



**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**E.A.P. DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**Evaluación e implementación de un sistema de gestión en  
el análisis de la capacidad para una mejor calidad de  
atención al cliente**

**TESINA**

Para optar el Título de Ingeniero Industrial

**AUTOR**

**Daniel Jesús Sobrevilla Tarazona**

LIMA – PERÚ  
2014

## **Agradecimientos:**

Al Ingeniero Luis Vergiu Canto, mi Asesor de Tesis por su tiempo y su amistad, a la Empresa Yobel Supply Chain Management que me facilitó datos usados en el presente trabajo y a todos aquellos que de una u otra manera me alentaron en la realización del presente trabajo

## INDICE

SUMARIO.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
1. CAPÍTULO I : ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	9
2. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. MARCO CONCEPTUAL.....	12
2.1.1. La logística.....	12
2.1.2. El servicio al cliente.....	12
2.1.3. La logística como ventaja competitiva.....	13
2.1.4. Gestión estratégica y logística.....	14
2.1.5. Indicadores de gestión.....	14
2.1.6. Productividad.....	15
2.2. MARCO GENERAL DE LA EMPRESA.....	16
2.2.1. Reseña histórica.....	16
2.2.2. Descripción de servicios.....	17
2.2.3. Estructura organizacional de la empresa.....	17
2.2.4. Pilares estratégicos.....	20
2.2.5. Principales Clientes.....	23
2.2.6. Layout – Los Olivos.....	24

3. CAPÍTULO III: METODOLOGÍA Y DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	25
3.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	25
3.1.1. Análisis general del proceso.....	27
3.1.1.1. Estructura Organizacional del proceso.....	28
3.1.1.2. Mapa de procesos.....	29
3.1.1.3. Procedimiento de los procesos.....	30
3.1.1.4. Productos que comercializa el cliente.....	34
3.1.1.5. Características del producto.....	36
3.1.1.6. Descripción del almacén.....	37
3.1.1.7. Layout de la bodega .....	38
3.1.1.8. Recepción de productos.....	39
3.1.1.9. Recursos .....	39
3.1.1.10. Acuerdos de servicio .....	41
3.1.1.11. Medición del servicio.....	43
3.1.1.12. Estructuración de los procesos de servicios de la empresa..	44
3.1.1.13. Problema central.....	45
3.1.1.14. Hechos relevantes al problema central.....	46
3.1.2. Análisis interno y externo (FODA).....	47
3.1.3. Análisis causa – efecto.....	49
3.1.4. Análisis cuantitativo.....	51
3.2. DESARROLLO DE UNA PROPUESTA DE MEJORA.....	55
3.2.1. Construcción del modelo.....	56
3.2.2. Modelo actual.....	57

3.2.2.1. Clientes.....	61
3.2.2.2. Características del envío.....	62
3.2.3. Modelo propuesto.....	63
3.2.3.1. Análisis del procedimiento de fraccionamiento.....	65
3.3. PROCEDIMIENTO.....	66
3.3.1. Cálculo para pallet incompleto.....	66
3.3.2. Cálculo para pallet completo.....	72
3.4. APLICACIÓN DEL SOFTWARE.....	75
4. CAPITULO IV: RESULTADOS .....	77
5. CONCLUSIONES .....	79
6. RECOMENDACIONES.....	80
7. BIBLIOGRAFÍA.....	81
8. ANEXOS.....	87

## GRAFICOS

Gráfico 1: Organigrama Yobel Supply Chain Management .....	20
Gráfico 2: Pilares estratégicos de la empresa.....	21
Gráfico 3: Principales clientes de la empresa .....	23
Gráfico 4: Layout de la empresa .....	24
Gráfico 5: Participación de los clientes en la empresa.....	27
Gráfico 6: Organigrama del Proceso.....	28
Gráfico 7: Mapa de procesos .....	29
Gráfico 8: Procedimiento de Recepción y Almacenamiento .....	30
Gráfico 9: Procedimiento del maquilado .....	31
Gráfico 10: Procedimiento del fraccionamiento.....	32
Gráfico 11: Procedimiento de Logística Inversa.....	33
Gráfico 12: Características del rotulado .....	36
Gráfico 13: Layout del Almacén .....	38
Gráfico 14: Estructuración de los procesos de servicio.....	44
Gráfico 15: Costo de Mano de Obra .....	46
Gráfico 16: FODA .....	48
Gráfico 17: Diagrama de Ishikawa .....	49
Gráfico 18: Diagrama Pareto .....	50
Gráfico 19: Ventas semanales .....	52
Gráfico 20: Ventas diarias.....	53
Gráfico 21: Costo fletes.....	54
Gráfico 22: Proceso de Recepción .....	57

Gráfico 23: Proceso de fraccionamiento .....	58
Gráfico 24: Personal administrativo .....	59
Gráfico 25: Flujo del proceso actual.....	60
Gráfico 26: Algoritmo propuesto .....	63
Gráfico 27: Flujo del proceso propuesto .....	64

## TABLAS

Tabla 1: Familias de productos .....	34
Tabla 2: Maestra de productos .....	35
Tabla 3: Bodegas del almacén.....	37
Tabla 4: Paises de procedencia.....	39
Tabla 5: Recursos.....	40
Tabla 6: Costo de Mano de Obra.....	45
Tabla 7: Causas de la baja productividad .....	49
Tabla 8: Analisis Causa-Efecto .....	50
Tabla 9: Principales clientes .....	61
Tabla 10: Características de envió.....	62
Tabla 11: Productividades por canal.....	77
Tabla 12: Resultados de la aplicación del programa .....	78

## SUMARIO

El siguiente trabajo se realizó con base en las necesidades propias del cliente (COLGATE PALMOLIVE PERU) correspondiente al negocio de operador logístico de la empresa YOBEL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT; buscando crear un modelo más acorde a las necesidades del cliente, generando una mayor flexibilidad en la prestación del servicio y capaz de integrar los elementos necesarios para la satisfacción de la misma logrando así un servicio de alta calidad que afiance la relación con el cliente.

Para la formulación de este nuevo modelo, se analizaron todos los procesos que comprenden el servicio que Yobel SCM presta a Colgate Palmolive, identificando al proceso de picking como aquel que proporciona un mayor valor agregado al negocio. Al término del análisis, se propone una plantilla en Excel con el nuevo modelo de gestión que nos permitirá conocer los tiempos reales de la atención del pedido de una manera interactiva donde se pueda administrar de una manera eficiente la capacidad de atención y así poder evaluar la factibilidad atender el pedido o la coordinación con el cliente para hacer algunos cambios y lograr una mejor calidad en la atención.

Se recomienda aplicar el presente proyecto, con lo que se obtendrá un buen ambiente de trabajo, mayor seguridad, menos costos incurridos por las horas extras mal administradas y una mayor productividad generando una mayor rentabilidad para la empresa.

## **SUMMARY**

The following work was carried out based on the needs of the customer (COLGATE PALMOLIVE Perú) corresponding to the logistics operator of YOBEL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT enterprise business; seeking to make one model more suitable to the needs of the client, creating greater flexibility in the provision of the service and capable of integrating the elements necessary for the satisfaction of the same thus achieving a high quality service that would deepen the relationship with the client.

For the formulation of this new model, all processes that comprise the service provided by Yobel SCM to Colgate Palmolive were analyzed, identifying the picking process as one that provides greater value to the business.

At the end of analysis, it proposes a template in Excel with the new management model that will allow us to know the actual times of the attention of the order in an interactive way where you can efficiently manage the attention span and thus be able to evaluate the feasibility to meet request or coordination with the client to make some changes and achieve a better quality of care.

It is recommended to apply this project, which will get a good working environment, greater safety, lesser costs incurred by poorly managed overtime and higher productivity generating greater profitability for the company.

## INTRODUCCIÓN

La logística es uno de los enfoques para alcanzar ventajas competitivas y con mayor fuerza ahora que los clientes cada vez tienen más información respecto a los productos que compran, sus productores, además son más exigentes con respecto a costos, calidad y servicio, (Avedaño, G. 2003; Giraldo, C.M, 2000; Poirer C 2001) “entendiendo por calidad del servicio, la capacidad de exceder las expectativas del cliente” (Berry, 1998, pág. Stanley, L.L; Winser, J.D 2001); con la logística se puede lograr reducción de costos en el manejo de materiales e información y diferenciación del producto gracias al servicio que se le proporcione al cliente; de esta manera, la logística toma un papel de importancia en las empresas. (Christopher, M. 1994).

Pero también salen a relucir problemas entre los que se encuentran la falta de una visión estratégica de la logística que esté de acuerdo con los objetivos de la empresa, se ve la logística como una herramienta netamente operativa en la que sólo se vive el día a día y la gestión se basa en estar “apagando incendios” y no se planifica a largo plazo. (Paloma, A. 2001; Dornier 1991, Fawcett y Clinton 1996)

Así como se ven problemas estratégicos, también se ven inconvenientes en la falta de visibilidad en la cadena de suministro, esta carencia se presenta porque no se tienen mediciones de la demanda, por ejemplo:

¿Cuánto se ha vendido, a qué precio, cuánto inventario hay en el sistema y dónde está exactamente? Esta falta de información o distorsión de la misma puede también crear el efecto Bullwhip (bola de nieve) tal como lo plantea (Sheu, J-B. 2003). Este efecto tiene un impacto significativo en los niveles de stock de seguridad de la cadena de suministros para satisfacer la demanda al mismo nivel de servicio. (Escalona, I 2004)

Otro problema que se presenta es el que nos plantea (Paloma, D 2001) "*La logística no ha sido interpretada como un instrumento necesario para lograr una correcta inserción en el mercado global con amplias ventajas.*", siendo complementado por el aporte de (Christopher, M. 2002) en donde expresa que las fluctuaciones en los diferentes aspectos en los que interviene la logística de abastecimiento es uno de los obstáculos que se presentan con mayor frecuencia, así pues el estar preparado para ello puede mejorar el desempeño de la cadena de abastecimiento y por lo tanto de todos los componentes de la misma con lo que logra tener una ventaja competitiva sostenida.

Teniendo en cuenta los problemas planteados anteriormente además que los constantes cambios en los diferentes aspectos en los que interviene la logística de abastecimiento es otro de los obstáculos que se presentan con mayor frecuencia; el estar preparado para ellos puede mejorar el desempeño de la cadena de abastecimiento y por lo tanto de todos los componentes de la misma con lo que se lograría tener una ventaja competitiva sostenida.

Se puede decir que la problemática principal de este tema es que no se tiene en cuenta la logística de abastecimiento como una visión estratégica (Arciniegas, H 1997) en las empresas, que abarque un nivel mucho mayor que la sola operatividad y con la cual se pueda lograr trazar los objetivos y metas de la organización acorde con los resultados que se buscan con la utilización de una buena gestión estratégica de la logística de abastecimiento. El efecto Bullwhip expone que la más mínima variación en la demanda del producto final, puede producir un gran trastorno en los proveedores de la cadena de suministro. Esta distorsión se puede generar por tres razones: Inclinación de la información de la demanda desde miembros aguas debajo de la cadena, demoras en la transferencia de operaciones y operaciones logísticas inadecuadas para responder a la demanda aguas abajo.

Es por ello que (Ariza, J, E 1997) plantea que es importante *“crear conciencia en la alta gerencia de que la logística empresarial debe estar en la agenda de los planes estratégicos de las compañías identificándola como una ventaja competitiva y de supervivencia.”*

Cómo se puede observar en los acápites anteriores, en la logística de abastecimiento existen muchos y diversos problemas que podrían generar cada uno de ellos una diferente investigación, por tal motivo creo que es prudente centrarse en uno sólo y teniendo en cuenta mi formación profesional y mi experiencia laboral, la pregunta a desarrollar en el trabajo de investigación con la

cual se intenta abarcar el problema principal de la logística de abastecimiento internacional será:

***¿Cuál debe ser el modelo de gestión que debería adoptar la empresa Yobel SCM como operador logístico y qué variables tomar en cuenta para determinar y diseñar sus estrategias de fraccionamiento?***

## **Caso Colgate Palmolive**

### **HIPÓTESIS**

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se puede entonces formular una hipótesis:

*No existe un modelo de gestión óptimo para la logística de fraccionamiento en la empresa Yobel SCM, que pueda lograr fuentes de ventajas competitivas.*

Para dar desarrollo a esta pregunta de investigación se seguirán los siguientes objetivos:

#### **Objetivo General:**

- Determinar y diseñar estrategias logísticas de fraccionamiento en la empresa Yobel SCM mediante un nuevo modelo de gestión. Caso Colgate Palmolive.

#### **Objetivos Específicos:**

- Analizar la situación actual de la empresa.
- Identificar y estudiar las principales características del proceso de abastecimiento o picking dentro del mapa de operaciones.
- Analizar las variables y criterios a tomar para el desarrollo del modelo de gestión.
- Proponer un modelo de gestión basado en la logística de abastecimiento que optimice la flexibilidad y la capacidad de atención en donde se pueda adaptar la logística a las necesidades cambiantes del cliente para una mejor calidad de atención.

Así pues esta tesis se divide en cuatro partes, en la primera se analiza a Yobel SCM desde un punto de vista general como operador logístico, en la segunda se estudiará el proceso de abastecimiento para el caso de Colgate viendo a detalle sus características, en la tercera parte se estudian las variables que se deberán tener en cuenta para el desarrollo del nuevo modelo de gestión y por último se desarrollará el nuevo modelo de gestión.

## **CAPITULO I: ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

### **ANTECEDENTES**

El acelerado proceso de globalización del sistema económico mundial, ha traído como consecuencia que las empresas reorienten su interés hacia la excelencia en la calidad de sus servicios dada las necesidades que tienen de competir para obtener y/o mantenerse dentro del mercado. En este caso Yobel SCM como un operador logístico, presta el servicio a Colgate Palmolive y es por ello que estamos hablando de una estrategia logística importante que es la subcontratación (outsourcing) (Gutiérrez, G 1998; Giraldo, C.M. 2000; Londoño, C.H 2002; Anderson, D & Normas, A.2002; Mentzer et al 2004), pues dadas las avanzadas técnicas y tecnologías existentes además de las altas inversiones a las que se verían obligadas a realizarlas empresas, éstas optan por tomar a terceros para realizar ciertas actividades logísticas, que en determinados casos pueden ser realizadas con mayor eficiencia y eficacia por terceros profesionales que por la misma empresa.

Utilizar un tercer socio logístico significa usar a una compañía externa para uno o más servicios logísticos sin importar que tan extensos, complicados o estratégicos sean esos servicios. (Marino G. 2002), además se debe tener en cuenta que los servicios logísticos se han vuelto una fuente de diferenciación entre firmas y se deben desarrollar ofertas de servicios logísticos globales para los clientes, lo cual sólo se logra con un buen socio o proveedor de servicio logístico. (Mentzer, J. et al. 2004).

## **JUSTIFICACION**

En el entorno actual, más competitivo y con menos margen, las organizaciones buscan continuamente oportunidades de mejora que las hagan más expertas en sus campos.

En ese sentido son más conscientes de la importancia de la gestión logística en general como parte esencial a la hora de aportar más valor a sus clientes y reducir los costes de la empresa.

Dada la importancia de la Logística en lo relacionado con el manejo y administración de la cadena de abastecimiento, producción, distribución de las empresas resulta imprescindible hoy en día tener una buena gestión logística ya que se ha transformado en un verdadero activo empresarial, sinónimo de eficiencia y excelencia en el servicio, lo cual se traduce en generar mayor valor.

El objeto de estudio de esta tesis es el proceso del picking para el cliente Colgate Palmolive dentro de los almacenes de Yobel SCM, ya que lo que se busca es la optimización de esta y así poder ofrecer un mejor servicio logístico.

Abordar el tema de optimización del proceso del picking constituye un gran aporte a la empresa, en este caso Yobel ya que al tener un claro conocimiento de la venta diaria, el jefe del proceso puede administrar mucho mejor sus recursos utilizando eficientemente las horas hombre que dispone y disminuyendo los costos por horas extras generadas por una mala administración.

Dentro de este contexto, el tema principal de la tesis es diseñar una estrategia logística en el fraccionamiento de la empresa Yobel SCM mediante un nuevo modelo de gestión con lo cual se logre generar una herramienta eficaz y eficiente para la administración de horas hombre disponibles que permita satisfacer la demanda, en este caso la venta diaria del cliente lo que viene a ser para el almacén el proceso de fraccionamiento y despacho; y de esta manera poder replicarla en todos los demás clientes y por qué no en otras empresas del área retail.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. MARCO CONCEPTUAL**

#### **2.1.1. La logística**

La logística se define como: *“esa parte de la gestión de la cadena de abastecimiento que planea, implementa y controla el flujo eficiente y efectivo de materiales hacia delante y hacia atrás, el almacenaje de bienes, la prestación de servicios y la información relacionada entre un punto de origen y un punto de consumo con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes”*.

En autores como (Bowersox, D.J et al 1986; Langley, C.J 1986; Christopher, 1994; Robenson J.F et al 1994; Lambert, D.M, et al 1998; Ballou, R, 1999; Harland et al 1999; Stock, R.J, et al 2000; Carrasco, J, 2000), aún quedan diversas definiciones de logística, se puede observar que todos ellos concuerdan en que la logística es un proceso en el que interactúan el aprovisionamiento de materias primas, insumos, servicios, etc., la planificación y programación de la producción, sistemas de información y la distribución final hasta el cliente.

#### **2.1.2. El servicio al cliente**

El servicio al cliente se ha convertido en “la disciplina de la década”. Esta cultura reconoce la necesidad de ser más sensible frente a las necesidades de los clientes y responder mejor a sus expectativas en cuanto al producto que están adquiriendo y el servicio que se les va a brindar.

Debido a la creciente proliferación de la cultura del servicio del cliente, el cliente mismo ha ido tomando cada vez más conciencia de lo que se hace en nombre

suyo, que su umbral de expectativas de servicio se ha elevado a tal punto que ya no se conforman con un servicio a medias o superficial. Lo que los clientes esperan de un llamado “buen servicio al cliente”, de acuerdo a investigaciones, es profundidad; es decir, la percepción de que están siendo atendidos con gusto y porque realmente se les aprecia (Patricia Wellington, 1997, p 50).

En una empresa orientada al servicio al cliente, “la satisfacción de estos, es el motor central de todas la ideas y actividades; pues el fin del negocio es el hacer y conservar a los clientes” (Malcolm Peel, 1991, p20).

### **2.1.3. La logística como ventaja competitiva**

La logística logra ser una fuente de ventajas competitivas gracias a la posible reducción de costos y diferenciación que se puede alcanzar con ella (Christopher, M, 1994) y por la obtención de las prioridades competitivas de las que hablan (Dornier, P.P. et al 1998). (Costo, calidad, servicio, flexibilidad). Así pues, mientras los servicios logísticos se han convertido en una fuente significativa de la diferenciación competitiva entre las empresas, los desafíos más significativos están referidos a las ofertas de servicios logísticos internacionales. (Mentzer, J.T, et al 2004).

#### **2.1.4. Gestión Estratégica Y Logística**

La estrategia según (Porter, M.E. 1999) es la flexibilidad de la empresa para responder rápidamente al cambio de la competencia y del mercado, comparándose continuamente con las mejores para optimizar sus prácticas, subcontratando decididamente para conseguir la eficiencia. Además, debe cultivar unas cuantas competencias esenciales en la carrera para aventajar a sus rivales.

Las estrategias son utilizadas por las empresas para alcanzar ventajas competitivas que generen mayor crecimiento en el mercado y sostenerse en el mismo, estas prioridades competitivas según Chen, I.J, et al (2004), se basa en bajo costo, flexibilidad, calidad, confiabilidad en la entrega, innovación, velocidad de respuesta, etc.; y tienen como objetivo el servicio al cliente por medio de la logística de abastecimiento, y se relacionan de cerca con la idea de estrategias genéricas de los negocios (liderazgo en costos, diferenciación y focalización) expresadas por (Porter, M 1990). Poirer, C (2001) también lo expone de otra forma: *“Las estrategias de negocios están transformándose en funciones intrínsecamente conectadas con las estrategias tanto de la cadena de aprovisionamiento como de la información.”*

#### **2.1.5. Indicadores De Gestión**

Los indicadores son herramientas gerenciales compuestas por los siguientes elementos: Un instrumento que mide algo con sentido para la gerencia, una meta genérica, una explosión gráfica del comportamiento que muestre la evolución y distintos tipos de análisis que sirven además de monitoreo y control para la

implantación, administración del cambio, comprender las causas fundamentales de los problemas. (Balboni, D 2001).

Los objetivos de los indicadores logísticos, según (Mora, L 2004) son:

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

### **2.1.6. Productividad**

La productividad es una medición básica del desempeño de las economías, industrias, empresas y procesos. La productividad es el valor de los productos (bienes y servicios), dividido entre los recursos (salario, costo de equipo y similares) que ha usado como insumo.

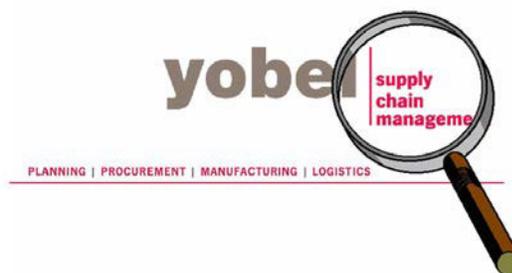
$$Productividad = \frac{Productos}{Insumos}$$

## 2.2. MARCO GENERAL DE LA EMPRESA

### 2.2.1. Reseña Histórica

Yobel Supply Chain Management es una empresa especializada en el manejo de cadenas de suministros para terceros, usa sistemas avanzados para integrar y simplificar las operaciones de sus clientes, incluyendo administración de inventarios, gestión de abastecimiento, gestión de fabricación, gestión de transportes y distribución, gestión de almacenes y gestión de la información.

Inició sus operaciones en 1966 y en la actualidad tiene más de 4,500 colaboradores. Yobel maneja más de 100,000 m2 de almacenes con una producción de más de 10 millones de unidades al mes, más de 60,000 ítems en inventario, entrega a más de 300,000 puntos de venta, picking de más de 10,000 pedidos diarios y administra más de 1500 vehículos. La oficina principal se encuentra en Daniel Olaechea 136 Jesús María, Lima, Perú. Sus almacenes se encuentran en Los Olivos y Lurín. También maneja operaciones Internacionales: Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Puerto Rico, República Dominicana y USA.



### **2.2.2. Descripción de servicios**

Los servicios ofrecidos por Yobel SCM, se pueden resumir de tres formas:

- Consultoría: Cuando el cliente no quiere tercerizar sus operaciones, pero necesita ayuda.
- In-House: Cuando el cliente necesita tercerizar sin dejar de usar sus activos.
- Outsourcing: Cuando el cliente quiere tercerizar utilizando los activos de Yobel.

### **2.2.3. Estructura organizacional de la empresa**

Yobel SCM está reconocida como una de las empresas líderes en su ramo y cuenta con profesionales dedicados al servicio de la optimización de procesos en las cadenas de suministro a través de sus 5 empresas:

#### **1. Yobel SCM Logistics**

Mediante el análisis de los movimientos de órdenes, pedidos y artículos, utilizando conceptos de Datawarehouse, se pueden identificar las causas a problemas que existen dentro del flujo de materiales en la cadena de suministros. En este sentido, la Unidad de Negocio de Logistics le brinda a su empresa la información de su operación logística en el momento adecuado a través de reportes e indicadores de gestión, lo que le permitirá tener una base objetiva para la toma de decisiones.

## 2. Yobel SCM Manufacturing

Por más de 40 años, la unidad de negocio de Manufacturing es líder a nivel latinoamericano en la fabricación de productos de consumo para terceros, viene ofreciendo soluciones inmediatas en los procesos de manufactura en cadena de suministro de sus renombrados clientes con la más alta tecnología aplicada a procesos productivos y procesos de negocios.

Se encarga de servicios de manufactura a terceros en: diseño, producción, envasado y transformación de productos.

Se especializa en la planificación, ingeniería, abastecimiento, construcción y manejo de plantas para garantizar alta flexibilidad a bajos costos operativos.

## 3. Yobel SCM Costume Jewelry

Es una Unidad de Negocio especializada en diseño y fabricación de joyas de gran valor tanto en plata sterling como en fantasía fina.

Se fabrican distintos productos como:

Collares – Pulseras – Aretes – Pendientes – Anillos – Prendedores – Botones

Los cuales pueden tener diferentes acabados de acuerdo a las necesidades de los clientes, teniendo como principales clientes a:

L´bel – Esika – Cyzone – Barbie

#### 4. Yobel SCM Personal Care

Es la unidad de negocio encargada de brindar servicios de representación y comercialización de productos de consumo masivo, representando a marcas nacionales como internacionales, teniendo como principales clientes a:

Cuidado e higiene Personal:	Isana, Buk-al, Depilé, Mommy, Vialé. OTC
farmacéuticos de uso externo:	Línea Hamamelis, Pastillas Buk, Thinso, Matazum, Oxy y Lip Ice
Fragancias:	Bel Natur, Sensaciones, Spring Flowers, Men's Active.

#### 5. Yobel SCM Consulting

Unidad que determina las estrategias que sincronizan las metas del negocio con las capacidades operativas, ofreciendo las siguientes líneas:

- Supply Chain Management (SCM): Compras – Logística - Manufactura
- Soluciones IT: configuración de la cadena, diseño de tableros de control, etc.
- Estrategias de negocio: Elaboración de planes estratégicos, capacitaciones, etc.

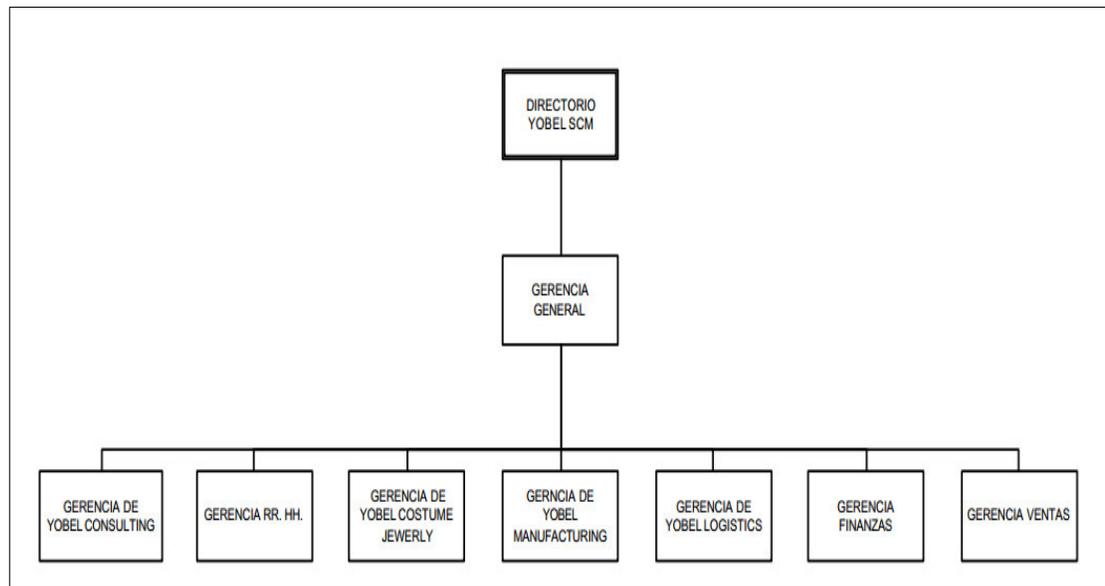


Gráfico 1: Organigrama Yobel Supply Chain Management  
Fuente: Yobel

#### 2.2.4. Pilares estratégicos

Visión: Ser una unidad de negocio líder que brinde un adecuado nivel de servicio a los clientes internos y externos, actuando dinámicamente ante las necesidades que surjan como parte de la empresa, estableciendo ratios de gestión que permitan medir e incrementar la eficiencia de los procesos.

Misión: Desarrollo continuo en la innovación de los procesos, planificando, dirigiendo y coordinando todas las actividades necesarias que permita un óptimo nivel.



Gráfico 2: Pilares estratégicos de la empresa  
Fuente: Yobel

Para lograr la visión de ser una unidad de negocio líder en el mercado, la empresa basa su plan estratégico en cuatro pilares:

- DETA (Desarrolla nuevos talentos y destrezas):  
Seleccionar al mejor talento y desarrollarlo permanentemente, impulsando la adquisición de destrezas para que puedan seguir creciendo.
- VETA (Trabaja con las fortalezas de la empresa para satisfacer a los clientes):  
Significa lograr mejores procesos para dar el mejor servicio con *velocidad, eficiencia, transparencia y adaptabilidad* en el trabajo para satisfacer a los clientes.

- FADE (Factor de desarrollo comercial):  
Busca un crecimiento sostenido en la medida que se logre diversificar la venta de los clientes y que la empresa pueda incursionar en su propia industria y servicios relacionados a la cadena de suministro de los clientes.
- EVA (Crea mayor valor económico para seguir creciendo):  
Es el valor monetario generado por las ventas de la UN o País, luego que se ha logrado cubrir los gastos y el costo de las inversiones en las operaciones (insumos, planillas, electricidad, impuestos, maquinaria, computadoras, etc.).  
  
Se puede resumir como la diferencia entre la utilidad operacional neta después de impuestos y el costo de capital total (incluyendo el costo de capital de patrimonio).

2.2.5. Principales Clientes



Gráfico 3: Principales clientes de la empresa  
Fuente: Yobel

2.2.6. Layout – Los Olivos



Gráfico 4: Layout de la empresa  
Fuente: Yobel

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA Y DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **3.1. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL**

Yobel SCM se encuentra en un rubro de empresas peruanas que en los últimos años han tenido un gran crecimiento debido justamente a que las grandes transnacionales están enfocadas en la razón de su negocio. Podemos citar como ejemplo de empresas que tercerizan su logística: Colgate, L'Oreal, Kraft, Kodak, grupo Gloria, Alicorp, entre otras. Este concepto en la logística, quiere decir que estas empresas tercerizan el almacenamiento de sus productos y/o su distribución a mayoristas y centros comerciales, de esta manera su capital lo invierten en el desarrollo de nuevos productos, marketing, etcétera y no en infraestructura para almacenar y/o gestionar los procesos logísticos para toda la cadena de suministros.

Los operadores logísticos que realizan la gestión de almacenar, distribuir e incluso manufacturar (Cadenas de Abastecimientos) se encuentran ahora en una ardua competencia por tener como clientes a las empresas transnacionales más representativas del mercado, entre estas cadenas tenemos el Almacén de Santa Isabel, Dinnet, Ransa, Yobel SCM, entre otros. Cabe resaltar que algunas de estas empresas cuentan con software integrales adecuados de almacenes, de programación, ruta óptima e incluso simulación del proceso en tiempo real, como el Almacén de Santa Isabel que se encuentra en la Av. Gambeta en el Callao; este software fue creado e implementado por ingenieros holandeses cuando la empresa pertenecía a AHOLD, una transnacional de ese país.

La empresa Ransa por otro lado, al estar dedicada íntegramente al negocio logístico tiene uno de los costos más competitivos en lo que se refiere a almacenamiento y distribución. Sin embargo, la empresa Yobel SCM, aunque tiene costos un poco más elevados en el área de logística tiene como una de sus fortalezas que en el Perú es la única empresa que le manufactura a Ebel Internacional, y además posee clientes de la talla de Hansaplast, Cornina, etcétera, es decir, posee procesos de planeamiento, manufactura, almacenamiento y distribución que pocas empresas poseen y, por lo tanto, al poseer más procesos y estar todos dentro de la misma empresa, la ganancia es única, se reducen los costos y de esta manera el beneficiado es el cliente.

Según lo expuesto en los puntos anteriores, a continuación se presenta el análisis de la situación actual del proceso Colgate Palmolive dentro de la empresa YOBEL Supply Chain Management; el cual permitirá identificar los puntos a mejorar y/o modificar; los cuales serán desarrollados a detalle en el planteamiento de la estrategia.

El análisis será desarrollado según la siguiente estructura:

- Análisis general del proceso
- Análisis Interno y Externo (Análisis FODA)
- Análisis Causa-efecto
- Análisis Cuantitativo

### 3.1.1. Análisis general del proceso

Colgate es uno de los procesos más complejos dentro de Yobel SCM, ya que al tener una mayor rotación de sus productos, este genera una mayor rentabilidad para la empresa. A niveles generales la cuenta tiene:

- 18% de participación dentro de la facturación anual de Yobel SCM.
- Recepción de 100 contenedores mensuales equivalentes a 1,920 Tm.
- Ingresos de 280,000 cajas
- Maquilado de 35,000 cajas
- Venta de 265,000 cajas
- Devoluciones de 1,200 cajas

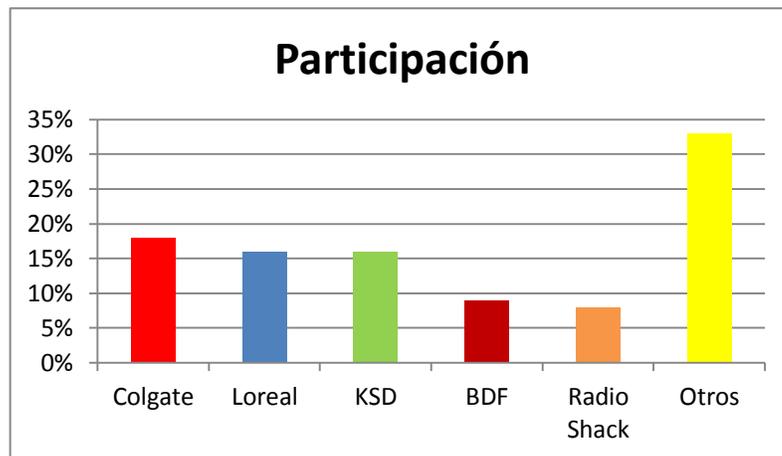


Gráfico 5: Participación de los clientes en la empresa  
Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.1.1. Estructura organizacional del proceso

Dentro de la Estructura corporativa se tiene:

- Directorio
- Gerente General de la Unidad de Negocio.
- Subgerente de la Unidad de Negocio.

Dentro del almacén de cada cliente se tiene definido la siguiente estructura:

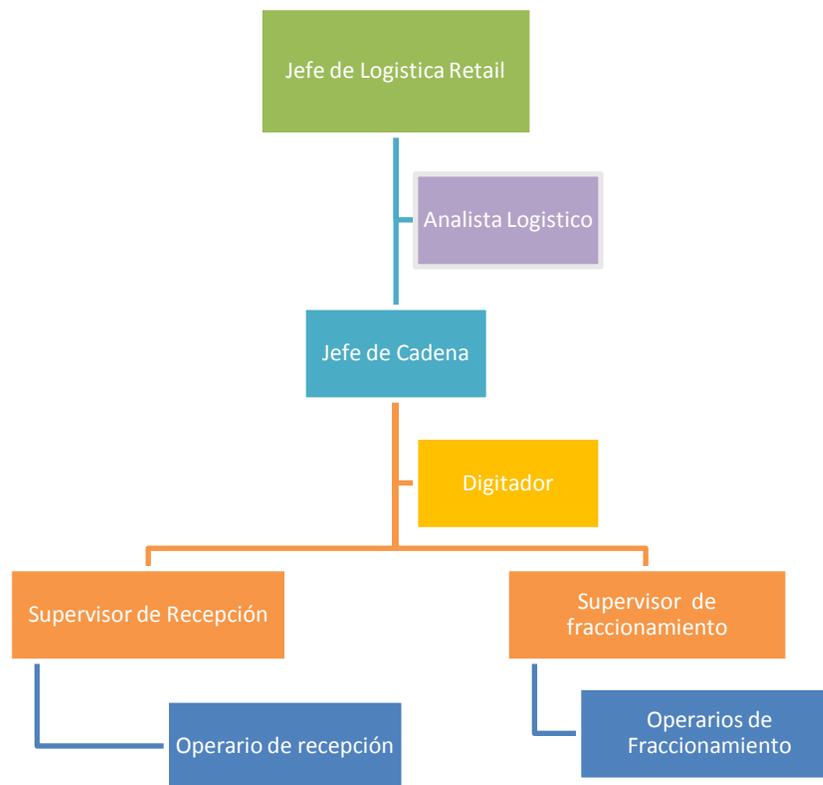


Gráfico 6: Organigrama del Proceso  
Fuente: Elaboración Propia

Actualmente el proceso Colgate cuenta con 3 turnos de trabajo, los cuales cada turno lo conforman 1 supervisor, 8 operarios (ya sea de recepción o

fraccionamiento). Adicionalmente a esto el primer turno cuenta con 1 jefe logístico, 1 analista logístico y 2 digitadores (1 digitador SAP y 1 digitador AS400).

### 3.1.1.2. Mapa de Procesos

El mapa de procesos en estudio lo podemos dividir en 3 grandes grupos:

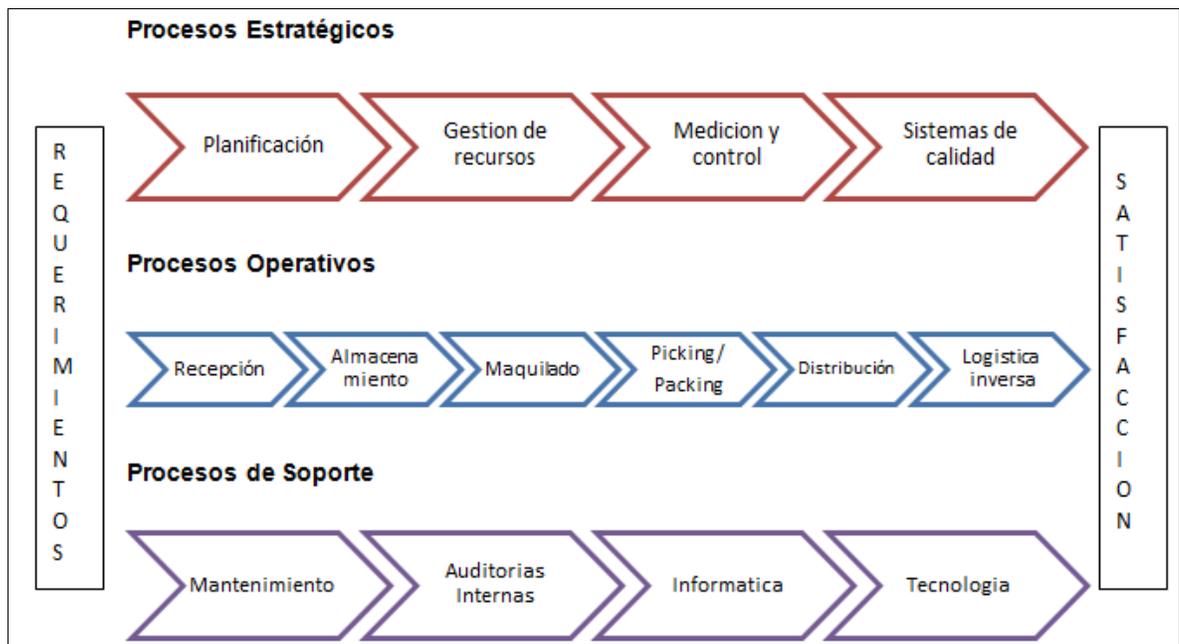


Gráfico 7: Mapa de procesos  
Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.1.3. Procedimiento para los procesos operativos

Los procedimientos o pasos que se siguen para realizar la operación en el día a día, lo podemos clasificar de la siguiente manera:

- Recepción y Almacenamiento

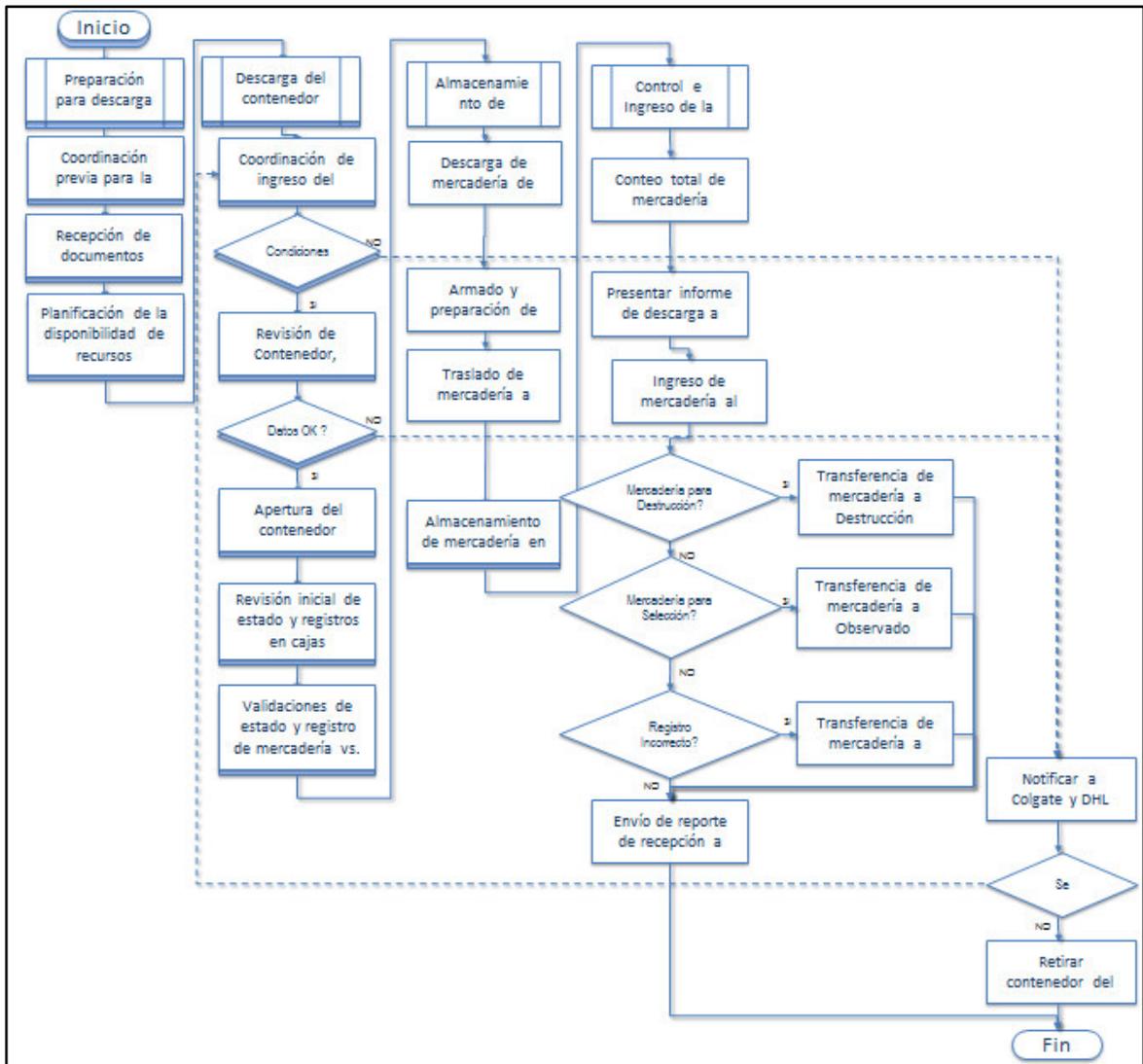


Gráfico 8: Procedimiento de Recepción y Almacenamiento  
Fuente: Yobel

- Maquilado

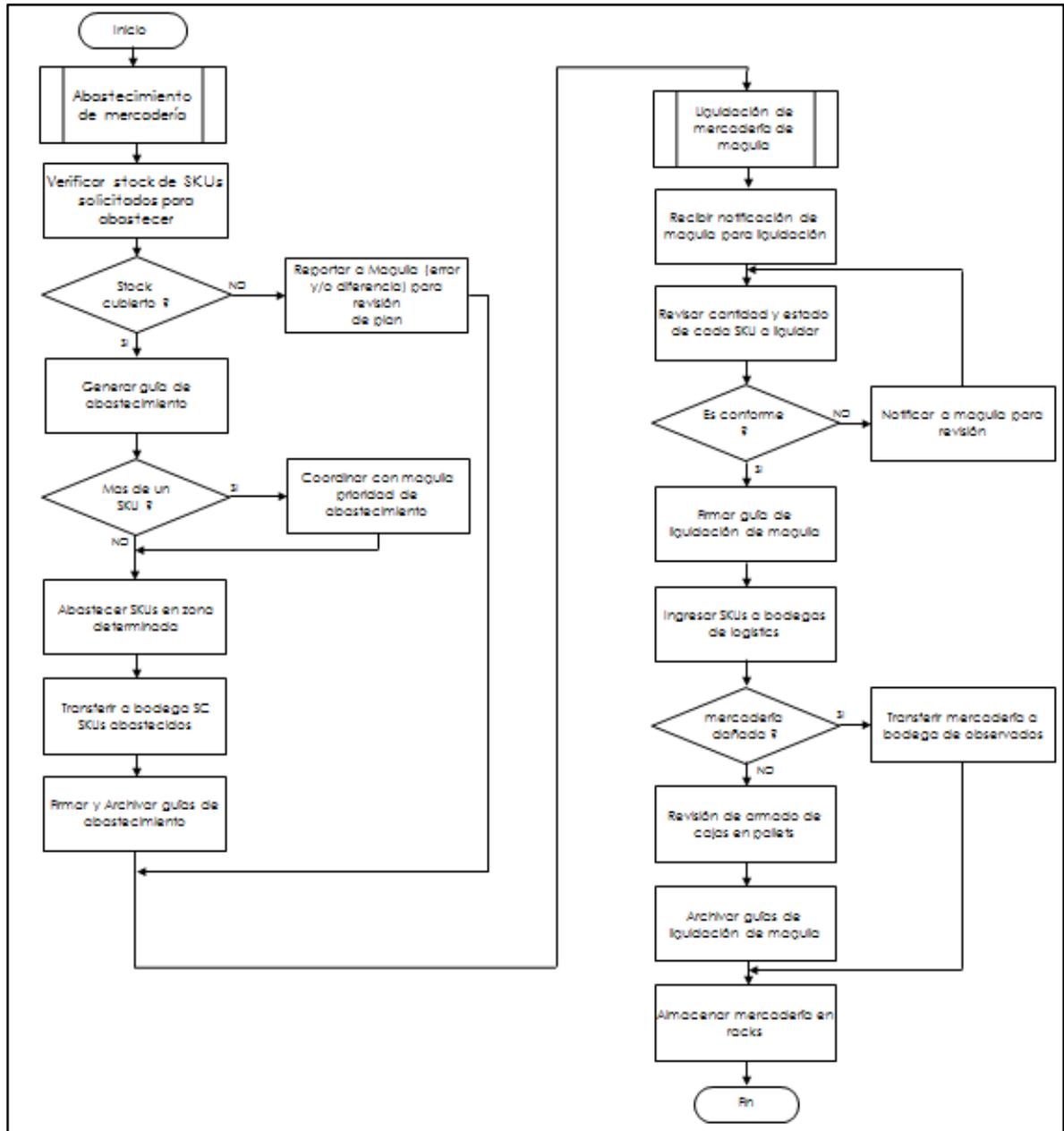


Gráfico 9: Procedimiento del maquilado  
Fuente: Yobel

- Picking / Packing y distribución

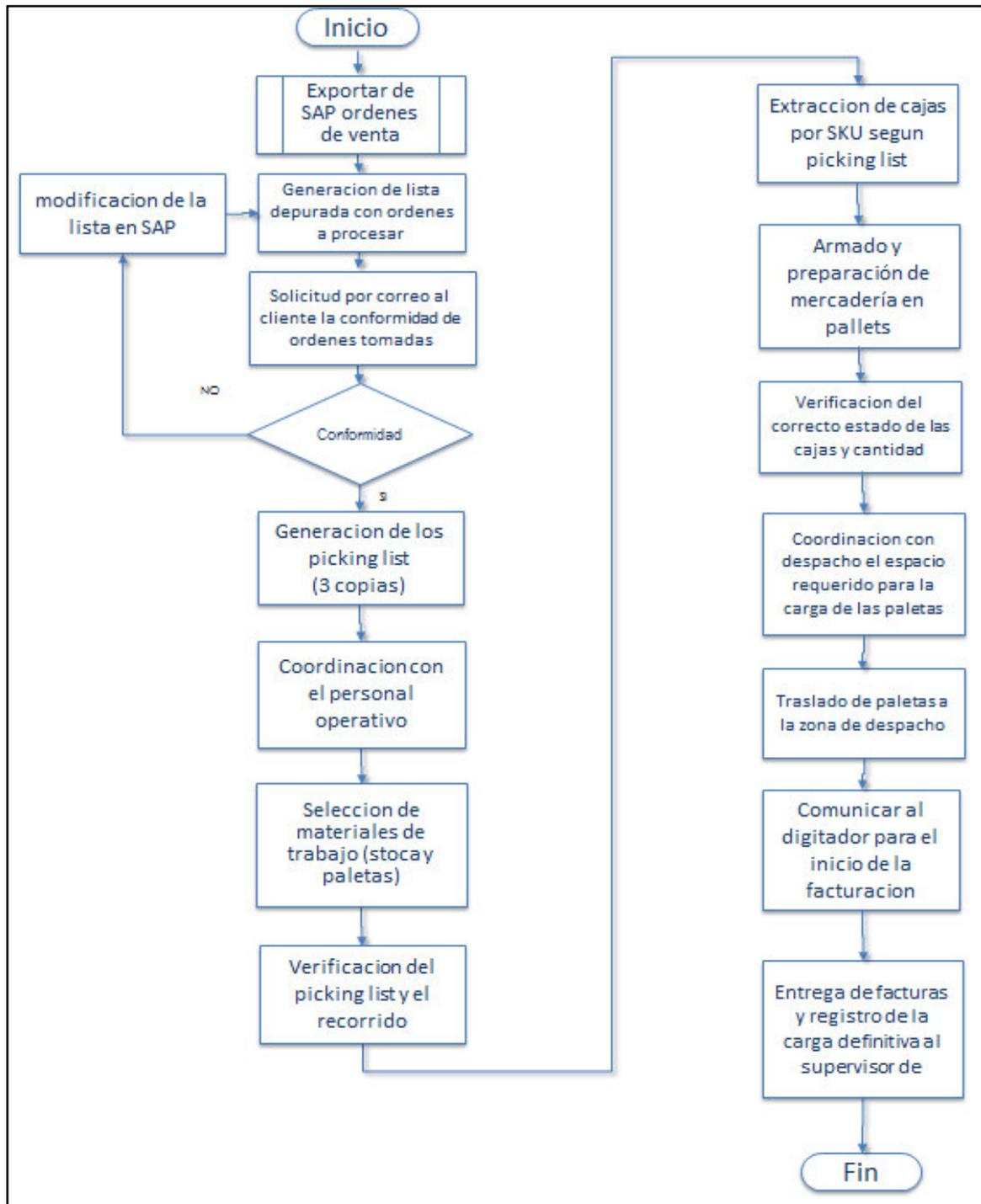


Gráfico 10: Procedimiento del fraccionamiento  
Fuente: Elaboración Propia

- Logística inversa

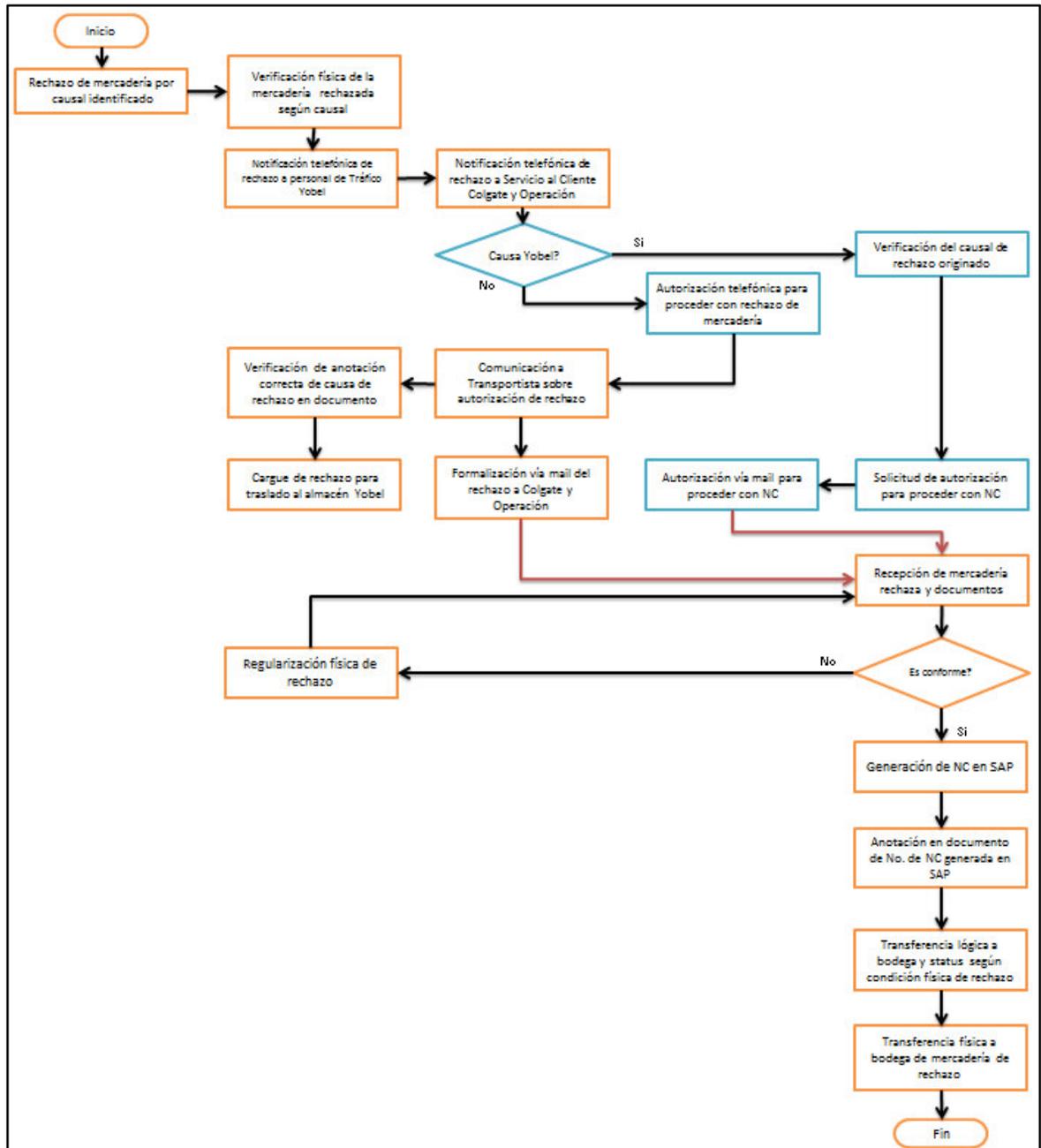


Gráfico 11: Procedimiento de Logística Inversa  
Fuente: Yobel

### 3.1.1.4. Productos que comercializa el cliente

Colgate a nivel de Perú, lo podemos distribuir en tres diferentes familias:

FAMILIA	DESCRIPCION	TIPO	MARCA	
Oral Care :	Productos para el cuidado bucal entre los que se encuentran las pastas dentales, cepillos, hilos dentales y enjuagues bucales.	Crema dental	Colgate	Kolynos
		Cepillo dental	Colgate	Kolynos
		Enjuague bucal	Plax	
		Hilo dental	Colgate	
Personal Care :	Productos para el cuidado personal entre los que se encuentran los desodorantes y jabones de baño o tocador.	Desodorante	Speed Stick	
		Jabon	Palmolive	Protex
		Jabon liquido	Palmolive	Protex
House Care :	Productos para el cuidado del hogar entre los que se encuentran los suavizantes de ropa y limpiadores para la	Suavizante	Suavitel	
		Limpiadores	Axion	

Tabla 1: Familias de productos  
Fuente: Elaboración Propia

En la siguiente tabla se puede apreciar algunos de los productos comercializados en Perú. Actualmente la bodega maneja un promedio de 200 códigos teniendo más de 1000 códigos históricos desde que Colgate ingreso al mercado Peruano.

Tipo	Material	Material description	EA/CS	Gross weight	CS/PAL
crema	FCO00098	TP Colgate TripleAction 75ml	72	8.73	50
	FCO34452B	Toothpaste KOLYNOS Super White 75cc	72	9.64	72
	FMX91137	Toothpaste COLGATE TOTAL 150ML	72	16.394	24
	FBR14508	Toothpaste COLGATE HERBAL 90G	48	5.137	108
Cepillo	FCN11634	Toothbrush COLG 360 ANTIBACTERIAL MEDIUM	12	0.379	340
	FCN18555	T.B COLGATE PORTABLE SOFT	12	0.43	340
	FCN63120	Toothbrush COLGATE Tripleaction Med 2x1	12	0.558	224
	FCN05512	Tb CLGTE 360 LUMINOUS Full head med	12	0.367	340
Plax	FBRE13597A	Mouthwash COLGATE PLAX ICE 60mL	72	5.844	96
	FBR18005	Mouthwash COLGATE PLAX ALCOHOL FREE 60ML	72	5.595	96
	FBR17941	Mouthwash COLG LUMINOUS WHITE 60ML	72	5.597	96
	FBR13680	Mouthwash COLG PLAX TEA FRESH 500ML	12	7.008	64
Hilo	FBR18308	Dental Floss COLG TOT FLUORIDE MINT 25M	24	0.695	207
	FBR18320A	DENTAL FLOSS COLGATE TOTAL 25 MT	24	0.596	252
	FBR18302A	Dental Floss COLGATE MINT 50M	48	1.056	189
Deo	FCO47008	Deodorant Speed Stick24x7 Active Cr12g	24	6.102	70
	FUS00442	Deodorant MENNEN SPEED S APAvalanche 50G	12	1.295	320
	FCO47008A	Deodorant Speed Stick24x7 Active Cr12g	24	6.184	68
	FMX05530	Deo SS Naturals & Protect Spray AP 100G	12	1.916	155
Jabon	FCO42000A	Toilet Bar Soap PROTEX Herbal 150g	72	11.44	70
	FCO42025	Soap PROTEX Oats 130g	72	10.26	70
	FCO42030	Soap PROTEX Aloe 130g	72	10.26	70
	FCO91066A	Soap PALMOLIVE Olive Aloe 3x110g	24	8.426	75
Jabon liq.	FMX00577	Sh PALMOLIVE NATURALS Ceramide 900 ML	12	12.121	30
	FUS42031	Liquid Hand Soap PROTEX Oats 221ml	12	3.327	132
	FBR11601A	Sw Gel PROTEX PROPOLIS 250ML	12	3.582	192
	FMX05306	LHS PROTEX Vitamin E 221ML	12	3.498	132
Suavitel	FCO28025	SUAVITEL Fresh Spring 200cc	48	10.67	49
	FCO28027A	SOFLAN SUAVITEL Fresh Spring 5L	3	16	30
	FCO28048	Softener SUAVITEL Fresh Lavander 1000cc	12	13.09	30
	FMX03288	Soft SUAVITEL MM Hug of Love 1.3 L	12	16.972	21
Detergente	FCO00862	AXION SpringSensation green Apple 800ml	12	10.784	36
	FCO23716	Powder Cleanser AJAX Cloro 500gr	24	13.383	54
	FCO38039	Axion Liq Baking Soda 800ml	12	10.784	36
	FCO82025	Ajax FdF Apple 1L Free 250cc	12	13.394	36

Tabla 2: Maestra de productos  
Fuente: Yobel

EA/CS = Unidades por cajas  
CS/PL= Cajas por paleta

### 3.1.1.5. Características del producto

Todos los productos comercializados por Colgate Palmolive se manejan de manera estandarizada teniendo varias características en las cajas como:

- Forma de apilamiento o amarre.
- Cantidad de unidades por caja.
- Descripción y código del producto.
- Cantidad de cajas por paleta.
- Lote de producción.
- Código de barras.
- EAN 14.



Gráfico 12: Características del rotulado  
Fuente: Yobel

### 3.1.1.6. Descripción del almacén

Yobel almacena los productos de Colgate dentro de racks selectivos teniendo en cuenta que se manejan pocos códigos pero en gran volumen dividiéndolo en 3 bodegas las cuales tienen 3 estatus c/u. tal como se muestra en la tabla adjunta.

MAESTRA DE BODEGAS COLGATE-PALMOLIVE PERU S.A.				
Storage L. SAP	Status SAP	Comentario	Comentario	Unidad EA o Cajas CS
FG	UR	DISPONIBLE	Producto disponible para la venta.	CS
	QI	RS/ARTE/EAN	Falla en RS ó Arte ó EAN	CS
	BL	TRANSITO	Producto que ingresa por concepto de devoluciones y rechazos. Bodega temporal hasta decidir ubicación.	CS
OVF	UR	DONACION	Daño Donable (No se puede Recuperar y/o Daño que no implica Destruir)	CS
	QI	YOBEL	Daño Yobel Producto dañado por Yobel	CS
	BL	FALTANTES	Faltantes de mercadería Unidades faltantes en CS y/o CS perdidas.	EA
DRC	UR	CORRUGADO	Daño Caja Daño solo en Caja corrugada	CS
	QI	SELECCIÓN	Daño Selección (Caja contiene unidades en buen y mal estado para separar)	CS & EA
	BL	DESTRUCCION	Daño Destrucción Daño total de mercadería o mercadería vencida (Irrecuperable)	CS & EA
	SC	Manufacturas	En bodega de Maquila (Armado de packs ó Colocacion ó Recuperados), Se Divide en Vendor	CS

Tabla 3: Bodegas del almacén  
Fuente: Yobel

### 3.1.1.7. Layout de la Bodega

El almacén cuenta con una capacidad de almacenaje para 5500 paletas entre mercadería disponible y mercadería en cuarentena. A pesar de ser un almacén caótico por la cantidad de volumen que se mueve a diario, el almacén está distribuido por familias para un mejor y optimizar el recorrido que se tiene que realizar ya sea para el almacenamiento y fraccionamiento.

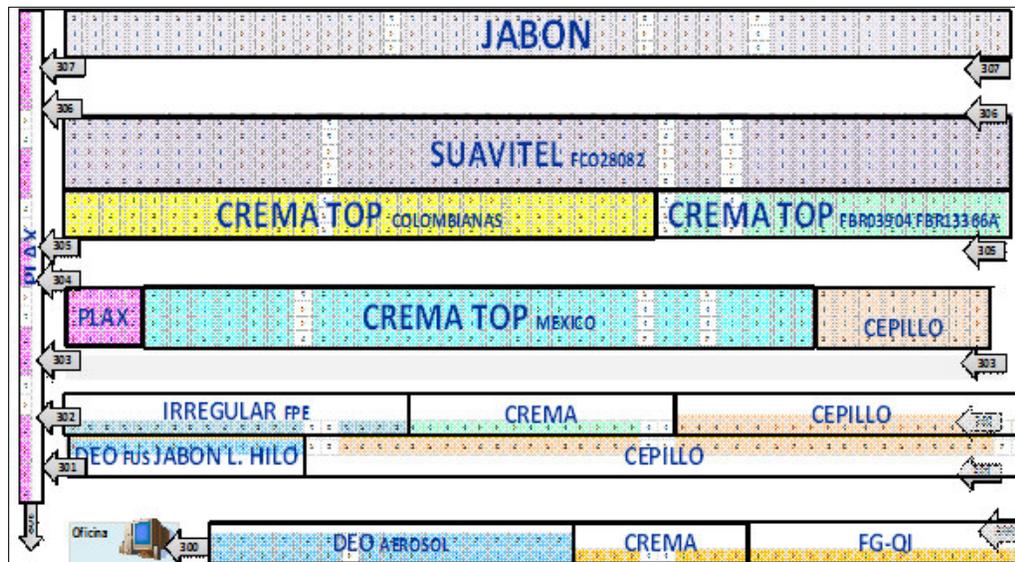


Gráfico 13: Layout del Almacén  
Fuente: Yobel

### 3.1.1.8. Recepción de productos

Actualmente los productos que la compañía de Colgate Palmolive comercializa a nivel nacional son importados de distintos países como se puede apreciar en el cuadro debido a que Colgate no cuenta con una planta industrial en Perú.

En promedio Colgate ingresa al almacén 100 contenedores por mes de 30 Tm, los cuales son equivalentes a 55 paletas por contenedor.

	<b>PAÍS</b>	<b>ABREVIADO</b>
<b>PAISES INTEGRADOS</b> <i>(Región Andina y México)</i>	•Argentina	<i>FAR</i>
	•Brasil	<i>FBR</i>
	•Colombia	<i>FCO</i>
	•México	<i>FMX, FMXE</i>
<b>PAISES NO INTEGRADOS</b>	•China	<i>FCN</i>
	•EEUU	<i>FUS, AUS</i>
	•Puerto Rico	<i>FPR</i>
	•Suíza	<i>FCH</i>

Tabla 4: Países de procedencia  
Fuente: Yobel

### 3.1.1.9. Recursos

Para almacenar las mercancías, además de la nave o edificio, las instalaciones y los recursos humanos o personas que trabajan en el almacén, se requiere de una serie de equipos que permitan: minimizar el tiempo en las tareas de manipulación y almacenamiento; evitar que los trabajadores hagan esfuerzos excesivos en el

manejo de lotes grandes o mercancías voluminosas; reducir costes, etcétera, y que al mismo tiempo contribuyan a realizar las actividades de forma más eficiente.

Se puede resumir en 3 grupos:

	Recursos	Cantidad
RRHH	Jefe Logístico	1
	Analista Logístico	1
	Supervisor Recepción	1
	Supervisor Fraccionamiento	2
	Digitadores	2
	Operarios Recepción	8
	Operarios Fraccionamiento	16
	<b>Total</b>	<b>31</b>

	Recursos	Cantidad
Tecnología	Estoca	8
	Acarreador	2
	Trilateral	1
	Montacarga	2
	<b>Total</b>	<b>13</b>

	Recursos	Cantidad
Sist. de gestión	Módulo SAP R/3	2
	AS400	3
	Excel	5
	<b>Total</b>	<b>10</b>

Tabla 5: Recursos  
Fuente: Elaboración Propia

### **3.1.1.10. Acuerdos de Niveles de Servicio**

Teniendo en cuenta la importancia de los acuerdos entre el operador logístico y el cliente, Colgate Palmolive contrata los servicios de Yobel SCM para que le brinde los siguientes servicios:

- Recepción, descargue, almacenamiento, custodia y gestión de distribución de los productos a realizarse en el local de Yobel SCM.
- Administrar y controlar los inventarios de los productos.
- Administración de recepciones y despachos de los productos, a estos efectos Yobel Logistics prestará el servicio de montacargas para las operaciones de descargue de camiones, ubicación del producto en el lugar de almacenamiento en entregarlo en carga al transportista designado. Yobel asume la responsabilidad por los daños ocasionados dentro de la operación.
- Acondicionar los productos para su transporte y reparto a nivel nacional, de acuerdo a las especificaciones y ordenes de Colgate Palmolive.
- Administración y organización del transporte y reparto de los productos, a través de los medios de transportes designados por Colgate Palmolive.
- A efecto del transporte de los productos desde el local de Yobel Logísticas a los destinos indicados por Colgate Palmolive, Yobel Logistics procederá a imprimir las correspondientes facturas o guías que sustentan el traslado de la mercadería en los formatos que oportunamente le haya entregado Colgate Palmolive.

- Administrar las devoluciones y rechazos de los productos que se efectúen por parte de los clientes de Colgate Palmolive.
- Proporcionar a través de medios informáticos de información sobre la recepción, devoluciones, los saldos y el reparto de la mercadería.

Por otra parte, Colgate se compromete a realizar lo siguiente:

- Colgate Palmolive se obliga a entregar los productos para su reparto en perfectas condiciones, siendo de exclusiva responsabilidad cualquier deficiencia proveniente de fabricación y/o empaque de los mismos.
- Los productos serán transportados a los almacenes de Yobel desde el puerto por cuenta y riesgo de Colgate Palmolive.
- Para la recepción de mercadería, Colgate Palmolive enviará vía e-mail a Yobel Logistics, la factura y el packing list de la importación con una anticipación de 24horas. La mercadería debe llegar al local de Yobel con los documentos oficiales (G/R o los que el cliente determine).
- Los horarios de atención para la recepción son de lunes a viernes de 7:00 am a 5:00pm y sábados de 8:00 am a 1:00 pm. En caso de llegar fuera de ese horario, el cliente se hará responsable de los sobrecostos que estos generen.
- Para el Picking y preparación del despacho, el cliente realizará un corte de la facturación de lunes a viernes a las 11:30 am enviando la data a Yobel Logistics vía SAP, en caso de alguna contingencia el cliente es responsable de hacer llegar por otros medios la información al almacén.

### **3.1.1.11. Mediciones de Niveles de Servicio**

Para evaluar la operación de Yobel Logistics, se tendrán los siguientes indicadores:

Recepción: Recepción de contenedores e ingresos al sistema lo cual se realizara en un plazo máximo de 24 horas de recibido los productos.

Almacén: Exactitud de inventarios (ERI) mínima de 98% de todos los SKU's medidos en cajas y valor absoluto. A estos efectos, Yobel se obliga a entregar los siguientes reportes:

- Reporte mensual de inventario cíclico.
- Reporte de 2 inventarios anuales del total de SKU's.
- Reporte bimestral de fecha de vencimiento de productos menores a 1 año.
- Reporte de explicación de diferencia de inventarios.
- Reporte semanal de calidad de productos recibidos (a nivel de productos deteriorados en el empaque original).

Distribución: Pedido perfecto (cantidad, cálida, tiempo) 98% por mes, estando obligado Yobel a entregar un reporte mensual de despachos a clientes no entregados a tiempo y causas.

Lead Time: Reparto en Lima hasta 24 horas (desde la recepción de la orden de atención) y en Provincia según el tiempo de entrega pactado con el transportista.

### 3.1.1.12. Estructuración de los procesos de servicio de la empresa

La estructura que se conecta efectivamente con el servicio brindado por YOBEL SCM es la de trastienda, ya que su servicio brindado es estandarizado y con muy poca interacción con el cliente, lo que conlleva a que su flujo sea en línea, tenga trabajos rutinarios y de fácil comprensión de sus empleados.

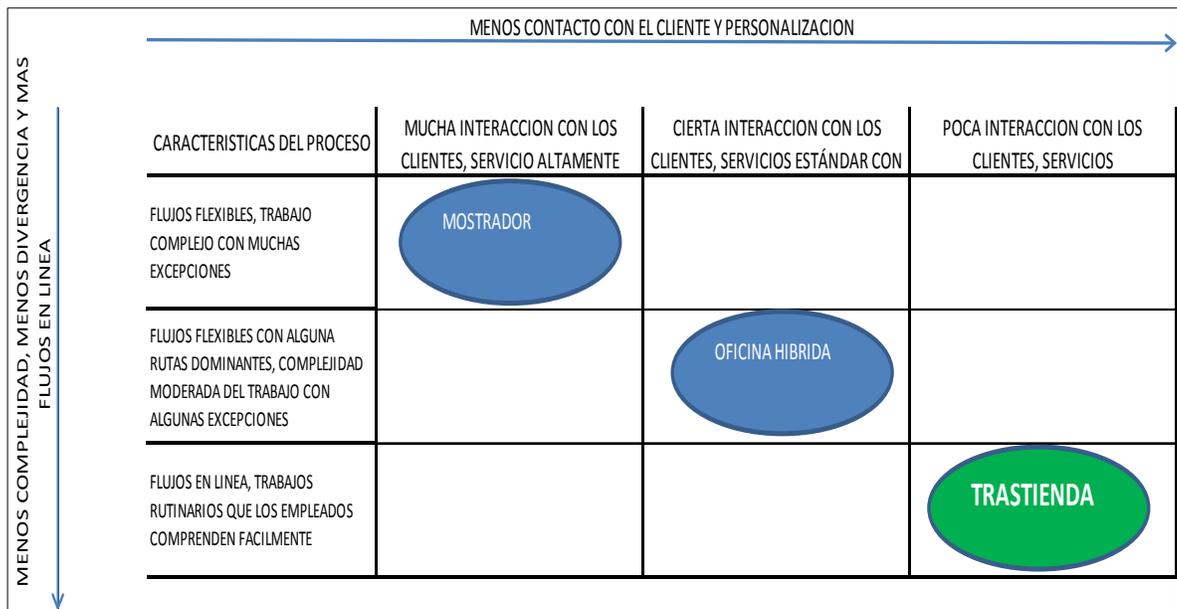


Gráfico 14: Estructuración de los procesos de servicio  
Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.1.13. Problema Central

Se ha identificado que durante los periodos en que la demanda de los productos es alta, el tiempo de Picking para el despacho tarda más por pedido a despachar que en las épocas de demanda regular. Esto impacta directamente en el surtido de pedidos, puesto que al buscar lograr el cumplimiento de fechas de entrega con el cliente, la empresa incurre en horas extras de trabajo, las cuales, naturalmente son asumidas por la empresa, generando así un sobre costo en el concepto de mano de obra directa. Por tanto, existe un problema de productividad, evaluado en función de los pedidos despachados sobre las horas hombre incurridas.

Tal como se muestra a continuación, el nivel de horas extras para realizar esta actividad va en aumento originando un impacto en costo en mano de obra mayor a s/.5,000 mensuales.

Proceso Retail	Atencion mensual								
	jul-12	ago-12	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	ene-13	feb-13	mar-13
Fraccionamiento (Tn)	1668	1741	1625	1619	1722	1208	1865	1757	1797
Horas Extras operarios	234	184.22	172.47	279.55	382.85	210.4	386.6	353.71	347.54
horas extras empleados	50	101.85	75.1	100.75	78.1	55.4	93.9	155.58	106.17
costo operarios	2378.13	1871.92	1752.52	2840.65	3890.34	2140.42	3928.62	3868.79	3782.16
costo empleados	1933.34	1782.62	1396.5	1898.62	1443.23	944.29	1870.12	2981.63	1839.35
<b>Costo total mano de obra</b>	<b>S/. 4,311.47</b>	<b>S/. 3,654.54</b>	<b>S/. 3,149.02</b>	<b>S/. 4,739.27</b>	<b>S/. 5,333.57</b>	<b>S/. 3,084.71</b>	<b>S/. 5,798.74</b>	<b>S/. 6,850.42</b>	<b>S/. 5,621.51</b>

Tabla 6: Costo de Mano de Obra  
Fuente: Elaboración Propia

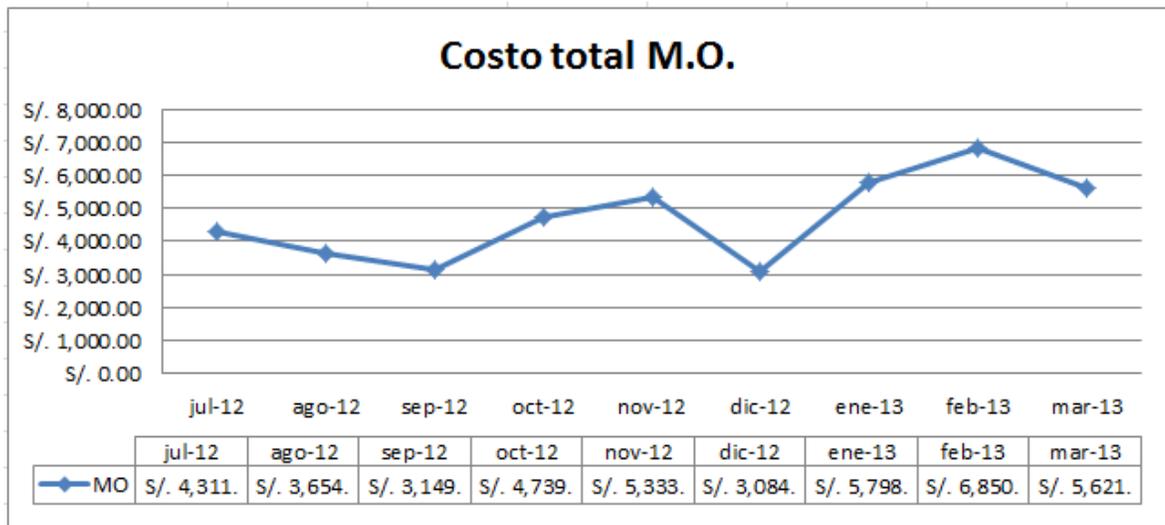


Gráfico 15: Costo de Mano de Obra  
Fuente: Elaboración Propia

Según las proyecciones de demanda, se espera para el siguiente periodo un creciente % en los periodos de alza. Debido a esta proyección, es necesario revertir la situación actual en las actividades de fraccionamiento, buscando reducir el sobre costo generado en las horas hombre empleadas para su ejecución.

#### **3.1.1.14. Hechos relevantes al problema central**

Falta de planeamiento

- La visibilidad previa de la carga laboral no permite la planeación de recursos ya que solo se tiene como información el tonelaje de la venta, mas no una información clara de que exactamente se va a fraccionar y para que clientes.
- Las unidades acondicionadas se controlan visualmente.

### Falta de control

- Carecen de DOP y balance de línea.
- No se tiene control de las productividades y por ende todo se maneja de manera empírica.
- Carecen de herramientas como indicadores para el control del avance.
- Se efectúan actividades por iniciativa del personal.

### **3.1.2. Análisis Interno y Externo (FODA)**

Se presenta a continuación, el análisis FODA aplicado a la empresa en estudio, según la información proporcionada.

OPORTUNIDADES		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
O1	Ampliar la cartera de clientes a nivel nacional e internacional.	F1	Se cuenta con personal altamente capacitado y con experiencia en todas las áreas de la organización.	D1	Se desconoce la productividad del proceso para un mejor manejo de las capacidades.
O2	El nivel de ingresos económicos tiene un crecimiento debido al aumento de ventas a nivel local.	F2	Infraestructura acondicionada para los servicios brindados en cumplimiento con las exigencias de nuestros clientes.	D2	Deficiencias en aspectos tecnológicos debido a las grandes exigencias de los clientes.
O3	Cambios y actualizaciones en la versión del actual sistema de información, por lo que la empresa debe estar dispuesta realizar para no quedar obsoletos.	F3	Existe una gran cartera de clientes en todos los niveles de mercado objetivo.	D3	Problemas de administración de información para un mejor manejo de tiempos.
O4	Desarrollo de nuevos modelos de gestión que optimicen recursos y den una mayor flexibilidad al cliente.	F4	Existe una proyección de ventas mensual el cual da cierta visibilidad en la administración.	D4	No existe una correcta gestión de los recursos.
A1	Existe amplia y poderosa competencia.	1	Incrementar un plan de marketing que permita al reconocimiento de nuestra organización y mejorar la competitividad. (F1, O2).	1	Mejorar las técnicas de mercadotecnia para alcanzar todos los niveles del mercado. (D2, O1, O2).
A2	Influencia de los factores macroeconómicos los cuales pueden desviar los sistemas de control y producción.	2	Innovar constantemente los desarrollos de sistemas de información para los clientes. (F3, O1).	2	Promover programas de capacitación para mejorar las gestiones y priorización de los pedidos (D4, O4).
A3	Existencia de gran necesidad de adaptabilidad a los requerimientos cambiantes de los clientes.	3	Brindar productos y servicios de calidad certificados por las normas ISO. (F3, O4).	1	Crear y rediseñar los procesos que padezcan deficiencias. (D1, D4, A1, A3).
		4	Aprovechar los conocimientos tecnológicos para mejorar la imagen de la empresa y satisfacer a clientes cada vez más exigentes. (F1, F2, O1, O4)	2	Administrar correctamente la información para optimizar los recursos y ofrecer servicios cada vez mejor elaborados y planificados. (D3, D4, A3).

Gráfico 16: FODA

Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.3. Análisis Causa-Efecto

Con la finalidad de identificar los factores que originan el escenario actual se realizó un análisis causa-efecto y análisis de Pareto.

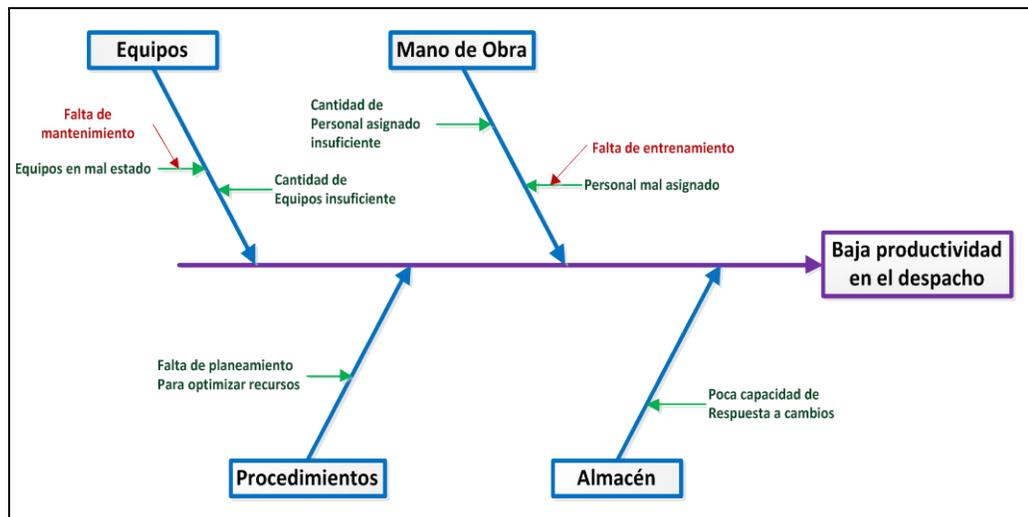


Gráfico 17: Diagrama de Ishikawa  
Fuente: Elaboración Propia

Una vez evaluados los factores que influyen en las actividades de despacho se identificaron las causas principales y secundarias de cada uno de ellos, se realizó un estudio de la frecuencia con la que dichas causas aparecen durante el despacho, obteniendo así el siguiente cuadro: (Tabla 7)

Proceso	Efecto	Factores	Causas	Codigo	Frecuencia
Fraccionamiento	Baja Productividad	Equipos	Equipos en mal estado	E1	2
			Cantidad de equipos insuficiente	E2	3
		Mano de Obra	Cantidad de personal insuficiente	M1	5
			Personal mal asignado	M2	6
		Procedimientos	Falta de planeamiento para optimizar recursos	P1	9
		Almacen	Poca capacidad de respuesta al cambio	A1	7

Tabla 7: Causas de la baja productividad  
Fuente: Elaboración Propia

Para identificar la causa con mayor incidencia se realizó un análisis Pareto, donde se observa claramente que las causas que afectan mayormente en la baja productividad se centran en falta de planeamiento para optimizar recursos.

Factores	Causas	Codigo	Frecuencia	%	Acumulado
Procedimientos	Falta de planeamiento para optimizar recursos	P1	9	28%	28%
Almacen	Poca capacidad de respuesta al cambio	A1	7	22%	50%
Mano de Obra	Personal mal asignado	M2	6	19%	69%
	Cantidad de personal insuficiente	M1	5	16%	84%
Equipos	Cantidad de equipos insuficiente	E2	3	9%	94%
	Equipos en mal estado	E1	2	6%	100%

Tabla 8: Analisis Causa-Efecto  
Fuente: Elaboración Propia

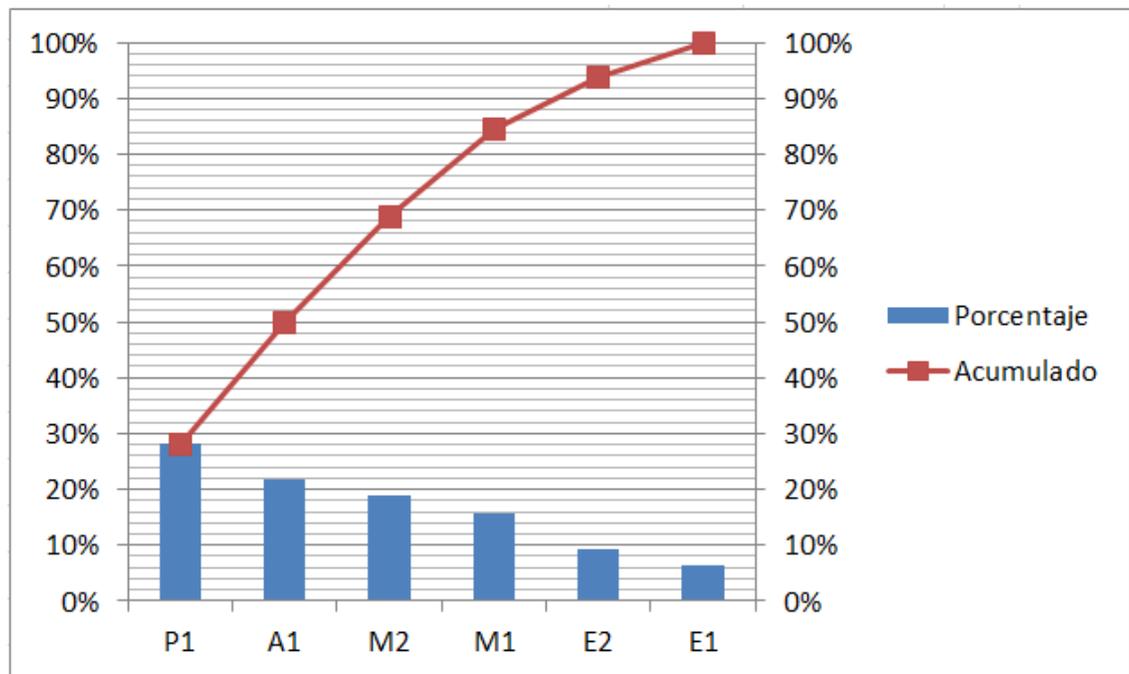


Gráfico 18: Diagrama Pareto  
Fuente: Elaboración Propia

Según el análisis, las causas del problema que deben ser tratadas con prioridad son las referentes a la falta de planeamiento para optimizar recursos y poca capacidad de respuesta a cambios.

Durante el análisis causa-efecto, se evidenció que la falta de planeamiento para optimizar recursos reside en un modelo de trabajo poco eficiente. Así mismo al no tener un control del avance, disminuye la velocidad de respuestas a los cambios que se presenten; estos dificultan el proceso de fraccionamiento haciéndolo más lento e incurriendo en más horas hombres.

#### **3.1.4. Análisis Cuantitativo**

Se realizó un análisis cuantitativo de las ventas en función al tonelaje despachado dividiendo los pedidos en 3 diferentes canales:

- Autoservicios (Metro - Supermercados Peruanos - Tottus)
- Lima (Mayoristas – Farmacias)
- Provincia (Mayoristas)

## ANALISIS SEMANAL

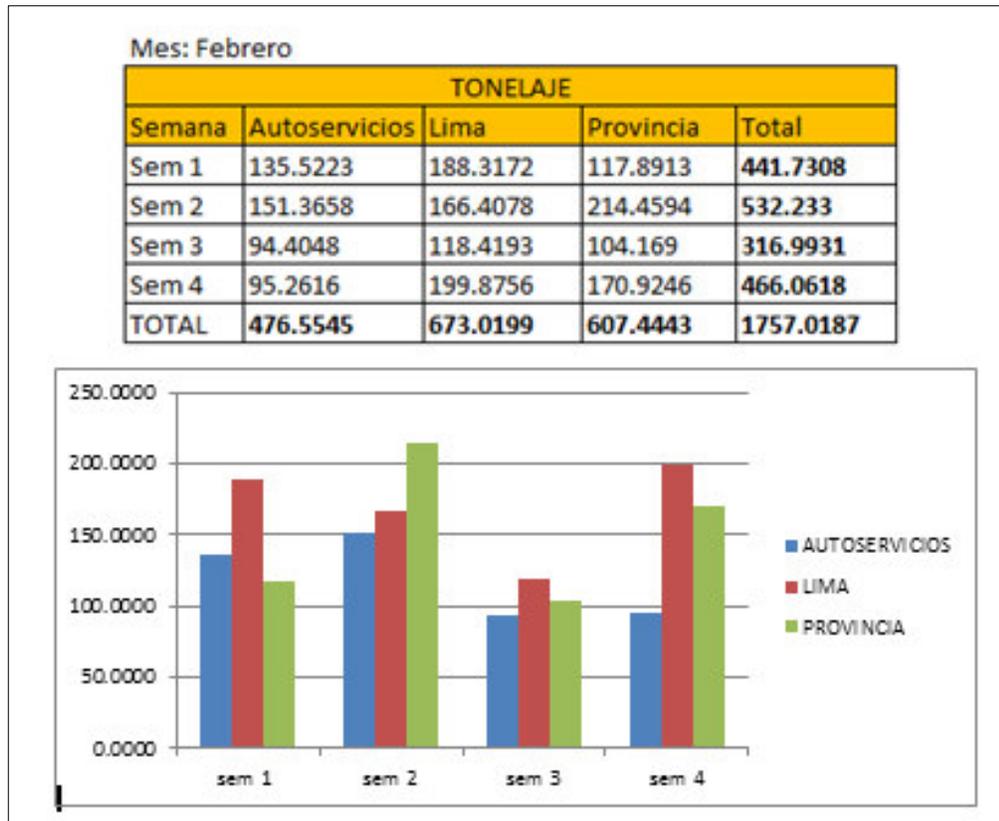


Gráfico 19: Ventas semanales  
Fuente: Elaboración Propia

Según la gráfica, se puede observar que los picos de venta están concentrados en la semana 2 (quincena) y semana 4 (fin de mes). Pero ya que las ventas son diarias, se realizará un análisis de la semana 2 y ver el comportamiento de la venta.

## ANALISIS DIARIO

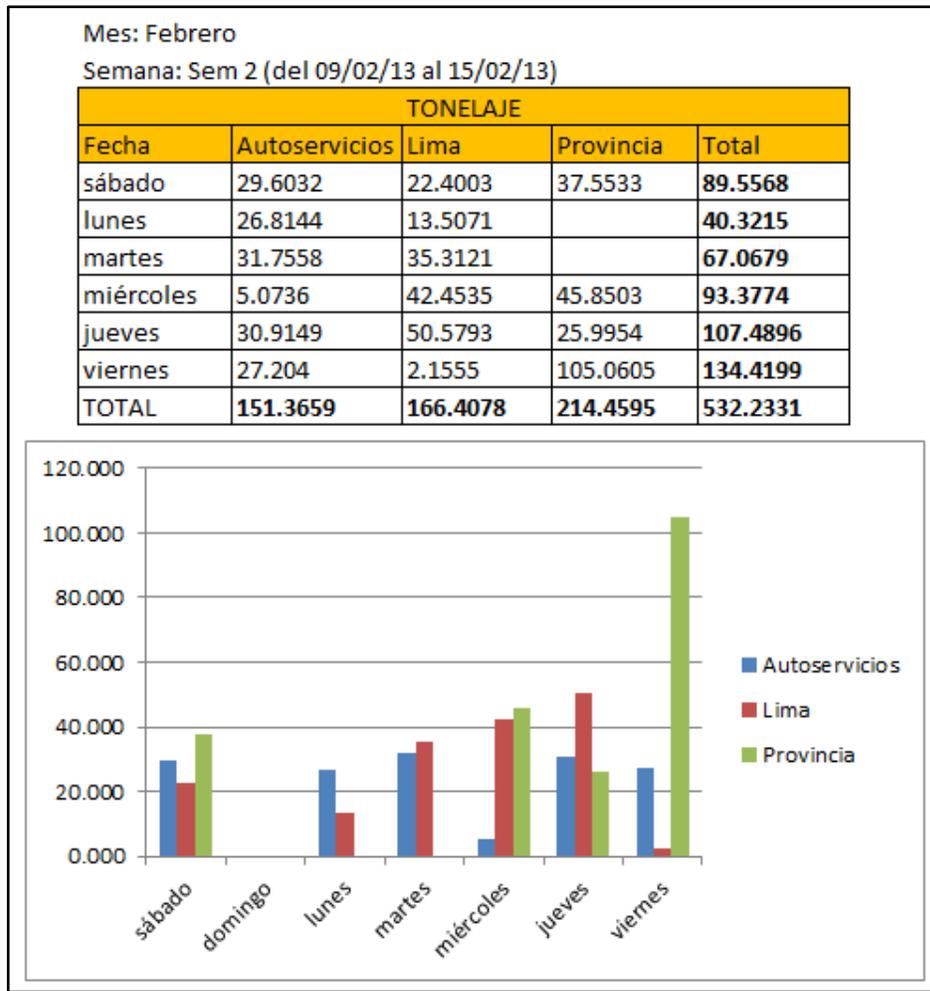


Gráfico 20: Ventas diarias  
Fuente: Elaboración Propia

Según la gráfica se observa que los pedidos más representativos están concentrados los días:

- Sábado (89 Tm)
- Miércoles (93 Tm)
- Jueves (107 Tm)

- Viernes (134 Tm)

El compromiso con el cliente es de una capacidad máxima de atención y/o fraccionamiento diario de 80 Toneladas. El inconveniente es que la empresa no tiene bien definido cuál es tonelaje real que se le debe ofrecer al cliente con lo cual se pueda tener la seguridad de cumplir con el despacho sin demoras o atrasos ya que todos los pedidos se manejan por citas y cada cliente tiene una ventana horaria que de incumplirla, la empresa sería sancionada y acumularía puntos negativos en calidad de servicio. Además que la mercadería puede ser rechazada donde el principal afectado sería el cliente ya que perdería ventas y la empresa como operador también se vería afectado ya que tendría que retornar la mercadería al almacén siendo un gasto adicional que debería de asumir por su incumplimiento además de pagar las penalidades establecidas.

### EJEMPLO:

A modo de ejemplo se realizó el cálculo del costo que se genera en la atención de un pedido de Tottus.

Cambio de tarifas:		Flete SAP		Sobreflete		Sobreflete Real									
Peso Validado	Tarifa Modificada	ENVÍOS REGULARES	Costo SAP	Sobreflete	Peso Real	Nuevo F.	Sobref. Real								
Pesos de entre 5 y 10 TN hacia 10 TN para Dilisa y Yichang. Mantener la tarifa de \$/37.43.			28,940.90	781.10			12,464.74								
Se incluye la nueva tarifa de 117.6 solamente para Tottus y 83.43 solamente para SPFA, Lima Rural \$/47.29 por tonelada															
Shipment	ShipChNo.	Self. ds	Rou.	Route name	Peso	Tarifa \$/	Customer Name	Transporte	Costo bl	Costo SAP	Sobreflete	Peso Real	Nuevo F.	Flete real	Sobref. Real
2807043200	2806045050	14.02.2013	PE0402	UMA RURAL	6,240.07	37.43	REP. Y DIST. JIMENEZ SAC	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	112.29	233.56	-	6,240.07	47.29	295.09	61.53
2807043209	2806045051	14.02.2013	PE0401	UMA PERIFERICO	7,940.57	55.62	E. WONG S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	441.68	-	7,940.57	55.62	441.65	-
2807043210	2806045052	14.02.2013	PE0401	UMA PERIFERICO	22,974.14	55.62	CENCOSUD RETAIL PERU S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	1,277.81	-	22,974.14	55.62	1,277.82	0.01
2807043076	2806044920	01.02.2013	PE0401	UMA PERIFERICO	11,055.33	55.62	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	614.88	-	11,055.33	117.60	1,200.11	685.23
2807043077	2806044921	01.02.2013	PE0102	UMA CENTRO	16,846.35	55.62	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	938.97	-	16,846.35	117.60	1,901.13	1,044.16
2807043164	2806045010	12.02.2013	PE0401	UMA PERIFERICO	28,430.10	55.62	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	1,581.28	-	28,430.10	117.60	3,343.38	1,752.10
2807043165	2806045011	11.02.2013	PE0402	UMA RURAL	1,488.62	37.43	EMPRESA DE CONCERTACION ECON.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	112.29	55.73	56.56	1,488.62	47.29	141.87	86.14
2807043166	2806045012	11.02.2013	PE0101	UMA COMUN	8,005.21	55.65	CKERED PERU S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.95	445.48	-	8,005.21	55.65	445.49	0.01
2807043167	2806045013	11.02.2013	PE0101	UMA COMUN	4,005.45	55.65	PERUFARMA S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.95	222.88	-	4,005.45	55.65	222.90	0.02
2807043078	2806044922	02.02.2013	PE0401	UMA PERIFERICO	16,525.94	55.62	CENCOSUD RETAIL PERU S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	919.18	-	16,525.94	55.62	919.17	-
2807043079	2806044923	02.02.2013	PE0401	UMA PERIFERICO	4,870.41	55.62	E. WONG S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	270.87	-	4,870.41	55.62	270.89	0.02
2807043083	2806044932	05.02.2013	PE0401	UMA PERIFERICO	13,161.86	55.62	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	YOBEL SCM LOGISTICS S.A.	166.86	732.07	-	13,161.86	117.60	1,547.83	815.76

Gráfico 21: Costo fletes  
Fuente: Yobel

Cliente Tottus

Peso: 28,430.10 Kg.....Cap: 0.45 Tm/HH-h

Costo flete: s/. 3,343.38

Trabajando con 5 operarios las 28.43 Tm, se necesitan 33.44 horas que es equivalente a s/. 1,030.17

Costo total: s/. 3,343.38 + 2x s/.1,030.17 = s/. 5,403.72

Son S/. 5,403.72 que la empresa debería asumir si la mercadería es rechazada (este monto no incluye la penalidad)

El objetivo de la investigación es, garantizar una buena administración de las capacidades en el proceso del picking dado que solo se tiene la información del tonelaje de la venta del día y el sold to party que muestra los pedidos de atención por factura y cantidad de cajas a fraccionar; pero se desconoce el volumen de la venta, los canales a los que se deben de atender, las horas que se requiere el trilateral o montacargas dada las condiciones del almacén, el número de operarios que se necesitarán y la cantidad de horas en que se realizará el trabajo.

### **3.2. DESARROLLO DE UNA PROPUESTA DE MEJORA**

Antes de empezar a detallar los diversos modelos para el análisis y diseño de sistemas logísticos, se debe definir qué es un modelo y para este caso se toma la definición expresada por Askin 1993 en Urquiaga A.J; 1999: *“Un modelo es sólo*

*una abstracción simplificada de la realidad. El ingrediente clave está en definir el problema y por tanto el propósito del modelo. El modelo forma una base racional para diseñar y conocer acerca de los sistemas existentes. Puede ayudar en la detección de la integración e interacción de los componentes de un sistema.”*, además la conclusión planteada por la misma autora expone que un modelo es útil para representar, describir y simular el objeto de la modelación y para analizar y diagnosticar sobre su comportamiento.

### **3.2.1. Construcción del Modelo**

Gracias a los datos estadísticos obtenidos en el estudio de campo realizado, a la experiencia teórica y a la experiencia práctica en el medio empresarial, se llega la elaboración del modelo de gestión logístico de abastecimiento internacional.

La modelación de la realidad se puede hacer desde modelos físicos hasta los más complejos modelos numéricos y de simulación computacional, los cuales son una herramienta imprescindible en la gestión de los sistemas López, A et al 2002, pasando por los modelos gráficos Urquiaga A.J 1999.

La modelación para la representación del subsistema logístico de abastecimiento internacional, se hará por medio gráfico (Parada, O 2000; Parra C & Gómez O 2003), con el cual se representa el modelo real y muestra los componentes del mismo, así como la interacción de cada uno de ellos dentro del subsistema de abastecimiento y los demás subsistemas logísticos.

Para dicha elaboración primero se deben definir cuáles son las partes del subsistema, posteriormente se debe analizar su comportamiento o propiedades y

explicar las partes en términos de su función dentro del subsistema. Urquiaga A.J 1999.

### 3.2.2. Modelo Actual

El proceso consta de 3 turnos: Turno mañana, tarde y noche.

Turno mañana (recepción): En este proceso se recibe toda la mercadería traída en contenedores, la cual consta de un horario establecido de lunes a viernes de 7am a 4pm y los días sábados de 7am a 1 pm.

Para este proceso, se cuenta con 8 operarios, 1 supervisor y 1 digitador.

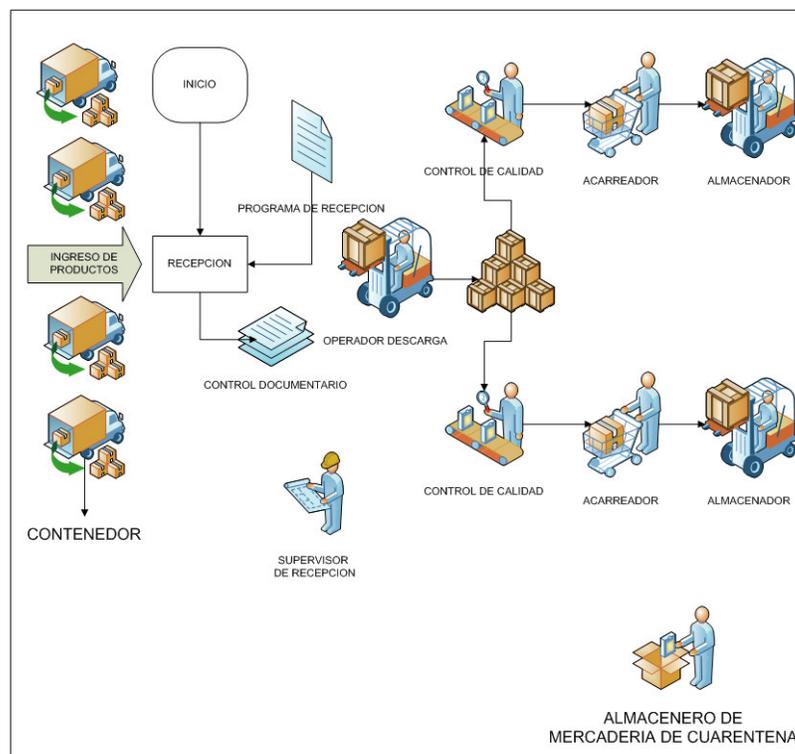


Gráfico 22: Proceso de Recepción  
Fuente: Elaboración Propia

Turno tarde y noche (Fraccionamiento): En este proceso se recibe la orden de pedidos para Lima y Provincia y se procede con el fraccionamiento o picking, la cual consta de un horario establecido de lunes a sábado de 1pm a 10pm.

Para el turno de la tarde, se cuenta con 8 operarios, 1 supervisor y 1 digitador.

Para el turno de la noche se cuenta con 8 operarios y 1 supervisor.

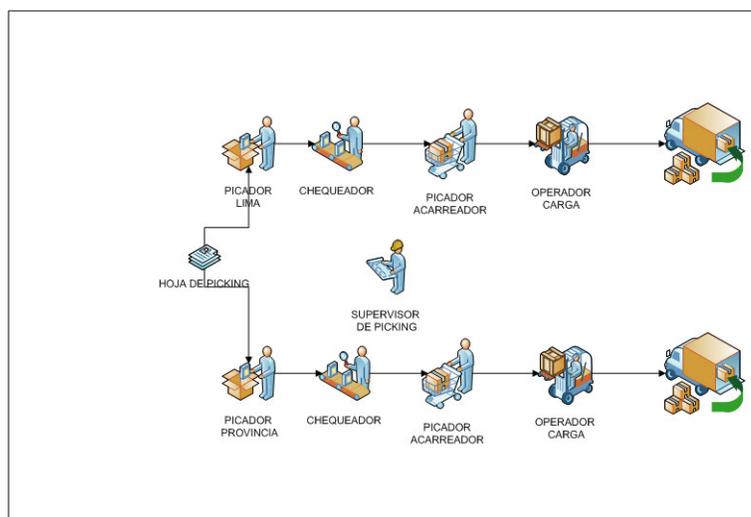
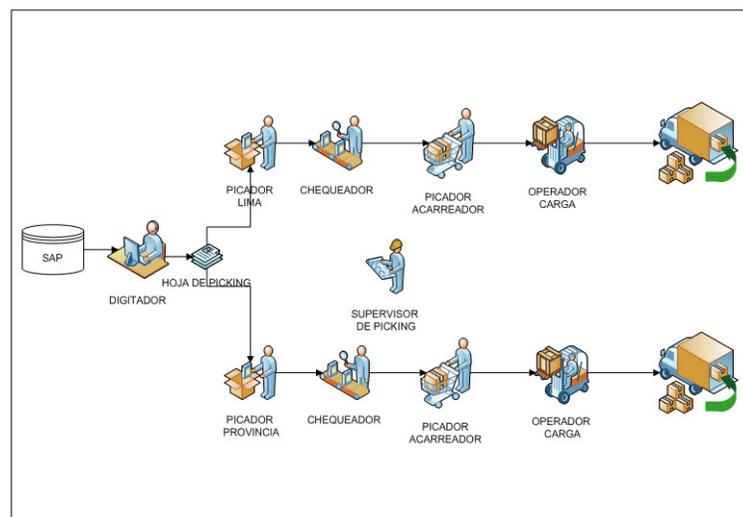


Gráfico 23: Proceso de fraccionamiento  
Fuente: Elaboración Propia

Así mismo el personal administrativo labora en el turno mañana y está compuesto por 1 jefe de cadena, 1 analista logístico y los supervisores y digitadores de cada turno

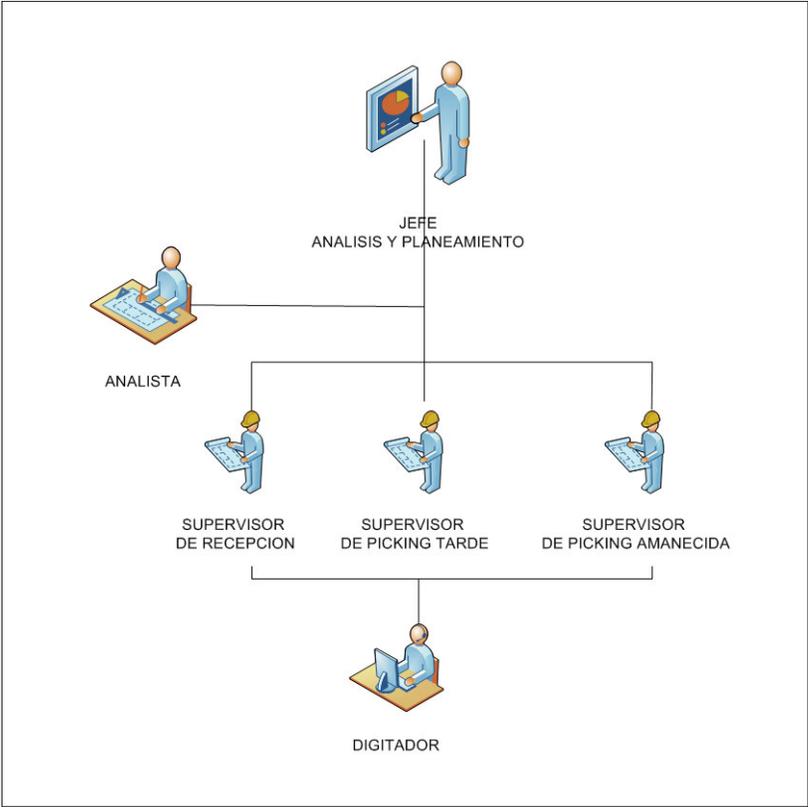


Gráfico 24: Personal administrativo  
Fuente: Elaboración Propia



### 3.2.2.1. Clientes

Los principales clientes entre Lima y Provincia son:

Tipo	Cliente
Autoservicio	Supermercados Peruanos SA
	Recepción central Metro y Wong
	Hipermercados Tottus SA
Farmacias	Perufarma SA
	Boticas y Salud SAC
	Representaciones Deco SAC
	Albemarco SAC
	Albis SAC
	Andina de Salud SAC
	Distribuidora Edusa EIRL
	EKT Comercial SAC
	Mifarma SAC
	Eckerd Perú SAC
	Boticas Torre de Limatambo SAC
	Farmacias Peruanas SA
	Mayoristas
Comercial y Distribuidora	
Corporación Vega SAC	
Distribuidora Gumi	
Distribuidora M&M Samaniego SRL	
Inversiones Vigisa SA	
Olsece Distribuciones SAC	
GW Yichang Cía SA	
Mayorsa SA	
Operadora Logística Integra SA	
Corporación Sagra SA	
Dacia Trading SAC	
Inversiones Meza Escobar SAC	
Rep. Y Dist. Jiménez SAC	
Transacciones y Comercializaciones	
Provincias	Norte
	Sur
	Centro
	Oriente

Tabla 9: Principales clientes  
Fuente: Yobel

### 3.2.2.2. Características del envío

La forma y o característica del fraccionamiento para los distintos canales son:

Tipo de cliente	Característica de envío
Autoservicios	Paletizado (pallets empernados caso Tottus)
	Emblistado
	Control de vigencia FIFO
	Guía de remisión por pallets
	Rotulado (caso Tottus)
Mayoristas	A granel
	Control de vigencia FIFO
Farmacias	Control de vigencia FEFO
	A granel
Provincias	A granel
	Control de vigencia FIFO
	Enviado por transportes Girasoles

Tabla 10: Características de envío

Fuente: Yobel

### 3.2.3. Modelo propuesto

El jefe de la operación realizará un previo planeamiento antes de comenzar la actividad del fraccionamiento, analizando y evaluando el pedido teniendo en cuenta el acuerdo en el nivel de servicio ofrecido y la capacidad de trabajo con los recursos disponibles. El procedimiento sería de la siguiente manera:

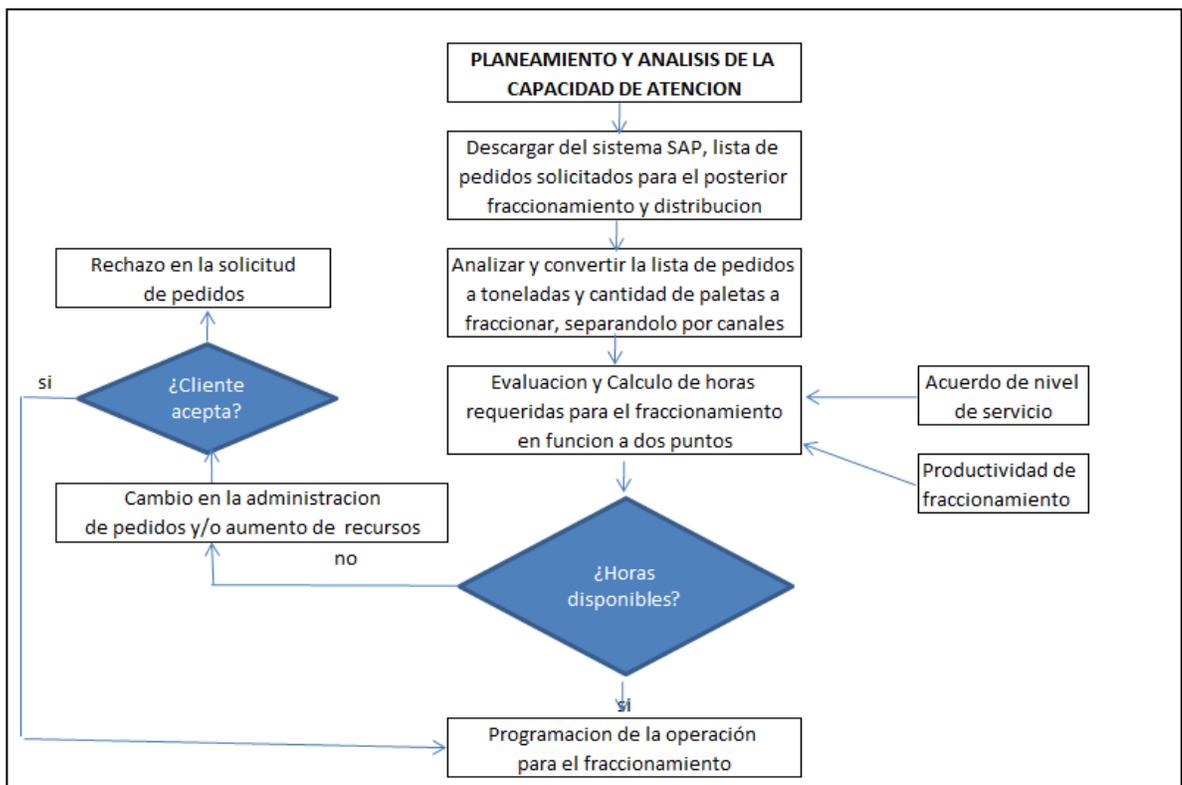
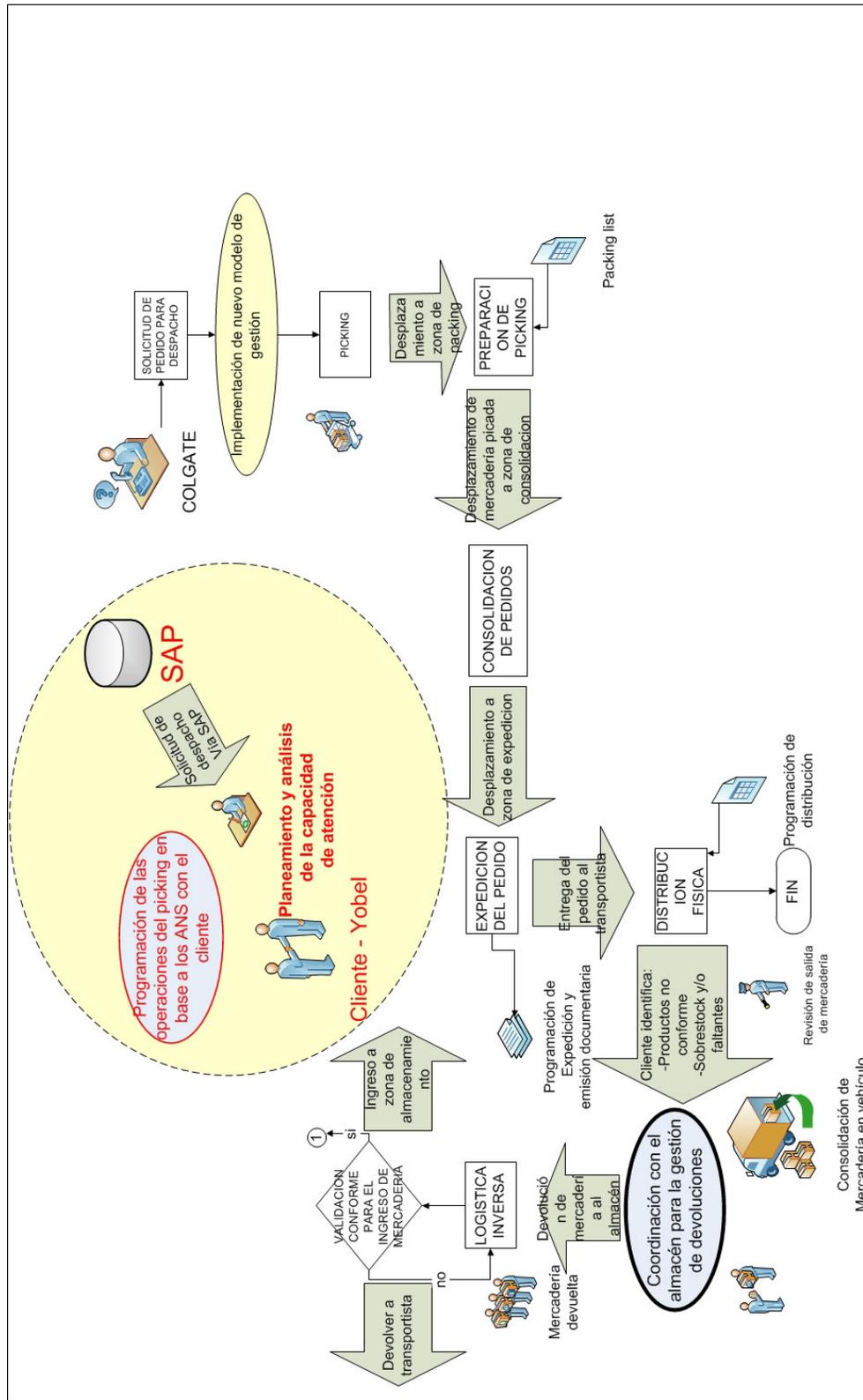


Gráfico 26: Algoritmo propuesto  
Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 27: Flujo del proceso propuesto

### **3.2.3.1. Análisis del Procedimiento de Fraccionamiento**

Para el análisis, se analizó y determino las capacidades de fraccionamiento dividiendo el universo de clientes en distintos canales teniendo en cuenta sus capacidades.

Se tomó como base la información de los pedidos despachados durante 8 meses dividiéndolo en 5 canales:

Tottus - SSPP – Metro & Wong – Otros (Lima) – Provincia

Se analizó 129,675 líneas de pedidos equivalentes a 11,667.146 Toneladas de mercadería: (Anexo 1)

### 3.3. PROCEDIMIENTO

Se realizó el análisis a detalle para el canal Tottus.

#### 3.3.1. Calculo para Pallets incompleto

1) Agrupar y consolidar por cliente la lista de pedidos (Anexo 1).

Canal                    Autoservicios  
Agrupación          Tottus

Rótulos de fila	Cuenta de Material	Suma de Cs Saldo	Suma de m3 Total	Suma de kg Saldo	Cs x Sku	No. Sku	No. Pallets
2807038095	936.00	2,020.00	28.57	12,300.16	2.16	936.00	73.00
2807038139	480.00	1,000.00	17.26	7,202.54	2.08	480.00	44.00
2807038165	767.00	1,880.00	32.82	14,463.32	2.45	767.00	83.00
2807038167	291.00	881.00	17.87	8,008.02	3.03	291.00	46.00
2807038210	181.00	318.00	4.12	1,809.02	1.76	181.00	11.00
2807038233	649.00	1,334.00	19.06	8,508.00	2.06	649.00	49.00
2807038253	516.00	1,383.00	24.23	10,731.74	2.68	516.00	62.00
2807038291	351.00	601.00	7.15	2,895.71	1.71	351.00	19.00
2807038319	664.00	1,232.00	16.49	6,917.47	1.86	664.00	42.00
2807038332	223.00	354.00	4.61	1,884.20	1.59	223.00	12.00
2807038361	641.00	1,665.00	27.39	12,171.68	2.60	641.00	70.00
2807038388	436.00	1,441.00	23.82	11,255.76	3.31	436.00	61.00
2807038393	669.00	1,477.00	23.33	10,236.14	2.21	669.00	59.00
2807038396	234.00	316.00	5.09	2,198.71	1.35	234.00	13.00
2807038453	514.00	1,089.00	16.59	7,276.70	2.12	514.00	42.00
2807038456	223.00	390.00	7.04	3,058.24	1.75	223.00	18.00
2807038504	329.00	503.00	8.10	3,466.76	1.53	329.00	21.00
2807038533	685.00	1,670.00	27.09	12,624.61	2.44	685.00	69.00
2807038547	439.00	1,146.00	15.40	6,562.28	2.61	439.00	39.00
2807038557	355.00	574.00	9.25	3,962.68	1.62	355.00	24.00

2807038623	469.00	817.00	12.02	5,047.71	1.74	469.00	31.00
2807038643	571.00	1,223.00	18.64	8,659.34	2.14	571.00	48.00
2807038673	354.00	506.00	8.22	3,497.08	1.43	354.00	21.00
2807038706	723.00	1,277.00	19.00	7,523.38	1.77	723.00	48.00
2807038720	273.00	362.00	5.15	2,098.12	1.33	273.00	13.00
2807038739	458.00	848.00	11.06	4,425.95	1.85	458.00	28.00
2807038763	890.00	1,659.00	24.96	10,609.18	1.86	890.00	64.00
2807038782	350.00	731.00	14.11	6,507.75	2.09	350.00	36.00
2807038799	386.00	534.00	8.28	3,418.95	1.38	386.00	21.00
2807038833	758.00	1,486.00	23.31	9,940.54	1.96	758.00	59.00
2807038854	636.00	872.00	11.31	5,128.02	1.37	636.00	29.00
2807038876	321.00	603.00	7.84	3,092.98	1.88	321.00	20.00
2807038903	756.00	1,567.00	23.59	10,050.29	2.07	756.00	60.00
2807038906	679.00	1,068.00	15.33	6,559.85	1.57	679.00	39.00
2807038921	501.00	937.00	13.97	6,814.48	1.87	501.00	36.00
2807038973	1,012.00	1,785.00	24.70	10,482.49	1.76	1,012.00	63.00
2807038976	947.00	1,834.00	34.47	14,214.14	1.94	947.00	88.00
2807039013	505.00	800.00	10.31	4,323.20	1.58	505.00	27.00
2807039022	594.00	1,640.00	22.61	10,784.47	2.76	594.00	58.00
2807039063	534.00	1,270.00	26.44	11,297.39	2.38	534.00	67.00
2807039083	1,211.00	3,088.00	43.51	18,673.60	2.55	1,211.00	110.00
2807039095	555.00	1,060.00	16.74	7,526.87	1.91	555.00	43.00
2807039104	203.00	265.00	4.57	2,038.79	1.31	203.00	12.00
2807039153	1,110.00	2,675.00	41.03	18,219.57	2.41	1,110.00	104.00
2807039164	711.00	1,724.00	33.77	15,250.43	2.42	711.00	86.00
2807039184	973.00	1,856.00	24.08	9,525.75	1.91	973.00	61.00
2807039223	740.00	1,194.00	15.46	5,937.86	1.61	740.00	40.00

2807039244	870.00	1,483.00	16.29	6,836.77	1.70	870.00	42.00
2807039265	849.00	1,593.00	22.88	9,828.97	1.88	849.00	58.00
2807039319	941.00	2,203.00	34.21	14,305.84	2.34	941.00	87.00
2807039342	734.00	1,930.00	34.37	14,401.22	2.63	734.00	87.00
2807039378	833.00	2,019.00	31.18	13,353.66	2.42	833.00	79.00
2807039393	294.00	508.00	7.47	3,317.71	1.73	294.00	19.00
2807039415	647.00	1,112.00	12.80	5,519.27	1.72	647.00	33.00
2807039453	757.00	1,636.00	24.04	9,991.82	2.16	757.00	61.00
2807039474	470.00	907.00	15.68	6,617.68	1.93	470.00	40.00
2807039494	562.00	1,785.00	34.41	14,463.67	3.18	562.00	87.00
2807039511	444.00	687.00	10.72	4,166.05	1.55	444.00	28.00
2807039523	817.00	1,957.00	31.01	13,427.52	2.40	817.00	79.00
2807039577	719.00	1,252.00	19.49	7,996.81	1.74	719.00	50.00
2807039622	1,157.00	2,760.00	43.33	18,537.28	2.39	1,157.00	110.00
2807039638	686.00	2,205.00	35.07	15,146.44	3.21	686.00	89.00
2807039645	402.00	795.00	10.69	4,810.44	1.98	402.00	27.00
2807039646	487.00	1,123.00	14.96	6,810.44	2.31	487.00	38.00
2807039673	1,234.00	3,689.00	54.71	24,275.79	2.99	1,234.00	139.00
2807039691	201.00	242.00	2.84	1,065.97	1.20	201.00	8.00
2807039733	409.00	984.00	18.21	7,627.41	2.41	409.00	46.00
2807039753	757.00	1,702.00	23.59	10,155.94	2.25	757.00	60.00
2807039768	576.00	970.00	16.47	6,776.09	1.68	576.00	42.00
2807039774	212.00	424.00	9.01	3,828.41	2.00	212.00	23.00
2807039843	373.00	960.00	17.38	7,148.24	2.57	373.00	44.00
2807039848	361.00	1,014.00	18.73	7,695.44	2.81	361.00	48.00
2807039888	124.00	272.00	6.17	2,570.41	2.19	124.00	16.00
2807039913	388.00	715.00	12.47	5,157.12	1.84	388.00	32.00

2807039972	426.00	636.00	10.72	4,401.36	1.49	426.00	28.00
2807039995	505.00	881.00	12.95	5,772.53	1.74	505.00	33.00
2807039997	901.00	2,316.00	37.92	15,497.23	2.57	901.00	96.00
2807040053	1,078.00	2,842.00	42.29	18,720.30	2.64	1,078.00	107.00
2807040056	508.00	1,430.00	20.41	9,536.63	2.81	508.00	52.00
2807040107	396.00	743.00	10.94	4,985.64	1.88	396.00	28.00
2807040123	1,045.00	2,348.00	35.45	14,728.94	2.25	1,045.00	90.00
2807040146	528.00	1,428.00	28.70	12,068.04	2.70	528.00	73.00
2807040176	488.00	1,072.00	20.84	8,904.96	2.20	488.00	53.00
2807040203	746.00	1,494.00	26.49	10,577.24	2.00	746.00	67.00
2807040211	878.00	1,473.00	24.74	8,999.60	1.68	878.00	63.00
2807040216	656.00	1,407.00	23.34	9,918.08	2.14	656.00	59.00
				<b>8,594.00</b>	<b>2.00</b>	<b>596.00</b>	<b>51.00</b>

2) Obtener la cantidad promedio por pedido:

Peso	Cajas/código	No. Código	No. Pallets
<b>8,594.00</b>	<b>2.00</b>	<b>596.00</b>	<b>51.00</b>

3) Analizar las actividades, en el cual se determinará el tiempo observado, la frecuencia y el tiempo total (seg) para posteriormente hallar el tiempo por actividad.

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Tottus

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	596.00	107,280.00
2.-	Proveer de pallet empernado	60.00	51.00	3,060.00
3.-	Verificación de datos en hoja de picking	4.00	596.00	2,384.00
4.-	Coger caja de ubicación en rack	3.00	1,192.00	3,576.00
5.-	Acomodo de caja en pallet de pedido	4.00	1,192.00	4,768.00
6.-	Anotación de check en hoja de picking	2.00	596.00	1,192.00
				122,260.00

Seg

	Fraccionamiento Neto		Seg	122,260.00	77%
7.-	Traslados en picking entre ubicación		30.00	17,880.00	11%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo		180.00	9,180.00	6%
9.-					
10.-	Emblistado Total del pallet		90.00	4,590.00	3%
11.-	Generar rotulo con EAN x Unid Sku		60.00	3,060.00	2%
12.-	Generar rotulo por número de bultos		30.00	1,530.00	1%

**158,500.00**

seg

**2,641.67**

min

**44.03**

h

4) Una vez hallado el tiempo de actividad y con la información del punto 2, se calcula la capacidad en toneladas/hora-hombre.

Cajas	Kg Picking	Cap (kg/hh)	Cap (Tm/hh)	Eficiencia	Cap (Tm/hh)
1,192.00	8,594.00	195.19	0.20	85%	<b>0.17</b>

5) Con la capacidad y demanda, se procede a calcular el número de operarios.

Demanda Diaria	8.59	Tm
Horas - Hombres Requeridas	51.80	Horas
Horas Disponibles / Día	7.75	Horas
Personal Necesario	<b>6.68</b>	Operativos

### 3.3.2. Calculo para Pallets completo

1) Agrupar y consolidar por cliente la lista de pedidos (Anexo 1).

Canal            Autoservic  
 Agrupación    ios  
                   Tottus

Rótulos de fila	Cuenta de Material	Suma de Cs Plt Completa	Suma de m3 Plt completa	Suma de kg Plt completa	Cs x Sku	No. Sku	No. Pallets
2807038095	1.00	33.00	0.99	408.54	33.00	1.00	3.00
2807038139	2	66	1.98	817.08	33.00	2.00	5.00
2807038165	7	210	6.3	2748.9	30.00	7.00	16.00
2807038253	5	300	9	3927	60.00	5.00	23.00
2807038976	11	390	11.7	5105.1	35.45	11.00	30.00
2807039083	1	30	0.9	392.7	30.00	1.00	3.00
2807039494	10	330	9.9	4085.4	33.00	10.00	25.00
2807039511	1	55	1.1	473.77	55.00	1.00	3.00
2807039523	1	33	0.99	408.54	33.00	1.00	3.00
2807039638	18	600	18	7854	33.33	18.00	46.00
2807039673	2	110	2.2	947.54	55.00	2.00	6.00
2807039733	5	150	4.5	1963.5	30.00	5.00	12.00
2807039774	5	150	4.5	1963.5	30.00	5.00	12.00
2807039843	1	30	0.9	392.7	30.00	1.00	3.00
2807039913	9	270	8.1	3534.3	30.00	9.00	21.00
2807039972	2	60	1.8	785.4	30.00	2.00	5.00
2807039997	10	350	9.4	4089.14	35.00	10.00	24.00
2807040053	1	30	0.9	392.7	30.00	1.00	3.00
2807040056	1	55	1.1	473.77	55.00	1.00	3.00
2807040123	1	30	0.99	275.76	30.00	1.00	3.00
2807040146	2	66	1.98	817.08	33.00	2.00	5.00
				<b>1,993.00</b>	<b>36.00</b>	<b>5.00</b>	<b>12.00</b>

2) Obtener la cantidad promedio por pedido:

Peso (Kg)	Cajas/código	No. códigos	No. Pallets
1,993.00	36.00	5.00	12.00

3) Analizar las actividades, en el cual se determinará el tiempo observado, la frecuencia y el tiempo total (seg) para posteriormente hallar el tiempo por actividad.

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Tottus

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)	
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	12.00	2,160.00	
2.-					
3.-	Verificación de datos en hoja de picking	3.00	12.00	36.00	
4.-					
5.-					
6.-	Anotación de check en hoja de picking	2.00	12.00	24.00	
				2,220.00	seg

Fraccionamiento Neto		Seg	2,220.00	38%
7.-	Traslados en picking entre ubicación		360.00	6%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	2,160.00	37%
9.-				0%
10.-				0%
11.-	Generar rotulo con EAN x Unid Sku	60.00	720.00	12%
12.-	Generar rotulo por número de bultos	30.00	360.00	6%

**5,820.00** seg  
**97.00** min  
**1.62** h

4) Una vez hallado el tiempo de actividad y con la información del punto 2, se calcula la capacidad en minutos/paleta.

Núm. PL	Kg Picking	Cap (min/PL)	Eficiencia	Cap (min/PL)
12.00	8,594.00	8.08	95%	<b>8.51</b>

El mismo procedimiento se realizó para los canales SSPP – Metro & Wong – Otros (Lima) – Provincia. (Anexo 2)

### 3.4. Aplicación del software

Con las capacidades obtenidas y teniendo el pedido de venta para un día cualquiera, se procederá a la aplicación del software elaborado siguiendo los siguientes pasos:

- 1) Descargar el Sold-to party de SAP para el pedido del despacho, en el cual se aprecia el número de cajas a fraccionar por cliente y número de factura.
- 2) El programa de manera automática, mostrará el número de paletas completas e incompletas que se necesitarán fraccionar.

Pallet Completo	Pallet Incompleto
42	65.00

- 3) Así mismo mostrará el tonelaje total por cliente y su porcentaje de avance.

Cliente	Tonelaje	Avance
TOTTUS	13.998	0.00%
SSPP	34.442	0.00%
METRO & WONG	31.844	0.00%
OTROS (LIMA)	27.861	0.00%
PROVINCIA	25.477	0.00%
	133.623	0.00%

- 4) Para culminar, se deberá ingresar el número de operarios disponibles entre los 2 turnos y automáticamente se podrá visualizar

#op	H	H-disponible
16	7.75	124
	<b>Déficit H</b>	-47.10
	<b>HHEE por op</b>	-2.94

- 5) Del cuadro anterior se concluye que trabajando en 2 turnos de 8 operarios cada uno, se tiene 124 Horas-Hombre disponible y para lograr cumplir el pedido se va a requerir de 2.94 horas extra en cada turno o adicionar 3 operarios por cada turno. Para lo cual el jefe de cadena deberá negociar con el cliente este costo adicional.
- 6) Adicionalmente al cálculo de los requerimientos, el programa permite ver el avance el cual permite llevar un control de toda la operación de inicio a fin.  
(Anexo 6)

## CAPITULO IV:

### 4. RESULTADOS

Según el análisis realizado, se pudo obtener las capacidades de los 5 canales de distribución tal como se muestra a continuación:

Cliente	Cap(min/PL-HH-h)	Cap(Tm/HH-h)
TOTTUS	8.51	0.17
SSPP	11.68	0.55
METRO & WONG	7.39	0.57
OTROS (LIMA)	7.47	0.61
PROVINCIA	7.46	0.62

Tabla 11: Productividades por canal

Con estos datos se procedió a elaborar un programa en excel, el cual de una manera interactiva ayudará a la administración eficiente de los recursos.

Este programa trajo como resultados:

Cliente	Pallet Completo	Cap(min/PL-HH-h)	#op	HH	saldo (Tm)	Cap(Tm/HH-h)	#op	HH
TOTTUS	7	8.51	2	0.496	11.138	0.17	9	7.459
SSPP	56	11.68	2	5.453	7.011	0.55	2	6.339
METRO & WONG	48	7.39	2	2.954	11.928	0.57	2	10.490
OTROS (LIMA)	36	7.47	2	2.242	12.054	0.61	2	9.945
PROVINCIA	26	7.46	2	1.615	15.377	0.62	3	8.300

#op	H	H-disponible
16	7.75	124
<b>Déficit H</b>		-47.10
<b>HHEE por op</b>		-2.94

Tabla 12: Resultados de la aplicación del programa

Como ya se mencionó, del cuadro anterior se concluye que trabajando en 2 turnos de 8 operarios cada uno, se tiene 124 Horas-Hombre disponible y para lograr cumplir el pedido se va a requerir de 2.94 horas extra en cada turno o adicionar 3 operarios por cada turno. Para lo cual el jefe de cadena deberá negociar con el cliente este costo adicional.

## 5. CONCLUSIONES

1. En una empresa orientada al servicio del cliente, la satisfacción de éstos es el motor central de todas las ideas y actividades; pues el fin del negocio es el hacer y conservar a los clientes.
2. El cliente siempre espera el producto correcto y en el tiempo correcto por tal motivo es necesario un buen modelo de gestión en el almacén, lo cual constituye una herramienta importante para satisfacción del cliente.
3. Se encontró que el modelo actual que presenta la empresa prestadora de servicios presenta deficiencias en la administración de sus recursos
4. Con la evaluación e implementación del sistema de gestión en el análisis de la capacidad se ha podido confirmar la idoneidad del modelo propuesto a la realidad de la empresa en estudio, ya que otorga flexibilidad en la prestación del servicio.
5. El modelo de gestión propuesto permite:
  - Cuantificar las horas requeridas
  - Cuantificar la cantidad de operarios requeridos
  - Conocer el tonelaje de venta por canal
  - Utilizar los recursos de una manera eficiente

## **6. RECOMENDACIONES**

1. Implementar el Modelo de Gestión desarrollado en este trabajo, con lo que se obtendrá un buen ambiente de trabajo, mayor seguridad, menos costos incurridos por las horas extras mal administradas y una mayor productividad generando una mayor rentabilidad para la empresa.
2. Realizar un análisis permanente del Modelo de Gestión en periodos de tiempo, para visualizar su comportamiento y las posibles desviaciones con la finalidad de tomar las decisiones necesarias y realizar los correctivos necesarios.
3. Se recomienda aplicar este modelo de gestión en las demás cuentas de la empresa adecuándolo a sus realidades.
4. Se deben desarrollar otras investigaciones para poder afianzar el modelo propuesto y poder implementarlo en otras áreas.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

1. Anderson, D. & Norman, A. (2002): Procurement of Logistics Services: A Minute work or a Multiyear Project. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, 8, 3-14
2. Arciniegas H. (1998): *Estudio de la caracterización logística en Colombia*. Colombia. SENA.
3. Ariza, J.E. (1997): Un encuentro de clase mundial. *Andi*, 148, 23-28.
4. Avendaño, G. (2003) Costos en la cadena de Distribución física Internacional DFI. *Zona Logística*, 16, 42-45.
5. Balboni, D. (2001): *El control estratégico total*. (Tesis). Universidad Politécnica de Valencia.España.
6. Ballou, R. (1999): *Business Logistic Management. Planing, organizing and controlling the supply Chain*. New Jersey: Prentice Hall,
7. Bowersox, J.D; Cross J.D; Helferich O.K. (1986): *Logistical Management. A system integration of physical distribution, manufacturing support and materials procurement*, New York, Mcmillan Publishing Company. 3th edition.

8. Carrasco, J. (2000): Evolución de los enfoques y conceptos de la logística “Su impacto en la dirección y la gestión de las organizaciones”. *Economía Industrial*, 31, 17-34.
9. Chen J, Antony P, Lado A (2004): Strategic purchasing, supply management, and firm performance. *Journal of Operations Management*, 22, 505-523
10. Christopher, M. (1994): *Logística y abastecimiento*. Madrid, España: Editorial Folio.
11. Christopher, M. (2002): *Logística aspectos estratégicos*. México. Limusa.
12. Dornier, P.P, Ernst, R, Panoskouvelis, M.F. (1998). *Global operations and logistics. Text and cases*. New York, USA: Editorial John Wiley & sons Inc.
13. Escalona, I (2004): *Logística Industrial*. [Versión electrónica]. México: UPIICSA – IPN. Recuperado el 28 de noviembre de 2013 de: <http://es.scribd.com/doc/37896362/Logistica-Industrial>
14. Fawcett, S E & Clinton, S R. (1996). Enhancing logistics performance to

improve the competitiveness of manufacturing organizations. *Productions and Inventory Management Journal*, 37, 40-46

15. Giraldo, C.M., (2000): Logística, instrumento de productividad y competitividad. *ANDI*. 22: 92-103.
16. Gutiérrez, G. (1998): *Logística y distribución física: Evolución, situación actual, análisis comparativo y tendencial*. España: McGraw- Hill
17. Harland, C.M., Lamming, R.C., & Cousins P, D., (1999): Developing the concept of supply strategy. International. *Journal of Operations & Production Management*. 19, 650-673.
18. Lambert, D; Stock, J R; Ellram, L M. (1998). *Fundamentals of logistics management*. New York: McGraw Hill.
19. Langley, C.J. (1986), Evolution of logistics concepts, *Journal of Bussines Logistics*, 7, 1-13.
20. Londoño, C.H. (2002). Cómo posicionar un buen producto en el mercado internacional. *Zona logística*, 11, 46-47.
21. López, A; López G; Martínez, F.J; Pérez R. (2002): *El modelo de la red de*

*distribución como herramienta de gestión y toma de decisiones: la importancia de la calibración del mismo. Grupo Multidisciplinar de modelación de fluidos. (Tesis). España: Universidad Politécnica de Valencia*

22. Malcom, P (1991), *El servicio al cliente*. España: Ediciones Deusto.

23. Marino, G. (2002): The ABC of 4th party logistics. *IIE Solutions*, 34,23- 23

24. Mentzer, J.T, Myers. M.B, Cheung M.S, (2004). Global market segmentation for logistic services. *Industrial marketing management*, 33, 15-20.

25. Mora, LA (2004): *Indicadores de gestión logística KPI: Los indicadores claves del desempeño logístico*. Bogotá: ECO Ediciones.

26. Paloma, A.D (2001): *Logística de comercio internacional como herramienta para competir en la globalización*. (Tesis). Universidad de los Andes. Bogotá.

27. Parada, O (2000): *Formulación de un modelo operacional para la gestión hotelera de aprovisionamiento*. Facultad de ciencias económicas y empresariales, Universidad de Oriente. Santiago de Cuba.

28. Poirer, C. (2001). *Administración de cadenas de aprovisionamiento. Como*

*construir una ventaja competitiva sostenida.* México: Oxford University Press Edition.

29. Porter, M. (1990): *La ventaja competitiva de las naciones.* Argentina. Ediciones B. S.A

30. Porter, M. (1999): *Ser competitivos.* México. Ediciones Deusto,

31. Robenson, James F. & Copacino William C (1994). *The logistics Handbook.* Anderson Consulting Group. The free press. New York

32. Sheu, Jih-Biing. (2003). A Multi-Layer Demand-Responsive Logistics Control Methodology For Alleviating The Bullwhip Effect Of Supply Chains. *European Journal of Operational Research.* 23: 797-811

33. Stanley, L; Winser, J D. (2001) The determinants of service quality: Signes for purchasing. *European Journal of Purchasing & Supply Management.*,25, 97-109

34. Stock, R., & Lambert, D. (2000): *Strategic logistics Management.* New York: Mc Graw Hill.

35. Urquiaga, A J. (1999): *Desarrollo del modelo general de organización para*

*el análisis y diseño de los sistemas logísticos.* (Tesis). Ciudad de La Habana: ISPJAE.

## ANEXOS

### Anexo 1:

#### Recopilacion de lista de pedidos.

1	Shipmen	Material	Tipo	Caji	kg	Total	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
2	2807038117	FCO28003	Suavitel	60	742.80	1.800	2803322037	05/10/2011	Mie		5	1	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
3	2807038117	FCO28027A	Suavitel	108	1,728.00	3.672	2803322037	05/10/2011	Mie		5	1	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
4	2807038117	FCO28058B	Suavitel	3	37.14	0.090	2803322037	05/10/2011	Mie		5	1	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
5	2807038117	FCO28078A	Suavitel	1	9.50	0.027	2803322037	05/10/2011	Mie		5	1	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
6	2807038117	FCO28082	Suavitel	6	75.24	0.186	2803322037	05/10/2011	Mie		5	1	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
7	2807038098	FBR03904	Crema Top	18	91.58	0.216	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
8	2807038098	FBR13366A	Crema Top	18	91.58	0.198	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
9	2807038098	FBR18318	Hilo	8	5.60	0.048	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
10	2807038098	FCN01109	Cepillo	8	5.85	0.056	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
11	2807038098	FCN63042A	Cepillo	78	42.98	0.312	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
12	2807038098	FCN63051A	Cepillo	6	10.26	0.072	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
13	2807038098	FCO00040B	Crema Top	7	68.18	0.126	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
14	2807038098	FCO34451A	Crema Top	7	89.74	0.175	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
15	2807038098	FCO34452B	Crema Top	4	38.56	0.076	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
16	2807038098	FMX01036A	Crema	50	71.45	0.200	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
17	2807038098	FMX03179D	Crema Top	17	149.12	0.340	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
18	2807038098	FMXE48037	Crema Top	6	51.78	0.120	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
19	2807038098	FUS00030	Jabon L	9	31.68	0.072	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
20	2807038098	FUS01554	Deo	7	9.86	0.021	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
21	2807038098	FVN04868	Cepillo	8	5.52	0.040	2803322036	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
22	2807038098	FBR12389	Crema	10	71.01	0.180	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
23	2807038098	FCN11635	Cepillo	27	17.93	0.135	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
24	2807038098	FCN13049	Cepillo	19	12.71	0.095	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
25	2807038098	FCN63120	Cepillo	58	32.36	0.290	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
26	2807038098	FCO13025	Cepillo	25	51.88	0.375	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
27	2807038098	FMX04826	Deo	14	15.22	0.056	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
28	2807038098	FMX04914	Crema	13	114.97	0.260	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
29	2807038098	FPE66011	Irregular	13	95.08	0.182	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
30	2807038098	FPE66012	Irregular	1	7.11	0.014	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
31	2807038098	FUS04682	Deo	3	4.91	0.012	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
32	2807038098	FUS04831	Deo	5	5.46	0.015	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
33	2807038098	FUS42032	Jabon L	5	16.60	0.040	2803322035	05/10/2011	Mie		5	1	FARMACIAS PERUANAS S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
34	2807038101	FCO28002	Suavitel	1	13.09	0.030	2803322030	05/10/2011	Mie		5	1	MAYORSA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
35	2807038101	FCO28003	Suavitel	1	12.38	0.030	2803322030	05/10/2011	Mie		5	1	MAYORSA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
36	2807038101	FCO28027A	Suavitel	5	80.00	0.170	2803322030	05/10/2011	Mie		5	1	MAYORSA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
37	2807038101	FCO28058B	Suavitel	1	12.38	0.030	2803322030	05/10/2011	Mie		5	1	MAYORSA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
38	2807038101	FCO28069B	Suavitel	1	10.93	0.021	2803322030	05/10/2011	Mie		5	1	MAYORSA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
39	2807038101	FCO28082	Suavitel	1	12.54	0.031	2803322030	05/10/2011	Mie		5	1	MAYORSA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
40	2807038114	FCO41064	Jabon	5	29.20	0.050	2803322029	05/10/2011	Mie		5	1	INVERSIONES VIJISA S.A.	Octubre 2011	Otros(Lima)
41	2807038110	FCO28002	Suavitel	25	327.25	0.750	2803322028	05/10/2011	Mie		5	1	INVERSIONES DILISA S.A.C.	Octubre 2011	Otros(Lima)
42	2807038110	FCO28003	Suavitel	20	247.60	0.600	2803322028	05/10/2011	Mie		5	1	INVERSIONES DILISA S.A.C.	Octubre 2011	Otros(Lima)
43	2807038110	FCO97153	Deo	50	343.20	0.700	2803322028	05/10/2011	Mie		5	1	INVERSIONES DILISA S.A.C.	Octubre 2011	Otros(Lima)
44	2807038120	FBR13366A	Crema Top	80	407.04	0.880	2803322027	05/10/2011	Mie		5	1	EKT COMERCIAL SAC	Octubre 2011	Otros(Lima)
45	2807038120	FBR13638B	Plax	1	6.97	0.015	2803322027	05/10/2011	Mie		5	1	EKT COMERCIAL SAC	Octubre 2011	Otros(Lima)
46	2807038120	FBR13662A	Plax	1	6.89	0.015	2803322027	05/10/2011	Mie		5	1	EKT COMERCIAL SAC	Octubre 2011	Otros(Lima)
47	2807038120	FCN63051A	Cepillo	40	68.40	0.480	2803322027	05/10/2011	Mie		5	1	EKT COMERCIAL SAC	Octubre 2011	Otros(Lima)
48	2807038120	FCN63119	Cepillo	50	16.25	0.150	2803322027	05/10/2011	Mie		5	1	EKT COMERCIAL SAC	Octubre 2011	Otros(Lima)
49	2807038120	FCO12001A	Crema Top	20	127.80	0.360	2803322027	05/10/2011	Mie		5	1	EKT COMERCIAL SAC	Octubre 2011	Otros(Lima)
50	2807038120	FCO28002	Suavitel	5	65.45	0.150	2803322027	05/10/2011	Mie		5	1	EKT COMERCIAL SAC	Octubre 2011	Otros(Lima)

1	Shipmen	Material	Tipo	Caji	kgs Total	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
7701	2807038180	FC092066	Jabon	1	8.43	0.015	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7702	2807038180	FC092071	Jabon	1	8.43	0.015	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7703	2807038180	FC092082	Jabon	1	8.43	0.015	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7704	2807038180	FMX00035B	Crema Top	1	16.73	0.037	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7705	2807038180	FMX00308A	Crema	2	2.86	0.008	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7706	2807038180	FMX00312A	Crema	2	2.86	0.008	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7707	2807038180	FMX01036A	Crema	2	2.86	0.008	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7708	2807038180	FMX02801C	Crema	1	6.05	0.014	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7709	2807038180	FMX03179D	Crema Top	1	8.77	0.020	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7710	2807038180	FMX04424	Crema	1	6.38	0.014	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7711	2807038180	FMX04718A	Crema Top	2	23.93	0.052	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7712	2807038180	FMX04833	Crema	2	2.86	0.008	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7713	2807038180	FMX04914	Crema	1	8.84	0.020	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7714	2807038180	FMX04998A	Crema Top	2	17.31	0.042	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7715	2807038180	FMX91137	Crema	1	16.39	0.036	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7716	2807038180	FMXE12316	Crema Top	1	11.87	0.026	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7717	2807038180	FMXE35103A	Crema Top	7	60.30	0.140	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7718	2807038180	FMXE48037	Crema Top	1	8.63	0.020	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7719	2807038180	PF663004	Irregular	1	3.63	0.020	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7720	2807038180	PF663008	Irregular	1	3.33	0.020	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7721	2807038180	FUS00030	Jabon L	2	7.04	0.016	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7722	2807038180	FUS42031	Jabon L	1	3.33	0.008	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7723	2807038180	FUS42032	Jabon L	1	3.32	0.008	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7724	2807038180	FVN04868	Cepillo	2	1.38	0.010	2803322421	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7725	2807038180	FCN13049	Cepillo	16	10.70	0.080	2803322420	13/10/2011	Jun	13	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	RC
7726	2807038213	FCO28069B	Suavitel	25	273.25	0.525	2803323144	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7727	2807038213	FBR09171A	Cepillo	2	2.92	0.032	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7728	2807038213	FBR13430B	Crema	1	5.94	0.018	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7729	2807038213	FCN01109	Cepillo	2	1.46	0.014	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7730	2807038213	FCN31654	Cepillo	1	0.72	0.005	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7731	2807038213	FCN63042A	Cepillo	6	3.31	0.024	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7732	2807038213	FCN63051A	Cepillo	5	8.55	0.060	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7733	2807038213	FCN63120	Cepillo	7	3.91	0.035	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7734	2807038213	FCO00400B	Crema Top	15	146.10	0.270	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7735	2807038213	FCO12001A	Crema Top	3	19.17	0.054	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7736	2807038213	FCO28003	Suavitel	4	49.52	0.120	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7737	2807038213	FCO28027A	Suavitel	5	80.00	0.170	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7738	2807038213	FCO28028	Suavitel	4	49.52	0.120	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7739	2807038213	FCO28041A	Suavitel	10	127.20	0.240	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7740	2807038213	FCO28058B	Suavitel	1	12.38	0.030	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7741	2807038213	FCO28069B	Suavitel	2	21.86	0.042	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7742	2807038213	FCO78036	Suavitel	20	261.80	0.600	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7743	2807038213	FMX00308A	Crema	2	2.86	0.008	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7744	2807038213	FMX00312A	Crema	2	2.86	0.008	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7745	2807038213	FMX03894	Deo Aero	1	2.44	0.008	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7746	2807038213	FMX04366	Deo Aero	1	2.44	0.008	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7747	2807038213	FMX04424	Crema	4	25.52	0.056	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7748	2807038213	FMX04718A	Crema Top	10	119.67	0.260	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias
7749	2807038213	FMX04825	Deo Aero	1	2.03	0.007	2803323140	14/10/2011	Vie	14	2	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Octubre 2011	Provincias

1	Shipmen	Material	Tipo	Caji	kgs Total	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
9318	2807038233	FBR13661A	Plax	1	3.62	0.009	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9319	2807038233	FBR17966A	Plax	1	6.97	0.015	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9320	2807038233	FBR18300B	Hilo	1	1.08	0.007	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9321	2807038233	FCN13049	Cepillo	2	1.34	0.010	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9322	2807038233	FCN63042A	Cepillo	4	2.20	0.016	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9323	2807038233	FCO00400B	Crema Top	1	9.74	0.018	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9324	2807038233	FCO35107A	Crema Top	1	9.48	0.018	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9325	2807038233	FCO91066A	Jabon	1	8.43	0.015	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9326	2807038233	FCO91066A	Jabon	5	42.13	0.075	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9327	2807038233	FCO91071A	Jabon	4	33.70	0.060	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9328	2807038233	FCO91074A	Jabon	4	33.70	0.060	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9329	2807038233	FCO91083	Jabon	3	25.28	0.045	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9330	2807038233	FCO92082	Jabon	1	8.43	0.015	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9331	2807038233	FMX00308A	Crema	1	1.43	0.004	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9332	2807038233	FMX00312A	Crema	2	2.86	0.008	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9333	2807038233	FMX02904	Deo	1	1.10	0.004	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9334	2807038233	FMX03179D	Crema Top	1	8.77	0.020	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9335	2807038233	FMX04366	Deo Aero	7	17.05	0.056	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9336	2807038233	FMX04718A	Crema Top	5	59.84	0.130	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9337	2807038233	FMX04827	Deo Aero	2	4.07	0.014	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9338	2807038233	FMX04833	Crema	1	1.43	0.004	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9339	2807038233	FMX04998A	Crema Top	2	17.31	0.042	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9340	2807038233	FMXE12316	Crema Top	1	11.87	0.026	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9341	2807038233	PF663008	Irregular	1	3.33	0.020	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9342	2807038233	PF666009	Irregular	2	20.44	0.048	2803323220	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9343	2807038233	FBR03904	Crema Top	1	5.09	0.012	2803323219	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9344	2807038233	FBR11286	Jabon L	1	3.65	0.007	2803323219	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9345	2807038233	FBR13366A	Crema Top	2	10.18	0.022	2803323219	17/10/2011	Lun	17	3	HIPERMERCADOS TOTUS S.A.	Octubre 2011	Totus
9346	2807038233	FBR17966A	Plax	1	6.97	0.015	280332							

1	Shipmen	Material	Tipo	Caj	kgs Tot	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
29913	2807038604	FCO28002	Suavitel	20	261.80	0.600	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29914	2807038604	FCO28003	Suavitel	10	123.80	0.300	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29915	2807038604	FCO28027A	Suavitel	20	320.00	0.680	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29916	2807038604	FCO28082	Suavitel	126	1,580.04	3.906	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29917	2807038604	FCO34443C	Crema Top	10	96.40	0.190	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29918	2807038604	FCO34452B	Crema Top	140	1,349.60	2.660	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29919	2807038604	FCO42015	Jabon	14	81.76	0.140	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29920	2807038604	FCO42022	Jabon	1	10.26	0.016	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29921	2807038604	FCO42025	Jabon	14	143.64	0.224	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29922	2807038604	FCO42026	Jabon	5	51.30	0.080	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29923	2807038604	FCO42027	Jabon	12	123.12	0.192	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29924	2807038604	FCO42041	Jabon	23	235.98	0.368	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29925	2807038604	FCO42043	Jabon	23	134.32	0.230	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29926	2807038604	FCO42044	Jabon	14	143.64	0.238	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29927	2807038604	FCO47008	Deo	16	97.63	0.224	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29928	2807038604	FCO97153	Deo	10	68.64	0.140	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29929	2807038604	FMXE11146	Crema Top	7	45.89	0.140	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29930	2807038604	FMXE48031	Crema Top	5	43.46	0.100	2803326950	21/11/2011	Lun	21	3	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Noviembre 2011	Provincias
29931	2807038634	FBR03904	Crema Top	70	356.16	0.840	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29932	2807038634	FBR13366A	Crema Top	50	254.40	0.550	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29933	2807038634	FCN03805A	Cepillo	50	200.00	1.950	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29934	2807038634	FCN63051A	Cepillo	50	85.50	0.600	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29935	2807038634	FCO12001A	Crema Top	40	256.60	0.720	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29936	2807038634	FCO28003	Suavitel	5	61.90	0.150	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29937	2807038634	FCO28027A	Suavitel	10	160.00	0.340	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29938	2807038634	FCO28041A	Suavitel	5	63.60	0.120	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29939	2807038634	FCO28069B	Suavitel	20	218.60	0.420	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29940	2807038634	FCO28082	Suavitel	50	627.00	1.550	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29941	2807038634	FCO34443C	Crema Top	30	289.20	0.570	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29942	2807038634	FCO41031A	Jabon	20	116.80	0.200	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29943	2807038634	FCO41032A	Jabon	20	116.80	0.200	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29944	2807038634	FCO41039	Jabon	15	126.39	0.225	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29945	2807038634	FCO41041	Jabon	10	84.26	0.150	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29946	2807038634	FCO41064	Jabon	5	29.20	0.050	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29947	2807038634	FCO42015	Jabon	15	87.60	0.150	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29948	2807038634	FCO42025	Jabon	9	92.34	0.144	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29949	2807038634	FCO42027	Jabon	5	51.30	0.080	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29950	2807038634	FCO42041	Jabon	15	153.90	0.240	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29951	2807038634	FCO42043	Jabon	15	87.60	0.150	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29952	2807038634	FCO61122	Crema Top	40	368.64	0.880	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29953	2807038634	FCO61123	Crema Top	70	645.12	1.540	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29954	2807038634	FCO91241A	Jabon	30	174.00	0.300	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29955	2807038634	FCO97153	Deo	5	34.32	0.070	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29956	2807038634	FMXE48031	Crema Top	5	43.46	0.100	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29957	2807038634	FVN63029	Cepillo	30	30.90	0.300	2803327913	22/11/2011	Mar	22	3	EKT COMERCIAL SAC	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29958	2807038629	FBR03904	Crema Top	30	152.64	0.360	2803327912	22/11/2011	Mar	22	3	CORPORACION SAGRA S.A.	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29959	2807038629	FCN03805A	Cepillo	20	80.00	0.780	2803327912	22/11/2011	Mar	22	3	CORPORACION SAGRA S.A.	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29960	2807038629	FCN63051A	Cepillo	20	34.20	0.240	2803327912	22/11/2011	Mar	22	3	CORPORACION SAGRA S.A.	Noviembre 2011	Otros(Lima)
29961	2807038629	FCO34443C	Crema Top	30	289.20	0.570	2803327912	22/11/2011	Mar	22	3	CORPORACION SAGRA S.A.	Noviembre 2011	Otros(Lima)

1	Shipmen	Material	Tipo	Caj	kgs Tot	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
68170	2807039083	FCO28041A	Suavitel	2	25.44	0.048	2803332637	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68171	2807039083	FCO78078	Suavitel	3	37.14	0.090	2803332637	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68172	2807039083	FBR09171A	Cepillo	1	1.46	0.016	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68173	2807039083	FBR13366A	Crema Top	3	15.26	0.033	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68174	2807039083	FBR13610A	Plax	1	6.97	0.015	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68175	2807039083	FBR17966A	Plax	1	6.97	0.015	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68176	2807039083	FCN63120	Cepillo	1	0.56	0.005	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68177	2807039083	FCO00040B	Crema Top	1	9.74	0.018	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68178	2807039083	FCO35107A	Crema Top	1	9.48	0.018	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68179	2807039083	FCO92061	Jabon	2	16.85	0.030	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68180	2807039083	FCO92062	Jabon	2	16.85	0.030	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68181	2807039083	FCO92071	Jabon	2	16.85	0.030	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68182	2807039083	FCO92082	Jabon	2	16.85	0.030	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68183	2807039083	FMX00308A	Crema	1	1.43	0.004	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68184	2807039083	FMX00312A	Crema	1	1.43	0.004	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68185	2807039083	FMX02891A	Deo Aero	2	4.07	0.014	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68186	2807039083	FMX03179D	Crema Top	1	8.77	0.020	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68187	2807039083	FMX04718A	Crema Top	1	11.97	0.026	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68188	2807039083	FMX04825	Deo Aero	1	2.03	0.007	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68189	2807039083	FMX05256	Deo	1	1.92	0.007	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68190	2807039083	FMXE12316	Crema Top	1	11.87	0.026	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68191	2807039083	FMXE35103A	Crema Top	5	43.07	0.100	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68192	2807039083	FVN04868	Cepillo	1	0.69	0.005	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68193	2807039083	FVN63042	Cepillo	2	1.10	0.008	2803332636	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68194	2807039083	FCO28002	Suavitel	6	78.54	0.180	2803332635	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68195	2807039083	FCO28041A	Suavitel	2	25.44	0.048	2803332635	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68196	2807039083	FCO28027A	Suavitel	2	32.00	0.068	2803332634	09/01/2012	Lun	9	2	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	Enero 2012	Tottus
68197	2807039083	FCO28069B	Suavitel	1	10.93	0.021	2803332634	09/01/2012	Lun	9	2	H		

1	Shipmen	Material	Tipo	Caji	kgs Total	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
103254	2807039753	FCN31654	Cepillo	3	2.15	0.015	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103255	2807039753	FCO63140	Cepillo	1	0.94	0.005	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103256	2807039753	FCO92061	Jabon	2	16.85	0.030	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103257	2807039753	FCO92062	Jabon	1	8.43	0.015	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103258	2807039753	FCO92066	Jabon	1	8.43	0.015	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103259	2807039753	FCO92071	Jabon	2	16.85	0.030	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103260	2807039753	FCO92082	Jabon	2	16.85	0.030	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103261	2807039753	FMX00308A	Crema	1	1.43	0.004	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103262	2807039753	FMX00312A	Crema	2	2.86	0.008	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103263	2807039753	FMX04508C	Crema	1	1.49	0.023	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103264	2807039753	FMX04718A	Crema Top	2	23.93	0.052	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103265	2807039753	FMX04833	Crema	2	2.86	0.008	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103266	2807039753	FMX05256	Deo	3	5.76	0.021	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103267	2807039753	FMX05289	Crema	1	0.92	0.005	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103268	2807039753	FPE61024	Irregular	9	75.60	0.171	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103269	2807039753	FPE66009	Irregular	2	20.44	0.048	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103270	2807039753	FPE92007	Jabon	1	5.57	0.010	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103271	2807039753	FPE92008	Jabon	1	5.57	0.010	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103272	2807039753	FUS03833	Deo	1	1.38	0.003	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103273	2807039753	FUS04831	Deo	2	2.18	0.006	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103274	2807039753	FUS05275	Deo	1	1.26	0.003	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103275	2807039753	FUS42032	Jabon L	1	3.32	0.008	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103276	2807039753	FVN63029	Cepillo	1	1.03	0.010	280339832	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103277	2807039753	FCO28002	Suavitel	1	13.09	0.030	280339831	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103278	2807039753	FCO28041A	Suavitel	1	12.72	0.024	280339831	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103279	2807039753	FCN01110	Cepillo	2	1.61	0.014	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103280	2807039753	FCN31654	Cepillo	4	2.87	0.020	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103281	2807039753	FCO35107A	Crema Top	1	9.48	0.018	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103282	2807039753	FCO92061	Jabon	2	16.85	0.030	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103283	2807039753	FCO92062	Jabon	3	25.28	0.045	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103284	2807039753	FCO92071	Jabon	2	16.85	0.030	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103285	2807039753	FMX00312A	Crema	1	1.43	0.004	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103286	2807039753	FMX02891A	Deo Aero	2	4.07	0.014	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103287	2807039753	FMX04561	Deo Aero	1	2.03	0.007	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103288	2807039753	FMX04718A	Crema Top	2	23.93	0.052	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103289	2807039753	FMX48031	Crema Top	1	8.69	0.020	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103290	2807039753	FPE63008	Irregular	1	3.33	0.020	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103291	2807039753	FPE66009	Irregular	2	20.44	0.048	280339830	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103292	2807039753	FBR09171A	Cepillo	1	1.46	0.016	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103293	2807039753	FCO92061	Jabon	1	8.43	0.015	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103294	2807039753	FCO92062	Jabon	2	16.85	0.030	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103295	2807039753	FCO92066	Jabon	1	8.43	0.015	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103296	2807039753	FCO92071	Jabon	1	8.43	0.015	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103297	2807039753	FCO92082	Jabon	1	8.43	0.015	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103298	2807039753	FMX00308A	Crema	2	2.86	0.008	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103299	2807039753	FMX00312A	Crema	2	2.86	0.008	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103300	2807039753	FMX02906	Deo	1	1.09	0.004	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103301	2807039753	FMX04533	Deo Aero	1	2.03	0.007	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus
103302	2807039753	FMX04718A	Crema Top	2	23.93	0.052	280339829	12/03/2012	Lun	12	2	HIPERMERCADOS TOTTTUS S.A	Marzo 2012	Tottus

1	Shipmen	Material	Tipo	Caji	kgs Total	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
115455	2807040165	FBR03904A	Crema Top	50	257.55	0.550	2803344416	19/04/2012	Jun	19	3	CORPORACION VEGA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115456	2807040165	FCO41031A	Jabon	5	29.20	0.050	2803344416	19/04/2012	Jun	19	3	CORPORACION VEGA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115457	2807040165	FMX02904	Deo	2	2.19	0.008	2803344416	19/04/2012	Jun	19	3	CORPORACION VEGA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115458	2807040165	FMX35103A	Crema Top	5	43.07	0.100	2803344416	19/04/2012	Jun	19	3	CORPORACION VEGA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115459	2807040165	FVN63029	Cepillo	1	1.03	0.010	2803344416	19/04/2012	Jun	19	3	CORPORACION VEGA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115460	2807040165	FVN63042	Cepillo	2	1.10	0.008	2803344416	19/04/2012	Jun	19	3	CORPORACION VEGA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115461	2807040170	FCO41039	Jabon	3	25.28	0.045	2803344415	19/04/2012	Jun	19	3	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
115462	2807040170	FPE63008	Irregular	2	6.66	0.040	2803344415	19/04/2012	Jun	19	3	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
115463	2807040172	FMX05256	Deo	1	1.92	0.007	2803344414	19/04/2012	Jun	19	3	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Abril 2012	RC
115464	2807040172	FUS05275	Deo	1	1.26	0.003	2803344414	19/04/2012	Jun	19	3	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Abril 2012	RC
115465	2807040172	FMX04561	Deo Aero	1	2.03	0.007	2803344413	19/04/2012	Jun	19	3	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Abril 2012	RC
115466	2807040172	FUS05275	Deo	1	1.26	0.003	2803344412	19/04/2012	Jun	19	3	HIPERMERCADOS METRO S.A.	Abril 2012	RC
115467	2807040159	FCO41032A	Jabon	500	2,920.00	5.000	2803344411	18/04/2012	Mie	18	3	ONE TIME CUSTOMER MISCELLANEOU	Abril 2012	Otros(Lima)
115468	2807040159	FCO41064	Jabon	471	2,750.64	4.710	2803344411	18/04/2012	Mie	18	3	ONE TIME CUSTOMER MISCELLANEOU	Abril 2012	Otros(Lima)
115469	2807040270	FCO34452B	Crema Top	250	2,410.00	4.750	2803344410	28/04/2012	Sab	28	4	INVERSIONES DILISA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115470	2807040270	FCO47008	Deo	29	176.96	0.406	2803344409	28/04/2012	Sab	28	4	INVERSIONES DILISA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115471	2807040270	FCO47008A	Deo	16	98.94	0.272	2803344409	28/04/2012	Sab	28	4	INVERSIONES DILISA S.A.C.	Abril 2012	Otros(Lima)
115472	2807040264	FCO28082A	Suavitel	105	1,522.50	3.675	2803344408	28/04/2012	Sab	28	4	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Abril 2012	Provincias
115473	2807040264	FMX04508C	Crema	10	41.92	0.230	2803344408	28/04/2012	Sab	28	4	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Abril 2012	Provincias
115474	2807040264	FMX05566	Crema	100	1,318.60	4.400	2803344408	28/04/2012	Sab	28	4	DISTRIBUIDORA CHANGMAN SAC	Abril 2012	Provincias

1	Shipmen	Material	Tipo	Caji	kgs Tot	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
124030	2807040101	FMXE35103A	Crema Top	258	2,222.41	5.160	2803343336	12/04/2012	Jun	12	2	ECKER PERU SA	Abril 2012	Otros(Lima)
124031	2807040101	FMXE48037	Crema Top	5	43.15	0.100	2803343336	12/04/2012	Jun	12	2	ECKER PERU SA	Abril 2012	Otros(Lima)
124032	2807040071	FBR13662A	Plax	2	13.77	0.030	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124033	2807040071	FC041032A	Jabon	10	58.40	0.100	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124034	2807040071	FC041045	Jabon	10	84.26	0.150	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124035	2807040071	FC041064	Jabon	10	58.40	0.100	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124036	2807040071	FC042025	Jabon	20	205.20	0.320	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124037	2807040071	FC042026	Jabon	5	51.30	0.080	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124038	2807040071	FC042027	Jabon	15	153.90	0.240	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124039	2807040071	FC042041	Jabon	20	205.20	0.320	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124040	2807040071	FC078078	Suavitel	8	99.04	0.240	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124041	2807040071	FC091241A	Jabon	20	116.00	0.200	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124042	2807040071	FUS00030	Jabon L	1	3.52	0.008	2803343335	12/04/2012	Jun	12	2	CADENA BICOLOR E.I.R.L	Abril 2012	Provincias
124043	2807040072	FBR03904A	Crema Top	80	412.08	0.880	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124044	2807040072	FBR13638B	Plax	1	6.97	0.015	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124045	2807040072	FBR13661A	Plax	1	3.62	0.009	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124046	2807040072	FBR13662A	Plax	1	6.89	0.015	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124047	2807040072	FBR14508	Crema Top	60	314.82	0.660	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124048	2807040072	FCN63051A	Cepillo	30	51.30	0.360	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124049	2807040072	FC012001A	Crema Top	25	159.75	0.450	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124050	2807040072	FC028005	Suavitel	5	65.45	0.150	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124051	2807040072	FC028069B	Suavitel	5	54.65	0.105	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124052	2807040072	FC028078A	Suavitel	10	95.00	0.270	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124053	2807040072	FC034443C	Crema Top	20	192.80	0.380	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124054	2807040072	FC041031A	Jabon	9	52.56	0.090	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124055	2807040072	FC041032A	Jabon	20	116.80	0.200	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124056	2807040072	FC042015	Jabon	10	58.40	0.100	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124057	2807040072	FC042025	Jabon	5	51.30	0.080	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124058	2807040072	FC042026	Jabon	5	51.30	0.080	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124059	2807040072	FC042041	Jabon	5	51.30	0.080	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124060	2807040072	FC042043	Jabon	15	87.60	0.150	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124061	2807040072	FC042044	Jabon	5	51.30	0.085	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124062	2807040072	FC047008	Deo	3	18.31	0.042	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124063	2807040072	FC091241A	Jabon	10	58.00	0.100	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124064	2807040072	FMX00308A	Crema	5	7.15	0.020	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124065	2807040072	FMX00312A	Crema	5	7.15	0.020	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124066	2807040072	FMX00708	Jabon	5	58.83	0.140	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124067	2807040072	FMX04833	Crema	3	4.29	0.012	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124068	2807040072	FMXE05566	Crema	50	659.30	2.200	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124069	2807040072	FMXE11146A	Crema Top	25	163.90	0.500	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124070	2807040072	FMXE48031	Crema Top	5	43.46	0.100	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124071	2807040072	FUS00030	Jabon L	1	3.52	0.008	2803343334	12/04/2012	Jun	12	2	DISTRIBUIDORA DE GOLOSINAS Y	Abril 2012	Provincias
124072	2807040094	FBR03904A	Crema Top	5	25.76	0.055	2803343333	12/04/2012	Jun	12	2	REPRESENTACIONES ARCANGEL S.R.	Abril 2012	Provincias
124073	2807040094	FBR14508	Crema Top	5	26.24	0.055	2803343333	12/04/2012	Jun	12	2	REPRESENTACIONES ARCANGEL S.R.	Abril 2012	Provincias
124074	2807040094	FC042025	Jabon	3	30.78	0.048	2803343333	12/04/2012	Jun	12	2	REPRESENTACIONES ARCANGEL S.R.	Abril 2012	Provincias
124075	2807040094	FC042043	Jabon	3	17.52	0.030	2803343333	12/04/2012	Jun	12	2	REPRESENTACIONES ARCANGEL S.R.	Abril 2012	Provincias
124076	2807040095	FBR03904A	Crema Top	30	154.53	0.330	2803343332	12/04/2012	Jun	12	2	DISLAC SRLtda.	Abril 2012	Provincias
124077	2807040095	FCN14001	Cepillo	20	42.38	0.260	2803343332	12/04/2012	Jun	12	2	DISLAC SRLtda.	Abril 2012	Provincias
124078	2807040095	FCN63051A	Cepillo	30	51.30	0.360	2803343332	12/04/2012	Jun	12	2	DISLAC SRLtda.	Abril 2012	Provincias

1	Shipmen	Material	Tipo	Caji	kgs Tot	m3 Tot	Delivery	Pstng Da	Día 01	Día	Semai	Customer Name	Mes	Agrupación
129631	2807040023	FC034452B	Crema Top	60	578.40	1.140	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129632	2807040023	FC041031A	Jabon	20	116.80	0.200	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129633	2807040023	FC041032A	Jabon	20	116.80	0.200	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129634	2807040023	FC041039	Jabon	20	168.52	0.300	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129635	2807040023	FC041041	Jabon	15	126.39	0.225	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129636	2807040023	FC041064	Jabon	20	116.80	0.200	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129637	2807040023	FMX00308A	Crema	10	14.29	0.040	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129638	2807040023	FMX04833	Crema	4	5.72	0.016	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129639	2807040023	FMXE05566	Crema	300	3,955.80	13.200	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129640	2807040023	FMXE11146A	Crema Top	20	131.12	0.400	2803342315	04/04/2012	Mie	4	1	COMERCIALIZ. Y DISTRIBUIDORA	Abril 2012	Otros(Lima)
129641	2807040022	FBR03904A	Crema Top	20	103.02	0.220	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129642	2807040022	FBR14508	Crema Top	30	157.41	0.330	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129643	2807040022	FCN01504A	Cepillo	10	50.00	0.340	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129644	2807040022	FCN63051A	Cepillo	20	34.20	0.240	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129645	2807040022	FC034452B	Crema Top	35	337.40	0.665	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129646	2807040022	FC042015	Jabon	20	116.80	0.200	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129647	2807040022	FC091241A	Jabon	15	87.00	0.150	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129648	2807040022	FMX00708	Jabon	2	23.53	0.056	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)
129649	2807040022	FMXE05566	Crema	50	659.30	2.200	2803342314	04/04/2012	Mie	4	1	CORPORACION SAGRA S.A.	Abril 2012	Otros(Lima)

Anexo 2:

Análisis de Supermercados Peruanos (Tm/hh):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Supermercados Peruanos (Ransa)

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	72.00	12,960.00
2.-	Proveer de pallet empernado	60.00	14.00	840.00
3.-	Verificacion de datos en hoja de picking	4.00	72.00	288.00
4.-	Coger caja de ubicación en rack	3.00	1,512.00	4,536.00
5.-	Acomodo de caja en pallet de pedido	6.00	1,512.00	9,072.00
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	72.00	144.00
				27,840.00 Segundos

	Fraccionamiento Neto	Seg	27,840.00	75%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	2,160.00	6%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	2,520.00	7%
9.-	Armado de rumas	45.00	630.00	2%
10.-	Emblistado Total del pallet	180.00	2,520.00	7%
11.-	Generar rotulo con EAN x Unid Sku	60.00	840.00	2%
12.-	Generar rotulo por numero de bultos	30.00	420.00	1%
13.-				

**36,930.00** Segundos  
**615.50** Minutos  
**10.26** Horas

Cajas	Kg Picking	Cap (Kg/hh)	Cap (Tm/hh)	Eficiencia	Cap (Tm/hh)
1,512.00	6,674.00	650.59	0.65	85%	<b>0.55</b>

Demanda Diaria 6.67 Tm  
 Horas - Hombres Requeridas 12.07 horas  
 Horas Disponibles / Día 7.75 horas  
 Personal Necesario **1.56** Operativos

## Análisis de Supermercados Peruanos (min/PL):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Supermercados Peruanos (Ransa)

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	17.00	3,060.00
2.-				
3.-	Verificacion de datos en hoja de picking	4.00	17.00	68.00
4.-				
5.-				
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	17.00	34.00
				<b>3,162.00</b> Segundos

	Fraccionamiento Neto	Seg	3,162.00	28%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	510.00	5%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	3,060.00	27%
9.-				0%
10.-	Emblistado Total del pallet	180.00	3,060.00	27%
11.-	Generar rotulo con EAN x Unid Sku	60.00	1,020.00	9%
12.-	Generar rotulo por numero de bultos	30.00	510.00	5%
13.-			-	0%

**11,322.00** Segundos  
**188.70** Minutos  
**3.15** Horas

Num PL	Kg Picking	Cap (min/PL)	Eficiencia	Cap (min/PL)
17.00	6,674.00	11.10	95%	<b>11.68</b>

Anexo 3:

Análisis de Metro & Wong (Tm/hh):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Cencosud (Wong - Metro)

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	62.00	11,160.00
2.-	Proveer de pallet	45.00	10.00	450.00
3.-	Verificacion de datos en hoja de picking	4.00	62.00	248.00
4.-	Coger caja de ubicación en rack	3.00	930.00	2,790.00
5.-	Acomodo de caja en pallet de pedido	3.00	930.00	2,790.00
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	62.00	124.00
				17,562.00 Segundos

	Fraccionamiento Neto	Seg	17,562.00	80%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	1,860.00	9%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	1,800.00	8%
9.-				0%
10.-	Emblistado Total del pallet	30.00	300.00	1%
11.-				0%
12.-	Generar rotulo por numero de bultos	30.00	300.00	1%
13.-				0%

21,822.00 Segundos  
363.70 Minutos  
6.06 Horas

Cajas	Kg Picking	Cap (Kg/hh)	Cap (Tm/hh)	Eficiencia	Cap (Tm/hh)
930.00	3,829.00	631.67	0.63	90%	0.57

Demanda Diaria 3.83 Tm  
Horas - Hombres Requeridas 6.74 horas  
Horas Disponibles / Día 7.75 horas  
Personal Necesario 0.87 Operativos

Análisis de Metro & Wong (min/PL):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Cencosud (Wong - Metro)

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	12.00	2,160.00
3.-	Verificacion de datos en hoja de picking	4.00	12.00	48.00
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	12.00	24.00
				2,232.00

Segundos

	Fraccionamiento Neto	Seg	2,232.00	44%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	360.00	7%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	2,160.00	43%
9.-				0%
10.-				0%
11.-				0%
12.-	Generar rotulo por numero de bultos	30.00	300.00	6%
13.-				0%

**5,052.00** Segundos  
**84.20** Minutos  
**1.40** Horas

PL	Kg Picking	Cap (min/PL)	Eficiencia	Cap (min/PL)
12.00	5,087.00	7.02	95%	<b>7.39</b>

Anexo 4:

Análisis de Otros-Lima (Tm/hh):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Lima (Otros)

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	24.00	4,320.00
2.-	Proveer de pallet	45.00	5.00	225.00
3.-	Verificación de datos en hoja de picking	4.00	24.00	96.00
4.-	Coger caja de ubicación en rack (FEFO)	3.00	432.00	1,296.00
5.-	Acomodo de caja en pallet de pedido	4.00	432.00	1,728.00
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	24.00	48.00
				7,713.00 Segundos

	Fraccionamiento Neto	Seg	7,713.00	78%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	720.00	7%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	240.00	1,200.00	12%
9.-				0%
10.-				0%
11.-				0%
12.-	Generar rotulo por pallet	45.00	225.00	2%
13.-				0%

**9,858.00** Segundos  
**164.30** Minutos  
**2.74** Horas

Cajas	Kg Picking	Cap (Kg/hh)	Cap (Tm/hh)	Eficiencia	Cap (Tm/hh)
432.00	1,747.00	637.98	0.64	95%	<b>0.61</b>

Demanda Diaria 1.75 Tm  
 Horas - Hombres Requeridas 2.88 horas  
 Horas Disponibles / Día 7.75 horas  
 Personal Necesario **0.37** Operativos

Análisis de Otros-Lima (min/PL):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Lima (Otros)

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	9.00	1,620.00
2.-				
3.-	Verificacion de datos en hoja de picking	4.00	9.00	36.00
4.-				
5.-				
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	9.00	18.00
				1,674.00 Segundos

	Fraccionamiento Neto	Seg	1,674.00	44%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	270.00	7%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	1,620.00	42%
9.-				0%
10.-				0%
11.-				0%
12.-	Generar rotulo por pallet	30.00	270.00	7%
13.-				0%

**3,834.00** Segundos  
**63.90** Minutos  
**1.07** Horas

Num PL	Kg Picking	Cap (min/PL)	Eficiencia	Cap (min/PL)
9.00	1,747.00	7.10	95%	<b>7.47</b>

Anexo 5:

Análisis de Provincia (Tm/hh):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Provincias

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	71.00	12,780.00
2.-	Proveer de pallet	45.00	10.00	450.00
3.-	Verificacion de datos en hoja de picking	4.00	71.00	284.00
4.-	Coger caja de ubicación en rack (FEFO)	3.00	923.00	2,769.00
5.-	Acomodo de caja en pallet de pedido	3.00	923.00	2,769.00
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	71.00	142.00
				19,194.00 Segundos

	Fraccionamiento Neto	Seg	19,194.00	82%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	2,130.00	9%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	1,800.00	8%
9.-				0%
10.-				0%
11.-				0%
12.-	Generar rotulo por pallet	30.00	300.00	1%
13.-				0%

**23,424.00** Segundos  
**390.40** Minutos  
**6.51** Horas

Cajas	Kg Picking	Cap (Kg/hh)	Cap (Tm/hh)	Eficiencia	Cap (Tm/hh)
923.00	4,230.00	650.10	0.65	95%	<b>0.62</b>

Demanda Diaria 4.23 Tm  
 Horas - Hombres Requeridas 6.85 horas  
 Horas Disponibles / Día 7.75 horas  
 Personal Necesario **0.88** Operativos

Análisis de Provincia (min/PL):

**Actividad:** Fraccionamiento Cliente Provincias

Pasos		TU (Seg)	Frecuencia	TT (Seg)	
1.-	Abastecimiento de productos	180.00	12.00	2,160.00	
2.-					
3.-	Verificacion de datos en hoja de picking	3.00	12.00	36.00	
4.-					
5.-					
6.-	Anotacion de check en hoja de picking	2.00	12.00	24.00	
				2,220.00	Segundos

Fraccionamiento Neto		Seg	2,220.00	44%
7.-	Traslados en picking entre ubicación	30.00	360.00	7%
8.-	Acarreo de pallets de pedido a zona de chequeo	180.00	2,160.00	42%
9.-				0%
10.-				0%
11.-				0%
12.-	Generar rotulo por pallet	30.00	360.00	7%
13.-				0%

**5,100.00** Segundos  
**85.00** Minutos  
**1.42** Horas

Num PL	Kg Picking	Cap (min/PL)	Eficiencia	Cap (min/PL)
12.00	4,230.00	7.08	95%	<b>7.46</b>

Anexo 6:

TOTTUS				SUPERMERCADOS PERUANO	
Cliente	TOTTUS	OK	14	Cliente	SUPERMER
		NO OK	19		
		TOTAL %	42.42%		
Tienda		OK	6	Delivery	
		NO OK	9		
		TOTAL %	40.00%		
Arequipa Otro	PENDIENTE	2803387942	OK	2803387941	PENDIENTE
Atocongo	OK	2803387937	OK	2803387939	PENDIENTE
Belaunde	OK	2803387940	PENDIENTE	2803387943	OK
Bellavista	PENDIENTE	2803387938	PENDIENTE	2803387946	PENDIENTE
Campoy	PENDIENTE	2803387948	OK	2803387949	PENDIENTE
Canta Callao	PENDIENTE	2803387945	OK	2803387944	OK
Chiclayo	OK	2803387947	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE
Chimbote	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE
Chincha	OK	2803387948	OK	2803387949	PENDIENTE
Chorrillos	OK	2803387944	OK	2803387944	OK
Crillon	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE
El Agustino	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE
El super	OK	2803387945	OK	2803387945	OK
Ica	OK	2803387947	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE
Independencia	OK	2803387936	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE
Jockey Palza	PENDIENTE	2803387944	OK	2803387944	OK
La fontana	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE
Los Olivos	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE
Mansiche	OK	2803387945	OK	2803387945	OK
Naciones unidas	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE
Pentagonito	OK	2803387936	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE
Piura	PENDIENTE	2803387944	OK	2803387944	OK
Pte. Piedra	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE
Quilca	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE	2803387936	PENDIENTE
Saenz Peña	PENDIENTE	2803387945	OK	2803387945	OK
San isidro	OK	2803387947	PENDIENTE	2803387947	PENDIENTE

WONG & METRO		MA MAYORISTAS Y FARMACI		PROVINCIA	
Cliente	(Multiple It)	OK	7	Cliente	#N/A
		NO OK	27		
		TOTAL %	20.59%		
Delivery		OK	0	Location of th	LIMA
		NO OK	1		
		TOTAL %	0.00%		
2803388024	PENDIENTE	Name of so	Delivery	COMERCIAL	2803388326
2803388123	PENDIENTE			GUZMAN D	2803388248
2803388244	OK				2803388247
2803388245	PENDIENTE			GW YICHAN	2803388028
2803388246	PENDIENTE			SIPAN DISTR	2803387774
2803388249	PENDIENTE			DISTRIBUIDO	2803387768
2803387776	OK				2803387766
2803388124	PENDIENTE				
2803388323	PENDIENTE				
2803387775	PENDIENTE				
2803388130	PENDIENTE				
2803388029	OK				
2803388254	PENDIENTE				
2803388026	PENDIENTE				
2803387770	PENDIENTE				
2803387771	PENDIENTE				
2803387772	OK				
2803387769	PENDIENTE				
2803388027	PENDIENTE				
2803388250	PENDIENTE				
2803388255	PENDIENTE				
2803388322	OK				
2803388324	PENDIENTE				
2803387767	PENDIENTE				

Ciente	Tonelaje	Avance
TOTTUS	13.998	42.42%
SSPP	34.442	40.00%
METRO & WONG	31.844	20.59%
OTROS (LIMA)	27.861	0.00%
PROVINCIA	25.477	100.00%
	133.623	40.60%

