

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIOS
PARA LA COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C.**

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

AUTORA

BRENDA ESTEFANY TORO CUNEO

ASESOR

Mgtr. CÉSAR ULISES CAMA PELÁEZ

Chiclayo, 2017

DEDICATORIA

“A Dios, por ser el que guía mi camino y nunca soltarme de sus santas manos”

“A mi familia, especialmente a mis padres, a mi esposo y a mi hijo por ser las personas que me motivan para ser cada día mejor”

AGRADECIMIENTOS

“A Dios, porque sin El nada hubiera sido posible en mi vida, por hacer de mí una persona de bien”

“A mis padres en especial a mi madre por confiar en mí y seguir apoyándome hasta ahora y a mi esposo e hijo por ser pacientes en todo este tiempo de estudios”

“A mi asesor el Mgtr. Cesar Cama por su paciencia, apoyo y su tiempo cuando lo necesite”

“A la Mgtr. Vanesa Castro por ser una persona que nunca se negó a apoyarme y sobre todo por su amistad incondicional”

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación lleva como título PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIOS PARA LA COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C., esta propuesta surge a partir de los problemas logísticos como las ventas no realizadas, realización de pedidos de forma irregular, falta de control de entradas y salidas de los productos en sus almacenes, carencia de stock de seguridad y sobre todo una carencia de sistema de información en la comercializadora.

Para la solución de los problemas diagnosticados se estimó un estudio de los productos mediante ABC que permiten seleccionar los más importantes para la comercializadora, de esta manera también se propone el modelo de cantidad económica de pedido en el que se calcula los pedidos óptimos, el número de pedidos, el tiempo entre pedidos y la demanda diaria. También se proponen mejorar los procesos en el área ventas y despacho como también en el de compra y abastecimiento. Finalmente, un sistema de información que permita tener un mejor control de las entradas y salidas de la mercadería.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN	iv
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MARCO DE REFERENCIA DEL PROBLEMA	13
2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	13
2.2.FUNDAMENTOS TEÓRICOS.	14
2.2.1.Logística.	14
2.2.2 Inventario	15
2.2.3 Gestión de inventarios.	16
2.2.4 Modelos de gestión de inventarios.	18
2.2.5 Clasificación de los Modelos de Gestión de Inventarios.	19
2.2.6 Sistemas de control de inventarios	23
2.2.7 Costos de la Gestión de Inventarios	25
2.2.8 Pronósticos.	26
2.2.9 Indicadores de Rentabilidad	26
2.2.10 Análisis ABC.	27
III. RESULTADOS	28
3.1. DIAGNOSTICAR EL ESTADO ACTUAL DE GESTIÓN DE INVENTARIOS	28
DE LA COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C.	
3.1.1. La empresa.	28
3.1.2. Estructura Organizacional:	29
3.1.3. Análisis actual de gestión de inventariado de la empresa COMERCIALIZADORA	31
MW BUSINESS S. A. C.	31
3.1.4. Productos que comercializa	31
3.1.5. Descripción del proceso actual de la comercializadora MW BUSINESS S. A. C.	32
3.1.6. Proveedores:	36
3.1.7. Distribución en el área de almacén.	37
3.1.8. Ventas.	39
3.1.9. Rentabilidad actual de la comercializadora.	46
3.1.10.Diagrama Causa-Efecto	50
3.1.11.Análisis ABC.	51
3.2.PROPONER UN MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIOS EN	53
COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S.A.C.	
3.2.1 Mejora de los procesos de ventas y despacho.	53
3.2.2. Mejora de los procesos de compra y abastecimiento	54

3.2.3. Desarrollo del cálculo de reaprovisionamiento.	56
3.2.4. Propuesta del modelo seleccionado: Modelo de Cantidad Optima de Pedido	58
3.2.5. Implementación del sistema de información.	71
3.2.6. Maestro de productos.	71
3.3.ANÁLISIS COSTO- BENEFICIO	72
3.3.1. Rentabilidad después de la mejora	74
IV. CONCLUSIONES	78
V. RECOMENDACIONES	79
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
VI. ANEXOS	82
Anexo N° 01: Análisis ABC	82
Anexo N° 02: Cotización del Sistema de Información	92
Anexo N° 03: Maestro de Productos.	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Áreas y números de empleados en la empresa	28
Tabla N° 02: Comparación entre ventas y demanda insatisfecha 2015	31
Tabla N° 03: Productos agrupados en familias.	32
Tabla N° 04: Proveedores y tiempos de entrega de los productos.	36
Tabla N° 05: Lista de productos de la Comercializadora MW BUSINESS S.A.C.	39
Tabla N° 06: Utilidad anual detallada por producto del 2015	47
Tabla N° 07: Ventas anual detalladas por producto	48
Tabla N° 08: Análisis ABC	52
Tabla N° 09: Costos salariales e insumos	57
Tabla N° 10: Costos de ordenar un pedido	57
Tabla N° 11: Costos mensuales de mantenimiento de inventario	68
Tabla N° 12: Resultados de la aplicación del modelo cantidad optima de pedido	68
Tabla N° 13: Costos de implementar propuesta	72
Tabla N° 14: Oportunidad de ventas luego de implementar la propuesta.	73
Tabla N° 15: Ingresos anuales después de la propuesta	73
Tabla N° 16: Utilidad bruta anual detallada por producto después de la mejora	75
Tabla N° 17: Ventas anuales detalladas por producto después de la propuesta	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Movimiento de existencias.	22
Figura N° 02: Organigrama de la empresa	30
Figura N° 03: Flujo del Proceso de Venta y Despacho	33
Figura N° 04: Flujo de procesos de compra y abastecimiento	35
Figura N° 05: Disposición de los productos en el almacén.	37
Figura N° 06: Distribución de la comercializadora MW BUSINESS S.A.C.	38
Figura N° 07: Diagrama causa-efecto.	50
Figura N° 08: Mejora del Proceso de Venta y Despacho	53
Figura N° 09: Mejora del proceso de compra y abastecimiento.	55

RESUMEN

La Comercializadora MW BUSINESS S. A. C. ubicada en la Av. José Leonardo Ortiz s/n, inicio sus actividades en el año 2002. La actividad que realiza la empresa es la de comercialización de bebidas. No obstante, debido a la mala estimación de pedidos en las órdenes de compra, la empresa ha recurrido frecuentemente en quiebre de stock lo que ha generado pérdidas significativas a la empresa.

La problemática por la cual atraviesa la empresa ha creado la necesidad del desarrollo de la presente investigación con la finalidad de elaborar una propuesta de un modelo de gestión de inventario para evitar que haya ventas que no se concretan por falta de mercadería y así mismo poder incrementar la utilidad de la empresa. Como solución primero se identificó cuáles eran los productos más relevantes para la empresa usando la clasificación ABC, obteniendo como resultado los productos A que representan el 80% de las utilidades de la empresa, posteriormente se pronosticó la demanda de los mismos productos en un periodo de un año. Una vez determinada la demanda se aplicó modelo de gestión de inventarios sobre la cantidad óptima de pedido para los productos con la finalidad de conocer los pedidos óptimos, el número de pedidos, el tiempo entre pedidos y la demanda diaria por cada producto evitando que la empresa se quede sin stock y de esta manera tener clientes satisfechos.

Como resultado se obtuvo mejoras, como el aumento de la rentabilidad de 15,73% a 16,58%.

Palabras clave: Comercializadora, Pronósticos, Gestión de inventarios.

ABSTRACT

The Comercializadora MW BUSINESS S.A.C. located at Av. José Leonardo Ortiz s / n, started its activities in 2002. The activity performed by the company is the marketing of drinks. No However, due to poor estimates of orders purchase orders, the company has frequently resorted breakdown of stock which has generated significant losses to the company.

The problem which crosses the company has created the need for the development of this research in order to develop a proposal for improved inventory management to eliminate breaks stock and likewise to increase the utility of the company. As a solution first identified what are the most important products for the company were using the ABC classification, resulting in the products represent 80% of the profits of the company, then demand the same products was forecast over a period of one year .Once specific demand inventory management model for products in order to know the optimum order quantity for each product avoiding the breakdown of stock for which the company is currently experiencing was applied.

As a result improvements were obtained as increased profitability of 15,73% to 16,58%.

Keywords: Comercializadora, Forecasting, Inventory management.

I. INTRODUCCIÓN

La gestión de inventarios es una de las actividades de la Dirección de Operaciones más importantes de cualquier organización. Para realizarla, existen diversos sistemas que pueden ser empleados en función de múltiples factores, como la periodicidad de la toma de decisiones, la naturaleza de la demanda, los costes de inventario, entre otros.

Uno de estos sistemas es la gestión clásica de inventarios, la cual agrupa un conjunto de modelos que resultan más adecuados cuando la demanda de los ítems a gestionar es continua (esto es, constante a lo largo del tiempo) e independiente (es decir, sujeta a las condiciones del mercado y no relacionada con la demanda de otros artículos).

La importancia de la cadena logística es mayor cuando se trata de una empresa comercializadora, ya que el inventario puede llegar a representar hasta el 75 % del capital; por ello una correcta gestión de los inventarios es la clave para un desempeño exitoso de toda empresa. Heizer y Render (2001)

Al elaborar o comercializar gran cantidad de productos se pueden requerir de gran cantidad de inventarios, cada uno con sus propias características y con un manejo particular, dependiendo de su propia naturaleza, de su importancia en el proceso.

El costo de almacenamiento que representa y adquisición de los mismos, hacen que la administración de tantos materiales necesarios para la producción o comercialización pueda tornarse desfavorable en el tema de costos y rentabilidad para las distintas empresas, para evitarlo las empresas necesitan identificar y clasificar el inventario existente en grupos con características de almacenamiento semejantes, con el fin de evitar desgastes y sobrecostos innecesarios.

Tal es el caso de la comercializadora “M.W Business”, la cual es una empresa dedicada a la venta de bebidas y otros. Se encuentra ubicada en la Av. José Leonardo Ortiz, inició sus actividades desde el año 2002 con 1 almacén central que distribuye a 7 clientes, en el cual laboran 20 trabajadores en horario de 8 am hasta las 7 pm. Esta empresa posee una gran variedad de productos comprendidos en la clasificación de: licores, bebidas, vino y otros, llegándose a generar en el 2015 un total de S/ 2 978 741,18 de ingresos por ventas, determinándose así mismo que los productos más vendidos son los licores y los menos solicitados son aquellos formados por la sub-familia de los jugos.

Es importante mencionar que esta empresa al igual que muchas del mercado dedicadas a distribución de productos, presenta inconvenientes en el desarrollo de sus actividades debido a un inadecuado manejo de los inventarios lo cual ocasiona principalmente el incumpliendo de pedidos por ende la existencia de una demanda insatisfecha y como consecuencia pérdida de clientes; traducándose este inconveniente a pérdidas económicas de aproximadamente 10 687,8 soles al mes, es por ello que se ve necesario

el análisis de la forma de abastecimiento de la empresa a causa de su inadecuada planificación la cual generó en el 2015 una pérdida notoria de ingreso por ventas no concretadas de S/ 80 433,0 considerándole una cantidad bastante representativa con respecto al total de ventas que para el mismo fue de S/ 2 478 741,18.

Es por ello que frente a lo descrito anteriormente surge la pregunta: ¿La propuesta de un modelo de gestión de inventarios para la comercializadora MW BUSINESS S. A. C. permitirá disminuir las ventas no realizadas?

Para lo cual se plantearon los siguientes objetivos: diagnosticar el estado actual de gestión de inventarios de la comercializadora, proponer un modelo de gestión de inventarios para la comercializadora y realizar un análisis costo – beneficio de la propuesta.

La justificación de la presente investigación viene enmarcada porque logrará ser una alternativa de solución y permitirá que la comercializadora MW BUSINESS S. A. C. reduzca las pérdidas económicas por pedidos que no se atendieron, además aumentar los niveles de venta, dejando relegado los registros de disminución en sus utilidades como consecuencia de ventas perdidas por falta de inventario, permitiendo tener un mejor control de los inventarios los representan entre el 50 % hasta el 70 % de los activos de la empresa.

II. MARCO DE REFERENCIA DEL PROBLEMA

2.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Flores Vera & Rojas Tinoco (2018). En su investigación “Evaluación de control interno del área de inventario de la empresa JG repuestos industriales de la ciudad de Guayaquil” tiene como objetivo esta tesis en realizar un desarrollo de programa de capacitación del personal en almacén para el control inventarios como la implementación de los indicadores de gestión de inventarios, identificar las actividades, procesos críticos de la operación logística, cantidades máxima y mínima para stock de la bodega, rotación, duración, valor económico además la exactitud en los inventarios para el mejor tratamiento de existencias y logrando maximizar los recursos y minimizar riesgos en base a la metodología ABC y rotación de inventario para el control de volumen y evitar artículos innecesarios para el tratamiento de inventario obsoleto.

Sifuentes Llancari, (2017). En su investigación “El sistema de control interno de inventarios y su influencia en la gestión de la rentabilidad de la ferretería San José Lima Metropolitana año 2017” en esta tesis tiene como objetivo determinar que en el sistema de control interno de los inventarios promueve la debida gestión del inventarios y en consecuencia la rentabilidad del negocio mejorando la gestión de mercancías en el cual se obtiene un adecuada planificación de bienes, con la estructuración de los procesos con el fin de que el desabastecimiento genere perdidas.

Sone (2015) en su investigación “Implementación de un sistema de información de logística para la gestión de insumos y productos de la empresa del rubro de panadería y pastelería” basada en el objetivo implementar un sistema de información que permita gestionar y controlar los insumos y productos para los procesos de compra, venta y almacén de la empresa y un subsistema que permita el seguimiento y actualización de estados de entradas y salidas del almacén mediante el uso de herramientas informáticas para el modelado procesos, un lenguaje de programación y un gestor de base datos para la implementación del sistema de información con esta implementación se generó un módulo de compras, ventas, almacenamiento para mejorar el manejo de stock de insumos y productos mediante la actualización de stock por el sistema y poder atender todas sus ventas de la empresa.

Pérez et al (2013), en su investigación: *Un modelo de gestión de inventarios para una empresa de productos alimenticios*, tiene como objetivo mejorar el nivel de servicio actual al cliente (75%) que incumplía la meta propuesta que era de 95%. Esto era debido a que la empresa carecía de una política de inventario. Como soporte del modelo de inventarios se propone un procedimiento de trabajo que abarca desde la recogida y registro de información hasta el análisis para la toma de decisiones, lo que permite establecer la estandarización de procesos. Se realizaron estudios de la demanda del producto y debido a su comportamiento se evaluaron diversos métodos de pronósticos, optando por el sistema de revisión periódica, considerando que era el más apropiado. Se

llegó a la conclusión de sustituir el método de trabajo empírico por un método cuantitativo, gestionar mejor sus procesos e impactar en el desempeño de los mismos y de los niveles de servicio al cliente.

Arango et al (2013) en su investigación: *Gestión de compras e inventarios a partir de pronósticos Holt-Winters y diferenciación de nivel de servicio por clasificación ABC*, tiene como objetivo minimizar el capital de trabajo invertido en inventarios y en mejoras sustanciales del nivel de servicio a los clientes reduciendo los indicadores de ventas perdidas por agotamiento de existencias. La solución consiste en una metodología de planeación de abastecimiento con un modelo probabilístico de inventarios por demanda, guiado por niveles de servicio diferenciales por volumen de ventas, a partir de pronósticos de ventas obtenidos por el modelo Holt-Winters que incluye suavización exponencial, tendencia y estacionalidad. Como resultado de la aplicación del modelo en la gestión de ventas e inventarios se mejoró el nivel de servicio directo del inventario. El nivel de servicio promedio era del 85.81%, con el modelo propuesto alcanzo un nivel de servicio del 96% a partir del inventario.

Lopez et al (2012), en su investigación: *Uso de herramienta libre para la generación de reglas de asociación, facilitando la gestión eficiente de incidentes e inventarios*, el objetivo es brindar información estadística relacionada con los aspectos que tienen mayor incidencia en el reporte de incidentes de equipos informáticos, permitiendo elaborar un plan de prevención para disminuir la generación de reportes de incidentes y recomendaciones para una gestión eficiente de los inventarios relacionado con los componentes y piezas utilizando en el proceso de mantenimiento. Las líneas principales de investigación están relacionadas con requerimientos reales por parte de esta unidad académica que son aspectos relacionados con: a) Gestión de Incidentes y Mantenimientos de equipos informáticos b) Gestión de inventarios c) Implementación de Herramientas informáticas de filosofía libre. Si se logra develar cual son los tipos de componentes o piezas que más se reportan en las planillas incidentes, se podrá recomendar un plan de compras adecuado para satisfacer con mayor rapidez los requerimientos de determinados incidentes.

2.2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

2.2.1. Logística.

Ballou (2004) dice que la logística es un conjunto de actividades funcionales (transporte, control de inventarios, etc.) que se repiten muchas veces a lo largo del canal de flujo, mediante la cual la materia prima se convierte en productos terminados y se añade valor para el consumidor. Dado que las fuentes de materias primas, las fábricas y los puntos de venta normalmente no están ubicados en los mismos lugares y el canal de flujo representa una secuencia de pasos de manufactura, las actividades de logística se repiten muchas veces antes de que un producto llegue a su lugar de mercado.

La logística es una parte de la cadena de suministros que se encarga de planificar, llevar a cabo y controlar el flujo, la información y el almacenamiento de bienes y servicios desde el punto de origen hasta el punto de consumo para satisfacer las necesidades de los clientes. El reto dentro de la empresa es coordinar la capacidad funcional en una operación integrada que se concentre en atender a los clientes.

2.2.2 Inventarios.

Izar (2012), los inventarios son bienes tangibles o materias primas, cuyas cantidades o existencias (stock) se encuentran disponibles para la venta en el curso ordinario del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. Los inventarios constituyen un elemento de amortiguación entre las distintas etapas del proceso u operaciones comerciales con el fin de obtener un funcionamiento económico y eficiente del sistema productivo.

El inventario dentro de la empresa cumple con ciertas funciones tales como:

- Evitar la escasez que puede darse por la fluctuación de la demanda como por tardanzas en el abastecimiento de mercadería.
- Beneficiarse de la disminución de costos por volumen durante la adquisición o fabricación, aprovechando descuentos.
- Equilibrar las compras con las ventas, regulando el flujo de adquisiciones y entregas dentro del almacén que nos beneficie sobre la competencia.
- Tener un nivel de stock suficiente para cubrir las necesidades y exigencias de los clientes en periodos precisos para evitar pérdida en ventas, pérdida de imagen, y confianza de los clientes.
- Absorber el inventario que no es consumido por la demanda.

2.2.2.1. Tipos de inventarios.

Según Heyzer y Render (2008) existen cuatro tipos de inventarios, cada uno de ellos cumple funciones específicas al interior de la empresa:

- El inventario de materia prima, compuesto por aquellos materiales que servirán para la producción.

- El inventario de productos en proceso, aquellos materiales que ya han ingresado al proceso productivo pero que aún no son productos terminados.
- El inventario de mantenimiento, reparación y operación son aquellos materiales que se requieren para poder asegurar el correcto funcionamiento de todo el proceso productivo.
- El inventario de productos terminados, está compuesto por aquellos productos que ya se encuentran listos para ser entregados a los clientes y sirven para cubrir las variaciones en la demanda.

2.2.3 Gestión de inventarios.

Krajewski (2008), la administración de inventarios se refiere a la planificación y control de los inventarios para mantener la cantidad adecuada para que la empresa alcance sus prioridades competitivas de la forma más eficiente, importante para lograr el pleno potencial de toda cadena de valor. Para esto se requiere de información sobre las demandas esperadas, las cantidades de inventario disponibles y en proceso de pedido, entre otros.

Heizer y Render (2008) señalan que el inventario puede llegar a representar el 40% del capital de las empresas. Asimismo, debemos de considerar que, en aquellas empresas dedicadas a la comercialización de productos, es decir que no cuentan con proceso productivo y se encargan de comprar y vender productos, el inventario puede llegar a representar hasta el 75% del capital.

Suares (2012), se basa por medio de técnicas, métodos, controles que le permiten tener a la empresa las mercaderías de los productos en los niveles deseados con el fin de optimizar costos por el nivel de mantenimiento y reposición. El principal problema surge cuando la demanda es inestable, existen métodos que sirven a la empresa a evitar imprevistos como inventarios de seguridad por medio de comprar masivas, etc. La base para controlar el inventario por medio de una adecuada gestión se basa en:

- Pronósticos adecuados.
- Adecuado control físico.
- Confianza en el proveedor.
- Reducción de inventarios de seguridad.
- Stock suficiente para cubrir la demanda.
- Costos de gestionar el stock.
- Rotación de cada uno de los productos.

Los principales factores que intervienen en una gestión de inventarios son:

2.2.3.1 La demanda.

De vital importancia, lo óptimo sería acercarse a la máxima realidad posible teniendo en cuenta que existe demanda constante y demanda estacional, con el fin de evitar un sobre stock de mercadería o el desabastecimiento del mismo.

La demanda depende de factores tales como:

- El precio.
- La competencia.
- El marketing.
- La situación económica de los consumidores.

2.2.3.2 Nivel de servicio.

El nivel de satisfacción que tienen los consumidores al adquirir cierto producto. Involucra el trato que se le da al cliente y el riesgo de imagen que se tiene frente a los clientes en el momento que pueda darse ruptura de stock e insatisfacer la demanda; lo que provocamos que nuestros clientes prefieran a la competencia. Hay que tomar en cuenta que según la satisfacción que se quiera brindar al cliente los costos se irán elevando pues involucra más almacenamiento y pedidos.

2.2.3.3 Los costos.

Para que la gestión de inventarios sea adecuada debe la empresa tratar de conseguir los costos más bajos posible por parte del proveedor que garantice una rentabilidad apropiada a la empresa. Además de los costos generados por la adquisición de materia prima otros relacionados con ella son la mantención del inventario en bodegas, costo de emisión de pedidos, gastos de operación (limpieza, bodeguero, servicios básicos).

Además de que si se genera una ruptura de stock este también sería un costo absorbido por la empresa.

2.2.3.4 El tiempo de anticipación.

Son conocidos también como los días de reposición es decir el tiempo que transcurre en las empresas manufactureras cuando se coloca la orden de producción al momento que inicia la producción y en la empresa comercial desde que se solicita la compra a su proveedor hasta el instante en el que recibe el producto.

2.2.3.5 Importancia de la Gestión de Inventarios en las empresas comercializadoras.

La Gestión de Inventarios es necesaria dentro de toda empresa, ofrece planificación, dirección, control, evaluación de las actividades para obtener sus productos con eficiencia, eficacia, efectividad su aplicación para el éxito de la misma es esencial ya que estas estrechamente relacionada con los costos que genera, el impacto directo que tiene con los resultados del ejercicio cuando se realizan más compras y aumenta el inventario por lo que el activo circulante también lo hacen incrementando el activo, los costos relacionados. Esta relación tiene un impacto directo en el beneficio neto y merma la rentabilidad.

Render (2008), conforme lo planteado se presenta la importancia que se da a un adecuado manejo de los inventarios.

- Evita la escasez de mercadería.
- Recupera la inversión de manera más efectiva y con mejores resultados.
- Aprovecha los descuentos por compras masivas.
- Informa de disponibilidad y plazos de entrega de productos.
- Reduce costos y tiempos de inventarios.
- Permite controlar los costos de almacenamiento.
- Estandariza los procesos internos tales como: recepción, almacenaje, salida de la mercadería.
- Posee información constante, condensa y clasifica sobre todo lo relacionado con la mercadería: fechas, proveedores, códigos, oferta.
- Se puede conocer en poco tiempo el estado del almacén y la rotación de los productos.
- Permite el control por pérdidas, extravió, etc.
- Disminuye el nivel de incertidumbre.
- Alta rotación.

2.2.4 Modelos de gestión de inventarios.

Suares (2012), los inventarios dentro de la empresa comercializadora representan uno de los activos más importantes pues de tener un desequilibrio en este puede correr riesgos graves en el resultado.

Por lo tanto, un modelo de gestión de inventarios es creado con varios objetivos.

- Conseguir un equilibrio entre las compras y las ventas. ¿Qué compro? ¿Cuándo compro? ¿Cuánto compro?
- Minimizar los costos de inventario.
- Aumentar la rentabilidad de la organización.
- Asegurar el nivel de servicio entregado al cliente.
- Crear políticas internas para las compras – ventas.
- Diseñar un modelo de gestión de inventarios a la medida de la empresa.
- Asegurar la disposición de los materiales, en las mejores condiciones económicas para satisfacer las necesidades próximas y futuras.
- Evaluar la capacidad física del almacén y sus condiciones.

2.2.5 Clasificación de los Modelos de Gestión de Inventarios.

Guerrero (2009), los modelos de gestión de inventarios tienen diferentes tipos de clasificaciones, conoceremos las más comunes.

A. Según la demanda.

- **Determinística:** En este caso la demanda siempre es conocida, se da por lo general cuando se realiza la venta bajo pedido de cada artículo.
- **Probabilística:** La demanda es cíclica, no se conoce con seguridad.

B. Según el tipo de producto.

- Perecederos.
- Sustitutos.
- Durables con el tiempo (metales)

C. Según la cantidad de productos.

- Modelos para un producto.
- Modelos para multiproductos.

D. Según el tipo de revisión.

- Continua.
- Periódica.

E. Según el tiempo de reposición.

- Reposición instantánea (comprado)
- Reposición continua (fabricado)

2.2.5.1 Modelo de Cantidad optima de Pedido.

El objetivo del modelo es encontrar el monto del pedido que se realizara con el fin de reducir al mínimo posible el costo total de los inventarios mantenidos por la empresa.

Este modelo plantea suposiciones sobre la forma de llevar los inventarios dentro de las empresas, básicamente se supone:

- La demanda se caracteriza por ser constante en el tiempo y conocida.
- El pedido llega en el tiempo que es requerido, no existen adelantos de tiempo.
- Los requerimientos de mercaderías al proveedor son constantes.
- No existe ruptura de stocks.
- El costo de las mercaderías, es constante.

El modelo de control de inventarios Cantidad Económica de Pedidos maneja tres constantes dentro de su fórmula.

- La demanda del producto (conocida y constante)
- El costo de mantener el inventario.
- El costo de ordenar un pedido.

Este modelo de gestión se ha transformado en el tiempo en una herramienta que minimiza los costos de inventario para las empresas que lo aplican, por su facilidad al momento de aplicar y calcular el pedido, cabe recalcar que este modelo no reconoce los descuentos en grandes volúmenes que se puede beneficiar la empresa en el momento de calcular la cantidad de pedido.

El cálculo del lote económico de compra (EOQ) parte del cálculo del costo anual total que se tiene para los niveles de inventario manejados por la empresa. Este costo anual se calcula como la suma de los costos de mantener el inventario y el costo realizar los pedidos, el costo anual se puede calcular del siguiente modo:

$$C = Q/2*(H) + D/Q*(S)$$

Donde,

- C = costo total anual
- Q = tamaño del lote
- H = costo de mantener una unidad en inventario durante un año
- D = Demanda anual
- S = Costo de pedir un lote

2.2.5.2 Alternativas posibles dentro del Método Cantidad Económica de Pedido.

Existen tres posibles alternativas que se pueden dar en el mercado, las cuales se presentan a continuación:

a) Demanda variable y tiempo de anticipación constante.

En esta alternativa plantea a la demanda como aleatoria a través del tiempo, es decir no es constante ni conocida, lo que provoca que en cualquier momento pueda generarse un pedido, más los días de reposición del proveedor son conocidos con precisión.

b) Demanda constante y tiempo de anticipación variable.

En este caso se cambia lo planteado anteriormente, en este caso la demanda es determinística (constante en el tiempo), más los días de reposición de los proveedores no es claramente conocido por la empresa, es decir ya no es fijo.

c) Demanda variable y tiempo de anticipación variable.

Aquí se tiene incertidumbre tanto de la demanda que se tendrá como de los días de reposición del proveedor, lo que suele usarse en este caso son métodos probabilísticos y sus fluctuaciones más comunes para tener un conocimiento más cercano a la realidad.

2.2.5.3 Pasos para la aplicación del modelo de cantidad económica de pedido.

La aplicación del modelo de gestión es un proceso que se calcula a mediante los siguientes pasos:

❖ **Se calcula el pedido óptimo: se aplica la siguiente formula (Suarez 2012)**

$$Q = \sqrt{\frac{2 \times k \times D}{g}}$$

Donde:

Q= Volumen óptimo de pedido

K=Coste de realización de un pedido

D=Volumen de la demanda

g= Coste anual de mantener almacenada una unidad de producto

❖ **Cálculo del número de pedido al año que se debe realizar.**

$$\frac{360}{\text{Días de reposición}}$$

❖ **Hallar el tiempo que pasa entre dos pedidos.**

$$T = \frac{360}{N}$$

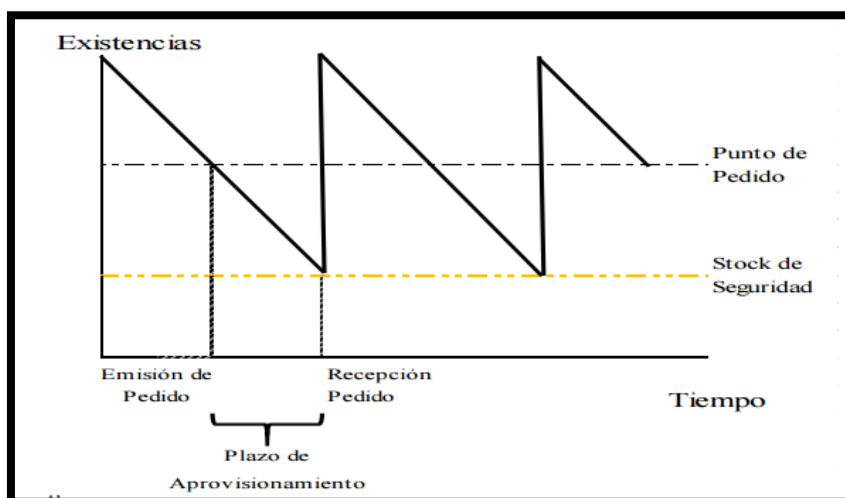
❖ **Cálculo del punto de pedido.**

Punto de pedido = demanda estimada en el plazo de aprovisionamiento+ stock de seguridad.

Demanda estimada en el plazo de aprovisionamiento = demanda diaria * plazo de aprovisionamiento.

$$\text{Demanda diaria} = \frac{\text{demanda anual}}{360}$$

❖ **Representación gráfica.**



FiguraNº01: Movimiento de existencias

Fuente: Suares, 2012

2.2.6 Sistemas de control de inventarios.

Krajewski & Ritzman (2000) afirman que para poder determinar el sistema de control que debemos emplear se debe de conocer el tipo de demanda. En el caso de demandas independientes. Se tienen dos sistemas de control de inventarios: De revisión continua o sistema Q y el sistema de revisión periódica o sistema P.

2.2.6.1 Sistemas de revisión continua (Q)

En un sistema de revisión continua (Q), conocido a veces como sistema de punto de reorden o sistema de cantidad de periodo fija, se rastrea el inventario restante de un artículo cada vez que se hace un retiro del mismo, para saber si ha llegado el momento de hacer un nuevo pedido. En la práctica estas revisiones se realizan con frecuencia y muchas veces de modo continuo. En cada revisión se toma una decisión acerca de la posición de inventario de un artículo. En este sistema la cantidad de artículos en los pedidos es fija, mientras que el tiempo transcurrido entre pedidos suele variar.

Para poder evaluar el nivel del inventario se debe considerar el inventario disponible más las recepciones programadas y a ello quitarle las ordenes atrasadas:

$$\text{Nivel Inv.} = \text{Inventario Disp.} + \text{Recepciones Prog.} - \text{Ordenes Atrasadas}$$

En vista que la cantidad a pedir es fija, esta suele ser el EOQ, una cantidad mínima de cambio de precio u otra que defina la empresa.

En el caso de tener una demanda que se conoce con certeza, el punto de reorden será la demanda durante el tiempo de entrega. En el caso de que la demanda no sea conocida con certeza, se debe añadir el stock de seguridad a la demanda durante el tiempo de entrega.

Para poder determinar el stock de seguridad, la empresa debe definir el nivel de servicio, es decir la probabilidad de no quedarse sin inventario durante el tiempo de entrega.

Asumiendo que la demanda durante el tiempo de entrega se distribuye normal, se calcula el stock de seguridad como el producto de la desviación estándar de la demanda durante el tiempo de entrega y el valor z del nivel de servicio:

$$\text{Stock de seguridad} = z * s$$

Finalmente tenemos que el punto de reorden es calculado de la siguiente manera:

$$R = dL + z * sL$$

Donde:

- R = punto de reorden
- dL = demanda en el tiempo de entrega
- z = nivel de servicio
- sL = desviación estándar en el tiempo de entrega.

2.2.6.2 Sistema de revisión periódica (P)

A diferencia del sistema de revisión continua, en este caso el periodo entre pedidos es un valor fijo. El valor del tiempo entre revisiones puede ser determinado por la empresa al igual que puede determinarse al utilizar el tiempo entre entregas determinado por el EOQ. Para ello se divide la demanda anual entre el EOQ, obteniendo la cantidad de pedidos a realizar durante el año. Finalmente se divide los 300 días laborales del año entre la cantidad de pedidos a realizar para obtener el periodo entre pedidos.

Así como se debe calcular el periodo entre revisiones, también es necesario determinar el nivel objetivo de inventario. Este nivel objetivo de inventario debe de cubrir las necesidades de la demanda durante todo el periodo de revisión P y el tiempo de entrega del pedido realizado L.

Al igual que en el sistema de revisión continua, se debe considerar el stock de seguridad para determinar el nivel objetivo de inventario. En el caso del sistema de revisión periódica el stock de seguridad se calcula como el producto del nivel de servicio z y la desviación estándar de la demanda durante el periodo de revisión y el periodo de entrega teniendo el siguiente.

Cálculo:

$$\text{Stock de seguridad} = z * sP + L$$

El cálculo de la desviación estándar del periodo P + L se realiza de la siguiente manera:

$$sP + L = st * (P + L)^{1/2}$$

Donde:

- st = desviación estándar en el periodo t
- P = periodo entre revisiones
- L = tiempo de entrega

Finalmente tenemos que el nivel objetivo de inventario es calculado de la siguiente manera:

$$T = dP + L + z * sP + L$$

Donde :

T= Nivel objetivo de inventario

P + L= Demanda en el periodo de revisión y la entrega.

Z= Nivel de servicio

σ_{P+L} = Desviación estándar para el período de revisión y lead time

2.2.7 Costos de la Gestión de Inventarios.

El contar con inventarios en la empresa involucra una serie de costos que vienen asociados no sólo al costo del producto en sí, sino que además conlleva toda una serie de costos que deben de ser considerados para el correcto análisis de las ventajas y desventajas que representa el contar con mayores niveles de inventarios.

- a) **Costo del producto:** Este costo como su propio nombre lo dice es el precio pagado al proveedor para adquirir el producto. Dentro de este costo se puede incluir los costos de transporte asociados a la compra del producto. Se debe de tener en cuenta de que se pueden obtener descuentos al comprar en volúmenes mayores.
- b) **Costo de adquisición:** El costo de adquisición está representado por los gastos en los que se incurre para poder realizar un pedido de compra. Se pueden considerar los costos administrativos en los que incurran tales como llamadas telefónicas, tiempos de gestionar la compra, tiempo del personal de compra, entre otros.
- c) **Costo de mantenimiento:** Son los valores que nos generan los artículos que se encuentran almacenados, dentro de este costo de mantenimiento está el dinero invertido, el costo de arrendamiento de los almacenes, la maquinaria y herramientas, seguros, impuestos, costos generales, costos por tendencia de stock, reparaciones, deterioro, robo, los salarios del personal de vigilancia y todos aquellos encargados de administrar el almacén, el pago de servicios básicos que mantener el almacén requiera.
- d) **Costo de Gestión:** En esta categoría se deben incluir los costos del personal administrativo al igual que los costos de los controles informáticos que se tengan para tener registros precisos de los niveles de inventario.
- e) **Costos de rotura de stock:** Son los costos que se ocasionan cuando no se cuentan con inventario y esto puede provocar la detención de la producción y pérdida de oportunidades de ventas. (Ballou, 2004)

2.2.8 Pronósticos.

Un pronóstico es el proceso de estimación de una variable en situaciones de incertidumbre convirtiéndose en una herramienta fundamental para la toma de decisiones dentro de la empresa; el pronóstico aplicado a la demanda consiste en hacer una estimación de las futuras ventas (ya sea en unidades físicas o monetarias) de uno o varios productos (generalmente todos), para un periodo de tiempo determinado (generalmente un mes).

Los pronósticos jamás son perfectos, debido básicamente a que se utilizan métodos que generan pronósticos con base en información previa, dichos pronósticos serán menos confiables cuanto mayor sea el lapso que se pronostique a futuro.

Los métodos para llevar a cabo los pronósticos varían con el número de artículos que deben pronosticarse y la importancia en términos monetarios de las decisiones. Las decisiones referentes a la cantidad económica a ordenar para artículos de bajo valor se basan en los pronósticos independientes por artículo, en los cuales no se desea gastar mucho. (Álvarez, 2009).

- a. **Método de Regresión Lineal:** Según Chase (2009), es un modelo de pronóstico que establece una relación de una variable dependiente y una o más variables independientes. Si los datos forman una serie de tiempo, la variable independiente es el tiempo en períodos y la variable dependiente, por lo general, son las ventas o aquello que se desee pronosticar. El objetivo es poder hallar una ecuación cuyos valores minimicen la suma de las desviaciones cuadradas de los datos. La ecuación de regresión está representada de la siguiente manera:

$$Y = A + Bx$$

Y= variable dependiente

X= variable independiente

A= valor de intercepto de la línea del eje Y

B= la pendiente de la línea

2.2.9 Indicadores de Rentabilidad.

Los indicadores referentes a rentabilidad, tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable (Guajardo, 2002). Se puede decir entonces que es necesario prestar atención al análisis de la rentabilidad porque las empresas para poder sobrevivir necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que sin

ella no podrán atraer capital externo y continuar eficientemente sus operaciones normales.

2.2.9.1 Rentabilidad.

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori. Sánchez (2002)

2.2.9.2 Beneficio bruto:

Es el margen obtenido por la diferencia entre el precio de venta del producto/servicio y su coste. Es el beneficio que reporta la actividad básica de la empresa. El margen bruto, por tanto, mide la rentabilidad derivada de la venta del servicio/producto.

$$\text{Margen bruto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}} \times 100$$

2.2.10 Análisis ABC.

Según Heizer y Render (2008), el análisis ABC sirve para clasificar el inventario disponible en tres grupos en función a su volumen anual en dólares. El análisis ABC es una aplicación para los inventarios de lo que se conoce como el principio de Pareto. El principio de Pareto afirma que hay “unos pocos críticos y muchos irrelevantes”. La idea consiste en definir políticas de inventarios que enfoquen los recursos hacia unos pocos artículos críticos, y no en los muchos triviales. No es razonable hacer un seguimiento de los artículos baratos con la misma intensidad que los que son muy caros.

Los artículos de clase A son aquellos que tiene un volumen anual en dólares alto. Aunque estos artículos pueden representar únicamente sobre un 15% del total de artículos en inventario, representan el 70 u 80 por ciento del consumo total en dólares. Los artículos de la clase B son los que tienen un volumen anual en dólares medio. Estos artículos pueden representar alrededor de un 30 por ciento de todos los artículos en inventario y entre un 15 y un 25 por ciento del valor total. Aquellos con un volumen anual en dólares bajo constituyen la clase C, que pueden representar tan solo un 5 por ciento del volumen anual en dólares, pero alrededor del 55 por ciento del total de los artículos en inventario.

III.RESULTADOS.

3.1. DIAGNOSTICAR EL ESTADO ACTUAL DE GESTIÓN DE INVENTARIOS DE LA COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C.

3.1.1. La empresa.

La comercializadora MW BUSINESS S. A. C., es una empresa dedicada a la comercialización de bebidas e insumos entre otros productos. La empresa tiene como mercado objetivo clientes que compren al detalle los productos antes mencionados, en su mayoría son discotecas, licorerías, etc. Esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Chiclayo en la Av. José Leonardo Ortiz, inició sus actividades en el año 2002, cuenta con una amplia variedad de productos entre ellos están (aguas, gaseosas, energizantes, bebidas alcohólicas, frugos, etc.)

La comercializadora MW BUSINESS S. A. C. cuenta con un área aproximada de 1000 m², con un almacén de aproximadamente 200 m² que distribuye a 7 clientes fijos y otros que no son contantes. Cabe resaltar que la empresa labora de lunes a sábado (9:00 a.m. hasta 1:00 p.m. y de 3:00 hasta 7:00 p.m.) Esta misma cuenta con 20 trabajadores que están distribuidos en diferentes áreas como son: área logística, área administrativa, área de almacenamiento, área de contabilidad, área de seguridad, área de limpieza.

Tabla N°01: Áreas y números de empleados en la empresa

Áreas con que cuenta la empresa	N° de empleados
Área administrativa	3
Área logística	2
Área almacén	3
Área contabilidad	4
Área seguridad	4
Área limpieza	4
Total	20

Fuente: Área administrativa de la comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

3.1.2. Estructura Organizacional:

La organización interna de la empresa COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C. está estructurada en 6 áreas:

- **Área de Contabilidad:** Área dirigida por el Jefe Contador de la empresa, el cual se encarga de registrar adecuadamente los fondos de la empresa de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados, en esta área también se encuentra 3 asistentes contables quien se encargan de registrar facturas entre otros documentos, asimismo de la cancelación de planilla de la empresa.
- **Área de Administración:** Esta área incluye al administrador de la empresa, quien cotiza y realiza las compras de los productos, además se encarga de realizar los pagos a los proveedores.
- **Área de Almacén:** Está a cargo de un joven que tiene la función de inventariar el almacén y reportar las cantidades existentes al gerente general para que se realice la estimación de necesidades de los productos.
- **Área logística:** En esta área se desarrolla labores de coordinación con los agentes integrantes de su departamento, a fin de desarrollar trabajos coordinados, reportando a la Gerencia General de las operaciones realizadas. Administra la información real de los stocks y supervisa a los almacenes.
- **Área seguridad:** Área encargada de velar por la seguridad tanto de los trabajadores como de los bienes que se encuentran en la empresa.
- **Área limpieza:** Aquí se desarrolla todo lo relacionado a la limpieza de la empresa hay 4 personas encargadas de mantener todo en orden y limpio.

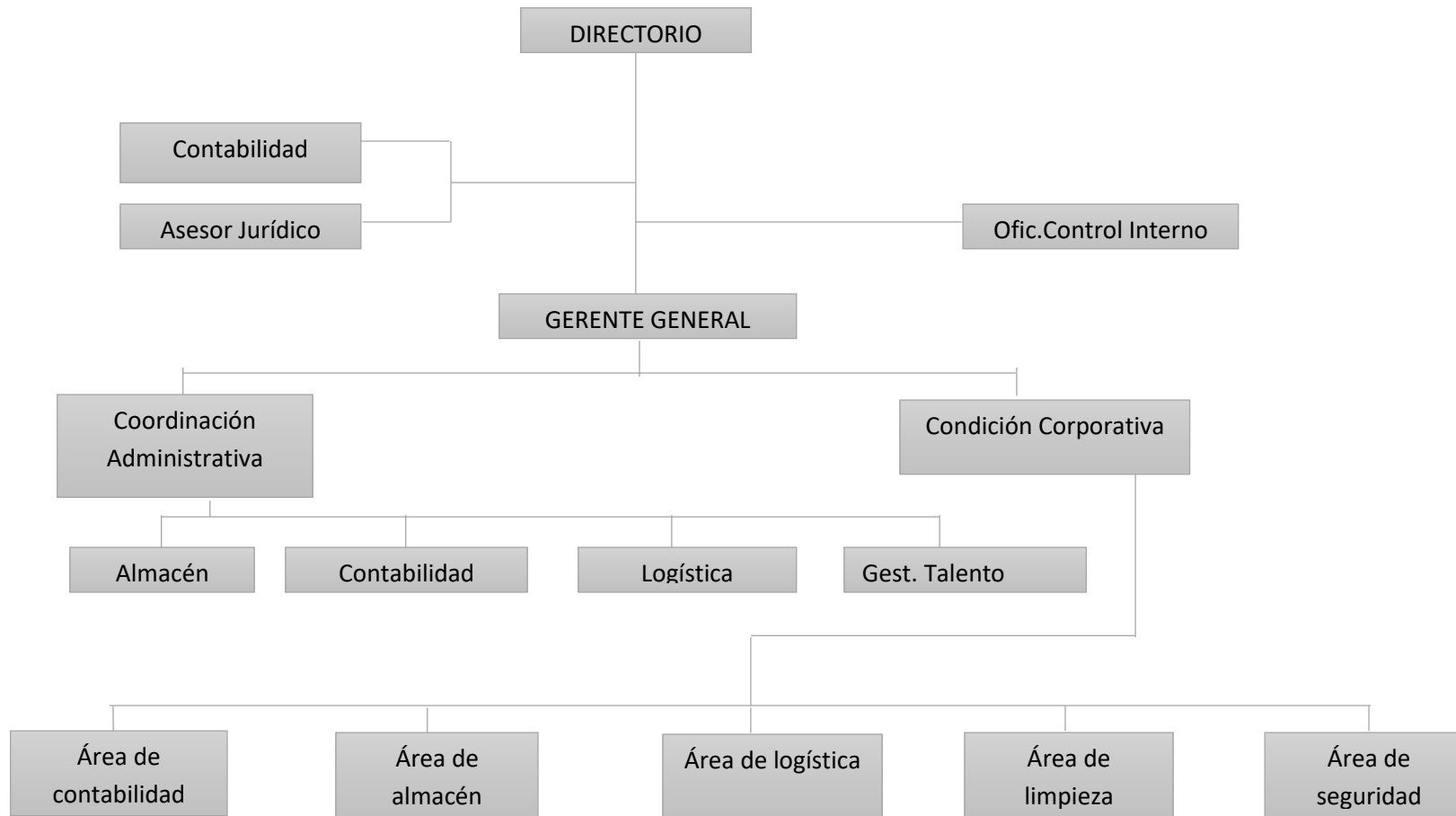


Figura N° 02. Organigrama de la empresa
Fuente: Comercializadora MW Business S. A. C.

3.1.3. Análisis actual de gestión de inventariado de la empresa COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C.

La principal actividad a analizar en el proyecto de investigación es el proceso actual de gestión de inventariado de la empresa COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C. el cual presenta deficiencias en sus actividades. Debido a un mal manejo de los inventarios se están produciendo problemas que afectan a la empresa tales como: la demanda insatisfecha; es por eso que se analizará el abastecimiento de la empresa para detectar los problemas como son: pérdida de utilidades, malestar de los clientes.

La empresa realiza sus compras en base a los pedidos que se le hace. En la tabla N° 02 se evidencia las ventas de cada mes en el año 2015, como también las pérdidas monetarias por ventas que no se llegaron a concretar por falta de mercadería.

Tabla N° 02: Comparación entre ventas y demanda insatisfecha 2015

MES	VENTAS (soles)	DEMANDA INSATISFECHA (soles)
MARZO	198 611,97	8 267,10
ABRIL	119 489,08	6 078,30
MAYO	241 737,10	5 903,70
JUNIO	318 917,29	7 273,50
JULIO	385 224,50	8 894,70
AGOSTO	481 205,88	9 096,30
SEPTIEMBRE	357 891,72	7 625,40
OCTUBRE	270 235,71	8 760,00
NOVIEMBRE	323 532,00	7 846,20
DICIEMBRE	281 895,93	10 687,80
TOTAL	2 978 741,18	80 433,00

Fuente: La empresa.

3.1.4. Productos que comercializa.

La empresa comercializa una gran diversidad de productos, propios de cualquier empresa que se dedica a la comercialización en este rubro. Con la finalidad de lograr una buena administración de estos productos, la empresa los ha clasificado en 3 familias, cada una compuesta por grupos, sumando un total de alrededor de 280 ítems, los cuales se muestran a continuación.

Tabla N° 03: Productos agrupados en familias.

FAMILIA	GRUPO	DESCRIPCIÓN
BEBIDAS	1	Aguas
	2	Cervezas
	3	Energizantes
	4	Gaseosas
	5	Jugos
LICORES	6	Anisados
	7	Coctel
	8	Champagne
	9	Gin y Vodka
	10	Rones
	11	Piscos
	12	Sangrías
	13	Tequilas
	14	Vinos
INSUMOS	15	Jarabes

Fuente: Elaboración propia.

3.1.5. Descripción del proceso actual de la comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

3.1.5.1. Descripción del proceso de ventas.

La empresa cuenta con un proceso de venta y despacho, que inicia con la generación de la orden de compra en la administración de inmediato el pedido pasa al área de ventas quienes reciben el pedido, luego se analiza al cliente para saber si posee o no saldo de ser afirmativo pasa al almacén donde se realiza la orden de despacho, se verifica la mercadería; la administración emite la orden de factura y finalmente se entrega al cliente; ahora si el cliente no cuenta con el saldo simplemente no se atiende el pedido.

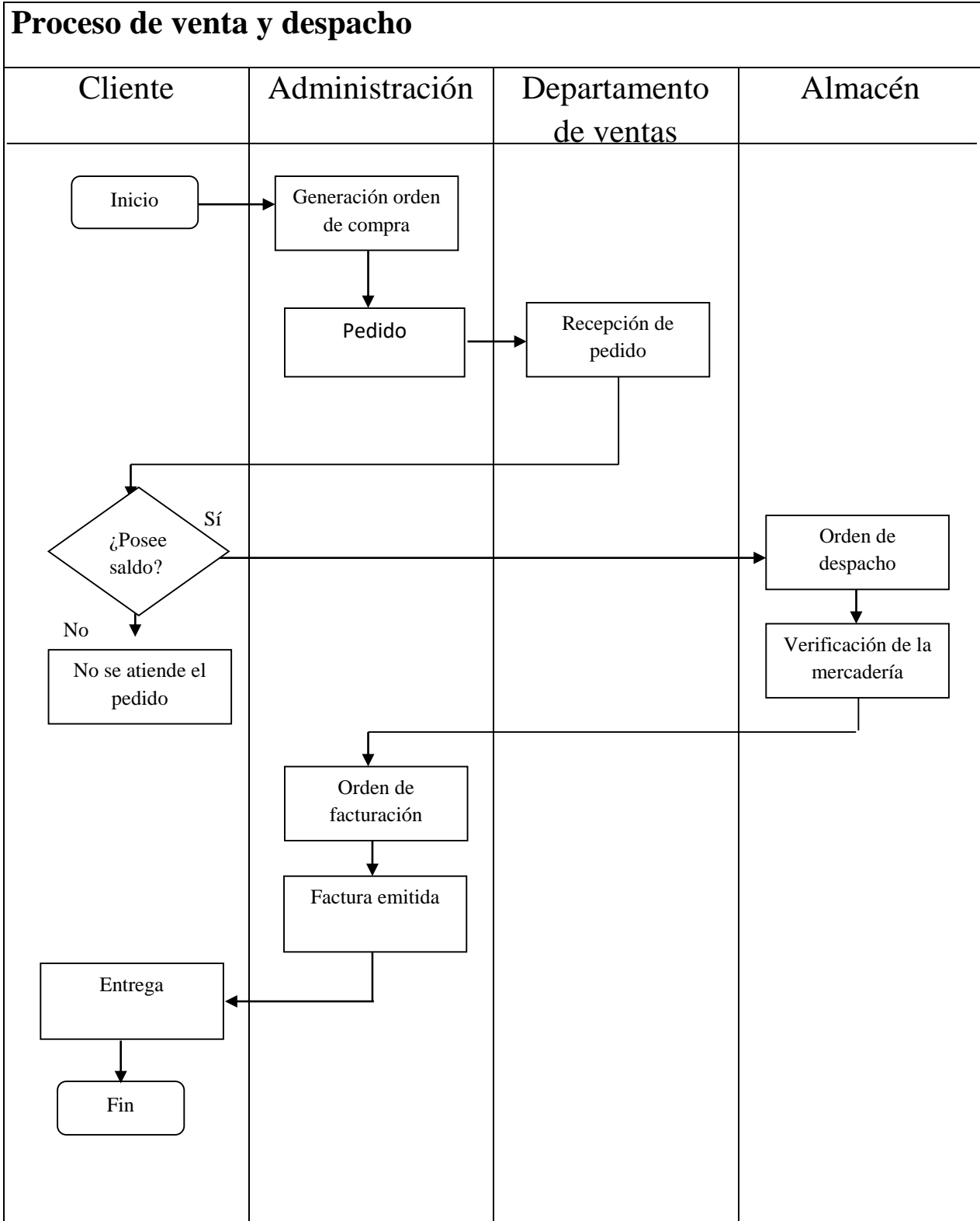


Figura N° 03: Flujo de los procesos de venta y despacho.
Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S. A. C

3.1.5.2. Descripción del proceso de compra y abastecimiento.

La labor del área de compras es abastecer a la empresa con los requerimientos que tenga esta para satisfacer las necesidades internas y de sus clientes, controlando las variables de tiempo de entrega, calidad y costos.

Si bien es cierto la comercializadora cuenta con un proceso de compra y abastecimiento, este no necesariamente está bien definido; para empezar, no tienen bien definidos la simbología para representar ciertas etapas del proceso.

El proceso de compra y abastecimiento se inicia con la inspección visual del nivel de inventario realizado por el personal de almacén comunicando el resultado del mismo al área de administración, que de acuerdo a las cantidades en stock disponible y al criterio del asistente administrativo estima la necesidad de producto. Luego se genera la orden de compra, de inmediato se coordina con el proveedor para la recepción de los productos y finalmente se descarga, se verifica para luego ser ingresados a almacén.

Es importante considerar que la empresa trabaja con un stock de seguridad empírico es decir el cálculo lo desarrollan de acuerdo a lo que los trabajadores creen conveniente, lo cual no siempre es acertado, debido a que no todos los meses los clientes piden los mismos productos, lo que genera en ocasiones que no se realicen las ventas por falta de stock.

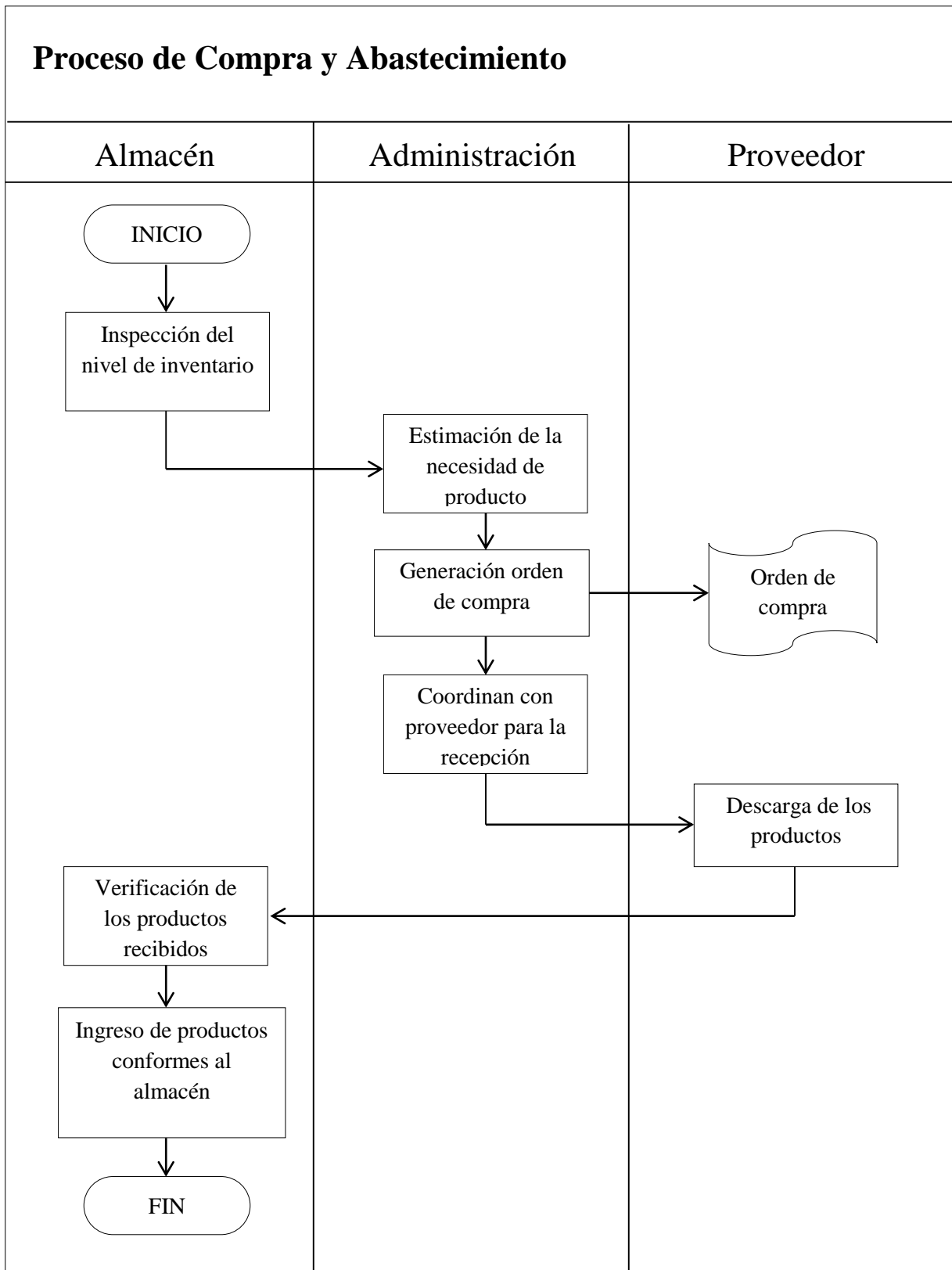


Figura N° 04: Flujo de procesos de compra y abastecimiento

Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S. A. C

3.1.6. Proveedores:

La Comercializadora MW BUSINESS S. A. C. actualmente cuenta con una cartera de 13 proveedores, de los cuales en su mayoría son de Chiclayo y 2 son de Lima. La empresa cuando cree que es necesario pedir productos llama a su proveedor y genera su orden de compra, el tiempo que demora en llegar el pedido depende si el proveedor es local o no.

Tabla N°04: Proveedores y tiempos de entrega de los productos.

Proveedores	Lugar	Tiempo de entrega (días)
La Taberna	Chiclayo	1
Mercantil Inka S.A.C.	Chiclayo	1
Linares	Chiclayo	1
Salem	Chiclayo	1
Ricas bebidas Limitada S.A.C.	Lima	3
Backus	Chiclayo	1
British American Tabaco de Perú S.A.C.	Chiclayo	1
Grupo Lloclla S.R.L.	Chiclayo	1
Smoke House S.A.C.	Lima	3
Inversiones S.A.C.	Chiclayo	1
King y Queen S.A.C.	Chiclayo	1
Pepsico Alimentos Perú S.R.L.	Chiclayo	1
Latino distribuciones	Chiclayo	1

Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

3.1.7. Distribución en el área de almacén.

El almacén es un sistema que combina infraestructura, recursos humanos, maquinarias, equipos y procesos para labores de conversación o almacenamiento de inventarios y manipulación de los mismos, que los clientes internos o externos de la empresa requieran Carreño (2007).

La comercializadora MW BUSINESS S. A. C. cuenta con un almacén de aproximadamente 200 m² el cual alberga a 284 tipos de productos en estantes de aluminio, los cuales permiten almacenar y separar los productos, pero estos a su vez no se encuentran clasificados de manera eficiente, es decir productos de baja rotación con mejor ubicación para la distribución, lo cual por consiguiente hace que los productos con mayor rotación tengan mayor dificultad para ser distribuidos, lo cual trae como consecuencia pérdida de tiempo a la hora de despachar los pedidos, si se puede evidenciar en la en la figura N°05; hay cajas que se encuentran ubicadas en el centro del almacén generando interrupciones al momento de desplazar la mercadería, en algunas ocasiones se ha evidenciado ruptura de botellas, lo cual ha tenido como consecuencia pérdida económica.

En el almacén trabajan como mínimo 4 personas, que son las encargadas de ordenar la mercadería y ubicarlas según su criterio.



FiguraN° 05: Disposición de los productos en el almacén.

Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

A continuación, en la figura N° 06 se muestra la distribución básica para tener conocimiento de cómo se encuentra organizada la comercializadora MW BUSINESS S. A. C

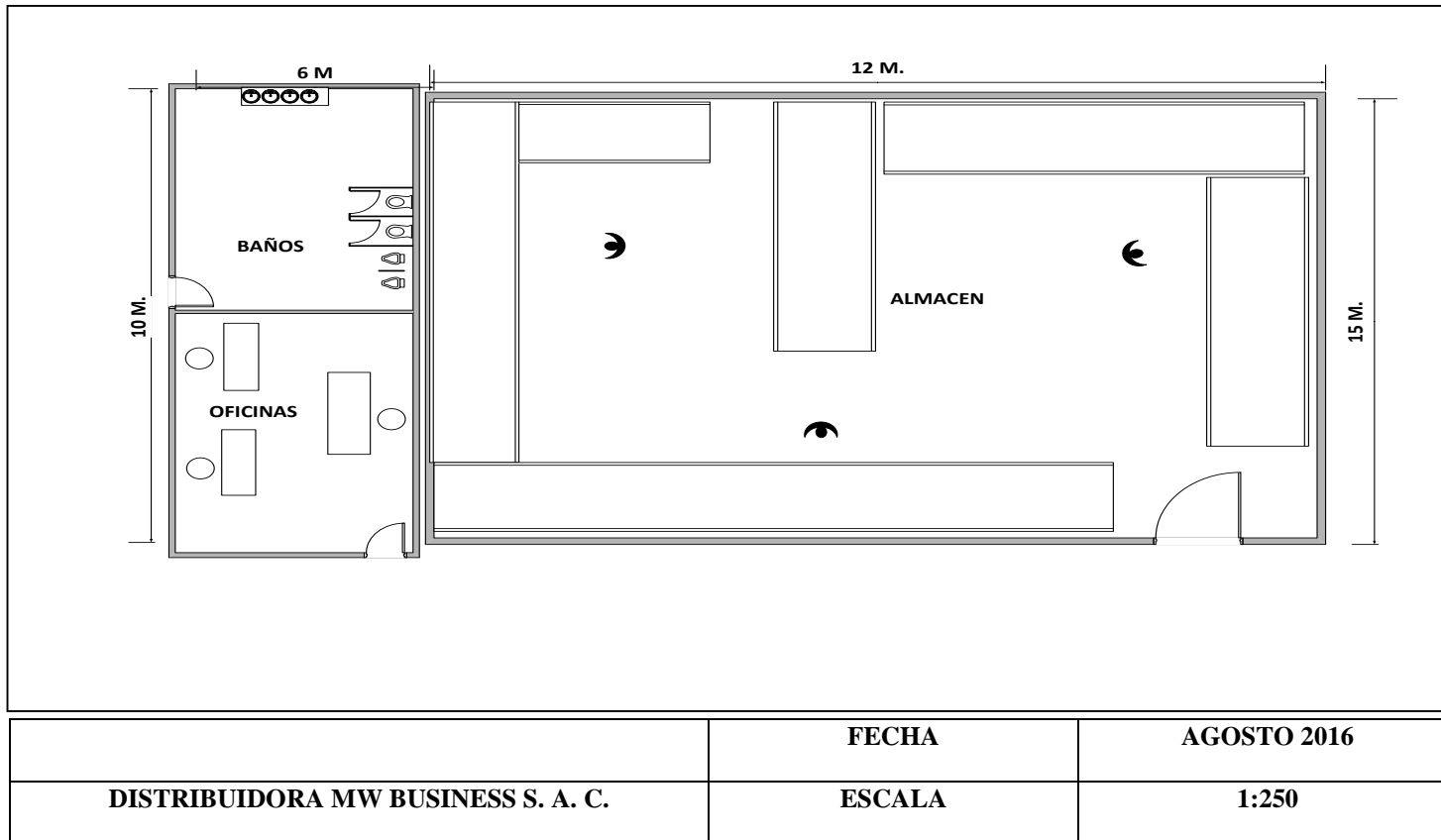


Figura N°06: Distribución de la comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

Fuente: Elaboración propia

3.1.8. Ventas.

La Comercializadora MW BUSINESS S. A. C. cuenta con una amplia variedad de productos que suman 281 en total entre bebidas, energizantes, jugos, etc, que se mostrarán en la tabla N° 05, con sus debidos precios tanto de compra como de venta.

Tabla N°05: Lista de productos de la Comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

N°	PRODUCTOS	PRECIO DE COMPRA (soles)	PRECIO DE VENTA (soles)
1	AGUA CIELO X 1LT. CHUPON	2,00	2,20
2	AGUA CIELO X 2.5 LT. SIN GAS	2,00	2,40
3	AGUA CIELO X 625 ML. SIN GAS	0,87	0,97
4	AGUA CIELO X 625 ML. CON GAS	0,87	0,97
5	AGUA CRISTALINA X 3.1 LT. SIN GAS	2,10	2,35
6	AGUA SAN CARLOS X 2.25 LT. SIN GAS	1,50	1,96
7	AGUA SAN CARLOS X 500 ML. CON GAS	0,87	0,97
8	AGUA SAN CARLOS X 630 ML. SIN GAS	0,84	0,98
9	AGUA SAN LUIS X 1.0 LT. SIN GAS	1,50	1,80
10	AGUA SAN LUIS X 2.5 LT. SIN GAS	2,10	2,34
11	AGUA SAN LUIS X 625 ML. CON GAS	0,98	1,12
12	AGUA SAN LUIS X 625 ML. SIN GAS	0,98	1,12
13	AGUA SAN MATEO X 600 ML. CON GAS	0,98	1,12
14	AGUA SAN MATEO X 600 ML. SIN GAS	0,98	1,12
15	AGUA SAN MATEO X 2.5 LT. SIN GAS	3,00	3,19
16	CERVEZA BACKUS ICE X 250 ML.	1,20	1,56
17	CERVEZA BACKUS ICE X 355 ML.	1,60	1,80
18	CERVEZA CORONA EXTRA 330 ML.	3,50	3,98
19	CERVEZA CRISTAL 330 ML.	2,00	2,16
20	CERVEZA CRISTAL 355 ML.	2,10	2,20
21	CERVEZA CRISTAL 650 ML.	3,15	3,42
22	CERVEZA CRISTAL CAMPEONA LATA 473ML.	3,00	3,15
23	CERVEZA CRISTAL CHELITA LATA 250 ML.	1,00	1,40
24	CERVEZA CUSQUEÑA 620 ML.	3,50	3,98
25	CERVEZA CUSQUEÑA INCA RUBIA 330 ML.	2,10	2,56
26	CERVEZA CUSQUEÑA INCA RUBIA LATA 355 ML.	2,50	3,00
27	CERVEZA CUSQUEÑA MALT.A 330 ML.	2,98	3,10
28	CERVEZA CUSQUEÑA MALT.A 620 ML.	4,24	4,35
29	CERVEZA PILSEN CALLAO 310 ML.	2,00	2,30
30	CERVEZA PILSEN CALLAO 355 ML.	2,25	2,36
31	CERVEZA PILSEN CALLAO 473ML.	3,00	3,50

32	CERVEZA PILSEN CALLAO 630 ML.	3,35	3,80
33	CICLON x 250 ML.	4,18	4,36
34	GASEOSA 7UP X 1.5 LT.	3,15	3,25
35	GASEOSA 7UP X 500 ML.	1,10	1,26
36	GASEOSA 7UP X 3.0 LT.	5,00	5,50
37	GASEOSA 7UP X 355 ML.	1,45	1,72
38	GASEOSA COCA COLA X 1.5 LT.	4,40	4,59
39	GASEOSA COCA COLA X 2.5 LT.	5,93	6,10
40	GASEOSA COCA COLA X 3 LT.	6,75	6,85
41	GASEOSA COCA COLA X 500 ML.	1,54	1,62
42	GASEOSA COCA COLA X 500 ML. ZERO	1,15	1,62
43	GASEOSA CONCORDIA X 3 LT. NARANJA	4,70	4,99
44	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. FRESA	1,10	1,22
45	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. NARANJA	1,10	1,22
46	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. PIÑA	1,10	1,22
47	GASEOSA CRUSH X 450 ML. NARANJA	1,70	1,90
48	GASEOSA FANTA X 500 ML. KOLA INGLESA	1,20	1,45
49	GASEOSA FANTA X 2.25 LT.	5,34	5,45
50	GASEOSA FANTA X 3.0 LT.	4,35	5,00
51	GASEOSA FANTA X 500 ML.	1,20	1,45
52	GASEOSA GINGER ALE EVERVESS X 1.5 LT.	4,65	4,73
53	GASEOSA GUARANA X 2.0 LT.	4,45	4,36
54	GASEOSA GUARANA X 3.0 LT.	4,32	5,00
55	GASEOSA GUARANA X 355 ML.	1,10	1,29
56	GASEOSA GUARANA X 500 ML.	1,00	1,20
57	GASEOSA GUARANA X 1LT.	2,50	3,00
58	GASEOSA INCA KOLA X 410 ML. ZERO	1,20	1,45
59	GASEOSA INCA KOLA X 1.5 LT.	4,15	4,22
60	GASEOSA INCA KOLA X 2.25 LT.	6,00	6,30
61	GASEOSA INCA KOLA X 3.0 LT.	7,37	7,40
62	GASEOSA INCA KOLA X 410 ML.	1,10	1,42
63	GASEOSA INCA KOLA X 500 ML.	0,90	1,50
64	GASEOSA INCA KOLA X 500 ML. MORADITA	1,24	1,55
65	GASEOSA ORO X 500 ML.	0,78	0,98
66	GASEOSA PEPSI X 1.5 LT.	3,00	3,18
67	GASEOSA PEPSI X 2.0 LT.	3,70	3,95
68	GASEOSA PEPSI X 500 ML.	0,90	1,20
69	GASEOSA PEPSI X 3 LT.	5,00	5,15
70	GASEOSA PEPSI X 355 ML.	0,80	1,00
71	GASEOSA SCHWEPPERS GINGER ALE X 1.5 LT.	4,00	4,56
72	GASEOSA SPRITE X 2.25 LT.	4,00	4,80
73	GASEOSA SPRITE X 500 ML.	1,30	1,56

74	GASEOSA VIVA BACKUS 500 ML.	1,00	1,24
75	GATORADE X 500 ML. APPLE ICE	1,30	1,56
76	GATORADE X 500 ML. MANDARINA	1,30	1,56
77	GATORADE X 500 ML. TROPICAL	1,30	1,56
78	GATORADE X 500 ML. UVA	1,30	1,56
79	GATORADE x 500ML. MARACUYA	1,30	1,56
80	GATORADE x 750ML. TROPICAL	1,30	1,56
81	JUGO AQUARIUS X 500 ML. MANZANA	1,80	1,98
82	JUGO AQUARIUS X 500 ML. PIÑA	1,80	1,98
83	JUGO AQUARIUS X 500ML. NARANJA	1,80	1,98
84	JUGO AQUARIUS X 500ML. PERA	1,80	1,98
85	JUGO CIFRUT X 1.5 LT. GRANADINA	2,00	2,40
86	JUGO CIFRUT X 1.5 LT. NARANJA	2,00	2,40
87	JUGO CIFRUT X 500 ML. GRANADILLA	1,20	1,75
88	JUGO CIFRUT X 500 ML. LIMONADA PUNCH	1,20	1,75
89	JUGO CIFRUT X 500 ML. MORA	1,20	1,75
90	JUGO CIFRUT X 500 ML. NARANJA	1,20	1,75
91	JUGO CIFRUT X 500 ML. TROPICAL PUNCH	1,20	1,75
92	JUGO DE NARANJA GLORIA X 1 LT.	1,89	2,20
93	JUGO FRUGO NARANJA CASERA X 1.2 LT	1,70	2,00
94	JUGO FRUGOS X 1.0 LT.	1,98	2,30
95	JUGO FRUGOS X 1.5 LT.	3,10	3,40
96	JUGO FRUGOS X 235 ML.	0,80	1,00
97	JUGO FRUGOS X 296 ML.	1,20	1,80
98	JUGO GINGER SCHWEPPE CITRUT X 1.5 LT	1,90	2,00
99	JUGO PULP X 1 LT. DURAZNO	2,20	2,50
100	JUGO PULP X 1 LT. PIÑA	2,20	2,50
101	JUGO PULP X 300 ML. DURAZNO	0,60	0,90
102	JUGO PULP X 330 ML. DURAZNO	0,60	0,90
103	MALTIN POWER 269 ML. - LATA	1,10	1,20
104	MALTIN POWER 473 ML. - LATA	1,53	1,60
105	MALTIN POWER X 330 ML.	0,95	1,10
106	POWERADE X 473 ML. GREEN PUNCH	1,15	1,45
107	POWERADE X 473 ML. MORA AZUL	1,15	1,45
108	POWERADE X 473 ML. MULT.IFRUTAS	1,15	1,45
109	POWERADE X 500 ML. ON LIMON	1,13	1,43
110	PULPIN X 145 ML.	0,50	0,80
111	RED BULL ENERGY DRINK X 250 ML.	5,70	5,93
112	SPORADE X 475 ML. BLUEBERRY	0,90	1,55
113	SPORADE X 475 ML. APPLE-ICE	0,90	1,55
114	SPORADE X 475 ML. LIMA-LIMON	0,90	1,55
115	SPORADE X 475 ML. MANDARINA	0,90	1,55

116	SPORADE x 475 ML. MARACUYA	0,90	1,55
117	SPORADE X 475 ML. TROPICAL	0,90	1,55
118	SPORADE X 475 ML. UVA	0,90	1,55
119	SPORADE X 500 ML. TROPICAL CHUPON	2,00	2,89
120	TE VERDE HORNIMANS X 300 ML.	1,35	1,75
121	VOLT. X 300 ML.	2,34	2,64
122	YOGURT VIGOR FRESA X 90 GR.	1,50	2,00
123	3XXX x 1.8 LT. DURAZNO	12,00	13,00
124	3XXX x 1.8 LT. LIMON	12,00	13,00
125	3XXX x 1.8 LT. MARACUYA	12,00	13,00
126	ANIS ALFERADO DULCE X 750 ML.	23,89	25,00
127	ANIS NAJAR 750 X ML. ROJO	24,83	25,40
128	ANIS NAJAR X 750 ML. AZUL	24,83	25,40
129	ANIS NAJAR X 750 ML. VERDE	24,83	25,40
130	ALGARROBINA TACALEÑA x 750ML	6,36	6,50
131	CAJA DE VINO GATO BLANCO X 1 LT.	9,85	10,80
132	CAJA DE VINO CLOS PIRQUE X 1 LT. BLANCO	9,85	10,80
133	CAJA DE VINO GATO NEGRO X 1 LT. / CAJA	10,00	10,65
134	CAJA DE VINO ZUMUVA X 1LT. TINTO	8,00	8,40
135	COCTEL BERCHEVA X 750 ML. CAFE	8,50	10,72
136	COCTEL BERCHEVA X 750 ML. LECHE	8,50	10,72
137	COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	10,00	14,60
138	COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFE	10,00	14,60
139	COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	10,00	14,60
140	COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	10,00	14,60
141	COCTEL PICCOLI X 750 ML. CACAO	12,50	16,25
142	COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	12,50	16,25
143	COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	12,50	16,25
144	COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	12,50	16,25
145	COCTEL PICCOLI X 750 ML. CAFE	12,50	16,25
146	COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	12,50	16,25
147	CREMA DE COCO BARCLAN X 240 ML	6,53	6,70
148	CREMA DE WHISKY BAILEYS X 750 ML.	40,00	41,65
149	ESPUMANTE SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. PRIMADO	10,93	11,00
150	GIN PARAMONGA X 750 ML.	14,30	14,62
151	JARABE DE GOMA LA ESPERANZA X 750 ML	6,50	7,35
152	JARABE DE GOMA EL ARTESANO x 750ML	6,48	6,86
153	JARABE DE GRANADINA LA ESPERANZA MAYLLA X 750 ML	7,50	7,75
154	ESPUMANTE TABERNERO 750 ML.	20,00	22,00
155	JAGERMEISTER x 700ML.	11,00	13,00
156	LICOR DE RON CARTAVIO X 700 ML.	16,95	17,00
157	LICOR MITJANS CACAO X 750 ML.	25,00	25,23

158	LICOR MITJANS CAFE X 750 ML.	25,00	25,23
159	LICOR MITJANS MENTA X 750 ML.	25,00	25,23
160	PISCO DON SANTIAGO TORONTEL MOSTO VERDE 500 ML.	16,00	17,90
161	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 750 ML.	19,50	21,96
162	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 750 ML.	19,50	21,96
163	PISCO OCUCAJE 100 AÑOS QUEBRANTA MOSTO VERDE	44,00	44,65
164	PISCO SAN EUSEBIO x 750ML.	13,00	14,00
165	PISCO SANTIAGO QUEIROLO QUEBRANTA 750 ML.	23,80	24,10
166	PISCO SANTIAGO QUEIROLO ACHOLADO 750 ML.	23,80	24,10
167	PISCO TABERNERO LA BOTIJA ACHOLADO 750 ML.	25,00	25,10
168	PISCO TABERNERO LA BOTIJA QUEBRANTA 750 ML.	25,00	25,10
169	PISCO SOL DE ICA X 750 ML.	26,00	27,00
170	PISCO VARGAS X 750 ML.	19,41	19,55
171	RON APPLETON X 1 LT. SPECIAL	24,41	24,60
172	RON APPLETON X 750 ML. SPECIAL	22,46	22,56
173	RON BACARDI X 750 ML.	19,50	25,13
174	RON BACARDI X 750 ML. MOJITO	19,50	25,13
175	RON BACARDI X 750 ML. LIMON	19,50	25,13
176	RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	13,00	17,00
177	RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	13,00	17,00
178	RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	12,00	15,50
179	RON CAPITAN MORGAN x 750ML.	20,10	20,45
180	RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR BLANCO	17,00	18,00
181	RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	13,00	16,00
182	RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	14,00	16,95
183	RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	14,32	14,55
184	RON CARTAVIO X 125 ML. BLACK 2 AÑOS	3,00	3,50
185	RON CARTAVIO X 125 ML. SUPERIOR	3,00	3,50
186	RON CARTAVIO X 250 ML. BLACK	5,00	5,45
187	RON CARTAVIO X 750 ML. BLANCO	12,90	13,12
188	RON CARTAVIO X 250 ML. SUPERIOR	5,00	5,46
189	RON CARTAVIO X 50 ML. BLANCO	3,00	3,50
190	RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	14,00	15,50
191	RON CARTAVIO X 750 ML. BLANCO	14,00	15,50
192	RON CARTAVIO X 750 ML. GRAN BLACK 3 AÑOS	14,00	15,50
193	RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	14,00	15,50
194	RON CARTAVIO X 750ML. SELECTO 5 AÑOS	19,85	20,10
195	RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 1 LT.	41,00	42,00
196	RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	36,00	38,00
197	RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 1 LT. BLACK LABEL	40,00	43,00
198	RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 200 ML. BLACK LABEL	28,00	31,00
199	RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 750 ML. BLACK LABEL	35,00	38,00

200	RON HAVANA CLUB AÑEJO X 750 ML. SPECIAL	16,00	17,90
201	RON MEDELLIN 3 AÑOS X 750ML.	15,50	16,10
202	RON POMALCA AÑEJO X 250 ML.	5,50	6,00
203	RON POMALCA CLASICO AÑEJO X 750 ML.	12,50	13,70
204	RON POMALCA RESERVA ESPECIAL X 750 ML.	18,00	19,50
205	RON POMALCA AÑEJO X 1 LT. 3 AÑOS	13,70	13,90
206	SANGRIA TABERNERO 1 LT.	9,00	9,99
207	RON VODKA CLIMAX LIMON X 1.5 L.	8,50	10,00
208	RON VODKA CLIMAX MARACUYA X 1.5 L.	8,50	10,00
209	TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML.	40,00	45,00
210	TEQUILA JOSE CUERVO SILVER X 750 ML.	44,00	45,80
211	VARQUIRIA TINTO SEMI DULCE X 2 LT.	14,80	15,10
212	VARQUIRIA TINTO SEMIDULCE X 750 ML.	10,40	10,66
213	VINO OCUCAJE EL ABUELO X 750 ML.	15,00	16,98
214	VINO CASILLERO DEL DIABLO X 750 ML. SAUVIG. CAVERNET	21,00	22,00
215	VINO CASILLERO DEL DIABLO X 375 ML. SAUVIG. CABERNET	15,00	16,00
216	VINO CLOS PIRQUE X 1 LT. TINTO / CAJA	9,00	10,00
217	VINO CONCHA TORO FRONTERA X 750 ML. CAVERNET SAUVIGNON	12,30	13,00
218	VINO DE HIGO X 750 ML.	21,00	22,00
219	VINO DE LA MANCHA X 750 ML. ROSE	20,00	21,00
220	VINO DE LA MANCHA X 750 ML. TINTO SEMISECO	20,00	21,00
221	VINO E.COPELLO X 187 ML. BORGOÑA PETACA	7,00	8,00
222	VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGOÑA	15,00	17,00
223	VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	15,00	17,00
224	VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	15,00	17,00
225	VINO LA ESPERANZA x 750ML. ROSE / PACK	20,00	21,00
226	VINO NAVARRO CORREAS X 750 ML. MERLOT MALBEC	32,00	33,00
227	VINO OCUCAJE FOND CAVE X 750 ML. TINTO	11,80	13,00
228	VINO OCUCAJE FOND CAVE x 375 ML. SAVIGNON	9,00	9,55
229	VINO OPORTO VENCEDOR X 750 ML. 3 PIERNAS	8,50	9,30
230	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. BLANCO	17,00	18,00
231	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. COSECHA 125 BARBERA BORGOÑA	17,00	18,00
232	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. BORGOÑA	17,00	18,00
233	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. MAGDALENA	17,00	18,00
234	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. MOSCATO	17,00	18,00
235	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	17,00	18,00
236	VINO TABERNERO X 2 LT. BORGOÑA	30,00	31,10
237	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 2 LT. MAGDALENA	16,00	18,00
238	VINO TABERNERO X 187 ML. BORGOÑA	3,56	3,95
239	VINO TABERNERO X 1.5 LT. ROSE	14,00	18,00
240	VINO TABERNERO X 2 LT. BORGOÑA	30,00	31,10

241	VINO TABERNERO X 750 ML. BLANCO DE BLANCO	12,50	18,69
242	VINO TABERNERO X 750 ML. CABERNET SAUVIGNON	3,39	3,95
243	VINO TABERNERO X 750 ML. GRAN BLANCO	12,50	18,69
244	VINO TABERNERO X 750 ML. QUINTO ROBLE MALBEC	33,00	35,00
245	VINO TABERNERO X 750 ML. ROSE	13,10	13,80
246	VINO TABERNERO X 750ML. BLANCO FINA RESERVA	12,00	13,00
247	VINO TABERNERO X 750 ML. BORGOÑA	13,05	13,55
248	VINO TABERNERO X 750 ML. GRAN TINTO MALBEC MERLOT	13,30	14,00
249	VINO TACAMA X 2 LT. ROSE	24,00	25,00
250	VINO TACAMA X 750 ML. GRAN BLANCO	12,00	18,65
251	VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	12,00	18,65
252	VINO TACAMA X 750 ML. SELECCION	12,00	18,65
253	VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	12,00	18,65
254	VINO VIÑA VIEJA X 750 ML. BORGOÑA	11,00	12,00
255	VINO VIÑA VIEJA X 750 ML. ROSE	11,00	12,00
256	VINO VIÑA VIEJA X 1.5 LT. ROSE	13,60	17,00
257	VINO UVITA X 750 ML.	8,00	8,99
258	VODKA FEDOR MANGO X 750 ML.	10,00	10,99
259	VODKA FEDOR PIÑA X 750 ML.	10,00	10,99
260	VODKA FEDOR TRADICIONAL X 750 ML.	10,00	10,99
261	VODKA ABSOLUT X 50ML.	9,00	11,50
262	VODKA ABSOLUT X 750 ML.	13,00	13,84
263	VODKA DANZKA X 750 ML. STANDAR	24,00	25,00
264	VODKA RUSSKAYA X 125ML.	2,44	2,64
265	VODKA RUSSKAYA X 750 ML	13,00	14,90
266	VODKA SMIRNOFF X 750 ML.	13,00	14,90
267	WHISKY BALLANTINES FINEST X 750 ML.	39,50	40,40
268	WHISKY CHIVAS REGAL 12 años 750 ML.	96,00	98,00
269	WHISKY JOHNNIE WALKER X 50 ML. BLACK LABEL	11,30	11,60
270	WHISKY JOHNNIE WALKER X 50 ML. RED LABEL	20,00	21,00
271	WHISKY JOHNNIE WALKER X 375 ML. RED LABEL	24,00	26,00
272	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. RED LABEL	42,00	43,00
273	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. RED LABEL / LATA	44,00	48,00
274	WHISKY OLD TIMES BLACK X 750ML	26,00	30,00
275	WHISKY OLD TIMES RED X 750ML	24,00	28,00
276	WHISKY OLD PARR X 750 ML	49,00	50,00
277	WHISKY SOMETHING X 750 ML. SPECIAL	40,00	43,56
278	WHISKY YE MONKS X 750 ML.	36,00	38,00
279	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. SWING	108,00	110,00
280	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. BLACK	82,50	83,00
281	VINO EL ROBLE X 750 ML.	5,50	6,00

Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

3.1.9. Rentabilidad actual de la comercializadora.

Para conocer la rentabilidad actual de la empresa se hizo uso del indicador de margen bruto de utilidad, es decir la relación entre la utilidad bruta y las ventas totales.

Se utilizó la data histórica del año 2015 para conocer cuál fue la utilidad bruta de ese periodo. Para ellos es necesario identificar cuáles fueron los costos de ventas por producto, así como también sus costos de adquisición. En la tabla N° 06 se muestra lo mencionado.

Como se observa en la tabla N° 06 la utilidad bruta anual de la empresa es de S/.878 496,22. Obtenido este valor se procederá identificar cuáles fueron las ventas anuales en este mismo periodo que se muestra en la siguiente tabla N° 07.

Tabla N° 06: Utilidad anual detallada por producto del 2015

PRODUCTO	Margen Contribución (soles)	Demanda anual	Margen de Contribución anual (soles)
VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	6,65	8484	56418,60
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	4,60	10308	47416,80
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFÉ	4,60	10123	46565,80
RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	4,00	11160	44640,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	3,75	11412	42795,00
COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	4,60	8388	38584,80
COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	3,75	9768	36630,00
COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	4,60	7788	35824,80
RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	3,50	10224	35784,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	3,75	9120	34200,00
VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	6,65	4794	31880,10
RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	2,95	10716	31612,20
RON BACARDI X 750 ML. MOJITO	5,63	4920	27699,60
TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML	5,00	5352	26760,00
RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 200 ML. BLACK LABEL	3,00	7704	23112,00
WHISKY OLD TIMES RED X 750ML	4,00	5299	21196,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. CAFÉ	3,75	5580	20925,00
PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 750 ML.	2,46	8292	20398,32
VODKA RUSSKAYA X 750 ML	1,90	10560	20064,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGONA	2,00	9744	19488,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	3,75	4992	18720,00
RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	2,00	9024	18048,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	2,00	8844	17688,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	2,00	8796	17592,00
RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	1,50	11280	16920,00
RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	1,50	10356	15534,00
RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	3,00	4944	14832,00
VINO TACAMA X 750 ML. GRAN BLANCO	6,65	2184	14523,60
PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 750 ML.	2,46	5510	13554,60
ESPUMANTE TABERNERO 750 ML.	2,00	6618	13236,00
PISCO DON SANTIAGO TORONTEL MOSTO VERDE 500 ML.	1,90	6518	12384,20
RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	4,00	2820	11280,00
VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	1,00	11184	11184,00
RON POMALCA CLASICO AÑEJO X 750 ML.	1,20	9024	10828,80
WHISKY CHIVAS REGAL 12 años x 750 ML.	2,00	5088	10176,00
TOTAL			878 496,22

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 07: Ventas anual detalladas por producto.

PRODUCTO	Precio de venta (soles)	Demanda	Margen de Contribución anual (soles)
VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	18,65	8 484	158 226,60
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	14,60	10 308	150 496,80
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFÉ	14,60	10 123	147 795,80
RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	17,00	11 160	189 720,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	16,25	11 412	185 445,00
COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	14,60	8 388	122 464,80
COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	16,25	9 768	158 730,00
COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	14,60	7 788	113 704,80
RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	15,50	10 224	158 472,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	16,25	9 120	148 200,00
VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	18,65	4 794	89 408,10
RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	16,95	10 716	181 636,20
RON BACARDI X 750 ML. MOJITO	25,13	4 920	123 639,60
TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML.	45,00	5 352	240 840,00
RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 200 ML. BLACK LABEL	31,00	7 704	238 824,00
WHISKY OLD TIMES RED X 750ML	28,00	5 299	148 372,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. CAFÉ	16,25	5 580	90 675,00
PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 750 ML.	21,96	8 292	182 092,32
VODKA RUSSKAYA X 750 ML	14,90	10 560	157 344,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGOÑA	17,00	9 744	165 648,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	16,25	4 992	811 20,00
RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	38,00	9 024	342 912,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	17,00	8 844	150 348,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	17,00	8 796	149 532,00
RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	15,50	11 280	174 840,00
RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	15,50	10 356	160 518,00
RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	16,00	4 944	79 104,00
VINO TACAMA X 750 ML. GRAN BLANCO	18,65	2 184	40 731,60
PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 750 ML.	21,96	5 510	120 999,60
ESPUMANTE TABERNERO 750 ML.	22,00	6 618	145 596,00
PISCO DON SANTIAGO TORONTEL MOSTO VERDE 500 ML.	17,90	6 518	116 672,20
RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	17,00	2 820	47 940,00
VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	18,00	11 184	201 312,00
RON POMALCA CLASICO AÑEJO X 750 ML.	13,70	9 024	123 628,80
WHISKY CHIVAS REGAL 12 años 750 ML.	98,00	5 088	498 624,00
TOTAL			5 585 613,22

Fuente: Elaboración propia.

- Luego de haber identificado cual es la utilidad bruta anual y las ventas anual se hizo uso de la siguiente formula:

$$\textit{Margen bruto de Utilidad} = \frac{\textit{Utilidad bruta}}{\textit{Ventas netas}} \times 100$$

$$\textit{Margen bruto de Utilidad} = \frac{878\,496,22}{5\,585\,613,22} \times 100$$

$$\textit{Margen bruto de Utilidad} = 15,73 \%$$

- Reemplazando los valores en la fórmula obtendremos el indicador de rentabilidad actual que es de 15,73%

3.1.10. Diagrama Causa-Efecto

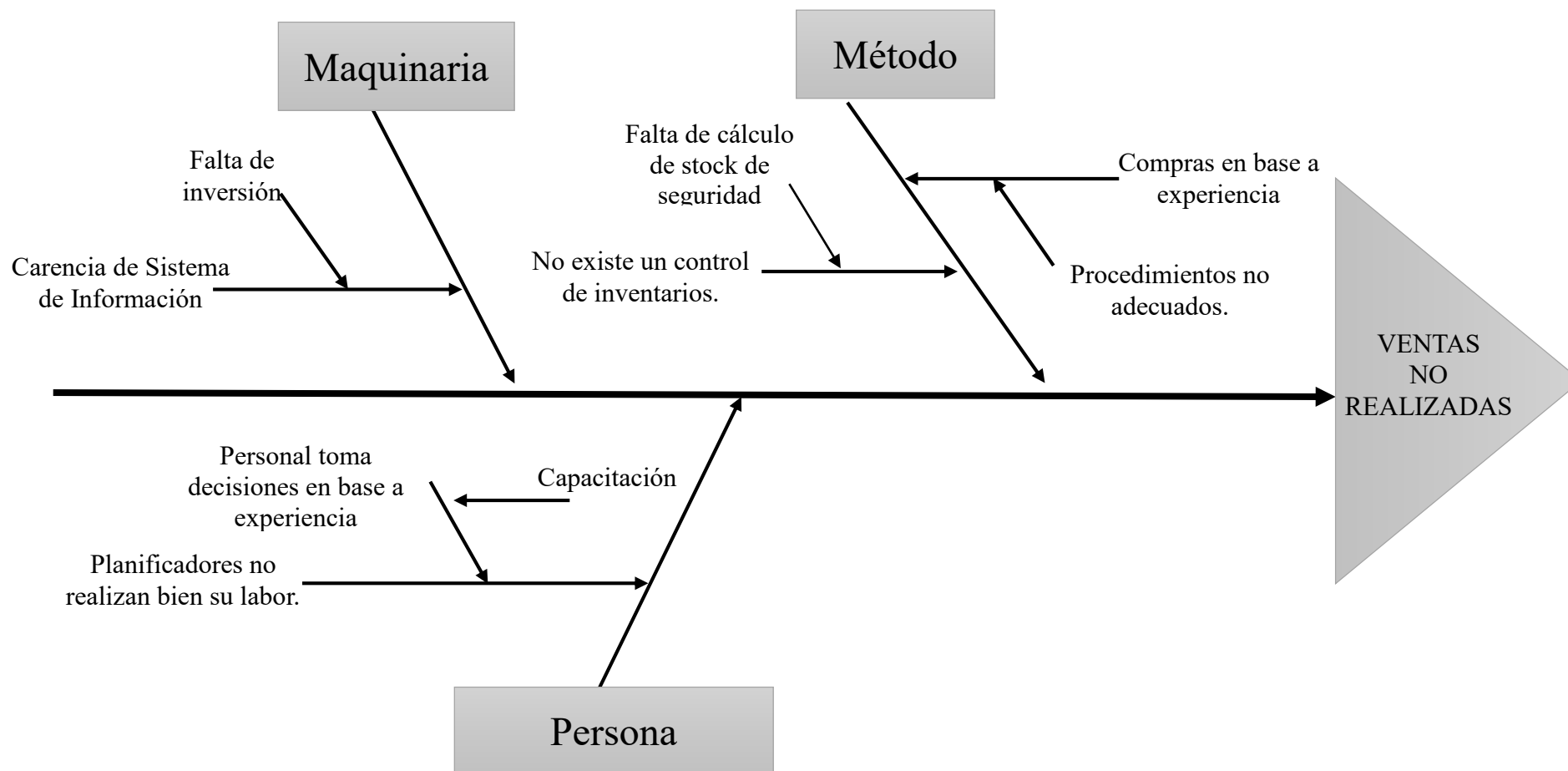


Figura N° 07: Diagrama causa-efecto.
Fuente: Elaboración propia

3.1.11. Análisis ABC.

Tratándose de una comercializadora, la empresa no ha realizado una clasificación ABC de sus productos en almacén, teniendo en cuenta que una comercializadora a diferencia de una manufacturera tiene entre un 70 a 75% de su dinero invertido en inventarios.

La empresa debe tener una clasificación que permita determinar los productos más representativos e importantes para su funcionamiento, debido a que la mayoría de la inversión se encuentra en los inventarios al ser esta una empresa comercializadora. Al realizar este tipo de clasificación se podrá identificar aquellos productos que son de mayor prioridad o preferencia para el cliente y a la vez identificar aquellos que generan mayores ingresos a la empresa y se deberá tener más cuidado al momento de realizar los respectivos pedidos evitando los quiebres de stock.

Grupo A: En esta posición se clasificaron 35 productos, que son los que se han tomado para realizar los cálculos.

Grupo B: Para el grupo B se clasificaron 100 productos. La cual representa una mediana cantidad de artículos; usualmente entre del 30% al 40% de los artículos cuyo valor significa del 15% al 20% del total.

Grupo C: Representa la mayoría de los artículos, se clasificaron 145 productos entre un 60% a 70% cuyo valor total de inventario es considerado casi despreciable, representando del 5% al 10% del valor.

- ❖ Se decidió trabajar con la demanda porque a diferencia de las ventas, la demanda muestra realmente las necesidades del cliente. Dar prioridad a las cantidades de cada producto que demanda el cliente nos llevará a un análisis más exacto de la importancia de mantener ciertos productos en stock, debido a que nos generan un mayor margen de ganancia y son de alta necesidad por el cliente.

- ❖ A continuación, se muestra la formula en que se basará el criterio seleccionado:

$$(\text{Precio de venta} - \text{costo unitario de compra}) * \text{Demanda anual}$$

- ❖ En la tabla N° 08 se muestra parte del análisis ABC, en el cual están detallados los productos del grupo A. Para ver con más detalle (anexo N° 01)

TABLA N° 08: ANÁLISIS ABC

Productos	Precio de compra (soles)	Precio de venta (soles)	Me x Producto	D.anual	Me Anual (soles)	%	Acumulado
VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	12,00	18,65	6,65	8484	56418,60	3,709%	3,71%
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	10,00	14,60	4,60	10308	47416,80	3,117%	6,83%
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFE	10,00	14,60	4,60	10123	46565,80	3,062%	9,89%
RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	13,00	17,00	4,00	11160	44640,00	2,935%	12,82%
COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	12,50	16,25	3,75	11412	42795,00	2,814%	15,64%
COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	10,00	14,60	4,60	8388	38584,80	2,537%	18,17%
COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	12,50	16,25	3,75	9768	36630,00	2,408%	20,58%
COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	10,00	14,60	4,60	7788	35824,80	2,355%	22,94%
RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	12,00	15,50	3,50	10224	35784,00	2,353%	25,29%
COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	12,50	16,25	3,75	9120	34200,00	2,249%	27,54%
VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	12,00	18,65	6,65	4794	31880,10	2,096%	29,63%
RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	14,00	16,95	2,95	10716	31612,20	2,078%	31,71%
RON BACARDI X 750 ML. MOJITO	19,50	25,13	5,63	4920	27699,60	1,821%	33,53%
TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML.	40,00	45,00	5,00	5352	26760,00	1,759%	35,29%
RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 200 ML.BLACK L	28,00	31,00	3,00	7704	23112,00	1,520%	36,81%
WHISKY OLD TIMES RED X 750ML	24,00	28,00	4,00	5299	21196,00	1,394%	38,21%
COCTEL PICCOLI X 750 ML. CAFE	12,50	16,25	3,75	5580	20925,00	1,376%	39,58%
PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 750 ML.	19,50	21,96	2,46	8292	20398,32	1,341%	40,92%
VODKA RUSSKAYA X 750 ML	13,00	14,90	1,90	10560	20064,00	1,319%	42,24%
VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGOÑA	15,00	17,00	2,00	9744	19488,00	1,281%	43,52%
COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	12,50	16,25	3,75	4992	18720,00	1,231%	44,75%
RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	36,00	38,00	2,00	9024	18048,00	1,187%	45,94%
VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	15,00	17,00	2,00	8844	17688,00	1,163%	47,10%
VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	15,00	17,00	2,00	8796	17592,00	1,157%	48,26%
RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	14,00	15,50	1,50	11280	16920,00	1,112%	49,37%
RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	14,00	15,50	1,50	10356	15534,00	1,021%	50,39%
RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	13,00	16,00	3,00	4944	14832,00	0,975%	51,37%
VINO TACAMA X 750 ML. GRAN BLANCO	12,00	18,65	6,65	2184	14523,60	0,955%	52,32%
PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 750 ML.	19,50	21,96	2,46	5510	13554,60	0,891%	53,22%
ESPUMANTE TABERNERO 750 ML.	20,00	22,00	2,00	6618	13236,00	0,870%	54,09%
PISCO DON SANTIAGO TORONTEL MOSTO VERI	16,00	17,90	1,90	6518	12384,20	0,814%	54,90%
RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	13,00	17,00	4,00	2820	11280,00	0,742%	55,64%
VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	17,00	18,00	1,00	11184	11184,00	0,735%	56,38%
RON POMALCA CLASICO AÑEJO X 750 ML.	12,50	13,70	1,20	9024	10828,80	0,712%	57,09%
WHISKY CHIVAS REGAL 12 añosX 750 ML.	96,00	98,00	2,00	5088	10176,00	0,669%	57,76%

A

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la empresa.

3.2. PROPONER UN MODELO DE GESTIÓN DE INVENTARIOS EN LA COMERCIALIZADORA MW BUSINESS S. A. C.

3.2.1 Mejora de los procesos de ventas y despacho.

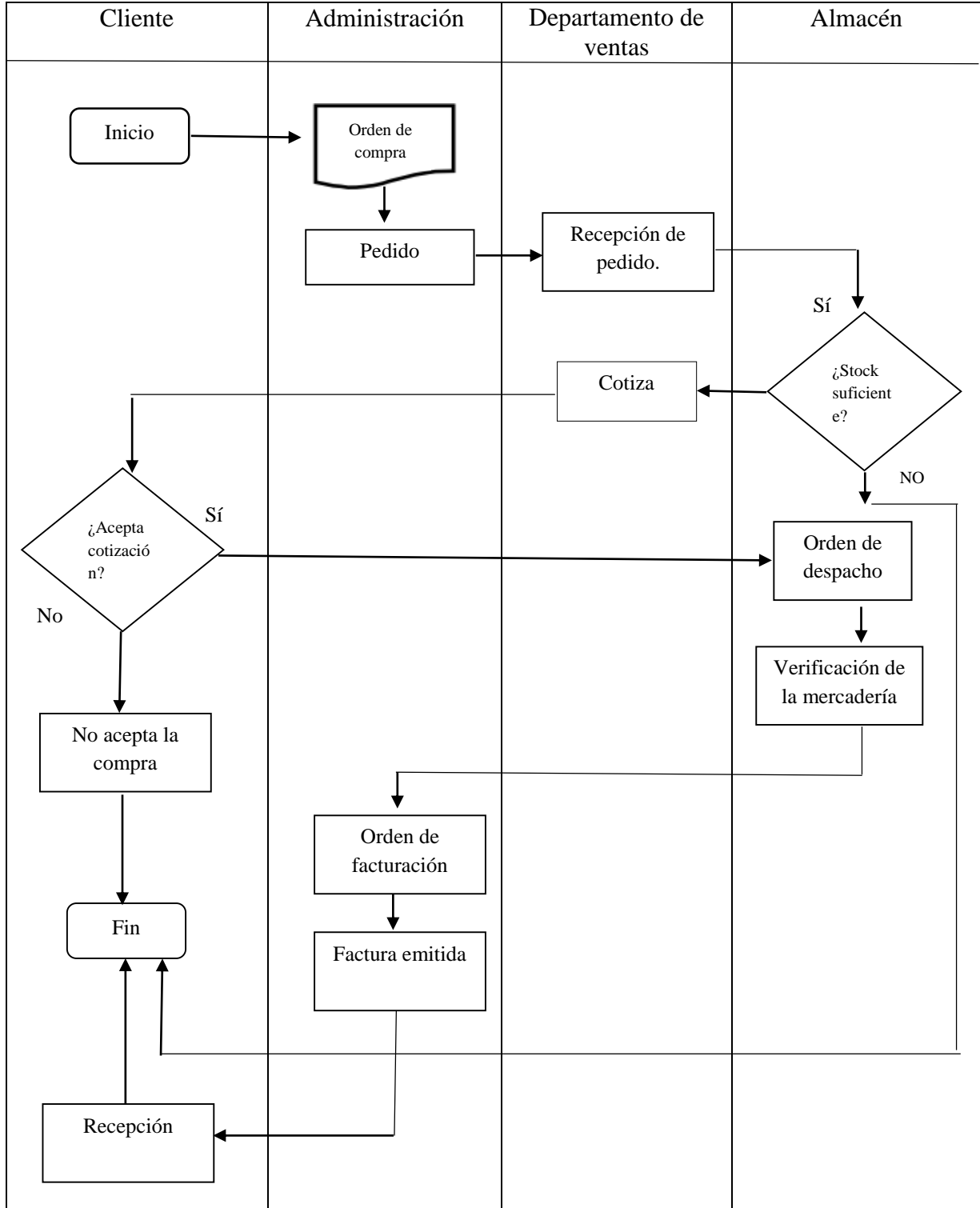


Figura N° 08: Mejora del Proceso de Venta y Despacho
Fuente: Elaboración propia

A diferencia del proceso mencionado anteriormente, en este nuevo proceso propuesto vemos que se han agregado nuevas etapas para la toma de mejores decisiones, a continuación, se describe el proceso.

Se inicia con el cliente, que pasa al área de administración el cual genera la orden de compra, se hace el pedido, el departamento de ventas recepciona el pedido para luego ser derivado al almacén en el que se toma la decisión si cuenta o no con stock suficiente, de ser afirmativo se cotiza en el departamento de ventas; el cliente acepta la cotización y nuevamente va a almacén para que se genere la orden de despacho y la verificación de la mercadería. Así mismo se realiza la orden de facturación en administración y finalmente el cliente recepciona la mercadería. Por otro lado, si el stock es insuficiente no se atiende el pedido, de ese modo también sucede si no se acepta la cotización, el cliente no compra.

3.2.2. Mejora de los procesos de compra y abastecimiento

Para el proceso de compra en la mejora, se incorporó algunas decisiones que pueden ser de importancia para tener con más claridad este proceso sobre todo en la parte de la verificación de los productos recibidos.

El proceso inicia en almacén con la inspección del nivel de inventario, continua para administración con la estimación de la necesidad de producto y se genera la orden de compra. El proveedor recibe la orden de compra y luego coordina con almacén para la recepción de los productos, una vez realizado esta etapa el proveedor realiza el despacho de los productos. En el almacén se verifica los productos conformes, si cuentan con la verificación pasan directo al almacén, si no están conformes se devuelven.

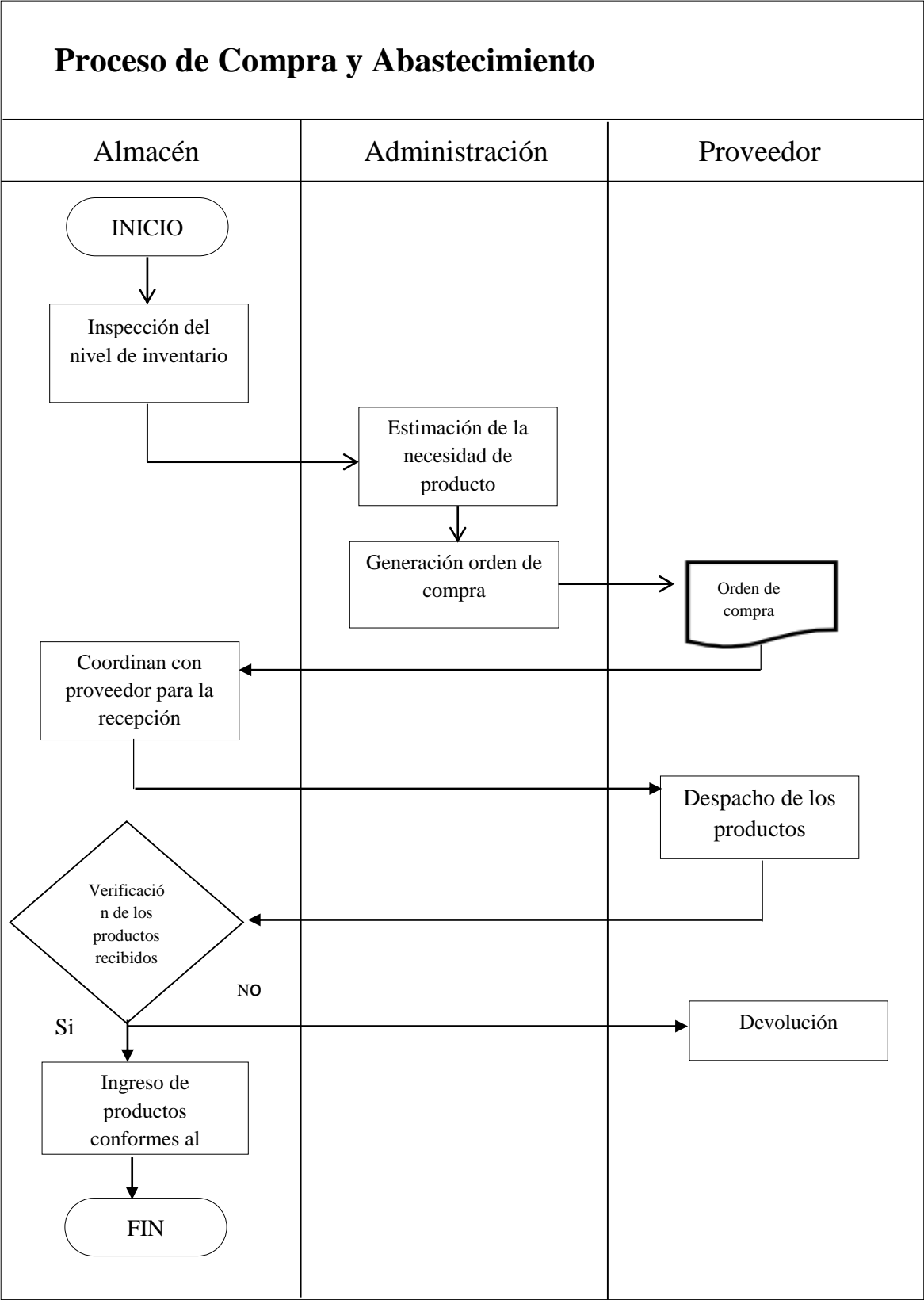


Figura N° 09: Mejora del proceso de compra y abastecimiento.

Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Desarrollo del cálculo de reaprovisionamiento.

Para determinar el valor óptimo de pedido a través del modelo indicado para los productos seleccionados se debe tener en cuenta las variables mencionadas a continuación:

Demanda: Se refiere a la demanda del producto en un periodo determinado de tiempo. En este caso se tomará como tiempo el periodo de un año (último 10 meses).

- Costo de comprar: Es el costo del valor de la demanda del producto al año.
- Costo de colocar un pedido: Incluye costos administrativos y de personal para preparar la orden de pedido.
- Costo de mantener: Incluye los costos involucrados en las instalaciones de almacenamiento, el mantenimiento.
- Debido a las características de la empresa los costos de colocar un pedido y el costo de mantenimiento de inventario es el mismo para cada uno de los productos más relevantes en la empresa. A continuación, se procedió a identificar dichos costos para determinar los modelos de gestión de inventarios:

3.2.3.1. Costo de lanzamiento.

El costo asociado a colocar un pedido en que incurre la empresa se encuentra detallado en la tabla N°10. En dicha tabla se encuentra los costos de las actividades realizadas por el asistente administrativo, el jefe de almacén y el gerente general, con sus respectivos tiempos en horas estimados para cada actividad y su respectivo valor de acuerdo al salario por cada empleado de acuerdo al puesto; a la vez se detallan los insumos requeridos en el proceso de colocar un pedido como son luz, internet, teléfono, papelería e impresión.

En la tabla N° 09 se muestran los costos por cada personal involucrado en el proceso como los insumos requeridos.

Tabla N° 09: Costos salariales e insumos

DETALLE DE COSTOS		
ENCARGADO	VALOR (S/ HORA)	SALARIO
Asistente administrativo	7,50	1 500,00
Jefe de Almacén	12,50	2 500,00
Gerente general	22,50	4 500,00
INSUMOS	VALOR (S/)	CANTIDAD
Teléfono móvil	55,00	2
Internet	100,00	-
Luz	60,00	-
Papelería e impresiones	30,00	-

Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S.A.C

Tabla N° 10: Costos de ordenar un pedido

COSTO DE REALIZAR UN PEDIDO			
ACTIVIDAD	ENCARGADO	TIEMPO ESTIMADO (horas)	COSTO (horas)
Requerimiento de compra	Gerente general	0,33	7,43
Generación de orden de pedido	Asistente administrativo	0,25	1,88
Verificación de productos	Jefe de almacén	0,50	6,25
Ingresos de productos a almacén	Jefe de almacén	0,3	4,13
Teléfono móvil	Insumo		108,00
Internet	Insumo		100,00
Luz	Insumo		55,00
Papelería e impresión	Insumo		25,00
Costo total de ordenar un pedido			307,69

Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S. A. C.

3.2.3.2. Costo de mantenimiento del inventario.

Para el mantenimiento y disposición de existencias, la distribuidora incurre en ciertos costos al mes, y los costos que se tuvieron en cuenta son los siguientes:

- Costos de personal: Esta referido al personal de almacén, en este caso solo será 1 que es el Jefe de Almacén.
- Costo de servicios: Consumo energético que tiene el almacén.
- Costo de mantenimiento de almacén: Según la empresa se hace semestralmente.

Tabla N°11: Costos mensuales de mantenimiento de inventario

COSTOS MENSUALES DE MANTENIMIENTO DE INVENTARIO	
DESCRIPCIÓN	COSTO DE REFERENCIAS (soles)
Mano de obra (jefe de almacén)	2500
Costo de servicio (luz)	800
Costo de mantenimiento	100
Inversión del inventario	3193,79
Costo total mensual	6593,79
Costo total anual	79125,48

Fuente: Comercializadora MW BUSINESS S.A.C.

3.2.4. Propuesta del modelo seleccionado: Modelo de Cantidad Optima de Pedido.

Para la realización de este modelo de gestión, se ha seleccionado productos de la clasificación A; que son los más representativos para la comercializadora y que se determinaron mediante el análisis ABC.

Este modelo de cantidad económica de pedido busca mejorar la logística dentro de la comercializadora, evitar la ruptura de stocks, minimizar costos por tener almacenado productos en el almacén, aplicable a la comercializadora porque cumple con las características al tener clientes fijos a los que se vende los productos.

Además del pedido óptimo con la fórmula aplicada también se obtendrá el número de pedidos al año que se deben realizar con el movimiento de los productos que se analizará, el tiempo que pasara entre dos pedidos, el punto de pedido y la demanda diaria.

3.2.4.1. Presentación de los resultados obtenidos.

Los datos que han servido para el cálculo de cada uno de los productos han sido proporcionados por la empresa, el volumen de la demanda anual ha sido dato histórico de la comercializadora correspondiente al año 2015; el costo de realizar un pedido también ha sido proporcionado por la empresa.

El costo de pedido S/.307.69 y el costo de mantenimiento por producto anual será el resultado del costo total de mantenimiento (S/ 79 125,48) por el porcentaje de participación de cada producto (que se detallas en la tabla N° 06 del análisis ABC) entre la demanda proyectada anual de cada producto.

a) VINO TACAMA X 750 ML. ROSE.

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 12\,984}{22,55}}$$

$$Q^* = 596$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{12\,984}{596}$$

$$N = 22 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{22}$$

$$T = 17$$

- **Demanda diaria.**

$$Demanda\ diaria = \frac{12\ 984}{360}$$

$$Demanda\ diaria = 36\ unidades$$

b) COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 14\ 547}{16,92}}$$

$$Q^* = 728$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{14\ 547}{728}$$

$$N=20\ pedidos$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{20}$$

$$T = 18$$

- **Demanda diaria**

$$Demanda\ diaria = \frac{14\ 547}{360}$$

$$Demanda\ diaria = 41\ unidades$$

c) **COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFÉ**

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 14\ 231}{17,01}}$$

$$Q^* = 718$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{14\ 231}{718}$$

$$N = 20 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{20}$$

$$T = 18$$

- **Demanda diaria**

$$\text{Demanda diaria} = \frac{14\ 231}{360}$$

$$\text{Demanda diaria} = 40 \text{ unidades}$$

d) **RON CABO BLANCO X 750ML. BLACK**

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 15\ 135}{15,37}}$$

$$Q^* = 779$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{15\ 135}{779}$$

$$N=20$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{20}$$

$$T = 18$$

- **Demanda diaria**

$$\text{Demanda diaria} = \frac{15\ 135}{360}$$

$$\text{Demanda diaria} = 42 \text{ unidades}$$

e) COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 15\ 306}{14,53}}$$

$$Q^* = 806$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{15\ 306}{806}$$

$$N = 19 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{19}$$

$$T = 19$$

- **Demanda diaria**

$$Demanda\ diaria = \frac{15\ 306}{360}$$

$$Demanda\ diaria = 43\ unidades$$

f) COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 12\ 064}{16.66}}$$

$$Q^* = 668$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{12\ 064}{668}$$

$$N=18\ pedidos$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{18}$$

$$T = 20$$

- **Demanda diaria**

$$Demanda\ diaria = \frac{12\ 064}{360}$$

$$Demanda\ diaria = 24\ unidades$$

g) COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 13\ 260}{14,38}}$$

$$Q^* = 754$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{13\ 260}{754}$$

$$N = 18 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{18}$$

$$T = 20$$

- **Demanda diaria**

$$\text{Demanda diaria} = \frac{13\ 260}{360}$$

$$\text{Demanda diaria} = 37$$

h) COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 11\ 056}{16,89}}$$

$$Q^* = 636$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{11\ 056}{636}$$

$$N = 17 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{17}$$

$$T = 22$$

- **Demanda diaria**

$$\text{Demanda diaria} = \frac{11\ 056}{360}$$

$$\text{Demanda diaria} = 31 \text{ unidades}$$

i) RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 13\ 239}{13,95}}$$

$$Q^* = 765$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{13\ 239}{765}$$

$$N = 17 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{17}$$

$$T = 22$$

- **Demanda diaria**

$$Demanda\ diaria = \frac{13\ 239}{360}$$

$$Demanda\ diaria = 37\ unidades$$

j) COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 12\ 096}{14,72}}$$

$$Q^* = 712$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{12\ 096}{712}$$

$$N = 17\ pedidos$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{17}$$

$$T = 22$$

- **Demanda diaria**

$$Demanda\ diaria = \frac{12\ 096}{360}$$

$$Demanda\ diaria = 34\ unidades$$

k) VINO TACAMA X 750 ML. TINTO

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 7\,658}{21.59}}$$

$$Q^* = 468$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{7\,658}{468}$$

$$N=16 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{16}$$

$$T = 23$$

- **Demanda diaria**

$$\text{Demanda diaria} = \frac{7\,658}{360}$$

$$\text{Demanda diaria} = 22 \text{ unidades}$$

l) RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS

- **Pedido óptimo.**

$$Q^* = \sqrt{\frac{2 \times 307,69 \times 13\,213}{12.46}}$$

$$Q^* = 808$$

- **Número de pedidos al año**

$$N = \frac{13\ 213}{808}$$

$$N=17 \text{ pedidos}$$

- **Tiempo entre dos pedidos**

$$T = \frac{360}{17}$$

$$T = 22$$

- **Demanda diaria**

$$\text{Demanda diaria} = \frac{13\ 213}{360}$$

$$\text{Demanda diaria} = 37 \text{ unidades}$$

A continuación, se mostrará en resumen los resultados de los cálculos antes realizado, con el modelo de cantidad óptima de pedido.

Tabla N° 12: Resultados de la aplicación del modelo de cantidad optima de pedido.

Producto	Resultado
a) VINO TACAMA X 750 ML. ROSE.	Cantidad económica de pedido= 596 unidades
	Número de pedidos a realizarse en el año= 22
	tiempo entre pedidos= 17
	Demanda diaria= 36 unidades
Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 8484 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 596 Unidades de este producto, 22 Veces al año, con un tiempo entre pedidos de 17 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 36 unidades.	
b) COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	Cantidad económica de pedido=728
	Número de pedidos a realizarse en el año=20
	tiempo entre pedidos=18
	Demanda diaria=41

<p>Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 10308 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 728 Unidades de este producto, 20 Veces al año, con un tiempo entre pedidos de 18 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 41 unidades.</p>	
<p>c) COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFÉ</p>	Cantidad económica de pedido=718
	Número de pedidos a realizarse en el año=20
	tiempo entre pedidos=18
	Demanda diaria=40
<p>Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 10123 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 718 Unidades de este producto, 20 Veces al año, con un tiempo entre pedidos de 18 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 40 unidades.</p>	
<p>d) RON CABO BLANCO X 750ML. BLACK</p>	Cantidad económica de pedido=779
	Número de pedidos a realizarse en el año=20
	tiempo entre pedidos=18
	Demanda diaria=42
<p>Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 11160 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 779 Unidades de este productos, 20 Veces al año, con un tiempo entre pedidos de 18días.Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 42 unidades.</p>	
<p>e) COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO</p>	Cantidad económica de pedido=806
	Número de pedidos a realizarse en el año=19
	tiempo entre pedidos=19
	Demanda diaria=43
<p>Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 11412 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 806 Unidades de este producto, 19 Veces al año, con un tiempo entre pedidos de 19 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 43 unidades.</p>	
<p>f) COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO</p>	Cantidad económica de pedido=668
	Número de pedidos a realizarse en el año=18
	tiempo entre pedidos=20
	Demanda diaria=24
<p>Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 8388 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 668 Unidades de este producto, 18 Veces al año, con un tiempo entre pedidos de 20 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 24 unidades.</p>	

g) COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	Cantidad económica de pedido=754
	Número de pedidos a realizarse en el año=18
	tiempo entre pedidos=20
	Demanda diaria=37
Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 9768 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 754 Unidades de este producto, 18 Veces al año, con un tiempo entre pedidos de 20 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 37 unidades.	
h) COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	Cantidad económica de pedido=636
	Número de pedidos a realizarse en el año=17
	tiempo entre pedidos=22
	Demanda diaria=31
Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 7788 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 636 unidades de este producto, 17 veces al año, con un tiempo entre pedidos de 22 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 31 unidades.	
i) RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	Cantidad económica de pedido=765
	Número de pedidos a realizarse en el año=17
	tiempo entre pedidos=22
	Demanda diaria=37
Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 10224 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 765 unidades de este producto, 17 veces al año, con un tiempo entre pedidos de 22 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 37 unidades.	
j) COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	Cantidad económica de pedido=712
	Número de pedidos a realizarse en el año=17
	tiempo entre pedidos=22
	Demanda diaria=34
Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 9120 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 712 unidades de este producto, 17 veces al año, con un tiempo entre pedidos de 22 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 34 unidades.	
k) VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	Cantidad económica de pedido=468
	Número de pedidos a realizarse en el año=16
	tiempo entre pedidos=23
	Demanda diaria=22

Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 4794 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 468 unidades de este producto, 16 veces al año, con un tiempo entre pedidos de 23 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 22 unidades.	
I) RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	Cantidad económica de pedido=808
	Número de pedidos a realizarse en el año=17
	tiempo entre pedidos=22
	Demanda diaria=37
Este producto en el año 2015 ha tenido una demanda de 10716 unidades, luego de aplicado el modelo de cantidad económica de pedido se debería solicitar 808 unidades de este producto, 17 veces al año, con un tiempo entre pedidos de 22 días. Esta cantidad de pedido debido a la demanda diaria que es de 37 unidades.	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la empresa.

3.2.5. Implementación del sistema de información.

Para este punto se solicitó una cotización a la empresa Cyber Management S.A.C. sobre un sistema de información que permitirá a la empresa mejorar los procesos de compra, venta y almacén, teniendo un mejor control y manejo de estos, que al mismo tiempo permitirán reducir los quiebres de stock y de esta manera generar más ingresos a la empresa.

Para ver con más detalle la cotización (anexo 02).

3.2.6. Maestro de productos.

Se realizó el plan maestro de productos el cual se detalla la codificación de los productos, la familia al que corresponde cada uno, el nombre del grupo. Además, se detallan los precios de compra y ventas así mismo las cantidades de caja y las unidades que se venden; bajo este método es más fácil controlar robos, pérdidas que se estén suscitando en el almacén, productos que estén con fechas de vencimiento cercanas a la actual, entre otros (anexo 03).

3.3. ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO.

Se consideró la propuesta de mejora en inventario de los productos determinados como los más relevantes en la clasificación A.

Se determinaron los costos que la empresa incurrirá al aplicar el modelo de gestión de inventarios. Se considera el costo de adquisición de un software que ayude a la estimación de los requerimientos usando la base histórica y métodos cuantitativos (se cotizo el sistema de información con la empresa Cyber Management S.A.C.) ,el costo de capacitación al personal, costos de implementación de un área logística equipado con un escritorio y una computadora con procesador Core i5 con la capacidad necesaria para la ejecución del aplicativo, y la compra de un Lector de código de Barras que está dentro de la cotización antes mencionada.

Los costos anuales mencionados anteriormente se detallan a continuación en la siguiente tabla N° 13

Tabla N° 13: Costos de implementar propuesta

DESCRIPCIÓN	COSTOS
Capacitación	S/ 1 800,00
Adquisición de software	S/ 15 330,17
Escritorio + silla	S/ 250,00
Computadora (monitor, CPU, mouse, estabilizador)	S/ 2 200,00
TOTAL	S/ 19 580,17

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede evidenciar que el costo de la implementación de la propuesta será S/.19 580,17

Luego de identificar los costos de la implementación de la propuesta se identificaron los beneficios en unidades monetarias de los 12 productos más resaltantes de la comercializadora, para ello es necesario conocer la oportunidad de ventas de unidades anuales que generaría la implementación de la propuesta que se presenta en la tabla N° 14.

Tabla N° 14: Oportunidad de ventas luego de implementar la propuesta.

Productos	Antes	Después	Oportunidad
VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	8 484	12 984	4 500
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	10 308	14 547	4 239
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFE	10 123	14 231	4 108
RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	11 160	15 135	3 975
COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	11 412	15 306	3 894
COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	8 388	12 064	3 676
COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	9 768	13 260	3 492
COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	7 788	11 056	3 268
RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	10 224	13 329	3 105
COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	9 120	12 096	2 976
VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	4 794	7 658	2 864
RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	10 716	13 213	2 497

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 15: Ingresos anuales después de la propuesta

Productos	Costos
VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	29 925,00
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	19 499,40
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFE	18 896,80
RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	15 900,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	14 602,50
COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	16 909,60
COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	13 095,00
COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	15 032,80
RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	10 867,50
COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	11 160,00
VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	19 045,60
RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	7 366,15
Total	192 300,35

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se observa que los beneficios que se obtendrá al aplicar los modelos de gestión de inventario son de S/.192 300,35, es decir es mayor al costo de la implementación.

Para obtener saber cuál es la relación entre el costo de la implementación de la propuesta y los beneficios que se percibirán al aplicarla es necesario el uso de la siguiente formula.

$$RELACIÓN = \frac{BENEFICIOS}{COSTOS}$$

$$RELACIÓN = \frac{192\,300,35}{19\,580,17}$$

$$RELACIÓN = 9,8$$

Reemplazando ambos valores en la formula mencionada se obtendrá una relación de 9,8, esto quiere decir que por cada nuevo sol invertido en la propuesta de obtendrá 8.8 nuevos soles de ganancia.

3.3.2. Rentabilidad después de la mejora

Para realizar el cálculo de la nueva rentabilidad después de la mejora, se llevará a cabo el mismo proceso para hallar la rentabilidad actual.

Se debe considerar que para la mejora solo se realizó el análisis para los productos que fueron los más relevantes en este caso los de la clasificación A.

La nueva utilidad bruta al igual que las ventas anuales se detalla en las siguientes tablas respectivamente.

Tabla N° 16: Utilidad bruta anual detallada por producto después de la mejora

PRODUCTO	Margen Contribución	Demanda anual	Margen de Contribución anual
VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	6,65	12 984	86 343,60
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	4,60	14 547	66 916,20
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFE	4,60	14 231	65 462,60
RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	4,00	15 135	60 540,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	3,75	15 306	57 397,50
COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	4,60	12 064	55 494,40
COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	3,75	13 260	49 725,00
COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	4,60	11 056	50 857,60
RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	3,50	13 329	46 651,50
COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	3,75	12 096	45 360,00
VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	6,65	7 658	50 925,70
RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	2,95	13 213	38 978,35
RON BACARDI X 750 ML. MOJITO	5,63	7 318	41 200,34
TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML.	5,00	5 588	27 940,00
RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 200 ML.BLACK LABEL	3,00	9 952	29 856,00
WHISKY OLD TIMES RED X 750ML	4,00	7 466	29 864,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. CAFE	3,75	7 629	28 608,75
PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 750 ML.	2,46	10 297	25 330,62
VODKA RUSSKAYA X 750 ML	1,90	12 536	23 818,40
VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGOÑA	2,00	11 664	23 328,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	3,75	6 778	25 417,50
RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	2,00	10 671	21 342,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	2,00	10 442	20 884,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	2,00	10 342	20 684,00
RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	1,50	12 777	19 165,50
RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	1,50	11 778	17 667,00
RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	3,00	6 322	18 966,00
VINO TACAMA X 750 ML. GRAN BLANCO	6,65	3 499	23 268,35
PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 750 ML.	2,46	6 789	16 700,94
ESPUMANTE TABERNERO 750 ML.	2,00	7 883	15 766,00
PISCO DON SANTIAGO TORONTEL MOSTO VERDE 500 ML.	1,90	7 566	14 375,40
RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	4,00	3 796	15 184,00
VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	1,00	12 148	12 148,00
RON POMALCA CLASICO AÑEJO X 750 ML.	1,20	9 921	11 905,20
WHISKY CHIVAS REGAL 12 añosX 750 ML.	2,00	5 967	11 934,00
TOTAL			1 170 006,45

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla anterior la utilidad bruta anual de la empresa es de S/1 170 006,45 obtenido este valor se procederá identificar cuáles fueron las ventas anuales en este mismo periodo que se muestra en la tabla N° 17

Tabla N° 17: Ventas anuales detalladas por producto después de la mejora

PRODUCTO	Precio de Venta	Demanda	Ventas netas
VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	18,65	12 984	242 151,60
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	14,60	14 547	212 386,20
COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFE	14,60	14 231	207 772,60
RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	17,00	15 135	257 295,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	16,25	15 306	248 722,50
COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	14,60	12 064	176 134,40
COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	16,25	13 260	215 475,00
COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	14,60	11 056	161 417,60
RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	15,50	13 329	206 599,50
COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	16,25	12 096	196 560,00
VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	18,65	7 658	142 821,70
RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	16,95	13 213	223 960,35
RON BACARDI X 750 ML. MOJITO	25,13	7 318	183 901,34
TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML.	45,00	5 588	251 460,00
RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 200 ML.BLACK LABEL	31,00	9 952	308 512,00
WHISKY OLD TIMES RED X 750ML	28,00	7 466	209 048,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML. CAFE	16,25	7 629	123 971,25
PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 750 ML.	21,96	10 297	226 122,12
VODKA RUSSKAYA X 750 ML	14,90	12 536	186 786,40
VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGONA	17,00	11 664	198 288,00
COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	16,25	6 778	110 142,50
RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	38,00	10671	405498,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	17,00	10442	177 514,00
VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	17,00	10342	175 814,00
RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	15,50	12777	198 043,50
RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	15,50	11 778	182 559,00
RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	16,00	6 322	101 152,00
VINO TACAMA X 750 ML. GRAN BLANCO	18,65	3 499	65 256,35
PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 750 ML.	21,96	6 789	149 086,44
ESPUMANTE TABERNERO 750 ML.	22,00	7 883	173 426,00
PISCO DON SANTIAGO TORONTEL MOSTO VERDE 500 ML.	17,90	7 566	135 431,40
RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	17,00	3 796	64 532,00
VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	18,00	12 148	218 664,00
RON POMALCA CLASICO AÑEJO X 750 ML.	13,70	9 921	135 917,70
WHISKY CHIVAS REGAL 12 añosX 750 ML.	98,00	5 967	584 766,00
TOTAL			7 057 188,45

Fuente: Elaboración propia

- Luego de haber identificado cual es la utilidad bruta anual y las ventas anual se hizo uso de la siguiente formula:

$$\textit{Margen bruto de Utilidad} = \frac{\textit{Utilidad bruta}}{\textit{Ventas netas}}$$

$$\textit{Margen bruto de Utilidad} = \frac{1\ 170\ 006.45}{7\ 057\ 188.45}$$

$$\textit{Margen bruto de Utilidad} = 16,58$$

- Reemplazando los valores en la fórmula obtendremos el indicador de rentabilidad actual que es de 16,58%

IV. CONCLUSIONES.

- En el diagnóstico de la situación actual en la comercializadora MW BUSINESS S. A. C., se determinó que existe una demanda que no se atiende o pérdidas de ventas debido a una carencia de un sistema de información en la empresa. Esta demanda desabastecida en la empresa tiene un valor de S/ 80 433,00 anual en función de ventas, el cual, es un valor muy alto que la empresa deja de ganar por no tener stock en sus almacenes en el momento adecuado para satisfacer a la demanda.
- Mediante la implementación del modelo de cantidad óptima de pedido se ha logrado obtener los valores que son claves para que la empresa no se quede sin stock y de esta manera evitar perder clientes, logrando cubrir con todos los pedidos. También a través el diagrama de Ishikawa se identificó que el problema principal de las pérdidas de ventas en la comercializadora, son la falta de stock debido a la carencia de un sistema información. Para la propuesta se mejoraron los flujogramas de procesos de compra y abastecimiento, así como los de ventas.
- En el análisis costo beneficio se determinó que la aplicación de esta propuesta es viable ya que la empresa obtendrá S/. 8,8 de ganancia por cada S/.1.00 invertido, además de aumentar la rentabilidad de un 15,73% a un 16,58%
- Gracias al análisis ABC se pudo identificar aquellos productos con mayor rotación, y de esta forma lograr una mejor ubicación en el almacén evitando que alguna mercadería se pierda.

V. RECOMENDACIONES

- Para realizar la propuesta de mejora de gestión de inventarios es necesario el desarrollo del sistema de información, capacitar a los trabajadores de la empresa para el adecuado manejo del sistema de información.
- Se debe realizar controles periódicos para corroborar que se está realizando la propuesta de mejora.
- Controlar periódicamente el nivel de existencias e inventario, con el fin de realizar el pedido en el momento exacto que se necesite realizar una nueva orden de pedido.
- Entregar los pedidos a tiempo para evitar la pérdida por ventas es insatisfacción con los clientes.
- Establecer políticas de comunicación integrales dentro de todas las áreas de la empresa con el fin de que exista una óptima relación entre departamentos.
- Realizar capacitaciones a su personal de almacén, con el fin de mejorar la organización de la mercadería (productos con mayor o menor rotación)

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Arango, J. 2013. Gestión de compras e inventarios a partir de pronósticos Holt-Winters y diferenciación de nivel de servicio por clasificación ABC. Redalycs.
- Alvarez, R. 2009. *Análisis y propuesta de implementación de Pronósticos y gestión de inventarios en una Distribuidora de productos de consumo masivo*. Trabajo de Titulación (Ingeniero Industrial). Facultad de Ciencias e Ingeniería. Lima, Perú: PUCP.
- Ballou, Ronald. 2004. *Logística administración de la cadena de suministros*. México: Pearson Educación, Quinta edición.
- Flores Vera, I., & Rojas Tinoco, A. 2018. *Evaluación de control interno del área de inventario de la empresa JG repuestos industriales de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador, Guayaquil.
- Guajardo, Gerardo. 2002. *Contabilidad financiera*. México: Editorial Mc Graw Hill. Tercera edición.
- Guerrero, Humberto. 2009. *Inventarios: manejo y control*. Bogotá: Ecoe Ediciones, Primera edición.
- Heizer, J. y Render, B. 2008. *Dirección de la producción y operaciones*: Madrid, España: Prentice Hall. (8ª Ed.).
- Izar, Juan. 2012. *Investigación de operaciones*. México DF:Trillas editorial, Segunda edición.
- Krajewski, L. J. y Ritman, L. P. 2000. *Administración de operaciones: estrategias y análisis*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación. (5a. ed.).
- Krajewski, L. 2008. *Administración de Operaciones*. México: Editorial Pearson Educación.
- Sánchez, Juan.2002.” *Análisis de Rentabilidad de la empresa*”. 5campus.com, Análisis contable.24 de octubre del 2016
- Sifuentes Llancari, P. 2017. *El sistema de control interno de inventarios y su influencia en la gestión de la rentabilidad de la ferretería San José Lima Metropolitana año 2017*. Universidad Ricardo Palma, Lima.

- Suares, María. 2012. *Gestión de Inventarios: Una nueva fórmula para calcular la competitividad*. Bogotá: Ad - Qualite Editorial, Primera edición.
- Pérez, M. 2013. *Un modelo de gestión de inventarios para una empresa de productos alimenticios*. Instituto superior politécnico. Vol. XXXIV. N° 2.

VI. ANEXOS.

Anexo N° 01: Análisis

N°	Productos	Precio de compra (soles)	Precio de venta (soles)	Mc x Producto	D.anual	Mc Anual (soles)	%	Acumulado
1	VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	12,00	18,65	6,65	8.484	56418,60	3,709%	3,71%
2	COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	10,00	14,60	4,60	10.308	47416,80	3,117%	6,83%
3	COCTEL PICCOLI X 500 ML. CAFÉ	10,00	14,60	4,60	10.123	46565,80	3,062%	9,89%
4	RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	13,00	17,00	4,00	11.160	44640,00	2,935%	12,82%
5	COCTEL PICCOLI X 750 ML. COCO	12,50	16,25	3,75	11.412	42795,00	2,814%	15,64%
6	COCTEL PICCOLI X 500ML. COCO	10,00	14,60	4,60	8.388	38584,80	2,537%	18,17%
7	COCTEL PICCOLI X 750 ML. SELECTO	12,50	16,25	3,75	9.768	36630,00	2,408%	20,58%
8	COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	10,00	14,60	4,60	7.788	35824,80	2,355%	22,94%
9	RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	12,00	15,50	3,50	10.224	35784,00	2,353%	25,29%
10	COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	12,50	16,25	3,75	9.120	34200,00	2,249%	27,54%
11	VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	12,00	18,65	6,65	4.794	31880,10	2,096%	29,63%
12	RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	14,00	16,95	2,95	10.716	31612,20	2,078%	31,71%
13	RON BACARDI X 750 ML. MOJITO	19,50	25,13	5,63	4.920	27699,60	1,821%	33,53%
14	TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML.	40,00	45,00	5,00	5.352	26760,00	1,759%	35,29%
15	RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 200 ML. BLACK LABEL	28,00	31,00	3,00	7.704	23112,00	1,520%	36,81%
16	WHISKY OLD TIMES RED X 750ML	24,00	28,00	4,00	5.299	21196,00	1,394%	38,21%
17	COCTEL PICCOLI X 750 ML. CAFÉ	12,50	16,25	3,75	5.580	20925,00	1,376%	39,58%
18	PISCO OCUCAJE QUEBRANTA X 750 ML.	19,50	21,96	2,46	8.292	20398,32	1,341%	40,92%
19	VODKA RUSSKAYA X 750 ML	13,00	14,90	1,90	10.560	20064,00	1,319%	42,24%
20	VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGOÑA	15,00	17,00	2,00	9.744	19488,00	1,281%	43,52%
21	COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	12,50	16,25	3,75	4.992	18720,00	1,231%	44,75%
22	RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	36,00	38,00	2,00	9.024	18048,00	1,187%	45,94%
23	VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	15,00	17,00	2,00	8.844	17688,00	1,163%	47,10%
24	VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	15,00	17,00	2,00	8.796	17592,00	1,157%	48,26%
25	RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	14,00	15,50	1,50	11.280	16920,00	1,112%	49,37%

26	RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	14,00	15,50	1,50	10.356	15534,00	1,021%	50,39%
27	RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	13,00	16,00	3,00	4.944	14832,00	0,975%	51,37%
28	VINO TACAMA X 750 ML. GRAN BLANCO	12,00	18,65	6,65	2.184	14523,60	0,955%	52,32%
29	PISCO OCUCAJE ACHOLADO X 750 ML.	19,50	21,96	2,46	5.510	13554,60	0,891%	53,22%
30	ESPUMANTE TABERNERO 750 ML.	20,00	22,00	2,00	6.618	13236,00	0,870%	54,09%
31	PISCO DON SANTIAGO TORONTEL MOSTO VERDE 500 ML.	16,00	17,90	1,90	6.518	12384,20	0,814%	54,90%
32	RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	13,00	17,00	4,00	2.820	11280,00	0,742%	55,64%
33	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	17,00	18,00	1,00	11.184	11184,00	0,735%	56,38%
34	RON POMALCA CLASICO AÑEJO X 750 ML.	12,50	13,70	1,20	9.024	10828,80	0,712%	57,09%
35	WHISKY CHIVAS REGAL 12 añosX 750 ML.	96,00	98,00	2,00	5.088	10176,00	0,669%	57,76%
36	VINO VIÑA VIEJA X 750 ML. ROSE	11,00	12,00	1,00	10.046	10046,00	0,660%	58,42%
37	RON CARTAVIO X 750 ML. BLANCO	14,00	15,50	1,50	6.468	9702,00	0,638%	59,06%
38	RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 1 LT.	41,00	42,00	1,00	9.384	9384,00	0,617%	59,67%
39	3XXX x 1.8 LT. MARACUYA	12,00	13,00	1,00	9.048	9048,00	0,595%	60,27%
40	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. RED LABEL	42,00	43,00	1,00	8.988	8988,00	0,591%	60,86%
41	WHISKY OLD TIMES BLACK X 750ML	26,00	30,00	4,00	2.220	8880,00	0,584%	61,44%
42	VINO TABERNERO X 750 ML. GRAN BLANCO	12,50	18,69	6,19	1.428	8839,32	0,581%	62,02%
43	3XXX x 1.8 LT. LIMON	12,00	13,00	1,00	8.784	8784,00	0,578%	62,60%
44	VINO TABERNERO X 1.5 LT. ROSE	14,00	18,00	4,00	2.160	8640,00	0,568%	63,17%
45	3XXX x 1.8 LT. DURAZNO	12,00	13,00	1,00	8.268	8268,00	0,544%	63,71%
46	VODKA ABSOLUT X 50ML.	9,00	11,50	2,50	3.260	8150,00	0,536%	64,25%
47	VODKA FEDOR PIÑA X 750 ML.	10,00	10,99	0,99	8.211	8128,89	0,534%	64,78%
48	VINO VIÑA VIEJA X 1.5 LT. ROSE	13,60	17,00	3,40	2.356	8010,40	0,527%	65,31%
49	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. MAGDALENA	17,00	18,00	1,00	7.980	7980,00	0,525%	65,83%
50	RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 750 ML. BLACK LABEL	35,00	38,00	3,00	2.592	7776,00	0,511%	66,35%
51	SANGRIA TABERNERO 1 LT.	9,00	9,99	0,99	7.824	7745,76	0,509%	66,86%
52	VINO CLOS PIRQUE X 1 LT. TINTO / CAJA	9,00	10,00	1,00	7.644	7644,00	0,503%	67,36%
53	RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR BLANCO	17,00	18,00	1,00	7.092	7092,00	0,466%	67,82%

54	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. COSECHA 125 BARBERA BORGON	17,00	18,00	1,00	7.056	7056,00	0,464%	68,29%
55	RON HAVANA CLUB AÑEJO X 750 ML. SPECIAL	16,00	17,90	1,90	3.648	6931,20	0,456%	68,74%
56	CREMA DE WHISKY BAILEYS X 750 ML.	40,00	41,65	1,65	4.008	6613,20	0,435%	69,18%
57	VINO EL ROBLE X 750 ML.	5,50	6,00	0,50	13.224	6612,00	0,435%	69,61%
58	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. RED LABEL / LATA	44,00	48,00	4,00	1.584	6336,00	0,417%	70,03%
59	VODKA FEDOR TRADICIONAL X 750 ML.	10,00	10,99	0,99	6.282	6219,18	0,409%	70,44%
60	VINO TACAMA X 750 ML. SELECCIÓN	12,00	18,65	6,65	912	6064,80	0,399%	70,84%
61	VODKA FEDOR MANGO X 750 ML.	10,00	10,99	0,99	6.071	6010,29	0,395%	71,23%
62	VINO VIÑA VIEJA X 750 ML. BORGONA	11,00	12,00	1,00	5.772	5772,00	0,379%	71,61%
63	RON CARTAVIO X 125 ML. BLACK 2 AÑOS	3,00	3,50	0,50	11.400	5700,00	0,375%	71,99%
64	CAJA DE VINO CLOS PIRQUE X 1 LT. BLANCO	9,85	10,80	0,95	5.814	5523,30	0,363%	72,35%
65	GASEOSA INCA KOLA X 500 ML.	0,90	1,50	0,60	8.946	5367,60	0,353%	72,70%
66	VINO TABERNERO X 750 ML. BLANCO DE BLANCO	12,50	18,69	6,19	852	5273,88	0,347%	73,05%
67	RON CARTAVIO X 250 ML. SUPERIOR	5,00	5,46	0,46	11.460	5271,60	0,347%	73,40%
68	VODKA SMIRNOFF X 750 ML.	13,00	14,90	1,90	2.760	5244,00	0,345%	73,74%
69	COCTEL BERCHEVA X 750 ML. CAFÉ	8,50	10,72	2,22	2.346	5208,12	0,342%	74,08%
70	ANIS NAJAR 750 X ML. ROJO	24,83	25,40	0,57	9.123	5200,11	0,342%	74,43%
71	RON CARTAVIO X 125 ML. SUPERIOR	3,00	3,50	0,50	10.320	5160,00	0,339%	74,76%
72	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 2 LT. MAGDALENA	16,00	18,00	2,00	2.568	5136,00	0,338%	75,10%
73	RON CARTAVIO X 250 ML. BLACK	5,00	5,45	0,45	11.290	5080,50	0,334%	75,44%
74	JUGO CIFRUT X 500 ML. NARANJA	1,20	1,75	0,55	9.158	5036,90	0,331%	75,77%
75	GASEOSA COCA COLA X 500 ML. ZERO	1,15	1,62	0,47	10.710	5033,70	0,331%	76,10%
76	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. MOSCATO	17,00	18,00	1,00	4.992	4992,00	0,328%	76,43%
77	VINO OCUCAJE EL ABUELO X 750 ML.	15,00	16,98	1,98	2.436	4823,28	0,317%	76,74%
78	SPORADE X 475 ML. TROPICAL	0,90	1,55	0,65	7.338	4769,70	0,314%	77,06%
79	VINO TABERNERO X 750 ML. CABERNET SAUVIGNON	3,39	3,95	0,56	8.388	4697,28	0,309%	77,37%
80	CERVEZA PILSEN CALLAO 630 ML.	3,35	3,80	0,45	10.417	4687,65	0,308%	77,67%
81	JAGERMEISTER x 700ML.	11,00	13,00	2,00	2.328	4656,00	0,306%	77,98%

82	COCTEL BERCHEVA X 750 ML. LECHE	8,50	10,72	2,22	2.004	4448,88	0,292%	78,27%
83	CAJA DE VINO GATO NEGRO X 1 LT.	10,00	10,65	0,65	6.802	4421,30	0,291%	78,56%
84	JUGO FRUGOS X 296 ML.	1,20	1,80	0,60	7.236	4341,60	0,285%	78,85%
85	SPORADE X 475 ML. APPLE-ICE	0,90	1,55	0,65	6.654	4325,10	0,284%	79,13%
86	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. SWING	108,00	110,00	2,00	2.148	4296,00	0,282%	79,42%
87	CERVEZA PILSEN CALLAO 473ML.	3,00	3,50	0,50	8.184	4092,00	0,269%	79,68%
88	RON BACARDI X 750 ML.	19,50	25,13	5,63	720	4053,60	0,267%	79,95%
89	GASEOSA PEPSI X 500 ML.	0,90	1,20	0,30	13.476	4042,80	0,266%	80,22%
90	VINO CASILLERO DEL DIABLO X 375 ML. SAUVIG. CABERNET	15,00	16,00	1,00	4.008	4008,00	0,264%	80,48%
91	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. BORGOÑA	17,00	18,00	1,00	3.852	3852,00	0,253%	80,73%
92	SPORADE X 475 ML. UVA	0,90	1,55	0,65	5.826	3786,90	0,249%	80,98%
93	PISCO SOL DE ICA X 750 ML.	26,00	27,00	1,00	3.780	3780,00	0,249%	81,23%
94	VINO TABERNERO X 750 ML. BORGOÑA	13,05	13,55	0,50	7.536	3768,00	0,248%	81,48%
95	GASEOSA SCHWEPPERS GINGER ALE X 1.5 LT.	4,00	4,56	0,56	6.597	3694,32	0,243%	81,72%
96	CERVEZA CUSQUEÑA INCA RUBIA 330 ML.	2,10	2,56	0,46	7.860	3615,60	0,238%	81,96%
97	GASEOSA GUARANA X 500 ML.	1,00	1,20	0,20	17.988	3597,60	0,237%	82,20%
98	JARABE DE GOMA LA ESPERANZA X 750 ML	6,50	7,35	0,85	4.108	3491,80	0,230%	82,43%
99	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. BLANCO	17,00	18,00	1,00	3.480	3480,00	0,229%	82,65%
100	VINO OPORTO VENCEDOR X 750 ML. 3 PIERNAS	8,50	9,30	0,80	4.320	3456,00	0,227%	82,88%
101	RON FLOR DE CAÑA 5 AÑOS X 1 LT. BLACK LABEL	40,00	43,00	3,00	1.152	3456,00	0,227%	83,11%
102	JUGO CIFRUT X 500 ML. GRANADILLA	1,20	1,75	0,55	6.216	3418,80	0,225%	83,33%
103	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. BLACK	82,50	83,00	0,50	6.744	3372,00	0,222%	83,56%
104	RON CAPITAN MORGAN x 750ML.	20,10	20,45	0,35	9.456	3309,60	0,218%	83,77%
105	SPORADE x 475 ML. MARACUYA	0,90	1,55	0,65	5.046	3279,90	0,216%	83,99%
106	JUGO CIFRUT X 1.5 LT. NARANJA	2,00	2,40	0,40	8.187	3274,80	0,215%	84,20%
107	GASEOSA FANTA X 500 ML. KOLA INGLESA	1,20	1,45	0,25	12.927	3231,75	0,212%	84,42%
108	SPORADE X 475 ML. BLUEBERRY	0,90	1,55	0,65	4.908	3190,20	0,210%	84,63%
109	CERVEZA CRISTAL 650 ML.	3,15	3,42	0,27	11.760	3175,20	0,209%	84,83%

110	WHISKY OLD PARR X 750 ML	49,00	50,00	1,00	3.159	3159,00	0,208%	85,04%
111	VINO TABERNERO X 750 ML. ROSE	13,10	13,80	0,70	4.476	3133,20	0,206%	85,25%
112	VODKA DANZKA X 750 ML. STANDAR	24,00	25,00	1,00	3.083	3083,00	0,203%	85,45%
113	ANIS NAJAR X 750 ML. AZUL	24,83	25,40	0,57	5.383	3068,31	0,202%	85,65%
114	VINO OCUCAJE FOND CAVE X 750 ML. TINTO	11,80	13,00	1,20	2.544	3052,80	0,201%	85,85%
115	GASEOSA FANTA X 500 ML.	1,20	1,45	0,25	12.057	3014,25	0,198%	86,05%
116	VARQUIRIA TINTO SEMI DULCE X 2 LT.	14,80	15,10	0,30	9.864	2959,20	0,195%	86,25%
117	VINO UVITA X 750 ML.	8,00	8,99	0,99	2.954	2924,46	0,192%	86,44%
118	RON BACARDI X 750 ML. LIMON	19,50	25,13	5,63	516	2905,08	0,191%	86,63%
119	RON MEDELLIN 3 AÑOS X 750ML.	15,50	16,10	0,60	4.800	2880,00	0,189%	86,82%
120	WHISKY BALLANTINES FINEST X 750 ML.	39,50	40,40	0,90	3.183	2864,70	0,188%	87,01%
121	CERVEZA CRISTAL CHELITA LATA 250 ML.	1,00	1,40	0,40	7.144	2857,60	0,188%	87,20%
122	VINO DE LA MANCHA X 750 ML. ROSE	20,00	21,00	1,00	2.856	2856,00	0,188%	87,38%
123	GATORADE X 500 ML. TROPICAL	1,30	1,56	0,26	10.833	2816,58	0,185%	87,57%
124	SPORADE X 475 ML. MANDARINA	0,90	1,55	0,65	4.302	2796,30	0,184%	87,75%
125	WHISKY JOHNNIE WALKER X 50 ML. RED LABEL	20,00	21,00	1,00	2.787	2787,00	0,183%	87,94%
126	AGUA SAN CARLOS X 2.25 LT. SIN GAS	1,50	1,96	0,46	6.057	2786,22	0,183%	88,12%
127	WHISKY JOHNNIE WALKER X 375 ML. RED LABEL	24,00	26,00	2,00	1.390	2780,00	0,183%	88,30%
128	VINO CASILLERO DEL DIABLO X 750 ML. SAUVIG. CAVERNET	21,00	22,00	1,00	2.628	2628,00	0,173%	88,47%
129	SPORADE X 475 ML. LIMA-LIMON	0,90	1,55	0,65	4.032	2620,80	0,172%	88,65%
130	VARQUIRIA TINTO SEMIDULCE X 750 ML.	10,40	10,66	0,26	9.936	2583,36	0,170%	88,82%
131	PISCO SANTIAGO QUEIROLO QUEBRANTA 750 ML.	23,80	24,10	0,30	8.604	2581,20	0,170%	88,99%
132	VINO TABERNERO X 2 LT. BORGOÑA	30,00	31,10	1,10	2.328	2560,80	0,168%	89,15%
133	AGUA SAN LUIS X 625 ML. SIN GAS	0,98	1,12	0,14	17.970	2515,80	0,165%	89,32%
134	GASEOSA GUARANA X 355 ML.	1,10	1,29	0,19	12.906	2452,14	0,161%	89,48%
135	VINO CONCHA TORO FRONTERA X 750 ML. CAVERNET SAUVIGNON	12,30	13,00	0,70	3.492	2444,40	0,161%	89,64%
136	RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	14,32	14,55	0,23	10.512	2417,76	0,159%	89,80%
137	JUGO PULP X 1 LT. DURAZNO	2,20	2,50	0,30	7.974	2392,20	0,157%	89,96%

138	WHISKY SOMETHING X 750 ML. SPECIAL	40,00	43,56	3,56	660	2349,60	0,154%	90,11%
139	GATORADE x 500ML. MARACUYA	1,30	1,56	0,26	8.997	2339,22	0,154%	90,27%
140	CERVEZA CUSQUEÑA 620 ML.	3,50	3,98	0,48	4.812	2309,76	0,152%	90,42%
141	PISCO SANTIAGO QUEIROLO ACHOLADO 750 ML.	23,80	24,10	0,30	7.668	2300,40	0,151%	90,57%
142	GATORADE X 500 ML. APPLE ICE	1,30	1,56	0,26	8.841	2298,66	0,151%	90,72%
143	POWERADE X 473 ML. MULT.IFRUTAS	1,15	1,45	0,30	7.512	2253,60	0,148%	90,87%
144	GASEOSA SPRITE X 500 ML.	1,30	1,56	0,26	8.481	2205,06	0,145%	91,01%
145	JUGO CIFRUT X 500 ML. LIMONADA PUNCH	1,20	1,75	0,55	4.004	2202,20	0,145%	91,16%
146	GATORADE X 500 ML. MANDARINA	1,30	1,56	0,26	8.352	2171,52	0,143%	91,30%
147	POWERADE X 473 ML. MORA AZUL	1,15	1,45	0,30	7.230	2169,00	0,143%	91,44%
148	JUGO CIFRUT X 500 ML. TROPICAL PUNCH	1,20	1,75	0,55	3.930	2161,50	0,142%	91,59%
149	VINO NAVARRO CORREAS X 750 ML. MERLOT MALBEC	32,00	33,00	1,00	2.160	2160,00	0,142%	91,73%
150	JUGO PULP X 300 ML. DURAZNO	0,60	0,90	0,30	7.104	2131,20	0,140%	91,87%
151	VINO TABERNERO X 750 ML. GRAN TINTO MALBEC MERLOT	13,30	14,00	0,70	3.043	2130,10	0,140%	92,01%
152	VOLT. X 300 ML.	2,34	2,64	0,30	6.780	2034,00	0,134%	92,14%
153	JARABE DE GOMA EL ARTESANO x 750ML	6,48	6,86	0,38	5.346	2031,48	0,134%	92,28%
154	GASEOSA GUARANA X 3.0 LT.	4,32	5,00	0,68	2.982	2027,76	0,133%	92,41%
155	GASEOSA GUARANA X 2.0 LT.	4,36	4,55	0,19	10.641	2021,79	0,133%	92,54%
156	AGUA SAN CARLOS X 630 ML. SIN GAS	0,84	0,98	0,14	14.265	1997,10	0,131%	92,67%
157	CAJA DE VINO GATO BLANCO X 1 LT.	9,85	10,80	0,95	2.100	1995,00	0,131%	92,80%
158	PULPIN X 145 ML.	0,50	0,80	0,30	6.558	1967,40	0,129%	92,93%
159	JUGO AQUARIUS X 500ML. PERA	1,80	1,98	0,18	10.926	1966,68	0,129%	93,06%
160	RON CARTAVIO X 750ML. SELECTO 5 AÑOS	19,85	20,10	0,25	7.740	1935,00	0,127%	93,19%
161	VINO DE HIGO X 750 ML.	21,00	22,00	1,00	1.920	1920,00	0,126%	93,32%
162	JUGO PULP X 330 ML. DURAZNO	0,60	0,90	0,30	6.258	1877,40	0,123%	93,44%
163	CAJA DE VINO ZUMUVA X 1LT. TINTO	8,00	8,40	0,40	4.674	1869,60	0,123%	93,56%
164	AGUA SAN LUIS X 1.0 LT. SIN GAS	1,50	1,80	0,30	6.111	1833,30	0,121%	93,68%
165	GASEOSA PEPSI X 1.5 LT.	3,00	3,18	0,18	10.050	1809,00	0,119%	93,80%

166	AGUA SAN LUIS X 625 ML. CON GAS	0,98	1,12	0,14	12.513	1751,82	0,115%	93,92%
167	AGUA SAN MATEO X 600 ML. SIN GAS	0,98	1,12	0,14	12.009	1681,26	0,111%	94,03%
168	JUGO FRUGOS X 1.0 LT.	1,98	2,30	0,32	5.160	1651,20	0,109%	94,14%
169	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. PIÑA	1,10	1,22	0,12	13.650	1638,00	0,108%	94,24%
170	JUGO FRUGOS X 235 ML.	0,80	1,00	0,20	8.175	1635,00	0,107%	94,35%
171	GASEOSA COCA COLA X 1.5 LT.	4,40	4,59	0,19	8.532	1621,08	0,107%	94,46%
172	JUGO CIFRUT X 1.5 LT. GRANADINA	2,00	2,40	0,40	4.020	1608,00	0,106%	94,56%
173	AGUA CIELO X 2.5 LT. SIN GAS	2,00	2,40	0,40	3.918	1567,20	0,103%	94,67%
174	ANIS NAJAR X 750 ML. VERDE	24,83	25,40	0,57	2.748	1566,36	0,103%	94,77%
175	GASEOSA INCA KOLA X 410 ML.	1,10	1,42	0,32	4.833	1546,56	0,102%	94,87%
176	GASEOSA 7UP X 500 ML.	1,10	1,26	0,16	9.618	1538,88	0,101%	94,97%
177	PISCO OCUCAJE 100 AÑOS QUEBRANTA MOSTO VERDE	44,00	44,65	0,65	2.316	1505,40	0,099%	95,07%
178	RON POMALCA RESERVA ESPECIAL X 750 ML.	18,00	19,50	1,50	996	1494,00	0,098%	95,17%
179	RED BULL ENERGY DRINK X 250 ML.	5,70	5,93	0,23	6.468	1487,64	0,098%	95,27%
180	CERVEZA CUSQUEÑA INCA RUBIA LATA 355 ML.	2,50	3,00	0,50	2.946	1473,00	0,097%	95,36%
181	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. NARANJA	1,10	1,22	0,12	12.045	1445,40	0,095%	95,46%
182	VINO TABERNERO X 750 ML. QUINTO ROBLE MALBEC	33,00	35,00	2,00	720	1440,00	0,095%	95,55%
183	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. FRESA	1,10	1,22	0,12	11.955	1434,60	0,094%	95,65%
184	RON CARTAVIO X 750 ML. GRAN BLACK 3 AÑOS	14,00	15,50	1,50	924	1386,00	0,091%	95,74%
185	VINO DE LA MANCHA X 750 ML. TINTO SEMISECO	20,00	21,00	1,00	1.380	1380,00	0,091%	95,83%
186	GASEOSA GUARANA X 1LT.	2,50	3,00	0,50	2.751	1375,50	0,090%	95,92%
187	RON VODKA CLIMAX MARACUYA X 1.5 L.	8,50	10,00	1,50	912	1368,00	0,090%	96,01%
188	RON VODKA CLIMAX LIMON X 1.5 L.	8,50	10,00	1,50	888	1332,00	0,088%	96,10%
189	CERVEZA CRISTAL 330 ML.	2,00	2,16	0,16	8.064	1290,24	0,085%	96,18%
190	VODKA ABSOLUT X 750 ML.	13,00	13,84	0,84	1.520	1276,80	0,084%	96,27%
191	CERVEZA PILSEN CALLAO 310 ML.	2,00	2,30	0,30	4.152	1245,60	0,082%	96,35%
192	GASEOSA COCA COLA X 500 ML.	1,54	1,62	0,08	15.375	1230,00	0,081%	96,43%
193	CERVEZA CORONA EXTRA 330 ML.	3,50	3,98	0,48	2.544	1221,12	0,080%	96,51%

194	GASEOSA CRUSH X 450 ML. NARANJA	1,70	1,90	0,20	6.090	1218,00	0,080%	96,59%
195	CERVEZA BACKUS ICE X 250 ML.	1,20	1,56	0,36	3.379	1216,44	0,080%	96,67%
196	GIN PARAMONGA X 750 ML.	14,30	14,62	0,32	3.720	1190,40	0,078%	96,75%
197	JUGO AQUARIUS X 500 ML. MANZANA	1,80	1,98	0,18	6.579	1184,22	0,078%	96,83%
198	GASEOSA INCA KOLA X 410 ML. ZERO	1,20	1,45	0,25	4.620	1155,00	0,076%	96,90%
199	YOGURT VIGOR FRESA X 90 GR.	1,50	2,00	0,50	2.304	1152,00	0,076%	96,98%
200	SPORADE X 500 ML. TROPICAL CHUPON	2,00	2,89	0,89	1.266	1126,74	0,074%	97,05%
201	AGUA CIELO X 625 ML. SIN GAS	0,87	0,97	0,10	11.220	1122,00	0,074%	97,13%
202	AGUA SAN LUIS X 2.5 LT. SIN GAS	2,10	2,34	0,24	4.656	1117,44	0,073%	97,20%
203	WHISKY YE MONKS X 750 ML.	36,00	38,00	2,00	540	1080,00	0,071%	97,27%
204	CERVEZA CRISTAL CAMPEONA LATA 473ML.	3,00	3,15	0,15	7.158	1073,70	0,071%	97,34%
205	TEQUILA JOSE CUERVO SILVER X 750 ML.	44,00	45,80	1,80	588	1058,40	0,070%	97,41%
206	GASEOSA SPRITE X 2.25 LT.	4,00	4,80	0,80	1.311	1048,80	0,069%	97,48%
207	AGUA SAN CARLOS X 500 ML. CON GAS	0,87	0,97	0,10	10.299	1029,90	0,068%	97,55%
208	CERVEZA PILSEN CALLAO 355 ML.	2,25	2,36	0,11	9.276	1020,36	0,067%	97,61%
209	RON POMALCA AÑEJO X 250 ML.	5,50	6,00	0,50	1.896	948,00	0,062%	97,68%
210	LICOR MITJANS CACAO X 750 ML.	25,00	25,23	0,23	4.089	940,47	0,062%	97,74%
211	AGUA SAN MATEO X 2.5 LT. SIN GAS	3,00	3,19	0,19	4.916	934,04	0,061%	97,80%
212	AGUA CRISTALINA X 3.1 LT. SIN GAS	2,10	2,35	0,25	3.708	927,00	0,061%	97,86%
213	CERVEZA CUSQUEÑA MALT.A 330 ML.	2,98	3,10	0,12	7.704	924,48	0,061%	97,92%
214	GASEOSA VIVA BACKUS 500 ML.	1,00	1,24	0,24	3.831	919,44	0,060%	97,98%
215	PISCO SAN EUSEBIO x 750ML.	13,00	14,00	1,00	900	900,00	0,059%	98,04%
216	GASEOSA PEPSI X 2.0 LT.	3,70	3,95	0,25	3.579	894,75	0,059%	98,10%
217	AGUA CIELO X 625 ML. CON GAS	0,87	0,97	0,10	8.880	888,00	0,058%	98,16%
218	GASEOSA PEPSI X 355 ML.	0,80	1,00	0,20	4.389	877,80	0,058%	98,22%
219	TE VERDE HORNIMANS X 300 ML.	1,35	1,75	0,40	2.094	837,60	0,055%	98,27%
220	JUGO CIFRUT X 500 ML. MORA	1,20	1,75	0,55	1.486	817,30	0,054%	98,32%
221	VINO TACAMA X 2 LT. ROSE	24,00	25,00	1,00	802	802,00	0,053%	98,38%

222	CERVEZA CUSQUEÑA MALT.A 620 ML.	4,24	4,35	0,11	7.140	785,40	0,052%	98,43%
223	CERVEZA CRISTAL 355 ML.	2,10	2,20	0,10	7.764	776,40	0,051%	98,48%
224	GASEOSA GINGER ALE EVERVESS X 1.5 LT.	4,65	4,73	0,08	9.465	757,20	0,050%	98,53%
225	CERVEZA BACKUS ICE X 355 ML.	1,60	1,80	0,20	3.631	726,20	0,048%	98,58%
226	JARABE DE GRANADINA LA ESPERANZA MAYLLA X 750 ML	7,50	7,75	0,25	2.902	725,50	0,048%	98,63%
227	LICOR MITJANS MENTA X 750 ML.	25,00	25,23	0,23	3.119	717,37	0,047%	98,67%
228	GASEOSA COCA COLA X 2.5 LT.	5,93	6,10	0,17	4.203	714,51	0,047%	98,72%
229	PISCO TABERNERO LA BOTIJA QUEBRANTA 750 ML.	25,00	25,10	0,10	6.732	673,20	0,044%	98,76%
230	GASEOSA 7UP X 1.5 LT.	3,15	3,25	0,10	6.666	666,60	0,044%	98,81%
231	CREMA DE COCO BARCLAN X 240 ML	6,53	6,70	0,17	3.819	649,23	0,043%	98,85%
232	VINO TABERNERO X 2 LT. BORGOÑA	30,00	31,10	1,10	588	646,80	0,043%	98,89%
233	GASEOSA INCA KOLA X 1.5 LT.	4,15	4,22	0,07	8.973	628,11	0,041%	98,93%
234	VINO E.COPELLO X 187 ML. BORGOÑA PETACA	7,00	8,00	1,00	600	600,00	0,039%	98,97%
235	RON CARTAVIO X 750 ML. BLANCO	12,90	13,12	0,22	2.700	594,00	0,039%	99,01%
236	VINO TABERNERO X 750ML. BLANCO FINA RESERVA	12,00	13,00	1,00	588	588,00	0,039%	99,05%
237	ANIS ALFERADO DULCE X 750 ML.	23,89	25,00	1,11	528	586,08	0,039%	99,09%
238	WHISKY JOHNNIE WALKER X 50 ML. BLACK LABEL	11,30	11,60	0,30	1.935	580,50	0,038%	99,13%
239	LICOR MITJANS CAFE X 750 ML.	25,00	25,23	0,23	2.518	579,14	0,038%	99,17%
240	RON APPLETON X 1 LT. SPECIAL	24,41	24,60	0,19	3.036	576,84	0,038%	99,20%
241	GASEOSA INCA KOLA X 500 ML. MORADITA	1,24	1,55	0,31	1.785	553,35	0,036%	99,24%
242	VODKA RUSSKAYA X 125ML.	2,44	2,64	0,20	2.683	536,60	0,035%	99,28%
243	ESPUMANTE SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. PRIMADO	10,93	11,00	0,07	7.308	511,56	0,034%	99,31%
244	VINO TABERNERO X 187 ML. BORGOÑA	3,56	3,95	0,39	1.284	500,76	0,033%	99,34%
245	JUGO AQUARIUS X 500 ML. PIÑA	1,80	1,98	0,18	2.712	488,16	0,032%	99,37%
246	GATORADE X 500 ML. UVA	1,30	1,56	0,26	1.866	485,16	0,032%	99,41%
247	VINO LA ESPERANZA x 750ML. ROSE / PACK	20,00	21,00	1,00	432	432,00	0,028%	99,43%
248	GASEOSA 7UP X 355 ML.	1,45	1,72	0,27	1.587	428,49	0,028%	99,46%
249	AGUA SAN MATEO X 600 ML. CON GAS	0,98	1,12	0,14	2.895	405,30	0,027%	99,49%

250	MALTIN POWER 269 ML. – LATA	1,10	1,20	0,10	4.032	403,20	0,027%	99,52%
251	GASEOSA PEPSI X 3 LT.	5,00	5,15	0,15	2.628	394,20	0,026%	99,54%
252	PISCO TABERNERO LA BOTIJA ACHOLADO 750 ML.	25,00	25,10	0,10	3.762	376,20	0,025%	99,57%
253	MALTIN POWER X 330 ML.	0,95	1,10	0,15	2.454	368,10	0,024%	99,59%
254	JUGO FRUGOS X 1.5 LT.	3,10	3,40	0,30	1.200	360,00	0,024%	99,61%
255	RON CARTAVIO X 50 ML. BLANCO	3,00	3,50	0,50	708	354,00	0,023%	99,64%
256	GASEOSA CONCORDIA X 3 LT. NARANJA	4,70	4,99	0,29	1.191	345,39	0,023%	99,66%
257	RON APPLETON X 750 ML. SPECIAL	22,46	22,56	0,10	3.384	338,40	0,022%	99,68%
258	JUGO FRUGO NARANJA CASERA X 1.2 LT	1,70	2,00	0,30	1.116	334,80	0,022%	99,70%
259	VINO OCUCAJE FOND CAVE x 375 ML. SAVIGNON	9,00	9,55	0,55	600	330,00	0,022%	99,73%
260	JUGO AQUARIUS X 500ML. NARANJA	1,80	1,98	0,18	1.755	315,90	0,021%	99,75%
261	JUGO DE NARANJA GLORIA X 1 LT.	1,89	2,20	0,31	966	299,46	0,020%	99,77%
262	GASEOSA COCA COLA X 3 LT.	6,75	6,85	0,10	2.946	294,60	0,019%	99,79%
263	CICLON x 250 ML.	4,18	4,36	0,18	1.524	274,32	0,018%	99,80%
264	POWERADE X 473 ML. GREEN PUNCH	1,15	1,45	0,30	876	262,80	0,017%	99,82%
265	GASEOSA 7UP X 3.0 LT.	5,00	5,50	0,50	468	234,00	0,015%	99,84%
266	GATORADE x 750ML. TROPICAL	1,30	1,56	0,26	864	224,64	0,015%	99,85%
267	POWERADE X 500 ML. ON LIMON	1,13	1,43	0,30	738	221,40	0,015%	99,87%
268	JUGO PULP X 1 LT. PIÑA	2,20	2,50	0,30	732	219,60	0,014%	99,88%
269	GASEOSA ORO X 500 ML.	0,78	0,98	0,20	1.080	216,00	0,014%	99,89%
270	PISCO VARGAS X 750 ML.	19,41	19,55	0,14	1.428	199,92	0,013%	99,91%
271	GASEOSA FANTA X 2.25 LT.	5,34	5,45	0,11	1.629	179,19	0,012%	99,92%
272	AGUA CIELO X 1LT. CHUPON	2,00	2,20	0,20	851	170,20	0,011%	99,93%
273	GASEOSA INCA KOLA X 3.0 LT.	7,37	7,40	0,03	5.436	163,08	0,011%	99,94%
274	ALGARROBINA TACALEÑA x 750ML	6,36	6,50	0,14	1.164	162,96	0,011%	99,95%
275	LICOR DE RON CARTAVIO X 700 ML.	16,95	17,00	0,05	3.189	159,45	0,010%	99,96%
276	GASEOSA FANTA X 3.0 LT.	4,35	5,00	0,65	234	152,10	0,010%	99,97%
277	RON POMALCA AÑEJO X 1 LT. 3 AÑOS	13,70	13,90	0,20	708	141,60	0,009%	99,98%
278	GASEOSA INCA KOLA X 2.25 LT.	6,00	6,30	0,30	426	127,80	0,008%	99,99%
279	MALTIN POWER 473 ML. – LATA	1,53	1,60	0,07	1.638	114,66	0,008%	100,00%
280	JUGO GINGER SCHWEPES CITRUT X 1.5 LT	1,90	2,00	0,10	288	28,80	0,002%	100,00%
	TOTAL					S/. 1.521.000,29		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la empresa.

Anexo N° 02: Cotización del Sistema de Información

Chiclayo, Perú 17 de agosto de 2016

Señores:

MW BUSINESS S.A.C.

Ref: Desarrollo de Software de Compras Ventas y Almacén

Estimados Señores:

Por la presente nos es muy grato saludarle a nombre de nuestra firma Cyber Management S.A.C. Empresa dedicada a la gestión de proyectos tecnológicos, y enviarle adjunto a la presente nuestra Pro forma para el Desarrollo de un Software de Compras, Ventas y Almacén.

Descripción: El proyecto tiene como meta el desarrollo de un software que permita mejorar los procesos de compra, venta y almacén, teniendo un mejor control y manejo de estos.

Tipo	Presupuesto
D E T A L L E S	<p data-bbox="371 282 730 315">Perspectiva General / Todos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="424 412 1310 479">❖ Nosotros: En esta zona el usuario puede conocer un poco más sobre la empresa, su misión, visión, valores corporativos, etc. <li data-bbox="424 517 1353 618">❖ Acerca de: Esta zona de la aplicación permite conocer un poco sobre esta, premisas sobre las que está hecha, quien la hizo, números de contacto y correo, etc. <li data-bbox="424 656 1310 723">❖ Registro: Pantalla por la cual el administrador puede registrar usuarios para el uso del sistema, en base a áreas. <li data-bbox="424 761 1230 828">❖ Mis datos: Esta zona permite a los usuarios gestionar sus datos, contraseña, usuario, etc. <p data-bbox="371 896 756 929">Perspectiva Usuario /Almacén</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="424 1025 1342 1126">❖ Almacén: Esta zona permite llevar un control de los productos que se tienen en almacén, con un envío de alertas para cuando el producto llegue a niveles críticos. <p data-bbox="371 1193 761 1227">Perspectiva Usuario /Compras</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="424 1323 1254 1391">❖ Compras: Esta zona permite registrar los productos comprados, y llevarlos a inventario, asignarles detalles, etc. <p data-bbox="371 1458 730 1491">Perspectiva Usuario /Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="424 1559 1337 1659">❖ Pre-Ventas: En esta zona se registran las ventas realizadas en el local, se asignan los productos, se realizan los cambios necesarios y se emite una proforma. <li data-bbox="424 1697 1283 1798">❖ Verifica: Esta zona permite verificar los elementos solicitados en la proforma de la venta, una vez realizada la verificación se aceptan los productos, o se eliminan algunos y se genera una solicitud de venta <li data-bbox="424 1836 1302 1937">❖ Ventas: Esta zona permite una vez realizada la verificación realizar la venta de los productos, la emisión de “boletas” o “facturas”, según sea necesario.

	<p>Perspectiva Usuario/Administrador</p> <p>❖ Zona Reportes: Permite llevar un seguimiento de los productos vendidos, estados de las compras, y estado de almacén de modo general y detallado, también permite filtrarlo por usuario.</p>
Total	S/.8,307.47

Materiales Necesarios

Tipo	Presupuesto				
	Recurso	Unidad Medida	Precio	Cantidad	Costo
D	Servidor	Unidad	S/. 1 029,00	1	S/. 1 029,00
	Desktop	Unidad	S/. 1 029,00	1	S/. 1 029,00
	Impresora	Unidad	S/. 380,70	1	S/. 380,70
E					
T	Pistolas de Código de Barras	Unidad	S/. 1,412.50	2	S/. 2,825.00
A	Router	Unidad	S/. 389.00	1	S/. 389.00
	Switch (8 puertos)	Unidad	S/. 70.00	1	S/. 70.00
L	Access Point	Unidad	S/. 180.00	3	S/. 540.00
L	Cable UTP cat 7	Metros	S/. 2.30	120	S/. 276.00
	RJ45	bolsa	S/. 45.00	1	S/. 45.00
E					
S					
Total	S/.7,022.70*				

*Este Precio es Referencial a los precios cotizados, el precio puede variar.

Plazo de Entrega: El plazo de entrega es de 2 meses calendario desde la entrega de la información requerida.

Forma de Pagó: 50 % a la firma del contrato.

El Pago del costo del Material deberá ser entregado en su totalidad con 1 semana de anticipación a la fecha de “compras”.

Información Requerida

Debido al volumen de información necesario para esto el requerimiento se alcanzará como parte del proyecto. En un lapso no mayor a 1 semana.

*la mayor parte de la información ya está recolectada, pero puede requerirse más.

Cualquier requerimiento adicional, agradecemos consultar a nuestra empresa para gestionar nueva proforma.

Esta Proforma es Valida por 1 mes desde la fecha emitida.

**Polo Castro Julio Cesar
Gerente General
polocastro@cy-mag.com**

Anexo N° 03: Maestro de Productos.

Codificación	Nombre familia	Nombre subfamilia	Nombre Grupo	Descripción	Unidad	Cantidad de cajas	cantidad unidades/caja	Total en unidades	Precio de Compra	Precio de venta	TOTAL VENTAS
7750670244954	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA CIELO X 625 ML. SIN GAS	paquetes	20,00	15,00	300,00	0,87	0,97	291,00
7753749000031	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA CRISTALINA X 3.1 LT. SIN GAS	paquetes	15,00	6,00	90,00	2,10	2,35	211,50
7751912864244	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN CARLOS X 2.25 LT. SIN GAS	paquetes	16,00	6,00	96,00	1,50	1,96	188,16
7751912000291	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN CARLOS X 500 ML. CON GAS	paquetes	14,00	15,00	210,00	0,87	0,97	203,70
7751655000114	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN CARLOS X 630 ML. SIN GAS	paquetes	15,00	15,00	225,00	0,84	0,98	220,50
7750182001229	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN LUIS X 1.0 LT. SIN GAS	paquetes	17,00	6,00	102,00	1,50	1,80	183,60
7750298000727	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN LUIS X 2.5 LT. SIN GAS	paquetes	18,00	6,00	108,00	2,10	2,34	252,72
7750182001199	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN LUIS X 625 ML. CON GAS	paquetes	22,00	15,00	330,00	0,98	1,12	369,60
7750182001205	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN LUIS X 625 ML. SIN GAS	paquetes	20,00	15,00	300,00	0,98	1,12	336,00
77530974	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN MATEO X 600 ML. CON GAS	paquetes	15,00	15,00	225,00	0,99	1,23	276,75
77530967	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN MATEO X 600 ML. SIN GAS	paquetes	16,00	15,00	240,00	0,99	1,23	295,20
7753749002295	MERCADERIAS	BEBIDAS	AGUAS	AGUA SAN MATEO X 2.5 LT. SIN GAS	paquetes	13,00	6,00	78,00	3,00	3,19	248,82
7753749002356	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA BACKUS ICE X 250 ML.	six pack	14,00	6,00	84,00	1,20	1,56	131,04
7753749002363	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA BACKUS ICE X 355 ML.	six pack	11,00	6,00	66,00	1,60	1,80	118,80
75032715	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CORONA ETRA 330 ML.	six pack	15,00	6,00	90,00	3,50	3,98	358,20
7753749000918	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CRISTAL 330 ML.	six pack	19,00	6,00	114,00	2,00	2,16	246,24
7753749121453	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CRISTAL 355 ML.	six pack	18,00	6,00	108,00	2,10	2,20	237,60
7753749000680	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CRISTAL 650 ML.	Caja	20,00	12,00	240,00	3,15	3,42	820,80
7753749001960	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CRISTAL CAMPEONA LATA 473ML.	six pack	23,00	6,00	138,00	3,00	3,15	434,70
7753749001946	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CRISTAL CHELITA LATA 250 ML.	six pack	19,00	6,00	114,00	1,00	1,40	159,60
77512345	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CUSQUEÑA 620 ML.	six pack	20,00	6,00	120,00	3,50	3,98	477,60
77506658	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CUSQUEÑA INCA RUBIA 330 ML.	six pack	13,00	6,00	78,00	2,10	2,56	199,68
77506672	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CUSQUEÑA MALT.A 330 ML.	six pack	19,00	6,00	114,00	2,80	3,10	353,40
77512390	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA CUSQUEÑA MALT.A 620 ML.	six pack	25,00	6,00	150,00	4,10	4,35	652,50

7753749001533	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA PILSEN CALLAO 310 ML.	six pack	24,00	6,00	144,00	2,10	2,36	339,84
7753749132817	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA PILSEN CALLAO 355 ML.	six pack	13,00	6,00	78,00	2,10	2,34	182,52
7753749002035	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA PILSEN CALLAO 473ML.	six pack	24,00	6,00	144,00	2,86	3,10	446,40
77530431	MERCADERIAS	BEBIDAS	CERVEZAS	CERVEZA PILSEN CALLAO 630 ML.	Caja	23,00	12,00	276,00	3,15	3,55	979,80
9007002001234	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	CICLON x 250 ML.	six pack	18,00	6,00	108,00	4,18	4,36	470,88
7751580000821	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA 7UP X 1.5 LT.	paquetes	19,00	6,00	114,00	3,00	3,25	370,50
7751912148467	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA 7UP X 500 ML.	paquetes	18,00	15,00	270,00	1,05	1,26	340,20
7750182155663	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA COCA COLA X 1.5 LT.	paquetes	22,00	6,00	132,00	4,20	4,59	605,88
7750182544085	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA COCA COLA X 3 LT.	paquetes	12,00	6,00	72,00	6,40	6,85	493,20
7750182155656	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA COCA COLA X 500 ML.	paquetes	24,00	15,00	360,00	1,15	1,62	583,20
7750182000697	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA COCA COLA X 500 ML. ZERO	paquetes	21,00	15,00	315,00	1,15	1,62	510,30
7751912000109	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. FRESA	paquetes	17,00	15,00	255,00	1,00	1,22	311,10
7751912000130	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. NARANJA	paquetes	17,00	15,00	255,00	1,00	1,22	311,10
7751912000239	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA CONCORDIA X 500ML. PIÑA	paquetes	17,00	15,00	255,00	1,00	1,22	311,10
7750182001984	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA CRUSH X 450 ML. NARANJA	paquetes	17,00	15,00	255,00	1,30	1,90	484,50
7750182002363	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA FANTA X 500 ML. KOLA INGLESA	paquetes	22,00	15,00	330,00	1,18	1,45	478,50
7750182220378	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA FANTA X 500 ML.	paquetes	20,00	15,00	300,00	1,18	1,45	435,00
7753749001632	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA GUARANA X 2.0 LT.	paquetes	19,00	6,00	114,00	4,16	4,36	497,04
7753749001649	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA GUARANA X 3.0 LT.	paquetes	14,00	6,00	84,00	4,86	5,00	420,00
77542502	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA GUARANA X 355 ML.	paquetes	15,00	15,00	225,00	1,10	1,29	290,25
7753749001625	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA GUARANA X 500 ML.	paquetes	13,00	15,00	195,00	1,10	1,20	234,00
7750182001793	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA INCA KOLA X 410 ML. ZERO	paquetes	18,00	15,00	270,00	1,20	1,42	383,40
7750236330169	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA INCA KOLA X 1.5 LT.	paquetes	20,00	6,00	120,00	4,00	4,22	506,40
7750182000932	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA INCA KOLA X 410 ML.	paquetes	19,00	15,00	285,00	1,12	1,45	413,25
7751580000807	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA PEPSI X 1.5 LT.	paquetes	19,00	6,00	114,00	3,00	3,18	362,52
7751580000883	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA PEPSI X 2.0 LT.	paquetes	14,00	6,00	84,00	3,40	3,95	331,80
7751912148450	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA PEPSI X 500 ML.	paquetes	16,00	15,00	240,00	1,00	1,20	288,00
7751912498845	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA PEPSI X 3 LT.	paquetes	14,00	6,00	84,00	5,00	5,15	432,60

7750182220361	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA SPRITE X 500 ML.	paquetes	12,00	15,00	180,00	1,30	1,56	280,80
77536341	MERCADERIAS	BEBIDAS	GASEOSAS	GASEOSA VIVA BACKUS 500 ML.	paquetes	18,00	15,00	270,00	1,00	1,24	334,80
7751655000275	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES	GATORADE X 500 ML. APPLE ICE	paquetes	18,00	12,00	216,00	1,40	1,98	427,68
7751655000268	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES	GATORADE X 500 ML. MANDARINA	paquetes	20,00	12,00	240,00	1,40	1,98	475,20
7751655000251	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES	GATORADE X 500 ML. TROPICAL	paquetes	21,00	12,00	252,00	1,40	1,98	498,96
7751655000282	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES	GATORADE x 500ML. MARACUYA	paquetes	14,00	12,00	168,00	1,40	1,98	332,64
7751655000312	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES	GATORADE x 750ML. TROPICAL	paquetes	12,00	12,00	144,00	2,70	2,92	420,48
7750182001397	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO AQUARIUS X 500 ML. MANZANA	six pack	19,00	6,00	114,00	1,50	1,75	199,50
7750182001359	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO AQUARIUS X 500 ML. PIÑA	six pack	13,00	6,00	78,00	1,50	1,75	136,50
7750182001410	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO AQUARIUS X 500ML. NARANJA	six pack	12,00	6,00	72,00	1,50	1,75	126,00
7750182001373	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO AQUARIUS X 500ML. PERA	six pack	17,00	6,00	102,00	1,50	1,75	178,50
7750670004954	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO CIFRUT X 1.5 LT. GRANADINA	six pack	16,00	6,00	96,00	2,30	2,60	249,60
7750670003773	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO CIFRUT X 1.5 LT. NARANJA	six pack	16,00	6,00	96,00	2,30	2,60	249,60
7750670004947	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO CIFRUT X 500 ML. GRANADILLA	six pack	17,00	6,00	102,00	0,80	1,00	102,00
7750670009850	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO CIFRUT X 500 ML. LIMONADA PUNCH	six pack	13,00	6,00	78,00	0,80	1,00	78,00
7750670005791	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO CIFRUT X 500 ML. MORA	six pack	16,00	6,00	96,00	0,80	1,00	96,00
7750670003766	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO CIFRUT X 500 ML. NARANJA	six pack	18,00	6,00	108,00	0,80	1,00	108,00
7750670005838	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO CIFRUT X 500 ML. TROPICAL PUNCH	six pack	19,00	6,00	114,00	0,80	1,00	114,00
7750236016582	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO FRUGOS X 1.0 LT.	six pack	15,00	6,00	90,00	2,50	2,75	247,50
7750236000185	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO FRUGOS X 1.5 LT.	six pack	12,00	6,00	72,00	3,10	3,40	244,80
7750182001267	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO FRUGOS X 235 ML.	six pack	24,00	6,00	144,00	0,80	1,00	144,00
7750236016971	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO FRUGOS X 296 ML.	six pack	14,00	6,00	84,00	1,10	1,35	113,40
7750670000758	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO PULP X 1 LT. DURAZNO	six pack	22,00	6,00	132,00	2,12	2,32	306,24
7750670008662	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	JUGO PULP X 300 ML. DURAZNO	six pack	20,00	6,00	120,00	0,70	0,95	114,00
77531704	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	MALTIN POWER X 330 ML.	six pack	28,00	6,00	168,00	0,95	1,10	184,80
7750182001892	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	POWERADE X 473 ML. MORA AZUL	six pack	19,00	6,00	114,00	1,15	1,45	165,30
7750182001908	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	POWERADE X 473 ML. MULT.IFRUTAS	six pack	17,00	6,00	102,00	1,15	1,45	147,90

7750182002165	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	POWERADE X 500 ML. ON LIMON	six pack	13,00	6,00	78,00	1,13	1,43	111,54
7750670000833	MERCADERIAS	BEBIDAS	JUGOS	PULPIN X 145 ML.	six pack	20,00	6,00	120,00	0,50	0,80	96,00
9002490100070	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	RED BULL ENERGY DRINK X 250 ML.	six pack	16,00	6,00	96,00	5,70	5,93	569,28
77506700008761	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	SPORADE X 475 ML. BLUEBERRY	six pack	15,00	6,00	90,00	1,25	1,55	139,50
77506700004817	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	SPORADE X 475 ML. APPLE-ICE	six pack	19,00	6,00	114,00	1,25	1,55	176,70
7750670000420	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	SPORADE X 475 ML. LIMA-LIMON	six pack	17,00	6,00	102,00	1,25	1,55	158,10
7750670000208	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	SPORADE X 475 ML. MANDARINA	six pack	18,00	6,00	108,00	1,25	1,55	167,40
7750670000413	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	SPORADE x 475 ML. MARACUYA	six pack	14,00	6,00	84,00	1,25	1,55	130,20
7750670000369	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	SPORADE X 475 ML. TROPICAL	six pack	20,00	6,00	120,00	1,25	1,55	186,00
77506700004466	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	SPORADE X 475 ML. UVA	six pack	13,00	6,00	78,00	1,25	1,55	120,90
77506700005814	MERCADERIAS	BEBIDAS	ENERGIZANTES Y OTROS	VOLT. X 300 ML.	six pack	22,00	6,00	132,00	2,34	2,64	348,48
7750969000254	MERCADERIAS	LICORES	ANISADOS, OTROS LICO	3XXX x 1.8 LT. DURAZNO	Caja	16,00	12,00	192,00	10,00	11,00	2112,00
7750969000261	MERCADERIAS	LICORES	ANISADOS, OTROS LICO	3XXX x 1.8 LT. LIMON	Caja	20,00	12,00	240,00	10,00	11,00	2640,00
7750969000278	MERCADERIAS	LICORES	ANISADOS, OTROS LICO	3XXX x 1.8 LT. MARACUYA	Caja	20,00	12,00	240,00	10,00	11,00	2640,00
7804300004002	MERCADERIAS	LICORES	VINOS EN CAJA	CAJA DE VINO GATO NEGRO X 1 LT. / CAJA	Caja	11,00	12,00	132,00	10,00	10,65	1405,80
7790314004346	MERCADERIAS	LICORES	VINOS EN CAJA	CAJA DE VINO ZUMUVA X 1LT. TINTO	Caja	12,00	12,00	144,00	8,00	8,40	1209,60
7750084000078	MERCADERIAS	LICORES	COCTEL	COCTEL BERCHEVA X 750 ML. CAFE	Caja	12,00	12,00	144,00	10,00	10,72	1543,68
7750084207767	MERCADERIAS	LICORES	COCTEL	COCTEL BERCHEVA X 750 ML. LECHE	Caja	12,00	12,00	144,00	10,00	10,72	1543,68
7755497000080	MERCADERIAS	LICORES	COCTEL	COCTEL PICCOLI X 500 ML. ALGARROBINA	Caja	12,00	12,00	144,00	12,50	13,25	1908,00
7755497000073	MERCADERIAS	LICORES	COCTEL	COCTEL PICCOLI X 500 ML. CACAO	Caja	14,00	12,00	168,00	14,00	14,60	2452,80
7755497000028	MERCADERIAS	LICORES	COCTEL	COCTEL PICCOLI X 750 ML DURAZNO	Caja	14,00	12,00	168,00	16,00	16,25	2730,00
7755497000011	MERCADERIAS	LICORES	COCTEL	COCTEL PICCOLI X 750 ML. ALGARROBINA	Caja	14,00	12,00	168,00	16,00	16,25	2730,00
7755497000059	MERCADERIAS	LICORES	COCTEL	COCTEL PICCOLI X 750 ML. CACAO	Caja	14,00	12,00	168,00	16,00	16,25	2730,00
5011013100132	MERCADERIAS	LICORES	ANISADOS, OTROS LICO	CREMA DE WHISKY BAILEYS X 750 ML.	Caja	12,00	12,00	144,00	40,00	41,65	5997,60

7751738001533	MERCADERIAS	LICORES	OTROS	JARABE DE GOMA EL ARTESANO x 750ML	Caja	11,00	12,00	132,00	6,48	6,86	905,52
7752933000147	MERCADERIAS	LICORES	PISCOS	PISCO OCUCAJE 100 AÑOS QUEBRANTA MOSTO VERDE	Caja	10,00	12,00	120,00	44,00	44,65	5358,00
00147896	MERCADERIAS	LICORES	PISCOS	PISCO SAN EUSEBIO x 750ML.	Caja	13,00	12,00	156,00	12,00	12,84	2003,04
7758218000024	MERCADERIAS	LICORES	PISCOS	PISCO SANTIAGO QUEIROLO ACHOLADO 750 ML.	Caja	15,00	12,00	180,00	23,80	24,10	4338,00
00058965	MERCADERIAS	LICORES	PISCOS	PISCO SOL DE ICA X 750 ML.	Caja	13,00	12,00	156,00	26,00	27,00	4212,00
7501008616130	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON BACARDI X 750 ML. LIMON	Caja	12,00	12,00	144,00	14,80	25,13	3618,72
7751738001373	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CABO BLANCO X 750 ML. LIMON	Caja	19,00	12,00	228,00	9,00	9,40	2143,20
7751738002042	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CABO BLANCO x 750ML. BLACK	Caja	18,00	12,00	216,00	9,10	9,60	2073,60
7751738002059	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CABO BLANCO X 750ML. SILVER	Caja	13,00	12,00	156,00	9,70	10,20	1591,20
7751738445672	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 1 LT. BLACK 2 AÑOS	Caja	13,00	12,00	156,00	16,00	16,95	2644,20
7751738001595	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 1 LT. SUPERIOR	Caja	11,00	12,00	132,00	14,00	14,55	1920,60
7751738000062	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 125 ML. BLACK 2 AÑOS	Caja	17,00	12,00	204,00	3,00	3,50	714,00
7751738053976	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 125 ML. SUPERIOR	Caja	16,00	12,00	192,00	2,20	2,99	574,08
7751738001984	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 250 ML. BLACK	Caja	14,00	12,00	168,00	5,00	5,45	915,60
7751738001977	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 250 ML. SUPERIOR	Caja	17,00	12,00	204,00	5,00	5,46	1113,84
7751738000017	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 750 ML. BLACK 2 AÑOS	Caja	16,00	12,00	192,00	13,25	13,65	2620,80
7751738120883	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 750 ML. BLANCO	Caja	13,00	12,00	156,00	12,90	13,12	2046,72
7751738001588	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 750 ML. SUP. AÑEJO	Caja	18,00	12,00	216,00	10,40	10,80	2332,80
7751738001991	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON CARTAVIO X 750ML. SELECTO 5 AÑOS	Caja	14,00	12,00	168,00	19,85	20,10	3376,80
026964237689	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 1 LT.	Caja	15,00	12,00	180,00	41,00	42,00	7560,00
026964177190	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON FLOR DE CAÑA 4 AÑOS X 750 ML.	Caja	11,00	12,00	132,00	36,00	38,00	5016,00
7702049100576	MERCADERIAS	LICORES	RONES	RON MEDELLIN 3 AÑOS X 750ML.	Caja	12,00	12,00	144,00	15,80	16,10	2318,40
7750430001483	MERCADERIAS	LICORES	GIN Y VODKA	RON VODKA CLIMAX LIMON X 1.5 L.	Caja	14,00	12,00	168,00	8,50	10,00	1680,00
7750430001476	MERCADERIAS	LICORES	GIN Y VODKA	RON VODKA CLIMAX MARACUYA X 1.5 L.	Caja	16,00	12,00	192,00	8,50	10,00	1920,00
7501035010109	MERCADERIAS	LICORES	TEQUILAS	TEQUILA JOSE CUERVO REPOSADO X 750 ML.	Caja	13,00	12,00	156,00	42,00	45,00	7020,00
0100000096444	MERCADERIAS	LICORES	VINOS VARQUIRIA	VARQUIRIA TINTO SEMI DULCE CON CHIPS X 2 LT.	Caja	13,00	12,00	156,00	14,85	15,10	2355,60

01000009217	MERCADERIAS	LICORES	VINOS VARQUIRIA	VARQUIRIA TINTO SEMIDULCE X 750 ML.	Caja	14,00	12,00	168,00	9,80	10,10	1696,80
7804320303178	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO CASILLERO DEL DIABLO X 750 ML. SAUVIG. CAVERNET	Caja	12,00	12,00	144,00	20,00	22,00	3168,00
7759710183437	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO E.COPELLO X 750 ML. BORGOÑA	Caja	13,00	12,00	156,00	12,25	12,90	2012,40
7759710183406	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO E.COPELLO X 750 ML. ROSE	Caja	13,00	12,00	156,00	11,90	12,10	1887,60
7759710280211	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO E.COPELLO X 750 ML. TINTO	Caja	12,00	12,00	144,00	11,90	12,10	1742,40
7753612000014	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO OPORTO VENCEDOR X 750 ML. 3 PIERNAS	Caja	11,00	12,00	132,00	9,00	9,30	1227,60
7758218195942	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. BLANCO	Caja	11,00	12,00	132,00	11,80	12,10	1597,20
7758218195980	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. MAGDALENA	Caja	11,00	12,00	132,00	13,40	13,64	1800,48
7758218195966	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. MOSCATO	Caja	11,00	12,00	132,00	12,40	12,80	1689,60
7758218195959	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO SANTIAGO QUEIROLO X 750 ML. ROSE	Caja	14,00	12,00	168,00	12,50	13,00	2184,00
7750533000147	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO TABERNERO X 750 ML. BORGOÑA	Caja	18,00	12,00	216,00	13,00	13,55	2926,80
7750533017749	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO TABERNERO X 750 ML. ROSE	Caja	19,00	12,00	228,00	13,20	13,80	3146,40
7750359000369	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO TACAMA X 750 ML. ROSE	Caja	11,00	12,00	132,00	18..25	18,65	2461,80
7750359000215	MERCADERIAS	LICORES	VINOS	VINO TACAMA X 750 ML. TINTO	Caja	11,00	12,00	132,00	12,75	13,00	1716,00
7790036973746	MERCADERIAS	LICORES	VINOS EN CAJA	VINO UVITA X 750 ML.	Caja	11,00	12,00	132,00	8,68	8,99	1186,68
7751738001885	MERCADERIAS	LICORES	GIN Y VODKA	VODKA RUSSKAYA X 125ML.	Caja	19,00	12,00	228,00	2,44	2,64	601,92
7751738000673	MERCADERIAS	LICORES	GIN Y VODKA	VODKA RUSSKAYA X 750 ML	Caja	14,00	12,00	168,00	13,60	13,84	2325,12
5000267014074	MERCADERIAS	LICORES	WHISKIES	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. RED LABEL / CAJA	Caja	15,00	12,00	180,00	41,00	43,00	7740,00
5000267091013	MERCADERIAS	LICORES	WHISKIES	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. SWING / CAJA	Caja	10,00	12,00	120,00	108,00	110,00	13200,00
7750651000623	MERCADERIAS	LICORES	WHISKIES	WHISKY JOHNNIE WALKER X 750 ML. BLACK LABEL / LATA	Caja	9,00	12,00	108,00	108,00	110,00	11880,00
11569893	PRODUCTOS TERMINADOS	VINO	VINO	VINO EL ROBLE X 750 ML.	Caja	20,00	12,00	240,00	4,00	4,35	1044,00