22	27,06	7	5%	11,83	0,02	0,07
506	FIDEO SAYON #65 CODO MED.5KG INDUSTRIAL	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	27,06	27,06	10%	189,22	27,06	7	5%	11,83	0,02	0,07
507	DETERGENTE BOLIVAR MATIC 4.5KG.4BOL	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	177,63	177,63	10%	189,22	177,63	7	5%	4,62	0,02	0,07
508	DET. OPAL ULTRA LIMON 4.5KG 4BOL	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	135,24	135,24	10%	189,22	135,24	7	5%	5,29	0,02	0,07
509	NU.JAB.BOLIV.PER.BLA.FLO.2BRR.230Gx24PQT	0,00%	100,00%	C	1,00	0,00	75,35	75,35	10%	189,22	75,35	7	5%	7,09	0,02	0,07
510	REF.KANU GRANAD/MANDAR.15G.12UND.8DSP	0,00%	100,00%	C	0,91	0,00	64,00	57,98	10%	189,22	64,00	7	5%	7,32	0,02	0,07
511	NUEVA GALLETAS SAYON TEJANA 8BOL 500GR	0,00%	100,00%	C	0,88	0,00	6,64	5,81	10%	189,22	6,64	7	5%	22,33	0,02	0,07
512	NU.REF.NEGRITA CEBADA 15GR.12UND 8DSP	0,00%	100,00%	C	0,88	0,00	77,17	67,52	10%	189,22	77,17	7	5%	6,55	0,02	0,07
513	DET.BOLIVAR COLORES VIVOS 2.6KG.7BOL	0,00%	100,00%	C	0,72	0,00	192,17	137,40	10%	189,22	192,17	7	5%	3,75	0,02	0,07
514	DET.BOLIVAR BLANCOS PERFECTOS 2.6KG.7BOL	0,00%	100,00%	C	0,72	0,00	192,17	137,40	10%	189,22	192,17	7	5%	3,75	0,02	0,07
515	JABON JUMBO FLORAL 230GR 40BRR	0,00%	100,00%	C	0,70	0,00	75,35	52,75	10%	189,22	75,35	7	5%	5,93	0,02	0,07
516	NU.JAB.BOLIV.PER.BLA.LIM.2BRR.230Gx24PQT	0,00%	100,00%	C	0,67	0,00	75,35	50,26	10%	189,22	75,35	7	5%	5,79	0,02	0,07
517	NU.GALL.VICTORIA CASINO FR/VA.6PQT 8PCK	0,00%	100,00%	C	0,50	0,00	18,82	9,41	10%	189,22	18,82	7	5%	10,03	0,01	0,06
518	DET.BOLIVAR COLORES VIVOS 1.5KG 8BOL	0,00%	100,00%	C	0,50	0,00	161,60	80,80	10%	189,22	161,60	7	5%	3,42	0,01	0,06
519	DET.BOLIVAR BLANCO PERFECTOS 1.5KG 8BOL	0,00%	100,00%	C	0,50	0,00	161,60	80,80	10%	189,22	161,60	7	5%	3,42	0,01	0,06
520	TOFFEE SAYON CAFETINO 1CJA 12BOL	0,00%	100,00%	C	0,50	0,00	67,43	33,58	10%	189,22	67,43	7	5%	5,29	0,01	0,06
521	TOFFEE MENTA 1CJA 16BOL	0,00%	100,00%	C	0,38	0,00	64,44	24,36	10%	189,22	64,44	7	5%	4,71	0,01	0,06
522	UCHUCUTA ALACENA 400GR x 12UND	0,00%	100,00%	C	0,33	0,00	39,34	13,10	10%	189,22	39,34	7	5%	5,66	0,01	0,06
523	DET.BOLIVAR NEGROS INTENSOS 1.5KG.10BOL	0,00%	100,00%	C	0,30	0,00	192,17	57,65	10%	189,22	192,17	7	5%	2,43	0,01	0,06
524	DET.BOLIVAR NEGROS INTENSOS 2.6KG.7BOL	0,00%	100,00%	C	0,29	0,00	218,17	62,40	10%	189,22	218,17	7	5%	2,23	0,01	0,06
525	NU.REF.NEGRITA EMOLIENT.15GR.12UND 8DSP	0,00%	100,00%	C	0,25	0,00	66,28	16,57	10%	189,22	66,28	7	5%	3,78	0,01	0,06
526	DET.BOLIVAR NEGROS INTENSOS 4.5KG.4BOL	0,00%	100,00%	C	0,25	0,00	177,63	44,41	10%	189,22	177,63	7	5%	2,31	0,01	0,06
527	CHICLE SAYON CHICHA FLOW PACK 1CJA 20BOL	0,00%	100,00%	C	0,20	0,00	84,00	16,80	10%	189,22	84,00	7	5%	3,00	0,00	0,05
528	GALL.VICTORIA CASINO BOOM MENT.6PQT 7PCK	0,00%	100,00%	C	0,14	0,00	7,00	1,00	10%	189,22	7,00	7	5%	8,79	0,00	0,05
529	HARINA NICOLINI PARA COCINAR PP.25K	0,00%	100,00%	C	0,00	0,00	29,74	0,00	10%	189,22	29,74	7	5%	0,00	0,00	0,05
TOTAL		1,00	474,41		979 074,61	3 399,56	31 442,91	45 287 628,17	10%	189,22	31442,91	7	5%		23796,95	23797,00

Anexo 8

ITEM		SERVICIOS(Estimación para instalación y configuración.No incluye viaticos)	Cantidad	Precio unitario (\$)	Precio Total (\$)
1	SER_OTROS	vocollect instalación y Configuración Server	1	\$ 8500	\$ 8500
2	SER_OTROS	Vocollect entrenamiento	1	\$ 6900	\$ 6900
3	SER_OTROS	Project Management	1	\$ 14 500	\$ 14 500
4	SER_OTROS	Configuración para picking	1	\$ 31 900	\$ 31900
5	SER_OTROS	Go Live vocollect	1	\$ 6900	\$ 6900
ITEM		ACTUALIZACION SOFTWARE	Cantidad	Precio unitario (\$)	Precio Total (\$)
6	SWS-VARTISAN-SUPRT-1YR	VOCOLLECT VOICECATALYST(TM) STANDARD 1 YEAR SOFTWARE SUPPORT PLAN	8	\$ 269	2152
7	SWS-VCONS-SUPRT-1YR	Vocollect VoiceConsole® Software, 1 Year Support Plan	8	\$ 15	120
8	SWS-VEXPRESS-SRVR-SUPRT-1YR	VOCOLLECT VOICEEXPRESS(TM) STANDARD 1 YEAR SOFTWARE SERVER SUPPORT PLAN	1	\$ 1800	1800
9	SWS-VEXPRESS-SUPRT-1YR	VOCOLLECT VOICEEXPRESS(TM) STANDARD 1 YEAR SOFTWARE SUPPORT PLAN	8	\$ 90	720
ITEM		SOPORTE HARDWARE			
10	HWS-TT-8XX-STD-3YR	Talkman® A500 Wearable Computer Standard Support-3 Year	8	\$ 442	\$ 3536
11	HWS-HD-700-STD-3YR	Headset, Vocollect® SR Series Standard Support-3 Year	8	\$ 79	\$ 632
12	HWS-CM-700-1-STD-3YR	10-Bay Combination Charder, T5 Standard Support-3 Year	1	\$ 169	\$ 169
TOTAL					\$ 137 618

Figura 29. Cotización de sistema voice picking o sistema vocollect

Anexo 9

Tabla 33. Elementos y dimensiones de área logística

INMOVILES								k=	0,64
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estática (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Escritorio	2	1	1,5	1,1	1	1,65	1,65	2,10	10,79
silla	2	1	0,5	0,5	1,05	0,25	0,25	0,32	1,64
Computadora	1	1	0,91	0,42	0,84	0,38	0,38	0,49	1,25
Impresora	1	1	0,62	0,34	1,1	0,21	0,21	0,27	0,69
Mueble para Archivador	1	1	1,4	0,6	1,95	0,84	0,84	1,07	2,75
Tacho de basura	1	1	0,25	0,25	0,6	0,06	0,06	0,08	0,20
MOVILES									
Asistente	1				1,65				
Jefe de area	1				1,65				
TOTAL						17,3 m ²			

Anexo 10

Tabla 34. Elementos y dimensiones de área administrativa

INMOVILES								k=	0,51
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estatica (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Escritorio	1	1	1,3	1,1	1	1,43	1,43	1,46	4,32
silla de oficina	1	1	0,5	0,5	1,05	0,25	0,25	0,26	0,76
Computadora	1	1	0,91	0,42	0,84	0,38	0,38	0,39	1,15
Impresora	1	1	0,55	0,35	1,12	0,19	0,19	0,20	0,58
Stand para Archivador	1	1	1,2	0,6	2,24	0,72	0,72	0,73	2,17
Tacho de basura	1	1	0,25	0,25	0,6	0,06	0,06	0,06	0,19
MOVILES									
Contador	1				1,7				
Asistente contable	1				1,7				
TOTAL						9,17 m²			

Anexo 11

Tabla 35. Elementos y dimensiones de zona de productos en cuarentena

INMOVILES								k=	1,08
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estática (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Pallet	4	4	1,2	1	0,15	1,20	4,80	4,62	42,48
MOVILES									
Stocka	1	1	1,5	0,55	1,7	0,83	0,83	1,27	2,92
Estibador	1				1,65				
TOTAL						45 m²			

Anexo 12

Tabla 36. Elementos y dimensiones de área servicios higiénicos

INMOVILES								k=	0,94
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estática (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Lavamanos	2	1	0,45	0,44	0,9	0,20	0,20	0,37	1,54
Inodoro	2	1	0,52	0,22	0,72	0,11	0,11	0,22	0,89
Tacho de basura	2	1	0,25	0,25	0,6	0,06	0,06	0,12	0,49
Dispensador de papel	1	1	0,48	0,48	0,9	0,23	0,23	0,43	0,89
Dispensador de jabon	1	1	0,27	0,27	1,15	0,07	0,07	0,14	0,28
Secadora de manos	1	1	0,33	0,31	1,15	0,10	0,10	0,19	0,40
MOVILES									
Personal	11				1,7				
Cliente	3				1,7				
TOTAL						4,48 m ²			

Anexo 13

Tabla 37. Elementos y dimensiones de centro de pago

INMOVILES								k=	1,04
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estática (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Caja registradora	2	1	1	0,58	0,58	0,58	0,58	1,2064	4,7328
Silla	2	1	0,8	0,5	1,05	0,4	0,4	0,832	3,264
MOVILES									
Cajero	1				1,7				
TOTAL						8,00 m ²			

Anexo 14

Tabla 38. Elementos y dimensiones de zona de despacho

INMOVILES								k=	2
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estática (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Pallet	1	1	1,2	1	0,15	1,2	1,2	4,8	7,2
MOVILES									
stocka	1	1	1,5	0,55	1,15	0,825	0,825	3,3	4,95
Despachador	2				1,7				
TOTAL						12,15 m ²			

Anexo 15

Tabla 39. Elementos y dimensiones de sala de espera

INMOVILES								k=	1,06
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estática (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Silla de espera de 3 cuerpos	1	1	1,25	0,45	1,05	0,5625	0,5625	1,1925	2,3175
Tacho de basura	1	1	0,25	0,25	0,6	0,0625	0,0625	0,1325	0,2575
MOVILES									
Cliente	3				1,7				
Personal	1				1,7				
TOTAL						2,58 m ²			

Anexo 16

Tabla 40. Elementos y dimensiones de área logística de área multifuncional

INMOVILES								k=	0,65
Elemento	Cantidad de elementos (n)	Número de lados (N)	Largo (m)	Ancho (m)	Altura (m)	Superficie estática (L*A)	Superficie gravitacional (Ss*N)	Superficie de evolución (Ss+Sg)*k	Superficie total (Ss+Sg+Se)*n
Mesa	2	1	1,5	1,1	1	1,65	1,65	2,15	10,89
Silla	1	1	0,5	0,5	1,05	0,25	0,25	0,33	0,83
Repisa de exhibición	1	1	1,43	0,73	1,82	1,0439	1,0439	1,36	3,44
MOVILES									
Cliente	3				1,7				
Personal	1				1,7				
TOTAL						15,16 m ²			

Anexo 17

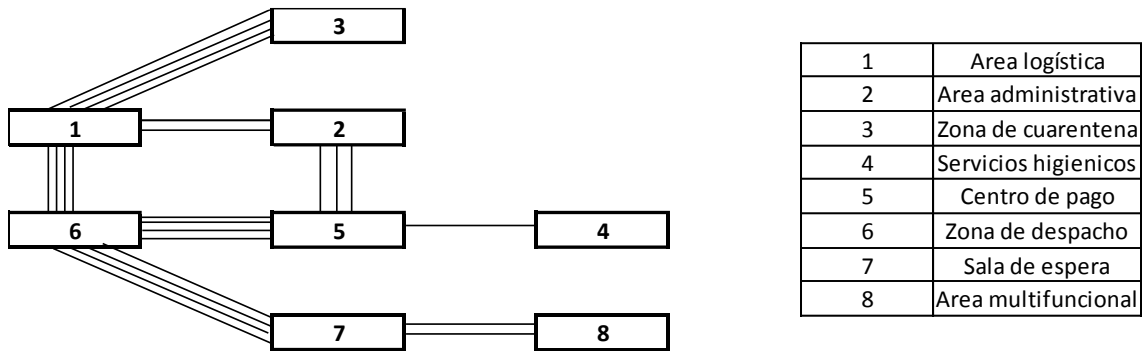


Figura 30. Ubicación de áreas de acuerdo al método SLP

Anexo 18

Tabla 41. Tasa económica de entidades bancarias

Características	Scotiabank	Continental	BCP	Interbank	GNB
Préstamos a más de 360 días	28%	22%	13%	19%	12%

Anexo 19

$$\text{Cantidad óptima del pedido} = Q = \sqrt{\frac{2xDxCo}{Ca}}$$

D = Demanda anual

Co = Coste de preparación por pedido

Ca = Coste de almacenamiento

d = Demanda diaria

L = Plazo de entrega en días

RL = Punto de pedido o reorden

Figura 31. Formula de Modelo de lote económico de punto óptimo de pedido

Anexo 20

$$R = Dd \times L$$

Dd = Demanda diaria

L = Plazo de aprovisionamiento (días)

Figura 32. Formula de demanda durante el lead time

Anexo 21

$$Pp = R + Ss$$

R = Demanda durante el lead time

Ss = Stock de seguridad

Figura 33. Formula de punto de pedido o punto de reorden

Anexo 22



Alfonso Ugarte #676
 Chiclayo - Lambayeque
www.mediacomunica.com
 TEL : #958660236
ventas@mediacomunica.com

FECHA	05/03/2018
COTIZACIÓN	15426574
VALIDO HASTA	05/03/2019

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Brochure	5500	S/. 19 250,00
Cool center	1	S/. 16 500,00
Creación de pagina web	1	S/. 3 500,00
Creación de base de datos de números	1	S/. 3 000,00
Plataforma de mensajería	5500	S/. 2 500,00
Envío de email con promociones	5500	S/. 900,00
Creación de publicidad digital medios	1	S/. 385,00
Agasajo para sus mejores clientes	50	S/. 260,00
Total		S/. 46 295,00

Términos y condiciones
1. Precio expresado en
2. Confirmación vía
3. Pago por adelantado

Figura 34. Cotización de plan de marketing

ANEXO 23


		ENCUESTA			Fecha:
1) Si		2) No		3) Talvez	
Item	Cuestionario de preguntas	1	2	3	Otro (Responda)
1	¿ Que beneficios piensa usted que debería tener, si implementamos un nuevo proceso comercial para mejorar nuestra atención y entrega de nuestros productos?				
2	¿Le gustaría obtener un descuento del porcentaje de sus compras a cambio de realizar en nuestro local, pasar atendido a nuestro personal?				
3	¿ Le gustaría escoger personalmente su mercadería, revisarla y tener la opción de cambiarla antes de recibirla ?				
4	¿Le gustaría recibir ofertas adicionales al momento de realizar las compras para su negocio?				
5	¿Le gustaría ser atendido en un ambiente grato, comodo y seguro mientras realiza su compra?				
"Gracias por su valioso tiempo"					

Figura 35. Encuesta

ANEXO 24

<u>Tamaño de muestra</u>		<u>N conocida</u>
<u>variables cualitativas</u>		
p	0.5	
q	0.500	
N	5500	
E	0.05	
Nivel de confianza	0.95	
alfa/2	0.025	
Z	1.9600	360

Figura 36. Tamaño de muestra a encuestar

VALIDACIÓN DE ENCUESTA

Quien suscribe, Caioz Cama Pelaez, con Título Profesional de Ingeniero Industrial con Maestría en Dirección y Gestión Empresarial, a través de la presente, manifiesto que he validado el modelo de cuestionario, diseñado por IVAN MARTÍN ALCÁNTARA FARRO identificado con DNI N° 45624068, Estudiante de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, del trabajo de Tesis Titulado **Propuesta de reingeniería de los procesos logísticos y comerciales para la disminución de pedidos devueltos en la distribuidora consumo masivo s.a.c.**

1. Pertinencia de las preguntas con los objetivos de la investigación:

Suficiente: Medianamente Suficiente: Insuficiente:

Observaciones

2. Pertinencia de las preguntas con la(s) variable(s):

Suficiente: Medianamente Suficiente: Insuficiente:

Observaciones:

Figura 37. Hoja de validación de encuesta, parte 1

3. Pertinencia de las preguntas con los indicadores:

Suficiente: Medianamente Suficiente: Insuficiente:

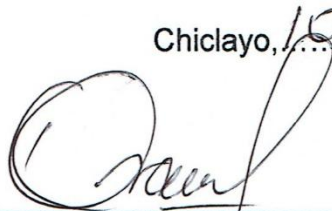
Observaciones:

4. Redacción de las preguntas:

Adecuada: Inadecuada:

Observaciones:

Chiclayo, 10 de Noviembre del 2018



DNI N° 16081043

Figura 38. Hoja de validación de encuesta, parte 2

VALIDACIÓN DE ENCUESTA

Quien suscribe, Edward Aurora Vigo, con Título Profesional de Ingeniero Industrial y con Maestría en Gestión de Operaciones, a través de la presente, manifiesto que he validado el modelo de cuestionario, diseñado por IVAN MARTÍN ALCÁNTARA FARRO identificado con DNI N° 45624068, Estudiante de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, del trabajo de Tesis Titulado **Propuesta de reingeniería de los procesos logísticos y comerciales para la disminución de pedidos devueltos en la distribuidora consumo masivo s.a.c.**

1. Pertinencia de las preguntas con los objetivos de la investigación:

Suficiente: X Medianamente Suficiente: _____ Insuficiente: _____

Observaciones

—

2. Pertinencia de las preguntas con la(s) variable(s):

Suficiente: X Medianamente Suficiente: _____ Insuficiente: _____

Observaciones:

—

Figura 39. Hoja de validación de encuesta, parte 3

3. Pertinencia de las preguntas con los indicadores:

Suficiente: X Medianamente Suficiente: Insuficiente:


Observaciones:

4. Redacción de las preguntas:

Adecuada: X Inadecuada:

Observaciones:

Chiclayo,.....de Noviembre del 2018



DNI N° 42153998

Figura 40. Hoja de validación de encuesta, parte 4