



**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**CARRERA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**“ANALÍTICA DE DATOS APLICANDO LA METODOLOGÍA  
ABC EN LA GESTIÓN DE INVENTARIO DE LA EMPRESA  
CONFIA E.I.R.L”**

Tesis para optar el título profesional de:

**Ingeniera Empresarial**

**Autor:**

**Valeria Beltran Checa**

**Asesor:**

Mg. Denis Christian Ovalle Paulino  
<https://orcid.org/0000-0002-5559-5684>

Trujillo – Perú

2023

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Jorge Luis Alfaro Rosas</b>	<b>18127518</b>
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 2	<b>Elizabeth Kristina Bravo Huivin</b>	<b>71053874</b>
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 3	<b>Cesia Elizabeth Boñón Silva</b>	<b>40222757</b>
	Nombre y Apellidos	N° DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### ANALÍTICA DE DATOS APLICANDO LA METODOLOGÍA ABC EN LA GESTIÓN DE INVENTARIO DE LA EMPRESA CONFIA E.I.R.

#### ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b>	<b>17%</b>	<b>3%</b>	<b>10%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>www.web.facpya.uanl.mx</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ug.edu.ec</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.upagu.edu.pe</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>www.subaholic.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Peruana de Las Americas</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Internacional del Ecuador</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>

## DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico  
a mis padres que me han acompañado  
en todos estos años de carrera,  
dándome siempre motivación.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional, a mi hermana por motivarme y acompañarme en este proceso de titulación y a mis amigos cercanos por ser el soporte durante estos años.

## INDICE

<b><i>JURADO EVALUADOR</i></b> .....	<b>2</b>
<b><i>INFORME DE SIMILITUD</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>DEDICATORIA</i></b> .....	<b>4</b>
<b><i>AGRADECIMIENTO</i></b> .....	<b>5</b>
<b><i>INDICE</i></b> .....	<b>6</b>
<b><i>ÍNDICE DE TABLAS</i></b> .....	<b>8</b>
<b><i>ÍNDICE DE FIGURAS</i></b> .....	<b>9</b>
<b><i>RESUMEN</i></b> .....	<b>12</b>
<b><i>ABSTRACT</i></b> .....	<b>14</b>
<b><i>CAPÍTULO I</i></b> .....	<b>16</b>
<b><i>INTRODUCCIÓN</i></b> .....	<b>16</b>
<b>1.1. Realidad Problemática</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2. Formulación del Problema</b> .....	<b>21</b>
1.2.1. Problema General .....	21
1.2.2. Problemas Específicos.....	21
<b>1.3. Objetivos</b> .....	<b>21</b>
1.3.1. Objetivo General .....	21
1.3.2. Objetivos Específicos .....	22
<b>1.4. Hipótesis</b> .....	<b>22</b>
1.4.1. Hipótesis General.....	22
1.4.2. Hipótesis Específicos.....	22
<b>1.5. Marco Teórico</b> .....	<b>23</b>
1.5.1. Antecedentes .....	23
1.5.2. Bases Teóricas .....	31
<b><i>CAPÍTULO II</i></b> .....	<b>49</b>
<b><i>METODOLOGÍA</i></b> .....	<b>49</b>
<b>2.1. Tipo de Investigación</b> .....	<b>49</b>
<b>2.2. Población y muestra</b> .....	<b>50</b>
<b>2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	<b>51</b>
<b>2.4. Definición operacional</b> .....	<b>53</b>
2.4.1. Definición de la variable analítica de datos .....	53
2.4.2. Definición de gestión de inventario .....	53
2.4.3. Matriz de operacionalización de variable .....	55
<b>2.5. Metodología de la solución</b> .....	<b>56</b>
2.5.1. Análisis y Diagnóstico de la empresa .....	56
2.5.2. Planteamiento Estratégico .....	87

2.5.3. Modelo de Negocio.....	98
<b>2.1. CADENA DE VALOR.....</b>	<b>100</b>
2.5.4. Flujos de Procesos involucrados con la Variable dependiente.....	102
2.5.5. Análítica de datos aplicando la Metodología ABC.....	122
2.5.6. Cronograma de actividades y presupuesto.....	158
<b><i>CAPÍTULO III.....</i></b>	<b><i>160</i></b>
<b><i>RESULTADOS .....</i></b>	<b><i>160</i></b>
3.1. Confiabilidad del instrumento por alfa de Cronbach.....	160
3.2. Aplicación de la estadística descriptiva de las variables.....	160
3.3. Aplicación de la estadística inferencial de las variables .....	169
3.3.1. Normalización de la influencia de las variables 1 y 2.....	169
3.3.2. El planteo de las Hipótesis General .....	170
3.3.3. El planteo de las Hipótesis Específica 1.....	171
3.3.4. El planteo de las Hipótesis Específica 2.....	172
3.3.5. El planteo de las Hipótesis Específica 3.....	173
3.4. Pre Test de variables Independientes y Dependientes.....	175
3.5. Post Test de variables Independientes y Dependientes .....	176
<b><i>CAPÍTULO IV.....</i></b>	<b><i>178</i></b>
<b><i>DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</i></b>	<b><i>178</i></b>
4.1. Discusión .....	178
4.2. Conclusiones.....	179
<b><i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</i></b>	<b><i>182</i></b>
<b><i>ANEXOS.....</i></b>	<b><i>188</i></b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-Matriz de operacionalización de variable .....	55
Tabla 2-Identificación de productos .....	57
Tabla 3-Segmentación económica.....	87
Tabla 4-Objetivos estratégicos .....	91
Tabla 5-Balanced Scorecard.....	93
Tabla 6-Resultados de inventario ABC .....	132
Tabla 7-Clasificación inventario A .....	146
Tabla 8-Clasificación inventario B.....	148
Tabla 9-Clasificación inventario C.....	152
Tabla 10-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N.º de veces que rota el inventario de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. .....	160
Tabla 11-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N.º de stock promedio por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. .....	162
Tabla 12-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Nº de stock mínimo por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. .....	163
Tabla 13-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N.º de productos faltantes en el almacén por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. ....	165
Tabla 14-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N ° de días de inventario por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. .....	166
Tabla 15-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. ....	167



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-Visualización de Power Bi Desktop, Microsoft Learn .....	34
Figura 2-Tipos de fuentes de información.....	35
Figura 3-Comportamiento del porcentaje de ventas anuales con respecto del porcentaje de ítem: la clasificación ABC.....	39
Figura 4-Gestión de inventario .....	42
Figura 5-Estructura organizacional .....	82
Figura 6-FODA .....	84
Figura 7-Cadena de Valor .....	85
Figura 8-Pictográfico de valor externo.....	86
Figura 9-Mapa estratégico.....	90
Figura 10-Recursos clave .....	99
Figura 11-Procesos clave.....	100
Figura 12-Modelo de negocio .....	101
Figura 13-Matriz de seguimiento del proceso compra de mercadería.....	102
Figura 14-Diagrama de flujo del proceso compra de mercadería .....	103
Figura 15-Ficha de caracterización del proceso compra de mercadería.....	104
Figura 16-Matriz de seguimiento del proceso de almacenaje .....	107
Figura 17-Diagrama de flujo del proceso de almacenaje .....	108
Figura 18-Ficha de caracterización del proceso de almacenaje .....	109
Figura 19-Matriz de seguimiento del proceso venta de mercadería.....	112
Figura 20-Diagrama de flujo del proceso venta de mercadería.....	113
Figura 21-Ficha de caracterización del proceso venta de mercadería .....	114
Figura 22-Matriz de seguimiento del proceso devolución de productos obsoletos o en mal estado .....	117
Figura 23-Diagrama de flujo del proceso devolución de productos obsoletos o en mal estado .....	118
Figura 24-Ficha de caracterización de devolución de productos obsoletos o en mal estado .....	119
Figura 25-Modelamiento de datos.....	123

Figura 26-Base de datos Ventas .....	124
Figura 27-Base de datos Productos .....	124
Figura 28-Selección de origen de datos a importar de la base de datos ventas .....	125
Figura 29-Selección de origen de datos a importar de la base de datos productos .....	126
Figura 30-Transformación de datos.....	126
Figura 31-Resultado de transformación de datos .....	127
Figura 32-Transformación de datosy resultados de la transformación.....	127
Figura 33-Creación de nueva medida de ventas.....	128
Figura 34-Inserción de nueva medida en la tabla productos .....	129
Figura 35-Formulación de fórmula para las ventas acumuladas .....	129
Figura 36-Creación de fórmula para el porcentaje de ventas acumuladas .....	130
Figura 37-Creación de fórmula para la clasificación de inventario ABC .....	131
Figura 38-Visualización de resultados por medio de la opción matriz .....	131
Figura 39-Visualización de resultados por medio de la opción tabla.....	132
Figura 40-Cronograma de actividades.....	158
Figura 41-Presupuesto del proyecto de ingeniería .....	159
Figura 42-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N° de veces que rota el inventario de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L	161
Figura 43-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N° de stock promedio por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. .....	162
Figura 44-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N° de stock mínimo por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. .....	164
Figura 45-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N° de productos faltantes en el almacén por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. ....	165
Figura 46-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N ° de días de inventario por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. .....	166

Figura 47-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L. ....	168
Figura 48-Normalización de la influencia de las variables 1 y 2 .....	169
Figura 49-Matriz de correlaciones.....	170
Figura 50-Matriz de correlaciones.....	171
Figura 51-Matriz de correlaciones.....	173
Figura 52-Matriz de correlaciones.....	174
Figura 53-Resumen de modelo y estimaciones de parámetro pre-test .....	175
Figura 54-Resumen de modelo y estimaciones de parámetro post-test.....	176

## RESUMEN

La “Compañía Nacional de Fármacos y Artículos E.I.R.L” siendo sus siglas “CONFIA”, es una empresa que distribuye productos dermatológicos y farmacéuticos en el Perú. Comercializa sus productos tanto a clínicas dermatológicas, farmacias, como al cliente directo por medio de su página web “Droguería Confía”.

Se evaluó que la presente organización no contaba con un pronóstico claro en la demanda de sus productos, ya que al abastecerse lo hacían de acuerdo a las ventas pasadas y a lo que el químico farmacéutico le parecía conveniente solicitar a su proveedor, generando problemáticas de pérdidas (atascamiento de inventario, productos vencidos, brechas de stock, y retrasos de pedidos). Es por ello, que en la presente investigación ante la problemática encontrada se planteó un cambio, integrando metodologías y herramientas tecnológicas, teniendo como objetivo realizar la analítica de datos aplicando la metodología ABC para la mejora de gestión de inventario en la empresa CONFIA E.I.R.L. En esta investigación se centró en realizar un análisis minucioso de los datos del registro histórico de ventas y productos en el sistema de inventario de la empresa cuales son los productos claves que producen ganancias y los artículos que están generando pérdidas. Para ello, se usará el programa Power Bi Desktop para analizar, transformar y aplicar medidas, fórmulas de la metodología mencionada para reducir la falta y exceso de inventario y al mismo tiempo aumentar las ventas, trayendo consigo la mejora de rotación de inventario.

Además, se realizó la investigación haciendo uso de seis instrumentos y técnicas de recopilación de datos, trayendo consigo en primer lugar, el pre-test, para identificar la condición de la compañía; y después, se realizó el post-test, para evaluar el avance una vez aplicado el estudio.

Del mismo modo, se desarrolló la investigación mediante etapas; primero se analizó y diagnosticó la empresa a nivel interno y externo, después, se desarrolló el planteamiento estratégico de la compañía; en tercer lugar, se evaluó el modelo de negocio; luego, se diagramaron los flujos de procesos involucrados con la variable dependiente; todo esto para realizar la analítica de datos aplicando la metodología ABC, mostrando el procedimiento y resultados de la analítica aplicada según la metodología mencionada usando Power Bi; Y, finalmente, se desarrolló el cronograma de actividades del proyecto y el presupuesto que lo compone.

Por último, la analítica de datos implementando la metodología ABC tuvo un efecto positivo en la gestión de inventario, aumentando la rotación de registro, disminuyendo atascamiento, brechas de stock, y mejora en el planeamiento de compra de mercadería ya que gracias a la metodología se conocen los productos que generan el 70% de ingresos de la compañía.

**PALABRAS CLAVE: ANALÍTICA DE DATOS, METODOLOGÍA ABC, GESTIÓN DE INVENTARIOS.**

## ABSTRACT

The "National Company of Drugs and Articles E.I.R.L" being its initials "CONFIA", is a company that distributes dermatological and pharmaceutical products in Peru. It markets its products both to dermatological clinics, pharmacies, and to direct customers through its website "Droguería Confia".

It was evaluated that the present organization did not have a clear forecast in the demand for its products, since when supplying they did so according to past sales and what the pharmaceutical chemist thought it convenient to request from their supplier, generating loss problems ( inventory backlogs, expired products, stock gaps, and order delays). That is why, in the present investigation, before the problem found, a change was proposed, integrating methodologies and technological tools, with the objective of carrying out data analysis applying the ABC methodology for the improvement of inventory management in the company CONFIA E.I.R.L. In this investigation, he focused on carrying out a detailed analysis of the data from the historical record of sales and products in the company's inventory system, which are the key products that produce profits and the items that are generating losses. For this, the Power Bi Desktop program will be used to analyze, transform and apply measures, formulas of the aforementioned methodology to reduce the lack and excess of inventory and at the same time increase sales, bringing with it the improvement of inventory rotation.

In addition, the investigation was carried out using six instruments and data collection techniques, bringing with it in the first place, the pre-test, to identify the condition of the company; and later, the post-test was carried out, to evaluate the progress once the study was applied.

In the same way, the investigation was developed through stages; first the company was analyzed and diagnosed internally and externally, then the company's strategic approach was developed; thirdly, the business model was evaluated; then, the process flows involved with the dependent variable were diagrammed; all this to carry out the data analysis applying the ABC methodology, showing the procedure and results of the analysis applied according to the mentioned methodology using Power Bi; And, finally, the schedule of project activities and the budget that composes it were developed.

Lastly, data analytics implementing the ABC methodology had a positive effect on inventory management, increasing record turnover, reducing bottlenecks, stock gaps, and improvement in merchandise purchase planning since, thanks to the methodology, They know the products that generate 70% of the company's revenue.

**KEY WORDS: DATA ANALYTICS, ABC METHODOLOGY, INVENTORY MANAGEMENT.**

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1. Realidad Problemática

En la actualidad, la analítica de datos es el eje primordial de la revolución digital que están experimentando las empresas en los últimos años; las organizaciones deben ser expertos en producir valor y ventaja sobre sus competidores a través de la implementación unificada de toda una metodología o sistema capaz de analizarlos, con el propósito de potenciar el desarrollo empresarial.

Asimismo, la recopilación de datos de empresas es primordial; Ortiz, Joyanes y Giraldo (2016) indican que es responsabilidad de las organizaciones no solo dedicarse a seleccionar datos principales de las fuentes, también procesarlos y analizarlos de manera adecuada.

Por otro lado, las empresas se enfrentan al mayor flujo de información de la historia de la humanidad. Este es un desafío para las organizaciones actuales que desean utilizar herramientas de análisis de datos para responder de diversas maneras. (Klatt, Schlaefke & Moeller, 2011). Según Wegener en su artículo “Big Data: The Organizational Challenge”, “al implementar herramientas y procesos de análisis de datos, los directivos pueden tomar decisiones importantes hasta 5 veces más rápido que sus competidores”. Es por ello, que las grandes empresas hoy en día invierten mucho dinero y tiempo para que analicen sus bases de datos. Sin embargo, las pequeñas empresas o más conocidas como MYPES en el Perú no suelen invertir grandes montos de dinero, ni de tiempo en este tipo de recursos, ya que no lo ven como algo indispensable para la organización.



No obstante, el estudio “Big Data analysis adaptation and enterprises competitive advantages: the perspective of dynamic capability and resource-based theories” Afirman que el análisis de datos ayuda a las empresas a tomar decisiones más prometedoras, Big Data es una estrategia para superar a los competidores, considerar lo que buscan los clientes en función de la interpretación de datos, crear productos que satisfagan las necesidades más apremiantes, mejorar los servicios e incluso personalizarlos. (Shan, Luo, Zhou y Wei, 2018).

A partir de este escenario, la gestión estratégica de riesgos de la compañía cambia, ya que en la toma de decisiones global se deben incluir más elementos analíticos, dotados de una mejor comprensión del entorno, conocimiento de la interdependencia y conocimiento de los diferentes. Un enfoque más preciso está relacionado con la organización. (Roberts, Wallace & McClure, 2012).

Además, hoy en día hay muchas compañías que no solo no toman como vital importancia la analítica de datos, sino que también no prestan atención a la gestión de inventario cuando lo vital en todo negocio debe ser el control de registros ya que el objetivo principal de todas es obtener utilidades, por eso debe tener un control de stock para no tener pérdidas.

En los últimos años, las empresas se encuentran con el problema de escasez o excedente, y si la cantidad de objetos es mayor, la revisión se vuelve más complicada, por lo que el manejo de inventarios es una parte necesaria del negocio, puede ser utilizado en una industria, un supermercado o cualquier tipo de sociedad, independientemente de su actividad. Cualquiera que sea su naturaleza, debe ser controlado. Una de las metodologías para poder gestionar de forma correcta los inventarios, es el método ABC, este es un

método de clasificación de inventario que permite asociar cada SKU con una o más categorías de productos relacionados con su importancia para el negocio. De esta manera, ABC Inventory ayuda a las organizaciones a identificar qué productos son críticos para el éxito y la rentabilidad del negocio. Esto se logra calculando el valor de consumo de cada SKU, que es el número de unidades vendidas multiplicado por el precio unitario. De acuerdo con la Ley de Pareto, el 80% de los resultados en casi cualquier sistema provienen del 20% del esfuerzo y el 20% de los resultados provienen del 80% del esfuerzo. La lista ABC se basa en este principio para identificar el 20% de los productos que generan aproximadamente el 80% de los resultados financieros y se clasifican como productos Clase A, el siguiente 30% de productos se clasifican como productos Clase B y el 50% restante de productos se clasifican como productos de clase C. (Diaz, 2022)

Esta metodología proporcionará información útil a la organización para tomar mejores decisiones, en relación con la reducción de costos de inventario y el uso de capital de trabajo, los recursos financieros que necesita una empresa para hacer negocios. Prefiere comprar productos de tipo A en lugar de productos de tipo B o C, que suelen tener una tasa de rotación más alta, lo que resulta en un crecimiento muy rápido del dinero invertido. (Diaz, 2022).

En México:

En un entorno mundial, en un artículo llamado “Un mal manejo de inventarios puede ocasionar la quiebra de tu empresa” escrito por Enrique Garduño, menciona que según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el promedio de vida útil de una pequeña empresa (PYME) es de dos a cinco años. Aunque son muchos los factores que contribuyen a la quiebra de una empresa, una cosa está clara: la falta de un adecuado

control de inventarios, lo que lleva al proverbial “robo hormiga”, resultando en la pérdida del control de la empresa.

Es por eso, que la gestión de inventarios suele ser una de las actividades más interesantes en los trabajos comercializadores. Por lo tanto, su correcta gestión conviene en satisfacer de manera óptima y oportuna las necesidades del cliente con inversiones mínimas. Un inventario insuficiente afecta las ventas y la pérdida de clientes, mientras que el exceso de inventario genera altos costos de inventario y una mayor merma (Laveriano, 2010). Precisamente por esto, para satisfacer la demanda del comprador por el precio más bajo, es necesario definir qué productos se deben almacenar y sus correspondientes niveles de stock de seguridad, cuándo se transfiere el stock al proveedor y el tamaño del pedido. Sin embargo, algunas pymes continúan “ensayando” o utilizando su inventario de forma empírica (Garrido y Cejas, 2017; de la Torre, 1982), en cuyo caso se puede optimizar su inventario utilizando herramientas de gestión básicas y sencillas. Procesos y costes: Reducción del déficit. se interpreta como un mayor volumen de ventas (Goldratt, 2009), mientras que la disminución de las utilidades de los productos de baja rotación conduce a una mayor liquidez (Plúa, Loor, Zurita, Espinoza y Pine, 2017). (Zarate, Lozada, 2020).

En Colombia:

Respecto a Latinoamérica, un artículo titulado “*Importancia de la gestión de inventario en empresa de Manufactura*” muestra que el problema de cuantificación de inventario puede ser grande o pequeño dependiendo de la gama de productos, algunas empresas han padecido este problema a lo largo del tiempo por cuestiones de costo y rendimiento, que se caracteriza por tener un gran inventario que no se rota, presenta pérdidas enormes desde la las acciones de la empresa son uno de los factores más importantes a considerar

porque son uno de los activos más importantes y, a su vez, suelen ser la mayor inversión de la organización, ya que representan más del 50 por ciento de los activos totales del distribuidor.

A nivel nacional:

En un artículo del periódico Gestión titulado “*Empresas elevan ventas en 25% al mecanizar gestión de inventarios*” explican que, en Perú, 5 de cada 10 empresas del sector industrial (construcción, minería, energía, agricultura, comercio, etc.) utilizan tecnología para el manejo de inventarios. Según Ofisis (empresa especializada en soluciones de software para la gestión empresarial) “La implementación de un software ERP para la gestión del inventario es importante porque accede automatizar en un 40% los tiempos y procesos y, además, aumenta las ventas del 25% al 30%, en comparación con una gestión que no automatiza el inventario”, indica Gustavo Mendoza, gerente comercial de Ofisis.

Asimismo, el especialista de Ofisis señala también la relación de la gestión de inventarios con las ventas. “La falta de control en sus inventarios afecta la rentabilidad, esta situación puede provocar que las empresas no cuenten con los productos ni cantidades disponibles en el momento oportuno, impactando negativamente en sus ventas”.

“Realizar una gestión de inventarios con una solución ERP señala obtener un seguimiento a los requerimientos y compras (trazabilidad), tener un correcto orden de los almacenes, registro de ingresos y salidas, reportes de Kardex en línea, entre otras funcionalidades. Todo ello accede que los colaboradores conozcan dónde se encuentra un ítem, cuándo llegó, cuándo saldrá, con qué cantidad cuentan, entre otros”, argumenta el gerente comercial de Ofisis.

Finalmente, en el contexto previo, la problemática de la empresa “CONFIA E.I.R.L” radica en la mala gestión de inventarios, ya que no hay un estudio previo de sus bases de datos para realizar el pedido de suministros, generando así, pérdidas de stock, atascamiento de stock, reducción en la rotación de inventario, fallos en pedidos, entre muchos otros problemas que desatan pérdidas a la compañía. Es por ello, que debido a esa necesidad de solucionar su problemática planteada propondré una solución de analítica de datos aplicando la metodología ABC en la gestión de inventario para lograr incrementar su rendimiento, disminuir pérdidas, y aumentar el valor de la compañía.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora la planificación en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?

¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora el control de la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?

¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora la organización de la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo General**

Realizar la analítica de datos aplicando la metodología ABC para mejorar la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

Analizar la mejora de la planificación en la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC de la empresa CONFIA E.I.R.L.

Analizar la mejora del control en la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC en la empresa CONFIA E.I.R.L.

Analizar la mejora en la organización de la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC en la empresa CONFIA E.I.R.L.

## **1.4.Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis General**

La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.

### **1.4.2. Hipótesis Específicos**

La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la planificación en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.

La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.

La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la organización en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.

## 1.5. Marco Teórico

### 1.5.1. Antecedentes

#### Antecedentes Nacionales

Salazar (2020) en la tesis de licenciatura presentada en la universidad Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca, Perú, titulada: *“Aplicación de un modelo de inventarios ABC y su influencia en la gestión de almacenes en CABZE S.R.L”* realizada para el proyecto que busco tratar de examinar cómo la aplicación del modelo de inventario ABC afecta el pedido de sus bienes en una empresa, uno puede aprender que la gestión del inventario es defectuosa, lo que se caracteriza por un evidente empirismo. Inventario mediante técnicas de revisión de documentos, aplicación de los modelos anteriores y estudios de gestión de inventario. Los resultados muestran que los grupos ABC generados con el método son: A (18%), B (24%) y C (68%) para el parámetro “cantidad” y: A (58%), B (27%). y C (15%) En cuanto al parámetro “cantidad”, más del 50% de los empleados finalmente dieron una respuesta negativa respecto al cumplimiento de los indicadores de gestión de inventarios. El antecedente contribuye en poder clasificar los productos dentro del inventario de la empresa usando el modelo ABC.

Saavedra (2021) en la tesis de licenciatura presentada en la universidad Cesar Vallejo, Chiclayo, Perú, titulada: *“Gestión de inventario ABC para mejorar la productividad en un molino de arroz de Bagua”* realizada para mejorar la organización y el control de inventario, aplicando la herramienta del análisis ABC para un orden en el área de almacén; demostrando que el método es adecuado para el análisis de elementos como documentos para uso antes y después de la prueba de mejora, debido a que las

dimensiones (pequeña y grande) tienen valores medios positivos para lograr comparaciones de productividad y sus dimensiones. Se encontró que la gestión de almacenes ABC logró un aumento del 24 % en la eficiencia y un aumento del 15 % en la eficiencia del almacén. El antecedente contribuye en la organización del área de almacenamiento, usando registros documentales para poder comparar el antes y después de la implementación y cómo se pudo mejorar la productividad y en dicha área de almacenamiento.

Monzón (2015) en la tesis de licenciatura presentada en la universidad nacional de Trujillo, Trujillo, Perú, titulada: “*Administración de inventarios ABC para mejorar la gestión de almacenes en la empresa ZICSA contratistas generales S.A.C., en retamas-Parcoy-Pataz, 2014*” realizada para poder sustentar de qué manera la clasificación de stock, puede mejorar la Gestión de Almacenes en la compañía. Además, tienen como resultado que a pesar del uso de software, la gestión de inventario actual es débil para hacer coincidir el inventario real con el inventario generado por el sistema, organización física insuficiente del almacén, registro descuidado de datos en el sistema, falta de capacitación, etc. Hay problemas. falta de personal y de un enfoque coherente para la toma de decisiones. Por ello, se recomienda utilizar el modelo ABC, que permite a los gerentes y encargados dar mayor atención e importancia a los temas de la categoría A, seguida de la B y finalmente la C como base para la toma de decisiones. El antecedente contribuye en la demostración de la implementación del modelo ABC para la mejora de categorización de productos según sus cantidad y costo total para mejorar la gestión de almacenes.



Ruiz, Vejarano ( 2021 ) en la tesis de licenciatura presentada en la universidad Privada del Norte , Trujillo , Perú, titulada: “*Modelo de clasificación ABC para la optimización de la gestión logística en la Constructora e Inmobiliaria RAMVAL S.A.C de Trujillo 2021*” realizada para buscar un modelo de clasificación ABC suficiente para optimizar el efecto de gestión logística de la empresa; utilice herramientas de cuestionarios, tablas de observación y tablas de análisis de literatura para recopilar información. Como resultado, se desarrolló un modelo de clasificación ABC para optimizar la gestión logística. Utilice los modelos de clasificación ABC, incluida la matriz de Kraljic, el diseño del trabajo y los formatos de control para optimizar los procesos logísticos. La optimización de la clasificación ABC demuestra los beneficios económicos del modelo de clasificación ABC en la gestión logística basado en la reducción de costos por pérdidas y daños. El antecedente contribuye en la demostración del modelo ABC para la optimización del área logística y la reducción de pérdidas económicas, recolectando información de encuestas, observación y análisis documental.

Rodríguez y Wong (2020) en la tesis de licenciatura presentada en la Universidad de Piura, Piura, Perú, titulada: “*La influencia del Business Analytics en la gestión de ventas de las MYPES peruanas*” realizada para determinar el uso de las herramientas del Bussines Analytics en una etapa temprana de las MYPES peruanas para la optimización de las ventas; recolectando información a través de encuestas, análisis y entrevistas, concluyeron que el uso de herramientas del Business Analytics en etapas tempranas de las MYPES aportan positivamente en la gestión de ventas. Esto se debe a que a la recopilación temprana de información permite tener una mejor

visibilidad del negocio tanto de forma inmediata como a corto y largo plazo. Asimismo, esto hace que sea más fácil detectar puntos de paridad y puntos de diferencia con la competencia, y por qué los clientes están ahí para el producto o servicio que ofrece. También permite pronósticos más detallados y completos como una mejor estrategia para la satisfacción del cliente. Por un lado, si se utilizan correctamente estas herramientas, la toma de decisiones será más acertada porque podrá basarse en las predicciones que proporciona el análisis empresarial, lo que influirá en gran medida en las decisiones que la empresa debe tomar para alcanzar y superar sus metas. Sin embargo, las dificultades asociadas a la aplicación empresarial de las MYPES están relacionadas con la percepción que tiene el emprendedor de las dificultades de implementar Business Analytics, prefiriendo destinar recursos a otras tareas o actividades que brinden resultados inmediatos. El antecedente contribuye en que la analítica de datos siempre serán fuentes de toma de decisiones en las empresas y que ayuda positivamente; sin embargo, las mypes mayormente no invierten en utilizar herramientas de información que ayuden a administrar y analizar sus datos, es por ello que muchas de ellas cierran a temprana edad de apertura.

### **Antecedentes Internacionales**

Ramírez (2016) en la tesis de magister presentada en la universidad técnica de Ambato, Ambato, Ecuador, titulada: *“Planificación y control de inventarios aplicando el método ABC en la empresa auto repuestos del sur durante el año 2015”*. Se propone un mecanismo de aplicación del método ABC para mejorar la planificación y control de inventarios. La importancia del compromiso radica en que el objetivo fundamental de cualquier negocio es la gestión del inventario: generar y

sostener ganancias en el tiempo. El problema con los inventarios es que sus niveles no deben ser tan altos que creen costos extremos, ya que el activo paraliza otro negocio que podría usarse para obtener mayores ganancias. El antecedente contribuye a analizar como el stock paralizado perjudica a los costos de la empresa y usando el método ABC de inventario se puede revertir el problema.

Granda, Rodríguez (2013) en la tesis de licenciatura presentada en la escuela superior politécnica del litoral, Guayaquil, Ecuador, titulada: “*Diseño de un sistema de control basado en el método ABC de gestión de inventarios, a través de indicadores de medición, aplicado en un estudio fotográfico en la ciudad de Machala*” realizada para crear un rendimiento óptimo basado en las acciones realizadas, aumentando así la eficiencia y la eficacia de las acciones en las que participa el estudio fotográfico. Con este fin, utilizan métricas, bases de datos y análisis para proporcionar una clasificación de elementos del inventario y técnicamente asignar recursos al estudio de fotografía para controlar y utilizar estos elementos. A partir de ello, se desarrolla un sistema de control basado en el método ABC y se identifican los principios o leyes de Pareto, que se enfocan principalmente en la gestión de inventarios, correspondiendo al 80% de los artículos en la categoría de explicación de inversión de capital. Además, se destacó el inventario físico realizado al inicio del estudio participativo, identificando artículos que se encontraban en stock, aunque no hayan cambiado desde la compra; por lo tanto, se clasificó en una nueva categoría llamada "Obsoleto".

Este antecedente contribuye en primer lugar a confirmar los resultados positivos de la implementación de la metodología mencionada anteriormente, además, con la

analítica de datos que se realizará en la empresa, estos irán de la mano para llevar un inventario rentable y óptimo.

Vásquez (2021) en la tesis de licenciatura presentada en la fundación universitaria Konrad Lorenz, Bogotá, Colombia, titulada: *“Ciberseguridad basada en analítica para bases de datos Oracle”* realizada para diseñar un modelo de implementación del aseguramiento de un motor de base de datos Oracle versiones 12c y 19c, apoyado en herramientas de analítica de datos, que permita mejorar la actualización, seguimiento y control del estado de seguridad. Esto lo consiguieron por medio de la metodología CRISP-DM, concluyendo que las herramientas de analítica de datos brindan un gran soporte para analizar la seguridad de uno o varios motores de bases de datos.

El antecedente contribuye a usar herramientas de analítica como soporte para tener un mayor rendimiento en interpretación y procesamiento de datos al momento de estos ser analizados.

García (2019) en la tesis de licenciatura presentada en la Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador, titulada: *“Aplicación de técnicas de análisis de datos para obtener líneas de investigación específicas para el Ecuador. Caso de estudio: Computer Science en Scopus”* realizada para la determinar las líneas de investigación específicas para el Ecuador que contribuyan al desarrollo del País, mediante la utilización de las líneas del MINTEL y la ACM. El desarrollo se basa en la identificación de líneas de investigación de estándares internacionales, su adecuación al área de desarrollo ecuatoriano, obteniendo así consultas de búsqueda de información utilizando palabras clave obtenidas de asociaciones, utilizando

búsquedas automáticas en bases de datos de literatura científica de importancia para Ecuador, y ofreciendo líneas de investigación de acuerdo con el "Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida " y al "Plan Sociedad de la Información y el Conocimiento - MINTEL", que ayudarán a mejorar la toma de decisiones tempranas mediante la aplicación de métodos de análisis de datos para promover nacional desarrollo tecnológico. El estudio concluye con el análisis de una serie de estudios de artículos diseñados regionalmente en la base de datos Scielo con un factor de validación superior al 85%, lo que permite identificar falencias y problemas a abordar en futuros trabajos para mejorar el diseño. para información. sistema para llegar a la dirección de investigación que tiene el mayor impacto. Este antecedente contribuye que al realizar un buen análisis de datos se pueden identificar y solucionar problemas en los procesos de la empresa y corregirlos para futuros trabajos.

Carolina Paula Blanco (2015) en la tesis de licenciatura presentada en la universidad de Palermo, Buenos aires, Argentina, Titulada: *“Marco de trabajo para la implementación de Big Data Analytics en el contexto específico del área de salud”* realizada para desarrollar pautas para el uso de grandes volúmenes y tipos de datos disponibles en la industria de la salud, creando un marco de implementación de análisis de big data aplicable a la industria. El desarrollo se basa en una comparación de marcos de implementación de inteligencia comercial y un estudio de los factores que determinan la implementación exitosa de análisis de big data.

El antecedente contribuye en el análisis de datos para la facilitación interpretarlos y compararlos para una mejora de toma de decisiones en el área de salud como en todas las áreas.

Sara Suárez-Gonzalo (2014-2015) en la tesis de licenciatura presentada en la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España, titulada: “*Desafíos y oportunidades de la analítica Big Data aplicada a la actividad publicitaria*” realizada para estudiar cuáles son estas oportunidades y desafíos y comprenda cómo se sienten los usuarios españoles de Facebook y Twitter, los profesionales de la publicidad y los expertos de la industria sobre este nuevo paradigma social, tecnológico y profesional. El desarrollo se basa en el desarrollo de tres métodos analíticos desarrollados; una encuesta a los grupos de usuarios de redes sociales antes mencionados, seguida de entrevistas en profundidad a publicistas y un método Delphi con expertos en la materia. Este trabajo resume el diseño del desarrollo de tres métodos de análisis, en los que se realizó una encuesta de panel a los usuarios de las redes sociales antes mencionados, seguido de entrevistas en profundidad con el personal de relaciones públicas y un método Delphi con expertos de campo. afuera, que resalta los datos. La importancia del análisis y cómo no podrían hacer sus proyectos de investigación sin él. También muestra que el mal uso de los datos puede generar un conflicto de intereses entre quienes acceden a ellos y quienes los gestionan en beneficio propio. El antecedente contribuye al presente trabajo, que el análisis de datos es muy importante para todos los sectores empresariales, ya que sin el buen manejo e interpretación de ellos no solo podemos mejorar procesos, sino también conocer desde el comportamiento de las personas, procesos, hasta la toma de críticas decisiones.

## 1.5.2. Bases Teóricas

### **Analítica de Datos**

La analítica de datos es definida por Ortiz, Joyanes y Giraldo (2016) como la recolección a través de las principales fuentes de información de los datos más importantes para ser procesados, teniendo su impacto directo en la forma en que se toman las decisiones estratégicas dentro de la organización, su forma de operar en el mercado y su productividad; y manteniendo como principal filosofía la generación de valor a través de productos/servicios, así como la entera satisfacción del consumidor final.

Las organizaciones deben entender el análisis de datos como un puente que puede comprender e interpretar correctamente las necesidades de los consumidores reflejadas en datos interpretables. Crear una ventaja sobre los competidores consiste en tomar decisiones estratégicas basadas en una base de datos sólida y debidamente analizada. (Treviño, Rivera, Frida y Garza, 2020).

Según una encuesta reciente (KPMG International D&A Survey, 2013), el 32 % de las empresas multinacionales centran su análisis de datos en la innovación para descubrir nuevas oportunidades comerciales, ventajas competitivas y una mayor retención de clientes. El 40% de las multinacionales de EE. UU. invierten recursos en el análisis crítico de sus gerentes, tomando decisiones basadas en datos procesados. (KPMG, 2014).

Agregar valor al procesamiento e interpretación de bases de datos mediante la toma de decisiones estratégicas basadas en el análisis de datos es un punto crítico para crear una ventaja competitiva. Para Rodríguez (2017), el “valor oculto de

los datos” es lo más importante que puede tener una empresa. Los datos y su valor son sin duda una fuente de ventaja competitiva, y las empresas necesitan situarse por encima de otras ventajas competitivas o como creadoras de nuevos modelos de negocio. (Treviño, Rivera, Frida y Garza, 2020).

Layne (2017) enumera las ventajas competitivas más importantes para las organizaciones que proporciona un adecuado procesamiento y análisis de datos.

Éstas incluyen:

- Mejorar la gestión empresarial mediante una mejor comprensión de las organizaciones y sus operaciones utilizando datos empresariales reales.
- Toma de decisiones más rápida con fácil acceso a los datos necesarios para tomar decisiones importantes.
- Impulse un mayor compromiso al conectar a los clientes con el marketing en función de la comprensión de sus características.
- Las organizaciones son propietarias de las innovaciones de productos y procesos, viendo nuevos modelos de negocios a través del análisis de datos.
- Las organizaciones pueden complementar sus bases de datos con datos de diversas fuentes y optimizar la información almacenada en ellas. Es importante que los gerentes de hoy sepan identificarlos y luego utilizarlos para convertirlos en uno de los puntos de referencia más importantes para la toma de decisiones estratégicas en la organización.
- Comprender las fuentes que impulsan la recopilación de datos es también la fuente de decisiones importantes y las variables que mueven los datos.



Es por ello, que las empresas hoy en día se están preocupando más por realizar una buena analítica de datos, ya que de su procesamiento y transformación de información depende la toma de decisiones críticas dentro de las empresas, trayendo consigo numerosas ventajas para sí misma.

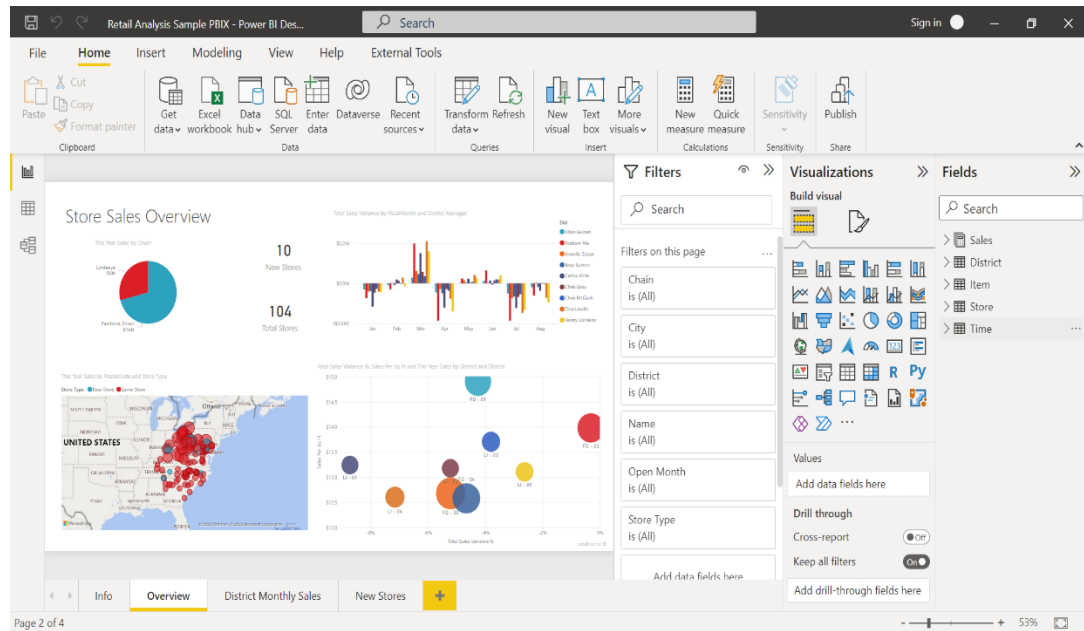
### **Herramientas para la Analítica de Datos**

Las herramientas para la analítica de datos según Rodríguez “son instrumentos de inteligencia de negocios capaces de proporcionar información y datos de valor para tu compañía”.

#### **Power BI Desktop**

*Power BI Desktop* según Microsoft Learn, 2023, “es un programa gratuito que se puede instalar en su computadora local que le permite conectarse, transformar y visualizar sus datos. Con Power BI Desktop, puede conectarse a muchos orígenes de datos diferentes y combinarlos (a veces denominado modelado) en un solo modelo de datos. Este modelo de datos le permite crear imágenes y colecciones de imágenes que se pueden compartir como informes con otras personas de su organización. La mayoría de los usuarios que trabajan en proyectos de inteligencia empresarial usan Power BI Desktop para crear informes y luego usan el servicio Power BI para compartir los informes con otros.”

Figura 1-Visualización de Power Bi Desktop, Microsoft Learn



Fuente: ¿Qué es PowerBi Desktop?, Microsoft Learn, 2023

## Bases de Datos

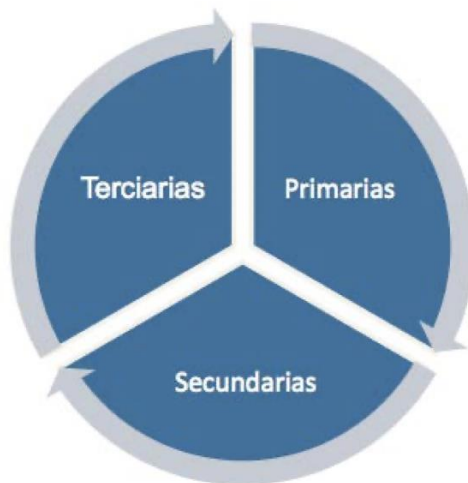
Según Pinto (2011), “es un conjunto de información almacenada en un medio legible por computadora e internamente organizada por registros (que consta de todos los campos relacionados con una entidad u objeto almacenado) y campos (cada elemento que compone un registro). Te permite recuperar cualquier tipo de información: referencias, documentos de texto, imágenes, estadísticas, etc.” Es así como la base de datos se puede convertir en la herramienta más importante para la organización, casi que convertirse el activo más importante de la empresa. (Peña, 2017).

Igualmente, según Peña, una base de datos se reconoce como “un sistema que almacena datos relacionados también puede identificarse como aquel repositorio donde una organización, departamento o persona guarda determinada información relacionada que puede recuperarse, consultarse o integrarse.”

## Fuentes de datos

Las fuentes de datos son, sin duda, uno de los principales aspectos a la hora de consultar, registrar y revisar cierto tipo de información. Se entiende que incluyen todas las fuentes de datos formales e informales, numéricas, orales o escritas. Las fuentes pueden ser básicamente diferentes tipos de documentos o registros que ayudarán a satisfacer la necesidad de información o conocimiento requerido. Al iniciar el proceso de consulta, se deben conocer, diferenciar y seleccionar con claridad fuentes de información buenas, pertinentes y adecuadas, y de ello depende el éxito del proceso iniciado a nivel investigativo o administrativo. Las fuentes de información se dividen en tres categorías que son (Peña, 2017):

*Figura 2-Tipos de fuentes de información*



*Fuente: Análisis de datos, Sandra Peña, 2017*

- Fuentes primarias de información: información que contiene información original, directa, publicada por primera vez sin filtrado o interpretada o republicada por un tercero. Pueden formar parte de una biblioteca, pueden estar en forma impresa, pueden incluirse en libros de contabilidad,

informes de ventas, cuentas, etc. También se pueden encontrar en DVD, USB, cinta o cualquier otro formato analógico o digital. (Peña, 2017)

- Fuentes secundarias de información: las fuentes de este tipo consolidan o contienen información primaria, pero han sido especialmente procesadas, incluso reclasificadas, interpretadas o ordenadas según los criterios establecidos por los autores que elaboraron el documento en cuestión. Estas fuentes son útiles para obtener fuentes primarias porque tienen que buscar diferentes fuentes primarias de información durante el proceso de edición. La consultoría a menudo se brinda cuando las fuentes primarias son difíciles de obtener por razones que escapan al control del consultor porque las fuentes primarias no son confiables o tienen recursos limitados. Consulte estas fuentes para confirmar datos, ampliar el contenido de la información o planificar proyectos específicos que requieran una consulta más amplia. (Peña, 2017)
- Fuentes de información terciarias: Se pueden encontrar en formato físico o virtual y se componen de fuentes de información secundarias. Facilitan la búsqueda de información diversa con diferentes repertorios de referencia, obras, autores, investigadores, etc. Varios registros potentes dan un nuevo significado, organizan y presentan la información desde una perspectiva cercana. (Peña, 2017)

## **Metodología ABC**

(Gutierrez,2019) El método ABC, también conocido como la curva 80-20, se basa en las aportaciones del economista Vilfredo Pareto tras estudiar la distribución de la renta. Actualmente, señala, gran parte de los ingresos se concentra en manos de un pequeño número de personas. Este principio se conoce como la Ley de Pareto, y establece que "hay pocos valores críticos y muchos valores triviales. Los recursos deben centrarse en valores críticos, no en valores triviales". El supuesto empírico más común predice hasta el 80% de la participación del impacto económico total en la región A y hasta el 15% y 5% en las regiones B y C, respectivamente. (Gutierrez,2019). El procedimiento convencional para la aplicación del método ABC refiere los pasos siguientes:

1. Determinar el consumo anual de cada artículo según el historial o el pronóstico.
2. Determinar el precio unitario de cada artículo.
3. Multiplique el costo unitario por el consumo anual de la unidad para calcular el costo anual de cada artículo.
4. Calcula el interés individual que representa el costo anual del valor total de tus valores.
5. Clasifique a los sujetos por sus porcentajes individuales de mayor a menor.

## **Clasificación de la Metodología ABC**

En 1951, el estadounidense H. Ford Dickie propuso un método de clasificación basado en el principio de Pareto y en su propia experiencia práctica, que correspondía al siguiente método general: “En cualquier inventario, la pequeña

parte determinada por los elementos representa el aspecto de mayor influencia".

Desde una perspectiva de rentabilidad, este enfoque respalda la necesidad de clasificar y controlar selectivamente el inventario. (Gutierrez,2019)

(Gutierrez,2019) Mediante este método se obtiene una curva que representa la distribución estadística de la influencia del sujeto en cuestión. Esta curva define tres regiones delimitadas por los volúmenes que se le asignan. Las características de cada zona son las siguientes:

- Zona A. Representa del 10% al 20% del proyecto total y del 60% al 80% del impacto financiero total. De acuerdo con los parámetros básicos considerados, estas líneas se clasifican como A y son las más importantes para la empresa.
- Zona B. Representa del 20% al 30% del proyecto total y representa del 20% al 30% del impacto económico total. Estas líneas se clasifican como B, que es de mediana importancia para la empresa.
- Zona C. 50% a 70% del proyecto total y 5% a 15% del impacto financiero total. Con base en los parámetros básicos considerados, estos ítems se clasifican como C y son los menos importantes para la empresa. (Vidal, 2017)

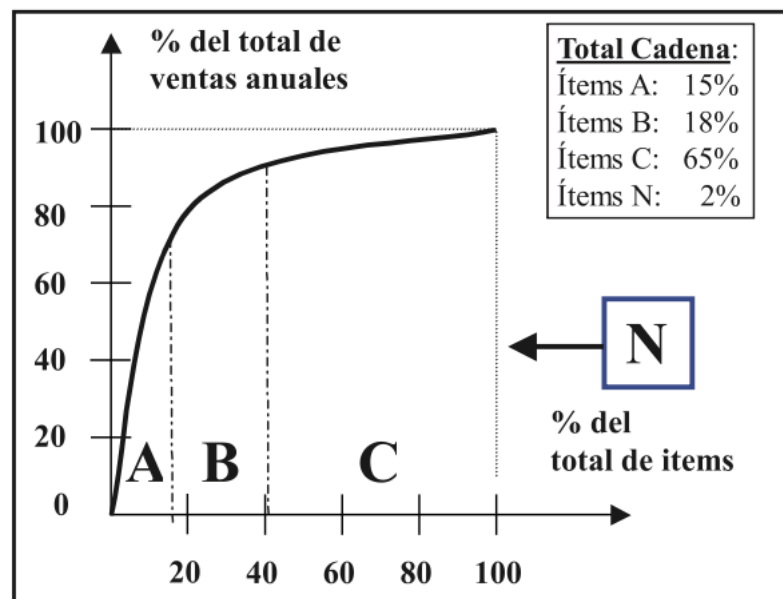
Sin embargo, algunos autores difieren en la proporción de ítems clase B y C, por ejemplo, Wild (1997, p. 31) recomienda una distribución alrededor de los siguientes valores:

- Productos de categoría A = 10% de la producción total, aproximadamente el 65% de las ventas totales.

- Bienes de categoría B = 20% del total de bienes, alrededor del 25% de las ventas totales.
- Bienes de categoría C = 70% del total de bienes, aprox. 10% de las ventas totales.

En última instancia, la decisión final sobre estos porcentajes depende de las capacidades de control de cada empresa y cada tipo de proyecto. Por ejemplo, en el caso de los bienes de consumo masivo, suelen existir límites que determinan la clasificación de los bienes en las categorías A, B y C al 70%, 90% y 100% de las ventas anuales totales. El diagrama muestra este comportamiento en una situación real donde una organización farmacéutica comercial procesa aproximadamente 8000 unidades. (Vidal, 2017)

*Figura 3-Comportamiento del porcentaje de ventas anuales con respecto del porcentaje de ítem: la clasificación ABC*



*Fuente: “Fundamentos de control y gestión de inventarios”, Vidal*

Puede haber otras clasificaciones, por ejemplo, mercancía "superimportante" tipo AA (o AAA), nueva mercancía tipo N (Fig. 1.1), y en algunos casos cuando el número de mercancías de la categoría C es muy grande. Grande, definir categoría D es práctica, para artículos que tienen ventas anuales muy bajas y que desaparecen o ya no deberían estar activos en el sistema de información de la empresa. (Vidal, 2017).

### **Objetivo principal del método de control de inventarios ABC**

El propósito de este método es clasificar los inventarios según su valor por precio unitario y cantidad utilizada en un período determinado. Dependiendo de la importancia de cada artículo, se aplican diferentes niveles de control en función del grado de valor y la frecuencia de uso, "cuanto mayor sea el valor y la frecuencia, más control se aplicará" (Ramírez, 2016).

### **Ventajas de la metodología ABC**

- Apto para todo tipo de negocios.
- Identifica clientes, productos, servicios u otros objetivos de costos que no sean rentables.
- Las organizaciones con múltiples productos pueden ver un orden completamente diferente de los costos de los productos, este nuevo arreglo refleja el ajuste de los beneficios que se aplicaba con anterioridad a los productos de menor volumen.
- Proporcionar más información sobre las actividades que realiza la empresa para comprender qué actividades agregan valor y cuáles no, lo que permite reducirlas o eliminarlas.



- El ABC es útil en la fase de planificación porque proporciona una gran cantidad de información que se puede utilizar como guía para varias decisiones estratégicas, como: fijación de precios, abastecimiento, introducción de nuevos productos y adopción de nuevos diseños o procesos. (Ramírez, 2016).

### **Desventajas de la metodología ABC**

- El sistema ABC corre el riesgo de aumentar la asignación arbitraria si los criterios de decisión para combinar y asignar estructuras comunes a diferentes actividades no se definen utilizando diferentes grupos de costos y factores de costos comunes.
- Se basa en información histórica. (Ramírez, 2016).

### **Inventario**

“Los inventarios son activos que se pueden utilizar y que están en el almacén un tiempo determinado” Mora (2010).

Por otro lado, López en su libro “Gestión de inventarios” define inventario como “El cuadro del inventario de los materiales en el activo de la empresa, en el que se indique el número de unidades presentes, la descripción de los bienes, el precio de la unidad, la cantidad en una línea, el subtotal por grupos y la cantidad total de existencias. deben mostrarse como datos esenciales en las decisiones de gestión”.

Ballou, como lo cita Zapata (2014), afirma que los inventarios son conjuntos de materiales, materias primas, productos semielaborados y productos terminados incluidos en varias etapas del proceso productivo y logístico de la empresa, que

son importantes para el adecuado control y mantenimiento de estos bienes. para las operaciones comerciales de manera adecuada, se destaca la implementación de la gestión de inventarios. (Guevara, 2020)

### **Gestión de inventario**

La administración de inventario es la gestión y el control del inventario con el objetivo de mantener niveles óptimos de inventario para satisfacer la demanda del cliente con un costo mínimo y un servicio máximo. El inventario es necesario porque protege los activos de una empresa de la incertidumbre, permite que continúe la producción, compensa los cambios inesperados en la oferta y la demanda y mantiene operaciones regulares entre la producción y el almacenamiento. (Guevara citado por Molina, 2015).

*Figura 4-Gestión de inventario*



*Fuente: Trabajo de investigación GESTIÓN DE INVENTARIOS DE LA EMPRESA DISFARMA S.A.C., JAÉN*

Los principales objetivos de la gestión de inventario según Guevara son:

- Limitar los riesgos manteniendo un volumen apropiado de mercadería, para la seguridad en la empresa.
- Disminuir los costes, ya que posibilita programar las compras y la producción de la entidad de manera más eficiente.
- Controlar los cambios entre la oferta de la entidad y la demanda de los consumidores.
- Amenorar los costes de entrega del producto, ya que programa el transporte de los pedidos.

### **Control de los inventarios**

La gestión de inventarios es la adecuada contabilidad de todas las existencias que posee la empresa, también dependen de otros sistemas interrelacionados que son capaces de lograr los objetivos organizacionales, tales como incrementar las ventas, mayor actividad en los procesos productivos o comerciales, incrementar las utilidades, mejorar la rentabilidad y optimizar los costos de inversión en inventarios. (Guevara citado por Sierra, Guzmán y García, 2015).

### **Tipos de inventarios**

Según Cruz (2017) citado por Guevara (2020) la gestión de inventarios es fundamental para controlar los productos y las inversiones que una empresa realiza en productos o materias primas para aumentar las ventas. Dependiendo del material o categoría de producto, existen diferentes tipos de stock para diferentes funciones, que se detallarán a continuación según diferentes características:

Según el momento:

- Stock de inicio.
- Stock concluyente.

Según la periodicidad:

- Stock discontinuo.
- Stock perenne.

Según la forma:

- Stock de materiales
- Stock de productos en curso.
- Stock de productos finalizados
- Stock o de suministros de fábrica.
- Stock o de mercancías.

Según la función:

- Stock de tránsito.
- Stock de ciclo.
- Stock de seguridad.
- Stock de previsión.
- Stock de desacoplamiento.

Otros tipos:

- Stock físico.
- Stock o mínimo.
- Stock máximo.
- Stock disponible.
- Stock en línea.

## **Factores que inciden en la gestión de inventarios**

(Guevara, 2020) En cualquier organización, existen elementos esenciales a nivel interno que están interconectados o interactúan en los procesos de negocio que afectan las decisiones de gestión de inventario. Los factores relacionados con la gestión de inventarios en una unidad estructural son: Recepción, almacenamiento y preparación de pedidos. (Peña y Silva, 2016).

- **Recepción**

Se trata de una serie de pasos para conseguir los productos que necesita la empresa a bajo costo, ideal, pero de la mejor calidad ya tiempo, lo que significa encontrar nuevos lugares de compra o proveedores a través de la confianza, lealtad y cooperación mutua. La gestión de compras significa formular requisitos para los bienes necesarios, encontrar proveedores adecuados y cumplir con los pedidos para recibir suministros, por lo que puede considerarse un factor que incide directamente en el logro de las metas institucionales. (Peña y Silva, 2016) (Guevara, 2020).

- **Almacenamiento**

Un almacén es un espacio físico donde se encuentra el inventario. El almacén verifica todos los productos en el almacén, asegura y protege el estado físico de la mercancía bajo cualquier circunstancia, tales como: robo, daño, envejecimiento y caducidad. En almacén también incluye el registro directo de la ubicación de la mercancía, la recepción, protección, manipulación y posterior traslado de los productos para confirmar su

disponibilidad cuando sea necesario. (Peña y Silva, 2016) (Guevara, 2020).

- **Preparación del pedido**

A la hora de preparar un pedido, se agrupan las mercancías para facilitar su manipulación, almacenamiento o transporte al almacén. La preparación de pedidos, que normalmente se realiza en un área de la empresa, es el último proceso que se realiza en el almacén y consiste en cargar la mercancía según los requerimientos del cliente y confirmar su estado cualitativo y cuantitativo antes de la entrega. El método de entrega para el envío del pedido lo determina el cliente. Este paso es muy importante porque está directamente relacionado con la satisfacción del cliente, ya que los errores en la entrega del pedido pueden causar problemas a la empresa, como daños en la mercancía o aumento de costos. (Peña y Silva, 2016) (Guevara, 2020).

### **Rotación de Inventarios**

La rotación de inventario muestra la eficacia con la que una empresa administra sus niveles de inventario y se calcula dividiendo el consumo durante un período determinado (generalmente un año) por la cantidad promedio de inventario durante el mismo período. El índice de rotación de inventario indica el nivel de inventario necesario para cumplir con un determinado consumo y también se puede expresar por la cantidad de meses de inventario, por ejemplo, 0.5 de rotación corresponde a dos años de inventario. [Díaz, 1999] citado por Ramírez, 2016.

### **Stock Promedio**

Este KPI es el inventario promedio de un objeto durante un cierto período de tiempo (generalmente un año). Este indicador permite a los responsables de logística obtener información objetiva sobre la cantidad media de inventario acumulado en la instalación durante un determinado período de tiempo. (Mecalux, 2021).

### **N.º de stock mínimo por producto**

Este KPI indica el número mínimo de bienes que debe mantener almacenados para que no haya escasez de productos para los clientes, mientras recibe un nuevo lote de artículos de los proveedores. Asimismo, se entiende también por stock mínimo stock de reserva. Prepara a su empresa para un aumento repentino de compras o incluso para hacer frente a retrasos y largos plazos de entrega de los proveedores. (Schiavini, 2022)

### **N.º de productos faltantes en el almacén por producto**

Este KPI medirá la diferencia entre el inventario registrado en el sistema de inventario y el inventario realmente disponible en el almacén. Estos desequilibrios pueden ser causados por errores en los conteos periódicos de inventario, errores operativos o de procesamiento, o la presencia de productos defectuosos. (Mecalux, 2021).

### **N ° de días de inventario por producto**

Este KPI medirá los días en stock, que es el tiempo que el producto ha estado en stock antes del envío. Este cálculo le permite analizar los costos de almacenamiento de cada artículo individual y afecta directamente la liquidez de

la empresa: cuanto menos tiempo esté el inventario en el almacén, menores serán los costos de almacenamiento y, por lo tanto, la rentabilidad. (Mecalux, 2021).

### **Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto**

Este KPI estimará la probabilidad de que haya suficiente inventario para satisfacer la demanda del producto. Un alto porcentaje de niveles de servicio significa que la empresa es capaz de satisfacer casi todas las necesidades del producto. (Mecalux, 2021).



## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA

#### 2.1. Tipo de Investigación

Según Murillo (2008), la investigación es aplicada porque recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, que se caracteriza porque busca la aplicación de los conocimientos alcanzados, a la vez que se logren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de saber la realidad. Por lo tanto, se considera dentro de este tipo porque se hará una analítica de datos aplicando la metodología ABC para mejorar el trámite de inventario.

Asimismo, el presente proyecto presenta un enfoque cuantitativo ya que según Sarduy (2007) la investigación cuantitativa brinda recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente establecidas. Esto hace darle un vínculo que va más allá de un simple listado de datos organizados como resultado, estos datos que se presentan en el informe final están en total relación con las variables que se declararon desde el principio y los resultados obtenidos van a ofrecer una realidad propia a la que estos están sometidos. Además de lo antes mencionado, la investigación cuantitativa estudia la asociación o relación entre las variables que han sido cuantificadas, lo que ayuda aún más en la explicación de los resultados. Esta investigación trata de definir la fuerza de asociación o relación entre variables, así como la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra. Aquí se puede hacer inferencia a una población de la cual esa muestra procede. Más allá del estudio de la asociación o la relación busca hacer inferencia que demuestre por qué las cosas suceden o no de una

forma definida. Es por ello, que se escogió este enfoque, porque la información que se procesará serán valores cuantificables que serán obtenidos por medio de datos históricos e instrumentos planteados más adelante.

De la misma forma, es de diseño experimental, ya que es una investigación en la cual el investigador utiliza, revisa una o más variables independientes y analiza la variable dependiente para medir las variaciones concomitantes. Agudelo Viana, G., Aigner Aburto, J. M., & Ruiz Restrepo, J. (2008). Es decir, se escogió este tipo de diseño para poder analizar si las variables independientes afectan a la variable dependiente y cómo es que afecta. Asimismo, su tipo de diseño es pre-experimental por lo que sirve para aproximarse al fenómeno que se investiga, administrando un tratamiento o estímulo a un grupo para generar hipótesis y después medir una o más variables para observar sus efectos (Campbell, 1969). Se evaluará su efecto ya que se desarrollará un pre y post-test del grupo seleccionado en la propuesta indicada en el proyecto. Cabe destacar que esta investigación tendrá un importante aplicativo en la empresa “CONFIA”.

## **2.2. Población y muestra**

La población según Arias (2006, p.81) es “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio”

Por otro lado, la muestra según Arias (2006, p.83) es “un subconjunto representativo y finito que se separa de la población accesible”.

Para poder precisar la muestra usamos el método no probabilístico que se basa en la elección de los elementos dependiendo de las causas relacionadas con las características del trabajo y del investigador o de quien constituye la muestra. El procedimiento no es mecánico ni se hace con fórmulas de probabilidad, necesita del proceso de toma de decisiones de una persona o de un grupo y, por supuesto, tiende a estar sesgadas. La ventaja está en que no solicita una representatividad de elementos sino una cuidadosa alternativa de sujetos con características específicas expuestas en el planteamiento del problema. (Camacho, 2008, p.123).

Es así, como determinamos la población y muestra del proyecto, teniendo como resultado:

*Población: 391 Productos de la empresa “CONFIA”*

*Muestra: 30 productos de la empresa “CONFIA”*

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La investigación se desarrolló dentro del marco del método investigación – acción, ya que, de acuerdo con Behar (2008) este método tiene como objetivo realizar cambios significativos en la realidad estudiada. El método se ocupa por resolver problemas específicos mediante la aplicación de una metodología precisa. El uso de este método busca situarse dentro un contexto espaciotemporal, unido a la realidad que se inicia desde situaciones reales.

Rodríguez (2011) afirma que el término "investigación acción" fue propuesto por el autor Kurt Lewis y fue empleado por primera vez en 1944, explicando una forma de investigación que podía asociar el enfoque experimental de la ciencia social con programas de acción social que considere los problemas sociales principales de entonces.

Es decir, el análisis que se realizará del inventario dentro de un espacio temporal se realizará mediante la analítica de datos usando la metodología ABC teniendo un enfoque con la realidad.

Por otro lado, teniendo en cuenta las técnicas de investigación, estas entienden un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que guían al investigador en la tarea de investigar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación. Pueden ser empleadas en cualquier rama del conocimiento que averigüe la lógica y la comprensión del conocimiento científico de los hechos y acontecimientos que nos rodean. (Maya, 2014). Además, las técnicas a usar en el presente proyecto se especifican según el tipo de investigación y cada investigador establece las técnicas a tomar como sus herramientas e instrumentos.

Por lo tanto, la técnica que se empleará para la recolección de datos de la investigación es la observación y revisión de datos, esta técnica es una de las más utilizadas ya que trabajan con información histórica. En el presente proyecto se revisarán las bases de datos del sistema para evaluar, analizar y tratar cada uno de ellos completando con los objetivos del proyecto.

Además, un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representa los conceptos o las variables que el investigador tiene como propósito. En términos cuantitativos, capturo verdaderamente la realidad que deseo capturar. Por lo cual el instrumento de medición es el recurso que emplea el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. Es indispensable que toda medición o instrumento de recolección de datos concluyan con dos requisitos esenciales: (Sampieri, 2020).

**Confiabilidad:** la confiabilidad de un instrumento de medición explica al grado en que su aplicación reiterada al mismo sujeto u objeto genera resultados iguales.

**Validez:** Este concepto se menciona al grado en que un instrumento verdaderamente mide la variable que intenta medir.

## **2.4. Definición operacional**

### **2.4.1. Definición de la variable analítica de datos**

Para Gandomi y Haider (2015), la analítica de datos podría explicarse como un subproceso en la extracción de la información de un conjunto de datos, en el que se obtiene inteligencia de la misma para la toma de decisiones. Según Watson (2014), algunos autores relacionan la analítica necesariamente con el uso de algoritmos en la busca de relaciones entre variables, como característica principal.

Pusala, Amini, Katukuri, Xie y Raghavan (2016) indica que la analítica de datos puede definirse en tres grandes categorías: analítica descriptiva, analítica predictiva y analítica prescriptiva. La analítica descriptiva, como un estadio inicial en el que los tomadores de decisiones analizan en datos históricos, para descubrir patrones de comportamiento en las variables, y se desarrollan regresiones o análisis de correlación; la analítica predictiva, donde las compañías comprenden lo sucedido en el pasado y producen modelos de pronóstico sobre tendencias o eventos; y la analítica prescriptiva, donde las empresas son capaces de construir modelos de simulación de escenarios, optimización y modelación numérica sobre diferentes variables de interés.

### **2.4.2. Definición de gestión de inventario**

La Gestión de inventarios es el desarrollo de administración del inventario, de manera que se consiga reducir al máximo su cuantía, sin afectar el servicio al cliente, mediante una buena planeación y control (Cespón Castro, 2012)

### 2.4.3. Matriz de operacionalización de variable

Tabla 1-Matriz de operacionalización de variable

DIMENSIÓN	INDICADOR	DEFINICIÓN	INSTRUMENTO
Planificación	Nº de veces que rota el inventario	Este KPI medirá el rendimiento que monitorea el stock y evaluará la disponibilidad del mismo a partir de la correcta clasificación de la mercancía en el almacén por su nivel de demanda.	Guia de Observacion
	Nº de stock promedio por producto	Este KPI es el volumen medio de existencias que se almacenan en la instalación a lo largo de un periodo de tiempo concreto, usualmente un año. Esta métrica permite que el responsable logístico cuente con información objetiva de la cuantía de stock promedio almacenada en la instalación durante el período seleccionado.	Guia de Observacion
Control	Porcentaje (%) de disponibilidad de inventario por producto	Este KPI es el porcentaje de inventario vendido en comparación con la cantidad de inventario recibido del fabricante o proveedor. Este KPI de inventario, especialmente crítico en un almacén e-commerce por la elevada competitividad del sector y sus márgenes de beneficio tan estrechos, se acostumbra a calcular cada mes y ayuda a detectar tendencias de demanda de pedidos o cambios de rotación de productos.	Guia de Observacion
	Nº de productos faltantes en el almacén por producto	Este KPI medirá la diferencia entre el stock registrado en el sistema de inventario y las existencias reales disponibles en el almacén. Ese descuadre puede deberse, entre otros motivos, a errores en la realización del inventariado periódico, fallos	Guia de Observacion

Fuente: Elaboración propia

## **2.5. Metodología de la solución**

### **2.5.1. Análisis y Diagnóstico de la empresa**

#### **2.5.2.1. Descripción de la empresa**

La “Compañía Nacional de Fármacos y Artículos E.I.R.L” (C.O.N.F.I.A) fue creada en agosto del año 2014, e inició sus actividades ese mismo año. Dicha organización está ubicada en la calle Jr. Gremios Nro. 139 de la ciudad de Trujillo, departamento de La Libertad, y se identifica en la SUNAT con el RUC 20560065834.

La empresa tiene como rubro la venta de productos dermatológicos, farmacéuticos, y productos naturales. Asimismo, sus actividades se centran en la distribución de productos de alta calidad y con precios muy competitivos. Además, dicha organización se encarga de brindar sus productos a clínicas dermatológicas, boticas, farmacias y cuentan con una página web donde hacen venta directa con el consumidor a nivel nacional. Por otro lado, tienen como principales proveedores a ISDIN Perú SAC, La Cooper, Go to Market, Repcas, Babaria y Pharmed Corporation. Sin embargo, la entidad cuenta con numerosos competidores, donde los principales son Distribuidora Fármacos del Norte, Distribuidora droguería Las Américas, FARMAX, Droguería corporation Centralfarma, Concepto y Dieza. Por otra parte, el ente regulador de “CONFIA”, es la dirección general de medicamentos, insumos y drogas (DIGEMID). Finalmente, la compañía se rige de una política medio ambiental; esta consiste en primer lugar, recolectar los productos vencidos; después, declararlos, y, por último, entregarlos a la entidad reguladora (DIGEMID).



### 2.5.2.2. Identificación de productos

A continuación, se mostrarán las líneas y productos que maneja la empresa “CONFIA” para la venta y distribución de esta.

Tabla 2-Identificación de productos

CODIGO	ARTICULO	UNIDAD
<b>PHARMED CORPORATION</b>		
10001	ACIDINO CAJA X 60 TAB	CAJA
10002	ALIBRA 10 MG CAJA X 100 TAB	CAJA
12007	ALICAM FORTE 500 MG CAJA X 100 TAB	UNIDAD
10028	ALICAM FORTE 500 MG CAJA X 200 TAB	CAJA
12787	ARCOXIB 120 CAJA X 10 TAB REC	UNIDAD
12786	ARCOXIB 90MG CAJA X 10 TAB	UNIDAD
10003	AZO BACCIDAL CAJA X 100 TAB	CAJA
12008	CARDIOTRIN 100 MG CAJA X 30 TAB LIBER RE	UNIDAD
12032	DESLORAFEN 5 MG CAJA X 30 TAB	UNIDAD
001107	DEXONA 4 MG CAJA X 100 TAB	UNIDAD
12082	DICODRIN 20 MG CAJA X 30 TAB	UNIDAD
12009	DINAXIL 250 MG SUSP X 60 ML	UNIDAD
12014	DINAXIL 500MG CAJA X 10 TAB	UNIDAD
12788	DOLOIBUPRESS FORTE CAJA X 100 TAB REC	UNIDAD
10004	DOLONEUROPRESS FORTE CAJA X 60 TAB	CAJA
12781	DOLOPRESS FORTE CAJA X 100 TAB REC	UNIDAD
10005	DOLOPRESS FORTE CAJA X 200 TAB	CAJA
10006	DOLOPRESS RAPID CAJA X 10 TAB	CAJA
10007	DOLOPRESS RAPID CAJA X 100 TAB	CAJA
12078	DUCLONEX 150 MG CAJA X 2 CAP	UNIDAD
12017	DUOFLEX 50MG/250 MG CAJA X 30 TAB REC	UNIDAD
10008	DUOFLEX CAJA X 60 TAB	CAJA
12785	ESPASMEX 10 MG CAJA X 100 TAB	UNIDAD
10009	ESPASMEX COMPUESTO CAJA X 60 TAB	CAJA
10010	EXADIOL FLEX CAJA X 10 TAB	CAJA
12084	HEPADOXAN CAJA X 48 TAB REC	UNIDAD
10011	KETAXAL 10 MG CAJA X 100 TAB	CAJA
10012	LARITOL DX CAJA X 10 TAB	CAJA
10013	LERTAMINE 5 MG CAJA X 100 TAB	CAJA
10014	LEVOXIDAL 500 MG CAJA X 10 TAB	CAJA
12080	LEVOXIDAL 750MG CAJA X 5 TAB	UNIDAD
12773	MAXAQUIN 200 MG CAJA X 30 TAB	UNIDAD
10029	MAXIFEN FORTE X 100 TAB	UNIDAD

10015	MELOXEN 15 MG CAJA X 30 TAB	CAJA
12037	MIDOL 200 MG CAJA X 20 TAB	UNIDAD
10016	MIOLENE CAJA X 100 TAB	CAJA
10017	MIOPRESS FORTE CAJA X 100 TAB	CAJA
10018	NAPROCOP COMPUESTO CAJA X 100 TAB	CAJA
12784	NEUROPRESS CAJA X 48 TAB REC	UNIDAD
10019	NONGRIPP ANTIGRIPAL CAJA X 100 TAB	CAJA
10020	NONGRIPP MAXIMA POTENCIA CAJA X 120 TAB	CAJA
12120	ORFEDRIN 100 MG CAJA X 100 TAB LIB PROLO	UNIDAD
10022	PARDIL 500 MG CAJA X 6 TAB	CAJA
10021	PARDIL SUSP. 100 MG/5 ML FCO X 60 ML	FRASCO
10031	SILDENAFILO 100 MG CAJA X 100 TAB REC	UNIDAD
10033	SILDENAFILO 50 MG X 100 TAB	UNIDAD
10023	SILDEX 100 MG CAJA X 1 TAB	CAJA
10024	SILDEX 50 MG CAJA X 1 TAB	CAJA
10025	SULFACID BALSAMICO CAJA X 100 TAB	CAJA
10026	SULFACID FORTE CAJA X 100 TAB	CAJA
12041	UREN 100MG CAJA X 100 TAB RECUBIERTAS	UNIDAD
10032	UREN FORTE CAJA X 100 CAP	UNIDAD
10027	VOXAMINE 50 MG CAJA X 100 TAB	CAJA
12079	ZARIDON CAJA X 20 TAB	UNIDAD
12049	ZARIDON FLEX CAJA X 60 TAB REC	UNIDAD
12779	ZINOXID 25 MG CAJA X 30 TAB	UNIDAD
12081	ZITROGAL 500 MG CAJA X 3 TAB	UNIDAD
10030	ZITROGAL 500 MG CAJA X 30 TAB REC	UNIDAD
<b>ISDIN</b>		
1509802	ACNIBEN RX BALSAMO REPARADOR LABIAL X 10	UNIDAD
2000698	ACNIBEN RX EMULSION LIMPIADORA 200 ML	UNIDAD
2000704	ACNIBEN RX GEL CREMA HIDRATANTE 40 ML	UNIDAD
617941	AVENA ISDIN CREMA CON CERAMIDAS 100 ML	UNIDAD
431393	AVENA ISDIN SYNET SOLIDO 100 G	UNIDAD
9803099	BETALFATRUS LACA UNGUEAL 3,3 ML	UNIDAD
92389	FOTOP. ISDIN ACTIVE OIL SPF30 X 200 ML	UNIDAD
70014	FOTOP. ISDIN CREMA COLOR SPF50+ X 50ML	UNIDAD
693579	FOTOP. ISDIN EXTREM LOCION SPF50+ 125 ML	UNIDAD
585066	FOTOP. ISDIN FUSION FLUID COLOR SPF50+ 5	UNIDAD
58682	FOTOP. ISDIN FUSION GEL SPF50+ 100 ML	UNIDAD
331197	FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 50 ML	UNIDAD
527332	FOTOP. ISDIN PED. GEL CREMA SPF50+ 150 M	UNIDAD
331647	FOTOP. ISDIN PED. LOCION SPF50+ X 125 ML	UNIDAD
559319	FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY SPF50+ 20	UNIDAD

77959	FOTOULTRA ISDIN ALLERGY 99 FUSION FLUID	UNIDAD
91399	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR 50 ML	UNIDAD
149984	PACK ACNIBEN BODY+LIMPIADOR	UNIDAD
149991	PACK ACNIBEN LIMP PURIF+CONTROL BRILLO Y	UNIDAD
001	PACK ACNIBEN(LIMP.PURIF+ACN BODY)	UNIDAD
1727206	PACK EVERCLEAN GEL PUR 240+CEPILLO PILAS	UNIDAD
154131	PACK ISDINCEUTICS DAY&NIGHT+Kox+AGE	UNIDAD
1763402	PACK MASKREAM ACTIVE UNIFY 4U 50+50 ML	UNIDAD
95731	PACK MASKREAM ANTIAGING X 4 U	UNIDAD
95724	PACK MASKREAM MATIFICANTE 4U 50+50ML	UNIDAD
137776	PACK UREADIN FUSION SERUM+AGUA MICELLAR	UNIDAD
487331	PACK UREADIN HAND CREAM 1+1	UNIDAD
149953	PACK UREADIN MELTING-CRE+F.FLUID	UNIDAD
149960	PACK UREADIN SERUM+CONTORNO OJOS	UNIDAD
62056	SERVICIOS DE IMPULSACION ENERO 2020	UNIDAD
2643178	UREADIN 3 PEDIATRIC LOTION 200 ML	UNIDAD
06111	UREADIN FUS.SERUM LIFT 30 ML+AGUA MICELL	UNIDAD
77614	UREADIN FUSION MICELLAR SOLUTION 250 ML	UNIDAD
1532435	UREADIN RX 10 LOTION PLUS 200 ML	UNIDAD
1541871	UREADIN RX 20 CREAM 100 ML	UNIDAD
129856	UREADIN RX 30 CREAM 50 ML	UNIDAD
532411	UREADIN RX 40 GEL OIL 30 ML	UNIDAD
108851	UREADIN SPRAY & GO 200 ML	UNIDAD
1964519	AVENA ISDIN GEL DE BA-O PROTECTOR 750ML	UNIDAD
3584326	AVENA ISDIN LOCION CORPORAL HIDRATANTE 4	UNIDAD
803174	ERYFOTONA AK-NMSC CREAM 50 ML	UNIDAD
70875	ERYFOTONA AK-NMSC FLUID 50 ML	UNIDAD
1723222	EVERCLEAN GEL PURIFICAANTE X 240 ML	UNIDAD
0126701	EVERCLEAN GEL PURIFICANTE X 240 ML+CEPIL	UNIDAD
165281	FOTOP PULSERA ADULTO 1UD	UNIDAD
165298	FOTOP PULSERA NI-O 1UD	UNIDAD
1716125	FOTOP. ISDIN COMPACT ARENA SPF50+ 10G C/	UNIDAD
1654557	FOTOP. ISDIN COMPACT BRONCE SPF50+ 10G C	UNIDAD
693066	FOTOP. ISDIN EXTREM UVA GEL CREMA SPF50+	UNIDAD
331166	FOTOP. ISDIN FUSION AIR SPF50+ 200 ML	UNIDAD
188013	FOTOP. ISDIN FUSION FLUID MINERAL SPF50+	UNIDAD
1525369	FOTOP. ISDIN FUSION FLUID SPF50+ 50 ML	UNIDAD
1631695	FOTOP. ISDIN FUSION GEL SPORT SPF50+ 100	UNIDAD
226272	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR BRONZE S	UNIDAD
226265	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR LIGHT SP	UNIDAD
154186	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR MEDIUM S	UNIDAD

195950	FOTOP. ISDIN FUSION WATER SPF50 X 50ML	UNIDAD
201361	FOTOP. ISDIN FUSION WATER URBAN SPF30 X	UNIDAD
1699664	FOTOP. ISDIN GEL CREMA DRY TOUCH SPF50+	UNIDAD
331180	FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 200 ML	UNIDAD
161214	FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 250 ML	UNIDAD
1838919	FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200 ML	UNIDAD
192263	FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200ML	UNIDAD
161245	FOTOP. ISDIN HYDROOIL SPF30 X 200ML	UNIDAD
594969	FOTOP. ISDIN PED. FUSION FLUID SPF50+ 50	UNIDAD
187962	FOTOP. ISDIN PED. FUSION MINERAL BABY SP	UNIDAD
196377	FOTOP. ISDIN PED. FUSION WATER SPF50+ 5	UNIDAD
125117	FOTOP. ISDIN PED. GEL CREMA SPF50+ X 250	UNIDAD
139336	FOTOP. ISDIN PED. LOTION SPRAY SPF50+ X	UNIDAD
188020	FOTOP. ISDIN PED. TRANSP.SPRAY WET SKIN	UNIDAD
200814	FOTOP. ISDIN SUN BRUSH MINERAL SPF50+ 2G	UNIDAD
125100	FOTOP. ISDIN SUN BRUSH X 4 GR	UNIDAD
187917	FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY WET SKIN	UNIDAD
160750	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML	UNIDAD
160668	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 5	UNIDAD
160804	FOTOULTRA ISDIN 100 SPOT PREVENT 50 ML	UNIDAD
93768	FOTOULTRA ISDIN 90 CREMA 50 ML	UNIDAD
190986	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER 50 ML	UNIDAD
160613	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER COLOR	UNIDAD
540540	INVERSION DIGITAL CYBER ISDIN NOVIEMBRE	UNIDAD
181175	ISDIN BABY NATURALS GEL CHAMPU 200 ML	UNIDAD
181014	ISDIN BABY NATURALS GEL CHAMPU 400 ML	UNIDAD
181021	ISDIN BABY NATURALS LOCION 400 ML	UNIDAD
186712	ISDIN BOLSA TELA LOVE YOUR SKIN 2020	UNIDAD
2061408	ISDIN GERMISDIN ALOE VERA 250ML	UNIDAD
1875815	ISDIN GERMISDIN ALOE VERA 500 ML	UNIDAD
199606	ISDIN GERMISDIN HAND CLEANSING GEL 120 M	UNIDAD
3854764	ISDIN GERMISDIN ORIGINAL 250ML	UNIDAD
3854849	ISDIN GERMISDIN ORIGINAL 500ML	UNIDAD
128644	ISDIN MICELLAR SOLUCION 400ML	UNIDAD
137974	ISDIN PROTECTOR LABIAL 50+	UNIDAD
1901200	ISDIN REPARADOR LABIAL STICK 4G	UNIDAD
1915528	ISDIN SI-NAIJS VARNISH 2.5 ML FORTALECED	UNIDAD
22825	ISDIN WOMAN ANTI STRETCH CREAM 250 ML	UNIDAD
22826	ISDIN WOMAN FIRING CREAM 200 ML	UNIDAD
1812353	ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE DAY 50ML	UNIDAD
172401	ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE NIGHT 50ML	UNIDAD

129221	ISDINCEUTICS AGE REVERS 50ML	UNIDAD
22614	ISDINCEUTICS ESSENTIAL CLEANSING X 200 M	UNIDAD
149205	ISDINCEUTICS FLAVO C DAY NIGHT 4	UNIDAD
1864826	ISDINCEUTICS FLAVO C DAY&NIGHT 10+10 AMP	UNIDAD
216068	ISDINCEUTICS FLAVO C FORTE 3U 5.3ML	UNIDAD
145177	ISDINCEUTICS FLAVO C MELATONIN 10 AMP	UNIDAD
145160	ISDINCEUTICS FLAVO C MELATONIN 30U	UNIDAD
1769145	ISDINCEUTICS FLAVO C SERUM 30ML	UNIDAD
138933	ISDINCEUTICS FLAVO C ULTRAGLICAN 10 AMP	UNIDAD
144699	ISDINCEUTICS FLAVO C ULTRAGLICAN 30U 2ML	UNIDAD
138346	ISDINCEUTICS FLAVO-C MELATONIN AQ 10U 2M	UNIDAD
20925	ISDINCEUTICS GLICOISDIN CREMA 8% 50 G	UNIDAD
20930	ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 15% 50 ML	UNIDAD
20935	ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 25% 50 ML	UNIDAD
164406	ISDINCEUTICS HYALURONIC BOOSTER 5U	UNIDAD
200678	ISDINCEUTICS HYALURONIC CONCENTRATE 30ML	UNIDAD
165472	ISDINCEUTICS INSTANT FLASH 5 AMP	UNIDAD
113374	ISDINCEUTICS K.OX EYES 15ML	UNIDAD
1769169	ISDINCEUTICS MELACLEAR 15ML	UNIDAD
157651	ISDINCEUTICS PIGM EXP 10u+NIGHT PEEL 10u	UNIDAD
113138	ISDINCEUTICS SKIN DROPS BRONZE 15ML	UNIDAD
113367	ISDINCEUTICS SKIN DROPS SAND 15ML	UNIDAD
203082	ISDINCEUTICS VITAL EYES 15G	UNIDAD
124776	LAMBDA PIL ANTICAÏDA LOC. EN SPRAY 125 C/	UNIDAD
1648198	LAMBDA PIL ANTICAÏDA SHAMPOO 200 C/F	UNIDAD
171718	NUTRADEICA GEL CREMA FACIAL 50ML	UNIDAD
1556349	NUTRADEICA GEL CREMA SHAMPOO 200 ML	UNIDAD
105959	NUTRATOPIC Pro-AMP Crema 200 ml	UNIDAD
1547927	NUTRATOPIC PRO-AMP CREMA FACIAL 50 ML C/	UNIDAD
105966	NUTRATOPIC PRO-AMP GEL BA-O 400 ML	UNIDAD
105935	NUTRATOPIC PRO-AMP LOCION EMOLIEN TE 400	UNIDAD
021437	PACK AGE REPAIR 50ML+D&N ANTIOX 2 AMP	UNIDAD
165854	PACK FOTOULTRA AGE REPAIR FW + 2 AMP PE	UNIDAD
214446	PACK FOTOULTRA AGE REPAIR FW 50ML+KOX EY	UNIDAD
227859	PACK FUSION WATER + AGUA MICELLAR 100 ML	UNIDAD
214453	PACK FW URBAN + MINI HYALURONIC CONCENTR	UNIDAD
179349	PACK ISDINCEUTICS BEAUTY RUTINE (NEC+KOX	UNIDAD
204256	PACK ISDINCEUTICS CORE X MAS 20	UNIDAD
225138	PACK ISDINCEUTICS EYE CONTOUR XMAS 21	UNIDAD
179370	PACK ISDINCEUTICS FLASH (NECESER+FLASH+A	UNIDAD
225619	PACK ISDINCEUTICS HYAL. CONC+MINI K-OX+M	UNIDAD

214507	PACK ISDINCEUTICS K-OX EYES 15ML+AGE REP	UNIDAD
171862	PACK ISDINCEUTICS K-OX+INST.FLASH	UNIDAD
154063	PACK ISDINCEUTIS K-OX+MELT+ULTRAL	UNIDAD
167100	PACK LIVE YOUNG FOTOAGING+AMP DAY&NIGHT	UNIDAD
197961	PACK PHOTOAGING 2020 FW + HB 1 AMP	UNIDAD
190375	PACK PHOTOAGING 2020 SPOT PREVENT + 2AMP	UNIDAD
163942	PROM ISDIN MICELLAR SOLUCION 30 ML	UNIDAD
102030	PUBLICIDAD REDES DICIEMBRE 2021 A MARZO	UNIDAD
670504	TEEM ACNIBEN FACIAL CLEANSER FOAM 150 ML	UNIDAD
21417	TEEM ACNIBEN REPAIR CLEANSING EMULSION 1	UNIDAD
1806475	TEEN ACNIBEN BODY 150 ML C/F	UNIDAD
126688	TEEN SKIN ACNIBEN CONTROL BRILLO Y GRANO	UNIDAD
126701	TEEN SKIN ACNIBEN LIMP.PURIFICANTE 150 M	UNIDAD
902435	TEEN SKIN Rx ACNIBEN Renov Lab x 10 ml	UNIDAD
902442	TEEN SKIN Rx ACNIBEN Repair Hidrat x 40	UNIDAD
902459	TEEN SKIN Rx ACNIBEN Repair Limp x 180 m	UNIDAD
2451001	UREADIN ANTIARRUGAS CREAM SPF20 50 ML	UNIDAD
3913423	UREADIN CONTORNO DE OJOS GEL CREAM 15 ML	UNIDAD
612175	UREADIN FUSION FLUID 50 ML	UNIDAD
1614841	UREADIN FUSION MELTING CREAM 50 ML	UNIDAD
1691880	UREADIN FUSION SERUM LIFT ANTIARRUGAS 30	UNIDAD
152120	UREADIN HAND CREAM PLUS 50 ML	UNIDAD
3808576	UREADIN HIDRATAACION INTENSA 50 ML	UNIDAD
3855594	UREADIN LOCION 10 200ML	UNIDAD
1527349	UREADIN PODOS GEL OIL 75 ML	UNIDAD
123342	UREADIN ULTRA 10 LOTION PLUS 200ML C/F	UNIDAD
104563	UREADIN ULTRA 20 CREAM 100ML C/F	UNIDAD
2129856	UREADIN ULTRA 30 CREAM EXFOLIANTE 50 ML	UNIDAD
1532411	UREADIN ULTRA 40 GEL OIL 30ML	UNIDAD
<b>LA COOPER</b>		
01804	ACLARA-T CREMA NUTRITIVA B3 X 10G DISP.	UNIDAD
04048	DERMOSOL BEBE SPF 50 + COLOR PIEL X 10GX	UNIDAD
070109	DERMOSOL BEBE SPF 50+ X 10G X 20 SACHETS	UNIDAD
01382	DERMOSOL BEBE SPF 50+ X 70 G	UNIDAD
03050	DERMOSOL CACAO Y KARITE STICK 4.5G X 6 U	UNIDAD
04520	DERMOSOL CICATRIL COLOR PIEL SPF 20 X 4.	UNIDAD
070111	DERMOSOL CICATRIL SPF 20 X 4.165G X 6U	UNIDAD
040311	DERMOSOL COLOR PIEL CLARA SPF 70X10GX20S	UNIDAD
013443	DERMOSOL COLOR PIEL SPF70+ X 70G	UNIDAD
070101	DERMOSOL COLOR SPF 70 10G X 20 SACHETS	UNIDAD
01344	DERMOSOL COLOR SPF 70 X 70G	UNIDAD

070105	DERMOSOL ECRAN SPF 70 10G X 20 SACHETS	UNIDAD
01342	DERMOSOL ECRAN SPF 70+ X 70G	UNIDAD
04043	DERMOSOL EXTREMA COLOR PIEL SPF 50+X10G	UNIDAD
01383	DERMOSOL EXTREMA SPF 50+ TUBO X 70 G	UNIDAD
070097	DERMOSOL EXTREMA SPF 50+ X 10G X 20 SACH	UNIDAD
013831	DERMOSOL EXTREMA SPF 50+X70G PROM 3+1	UNIDAD
02360	DERMOSOL EXTREMA SPF50+X7GRX20S	UNIDAD
04084	DERMOSOL FRUITS 20 STICK X 4.5G DISP.X 6	UNIDAD
01193	DERMOSOL GEL TRANSLUCIDO X 10G X 20 SACH	UNIDAD
070072	DERMOSOL GEL TRANSLUCIDO X 60G	UNIDAD
01381	DERMOSOL GOLD SPF 70 TUBO X 70G	UNIDAD
01002	DERMOSOL GOLD SPF 70 X 10 G X 20 SACHETS	UNIDAD
013811	DERMOSOL GOLD SPF70+ X 70G PROM 3+1	UNIDAD
04883	DERMOSOL MATERNA SPF 100 X 60G	UNIDAD
04883	DERMOSOL MATERNA SPF100 70G	UNIDAD
0700741	DERMOSOL MED PEDIAT.X 60G PROM 3+1	UNIDAD
70117	DERMOSOL MOUSSE MEDIO SPF 50+ X10G	UNIDAD
070074	DERMOSOL PEDIATRICO SPF 100 60G	UNIDAD
01009	DERMOSOL PEDIATRICO SPF 100 X 10G X20 SA	UNIDAD
05097	DERMOSOL POST SOLAR SPF 6 X 240 G	UNIDAD
0700726	DERMOSOL PROM 6+1 GEL TRANSLUCIDO X 60G	UNIDAD
04085	DERMOSOL SHINE STICK 4.5G X 6 UNID	UNIDAD
041876	DERMOSOL VISAGE COLOR PIEL X 60 G	UNIDAD
070076	DERMOSOL VISAGE SPF 100 TUBO X 60 G	UNIDAD
01001	DERMOSOL VISAGE SPF 100 X 10G X 20 SACHE	UNIDAD
0700762	DERMOSOL VISAGE X 60G PROM 3+1	UNIDAD
070110	DERMOSOL XTREM SPF 35 X 4.5G X 6L	UNIDAD
045182	DERMOSOL XTREM SPF 35 X 4.5G X 6U	UNIDAD
050002	LA COOPER ACIDO BORICO CAJA X 25 G	UNIDAD
050003	LA COOPER ACIDO BORICO CAJA X 50G	UNIDAD
04684	LA COOPER ACIDO BORICO X 50 GR C/ ZIPPER	UNIDAD
04929	LA COOPER ACLARA-T AGUA MICELAR 120ML	UNIDAD
04928	LA COOPER ACLARA-T AGUA MICELAR 60ML	UNIDAD
06096	LA COOPER ACLARA-T AGUA TONICA DE ROSAS	UNIDAD
06097	LA COOPER ACLARA-T AGUA TONICA MANZANILL	UNIDAD
04073	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 HIDRATANTE	UNIDAD
018001	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 HIDRATANTE	UNIDAD
01800	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 HIDRATANTE	UNIDAD
01804	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 NUTRITIVA X	UNIDAD
01807	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL MIXTA A	UNIDAD
01803	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL NOR A S	UNIDAD

05020	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL NORM SE	UNIDAD
06022	LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL NORMAL	UNIDAD
06081	LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL ALMEND	UNIDAD
05007	LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL COCO Y	UNIDAD
05009	LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL FRUTOS	UNIDAD
05012	LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL MARACU	UNIDAD
06101	LA COOPER ACLARA-T CREMA DE MANOS ALMEND	UNIDAD
06100	LA COOPER ACLARA-T CREMA DE MANOS HIERBA	UNIDAD
06103	LA COOPER ACLARA-T CREMA DE MANOS MANGO	UNIDAD
06104	LA COOPER ACLARA-T CREMA DE MANOS TROPIC	UNIDAD
00720	LA COOPER ACLARA-T DESODORANTE CREMA X 6	UNIDAD
020063	LA COOPER ACLARA-T DESODORANTE ROLL ON D	UNIDAD
020065	LA COOPER ACLARA-T EVOLUCION DIA X 30G	UNIDAD
020066	LA COOPER ACLARA-T EVOLUTION NOCHE X 30	UNIDAD
05414	LA COOPER ACLARA-T JABON AVENA 80 GR	UNIDAD
00722	LA COOPER ACLARA-T JABON X 80G	UNIDAD
020071	LA COOPER ACLARA-T PLUS 50G	UNIDAD
06067	LA COOPER ACLARA-T PLUS X 100 GR	UNIDAD
01149	LA COOPER ACLARA-T PLUS X 10GR X 20 S	UNIDAD
04850	LA COOPER ACLARA-T SCRUB CREMA ROSTRO, M	UNIDAD
00733	LA COOPER ACNE JABON FACIAL X 100G	UNIDAD
050078	LA COOPER ALCOHOL PURO X 1 LT	UNIDAD
04678	LA COOPER ASEA-T JABON HENO DE COOPER X	UNIDAD
040332	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL CITRICO FCO	UNIDAD
104315	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL CITRICO X 1	UNIDAD
040342	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL MARINE FCO.	UNIDAD
040352	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL MELON FCO.	UNIDAD
04270	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL NATURAL 4.5	UNIDAD
040362	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL NATURAL FCO	UNIDAD
104255	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL NATURAL X 1	UNIDAD
04240	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL NATURAL X 9	UNIDAD
05218	LA COOPER ASEA-T ALCOHOL GEL X KILO CON	UNIDAD
06102	LA COOPER ASEA-T JABON BACTER 80 GR	UNIDAD
05111	LA COOPER ASEA-T JABON HENO DE COOPER X	UNIDAD
052302	LA COOPER ASEA-T JABON LIQ. BACTER EUCAL	UNIDAD
052304	LA COOPER ASEA-T JABON LIQ. BACTER FRUTO	UNIDAD
052305	LA COOPER ASEA-T JABON LIQ. BACTER HIERB	UNIDAD
052303	LA COOPER ASEA-T JABON LIQ. BACTER LAVAN	UNIDAD
052306	LA COOPER ASEA-T JABON LIQ. BACTER MANZA	UNIDAD
00728	LA COOPER ASEA-T JABON LIQUIDO MANZANA F	UNIDAD
00726	LA COOPER ASEA-T JABON LIQUIDO MELON FCO	UNIDAD



04748	LA COOPER ASEA-T JABON LIQUIDO MELON X 4	UNIDAD
00730	LA COOPER ASEA-T JABON LIQUIDO NACARADO	UNIDAD
00724	LA COOPER ASEA-T JABON LIQUIDO UVA FCO.	UNIDAD
01326	LA COOPER ASEA-T JABON LIQUIDO UVA X 4.5	UNIDAD
05019	LA COOPER COLONIA CITRICA X 1 LT	UNIDAD
020077	LA COOPER COLONIA CITRICA X 120 ML	UNIDAD
05017	LA COOPER COLONIA CITRICA X 250ML	UNIDAD
05018	LA COOPER COLONIA CITRICA X 500ML	UNIDAD
030013	LA COOPER CREMA CONCHA DE NACAR SPF 10 1	UNIDAD
020073	LA COOPER CREMA CONCHA DE NACAR SPF 10 X	UNIDAD
06015	LA COOPER CREMA CONCHA DE NACAR SPF10 X	UNIDAD
020058	LA COOPER CREMA CORPORAL EXTREMA FCO. X	UNIDAD
020060	LA COOPER CREMA CORPORAL HIDRAT. FCO. X	UNIDAD
020061	LA COOPER CREMA CORPORAL HIDRATANTE FCO.	UNIDAD
020069	LA COOPER CREMA DEPILATORIA TUBO X 100G	UNIDAD
05162	LA COOPER CREMA DEPILATORIA X 10G X 20SA	UNIDAD
030011	LA COOPER CREMA LECHUGA SPF 10 X 10G X 2	UNIDAD
020072	LA COOPER CREMA LECHUGA SPF 10 X 50G	UNIDAD
020056	LA COOPER CREMA PARA MANOS FCO. X 150G	UNIDAD
020057	LA COOPER CREMA PARA MANOS FCO. X 450G	UNIDAD
0110004	LA COOPER CROL FOR MEN DESOD. ROLL ON X	UNIDAD
020092	LA COOPER CROL FOR MEN JABON X 100G	UNIDAD
05039	LA COOPER DERMOACNE CARBON ACTIVO X 100G	UNIDAD
052231	LA COOPER DERMOACNE JABON FACIAL 100G	UNIDAD
040006	LA COOPER DRY FOOT EVOLUTION FCO. X 180G	UNIDAD
040023	LA COOPER DRY FOOT EVOLUTION FCO. X 70G	UNIDAD
05120	LA COOPER ECO REPELT DEET 7.5 FAMILIAR 1	UNIDAD
05121	LA COOPER ECO REPELT DEET 7.5% X 10GR X	UNIDAD
05038	LA COOPER GEL CAPILLAIRE BABA DE BESTIA	UNIDAD
04492	LA COOPER GEL CAPILLAIRE EXTRAFIRME 45G	UNIDAD
020035	LA COOPER GEL CAPILLAIRE EXTRAFIRME TUBO	UNIDAD
04493	LA COOPER GEL CAPILLAIRE EXTRAFIRME X 12	UNIDAD
020034	LA COOPER GEL CAPILLAIRE EXTRAFIRME X 40	UNIDAD
04494	LA COOPER GEL CAPILLAIRE HUMEDO 45G	UNIDAD
020032	LA COOPER GEL CAPILLAIRE HUMEDO X 100 G	UNIDAD
04495	LA COOPER GEL CAPILLAIRE HUMEDO X 120 G	UNIDAD
020031	LA COOPER GEL CAPILLAIRE HUMEDO X 40 G	UNIDAD
04047	LA COOPER GEL EXTRAFIRME X 100 GR POTE	UNIDAD
00777	LA COOPER GEL FACIAL SPF 6 X 60G	UNIDAD
06009	LA COOPER GEL INTIME 15ML X 20 SACHET	UNIDAD
00705	LA COOPER GEL INTIME FCO. X 150 ML	UNIDAD

01207	LA COOPER GEL INTIME SACHET X 10 ML X 20	UNIDAD
01366	LA COOPER GEL REDUCTOR ADVANCE X 150 G	UNIDAD
06057	LA COOPER JABON CONCHA DE NACAR X 80 GR	UNIDAD
020076	LA COOPER JABON INTIME X 100 G	UNIDAD
01571	LA COOPER JABON LIQUIDO MANZANA 4.5LT	UNIDAD
04990	LA COOPER JABON MATERNA X 80G	UNIDAD
01367	LA COOPER JABON REDUCTOR EXFOLIANTE 100	UNIDAD
06051	LA COOPER JABON REJUVECECE PLUS CON ARRO	UNIDAD
05026	LA COOPER JABON REJUVECECE PLUS X 80G	UNIDAD
01934	LA COOPER ORTIN CAPILAIRE SHAMPOO X 240	UNIDAD
06008	LA COOPER ORTIN CAPILLAIRE SHAMPOO X 1 L	UNIDAD
020040	LA COOPER ORTIN SHAMPOO CAPILAR 10 G X 2	UNIDAD
050029	LA COOPER OXIDO DE ZINC X 50 G	UNIDAD
04711	LA COOPER OXIDO DE ZINC X 50 GR C/ ZIPPE	UNIDAD
020010	LA COOPER OXIPEL CAPILLAIRE 20 VOL X 120	UNIDAD
020044	LA COOPER OXIPEL CAPILLAIRE FRANCE 20VOL	UNIDAD
020046	LA COOPER OXIPEL CAPILLAIRE FRANCE 30VOL	UNIDAD
080909	LA COOPER PACK 1 PETIT BEBE (ACEITE, COLO	UNIDAD
080908	LA COOPER PACK 2 PETIT BEBE (CREMA, SHAMP	UNIDAD
080907	LA COOPER PACK 3 PETIT BEBE (CREMA, SHAMP	UNIDAD
080905	LA COOPER PACK 4 PETIT BEBE (ACEITE, SHAM	UNIDAD
080912	LA COOPER PACK DE BELLEZA (CREMA MANOS-C	UNIDAD
0160001	LA COOPER PETIT ACEITE BEBE X 130 ML	UNIDAD
0160003	LA COOPER PETIT AGUA DE COLONIA BEBE X 1	UNIDAD
0160002	LA COOPER PETIT CREMA BEBE X 125G	UNIDAD
0160010	LA COOPER PETIT JABON BEBE X 80G C/CAJA	UNIDAD
0160004	LA COOPER PETIT SHAMPOO BEBE X 130 ML	UNIDAD
0160006	LA COOPER PETIT TALCO BEBE X 180 G	UNIDAD
0160005	LA COOPER PETIT TALCO BEBE X 70 G	UNIDAD
0160007	LA COOPER PETIT VASELINA PERFUMADA BEBE	UNIDAD
06027	LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA FRES	UNIDAD
06026	LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA LIMO	UNIDAD
020048	LA COOPER QUITA ESMALTE FRESA FCO. X 30	UNIDAD
01276	LA COOPER QUITA ESMALTE FRESA X 150 ML	UNIDAD
04260	LA COOPER QUITA ESMALTE FRESA X 170 ML	UNIDAD
01277	LA COOPER QUITA ESMALTE LIMON X 150 ML	UNIDAD
04261	LA COOPER QUITA ESMALTE LIMON X 170 ML	UNIDAD
02206	LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA CHICL	UNIDAD
022013	LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA FRESA	UNIDAD
022033	LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA LIMON	UNIDAD
02208	LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA MARAC	UNIDAD

01801	LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA HYALURON	UNIDAD
01805	LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA Q10 X 10	UNIDAD
05023	LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA Q10 X 50	UNIDAD
020070	LA COOPER REJUVECECE PLUS X 50G	UNIDAD
06056	LA COOPER REJUVECESE PLUS CREMA HYALURON	UNIDAD
04951	LA COOPER REPELT DEET CREMA FCO. 120G	UNIDAD
020039	LA COOPER REPELT DEET CREMA X 10G X 20S	UNIDAD
020038	LA COOPER REPELT DEET SOLUCION FCO. 90 M	UNIDAD
00723	LA COOPER SERUM REPARADOR CAPILAR X 30 M	UNIDAD
01585	LA COOPER SET BELLEZA 1 (COLONIA, CREMA, A	UNIDAD
01586	LA COOPER SET BELLEZA 2 (COLONIA, CREMA, D	UNIDAD
06086	LA COOPER SHAMPOO CROL BARBER X 1 L	UNIDAD
050095	LA COOPER VASELINA PURA POTE X 15 G	UNIDAD
050094	LA COOPER VASELINA PURA POTE X 5 G	UNIDAD
050083	LA COOPER VASELINA PURA POTE X 80 G	UNIDAD
05169	OFERTA 1 ACLARA-T CREMA B3 NOR 50+JABON	UNIDAD
05170	OFERTA 2 ACLARA-T AGUA MICELAR 120ML+1 6	UNIDAD
05172	OFERTA 4 REJUVECECE CREMA Q10 50G+JABON	UNIDAD
05173	OFERTA 5 REJUVECECE CREMA HYALURONIC 50+	UNIDAD
05174	OFERTA 6 ACLARA-T CREMA CORP FRUT ROJOS	UNIDAD
05176	OFERTA 8 ACLARA-T CREMA CORP COCO 450+15	UNIDAD
05177	OFERTA 9 COLONIA CITRICA 1L+ 1 120ML	UNIDAD
200401	PACK ORTIN SHAMPOO CAPILAR X 10G X 20S	UNIDAD
0500003	PACK PROM 4X3 ACLARA-T CREMA COMB B3X40G	UNIDAD
04727	PACK PROM 6+1 4DERMOSOL PEDIATRICO X 60G	UNIDAD
013826	PACK PROM 6+1 DERMOSOL BEBE SPF 50 X 70G	UNIDAD
013446	PACK PROM 6+1 DERMOSOL COLOR SPF 70X70G	UNIDAD
013426	PACK PROM 6+1 DERMOSOL ECRAN SPF 70 X 70	UNIDAD
700726	PACK PROM 6+1 DERMOSOL GEL TRANSL/CIDO X	UNIDAD
041876	PACK PROM 6+1 DERMOSOL VISAGE COLOR PIEL	UNIDAD
700766	PACK PROM 6+1 DERMOSOL VISAGE X 60 GR	UNIDAD
0700766	PACK PROM 6+1 DERMOSOL VISAGE X 60GR	UNIDAD
01303	PACK PROM DRY FOOT 70 Y 180 GR	UNIDAD
01588	SHAMPOO NACARADO X 4.5 LT	UNIDAD
<b>GO TO MARKET</b>		
678958	AQUA DB COLONIA 750 + 40 ML	UNIDAD
679030	AQUA DB EST. COLONIA 750 ML+MINI COL+JABO	UNIDAD
678996	AQUA DB GIFT SET COLONIA 200 ML + JABON	UNIDAD
679009	AQUA DB GIFT SET COLONIA 200 ML + ROLL O	UNIDAD
679016	AQUA DB GIFT SET LATA 3 JABONES	UNIDAD
678972	AQUA DB JABON DE TOCADOR 150 GR	UNIDAD

678958	AQUA DI BARI COL 750ML+MINI COL 40ML	UNIDAD
102539	AQUA DI BARI COLONIA 100ML+BODY LOTION 1	UNIDAD
102546	AQUA DI BARI COLONIA 100ML+BODY LOTION10	UNIDAD
102010	AQUA DI BARI COLONIA 120ML+JABON 90ML LA	UNIDAD
679047	AQUA DI BARI COLONIA 120ML+JABON 90ML OR	UNIDAD
102027	AQUA DI BARI COLONIA 120ML+JABON 90ML RO	UNIDAD
102553	AQUA DI BARI EST COLONIA 100ML +SHOWER G	UNIDAD
102560	AQUA DI BARI EST COLONIA 100ML+2 JABONES	UNIDAD
102393	AQUA DI BARI EST COLONIA 100ML+BODY LOTI	UNIDAD
102386	AQUA DI BARI EST COLONIA 750ML+BODY LOTI	UNIDAD
102034	AQUA DI BARI GEL SANITIZANTE 237 ML	UNIDAD
102041	AQUA DI BARI GEL SANITIZANTE 500 ML	UNIDAD
102058	AQUA DI BARI GEL SANITIZANTE 50ML	UNIDAD
102072	AQUA DI BARI GEL SANITIZANTE X 1000 ML -	UNIDAD
102348	AQUA DI BARI JABON CORP BARRA ANTIB LEC	UNIDAD
102263	AQUA DI BARI JABON CORP BARRA ANTIB ALOE	UNIDAD
102287	AQUA DI BARI JABON CORP BARRA ANTIB COCO	UNIDAD
102270	AQUA DI BARI JABON CORP BARRA ANTIB MIEL	UNIDAD
102355	AQUA DI BARI JABON CORP BARRA ANTIB PEPI	UNIDAD
679122	AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- ALOE VE	UNIDAD
679115	AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- CITRICO	UNIDAD
679108	AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- NEUTRO	UNIDAD
679139	AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- ROSA MO	UNIDAD
102317	AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML	UNIDAD
102324	AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML A	UNIDAD
102294	AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML C	UNIDAD
102300	AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML F	UNIDAD
102331	AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML L	UNIDAD
102485	AQUA DI BARI JABON LIQ DOYPACK 800 ML AM	UNIDAD
102508	AQUA DI BARI JABON LIQ DOYPACK 800 ML CI	UNIDAD
102461	AQUA DI BARI JABON LIQ DOYPACK 800 ML FR	UNIDAD
102492	AQUA DI BARI JABON LIQ DOYPACK 800 ML LA	UNIDAD
102478	AQUA DI BARI JABON LIQ DOYPACK 800 ML MA	UNIDAD
102379	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIB. BRISA MAR	UNIDAD
679054	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIB. CITRICO 5	UNIDAD
679092	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIB. LAVANDA 5	UNIDAD
679078	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIB. MANZANA 5	UNIDAD
679061	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIB. NEUTRO 50	UNIDAD
679085	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIB. ROSAS 500	UNIDAD
102195	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIBAC 300ML CI	UNIDAD
102232	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIBAC 300ML LA	UNIDAD

102218	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIBAC 300ML MA	UNIDAD
102201	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIBAC 300ML NE	UNIDAD
102225	AQUA DI BARI JABON LIQ. ANTIBAC 300ML RO	UNIDAD
102140	AQUA DI BARI JABON LIQ.ANTIBAC.DOYPACK C	UNIDAD
102188	AQUA DI BARI JABON LIQ.ANTIBAC.DOYPACK L	UNIDAD
102164	AQUA DI BARI JABON LIQ.ANTIBAC.DOYPACK M	UNIDAD
102157	AQUA DI BARI JABON LIQ.ANTIBAC.DOYPACK N	UNIDAD
102171	AQUA DI BARI JABON LIQ.ANTIBAC.DOYPACK R	UNIDAD
678972	AQUA DI BARI JABON PACK X 4 + JABONERA	UNIDAD
102522	AQUA DI BARI LACA EXTRA FIRME 300 ML	UNIDAD
102515	AQUA DI BARI LACA SPRAY FIRME 300 ML	UNIDAD
102126	AQUA DI BARI TOALLITAS HUMEDAS ANTIBACT	UNIDAD
683013	BETTY BOOP BEAUTY COLONIA 50ML	UNIDAD
683082	BETTY BOOP COLONIA BEAUTY LADY SHOES 100	UNIDAD
683075	BETTY BOOP COLONIA SASSY LADY SHOES 100M	UNIDAD
683099	BETTY BOOP COLONIA SEXY LADY SHOES 100ML	UNIDAD
683037	BETTY BOOP GIFT SET BEAUTY COLONIA+BODY	UNIDAD
683051	BETTY BOOP GIFT SET CLASSY BODY MIST 120	UNIDAD
683112	BETTY BOOP GIFT SET KISS COLONIA+JAB DE	UNIDAD
683105	BETTY BOOP GIFT SET ROMANTIC COLONIA+JAB	UNIDAD
683020	BETTY BOOP GIFT SET SASSY COLONIA+BODY L	UNIDAD
683044	BETTY BOOP GIFT SET SWEET BODY MIST 120M	UNIDAD
683068	BETTY BOOP PACK 03 JABONES	UNIDAD
683006	BETTY BOOP SASSY COLONIA 50ML	UNIDAD
111012	BETTY BOOP TOALLITAS HUMEDAS 25 PCS	UNIDAD
112040	CLUB ALIANZA LIMA COLONIA X 100 ML	UNIDAD
801059	CLUB ALIANZA LIMA EDT 1901 100ML	UNIDAD
801042	CLUB ALIANZA LIMA EDT CLASSIC 100ML	UNIDAD
801066	CLUB ALIANZA LIMA EST EDT 1901+JABON 200	UNIDAD
112057	CLUB ALIANZA LIMA EST. COLONIA 100ML+JAB	UNIDAD
801080	CLUB ALIANZA LIMA GIFT KISD SHAMPO 350ML	UNIDAD
801073	CLUB ALIANZA LIMA JABON FOR MEN 200 CON	UNIDAD
112033	CLUB ALIANZA NECESER KIDS JABON LIQ.236+	UNIDAD
801004	CLUB BODY SPRAY ALIANZA L 1901 150ML	UNIDAD
801011	CLUB BODY SPRAY ALIANZA L CLASSIC 150ML	UNIDAD
901001	CLUB BODY SPRAY U CLASSIC 150 ML	UNIDAD
901018	CLUB BODY SPRAY U GARRA CREMA 150ML	UNIDAD
901063	CLUB EST EDT GARRA CREMA+JABON 200ML	UNIDAD
801028	CLUB SET COLONIA 50ML+BILLETERA ALIANZA	UNIDAD
901025	CLUB SET COLONIA 50ML+BILLETERA U	UNIDAD
801035	CLUB SET COLONIA 50ML+BODY SPRAY ALIANZA	UNIDAD

901032	CLUB SET COLONIA 50ML+BODY SPRAY U	UNIDAD
47102034	CLUB U ALCOHOL EN GEL 237 ML	UNIDAD
901049	CLUB U CLASSIC EDT 100ML (POLO)	UNIDAD
901087	CLUB U DE DEPORTES GIFT KIDS SHAMPO 350M	UNIDAD
901100	CLUB U DE DEPORTES JABON LIQUIDO 236 ML	UNIDAD
901094	CLUB U DE DEPORTES SHAMPO 350 ML	UNIDAD
113054	CLUB U EST. COLONIA 100ML+JABON LIQ 236M	UNIDAD
901056	CLUB U GARRA CREMA EDT 100ML (PELOTA)	UNIDAD
901070	CLUB U JABON FOR MEN 200GR CON SOGA	UNIDAD
113030	CLUB U NECESER KIDS JABON LIQ 236ML+SHAM	UNIDAD
113047	CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES COLONIA 1	UNIDAD
122070	DINOSAURIOS ACEITE PARA BEBES 354 ML	UNIDAD
122100	DINOSAURIOS COLONIA PARA BEBE 200ML	UNIDAD
122032	DINOSAURIOS HISOPOS X 500 PCS	UNIDAD
122056	DINOSAURIOS SHAMPO PARA BEBES 750 ML	UNIDAD
122025	DINOSAURIOS TALCO PARA BEBES 625 GR	UNIDAD
122094	DINOSAURIOS TOALLITAS HUMEDAS 2 X 100 PC	UNIDAD
122063	DINOSAURIOS TOALLITAS HUMEDAS 2 X 80PCS	UNIDAD
684003	EMOJI GEL SANITIZANTE 30ML	UNIDAD
684119	EMOJI JABON LIQUIDO 400 ML FRESA	UNIDAD
684102	EMOJI JABON LIQUIDO 400 ML PI-A	UNIDAD
684034	EMOJI PACK 03 JAB AVENA 90 GR + JABONER	UNIDAD
684010	EMOJI PACK 03 JAB COCO 90GR + JABONERA	UNIDAD
684027	EMOJI PACK 03 JAB MIEL 90 GR + JABONERA	UNIDAD
684126M	EMOJI TOALLITAS HUMEDAS 2 X 80 UND + MON	UNIDAD
684133	EMOJI TOALLITAS HUMEDAS X 24 UND	UNIDAD
684126	EMOJI TOALLITAS HUMEDAS X 80 UND	UNIDAD
116024	GAFAS PROTECTORAS	UNIDAD
106025	GALLINA PINTADITA COLONIA 120 ML	UNIDAD
106032	GALLINA PINTADITA JABON LIQUIDO 300 ML	UNIDAD
106056	GALLINA PINTADITA SHAMPOO 300+ JABON LIQ	UNIDAD
106049	GALLINA PINTADITA SHAMPOO 300+COLONIA 12	UNIDAD
106018	GALLINA PINTADITA SHAMPOO 300ML	UNIDAD
10001	GUISSENY ESMALTE PARA U-AS	UNIDAD
108029	LA GRANJA COLONIA 120 ML	UNIDAD
108074	LA GRANJA DE ZENON TOALLITAS HUMEDAS 100	UNIDAD
108067	LA GRANJA DE ZENON TOALLITAS HUMEDAS 25	UNIDAD
108050	LA GRANJA ESTUC. SHAMPOO+JABON LIQUIDO+C	UNIDAD
108036	LA GRANJA JABON LIQUIDO 300	UNIDAD
108012	LA GRANJA SHAMPOO 300 ML	UNIDAD
108043	LA GRANJA SHAMPOO+COLONIA+JABON BARRA+ E	UNIDAD

<b>116031</b>	MASCARILLA DESECHABLE CAJA POR 50 UNID.	UNIDAD
<b>810154</b>	MASCARILLA DESECHABLE X 50 UNID	UNIDAD
<b>133038</b>	MASHA Y EL OSO TOALLITAS HUMEDAS X 100 P	UNIDAD
<b>057936</b>	NATURAL SPLASH EST.COL 400 ML + ESPONJA	UNIDAD
<b>5057912</b>	NATURAL SPLASH GREEN TEA COL 220 + GEL H	UNIDAD
<b>5057882</b>	NATURAL SPLASH GREEN TEA COL 400 ML + TO	UNIDAD
<b>5057929</b>	NATURAL SPLASH SPRING COL 220 + GEL HIG.	UNIDAD
<b>5057899</b>	NATURAL SPLASH SPRING COL 400 ML + TOALL	UNIDAD
<b>4005006</b>	PJ MASK COLONIA 100 ML	UNIDAD
<b>4006027</b>	PJ MASK JABON LIQUIDO 3D 250 ML	UNIDAD
<b>4006034</b>	PJ MASK SET COLONIA 100ML+SHAMPOO 250 ML	UNIDAD
<b>4006041</b>	PJ MASK SET SHAMPOO 250 ML+JABON LIQ 250	UNIDAD
<b>4006010</b>	PJ MASK SHAMPOO 3D 250 ML	UNIDAD
<b>006058</b>	PJ MASKS TOALLITAS HUMEDAS X 80pcs	UNIDAD
<b>4005020</b>	POCOYO ACEITE BEBES 200 ML	UNIDAD
<b>4005013</b>	POCOYO COLONIA BEBES 200 ML	UNIDAD
<b>104021</b>	POCOYO HISOPOS 200 PCS	UNIDAD
<b>104014</b>	POCOYO HISOPOS 500 PCS	UNIDAD
<b>4005136</b>	POCOYO JABON DE GLICERINA BEBE	UNIDAD
<b>4005075</b>	POCOYO JABON EN BARRA BEBES 80GR	UNIDAD
<b>4005051</b>	POCOYO SET X 3 (TALCO-CREMA-SHAMPO)	UNIDAD
<b>4005068</b>	POCOYO SET X 4 (TALCO-ACEITE-JABON-SHAMP	UNIDAD
<b>4005044</b>	POCOYO SHAMPOO BEBES 300 ML	UNIDAD
<b>104038</b>	POCOYO SHAMPOO PARA BEBES 750ML	UNIDAD
<b>4005037</b>	POCOYO TALCO BEBES 625 GR	UNIDAD
<b>104052</b>	POCOYO TOALLITAS HUMEDAS X 100 PCS	UNIDAD
<b>104045</b>	POCOYO TOALLITAS HUMEDAS X 25 PSC	UNIDAD
<b>005129</b>	POCOYO TOALLITAS HUMEDAS X 80pcs	UNIDAD
<b>109026</b>	POPEYE BODY SPRAY 150 ML COOL	UNIDAD
<b>109033</b>	POPEYE BODY SPRAY 150 ML STRONG	UNIDAD
<b>109064</b>	POPEYE GIFT EDT 100ML+BODY SPRAY 150ML	UNIDAD
<b>109071</b>	POPEYE GIFT SHAVING+BODY SPRAY 150ML	UNIDAD
<b>109057</b>	POPEYE HAIR GEL 100 GR	UNIDAD
<b>109040</b>	POPEYE HAIR GEL 500 GR	UNIDAD
<b>109019</b>	POPEYE SHAVING FOAM 200ML	UNIDAD
<b>116017</b>	PROTECTOR FACIAL	UNIDAD
<b>107046</b>	REY LEON BODY LOTION	UNIDAD
<b>107022</b>	REY LEON COLONIA 120 ML	UNIDAD
<b>107077</b>	REY LEON EST SHAMPOO 300ML + JABON LIQUI	UNIDAD
<b>107084</b>	REY LEON GIFT SET JABON LIQUIDO + BODY L	UNIDAD
<b>107039</b>	REY LEON JABON LIQUIDO 300 ML	UNIDAD

107015	REY LEON SHAMPOO 300 ML	UNIDAD
107053	REY LEON SHAMPOO+BODYL+JABON BARRA+ESPON	UNIDAD
107060	REY LEON TOALLITAS HUMEDAS ANTIBACT X 10	UNIDAD
103048	SECRET LOVE AMAZING EDT 100ML+10ML	UNIDAD
682153-1	SECRET LOVE BODY MIST 120 ML	UNIDAD
682153	SECRET LOVE BODY MIST 120 ML DISPLAY 16	UNIDAD
103147	SECRET LOVE BODY MIST 75ML + SHIMMER CRE	UNIDAD
103130	SECRET LOVE BODY MIST 75ML+SHIMER CREAM	UNIDAD
682207	SECRET LOVE BODY MIST COLECC 3X60ML	UNIDAD
103161	SECRET LOVE COLOGNE 100 ML BEAUTY	UNIDAD
103178	SECRET LOVE COLOGNE SASSY 100 ML	UNIDAD
103031	SECRET LOVE DREAMER EDT 100ML+10ML	UNIDAD
682184	SECRET LOVE EST BODY MIST + JABON EXOTIC	UNIDAD
682191	SECRET LOVE EST BODY MIST + JABON FANTAS	UNIDAD
682177	SECRET LOVE EST BODY MIST + JABON FLOWER	UNIDAD
679026	SECRET LOVE EST COL 50 ML PASSION + BILL	UNIDAD
1678903	SECRET LOVE EST COL 50 ML PASSION + BODY	UNIDAD
679019	SECRET LOVE EST COL 50 ML PINK + BILLETE	UNIDAD
1678910	SECRET LOVE EST COL 50 ML PINK + BODY LO	UNIDAD
682160	SECRET LOVE EST. JABON DE TOC X 03 UNDS	UNIDAD
103055	SECRET LOVE GIFT SETS 4 VANILLA-TEMPATIO	UNIDAD
682214	SECRET LOVE GIFT SETS GOLDEN NIGHT COLON	UNIDAD
678903	SECRET LOVE GIFT SETS PASSION COLONIA+BO	UNIDAD
678910	SECRET LOVE GIFT SETS PINK COLONIA+BODY	UNIDAD
682238	SECRET LOVE PASSION COLONIA 100 ML	UNIDAD
682221	SECRET LOVE PINK COLONIA 100 ML	UNIDAD
103017	SECRET LOVE SEXI VANILLA BODY MIST+BODY	UNIDAD
682290	SECRET LOVE SIGNATURE BODY MIST 200ML EN	UNIDAD
682313	SECRET LOVE SIGNATURE BODY MIST 200ML PA	UNIDAD
682320	SECRET LOVE SIGNATURE BODY MIST 200ML PR	UNIDAD
682306	SECRET LOVE SIGNATURE BODY MIST 200ML SE	UNIDAD
682269	SECRET LOVE SIGNATURE ENDLESS LOVE BODY	UNIDAD
682276	SECRET LOVE SIGNATURE PARADISE BODY MIST	UNIDAD
682252	SECRET LOVE SIGNATURE PRETTY IN LOVE BOD	UNIDAD
682283	SECRET LOVE SIGNATURE SEDUCTION BODY MIS	UNIDAD
103024	SECRET LOVE TEMPTATION BODY MIST+BODY LO	UNIDAD
127044	SKY CITY BODY SPRAY 150 ML DOUBLE BLACK	UNIDAD
127020	SKY CITY BODY SPRAY 150 ML TITANIUM	UNIDAD
127037	SKY CITY BODY SPRAY 150 ML XTREME ICE	UNIDAD
127013	SKY CITY BODY SPRAY 150ML EXTRA FRESH	UNIDAD
127112	SKY CITY BODY SPRAY LADY ROSE 150 ML	UNIDAD



127129	SKY CITY BODY SPRAY LADY SWEET 150 ML	UNIDAD
127082	SKY CITY ESPUMA DE AFEITAR 200 ML MENTOL	UNIDAD
127075	SKY CITY ESPUMA DE AFEITAR 200 ML ORIGIN	UNIDAD
127150	SKY CITY EXTRA FRESH SHAMPOO 100ML+SHOWE	UNIDAD
127136	SKY CITY GEL CAPILAR STRONG 100 GR	UNIDAD
127143	SKY CITY GEL CAPILAR STRONG 500 GR	UNIDAD
127051	SKY CITY GIFT SET EDT 50ML+BODY SPRAY EX	UNIDAD
127068	SKY CITY GIFT SET EDT 50ML+BODY SPRAY XT	UNIDAD
127105	SKY CITY TALCO PARA PIES PACK 240 GR + 1	UNIDAD
127167	SKY CITY XTREME ICE SHAMPOO 100ML+SHOWER	UNIDAD
4004528	SOY LUNA ACONDICIONADOR 300 ML	UNIDAD
4004573	SOY LUNA COLONIA 100 ML	UNIDAD
4004566	SOY LUNA COLONIA 150ML	UNIDAD
4004603	SOY LUNA ESTUCHE COLONIA + SHAMPOO	UNIDAD
4004597	SOY LUNA ESTUCHE SHAMPOO + ACONDICIONADO	UNIDAD
004641	SOY LUNA GEL SANITIZANTE 30 ML	UNIDAD
4004535	SOY LUNA JABON LIQUIDO 250ML	UNIDAD
4004610	SOY LUNA NECESER SHAMPOO + JABON LÕQUIDO	UNIDAD
4004504	SOY LUNA SHAMPOO 300 ML	UNIDAD
4004511	SOY LUNA SHAMPOO CARTERITA 300ML	UNIDAD
5006521	SPIDER 2D PACK COLONIA 100 ML + SHAMPOO	UNIDAD
5006378	SPIDER EST. COLONIA 100 ML + SHAMPOO KID	UNIDAD
4003613	SPIDER EST. SHAMPOO 2D + JABON LIQUIDO	UNIDAD
9006459	SPIDER ESTUCHE COLONIA + TOALLA	UNIDAD
4003620	SPIDER SHAMPOO 2 D + GEL HIG.	UNIDAD
4003507	SPIDERMAN COLONIA 100 ML	UNIDAD
003514	SPIDERMAN COLONIA 200 ML	UNIDAD
500460	SPIDERMAN EST.SV COLONIA+JAB.LIQ	UNIDAD
4003608	SPIDERMAN EST.SV SHAMP+JAB.LIQ	UNIDAD
4003675	SPIDERMAN EST.SV SHAMPOO KISD+GEL50ML	UNIDAD
003637	SPIDERMAN GEL SANITIZANTE 30 ML	UNIDAD
4003569	SPIDERMAN JABON LÕQUIDO 250 ML ( CABECIT	UNIDAD
4003545	SPIDERMAN SHAMPOO 2D 300 ML	UNIDAD
4003538	SPIDERMAN SHAMPOO KIDS 300ML	UNIDAD
TOA002	TOALLAS AQUA DI BARI PACK PROM	UNIDAD
4100060	TOY STORY SET COLONIA+SHAMPOO NI-A	UNIDAD
100114	TOY STORY 4 EST.COLONIA+SHAMPOO 3D	UNIDAD
100107	TOY STORY 4 EST.SHAMPOO 3D+JAB.LIQ	UNIDAD
100053	TOY STORY 4 JABON LIQ WOODY 2D 250ML	UNIDAD
100022	TOY STORY 4 SHAMPOO 2D BUZZ 300ML	UNIDAD
100039	TOY STORY 4 WOODY COLONIA 100ML	UNIDAD

105042	TOY STORY COLONIA 120 ML	UNIDAD
100046	TOY STORY GIRL COLONIAS BO PEEP 100ML NI	UNIDAD
100015	TOY STORY GIRL SHAMPOO CARTERITA 300ML	UNIDAD
105059	TOY STORY JABON LIQUIDO 300 ML	UNIDAD
105028	TOY STORY JABON LIQUIDO 3D WOODY 300 ML	UNIDAD
105066	TOY STORY SHAMPOO 100ML+COLONIA 120ML+JA	UNIDAD
105073	TOY STORY SHAMPOO 100ML+JABON LIQUIDO 10	UNIDAD
105035	TOY STORY SHAMPOO 300 ML	UNIDAD
105011	TOY STORY SHAMPOO 3D BUZZ 300 ML	UNIDAD
105097	TOY STORY TOALLITAS HUMEDAS ANTIBACT X 8	UNIDAD
223759	UMBRO ACTION EDT 60 ML	UNIDAD
222981	UMBRO ACTION ESPUMA DE AFEITAR 300ML	UNIDAD
239814	UMBRO ACTION EST. EDT 60ML + DEO	UNIDAD
239760	UMBRO ACTION SHAMP. 400ML+SHOWER 150ML	UNIDAD
239807	UMBRO ACTION SHAMPOO + POLO DEP. AZUL	UNIDAD
239814	UMBRO ACTION SHAMPOO + POLO DEP. NEGRO	UNIDAD
239906	UMBRO ACTION SHAMPOO+ESPUMA AFEITAR	UNIDAD
8009940	UMBRO BODY SPRAY 150 ML ACTION	UNIDAD
8009957	UMBRO BODY SPRAY 150 ML ICE	UNIDAD
8009926	UMBRO BODY SPRAY 150 ML POWER	UNIDAD
239715	UMBRO COLONIA 60ML ACTION + BILLETERA	UNIDAD
238344	UMBRO COLONIA 75 ML + SHOWER GEL 150 ML	UNIDAD
239708	UMBRO COLONIA 75 ML ICE + BILLETERA	UNIDAD
223742	UMBRO ICE EDT 60 ML	UNIDAD
239821	UMBRO ICE EST. EDT 60ML + DEO	UNIDAD
239753	UMBRO ICE SHAMP 400ML+ SHOWER150 ML	UNIDAD
223978	UMBRO ICE SHAMPOO + POLO DEP. BLANCO	UNIDAD
239784	UMBRO ICE SHAMPOO + POLO DEP. GRIS	UNIDAD
UMB10001	UMBRO PACK SHAMPOO + DEO SPRAY ACTION	UNIDAD
UMB10002	UMBRO PACK SHAMPOO + DEO SPRAY ICE	UNIDAD
223930	UMBRO POLO PER✓	UNIDAD
009926	UMBRO POWER BODY DEO SPRAY 150ML	UNIDAD
239890	UMBRO POWER COLONIA 60ML+BILLETERA	UNIDAD
223735	UMBRO POWER EDT 60ML	UNIDAD
239883	UMBRO POWER EDT 60ML+DEO BODY SPRAY 150M	UNIDAD
22392	UMBRO SHAMPOO 3 IN 1 ICE	UNIDAD
239739	UMBRO SHAMPOO + DEO ACTION NECESER	UNIDAD
239746	UMBRO SHAMPOO + DEO ICE NECESER	UNIDAD
22393	UMBRO SHAMPOO 3 IN 1 ACTION	UNIDAD
239746	UMBRO SHOWER GEL + DEO ACTION	UNIDAD
239746	UMBRO SHOWER GEL + DEO ICE	UNIDAD

6000016	VINTAGE BATH SET CHERRY BLOSSOM BODY WAS	UNIDAD
6000023	VINTAGE BATH SET LEMONGRASS BODY WASH&B	UNIDAD
101013	VINTAGE BATH SET VANILLA BODY WASH&BODY	UNIDAD
101037	VINTAGE BODY LOTION 100ML + BODY WASH 12	UNIDAD
101020	VINTAGE BODY MIST 100ML + BODY WASH 125M	UNIDAD
6000030	VINTAGE CHERRY BLOSSON BATH HUB WASH/BOD	UNIDAD
6000054	VINTAGE CHERRY BLOSSON GILF SET B SPRAY/	UNIDAD
6000047	VINTAGE LEMONGRAS BATH HUB BODY W/BODY L	UNIDAD
6000061	VINTAGE LEMONGRASS GIFT SET B SPRAY/B LO	UNIDAD
130013	WINNIE THE POOH COLONIA 120ML	UNIDAD
130051	WINNIE THE POOH GIFT SHAMPOO+JABON BARRA	UNIDAD
130037	WINNIE THE POOH JABON LIQUIDO X 300ML	UNIDAD
130020	WINNIE THE POOH SHAMPOO X 300ML	UNIDAD

### REP CAS

1710066	ABRIBRONC 35MG/5ML X 120 ML	UNIDAD
1710006	ABUBRON-AB CAJA X 100 CAP	UNIDAD
1710008	ABUBRON-AB X 60 ML SUSP.	UNIDAD
1710168	ABUBRON-BR CAJA X 100 CAP	UNIDAD
1710172	ABUBRON-BR X 60 ML SUSP.	UNIDAD
1710126	BYE GRIP DIA X 60 SOBRES	UNIDAD
1710127	BYE GRIP NOCHE X 60 SOBRES	UNIDAD
1710128	BYE GRIP X 100 TAB REC	UNIDAD
1710090	CLAVUMASS 250MG+62.5MG/5ML FCO.60ML SUSP	UNIDAD
1710091	CLAVUMASS 500MG/125MG CAJA X 10 TAB REC	UNIDAD
1710096	CLAVUMASS 750MG X 60 ML	UNIDAD
1710007	CLODERM COMP. CREMA X 20GR	UNIDAD
1710129	DEXAMECOR 4 MG CAJA X 100 TAB	UNIDAD
1710061	DOLOSIN GEL 1% X 50GR	UNIDAD
1710152	FARMOXYL 500MG CAJA X 100 TAB REC	UNIDAD
1710153	FARMOXYL 500MG/5ML FRASCO X 60ML	UNIDAD
1710144	FARMOXYL 750MG/5MG FRASCO X 60 ML	UNIDAD
1710148	FARMOXYL CL 500MG/125MG CAJA X 10 TAB RE	UNIDAD
1710154	FARMOXYL-CL 250 MG+62.5MG/5ML SUSP. 60ML	UNIDAD
1710143	FARMOXYL-CL 875MG/125MG CAJA X 10 TAB RE	UNIDAD
1710009	MIGRADRIN-F CAJA X 100 TAB	UNIDAD
1710062	MIODISTEN RELAX CAJA X 100 TAB	UNIDAD
1710001	MULTIGESICO 400 MG CAJA X 60 CAP	UNIDAD
1710164	PLIMADOL COMP. CAJA X 100 TAB REC	UNIDAD
1710174	PROPOLEOS X 220ML	UNIDAD
1710060	QUINOCIP 500MG CAJA X 100 TAB REC	UNIDAD

### BABARIA

31541	BABARIA ACODICIONADOR EXT.DE VINAGRE 400	UNIDAD
31543	BABARIA ACONDICIONADOR DE AJO 400ML	UNIDAD
31163	BABARIA ACONDICIONADOR INSTANTANEO 2 PHA	UNIDAD
31175	BABARIA ACONDICIONADOR INTENSIVO ALOE VE	UNIDAD
31320	BABARIA AFTER SHAVE GEL 3 EFFECTS ALOE 1	UNIDAD
31009	BABARIA AGUA MICELAR BIFASICA WATER 400	UNIDAD
31644	BABARIA AGUA MICELAR DEMAQ. EN GEL 400 M	UNIDAD
31645	BABARIA AGUA MICELAR DEMAQUILLANTE BIFAS	UNIDAD
31665	BABARIA AGUA MICELAR SUAVE X 400 ML	UNIDAD
31748	BABARIA AMP ACIDO HYALURONIC 5 UNID X 2M	UNIDAD
32016	BABARIA AMP ACIDOGLYCOLIC ANTIEDAD LIPOS	UNIDAD
31757	BABARIA AMP ANTIEDAD PROCOLLAGEN RETINOL	UNIDAD
31758	BABARIA AMP ANTIMANCHAS PERFECT SKIN 5	UNIDAD
31388	BABARIA AMP TOTAL RESET REPARA Y RESTAUR	UNIDAD
32020	BABARIA AMP VEGAN COLLAGEN ANTIEDAD REAF	UNIDAD
31747	BABARIA AMP VITAMIN C ANTIOX 5 UNID X 2	UNIDAD
31666	BABARIA ANTIMANCHAS CONTORNO DE OJOS 30M	UNIDAD
31640	BABARIA ANTIMANCHAS CREMA INTENSIVA 50M	UNIDAD
31641	BABARIA ANTIMANCHAS FLUIDO HIDRATANTE 5	UNIDAD
31642	BABARIA ANTIMANCHAS SERUM INTELIGENTE 3	UNIDAD
31386	BABARIA BALSAMO ACODICIONADOR HIDRAT EXP	UNIDAD
31284	BABARIA BANDAS DE CERA DEPILAT CORP.ALOE	UNIDAD
31635	BABARIA BANDAS DE CERA DEPILAT.CORP.ROSA	UNIDAD
31712	BABARIA BIO CREMA FACIAL HIDRATANTE DIA	UNIDAD
31713	BABARIA BIO CREMA FACIAL HIDRATANTE NOCH	UNIDAD
31714	BABARIA BIO REVITALIZA DIA Y NOCHE CONTO	UNIDAD
31524	BABARIA BODY MILK ACEITE DE OLIVA 400 ML	UNIDAD
31121	BABARIA BODY MILK ALMENDRAS DULCES 400ML	UNIDAD
31131	BABARIA BODY MILK ALOE CON VITAMINA E 40	UNIDAD
31247	BABARIA BODY MILK ALOE CON VITAMINA E 50	UNIDAD
31115	BABARIA BODY MILK ALOE REAFIRMANTE X 400	UNIDAD
31089	BABARIA BODY MILK AVENA 500 ML	UNIDAD
31099	BABARIA BODY MILK LECHE CORPORAL AVENA X	UNIDAD
31179	BABARIA BODY MILK PIELES MUY SECAS ACEIT	UNIDAD
31177	BABARIA BODY MILK REAFIRMANTE 500 ML	UNIDAD
31630	BABARIA BODY MILK ROSA MOSQUETA ANTI-ES	UNIDAD
31050	BABARIA BODY VIT B3+LECHE CORPORAL 500ML	UNIDAD
31051	BABARIA BODY VIT C+ LECHE CORPORAL 500ML	UNIDAD
31735	BABARIA BODY VIT E+ CREMA CORPORAL 400ML	UNIDAD
31174	BABARIA CHAMPU ALOE ANTICASPA 400ML	UNIDAD
31203	BABARIA CHAMPU ALOE VERA T ARGAN NUTRITI	UNIDAD

31538	BABARIA CHAMPU COCO/BIOTINA NUTRITIVO 40	UNIDAD
31376	BABARIA CHAMPU CONTROL ONLY CURLS 500ML	UNIDAD
31542	BABARIA CHAMPU DE AJO 600+100	UNIDAD
31537	BABARIA CHAMPU DE CEBOLLA 600+100	UNIDAD
31360	BABARIA CHAMPU DE COCO Y BIOTINA 700 ML	UNIDAD
31540	BABARIA CHAMPU DE EXTRACTO DE VINAGRE 60	UNIDAD
31377	BABARIA CHAMPU ENERGIZANTE S.O.S. CAIDA	UNIDAD
31372	BABARIA CHAMPU ESENCIAL HIDRATA Y NUTRE	UNIDAD
31004	BABARIA CHAMPU NI-OS EXT.MANZANILLA	UNIDAD
31370	BABARIA CHAMPU PROTECTOR COLOR CAPTURE 5	UNIDAD
31375	BABARIA CHAMPU PURIFICANTE S.O.S. CASPA	UNIDAD
31389	BABARIA CHAMPU RESET REPARA Y REESTRUCT	UNIDAD
31057	BABARIA CONTROL GEL FLEXIBLE ACABADO CER	UNIDAD
31547	BABARIA CREMA CORPORAL COCO PIELES MUY S	UNIDAD
31285	BABARIA CREMA DEPILATORIA ALOE 200ML	UNIDAD
31634	BABARIA CREMA DEPILATORIA ROSA MOSQUETA	UNIDAD
32017	BABARIA CREMA FACIAL ACIDO GLICOLICO LIP	UNIDAD
31739	BABARIA CREMA FACIAL ACIDO HYALURONIC X	UNIDAD
31204	BABARIA CREMA FACIAL ANTIARRUGAS ALOE V	UNIDAD
31521	BABARIA CREMA FACIAL ANTIARRUGAS NOCHE A	UNIDAD
31732	BABARIA CREMA FACIAL ANTIARRUGAS RETINOL	UNIDAD
31731	BABARIA CREMA FACIAL ANTIARRUGAS VENENO	UNIDAD
32021	BABARIA CREMA FACIAL COLAGENO VEGANO 50	UNIDAD
31901	BABARIA CREMA FACIAL DE DIA BB CREAM COL	UNIDAD
31201	BABARIA CREMA FACIAL HIDRATANTE 24H ALOE	UNIDAD
31738	BABARIA CREMA FACIAL VIT C X 50 ML	UNIDAD
31523	BABARIA CREMA MANOS ACEITE DE OLIVA 75ML	UNIDAD
31468	BABARIA CREMA MANOS REPAIR 360f 30 ML	UNIDAD
31456	BABARIA CREMA MANOS UREA 50 ML	UNIDAD
31186	BABARIA CREMA PIES ANTI-DUREZAS 50 ML	UNIDAD
31151	BABARIA CREMA PIES HIDRATANTE 150 ML	UNIDAD
31143	BABARIA CREMA PIES SECOS Y AGRIETADOS 15	UNIDAD
31945	BABARIA CREMA SOLAR FACIAL ADN SPF 30 10	UNIDAD
31903	BABARIA CREMA SOLAR FACIAL SPF 50+ALOE	UNIDAD
31066	BABARIA CURL FLEX CREMA DEFINIDORA ONDAS	UNIDAD
31071	BABARIA CURLY MOUSSE POTENCIADOR RIZOS I	UNIDAD
31068	BABARIA DEFENSE PROTECTOR TERMICO 250 ML	UNIDAD
31036	BABARIA DEO ANT. BERGAMOTA Y LIMA 70 ML	UNIDAD
31037	BABARIA DEO ANT. COCO Y VAINILLA 70ML	UNIDAD
31038	BABARIA DEO ANT. LAVANDA Y SALVIA 70 ML	UNIDAD
31345	BABARIA DEO BODY SPRAY BLACK GOLD 150+50	UNIDAD

31344	BABARIA DEO BODY SPRAY CHOCOLATE 150+50	UNIDAD
31346	BABARIA DEO BODY SPRAY PREMIUM 150+50 ML	UNIDAD
31343	BABARIA DEO BODY SPRAY SPLASH 150+50 ML	UNIDAD
31182	BABARIA DEO PIES SPRAY ALOE VERA 150 ML	UNIDAD
32004	BABARIA DEO ROLL ON ALOE 50 ML	UNIDAD
32005	BABARIA DEO ROLL ON AVENA 50 ML	UNIDAD
32006	BABARIA DEO ROLL ON CERO 50 ML	UNIDAD
32003	BABARIA DEO ROLL ON COTTON 50 ML	UNIDAD
32009	BABARIA DEO ROLL ON DOBLE EFECTO 50 ML	UNIDAD
32008	BABARIA DEO ROLL ON INVISIBLE 50 ML	UNIDAD
31324	BABARIA DEO ROLL ON MEN 50 ML	UNIDAD
32007	BABARIA DEO ROLL ON SKIN PROTECT X 50 ML	UNIDAD
31522	BABARIA DEO ROLL-ON ACEITE DE OLIVA	UNIDAD
31226	BABARIA DEO ROLL-ON ALOE ORIGINAL 75ML	UNIDAD
31039	BABARIA DEO ROLL-ON AVENA 75ML	UNIDAD
31227	BABARIA DEO ROLL-ON DERMO SENSICLE 75ML	UNIDAD
31653	BABARIA DEO ROLL-ON SENSITIVE	UNIDAD
31224	BABARIA DEO SPRAY ALOE DERMO SENSIBLE 20	UNIDAD
31225	BABARIA DEO SPRAY ALOE FRES SENSITIVE 20	UNIDAD
31223	BABARIA DEO SPRAY ALOE ORIGINAL 200ML	UNIDAD
32010	BABARIA DEO SPRAY CERO PROBIOTICO X 200	UNIDAD
32012	BABARIA DEO SPRAY DOBLE EFECTO VIT E X 2	UNIDAD
32013	BABARIA DEO SPRAY INVISIBLE VIT B3 X 200	UNIDAD
32014	BABARIA DEO SPRAY SKIN PROTECT ANTITRANS	UNIDAD
31059	BABARIA DISCIPLINE CERA MOLDEADORA MATE	UNIDAD
31192	BABARIA EAU DE COLONIA LAVANDA 600 ML	UNIDAD
31191	BABARIA EAU DE COLONIA ROYALE 600ML	UNIDAD
31069	BABARIA ECOFIX 0% GAS LACA DE FIJACION F	UNIDAD
31231	BABARIA ESPUMA DE AFEITAR ALOE 100ML	UNIDAD
31232	BABARIA ESPUMA DE AFEITAR ALOE VERA 300M	UNIDAD
31156	BABARIA ESPUMA EXTRA FUERTE KERATINA 250	UNIDAD
31602	BABARIA EXF.FACIAL ROSA MOSQUETA 150ML	UNIDAD
31063	BABARIA EXTREME GEL FIJACION EXT.FUERTE	UNIDAD
31800	BABARIA FOTOP. CREMA FACIAL SPF50 BB ROS	UNIDAD
31962	BABARIA FOTOP. CREMA SOLAR SPORT SPF50 7	UNIDAD
31927	BABARIA FOTOP. INFANTIL BRUMA PROTECTORA	UNIDAD
31923	BABARIA FOTOP. SOLAR SPF50+ PIELES SENSI	UNIDAD
31924	BABARIA FOTOP. SPRAY SPF50 PIELES SENSIB	UNIDAD
31949	BABARIA FOTOP. TROPICAL BRUMA PIEL SENSI	UNIDAD
31905	BABARIA FOTOP. TROPICAL SUN SOLAR SPF50	UNIDAD
31233	BABARIA GEL DE AFEITAR ALOE VERA 200ML	UNIDAD

31415	BABARIA GEL DE BA-O ACEITE ALMENDRAS 600	UNIDAD
31525	BABARIA GEL DE BA-O ACEITE DE OLIVA 600M	UNIDAD
31508	BABARIA GEL DE BA-O ALMENDRAS DULCES 100	UNIDAD
31237	BABARIA GEL DE BA-O ALOE HID. 600ML	UNIDAD
31011	BABARIA GEL DE BA-O AVENA 600ML	UNIDAD
31010	BABARIA GEL DE BA-O CLASSIC TONIFICANTE	UNIDAD
31550	BABARIA GEL DE BA-O FRANBUESA & MENTA DU	UNIDAD
31553	BABARIA GEL DE BA-O HAMAMELIS Y FLORES D	UNIDAD
31551	BABARIA GEL DE BA-O LECHE COCO & VAINILL	UNIDAD
31637	BABARIA GEL DE BA-O NUTRIT. ROSA MOSQUETA	UNIDAD
31552	BABARIA GEL DE BA-O POMELO/ACEITE MORING	UNIDAD
32002	BABARIA GEL EXTREME CONTROL X 150 ML	UNIDAD
31212	BABARIA GEL FACIAL EXF. ALOE 150ML	UNIDAD
31240	BABARIA GEL FACIAL EXFOLIANTE 100 ML	UNIDAD
31152	BABARIA GEL FRIO PIES Y PIERNAS CANSADAS	UNIDAD
31094	BABARIA GEL LIMPIADOR MATIFICANTE 150 ML	UNIDAD
31230	BABARIA JABON DE MANOS ALOE 500 ML	UNIDAD
31184	BABARIA JABON DE MANOS COCO 500ML	UNIDAD
31622	BABARIA JABON DE MANOS ROSA MOSQUETA 500	UNIDAD
31234	BABARIA JABON INTIMO ALOE 300 ML	UNIDAD
31647	BABARIA JABON INTIMO INHIBIDOR DEL VELLO	UNIDAD
31626	BABARIA JABON INTIMO ROSA MOSQUETA 300 M	UNIDAD
31185	BABARIA KERATINA LIQUIDA 300ML	UNIDAD
31162	BABARIA KERATINA ULTRA HUMEDO GEL FIJADO	UNIDAD
31161	BABARIA KERATINA Y GINSENG EXTRA FUERTE	UNIDAD
31157	BABARIA KERATINA Y GINSENG RIZOS ESPUMA	UNIDAD
31155	BABARIA LACA KERATINA EXTRAFUERTE 300ML	UNIDAD
31072	BABARIA LACA SPRAY 100ML	UNIDAD
31073	BABARIA LACA SPRAY 400ML	UNIDAD
31631	BABARIA LECHE LIMP ROSA MOSQUETA 300ML	UNIDAD
31243	BABARIA LECHE LIMPIADORA ALOE	UNIDAD
31829	BABARIA LECHE SOLAR PIELES SENSIBLES SPF	UNIDAD
31361	BABARIA MASCARILLA ACEITE DE COCO X 400	UNIDAD
31189	BABARIA MASCARILLA CAPILAR ACEITE DE COC	UNIDAD
31539	BABARIA MASCARILLA CAPILAR CEBOLLA 400 M	UNIDAD
31199	BABARIA MASCARILLA FACIAL MICROBIOTA 20	UNIDAD
31560	BABARIA MASCARILLA FACIAL NEGRA	UNIDAD
31366	BABARIA MASCARILLA INTENSIVA COLOR PURPL	UNIDAD
31365	BABARIA MASCARILLA INTENSIVA NUTRITIVE&R	UNIDAD
31367	BABARIA MASCARILLA INTENSIVA ONLY CURS 4	UNIDAD
31074	BABARIA MOUSSE CREMOSO LIMPIADOR 150 ML	UNIDAD

20640	BABARIA NECESER CREMA INT.ANTIMANCHAS+SE	UNIDAD
98348	BABARIA PACK AGUA MICELAR DEM GEL+EXF.FA	UNIDAD
98348	BABARIA PACK AGUA MICELAR DEMAQ. GEL+EXF	UNIDAD
20212	BABARIA PACK ALOE LIMP(LECH LIM+TON FAC+	UNIDAD
20011	BABARIA PACK AVENA (GEL BA-O AVENA600ML+	UNIDAD
20524	BABARIA PACK BODY MILK ACEITE DE OLIVA 4	UNIDAD
98814	BABARIA PACK CHAMPU BABY 500+100ML	UNIDAD
97002	BABARIA PACK COLLAGEN SERUM 30ML+CREMA 5	UNIDAD
98816	BABARIA PACK COLONIA BABY 500+100ML	UNIDAD
20145	BABARIA PACK EAU COLOGNE LAVANDA+BODY MI	UNIDAD
20144	BABARIA PACK EAU COLOGNE ROYALE+BODY MIL	UNIDAD
97003	BABARIA PACK GLYCOLIC SERUM 30ML+CREMA 5	UNIDAD
98815	BABARIA PACK JABON LIQUIDO BABY 500+100M	UNIDAD
98621	BABARIA PACK MASC MICROBIOTA + MOUSSE CR	UNIDAD
97006	BABARIA PACK RITUAL HYALURONIC (SERUM 30	UNIDAD
98737	BABARIA PACK RITUAL HYALURONIC SERUM+CRE	UNIDAD
98615	BABARIA PACK RITUAL LIMPIEZA FAC ALOE (G	UNIDAD
97008	BABARIA PACK RITUAL RETINO (SERUM 30ML+C	UNIDAD
98338	BABARIA PACK RITUAL RETINOL SERUM+CREMA+	UNIDAD
98344	BABARIA PACK RITUAL SERUM HYALURONIC+VIT	UNIDAD
97007	BABARIA PACK RITUAL VITAMINA C (SERUM 30	UNIDAD
98698	BABARIA PACK RITUAL VITAMINA C SERUM+CRE	UNIDAD
31804	BABARIA POST SOLAR BALSAMO EFECTO HIELO	UNIDAD
31972	BABARIA POST SOLAR SPRAY REPARADOR EFECT	UNIDAD
31966	BABARIA POST SOLAR TROPICAL GEL 200ML	UNIDAD
32001	BABARIA REBEL GEL EFECTO HUMEDO 150 ML	UNIDAD
31079	BABARIA REBEL GEL EFECTO HUMEDO 200 ML	UNIDAD
320004	BABARIA ROLL ON ALOE 50 ML	UNIDAD
32015	BABARIA SERUM ACIDO GLICOLICO LIPOSOMAS	UNIDAD
31741	BABARIA SERUM ACIDO HYALURONIC 30ML	UNIDAD
32019	BABARIA SERUM COLAGENO VEGANO X 30 ML	UNIDAD
31743	BABARIA SERUM RETINOL X 30ML	UNIDAD
31742	BABARIA SERUM VITAMINA C X 30ML	UNIDAD
31808	BABARIA SOLAR CREMA CARA Y ESCOTE SPF50+	UNIDAD
31934	BABARIA SPRAY SOLAR INFANTIL SPF 50 ALOE	UNIDAD
31662	BABARIA TOALLITAS DEMAQ. AGUA MICELAR X	UNIDAD
31611	BABARIA TOALLITAS DEMAQ. ROSA MOSQ + VIT	UNIDAD
31105	BABARIA TOALLITAS DEMAQ.ALOE X 25 UNID	UNIDAD
31242	BABARIA TONICO FACIAL ALOE	UNIDAD
31181	BABARIA TONICO FACIAL CALMANTE 200 ML	UNIDAD
31052	BABARIA VIT E+ BODY MILK X 500 ML	UNIDAD



---

31070      BABARIA VOL.MOUSSE MOLDEADOR VOL DE VERT      UNIDAD

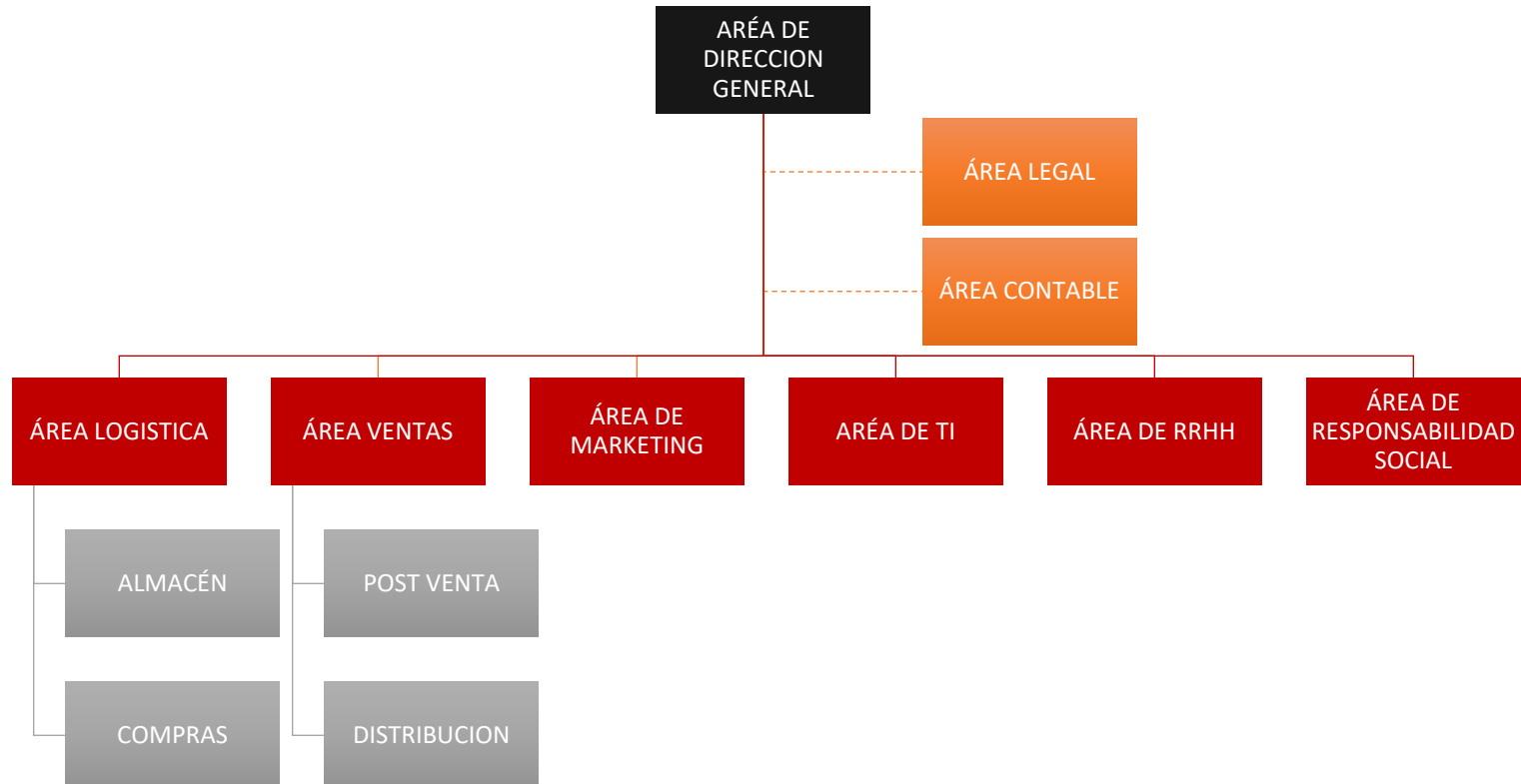
---

*Fuente: Base de datos CONFIA*

### 2.5.2.3. Estructura Organizacional

A continuación, se muestra el organigrama de la compañía, donde se identifican y clasifican las áreas que la componen.

*Figura 5-Estructura organizacional*



*Fuente: Elaboración propia*

#### **2.5.2.4. Objetivos de la Empresa**

##### **Objetivo General**

Para el 2025 “CONFIA” debe ser la empresa líder en el sector a nivel norte oriente del Perú, aumentando su rentabilidad en un 50%.

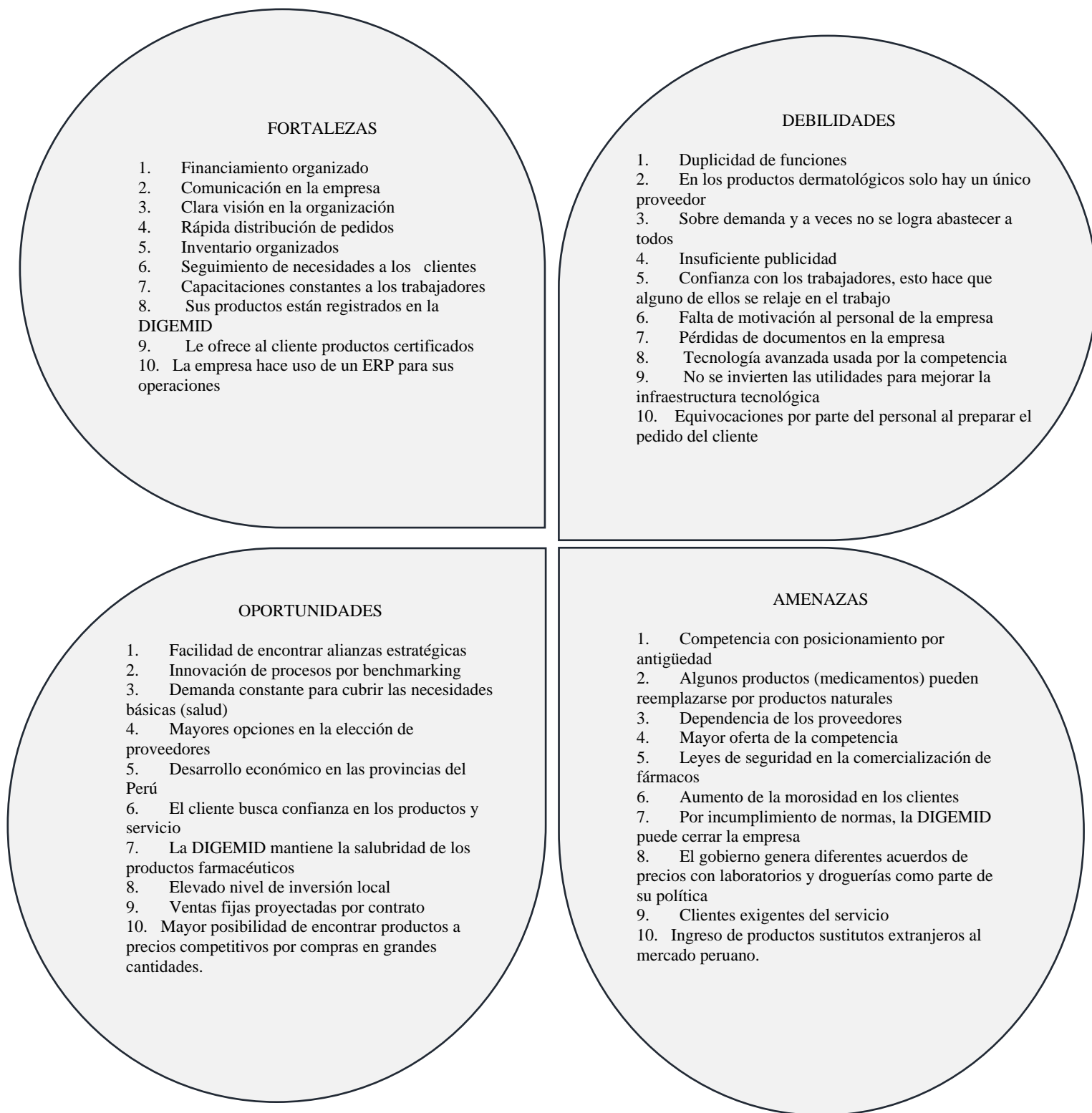
##### **Objetivos Específicos**

- Para el 2025 “CONFIA” debe aumentar su rotación de inventario en un 30% para que no haya productos obsoletos y evitar pérdidas.
- Para el 2025 “CONFIA” debe aumentar sus ventas en un 25%, aumentando igualmente en su margen en un 10%.
- Para el 2025 “CONFIA” debe aumentar mínimo 5 nuevas líneas de productos de alta gama dermatológica anualmente.
- Para el 2025 “CONFIA” debe aumentar en un 20% sus ventas tanto por la página web, como por las ventas de las redes sociales.
- Para el 2025 “CONFIA” debe crear mínimo 5 alianzas estratégicas anuales para obtener mayor ventaja sobre la competencia.

#### **2.5.2.5. FODA**

A continuación, se analizaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa “CONFIA” para planificar correctamente su crecimiento e implementar de la mejor manera la metodología mencionada.

Figura 6-FODA

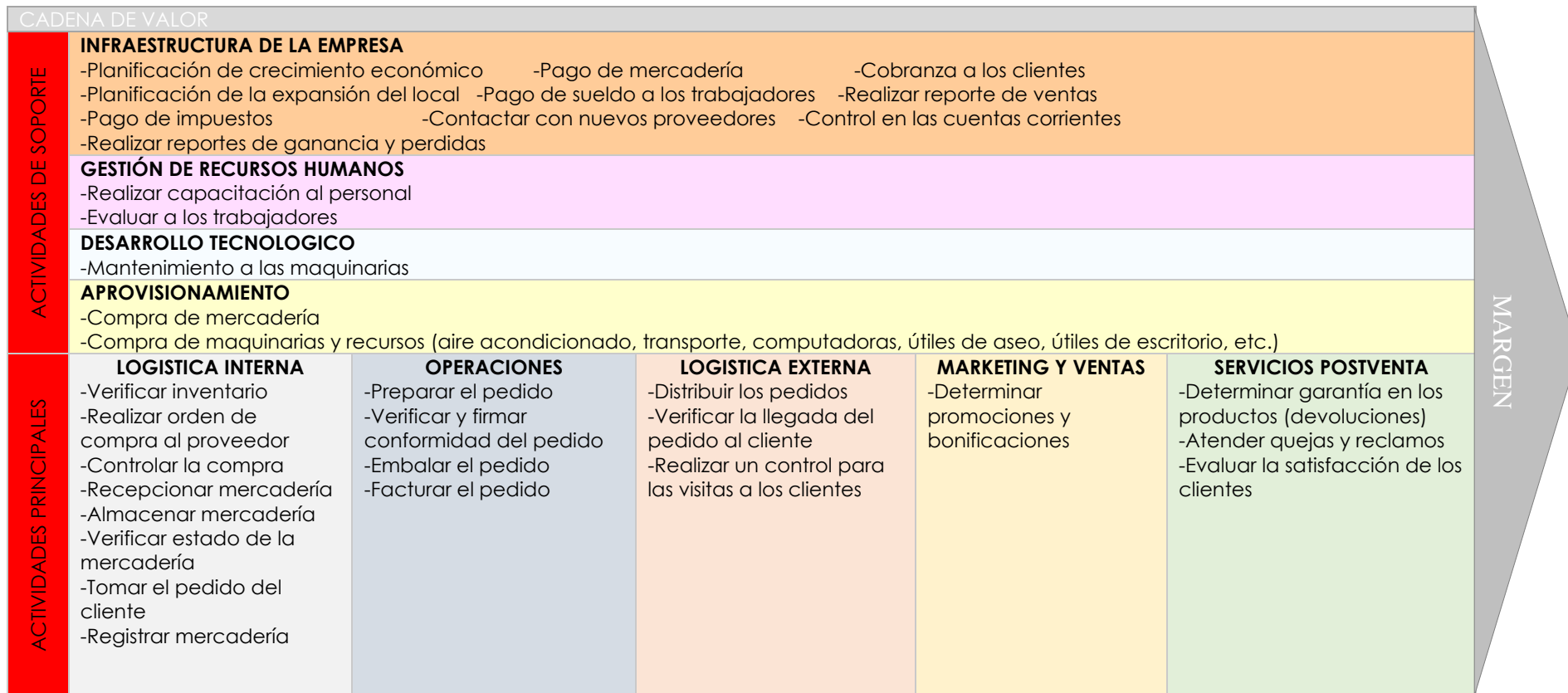


Fuente: Elaboración propia

### 2.5.2.6. Cadena de Valor

Se realizó la cadena de valor para analizar estratégicamente el desarrollo de actividades para ayudar a determinar la ventaja competitiva de la empresa “CONFIA”.

Figura 7-Cadena de Valor

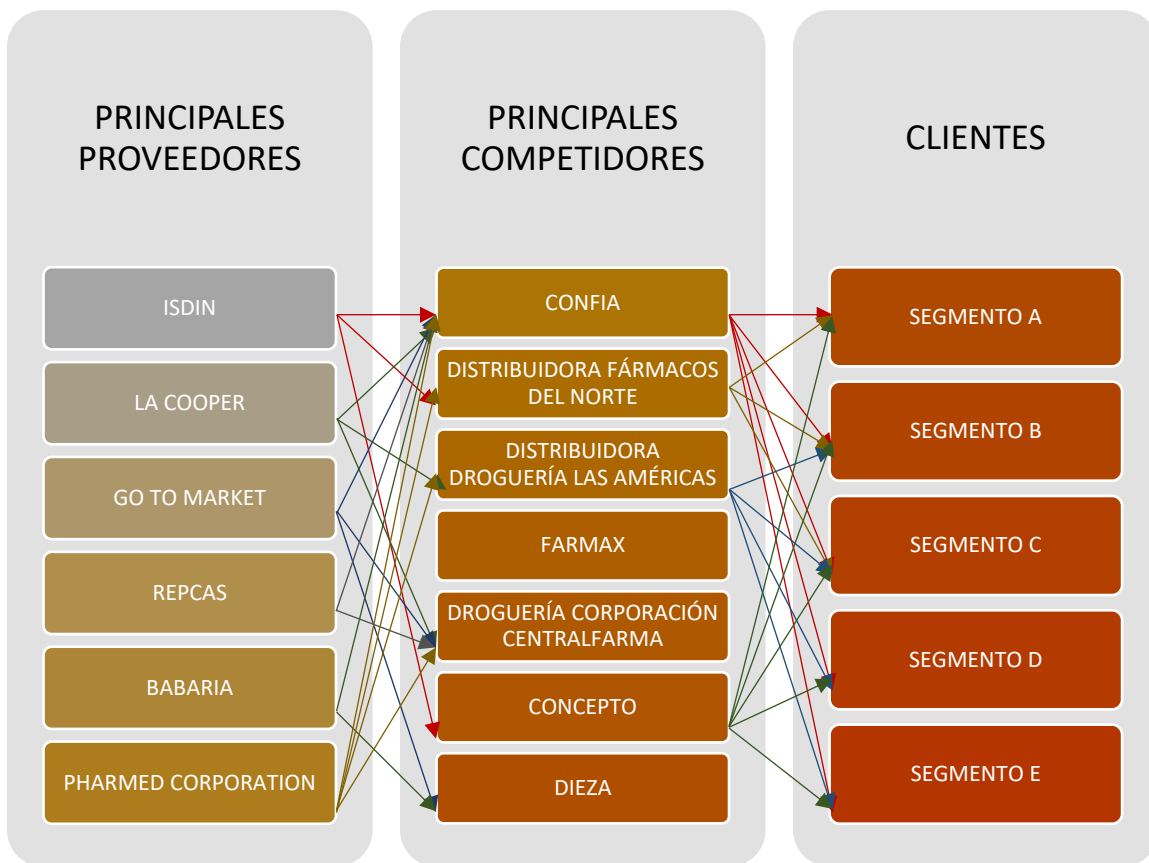


Fuente: Elaboración propia

### 2.5.2.7. Pictográfico de Valor Externo

Se realizó este pictográfico para conocer los principales proveedores de la empresa “CONFIA”, a quienes de sus principales competidores atienden estos, y a qué clientes les venden; a continuación, se esquematiza el pictográfico de valor externo de la compañía.

Figura 8-Pictográfico de valor externo



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3-Segmentación económica

<b>SEGMENTACIÓN: ECONÓMICA</b>		
<b>CATEGORIAS</b>	<b>CAPACIDAD DE COMPRA</b>	<b>N° DE CLIENTES</b>
<b>A</b>	>100000	30
<b>B</b>	50000-100000	50
<b>C</b>	10000-50000	80
<b>D</b>	1000-10000	255
<b>E</b>	<1000	>143

*Fuente: Elaboración propia*

## 2.5.2. Planteamiento Estratégico

### 2.5.2.1. Misión

“Confía” Es una empresa familiar trujillana que se encarga de la distribución y comercialización de productos farmacéuticos, naturales y cosméticos con fines dermatológicos; que basándose en valores como el trabajo en equipo y la capacitación permanente, ha generado bases calidad y puntualidad para la distribución comercial de fármacos de uso humano.

Tras su experiencia, nuestra organización viene generando procesos sostenidos por la compra de productos con base científica de garantía nacional e internacional, para cumplir con los pedidos, trabajo ético y compromiso adquirido hacia sus clientes.

### 2.5.2.2. Visión

Transcender como una empresa sostenible en la distribución y comercialización de productos farmacéuticos, naturales y cosméticos con fines dermatológicos, con certificación de calidad, dedicados a la satisfacción de nuestros clientes. Del mismo modo, preocuparnos por alcanzar y cubrir las necesidades de los clientes potenciales, con un plan social de ayuda a las personas con quemaduras;

cumpliendo con las políticas medio ambientales, logrando así, ser reconocidos en el mercado nacional para el año 2025.

### 2.5.2.3. Valores Corporativos

- **Respeto:** Todos los trabajadores deben guardar respeto entre cada uno de ellos, como con los grupos de interés externos, ya sean proveedores o clientes; el respeto es muy importante para tener un clima organizacional adecuado.
- **Honestidad:** En un entorno social donde cada vez es menos frecuente, es vital ser transparente tanto con el equipo, con nuestros clientes y proveedores. Transparencia y honestidad implican confianza y las relaciones humanas, incluidas las comerciales, se forjan con confianza.
- **Puntualidad:** Cabe recalcar que no solo es importante la puntualidad a la hora de llegar al trabajo, sino va un poco más allá de eso. Ser puntual con los clientes, con sus órdenes de compra, en reuniones, devoluciones e incluso con nuestro propio equipo al pagar las nóminas y gratificaciones.
- **Responsabilidad:** Tanto en el ambiente laboral como con el medio ambiente; si somos responsables en nuestro trabajo recibiendo un buen trato y respetando, igualmente se debe hacer con el medio que nos rodea haciendo ver que no solo es por interés económico.
- **Tolerancia:** En un ambiente laboral es importante saber escuchar, comprender y ponerse en el lugar de la otra persona; más aún cuando

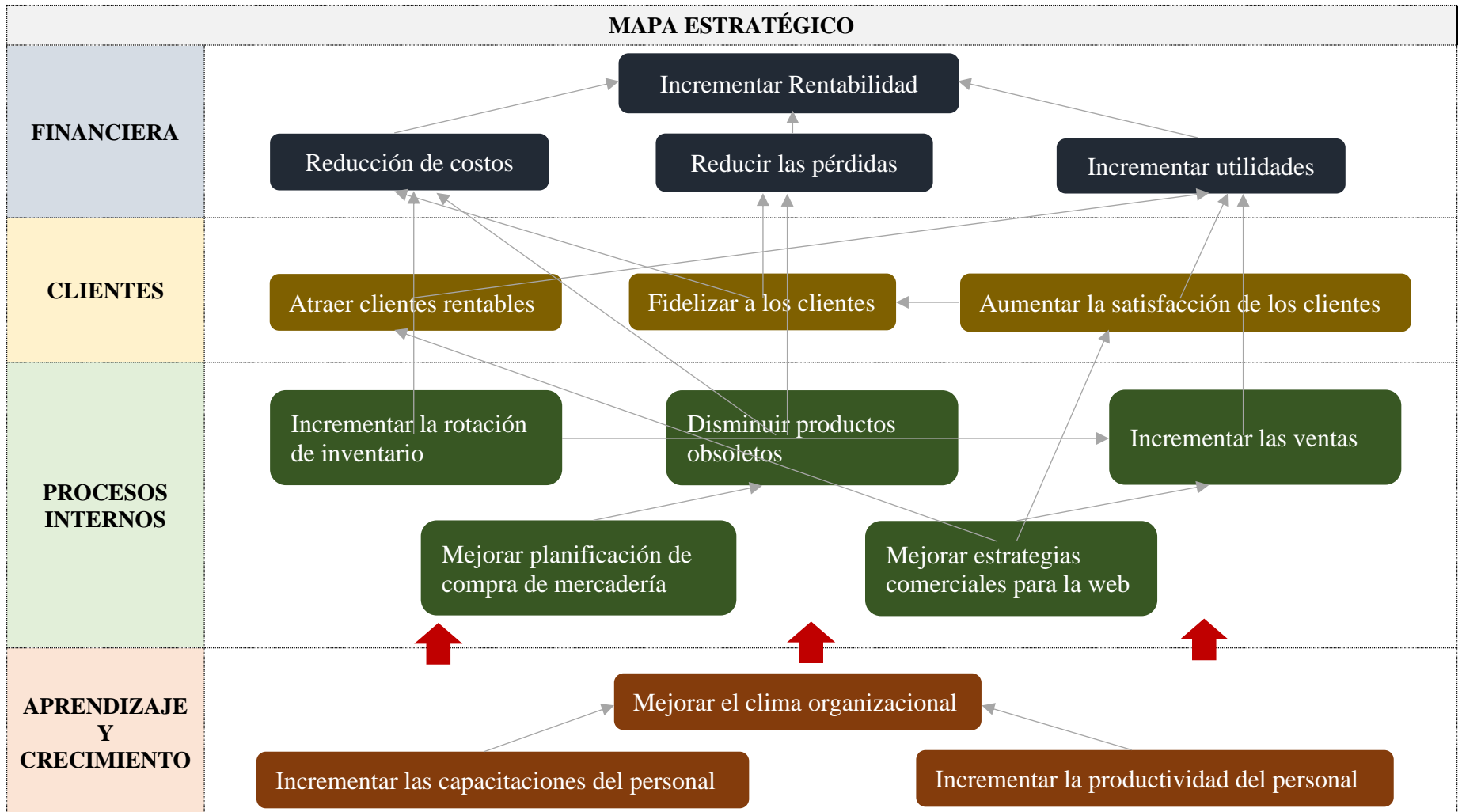


tratas con personas que no conoces o que no tienen la misma mentalidad que uno. Vital saber tolerarse entre todos los grupos de interés.

- **Lealtad:** Al ser leales con nuestro equipo de trabajo reflejaremos eso a nuestros clientes y al serlo con ellos, nuestros clientes y proveedores lo serán con nosotros.
- **Integración:** Como una empresa familiar, sentimos que es la integración con nuestros compañeros de trabajo es uno de los valores que nos identifican, ya que cada miembro de “CONFIA” es una parte más de la familia.

### 2.5.2.4. Mapa Estratégico

Figura 9-Mapa estratégico



Fuente: Elaboración propia

### 2.5.2.5. Objetivos Estratégicos

Tabla 4-Objetivos estratégicos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
PERSPECTIVA	TÍTULO	DESCRIPCIÓN
FINANCIERA	Incrementar Rentabilidad	Aumentar la rentabilidad en un 25% y no solo a nivel económico sino a nivel social. Convertirse en una empresa ecofriendly comprometida con el medio ambiente y con el bienestar de sus empleados, estas serán ventajas que colocarán a la empresa en una posición privilegiada frente al resto de la competencia.
	Reducir costos	Proponer estrategias de gestión de pagos, cobros, automatizar los procesos, formación del personal para evitar costos extras.
	Reducir las pérdidas	Analizar los ingresos y gastos, para realizar un efectivo manejo del dinero, previniendo pérdidas en la empresa.
	Incrementar utilidades	Incrementar el volumen de ventas, aumentando el margen de ganancia hasta un 18% y disminuyendo costos de la empresa.
CLIENTES	Atraer clientes rentables	Analizar los clientes potenciales y desarrollar estrategias para atraer al cliente rentable, brindándole confianza.
	Fidelizar clientes	Ofrecer valor en los productos y servicios al cliente; brindándoles descuentos especiales a los clientes fieles o que estos sean los primeros en enterarse de las novedades de productos.
	Aumentar la satisfacción de los clientes	Brindar incentivos a los clientes por montos metas, ofertas; pero sin dejar de ofrecer productos de calidad; brindando igualmente un servicio postventa y disminuyendo tiempos de demora en devoluciones y cambios.

<b>PROCESOS INTERNOS</b>	Incrementar la rotación de inventario	Evaluar y analizar el inventario para proponer estrategias de mejora y mayor rotación de stock, esto acelerará la rapidez con la que estos artículos se mueven, convirtiendo la inversión nuevamente en recursos, aumentando así el valor de la empresa.
	Disminuir productos obsoletos	Reducir el impacto financiero al mínimo: eliminarlos del stock físico, eliminarlos de los procesos administrativos, la devaluación financiera y el control de daños.
	Incrementar ventas	Perfeccionar las estrategias de ventas para incrementar la venta de todos los productos de sus diferentes líneas en mano con la mejora de la productividad del personal de ventas.
	Mejorar la planificación de la compra de mercadería	Identificar el tiempo y las actividades claves en todo ese trayecto, para reducir costos y ganar flexibilidad, creando un abastecimiento estratégico. Asimismo, diseñar diagramas de flujo que ayuden a visualizar, con mayor claridad el proceso de compras.
	Mejorar estrategias comerciales para la web	Desarrollar estrategias con relaciones más sólidas con los clientes, mejorar la colaboración, optimizar el proceso de ventas online, personalizar las interacciones y optimizar el rendimiento.
<b>APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO</b>	Mejorar el clima organizacional	Definir una estrategia de mejora del clima laboral y monitorearla para obtener resultados óptimos y adecuados que ayuden a mejorar los niveles de motivación de los trabajadores, a tomar mejores decisiones y a mejorar la productividad del negocio.

Incrementar las capacitaciones del personal	Aumentar las capacitaciones para actualizar al personal y comunicar las estrategias a tomar, para ello se establece un periodo determinado para observar y analizar los resultados. De este modo, la organización logrará cambios o mejoras significativos.
Incrementar la productividad del personal	Fortalecer e incrementar las habilidades y competencias de los trabajadores por medio de metas e incentivos; para que así el personal se mantenga motivado a llegar a sus objetivos establecidos.

*Fuente: Elaboración propia*

### 2.5.2.6. Balanced Scorecard

*Tabla 5-Balanced Scorecard*

BALANCE SCORECARD							
PERSPECTIVA	OBJETIVOS	METAS	ESTRATEGIA	INDICADORES	FÓRMULA	PROCESO	REGISTRO
FINANCIERA	Incrementar rentabilidad	Incrementar el 15% de pedidos en tres meses.	Brindarle una atención personalizada al cliente	Porcentajes de ventas cerrada por mes	$(N^{\circ} \text{ de clientes con ventas cerradas} / \text{total de clientes atendidos}) * 100$	Venta de mercadería	Reporte de ventas mensuales
		Aumentar las ventas mensualmente en un 5%.	Generar campañas de publicidad	Porcentaje de pedidos de mercadería mensual	$(N^{\circ} \text{ de ventas actual} / N^{\circ} \text{ ventas realizadas el mes anterior}) * 100$	Venta de mercadería	Reporte de ventas mensuales

	Reducción de costos	Reducir el 5% de los costos en dos meses.	Comparar costos de más de dos proveedores	Porcentaje de diferencia de compras con el mes anterior	(N° de mercadería comprada este mes/ mercadería del mes anterior) *100	Compra de mercadería	Órdenes de compra mensuales
	Reducir las pérdidas	Reducir las pérdidas en un 90% en dos meses.	Cambiar los productos obsoletos o por vencer con el proveedor previniendo pérdidas.	Número de pérdidas al mes	Inventario total – ventas totales – inventario actual.	Devolución de productos obsoletos o en mal estado	Formato de devolución de productos
		Disminuir en un 90% los productos almacenados vencidos o por obsolescencia	Tener una alerta en el sistema cuando los productos se están por vencer.	Porcentaje de mercadería no disponible por obsolescencia o vencimiento	(N° de unidades obsoletas o vencidas en el inventario/ total de mercancías disponibles en el inventario) *100	Almacenaje	Formato de devolución de productos
	Incrementar utilidades	Aumentar el margen de ganancia hasta en un 18% en tres meses.	Disminuir costos de oficina y aumentar ventas de los productos A.	Porcentaje del margen de utilidad bruta	(Utilidad bruta del mes / ventas del mes) *100	Venta de mercadería	Reporte de ventas mensuales
<b>CLIENTES</b>	Atraer clientes rentables	Incrementar el 15% de clientes rentables en 3 meses.	Tener como principal objetivo la buena atención al cliente	Porcentaje de nuevos clientes rentables	(N° de nuevos clientes rentables/ total de clientes rentables) *100	Venta de mercadería	Lista de nuevos clientes

<b>PROCESOS INTERNOS</b>	Fidelizar clientes	Aumentar clientes que regresen en 10% en 2 meses	Entregar ofertas y novedades especiales a clientes fidelizados	Porcentaje de fidelizados	(N° de clientes que solicitan pedidos/ total de clientes atendidos) *100	Venta de mercadería	Registro de clientes frecuentes
	Aumentar la satisfacción de los clientes	Incrementar el 10% de clientes satisfechos en 2 meses y medio.	Entregar bonificaciones y beneficios especiales	Porcentaje de clientes satisfechos mensual	(N° de clientes satisfechos/ total de clientes atendidos al mes) *100	Venta de mercadería	Registro de clientes frecuentes
	Incrementar la rotación de inventario	Incrementar en un 35% la rotación de inventario en 3 meses.	Analizar los datos y clasificar el inventario en productos ABC.	Número de rotación de inventario	Ventas totales/promedio de inventario	Venta de mercadería	Registro de inventario
	Disminuir productos obsoletos	Disminuir en un 90% los productos obsoletos en 3 meses.	Identificar los productos obsoletos y cambiarlos.	Porcentaje de productos obsoletos al mes	(Productos obsoletos / Productos totales) *100	Devolución de productos obsoletos o en mal estado	Formato de devolución de productos
	Incrementar ventas	Aumentar en un 10% el abastecimiento de los productos	Tener una alerta en el sistema cuando los productos se están por acabar	Porcentaje de disponibilidad de productos	(N° de productos disponibles/ total de productos) *100	Compra de mercadería	Registro de inventario

	Mejorar la planificación de la compra de mercadería	Aumentar en un 20% el retorno a la inversión	Evaluar la rotación de productos y comprar de forma inteligente la mercadería	Número de la pérdida o ganancia de la empresa	(Ganancia-inversión) /inversión	Compra de mercadería	Orden de compra
	Mejorar estrategias comerciales para la web	Aumentar en un 30% las ventas en la web en dos meses.	Colocar promociones flash en la web y especiales para clientes frecuentes.	Porcentaje de ventas en la web	(Ventas en la web / Ventas totales) *100	Venta de mercadería	Reporte de ventas mensual
	Mejorar el clima organizacional	Aumentar la motivación del personal en un 90% en tres meses.	Brindar las comodidades y beneficios en el trabajo y realizar reuniones de integración	Porcentaje de rendimiento mensual	(Rendimiento actual/Rendimiento del mes pasado) *100	Venta de mercadería, compra de mercadería y almacenaje	Órdenes de compra, registro de pedidos, reportes de pedidos con problemas
<b>APRENDIZAJE Y DESARROLLO</b>	Incrementar las capacitaciones del personal	Disminuir el margen de error de los pedidos en un 10% en dos meses	Verificar el pedido reiteradas veces y sancionar por equivocaciones	Porcentaje de calidad de los pedidos generados	(N° de pedidos generados sin problema/ total de pedidos generados) *100	Venta de mercadería	Reportes de pedidos con problemas
		Disminuir faltas en un 5 % de los trabajadores.	Motivar al personal para que asista y trabaje con actitud	Porcentaje de descuentos por faltas	(N° de faltas por trabajador/ total de veces que se le hizo un descuento) *100	Venta de mercadería	Reportes de pedidos con problemas



	Disminuir en un 15% los incidentes que ocurren al almacenarlos	Tener los recursos necesarios para movilizar la mercadería	Porcentaje de incidentes de productos dañados durante el almacenamiento	(N° de productos dañados al almacenarlos/ total de productos al almacenarlos) *100	Almacenaje	Reportes de pedidos con problemas
	Disminuir en un 10% las quejas por impuntualidad en la distribución	Organizar las horas y días de entrega en un cronograma	Porcentaje de quejas por impuntualidad	(N° de quejas por impuntualidad/ total de quejas) *100	Venta de mercadería	Reporte de quejas por impuntualidad
Incrementar la productividad del personal	Aumentar en un 15% los pedidos perfectamente entregados al cliente	Tener las medidas de precaución necesarias al distribuir los productos	Porcentaje de entregas perfectamente recibidas	(N° de pedidos rechazados/ total de órdenes de compra recibidas) *100	Venta de mercadería	Registro de clientes frecuentes
	Aumentar la productividad en un 15% en 3 meses.	Brindarle reconocimientos y premios al mejor trabajador del mes	Porcentaje del desempeño de los trabajadores	(N° de labores realizados/ total de recursos utilizados) *100	Venta de mercadería	Reporte de ventas mensual

*Fuente: Elaboración propia*

### **2.5.3. Modelo de Negocio**

#### **2.5.3.1. Propuesta de Valor**

##### **Valor de la Marca**

El valor de la marca en la empresa “C.O.N.F.I.A” se basa en la distribución efectiva, ya que se caracteriza por la entrega óptima de pedidos además de proporcionar una facilidad de adquisición de los productos para los consumidores.

##### **Valor de Producto**

El valor que se obtiene es la buena condición de productos, debido a que son fabricados por parte del proveedor con una certificación de calidad, la presentación de sus productos es atractiva, el cliente podrá sentirse seguro en cuanto al producto, ya que se produce en buenas condiciones, además de la eficacia que tendrá en cuanto a su entrega y siempre contará con el contenido exacto de cada uno de ellos.

##### **Valor de la Relación**

El valor de la relación con los clientes es el factor determinante de la compañía, debido a la amistad que se entabla con sus clientes. El especialista del área constantemente visita médicos, clínicas, farmacias, boticas, y centros dermatológicos, por ello, la entidad tiene una ventaja con respecto a la preferencia de sus consumidores.

### 2.5.3.2. Recursos Clave

Figura 10-Recursos clave

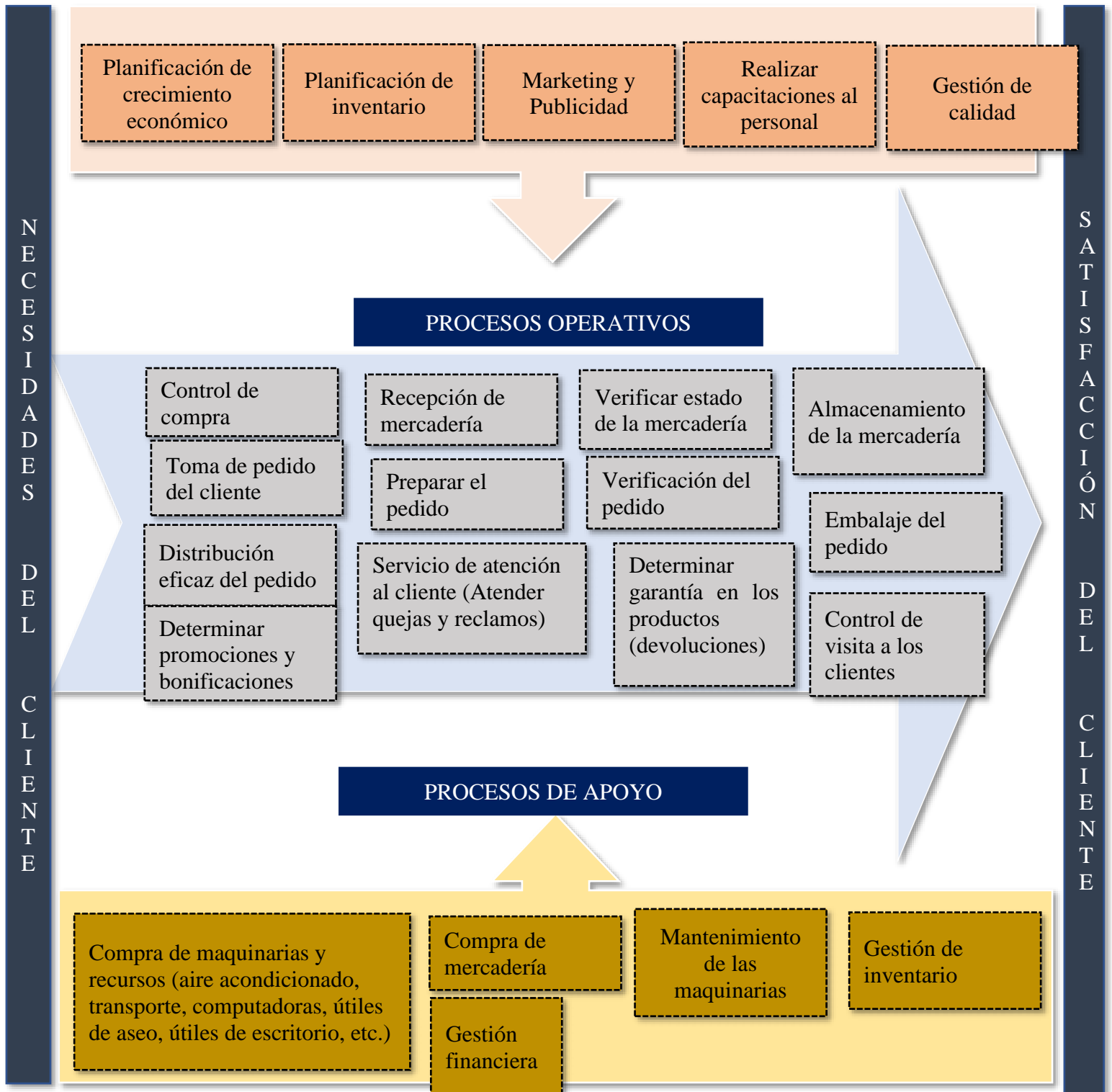


Fuente: Elaboración propia

### 2.5.3.3. Procesos Clave

Los procesos de la empresa “CONFIA” se extienden desde la compra de mercadería hasta la venta directa a sus clientes por medio de la distribuidora o a sus consumidores por medio de la página web. A continuación, se muestra el mapa de procesos de la compañía teniendo en cuenta lo indicado.

Figura 11-Procesos clave



Fuente: Elaboración propia

### 2.5.3.4. Modelo de Negocio

El modelo de negocio en el que se encuentra “CONFIA” es de tipo distribuidor. Sin embargo, es importante conocer cómo son los productos que este ofrece, quiénes son sus socios claves, actividades, sus relaciones con sus clientes, entre otros datos curiosos por conocer. Es por ello, que a continuación se presenta el Modelo Lean Canvas de la empresa “CONFIA”.

Figura 12-Modelo de negocio

<p><b><u>SOCIOS CLAVE</u></b></p> <p>Distribuidores de los productos como: → ISDIN</p> <p>Personal</p> <p>→ Vendedores → Administrador → Q.F, etc.</p>	<p><b><u>ACTIVIDADES CLAVE</u></b></p> <p>Distribución de los pedidos, compra de mercadería, atención al cliente</p>	<p><b><u>PROPUESTA DE VALOR</u></b></p> <p>El valor de la empresa “CONFIA” brinda productos farmacéuticos, naturales y de uso dermatológico con certificación generando así confianza a sus clientes, brindando una distribución efectiva, ya que la compañía se caracteriza por la entrega óptima de sus pedidos y a su vez los clientes tienen la facilidad de adquirir los productos de manera rápida, teniendo un nivel de respuesta alto (entre 1 – 2 días); teniendo a su vez trabajadores capacitados, y brindando seguridad en los productos y servicio. Asimismo, la compañía cuenta con productos fabricados por agentes certificados. Finalmente, se realiza un seguimiento continuo al cliente para conocer la satisfacción de este y poder tener una mejora continua.</p>	<p><b><u>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</u></b></p> <p>Seguimiento y control de visita a los clientes. Asesoramiento por WP y página web.</p>	<p><b><u>SEGMENTOS DE CLIENTES</u></b></p> <p>El público objetivo se encuentra entre 25 a 35 años de edad de ambos géneros y con un ingreso superior a mil quinientos soles. A nivel geográfico, el segmento se encuentra en el Perú. Se desea segmentar a personas cuidadosas y que gusten por el cuidado de la salud y piel.</p>
<p><b><u>ESTRUCTURA DE COSTOS</u></b></p> <p>Alquiler del local, servicios básicos, infraestructura, compra de los productos, remuneraciones, desarrollo y mantenimiento de la página web.</p>			<p><b><u>CANALES</u></b></p> <p>→ Local → Correo corporativo → Tienda virtual</p>	

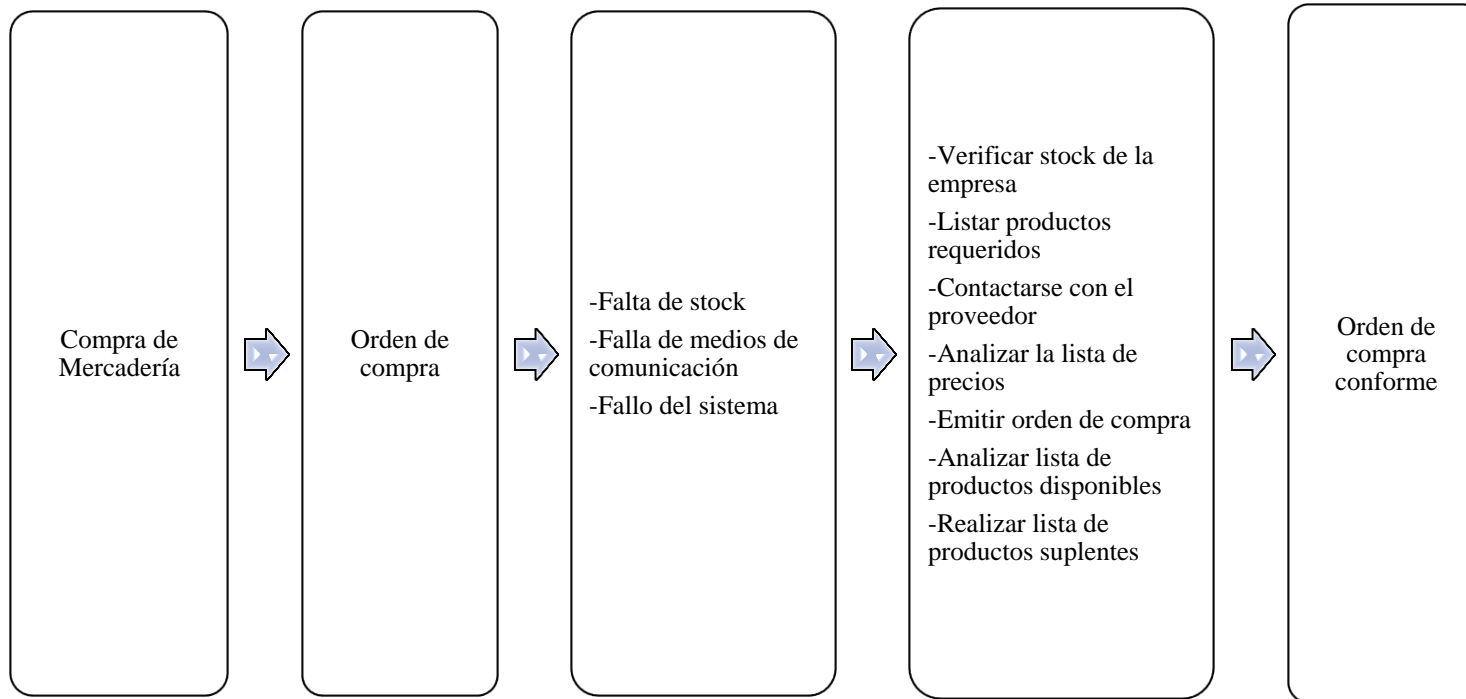
Fuente: Elaboración propia

## 2.5.4. Flujos de Procesos involucrados con la Variable dependiente

### 2.5.4.1. Proceso de compra de Mercadería

#### 2.5.4.1.1. Matriz de Seguimiento

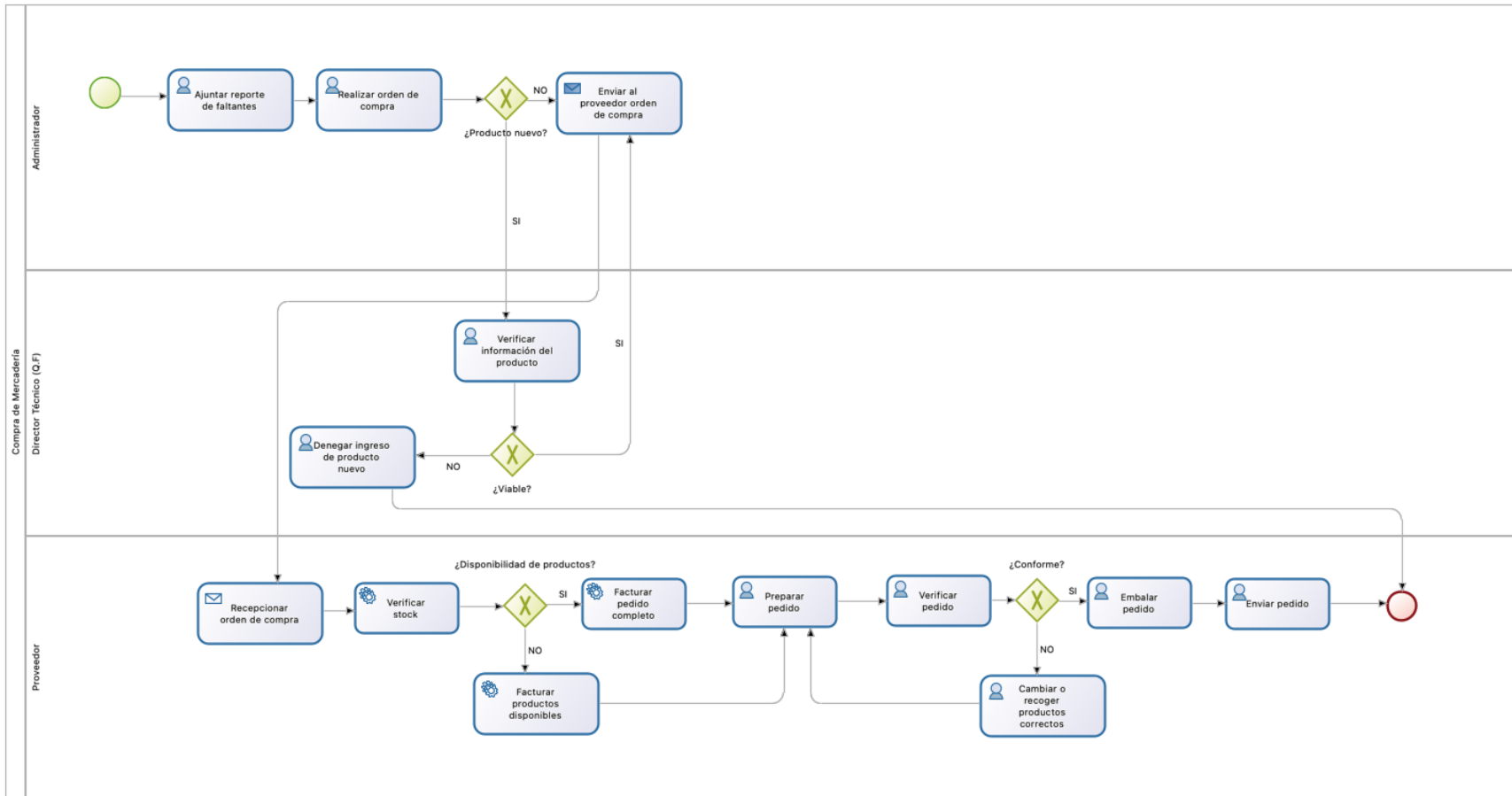
Figura 13-Matriz de seguimiento del proceso compra de mercadería



Fuente: Elaboración propia

### 2.5.4.1.2. Diagrama de Flujo de proceso

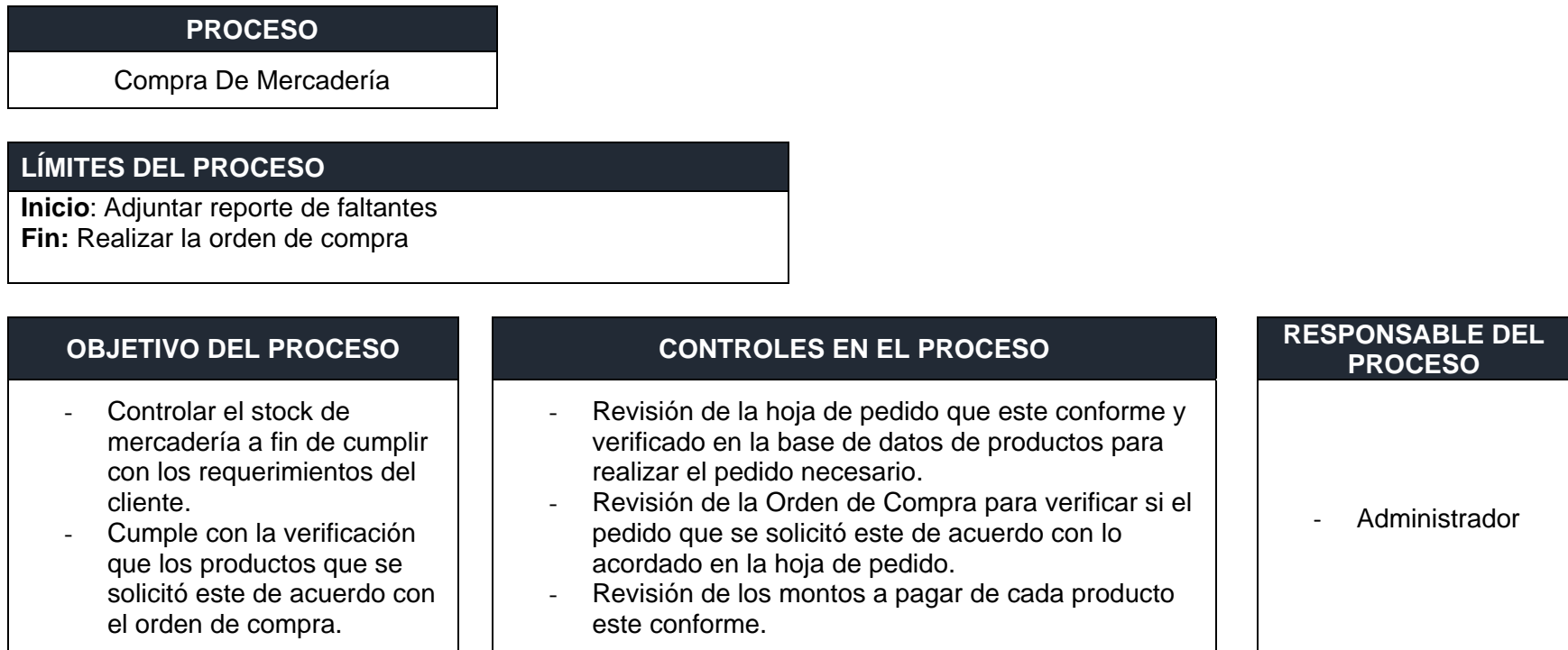
Figura 14-Diagrama de flujo del proceso compra de mercadería



Fuente: Elaboración propia

### 2.5.4.1.3. Ficha de Caracterización

Figura 15-Ficha de caracterización del proceso compra de mercadería





PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES DEL PROCESO	SALIDAS	CLIENTES
Administradora	Lista de productos	Verificar stock de la empresa	Lista de productos en stock	Sistema
Administradora	Lista de productos en stock	Listar productos requeridos	Lista de productos requeridos	Proveedor
Administradora	Lista de proveedores	Contactarse con el proveedor	Proveedores seleccionados	Proveedor
Proveedor	Lista de precios	Análisis de precios	Lista de precios analizados	Administradora
Administradora	Lista de productos requeridos	Emitir orden de compra	Orden de compra	Proveedor
Administradora	Lista de productos en stock	Analizar lista de productos disponibles	Lista de productos disponibles	Vendedor
Administradora	Productos requeridos	Realizar lista de productos requeridos	Lista de productos suplentes	Vendedor



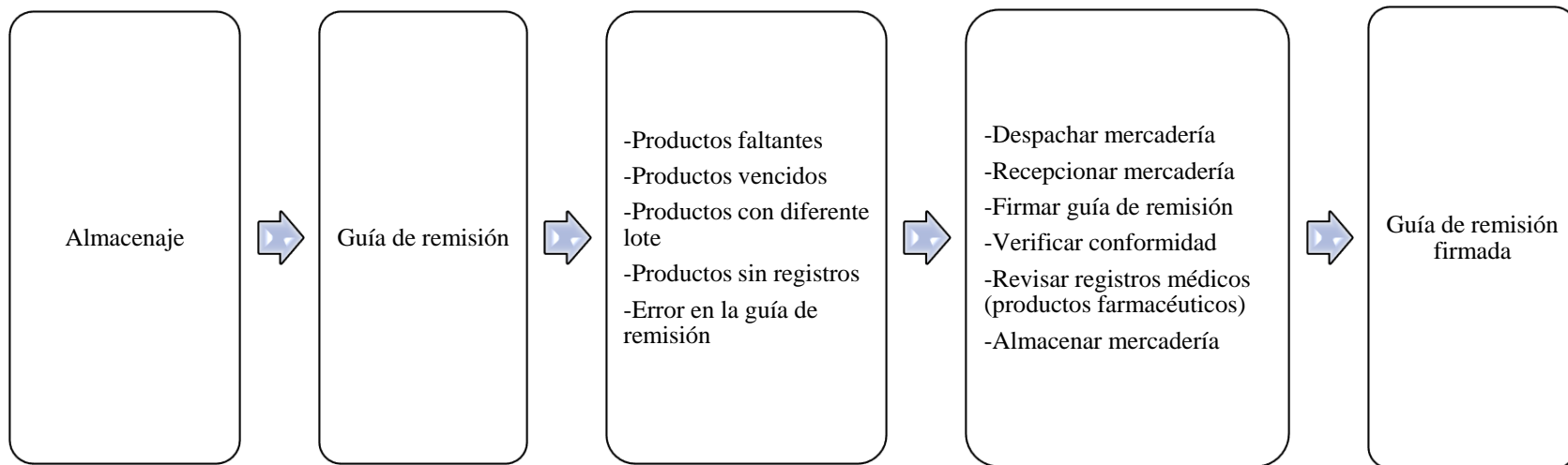
RECURSOS			
PERSONAL	INSTALACIONES	EQUIPOS	TECNOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador</li> <li>- Director técnico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficinas Administrativas</li> <li>- Almacén</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computadora</li> <li>- Impresoras</li> <li>- Teléfono</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoja de cálculo Excel de productos</li> <li>- Base de datos registro de mercadería</li> <li>- Hoja de pedido</li> <li>- Sistema de información</li> </ul>
OPERACIONES			
DOCUMENTOS DE SUSTENTO		REGISTROS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procedimiento de Gestión de Ventas: B-COM-P-01 VE00</li> <li>- N° 007-99/SUNAT</li> <li>- Manual de organización y funciones</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía de remisión</li> <li>- Orden de compra</li> <li>- Comprobante de pago</li> </ul>	
MEDICIONES			
INDICADOR	FORMULA		META/ REVISIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>IND1:</b> % compra a tiempo de mercadería</li> <li>- <b>IND2:</b> % de calidad de los pedidos generados</li> </ul>	$IND1 = \frac{\text{numero de mercaderia pedidas por mes}}{\text{numero de mercaderia a tiempo}} \times 100$ $IND2 = \frac{\text{numero de pedidos generado sin problemas}}{\text{total de pedidos generados}} \times 100$		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentar el abastecimiento en un 10% en 2 meses</li> <li>- Disminuir el margen de error de los pedidos un 10% en dos meses</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 2.5.4.2. Proceso de Almacenaje

### 2.5.4.2.1. Matriz de seguimiento

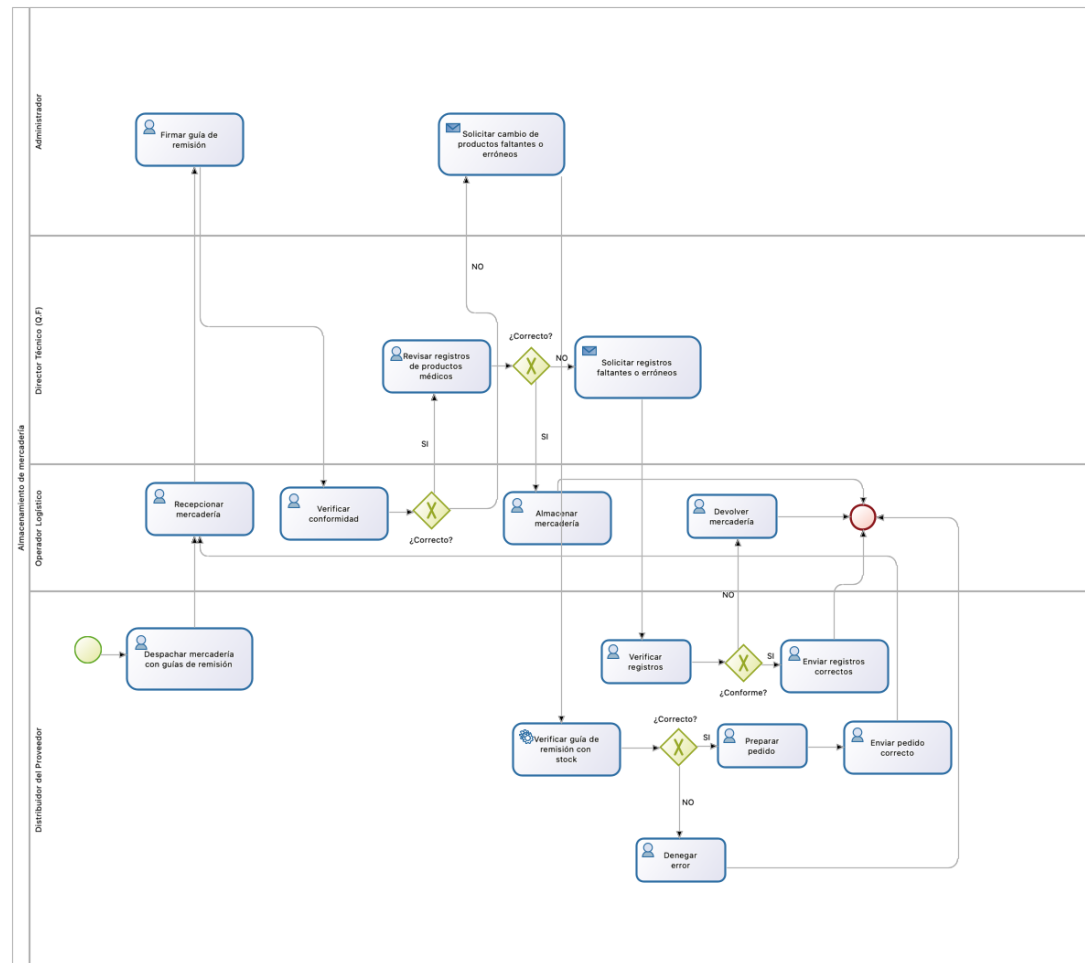
Figura 16-Matriz de seguimiento del proceso de almacenaje



*Fuente: Elaboración propia*

### 2.5.4.2.2. Diagrama de Flujo de proceso

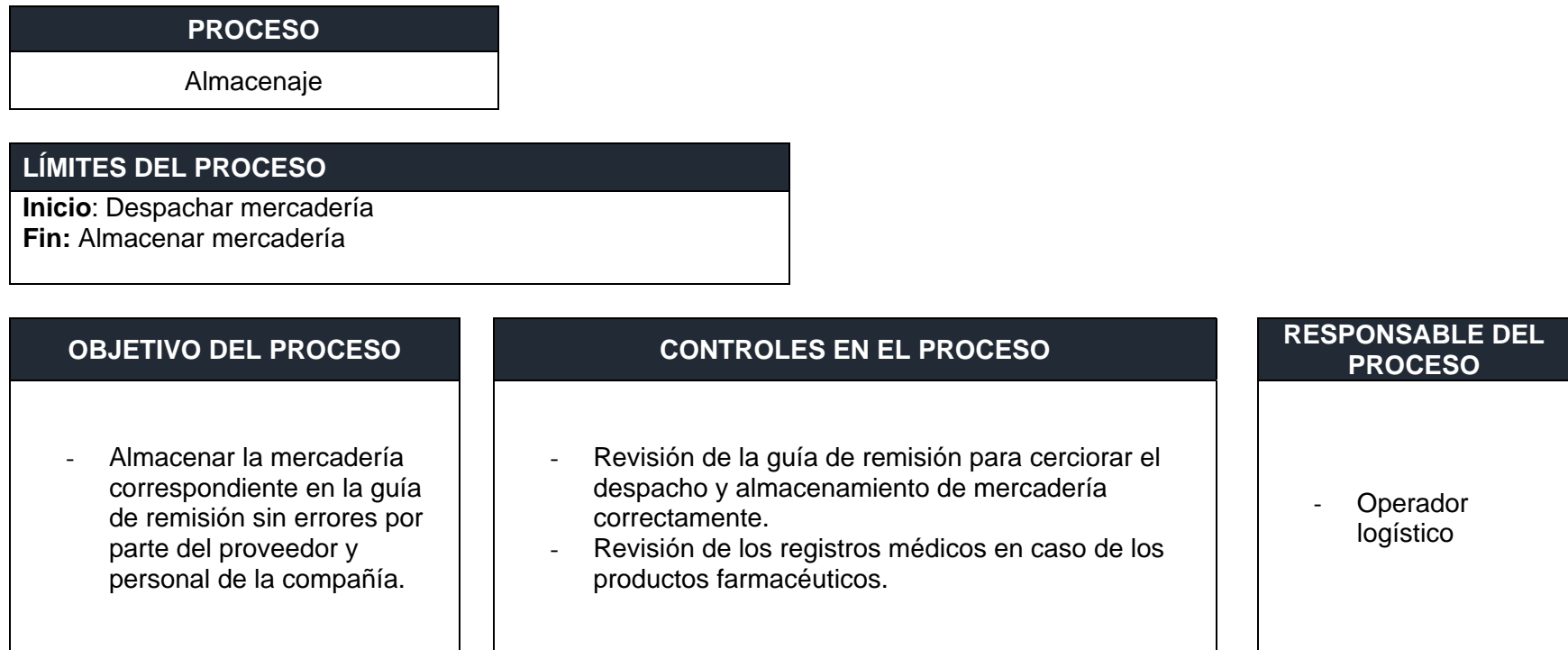
Figura 17-Diagrama de flujo del proceso de almacenaje



Fuente: Elaboración propia

### 2.5.4.2.3. Ficha de Caracterización

Figura 18-Ficha de caracterización del proceso de almacenaje



PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES DEL PROCESO	SALIDAS	CLIENTES
Proveedor	Guia de remisión	Despachar mercadería	Guia de remisión repcionada	Operario Logístico
Proveedor	Mercadería	Recepcionar mercadería	Mercadería repcionada	Operario Logístico
Operario Logístico	Guia de remisión	Firmar guia de remisión	Guia de remisión firmada	Administradora
Operario Logístico	Mercadería despachada	Verificar conformidad	Mercadería verificada	Administradora
Director técnico	Registros médicos	Revisar registros médicos	Registro médico conforme	Administradora
Operario Logístico	Mercadería conforme	Almacenar mercadería	Mercadería almacenada	Operario Logístico



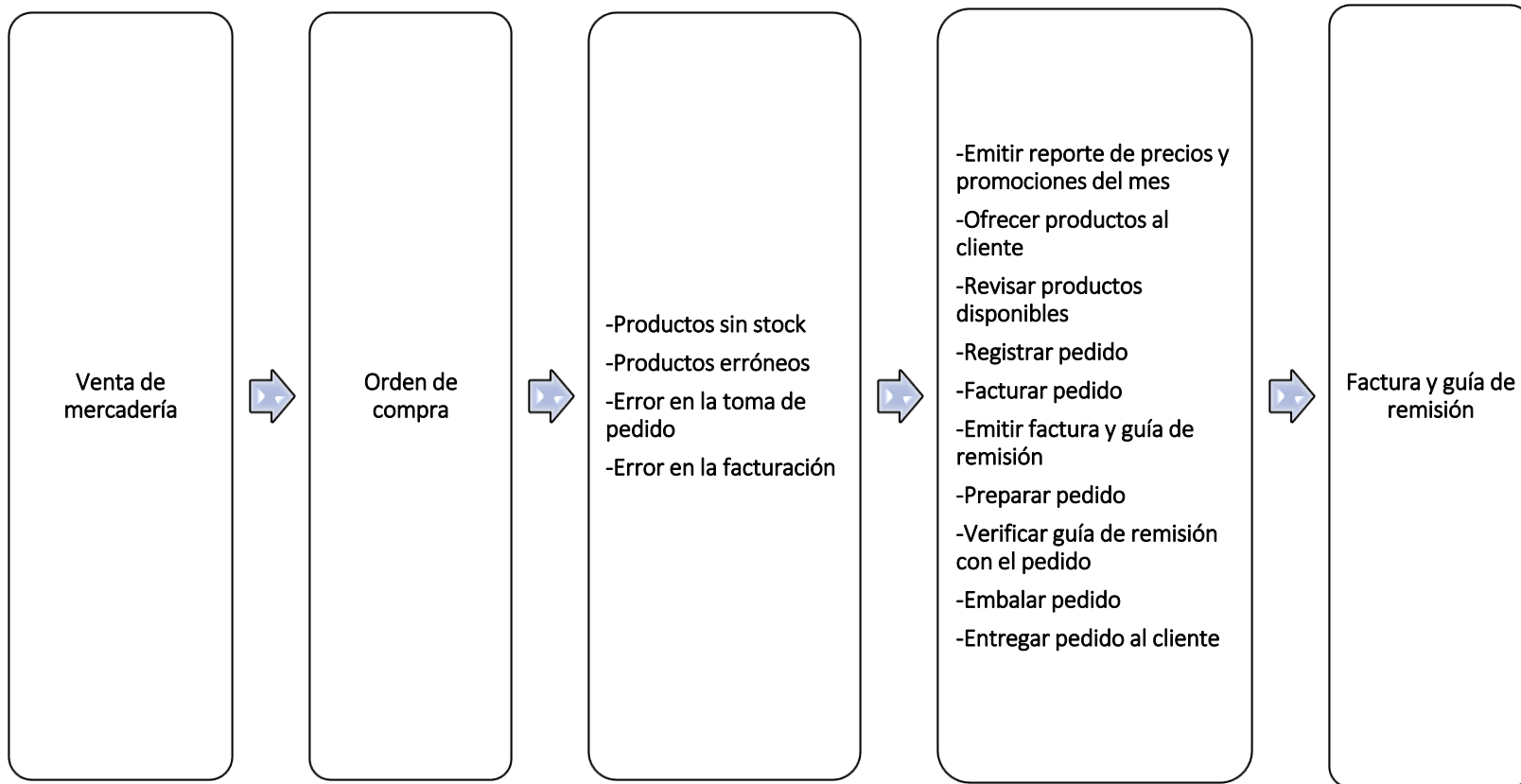
RECURSOS			
PERSONAL	INSTALACIONES	EQUIPOS	TECNOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador</li> <li>- Director técnico</li> <li>- Operario logístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficinas Administrativas</li> <li>- Almacén</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computadora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos registro de mercadería</li> <li>- Guía de remisión</li> <li>- Sistema de información</li> </ul>
OPERACIONES			
DOCUMENTOS DE SUSTENTO		REGISTROS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manual de organización y funciones</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía de remisión</li> </ul>	
MEDICIONES			
INDICADOR	FORMULA		META/ REVISIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>IND1:</b> tiempo de almacenaje</li> <li>- <b>IND2:</b> % de errores</li> </ul>	$IND1 = \text{tiempo promedio de almacenaje}$ $IND2 = \frac{\text{productos almacenados erróneamente}}{\text{total de productos almacenados}} \times 100$		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir el tiempo de almacenaje en un 5% en dos meses.</li> <li>- Disminuir el margen de error de almacenamiento en un 10% en dos meses.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### 2.5.4.3. Proceso de Venta de Mercadería

#### 2.5.4.3.1. Matriz de seguimiento

Figura 19-Matriz de seguimiento del proceso venta de mercadería

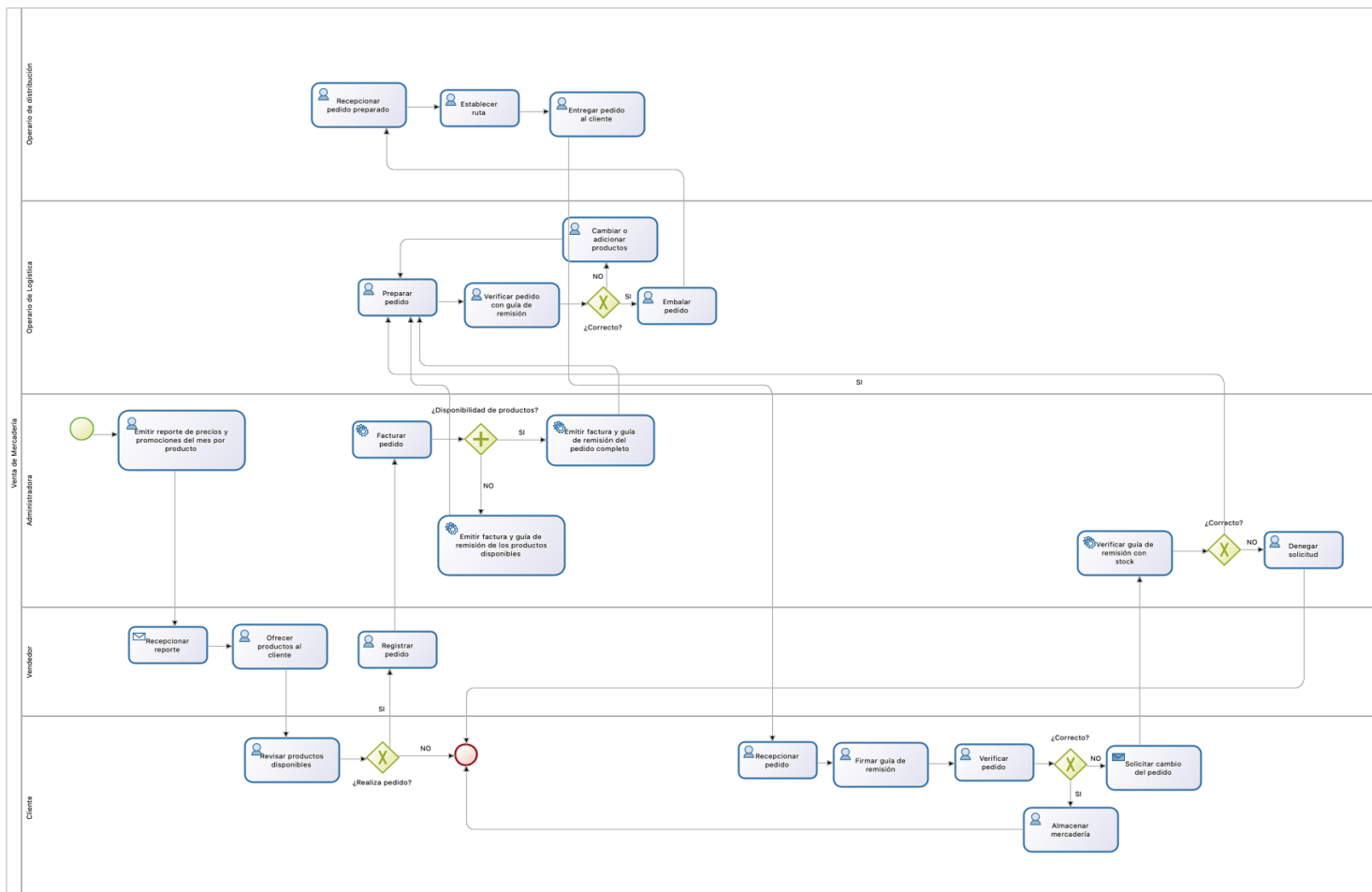


Fuente: Elaboración propia



### 2.5.4.3.2. Diagrama de Flujo de proceso

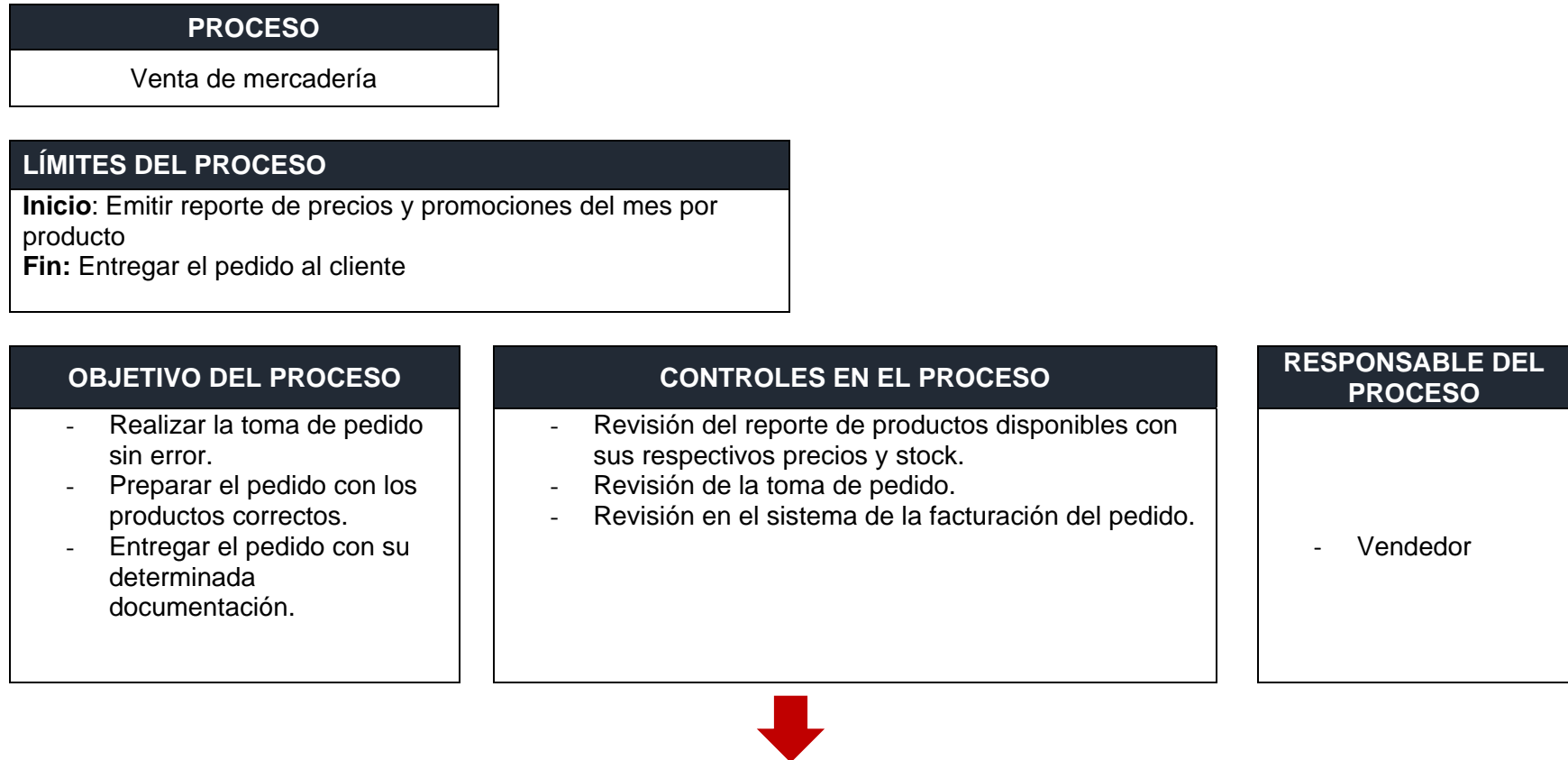
Figura 20-Diagrama de flujo del proceso venta de mercadería



Fuente: Elaboración propia

### 2.5.4.3.3. Ficha de Caracterización

Figura 21-Ficha de caracterización del proceso venta de mercadería



PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES DEL PROCESO	SALIDAS	CLIENTES
Administradora	Lista de precios con stock total	Emitir reporte de precios y promociones del mes	Lista de precios con stock actualizados	Vendedor
Vendedor	Lista de productos con precios actualizados	Ofrecer productos al cliente	Lista de requerimientos	Cliente
Vendedor	Lista de productos disponibles	Revisar productos disponibles	Orden de compra	Cliente
Vendedor	Orden de compra	Registrar pedido	Pedido registrado	Administradora
Administradora	Pedido registrado	Facturar pedido	Facturación registrada	Sistema
Sistema	Facturación registrada	Emitir factura y guía de remisión	Factura y guía de remisión impresos	Administradora
Operario Logístico	Guía de remisión	Preparar el pedido	Guía de remisión y pedido preparado	Operario Logístico
Operario Logístico	Guía de remisión	Verificar guía de remisión con el pedido	Pedido verificado con guía de remisión	Operario Logístico
Operario Logístico	Guía de remisión	Emballar pedido	Pedido y documentación lista	Operario de Distribución
Operario de Distribución	Pedido y documentación	Entregar pedido al cliente	Guía de remisión firmada	Administradora



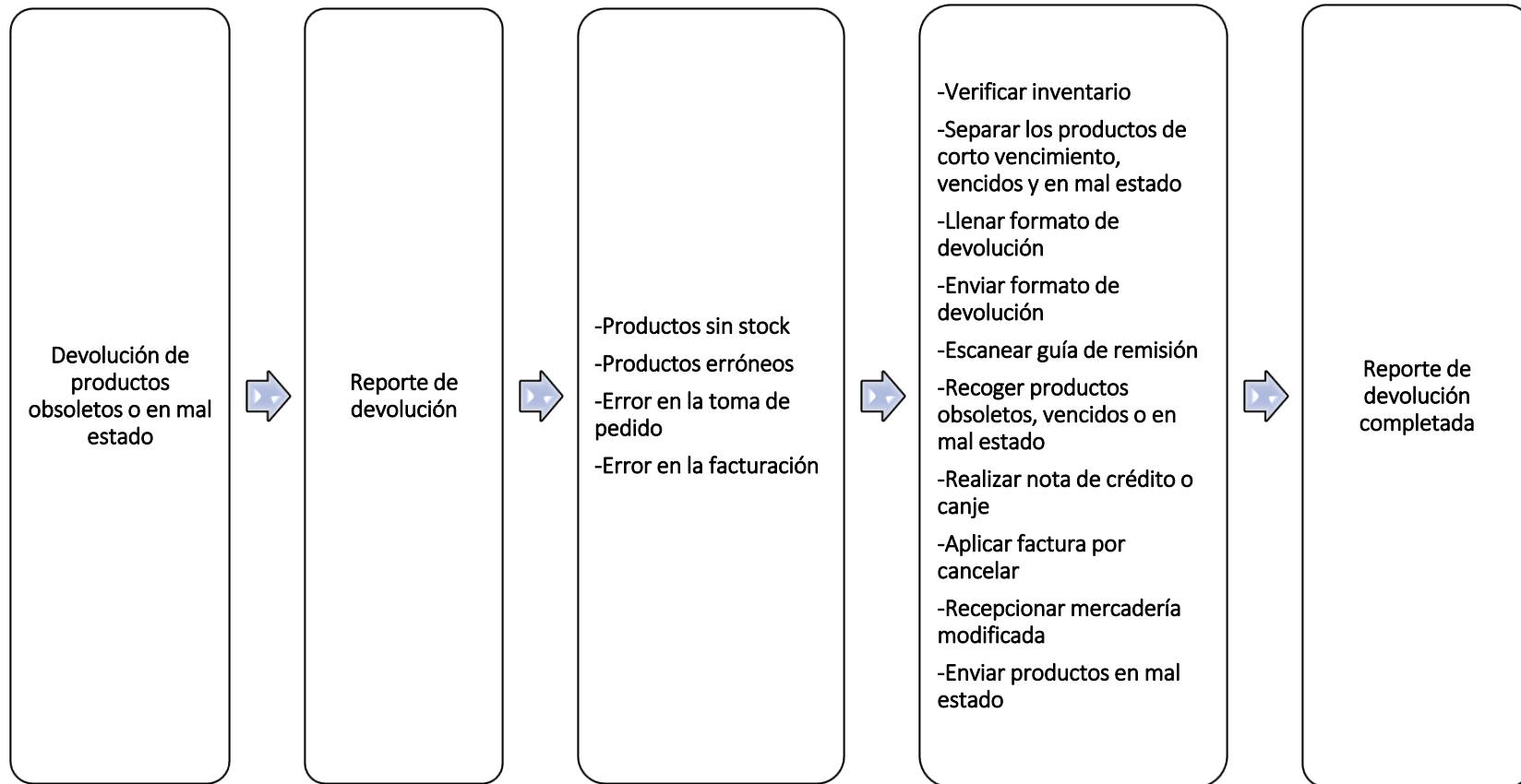
RECURSOS			
PERSONAL	INSTALACIONES	EQUIPOS	TECNOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador</li> <li>- Operario logístico</li> <li>- Operario de distribución</li> <li>- Vendedor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficinas Administrativas</li> <li>- Almacén</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computadora</li> <li>- Movilidad</li> <li>- Máquina de embalaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos registro de orden de compra</li> <li>- Guía de remisión</li> <li>- Factura</li> <li>- Sistema de información</li> </ul>
OPERACIONES			
DOCUMENTOS DE SUSTENTO		REGISTROS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procedimiento de Gestión de Ventas: B-COM-P-01 VE00</li> <li>- N° 007-99/SUNAT</li> <li>- Sistema de gestión de ventas</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guía de remisión</li> <li>- Factura</li> <li>- Orden de compra</li> <li>- Comprobante de pago</li> </ul>	
MEDICIONES			
INDICADOR	FORMULA	META/ REVISIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>IND1:</b> % ventas cerradas por mes</li> <li>- <b>IND2:</b> % clientes fidelizados</li> </ul>	$IND1 = \frac{\#clientes\ con\ ventas\ cerradas}{total\ de\ cliente\ atendidos} \times 100$ $IND2 = \frac{clientes\ que\ solicitan\ pedidos}{clientes\ totales\ atendidos} \times 100$	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar el 20% de los pedidos en 3 meses</li> <li>- Aumentar clientes que regresen en 10% en dos meses</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

## 2.5.4.4. Proceso de Devolución de productos obsoletos o en mal estado

### 2.5.4.4.1. Matriz de seguimiento

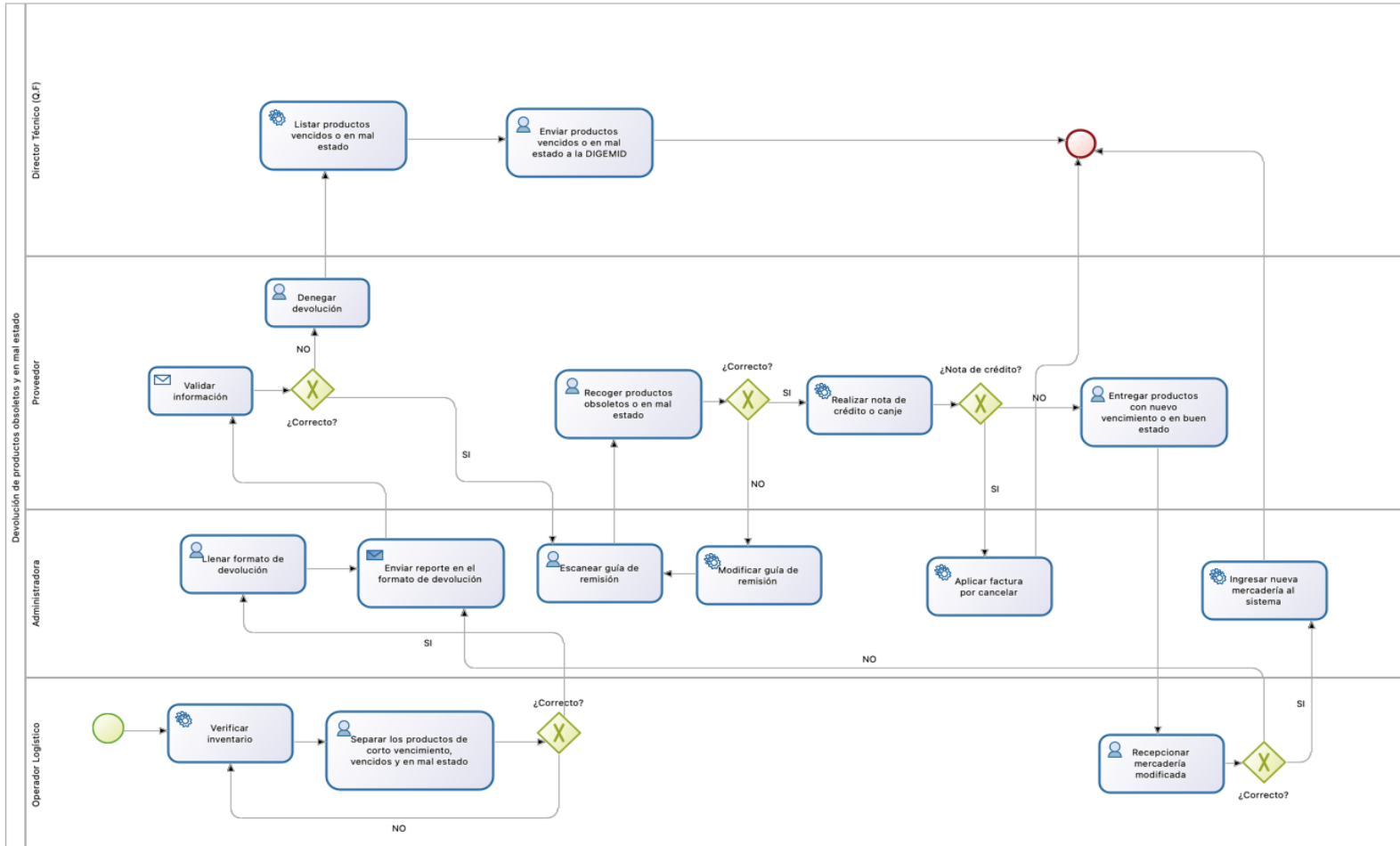
Figura 22-Matriz de seguimiento del proceso devolución de productos obsoletos o en mal estado



Fuente: Elaboración propia

### 2.5.4.4.2. Diagrama de Flujo de proceso

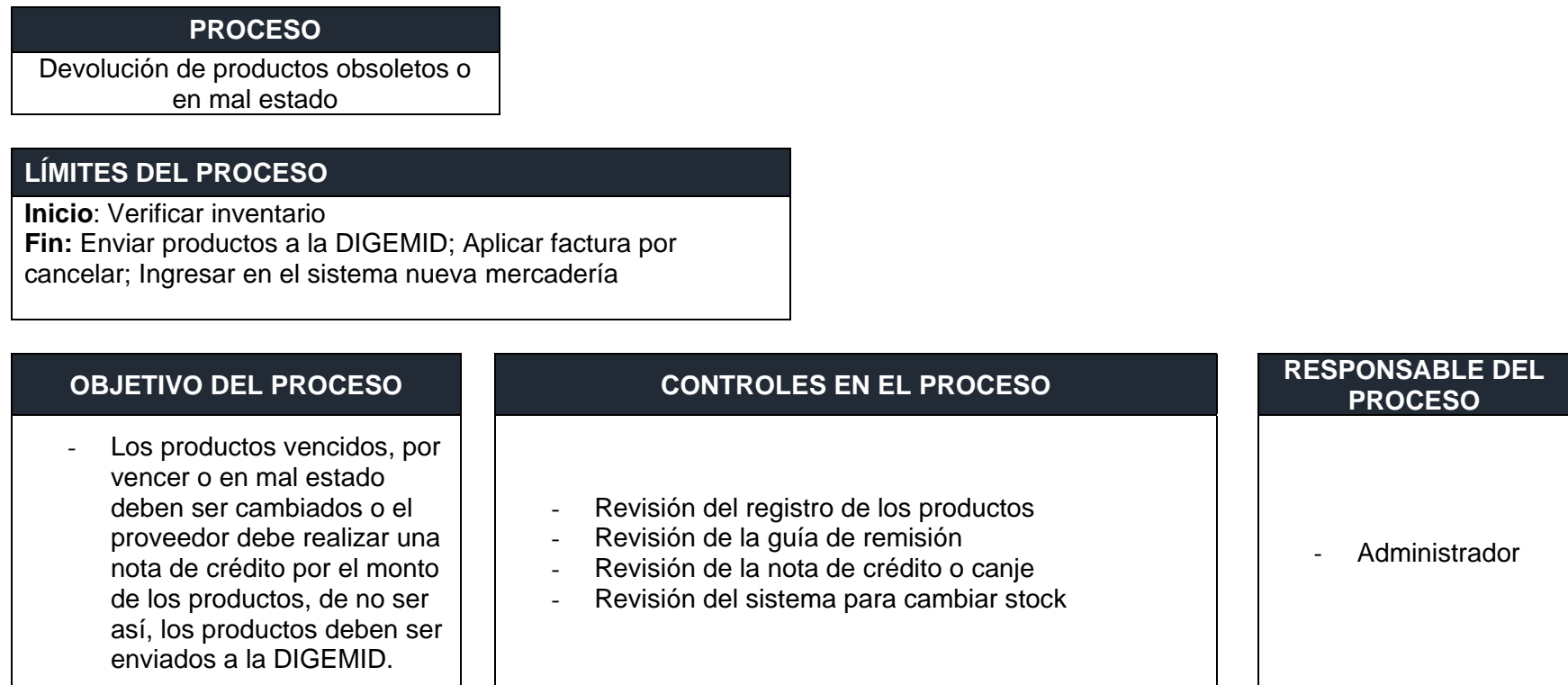
Figura 23-Diagrama de flujo del proceso devolución de productos obsoletos o en mal estado



*Fuente: Elaboración propia*

### 2.5.4.4.3. Ficha de Caracterización

Figura 24-Ficha de caracterización de devolución de productos obsoletos o en mal estado



PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES DEL PROCESO	SALIDAS	CLIENTES
Administradora	Lista de stock	Verificar inventario	Lista de productos vencidos, por vencer o en mal estado	Sistema
Operario Logístico	Lista de productos vencidos, por vencer o en mal estado	Separar los productos de corto vencimiento, vencidos y en mal estado	Productos separados	Operario Logístico
Administradora	Formato de devolución	Llenar formato de devolución	Formato de devolución	Sistema
Administradora	Formato de devolución completado	Enviar formato de devolución	Registro de devolución enviado	Proveedor
Administradora	Guia de remisión	Escanear guia de remisión	Guia de remisión escaneada	Scanner
Operario Logístico	Productos en mal estado	Recoger productos de corto vencimiento, vencidos y en mal estado	Despacho de productos en mal estado	Proveedor
Proveedor	Nota de crédito	Realizar nota de crédito	Nota de crédito con el monto indicado	Administradora
Administradora	Factura	Aplicar factura por cancelar	Factura por cancelar	Sistema
Proveedor	Mercadería modificada	Recepcionar mercadería modificada	Despacho de mercadería	Operario Logístico
Director Técnico	Productos en mal estado	Enviar productos en mal estado	Productos y registros enviados	DIGEMID





RECURSOS			
PERSONAL	INSTALACIONES	EQUIPOS	TECNOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador</li> <li>- Operario logístico</li> <li>- Operario de distribución</li> <li>- Vendedor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficinas Administrativas</li> <li>- Almacén</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computadora</li> <li>- Movilidad</li> <li>- Máquina de embalaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos registro de orden de compra</li> <li>- Guía de remisión</li> <li>- Factura</li> <li>- Sistema de información</li> </ul>
OPERACIONES			
DOCUMENTOS DE SUSTENTO		REGISTROS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nota Informativa N° 583-2014- DIGEMID-DG-EA/MINS</li> <li>- N° 186-2015-DIGEMO-DG-EA/MINS</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de productos farmacéuticos</li> <li>- Formato de devoluciones</li> </ul>	
MEDICIONES			
INDICADOR	FORMULA		META/ REVISIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>IND1:</b> %productos vencidos</li> <li>- <b>IND2:</b> % productos devueltos a DIGEMID</li> </ul>	$IND1 = \frac{\text{Productos vencidos}}{\text{Total de productos}} \times 100$ $IND2 = \frac{\text{Productos devueltos a DIGEMID}}{\text{Total de productos}} \times 100$		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disminuir los productos vencidos en un 90% en dos meses</li> <li>- Disminuir productos devueltos a DIGEMID en un 100% en dos meses.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia*

## **2.5.5. Análítica de datos aplicando la Metodología ABC**

### **2.5.5.1. Análítica de Datos**

Se analizó la base de datos de la compañía “CONFIA” en los cuales nos enfocamos en la data de productos y ventas de 1 mes (19 diciembre – 27 enero). Se excluyeron fines de semana ya que no se trabaja. Se extrajo la data de productos y se transformó en datos importantes y necesarios para realizar la metodología ABC, los datos con los que se trabajó fueron: nombre de productos, líneas de productos, la cantidad de existente en el inventario, precio unitario; y junto con ello se diagnosticó la data de ventas donde se extrajo igualmente la data primordial para el trabajo, siendo esta, los productos como tal, unidades vendidas, cantidad monetario vendido.

Empleando toda esta información del último mes de ventas se pudo efectuar correctamente la relación productos-ventas en el programa Power BI para ayudar con la analítica de datos y con ello realizar nuevas medidas, tablas medidas y fórmulas para hallar las ventas acumuladas, el porcentaje de ventas acumuladas, total de ventas y por último hallar y clasificar el inventario ABC para tener un mejor manejo de ello.

### **2.5.5.2. Modelamiento de Datos**

Para elaborar la metodología propuesta por medio del programa de analítica de datos “POWER BI” se van a dichas tablas teniendo como criterio de selección: su capacidad de aportar información valiosa y necesaria para mejorar la gestión de inventario de la empresa. Por ello, se ha elaborado un modelamiento de datos relación 1 a todos con la información necesaria para aplicar la metodología. Las tablas que se van a necesitar para poder realizar el método ABC son los productos de las principales líneas que maneja la compañía y las ventas que genera esta.

Figura 25-Modelamiento de datos



*Fuente: Elaboración propia (Power Bi Desktop)*

### 2.5.5.3. Extract, Transform and Load (ETL)

En esta sección se realizará una descripción paso a paso del procedimiento que se siguió para extraer los datos de Excel, transformarlos en POWER BI Desktop y cárgalos, mostrando los resultados aplicando la metodología ABC.

A continuación, se muestra la base de datos de las ventas de la empresa, siendo extraídas del sistema de esta.

Figura 26-Base de datos Ventas

CODIGO	ARTICULO	MARCA	UNIDAD	V.01	V.10	V.11	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VENTA TOTAL (S/)
1984519	AVENA ISDN GEL DE BAÑO PROTECTOR 750ML	ISDN	UNIDAD	4.00			4.00	52.43	209.72
3584326	AVENA ISDN LECION CORPORAL HEDRATANTE 400ML	ISDN	UNIDAD	6.00			6.00	48.93	293.58
78875	ERVIFOTONA AK MASCO FLUIDO 50 ML	ISDN	UNIDAD	30.00			30.00	73.91	2,217.43
1716125	FOTOP. ISDN COMPACT ARENA SFF50+ 10G CF	ISDN	UNIDAD	9.00		1.00	10.00	80.16	801.63
1654557	FOTOP. ISDN COMPACT BRONZE SFF50+ 10G CF	ISDN	UNIDAD	31.00			31.00	77.08	2,389.48
188013	FOTOP. ISDN FUSION FLUIDO MINERAL SFF50+ 50ML	ISDN	UNIDAD	12.00			12.00	69.93	839.16
1631695	FOTOP. ISDN FUSION GEL SPORT SFF50+ 100 ML	ISDN	UNIDAD	7.00			7.00	83.51	584.57
226272	FOTOP. ISDN FUSION WATER COLOR BRONZE SFF50 50ML	ISDN	UNIDAD	4.00			4.00	70.85	282.60
226265	FOTOP. ISDN FUSION WATER COLOR LIGHT SFF50 50ML	ISDN	UNIDAD	112.00		1.00	113.00	71.23	8,049.39
154185	FOTOP. ISDN FUSION WATER COLOR MEDIUM SFF50 50ML	ISDN	UNIDAD	411.00	12.00	2.00	425.00	68.56	29,136.54
199950	FOTOP. ISDN FUSION WATER SFF50 X 50ML	ISDN	UNIDAD	422.00	30.00	2.00	454.00	70.75	32,120.49
201261	FOTOP. ISDN FUSION WATER URBAN SFF50+ X 50ML	ISDN	UNIDAD	28.00			28.00	68.63	1,921.72
161214	FOTOP. ISDN GEL CREMA SFF50+ X 250 ML	ISDN	UNIDAD	13.00		9.00	22.00	90.57	1,992.45
182263	FOTOP. ISDN HYDROLATION SFF50+ X 200ML	ISDN	UNIDAD	19.00		2.00	21.00	83.23	1,747.93
141245	FOTOP. ISDN HYDROLATION SFF50+ X 200ML	ISDN	UNIDAD	11.00			11.00	64.02	704.20
2218762	FOTOP. ISDN PED. FUSION MINERAL BABY SFF50 X 50ML	ISDN	UNIDAD	62.00	18.00		70.00	64.62	4,523.68
198377	FOTOP. ISDN PED. FUSION WATER SFF50+ 50 ML	ISDN	UNIDAD	65.00	16.00	1.00	82.00	69.03	5,660.41
125117	FOTOP. ISDN PED. GEL CREMA SFF50+ X 250ML	ISDN	UNIDAD	15.00		1.00	16.00	80.10	1,441.65
138336	FOTOP. ISDN PED. LOTION SPRAY SFF50+ X 250ML	ISDN	UNIDAD	14.00			14.00	80.94	1,133.16
188203	FOTOP. ISDN PED. TRANSP. SPRAY WET SKIN SFF50+ X 250 NE	ISDN	UNIDAD	16.00		1.00	17.00	82.10	1,395.76
187917	FOTOP. ISDN PED. TRANSP. SPRAY WET SKIN SFF50+ 250 ML	ISDN	UNIDAD	71.00		2.00	73.00	81.48	5,948.18
160750	FOTOLITRA ISDN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML	ISDN	UNIDAD	81.00	5.00	3.00	89.00	85.21	7,583.88
160668	FOTOLITRA ISDN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML	ISDN	UNIDAD	74.00	2.00		76.00	82.51	6,271.12
160644	FOTOLITRA ISDN 100 SPOF PREVENT 50 ML	ISDN	UNIDAD	47.00			49.00	81.05	3,971.42
83788	FOTOLITRA ISDN 80 CREMA 50 ML	ISDN	UNIDAD	7.00	1.00		8.00	66.09	528.74
190885	FOTOLITRA ISDN AGE REPAIR F WATER 50 ML	ISDN	UNIDAD	53.00	3.00	2.00	58.00	81.89	4,749.76
160913	FOTOLITRA ISDN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML	ISDN	UNIDAD	53.00	7.00		60.00	82.18	4,931.62
2061408	ISDN GERMESON ALOE VERA 250ML	ISDN	UNIDAD	12.00			12.00	0.00	0.00
199950	ISDN GERMESON HAND CLEANSING GEL 120 ML	ISDN	UNIDAD	17.00			17.00	0.00	0.00
384974	ISDN GERMESON ORIGINAL 250ML	ISDN	UNIDAD	11.00			11.00	0.00	0.00
3854849	ISDN GERMESON ORIGINAL 500ML	ISDN	UNIDAD	13.00			13.00	0.00	0.00
38844	ISDN MCELLAR SOLUCION 400ML	ISDN	UNIDAD	42.00		3.00	44.00	55.77	2,453.68

Fuente: Base de datos Excel

Asimismo, se extrajo la base de datos de los productos de la empresa, conteniendo las unidades vendidas, junto con el precio unitario.

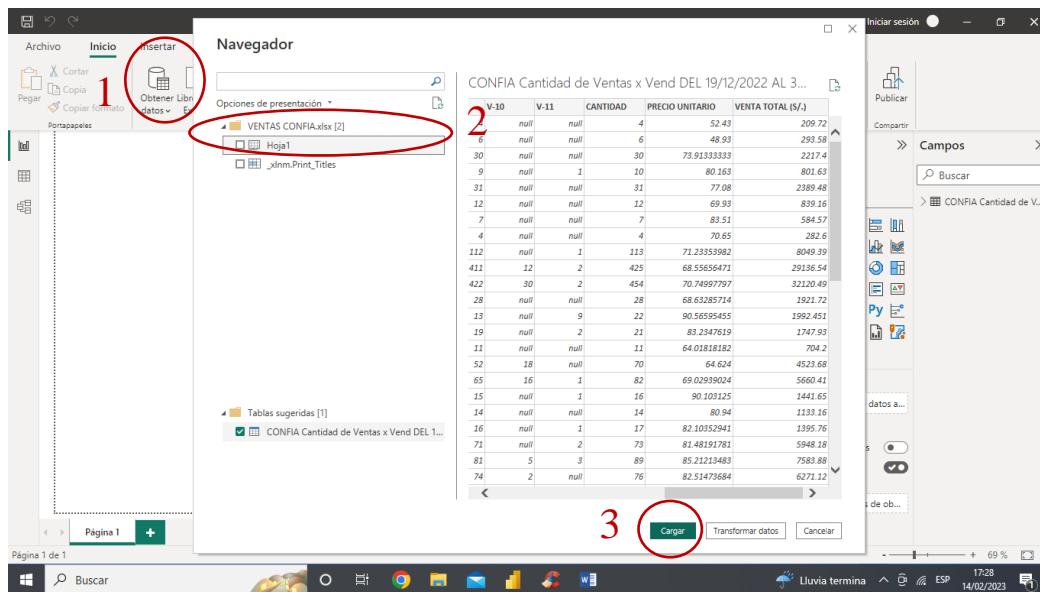
Figura 27-Base de datos Productos

CODIGO	ARTICULO	MARCA	UNIDAD	V.01	V.10	V.11	UNIDADES VENDIDAS	PRECIO UNITARIO (S/)
1984519	AVENA ISDN GEL DE BAÑO PROTECTOR 750ML	ISDN	UNIDAD	4.00			4.00	52.43
3584326	AVENA ISDN LECION CORPORAL HEDRATANTE 400ML	ISDN	UNIDAD	6.00			6.00	48.93
78875	ERVIFOTONA AK MASCO FLUIDO 50 ML	ISDN	UNIDAD	30.00			30.00	73.91
1716125	FOTOP. ISDN COMPACT ARENA SFF50+ 10G CF	ISDN	UNIDAD	9.00		1.00	10.00	80.16
1654557	FOTOP. ISDN COMPACT BRONZE SFF50+ 10G CF	ISDN	UNIDAD	31.00			31.00	77.08
188013	FOTOP. ISDN FUSION FLUIDO MINERAL SFF50+ 50ML	ISDN	UNIDAD	12.00			12.00	69.93
1631695	FOTOP. ISDN FUSION GEL SPORT SFF50+ 100 ML	ISDN	UNIDAD	7.00			7.00	83.51
226272	FOTOP. ISDN FUSION WATER COLOR BRONZE SFF50 50ML	ISDN	UNIDAD	4.00			4.00	70.85
226265	FOTOP. ISDN FUSION WATER COLOR LIGHT SFF50 50ML	ISDN	UNIDAD	112.00		1.00	113.00	71.23
154185	FOTOP. ISDN FUSION WATER COLOR MEDIUM SFF50 50ML	ISDN	UNIDAD	411.00	12.00	2.00	425.00	68.56
199950	FOTOP. ISDN FUSION WATER SFF50 X 50ML	ISDN	UNIDAD	422.00	30.00	2.00	454.00	70.75
201261	FOTOP. ISDN FUSION WATER URBAN SFF50+ X 50ML	ISDN	UNIDAD	28.00			28.00	68.63
161214	FOTOP. ISDN GEL CREMA SFF50+ X 250 ML	ISDN	UNIDAD	13.00		9.00	22.00	90.57
182263	FOTOP. ISDN HYDROLATION SFF50+ X 200ML	ISDN	UNIDAD	19.00		2.00	21.00	83.23
141245	FOTOP. ISDN HYDROLATION SFF50+ X 200ML	ISDN	UNIDAD	11.00			11.00	64.02
2218762	FOTOP. ISDN PED. FUSION MINERAL BABY SFF50 X 50ML	ISDN	UNIDAD	62.00	18.00		70.00	64.62
198377	FOTOP. ISDN PED. FUSION WATER SFF50+ 50 ML	ISDN	UNIDAD	65.00	16.00	1.00	82.00	69.03
125117	FOTOP. ISDN PED. GEL CREMA SFF50+ X 250ML	ISDN	UNIDAD	15.00		1.00	16.00	80.10
138336	FOTOP. ISDN PED. LOTION SPRAY SFF50+ X 250ML	ISDN	UNIDAD	14.00			14.00	80.94
188203	FOTOP. ISDN PED. TRANSP. SPRAY WET SKIN SFF50+ X 250 NE	ISDN	UNIDAD	16.00		1.00	17.00	82.10
187917	FOTOP. ISDN PED. TRANSP. SPRAY WET SKIN SFF50+ 250 ML	ISDN	UNIDAD	71.00		2.00	73.00	81.48
160750	FOTOLITRA ISDN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML	ISDN	UNIDAD	81.00	5.00	3.00	89.00	85.21
160668	FOTOLITRA ISDN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML	ISDN	UNIDAD	74.00	2.00		76.00	82.51
160644	FOTOLITRA ISDN 100 SPOF PREVENT 50 ML	ISDN	UNIDAD	47.00			49.00	81.05
83788	FOTOLITRA ISDN 80 CREMA 50 ML	ISDN	UNIDAD	7.00	1.00		8.00	66.09
190885	FOTOLITRA ISDN AGE REPAIR F WATER 50 ML	ISDN	UNIDAD	53.00	3.00	2.00	58.00	81.89
160913	FOTOLITRA ISDN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML	ISDN	UNIDAD	53.00	7.00		60.00	82.18
2061408	ISDN GERMESON ALOE VERA 250ML	ISDN	UNIDAD	12.00			12.00	0.00
199950	ISDN GERMESON HAND CLEANSING GEL 120 ML	ISDN	UNIDAD	17.00			17.00	0.00
384974	ISDN GERMESON ORIGINAL 250ML	ISDN	UNIDAD	11.00			11.00	0.00
3854849	ISDN GERMESON ORIGINAL 500ML	ISDN	UNIDAD	13.00			13.00	0.00
38844	ISDN MCELLAR SOLUCION 400ML	ISDN	UNIDAD	42.00		3.00	44.00	55.77

Fuente: Base de datos Excel

Para comenzar, se abrió la aplicación Power Bi Desktop; luego, al ingresar, hay una opción que dice *Obtener Datos*; seleccionamos esa opción y luego ponemos de donde queremos obtener los datos, en este caso, fue Excel, ya que ahí se encuentra la base de datos de la empresa de las tablas asignadas. Ya hecho, se seleccionaron *las tablas de Productos y Ventas* y finalmente pulsar en *cargar* y listo, las tablas se cargan automáticamente. A continuación, se carga la *tabla de ventas*.

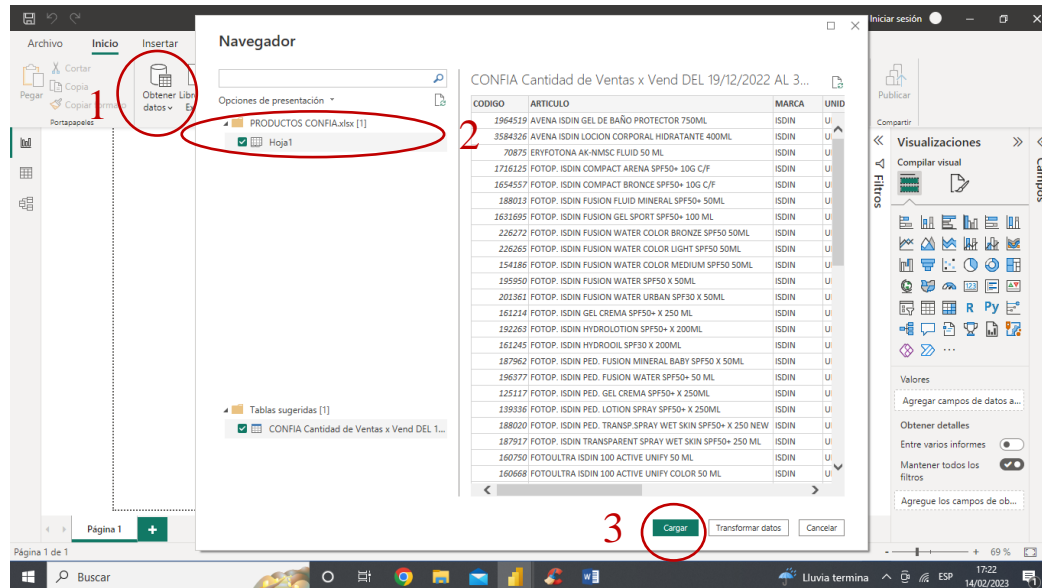
Figura 28-Selección de origen de datos a importar de la base de datos ventas



Fuente: Power Bi Desktop

Igualmente con la *base de datos productos*, se selecciona la opción *obtener datos*, luego, se *escogen las tablas necesarias* y finalmente se selecciona *cargar*, después se cargan estos automáticamente.

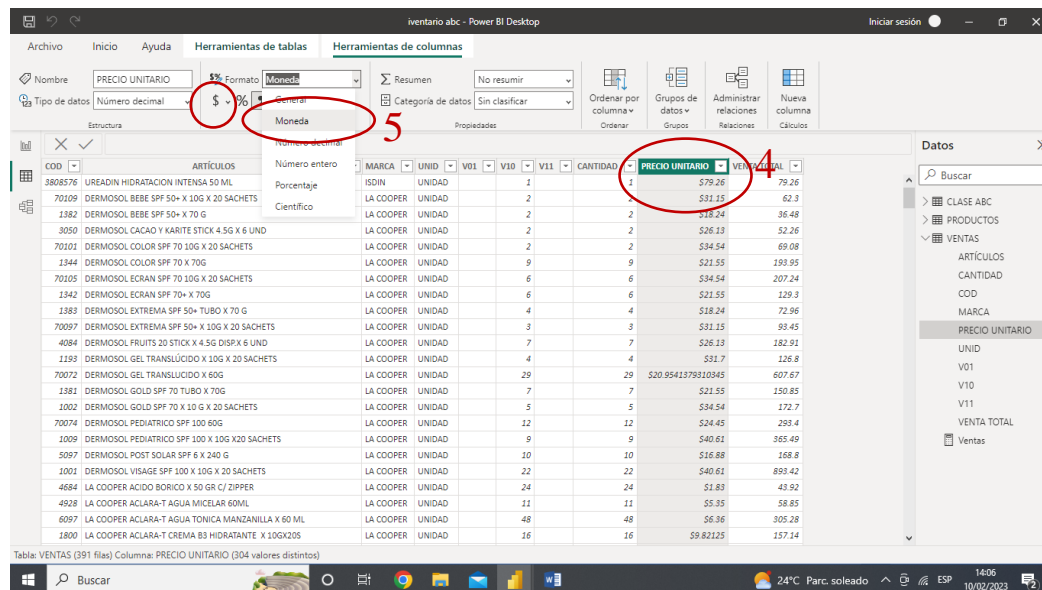
Figura 29-Selección de origen de datos a importar de la base de datos productos



Fuente: Power Bi Desktop

Para transformar el tipo de datos que tenemos en la lista de precios unitarios, como en las ventas; haremos click en formato: moneda y después modificas la moneda en la que manejas tu empresa.

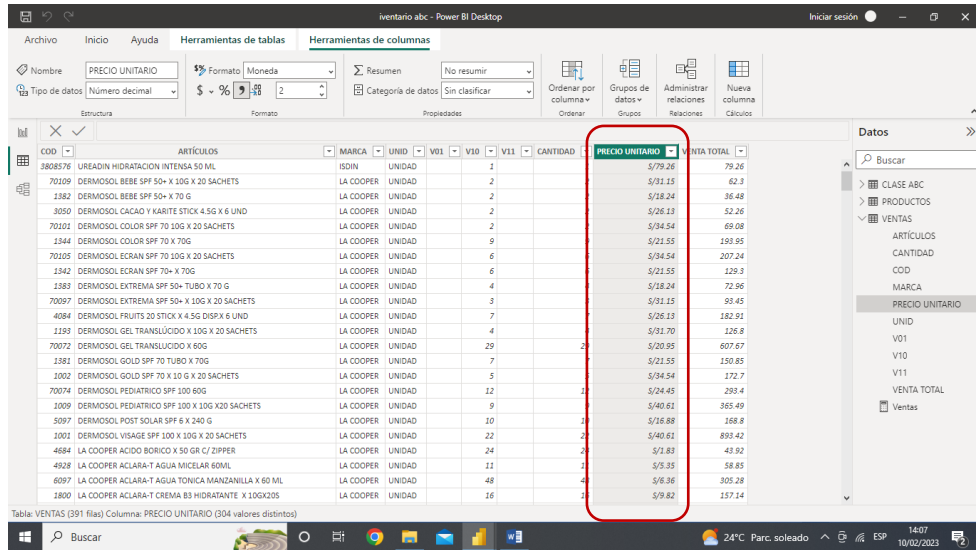
Figura 30-Transformación de datos



Fuente: Power Bi Desktop

Posteriormente se visualizarán los valores mostrados correctamente en la *tabla precio unitario*.

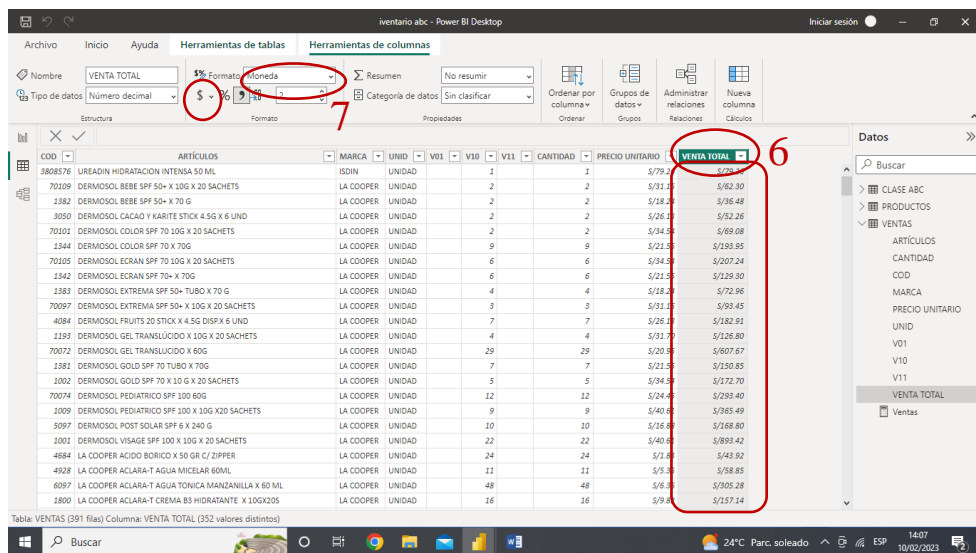
Figura 31-Resultado de transformación de datos



Fuente: Power Bi Desktop

Igualmente hacemos con la *columna de venta total*, transformar unidades en moneda de la empresa, teniendo como resultado la siguiente imagen:

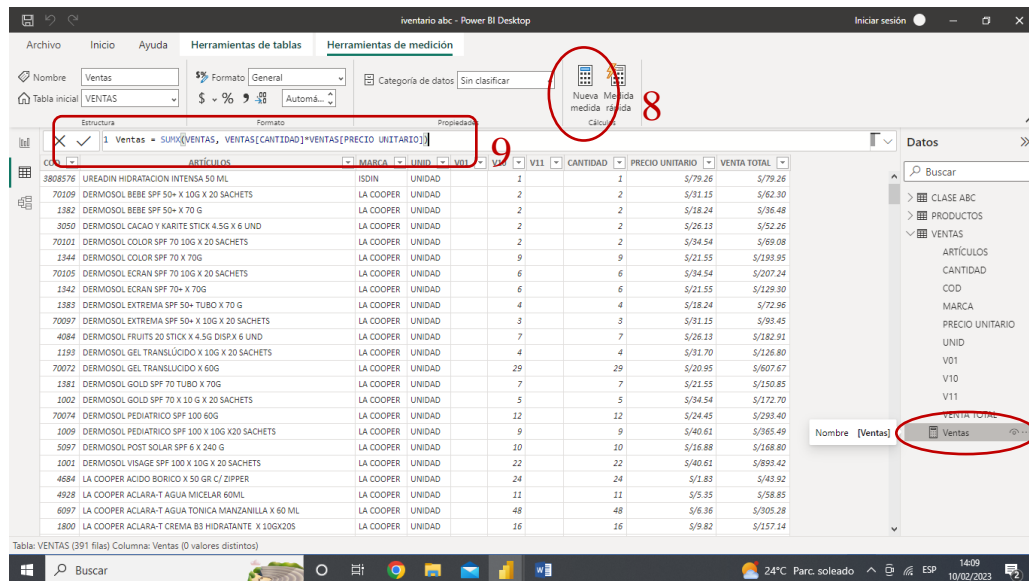
Figura 32-Transformación de datos y resultados de la transformación



Fuente: Power Bi Desktop

Una vez, los datos de las tablas estén transformados y estén todas ellas correctamente, procedemos a realizar el cálculo de *una nueva medida de venta total*, multiplicando la cantidad por el precio unitario, de la siguiente manera:

Figura 33-Creación de nueva medida de ventas

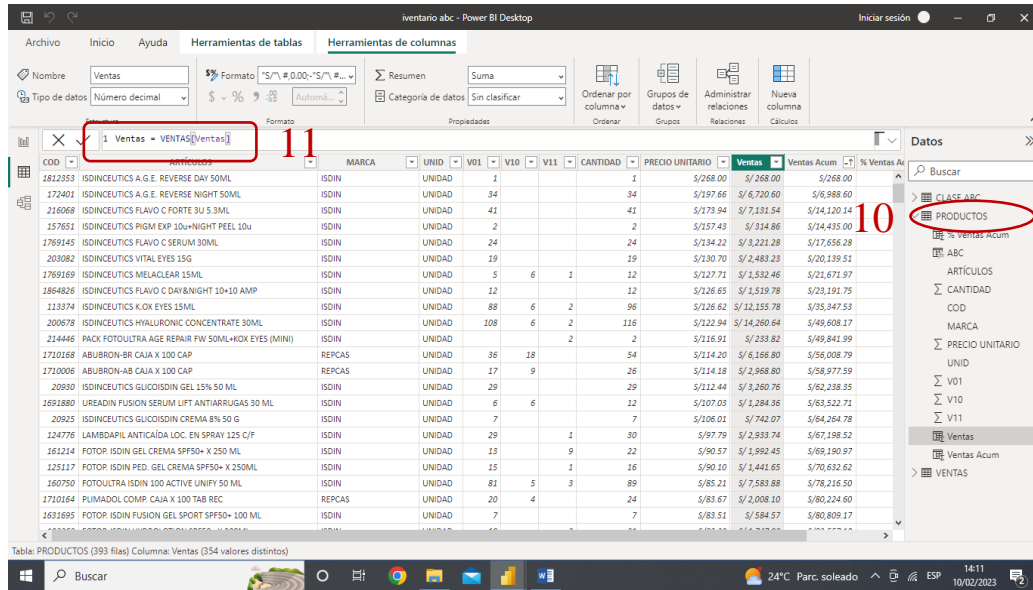


Fuente: Power Bi Desktop

Después de ello, agregamos una columna en la *tabla productos* con la *nueva medida creada*.



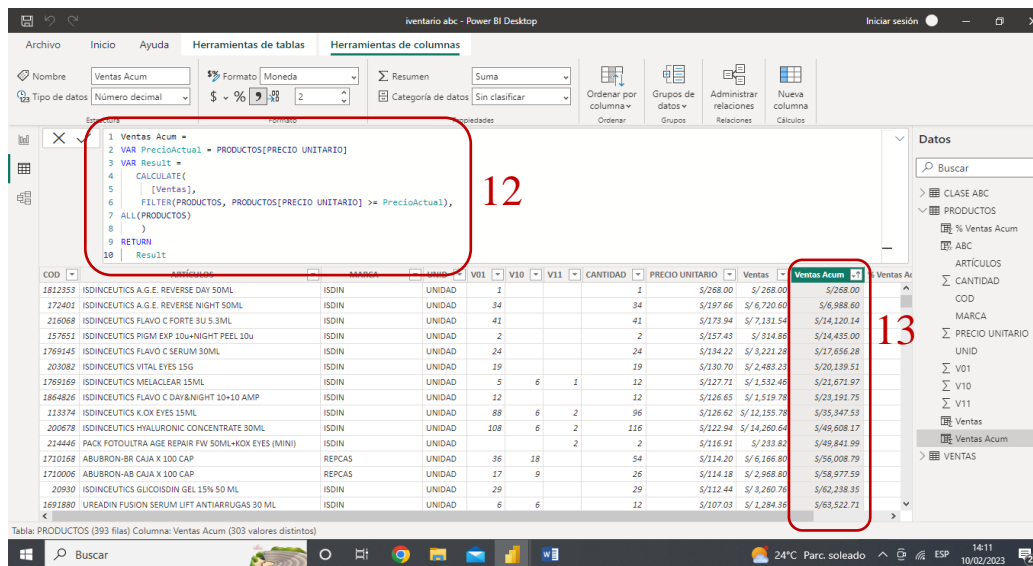
Figura 34-Inserción de nueva medida en la tabla productos



Fuente: Power Bi Desktop

Luego, calculamos una nueva tabla medida de ventas acumuladas con la siguiente fórmula:

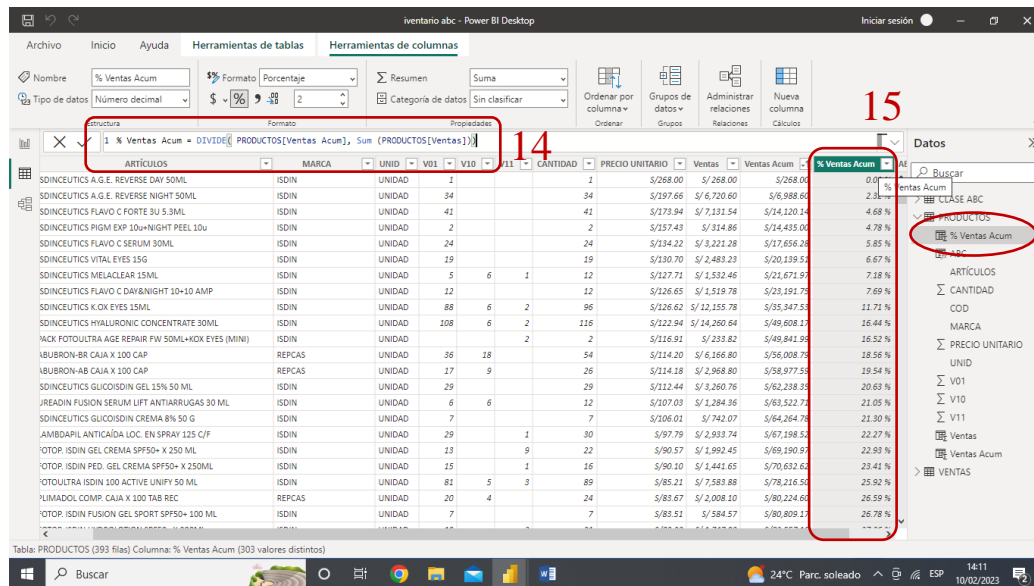
Figura 35-Formulación de fórmula para las ventas acumuladas



Fuente: Power Bi Desktop

Después de ello, sacamos el *porcentaje del total de ventas acumuladas* para proceder a aplicar la fórmula para hallar el inventario ABC.

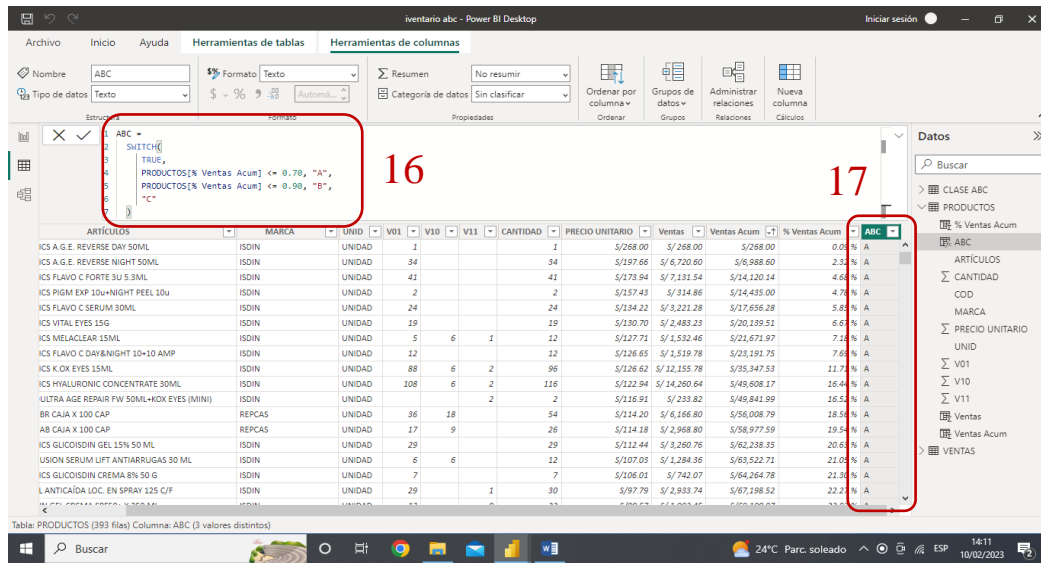
Figura 36-Creación de fórmula para el porcentaje de ventas acumuladas



Fuente: Power Bi Desktop

Por último, procedemos a *ingresar la fórmula* para detectar que productos se encuentran en productos A, B Y C; teniendo en cuenta que los productos del grupo A son los que generan el 70% de ingresos a la empresa, los del grupo B el 20 % y los del grupo C el 10% de la compañía.

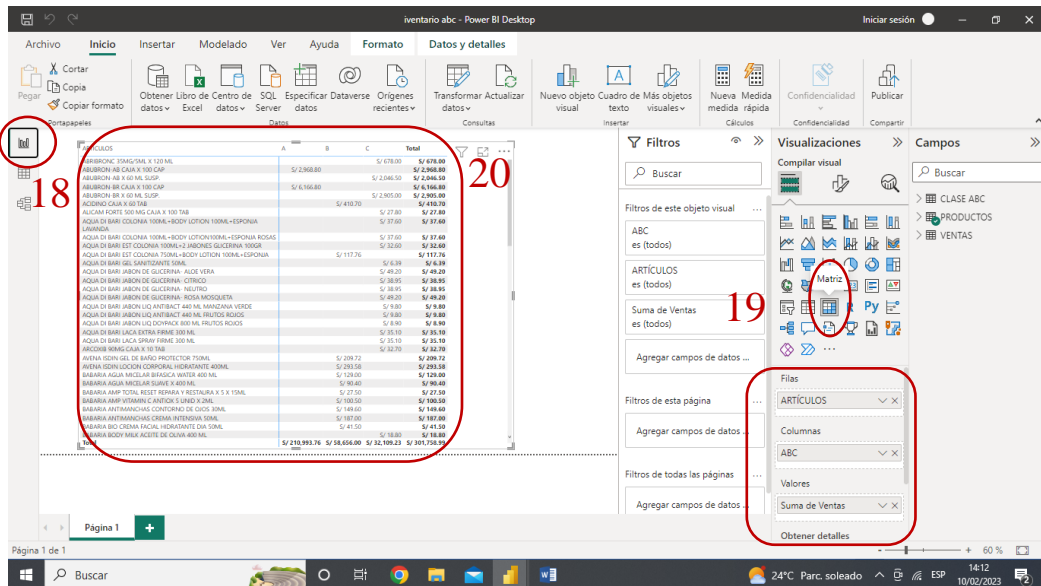
Figura 37-Creación de fórmula para la clasificación de inventario ABC



Fuente: Power Bi Desktop

Finalmente, se cargan los datos al sistema y se podrán *visualizar los productos clasificados por categorías*, ordenando los datos por medio de la matriz y tabla. En la siguiente imagen vemos los datos ordenados por medio de matriz:

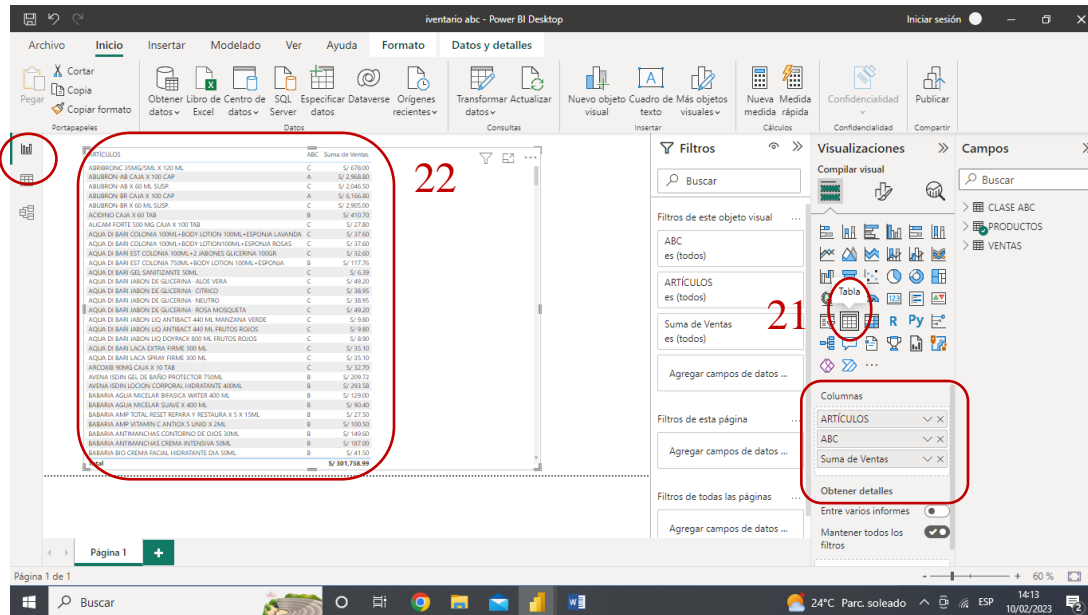
Figura 38-Visualización de resultados por medio de la opción matriz



Fuente: Power Bi Desktop

Y, en la siguiente visualización de datos, podemos observar los resultados ordenados y clasificados las columnas por medio de la *opción tabla*:

Figura 39-Visualización de resultados por medio de la opción tabla



Fuente: Power Bi Desktop

#### 2.5.5.4. Resultados de inventario ABC

Con la analítica de datos que se realizó en el programa Power Bi Desktop, se pudo concretar con la finalidad del proyecto, clasificando los productos en ABC, conociendo ahora los artículos que general el 70% de rentabilidad de la empresa, permitiéndoles a la mejora de toma de decisiones.

Tabla 6-Resultados de inventario ABC

ARTÍCULOS	A	B	C	TOTAL
ABRIBRONC 35MG/5ML X 120 ML			S/678.00	S/678.00
ABUBRON-AB CAJA X 100 CAP	S/2,968.80			S/2,968.80
ABUBRON-AB X 60 ML SUSP.			S/2,046.50	S/2,046.50
ABUBRON-BR CAJA X 100 CAP	S/6,166.80			S/6,166.80
ABUBRON-BR X 60 ML SUSP.			S/2,905.00	S/2,905.00
ACIDINO CAJA X 60 TAB		S/410.70		S/410.70

ALICAM FORTE 500 MG CAJA X 100 TAB	S/27.80	S/27.80
AQUA DI BARI COLONIA 100ML+BODY LOTION 100ML+ESPONJA LAVANDA	S/37.60	S/37.60
AQUA DI BARI COLONIA 100ML+BODY LOTION100ML+ESPONJA ROSAS	S/37.60	S/37.60
AQUA DI BARI EST COLONIA 100ML+2 JABONES GLICERINA 100GR	S/32.60	S/32.60
AQUA DI BARI EST COLONIA 750ML+BODY LOTION 100ML+ESPONJA	S/117.76	S/117.76
AQUA DI BARI GEL SANITIZANTE 50ML	S/6.39	S/6.39
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- ALOE VERA	S/49.20	S/49.20
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- CITRICO	S/38.95	S/38.95
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- NEUTRO	S/38.95	S/38.95
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- ROSA MOSQUETA	S/49.20	S/49.20
AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML MANZANA VERDE	S/9.80	S/9.80
AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML FRUTOS ROJOS	S/9.80	S/9.80
AQUA DI BARI JABON LIQ DOYPACK 800 ML FRUTOS ROJOS	S/8.90	S/8.90
AQUA DI BARI LACA EXTRA FIRME 300 ML	S/35.10	S/35.10
AQUA DI BARI LACA SPRAY FIRME 300 ML	S/35.10	S/35.10
ARCOXIB 90MG CAJA X 10 TAB	S/32.70	S/32.70
AVENA ISDIN GEL DE BAÑO PROTECTOR 750ML	S/209.72	S/209.72
AVENA ISDIN LOCION CORPORAL HIDRATANTE 400ML	S/293.58	S/293.58
BABARIA AGUA MICELAR BIFASICA WATER 400 ML	S/129.00	S/129.00
BABARIA AGUA MICELAR SUAVE X 400 ML	S/90.40	S/90.40
BABARIA AMP TOTAL RESET REPARA Y RESTAURA X 5 X 15ML	S/27.50	S/27.50
BABARIA AMP VITAMIN C ANTIOX 5 UNID X 2ML	S/100.50	S/100.50
BABARIA ANTIMANCHAS CONTORNO DE OJOS 30ML	S/149.60	S/149.60
BABARIA ANTIMANCHAS CREMA INTENSIVA 50ML	S/187.00	S/187.00
BABARIA BIO CREMA FACIAL HIDRATANTE DIA 50ML	S/41.50	S/41.50
BABARIA BODY MILK ACEITE DE OLIVA 400 ML	S/18.80	S/18.80

BABARIA BODY MILK ALMENDRAS DULCES 400ML	S/46.20	S/46.20
BABARIA BODY MILK ALOE CON VITAMINA E 400ML	S/15.40	S/15.40
BABARIA BODY MILK LECHE CORPORAL AVENA X 400 ML	S/61.72	S/61.72
BABARIA BODY VIT B3+LECHE CORPORAL 500ML	S/39.00	S/39.00
BABARIA BODY VIT C+ LECHE CORPORAL 500ML	S/39.00	S/39.00
BABARIA CHAMPU CONTROL ONLY CURLS 500ML	S/106.42	S/106.42
BABARIA CHAMPU DE CEBOLLA 600+100	S/400.80	S/400.80
BABARIA CHAMPU DE COCO Y BIOTINA 700 ML	S/340.00	S/340.00
BABARIA CHAMPU ENERGIZANTE S.O.S. CAIDA 500ML	S/416.00	S/416.00
BABARIA CHAMPU ESENCIAL HIDRATA Y NUTRE 500ML	S/69.10	S/69.10
BABARIA CHAMPU PROTECTOR COLOR CAPTURE 500ML	S/240.48	S/240.48
BABARIA CHAMPU PURIFICANTE S.O.S. CASPA 500ML	S/512.74	S/512.74
BABARIA CHAMPU RESET REPARA Y REESTRUCTURA 500ML	S/69.50	S/69.50
BABARIA CONTROL GEL FLEXIBLE ACABADO CERA 200 ML	S/10.74	S/10.74
BABARIA CREMA FACIAL ANTIARRUGAS RETINOL X 50ML	S/54.80	S/54.80
BABARIA CREMA FACIAL VIT C X 50 ML	S/54.88	S/54.88
BABARIA CREMA MANOS ACEITE DE OLIVA 75ML	S/28.50	S/28.50
BABARIA CREMA MANOS UREA 50 ML	S/81.20	S/81.20
BABARIA CREMA PIES ANTI- DUREZAS 50 ML	S/39.30	S/39.30
BABARIA CREMA PIES HIDRATANTE 150 ML	S/13.30	S/13.30
BABARIA CURLY MOUSSE POTENCIADOR RIZOS INFINITOS 250 ML	S/409.14	S/409.14
BABARIA DEFENSE PROTECTOR TERMICO 250 ML	S/48.33	S/48.33
BABARIA DEO BODY SPRAY BLACK GOLD 150+50 ML	S/36.90	S/36.90
BABARIA DEO BODY SPRAY CHOCOLATE 150+50 ML	S/36.90	S/36.90
BABARIA DEO BODY SPRAY SPLASH 150+50 ML	S/36.90	S/36.90
BABARIA DEO PIES SPRAY ALOE VERA 150 ML	S/48.80	S/48.80
BABARIA DEO ROLL ON ALOE 50 ML	S/67.20	S/67.20

BABARIA DEO ROLL ON AVENA 50 ML	S/75.60	S/75.60
BABARIA DEO ROLL ON CERO 50 ML	S/25.20	S/25.20
BABARIA DEO ROLL ON COTTON 50 ML	S/25.20	S/25.20
BABARIA DEO ROLL ON DOBLE EFECTO 50 ML	S/25.20	S/25.20
BABARIA DEO ROLL ON INVISIBLE 50 ML	S/44.10	S/44.10
BABARIA DEO ROLL ON SKIN PROTECT X 50 ML	S/31.50	S/31.50
BABARIA DEO ROLL-ON SENSITIVE	S/35.40	S/35.40
BABARIA DEO SPRAY CERO PROBIOTICO X 200 ML	S/21.60	S/21.60
BABARIA DEO SPRAY DOBLE EFECTO VIT E X 200 ML	S/10.81	S/10.81
BABARIA DEO SPRAY INVISIBLE VIT B3 X 200 ML	S/54.05	S/54.05
BABARIA ESPUMA DE AFEITAR ALOE VERA 300ML	S/99.40	S/99.40
BABARIA FOTOP. CREMA FACIAL SPF50 BB ROSA MOSQUETA 75ML	S/39.60	S/39.60
BABARIA FOTOP. SOLAR SPF50+ PIELES SENSIBLES 200ML,	S/22.40	S/22.40
BABARIA GEL DE BAÑO ALMENDRAS DULCES 1000 ML	S/37.00	S/37.00
BABARIA GEL DE BAÑO ALOE HID. 600ML	S/27.40	S/27.40
BABARIA GEL DE BAÑO AVENA 600ML	S/41.10	S/41.10
BABARIA GEL DE BAÑO LECHE COCO & VAINILLA 1000ML	S/92.50	S/92.50
BABARIA GEL EXTREME CONTROL X 150 ML	S/21.40	S/21.40
BABARIA GEL FACIAL EXFOLIANTE 100 ML	S/22.90	S/22.90
BABARIA GEL FRIO PIES Y PIERNAS CANSADAS 150 ML	S/172.90	S/172.90
BABARIA JABON DE MANOS COCO 500ML	S/11.40	S/11.40
BABARIA JABON INTIMO ALOE 300 ML	S/66.50	S/66.50
BABARIA KERATINA LIQUIDA 300ML	S/32.22	S/32.22
BABARIA LACA SPRAY 400ML	S/1,123.84	S/1,123.84
BABARIA MASCARILLA ACEITE DE COCO X 400 ML	S/172.20	S/172.20
BABARIA MASCARILLA CAPILAR CEBOLLA 400 ML	S/401.28	S/401.28
BABARIA MASCARILLA FACIAL MICROBIOTA 20 ML	S/55.50	S/55.50
BABARIA MASCARILLA FACIAL NEGRA	S/203.04	S/203.04

BABARIA MASCARILLA INTENSIVA COLOR PURPLE 400 ML	S/26.26	S/26.26
BABARIA MASCARILLA INTENSIVA NUTRITIVE&REPARADOR 400ML	S/26.26	S/26.26
BABARIA MASCARILLA INTENSIVA ONLY CURS 400ML	S/26.26	S/26.26
BABARIA PACK JABON LIQUIDO BABY 500+100ML	S/12.00	S/12.00
BABARIA PACK RITUAL HYALURONIC (SERUM 30ML+CREMA 50ML)	S/484.30	S/484.30
BABARIA PACK RITUAL HYALURONIC SERUM+CREMA+AMP	S/337.60	S/337.60
BABARIA PACK RITUAL RETINO (SERUM 30ML+CREMA 50ML)	S/40.30	S/40.30
BABARIA PACK RITUAL RETINOL SERUM+CREMA+AMPOLLA	S/211.00	S/211.00
BABARIA PACK RITUAL VITAMINA C (SERUM 30ML+CREMA 50ML)	S/80.60	S/80.60
BABARIA PACK RITUAL VITAMINA C SERUM+CREMA+AMPOLLA	S/211.00	S/211.00
BABARIA POST SOLAR BALSAMO EFECTO HIELO ALOE X 200	S/13.50	S/13.50
BABARIA POST SOLAR TROPICAL GEL 200ML	S/141.12	S/141.12
BABARIA SERUM ACIDO GLICOLICO LIPOSOMAS X 30 ML	S/61.80	S/61.80
BABARIA SERUM ACIDO HYALURONIC 30ML	S/123.60	S/123.60
BABARIA SERUM RETINOL X 30ML	S/92.70	S/92.70
BABARIA SERUM VITAMINA C X 30ML	S/92.70	S/92.70
BABARIA TOALLITAS DEQAQ.ALOE X 25 UNID	S/13.30	S/13.30
BETTY BOOP GIFT SET CLASSY BODY MIST 120ML+JAB	S/22.06	S/22.06
BETTY BOOP GIFT SET SWEET BODY MIST 120ML+JAB	S/22.06	S/22.06
BETTY BOOP PACK 03 JABONES	S/34.20	S/34.20
BYE GRIP DIA X 60 SOBRES	S/650.00	S/650.00
BYE GRIP NOCHE X 60 SOBRES	S/1,370.00	S/1,370.00
BYE GRIP X 100 TAB REC	S/1,944.08	S/1,944.08
CLODERM COMP. CREMA X 20GR	S/1,609.20	S/1,609.20
CLUB ALIANZA LIMA COLONIA X 100 ML	S/148.40	S/148.40
CLUB ALIANZA LIMA GIFT KISD SHAMPO 350ML+JABON LIQ 236ML	S/19.60	S/19.60
CLUB ALIANZA LIMA JABON LIQUIDO 236 ML	S/7.30	S/7.30
CLUB BODY SPRAY ALIANZA L 1901 150ML	S/14.60	S/14.60



CLUB BODY SPRAY ALIANZA L CLASSIC 150ML	S/21.90	S/21.90
CLUB BODY SPRAY U CLASSIC 150 ML	S/21.90	S/21.90
CLUB BODY SPRAY U GARRA CREMA 150ML	S/131.40	S/131.40
CLUB SET COLONIA 50ML+BILLETERA ALIANZA LIMA	S/176.64	S/176.64
CLUB SET COLONIA 50ML+BILLETERA U	S/176.64	S/176.64
CLUB SET COLONIA 50ML+BODY SPRAY ALIANZA LIMA	S/166.80	S/166.80
CLUB SET COLONIA 50ML+BODY SPRAY U	S/166.80	S/166.80
CLUB U DE DEPORTES JABON LIQUIDO 236 ML	S/7.30	S/7.30
CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES COLONIA 100 ML	S/137.80	S/137.80
DERMOSOL BEBE SPF 50+ X 10G X 20 SACHETS	S/62.30	S/62.30
DERMOSOL BEBE SPF 50+ X 70 G	S/36.48	S/36.48
DERMOSOL CACAO Y KARITE STICK 4.5G X 6 UND	S/52.26	S/52.26
DERMOSOL COLOR SPF 70 10G X 20 SACHETS,B	S/69.08	S/69.08
DERMOSOL COLOR SPF 70 X 70G	S/193.95	S/193.95
DERMOSOL ECRAN SPF 70 10G X 20 SACHETS	S/207.24	S/207.24
DERMOSOL ECRAN SPF 70+ X 70G	S/129.30	S/129.30
DERMOSOL EXTREMA SPF 50+ TUBO X 70 G	S/72.96	S/72.96
DERMOSOL EXTREMA SPF 50+ X 10G X 20 SACHETS	S/93.45	S/93.45
DERMOSOL FRUITS 20 STICK X 4.5G DISP.X 6 UND	S/182.91	S/182.91
DERMOSOL GEL TRANSLÚCIDO X 10G X 20 SACHETS	S/126.80	S/126.80
DERMOSOL GEL TRANSLUCIDO X 60G	S/607.67	S/607.67
DERMOSOL GOLD SPF 70 TUBO X 70G	S/150.85	S/150.85
DERMOSOL GOLD SPF 70 X 10 G X 20 SACHETS	S/172.70	S/172.70
DERMOSOL PEDIATRICO SPF 100 60G	S/293.40	S/293.40
DERMOSOL PEDIATRICO SPF 100 X 10G X20 SACHETS	S/365.49	S/365.49
DERMOSOL POST SOLAR SPF 6 X 240 G	S/168.80	S/168.80
DERMOSOL VISAGE SPF 100 TUBO X 60 G	S/537.90	S/537.90
DERMOSOL VISAGE SPF 100 X 10G X 20 SACHETS	S/893.42	S/893.42
DESLORAFEN 5 MG CAJA X 30 TAB	S/73.00	S/73.00
DEXAMECOR 4 MG CAJA X 100 TAB	S/286.50	S/286.50

DEXONA 4 MG CAJA X 100 TAB	S/359.10	S/359.10
DICODRIN 20 MG CAJA X 30 TAB	S/68.00	S/68.00
DINAXIL 500MG CAJA X 10 TAB	S/44.70	S/44.70
DINOSAURIOS HISOPOS X 500 PCS	S/38.40	S/38.40
DINOSAURIOS SHAMPO PARA BEBES 750 ML	S/41.92	S/41.92
DINOSAURIOS TALCO PARA BEBES 625 GR	S/6.50	S/6.50
DINOSAURIOS TOALLITAS HUMEDAS 2 X 100 PCS	S/228.62	S/228.62
DOLOIBUPRESS FORTE CAJA X 100 TAB REC.B,S/ 359.70	S/359.70	S/359.70
DOLONEUPRESS FORTE CAJA X 60 TAB,B,S/ 1315.80	S/1,315.80	S/1,315.80
DOLOSIN GEL 1% X 50GR	S/189.00	S/189.00
DUCLONEX 150 MG CAJA X 2 CAP	S/137.20	S/137.20
ERYFOTONA AK-NMSC FLUID 50 ML	S/2,217.40	S/2,217.40
ESPASMEX COMPUESTO CAJA X 60 TAB	S/331.20	S/331.20
FARMOXYL 500MG CAJA X 100 TAB REC	S/439.50	S/439.50
FARMOXYL 500MG/5ML FRASCO X 60ML	S/115.50	S/115.50
FARMOXYL 750MG/5MG FRASCO X 60 ML	S/432.00	S/432.00
FARMOXYL CL 500MG/125MG CAJA X 10 TAB REC	S/813.00	S/813.00
FARMOXYL-CL 250 MG+62.5MG/5ML SUSP. 60ML	S/2,111.64	S/2,111.64
FARMOXYL-CL 875MG/125MG CAJA X 10 TAB REC	S/798.40	S/798.40
FOTOP. ISDIN COMPACT ARENA SPF50+ 10G C/F	S/801.63	S/801.63
FOTOP. ISDIN COMPACT BRONCE SPF50+ 10G C/F	S/2,389.48	S/2,389.48
FOTOP. ISDIN FUSION FLUID MINERAL SPF50+ 50ML	S/839.16	S/839.16
FOTOP. ISDIN FUSION GEL SPORT SPF50+ 100 ML	S/584.57	S/584.57
FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR BRONZE SPF50 50ML	S/282.60	S/282.60
FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR LIGHT SPF50 50ML	S/8,049.39	S/8,049.39
FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR MEDIUM SPF50 50ML	S/29,136.54	S/29,136.54
FOTOP. ISDIN FUSION WATER SPF50 X 50ML	S/32,120.49	S/32,120.49
FOTOP. ISDIN FUSION WATER URBAN SPF30 X 50ML	S/1,921.72	S/1,921.72
FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 250 ML	S/1,992.45	S/1,992.45

FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200ML	S/1,747.93	S/1,747.93
FOTOP. ISDIN HYDROOIL SPF30 X 200ML	S/704.20	S/704.20
FOTOP. ISDIN PED. FUSION MINERAL BABY SPF50 X 50ML	S/4,523.68	S/4,523.68
FOTOP. ISDIN PED. FUSION WATER SPF50+ 50 ML	S/5,660.41	S/5,660.41
FOTOP. ISDIN PED. GEL CREMA SPF50+ X 250ML	S/1,441.65	S/1,441.65
FOTOP. ISDIN PED. LOTION SPRAY SPF50+ X 250ML	S/1,133.16	S/1,133.16
FOTOP. ISDIN PED. TRANSP.SPRAY WET SKIN SPF50+ X 250 NEW	S/1,395.76	S/1,395.76
FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY WET SKIN SPF50+ 250 ML	S/5,948.18	S/5,948.18
FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML	S/7,583.88	S/7,583.88
FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML	S/6,271.12	S/6,271.12
FOTOULTRA ISDIN 100 SPOT PREVENT 50 ML	S/3,971.42	S/3,971.42
FOTOULTRA ISDIN 90 CREMA 50 ML	S/528.74	S/528.74
FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER 50 ML	S/4,749.76	S/4,749.76
FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML	S/4,931.62	S/4,931.62
GALLINA PINTADITA COLONIA 120 ML	S/152.40	S/152.40
GALLINA PINTADITA JABON LIQUIDO 300 ML	S/110.30	S/110.30
GALLINA PINTADITA SHAMPOO 300+ JABON LIQUIDO+ ESPONJA	S/37.60	S/37.60
GALLINA PINTADITA SHAMPOO 300ML	S/68.05	S/68.05
HEPADOXAN CAJA X 48 TAB REC	S/107.70	S/107.70
ISDIN GERMISDIN ALOE VERA 250ML	S/0.00	S/0.00
ISDIN GERMISDIN HAND CLEANSING GEL 120 ML	S/0.00	S/0.00
ISDIN GERMISDIN ORIGINAL 250ML	S/0.00	S/0.00
ISDIN GERMISDIN ORIGINAL 500ML	S/0.00	S/0.00
ISDIN MICELLAR SOLUCION 400ML	S/2,453.68	S/2,453.68
ISDIN PROTECTOR LABIAL 50+	S/636.42	S/636.42
ISDIN REPARADOR LABIAL STICK 4G	S/411.84	S/411.84
ISDIN SI-NAILS VARNISH 2.5 ML FORTALECEDOR DE UÑAS	S/1,414.80	S/1,414.80
ISDIN WOMAN ANTI STRETCH CREAM 250 ML	S/706.42	S/706.42
ISDIN WOMAN FIRMING CREAM 200 ML	S/706.42	S/706.42

ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE DAY 50ML	S/268.00	S/268.00
ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE NIGHT 50ML	S/6,720.60	S/6,720.60
ISDINCEUTICS ESSENTIAL CLEANSING X 200 ML	S/440.51	S/440.51
ISDINCEUTICS FLAVO C DAY&NIGHT 10+10 AMP	S/1,519.78	S/1,519.78
ISDINCEUTICS FLAVO C FORTE 3U 5.3ML	S/7,131.54	S/7,131.54
ISDINCEUTICS FLAVO C SERUM 30ML	S/3,221.28	S/3,221.28
ISDINCEUTICS GLICOISDIN CREMA 8% 50 G	S/742.07	S/742.07
ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 15% 50 ML	S/3,260.76	S/3,260.76
ISDINCEUTICS HYALURONIC CONCENTRATE 30ML	S/14,260.64	S/14,260.64
ISDINCEUTICS K.OX EYES 15ML	S/12,155.78	S/12,155.78
ISDINCEUTICS MELACLEAR 15ML	S/1,532.46	S/1,532.46
ISDINCEUTICS PIGM EXP 10u+NIGHT PEEL 10u	S/314.86	S/314.86
ISDINCEUTICS VITAL EYES 15G	S/2,483.23	S/2,483.23
KETAXAL 10 MG CAJA X 100 TAB	S/307.80	S/307.80
LA COOPER ACIDO BORICO X 50 GR C/ ZIPPER	S/43.92	S/43.92
LA COOPER ACLARA-T AGUA MICELAR 120ML	S/89.10	S/89.10
LA COOPER ACLARA-T AGUA MICELAR 60ML	S/58.85	S/58.85
LA COOPER ACLARA-T AGUA TONICA DE ROSAS X 60 ML	S/332.08	S/332.08
LA COOPER ACLARA-T AGUA TONICA MANZANILLA X 60 ML	S/305.28	S/305.28
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 HIDRATANTE X 10GX20S	S/157.14	S/157.14
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 NUTRITIVA X 10 G X 20 S	S/186.54	S/186.54
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL MIXTA A GRASA X 10GX20S	S/147.00	S/147.00
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL NOR A SECA 10GX20S	S/196.68	S/196.68
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL NORMAL A SECA 100G	S/179.34	S/179.34
LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL ALMENDRAS Y VAINILLA 450ML	S/13.54	S/13.54
LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL COCO Y AVENA 450G	S/108.32	S/108.32
LA COOPER ACLARA-T DESODORANTE ROLL ON DAMA X 50G	S/369.52	S/369.52

LA COOPER ACLARA-T JABON AVENA 80 GR	S/320.32	S/320.32
LA COOPER ACLARA-T JABON X 80G	S/238.63	S/238.63
LA COOPER ACLARA-T PLUS X 100 GR	S/270.24	S/270.24
LA COOPER ACLARA-T SCRUB CREMA ROSTRO, MANOS Y CUERPO 150ML	S/22.36	S/22.36
LA COOPER ASEA-T JABON HENO DE COOPER X 100G C/BOPP	S/18.42	S/18.42
LA COOPER COLONIA CITRICA X 1 LT	S/28.00	S/28.00
LA COOPER COLONIA CITRICA X 120 ML	S/32.00	S/32.00
LA COOPER COLONIA CITRICA X 250ML	S/216.48	S/216.48
LA COOPER COLONIA CITRICA X 500ML	S/89.58	S/89.58
LA COOPER CREMA CONCHA DE NACAR SPF 10 10G X 20S DISP	S/46.53	S/46.53
LA COOPER CREMA CONCHA DE NACAR SPF10 X 100G	S/406.54	S/406.54
LA COOPER CREMA DEPILATORIA TUBO X 100G C/ PALETA	S/1,082.72	S/1,082.72
LA COOPER CREMA DEPILATORIA X 10G X 20SACHET	S/43.50	S/43.50
LA COOPER CREMA LECHUGA SPF 10 X 50G	S/7.78	S/7.78
LA COOPER CROL FOR MEN DESOD. ROLL ON X 50 G	S/364.67	S/364.67
LA COOPER CROL FOR MEN JABON X 100G	S/131.36	S/131.36
LA COOPER DERMOACNE CARBON ACTIVO X 100G	S/450.30	S/450.30
LA COOPER DERMOACNE JABON FACIAL 100G	S/173.97	S/173.97
LA COOPER DRY FOOT EVOLUTION FCO. X 180G	S/26.10	S/26.10
LA COOPER DRY FOOT EVOLUTION FCO. X 70G	S/14.94	S/14.94
LA COOPER ECO REPELT DEET 7.5 FAMILIAR 120 ML	S/47.90	S/47.90
LA COOPER ECO REPELT DEET 7.5% X 10GR X 20 SACHETS	S/35.25	S/35.25
LA COOPER GEL INTIME FCO. X 150 ML	S/147.00	S/147.00
LA COOPER JABON CONCHA DE NACAR X 80 GR	S/312.06	S/312.06
LA COOPER JABON INTIME X 100 G	S/11.20	S/11.20
LA COOPER JABON REJUVECE PLUS CON ARROZ 80G	S/276.32	S/276.32
LA COOPER JABON REJUVECE PLUS X 80G	S/349.36	S/349.36
LA COOPER ORTIN CAPILLAIRE SHAMPOO X 1 LT	S/125.56	S/125.56

LA COOPER OXIDO DE ZINC X 50 GR C/ ZIPPER	S/33.84	S/33.84
LA COOPER PACK 2 PETIT BEBE (CREMA,SHAMPO,JABON)	S/17.24	S/17.24
LA COOPER PACK 4 PETIT BEBE (ACEITE,SHAMPO,TALCO)	S/39.72	S/39.72
LA COOPER PACK DE BELLEZA (CREMA MANOS-CORP-COLONIA)	S/78.75	S/78.75
LA COOPER PETIT TALCO BEBE X 180 G	S/8.39	S/8.39
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA FRESA 165ML	S/15.09	S/15.09
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA FRESA 30 ML	S/74.70	S/74.70
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA FRESA 70 ML	S/66.72	S/66.72
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA LIMON 165ML	S/30.18	S/30.18
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA LIMON 70 ML	S/91.74	S/91.74
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA LIMON X 30 ML	S/69.72	S/69.72
LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA FRESA 30ML	S/20.25	S/20.25
LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA LIMON 30ML	S/20.25	S/20.25
LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA HYALURONIC 10G X 20S DISP	S/160.88	S/160.88
LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA Q10 X 50 G	S/11.89	S/11.89
LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA HYALURONIC 100G	S/227.98	S/227.98
LA COOPER REPELT DEET CREMA FCO. 120G	S/87.08	S/87.08
LA COOPER REPELT DEET CREMA X 10G X 20S DISP	S/69.42	S/69.42
LA COOPER REPELT DEET SOLUCION FCO. 90 ML	S/182.56	S/182.56
LA COOPER VASELINA PURA POTE X 15 G	S/55.44	S/55.44
LA COOPER VASELINA PURA POTE X 5 G	S/18.72	S/18.72
LA COOPER VASELINA PURA POTE X 80 G	S/353.25	S/353.25
LA GRANJA COLONIA 120 ML	S/173.84	S/173.84
LA GRANJA DE ZENON TOALLITAS HUMEDAS 100 PCS	S/324.48	S/324.48
LA GRANJA ESTUC. SHAMPOO+JABON LIQUIDO+COLONIA	S/56.40	S/56.40
LA GRANJA JABON LIQUIDO 300 ML	S/110.30	S/110.30
LA GRANJA SHAMPOO 300 ML	S/101.40	S/101.40

LA GRANJA SHAMPOO+COLONIA+JABON BARRA+ ESPONJA	S/40.82	S/40.82
LAMBDA PIL ANTICAÍDA LOC. EN SPRAY 125 C/F	S/2,933.74	S/2,933.74
LAMBDA PIL ANTICAÍDA SHAMPOO 200 C/F	S/3,495.85	S/3,495.85
LERTAMINE 5 MG CAJA X 100 TAB	S/381.50	S/381.50
LEVOXIDAL 500 MG CAJA X 10 TAB	S/238.15	S/238.15
LEVOXIDAL 750MG CAJA X 5 TAB	S/125.00	S/125.00
MASHA Y EL OSO TOALLITAS HUMEDAS X 100 PCS	S/214.20	S/214.20
MIGRADRIN-F CAJA X 100 TAB	S/1,016.60	S/1,016.60
MIODISTEN RELAX CAJA X 100 TAB	S/1,503.50	S/1,503.50
MIOLINE CAJA X 100 TAB	S/142.90	S/142.90
MULTIGESICO 400 MG CAJA X 60 CAP	S/447.00	S/447.00
NEUROPRESS CAJA X 48 TAB REC	S/294.40	S/294.40
NONGRIPP ANTIGRIPAL CAJA X 100 TAB	S/38.50	S/38.50
NONGRIPP MAXIMA POTENCIA CAJA X 120 TAB	S/210.00	S/210.00
NUTRADEICA GEL CREMA FACIAL 50ML	S/1,858.14	S/1,858.14
NUTRADEICA GEL CREMA SHAMPOO 200 ML	S/1,374.11	S/1,374.11
NUTRATOPIC Pro-AMP Crema 200 ml	S/888.98	S/888.98
NUTRATOPIC PRO-AMP CREMA FACIAL 50 ML C/F	S/763.98	S/763.98
NUTRATOPIC PRO-AMP GEL BAÑO 400 ML	S/3,848.29	S/3,848.29
NUTRATOPIC PRO-AMP LOCION EMOLIENTE 400 ML	S/1,450.68	S/1,450.68
ORFEDRIN 100 MG CAJA X 100 TAB LIB PROLONG	S/183.00	S/183.00
PACK FOTOULTRA AGE REPAIR FW 50ML+KOX EYES (MINI)	S/233.82	S/233.82
PARDIL 500 MG CAJA X 6 TAB	S/154.00	S/154.00
PARDIL SUSP. 100 MG/5 ML FCO X 60 ML	S/70.00	S/70.00
PLIMADOL COMP. CAJA X 100 TAB REC	S/2,008.10	S/2,008.10
POCOYO ACEITE BEBES 200 ML	S/9.90	S/9.90
POCOYO HISOPOS 200 PCS	S/63.60	S/63.60
POCOYO JABON DE GLICERINA BEBE	S/112.70	S/112.70
POCOYO SET X 3 (TALCO-CREMA- SHAMPO)	S/43.20	S/43.20
POCOYO SHAMPOO PARA BEBES 750ML	S/13.40	S/13.40
POCOYO TALCO BEBES 625 GR	S/9.00	S/9.00

POCOYO TOALLITAS HUMEDAS X 100 PCS	S/213.72	S/213.72
PROPOLEOS X 220ML	S/408.00	S/408.00
QUINOCIP 500MG CAJA X 100 TAB REC	S/2,139.50	S/2,139.50
REY LEON COLONIA 120 ML	S/17.80	S/17.80
REY LEON EST SHAMPOO 300ML + JABON LIQUIDO 300ML	S/39.20	S/39.20
REY LEON GIFT SET JABON LIQUIDO + BODY LOTION 100ML	S/18.00	S/18.00
REY LEON SHAMPOO+BODYL+JABON BARRA+ESPONJA	S/45.80	S/45.80
REY LEON TOALLITAS HUMEDAS ANTIBACT X 100 PCS	S/237.12	S/237.12
SECRET LOVE BODY MIST 75ML + SHIMMER CREAM 57ML SEDUCTION	S/144.00	S/144.00
SECRET LOVE BODY MIST 75ML + SHIMMER CREAM 75ML PARADISE	S/42.60	S/42.60
SECRET LOVE BODY MIST 75ML+SHIMER CREAM 75ML PRETTY IN LOVE	S/63.90	S/63.90
SECRET LOVE COLOGNE 100 ML BEAUTY	S/41.00	S/41.00
SECRET LOVE COLOGNE SASSY 100 ML	S/41.00	S/41.00
SECRET LOVE GIFT SETS GOLDEN NIGHT COLONIA+BODY LOTION	S/25.34	S/25.34
SECRET LOVE GIFT SETS PINK COLONIA+BODY LOTION	S/76.02	S/76.02
SECRET LOVE SEXI VANILLA BODY MIST+BODY LOTION	S/98.00	S/98.00
SECRET LOVE TEMPTATION BODY MIST+BODY LOTION	S/147.00	S/147.00
SILDENAFILO 100 MG CAJA X 100 TAB REC	S/65.00	S/65.00
SILDENAFILO 50 MG X 100 TAB	S/106.80	S/106.80
SILDEX 100 MG CAJA X 1 TAB	S/430.50	S/430.50
SILDEX 50 MG CAJA X 1 TAB	S/112.50	S/112.50
SKY CITY BODY SPRAY 150 ML DOUBLE BLACK	S/28.80	S/28.80
SKY CITY BODY SPRAY 150 ML TITANIUM	S/28.80	S/28.80
SKY CITY BODY SPRAY 150 ML XTREME ICE	S/28.80	S/28.80
SKY CITY BODY SPRAY 150ML EXTRA FRESH	S/28.80	S/28.80
SKY CITY BODY SPRAY LADY ROSE 150 ML	S/7.20	S/7.20
SKY CITY BODY SPRAY LADY SWEET 150 ML	S/7.20	S/7.20
SKY CITY ESPUMA DE AFEITAR 200 ML MENTOL	S/16.06	S/16.06



SKY CITY ESPUMA DE AFEITAR 200 ML ORIGINAL	S/16.06	S/16.06
SKY CITY GEL CAPILAR STRONG 100 GR	S/35.60	S/35.60
SKY CITY GIFT SET EDT 50ML+BODY SPRAY EXTRA FRESH	S/122.50	S/122.50
SKY CITY GIFT SET EDT 50ML+BODY SPRAY XTREME ICE	S/73.50	S/73.50
SKY CITY TALCO PARA PIES PACK 240 GR + 100 GR	S/118.20	S/118.20
SOY LUNA COLONIA 100 ML	S/226.84	S/226.84
SOY LUNA ESTUCHE COLONIA + SHAMPOO	S/198.90	S/198.90
SOY LUNA SHAMPOO 300 ML	S/111.60	S/111.60
SPIDERMAN JABON LÍQUIDO 250 ML ( CABECITAS )	S/28.80	S/28.80
SULFACID BALSAMICO CAJA X 100 TAB	S/363.20	S/363.20
SULFACID FORTE CAJA X 100 TAB	S/318.50	S/318.50
TEEM ACNIBEN FACIAL CLEANSER FOAM 150 ML	S/945.49	S/945.49
TEEM ACNIBEN REPAIR CLEANSING EMULSION 180 ML	S/2,580.54	S/2,580.54
TEEN ACNIBEN BODY 150 ML C/F	S/4,734.22	S/4,734.22
TEEN SKIN ACNIBEN CONTROL BRILLO Y GRANOS 40 ML	S/1,379.92	S/1,379.92
TEEN SKIN ACNIBEN LIMP.PURIFICANTE 150 ML	S/366.96	S/366.96
TEEN SKIN Rx ACNIBEN Renov Lab x 10 ml	S/2,475.72	S/2,475.72
TEEN SKIN Rx ACNIBEN Repair Hidrat x 40 ml	S/1,618.38	S/1,618.38
TOY STORY COLONIA 120 ML	S/163.24	S/163.24
TOY STORY JABON LIQUIDO 300 ML	S/119.20	S/119.20
TOY STORY SHAMPOO 100ML+COLONIA 120ML+JABON BARRA 85GR+ESPON	S/21.20	S/21.20
TOY STORY SHAMPOO 300 ML	S/101.40	S/101.40
TOY STORY TOALLITAS HUMEDAS ANTIBACT X 80 PCS	S/22.00	S/22.00
UMBRO BODY SPRAY 150 ML ACTION	S/5.50	S/5.50
UMBRO BODY SPRAY 150 ML ICE	S/5.50	S/5.50
UREADIN FUSION MELTING CREAM 50 ML	S/664.59	S/664.59
UREADIN FUSION SERUM LIFT ANTIARRUGAS 30 ML	S/1,284.36	S/1,284.36
UREADIN HAND CREAM PLUS 50 ML	S/558.78	S/558.78
UREADIN HIDRATAACION INTENSA 50 ML	S/79.26	S/79.26
UREADIN LOCION 10 200ML	S/77.18	S/77.18

UREADIN PODOS GEL OIL 75 ML	S/818.55	S/818.55
UREADIN ULTRA 10 LOTION PLUS 200ML C/F	S/198.45	S/198.45
UREADIN ULTRA 20 CREAM 100ML C/F	S/3,493.38	S/3,493.38
UREADIN ULTRA 30 CREAM EXFOLIANTE 50 ML	S/1,213.38	S/1,213.38
UREN 100MG CAJA X 100 TAB RECUBIERTAS	S/147.60	S/147.60
VINTAGE BATH SET CHERRY BLOSSOM BODY WASH&BODY LOTION	S/78.40	S/78.40
VINTAGE BATH SET LEMONGRASS BODY WASH&BODY LOTION	S/58.80	S/58.80
VINTAGE BODY LOTION 100ML + BODY WASH 125ML VANILLA	S/29.40	S/29.40
VINTAGE BODY MIST 100ML + BODY WASH 125ML CHERRY BLOSSON	S/117.60	S/117.60
VINTAGE CHERRY BLOSSON GILF SET B SPRAY/B LOT/BODY SCRUB	S/68.70	S/68.70
VINTAGE LEMONGRASS GIFT SET B SPRAY/B LOT/B SCRUB	S/91.60	S/91.60
VOXAMINE 50 MG CAJA X 100 TAB	S/93.90	S/93.90
WINNIE THE POOH COLONIA 120ML	S/95.40	S/95.40
WINNIE THE POOH GIFT SHAMPOO+JABON BARRA +BODY LOTION+ESPONJA	S/114.50	S/114.50
WINNIE THE POOH SHAMPOO X 300ML,C,S/ 9.00	S/9.00	S/9.00
ZARIDON CAJA X 20 TAB	S/345.00	S/345.00
ZARIDON FLEX CAJA X 60 TAB REC	S/319.20	S/319.20

*Fuente: Power Bi Desktop*

#### 2.5.5.4.1. Inventario A

A continuación se muestran los productos que conforman el grupo A, siendo estos los más importantes y los que generan el 70% de ingresos a la empresa.

*Tabla 7-Clasificación inventario A*

ARTÍCULOS	A
FOTOP. ISDIN FUSION WATER SPF50 X 50ML	S/32,120.49
FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR MEDIUM SPF50 50ML	S/29,136.54
ISDINCEUTICS HYALURONIC CONCENTRATE 30ML	S/14,260.64
ISDINCEUTICS K.OX EYES 15ML	S/12,155.78
FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR LIGHT SPF50 50ML	S/8,049.39
FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML	S/7,583.88

ISDINCEUTICS FLAVO C FORTE 3U 5.3ML	S/7,131.54
ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE NIGHT 50ML	S/6,720.60
FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML	S/6,271.12
ABUBRON-BR CAJA X 100 CAP	S/6,166.80
FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY WET SKIN SPF50+ 250 ML	S/5,948.18
FOTOP. ISDIN PED. FUSION WATER SPF50+ 50 ML	S/5,660.41
FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML	S/4,931.62
FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER 50 ML	S/4,749.76
FOTOULTRA ISDIN 100 SPOT PREVENT 50 ML	S/3,971.42
NUTRATOPIC PRO-AMP GEL BAÑO 400 ML	S/3,848.29
LAMBDA PIL ANTICAÍDA SHAMPOO 200 C/F	S/3,495.85
ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 15% 50 ML	S/3,260.76
ISDINCEUTICS FLAVO C SERUM 30ML	S/3,221.28
ABUBRON-AB CAJA X 100 CAP	S/2,968.80
LAMBDA PIL ANTICAÍDA LOC. EN SPRAY 125 C/F	S/2,933.74
ISDINCEUTICS VITAL EYES 15G	S/2,483.23
FOTOP. ISDIN COMPACT BRONCE SPF50+ 10G C/F	S/2,389.48
ERYFOTONA AK-NMSC FLUID 50 ML	S/2,217.40
PLIMADOL COMP. CAJA X 100 TAB REC	S/2,008.10
FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 250 ML	S/1,992.45
FOTOP. ISDIN FUSION WATER URBAN SPF30 X 50ML	S/1,921.72
FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200ML	S/1,747.93
ISDINCEUTICS MELACLEAR 15ML	S/1,532.46
ISDINCEUTICS FLAVO C DAY&NIGHT 10+10 AMP	S/1,519.78
MIODISTEN RELAX CAJA X 100 TAB	S/1,503.50
NUTRATOPIC PRO-AMP LOCION EMOLIENTE 400 ML	S/1,450.68
FOTOP. ISDIN PED. GEL CREMA SPF50+ X 250ML	S/1,441.65
ISDIN SI-NAILS VARNISH 2.5 ML FORTALECEDOR DE UÑAS	S/1,414.80
FOTOP. ISDIN PED. TRANSP.SPRAY WET SKIN SPF50+ X 250 NEW	S/1,395.76
BYE GRIP NOCHE X 60 SOBRES	S/1,370.00
UREADIN FUSION SERUM LIFT ANTIARRUGAS 30 ML	S/1,284.36
FOTOP. ISDIN PED. LOTION SPRAY SPF50+ X 250ML	S/1,133.16
NUTRATOPIC Pro-AMP Crema 200 ml	S/888.98
FOTOP. ISDIN FUSION FLUID MINERAL SPF50+ 50ML	S/839.16
FOTOP. ISDIN COMPACT ARENA SPF50+ 10G C/F	S/801.63
ISDINCEUTICS GLICOISDIN CREMA 8% 50 G	S/742.07
UREADIN FUSION MELTING CREAM 50 ML	S/664.59
BYE GRIP DIA X 60 SOBRES	S/650.00
FOTOP. ISDIN FUSION GEL SPORT SPF50+ 100 ML	S/584.57

FOTOULTRA ISDIN 90 CREMA 50 ML	S/528.74
LERTAMINE 5 MG CAJA X 100 TAB	S/381.50
ISDINCEUTICS PIGM EXP 10u+NIGHT PEEL 10u	S/314.86
FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR BRONZE SPF50 50ML	S/282.60
ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE DAY 50ML	S/268.00
PACK FOTOULTRA AGE REPAIR FW 50ML+KOX EYES (MINI)	S/233.82
UREADIN ULTRA 10 LOTION PLUS 200ML C/F	S/198.45
UREADIN HIDRATACION INTENSA 50 ML	S/79.26
UREADIN LOCION 10 200ML	S/77.18
SILDENAFILO 100 MG CAJA X 100 TAB REC	S/65.00

*Fuente: Power Bi Desktop*

#### 2.5.5.4.2. Inventario B

A continuación, se muestran los artículos que conforman el grupo B, estos productos generan el 20 % de ingresos de la compañía.

*Tabla 8-Clasificación inventario B*

ARTÍCULOS	B
TEEN ACNIBEN BODY 150 ML C/F	S/4,734.22
FOTOP. ISDIN PED. FUSION MINERAL BABY SPF50 X 50ML	S/4,523.68
UREADIN ULTRA 20 CREAM 100ML C/F	S/3,493.38
TEEM ACNIBEN REPAIR CLEANSING EMULSION 180 ML	S/2,580.54
TEEN SKIN Rx ACNIBEN Renov Lab x 10 ml	S/2,475.72
ISDIN MICELLAR SOLUCION 400ML	S/2,453.68
QUINOCIP 500MG CAJA X 100 TAB REC	S/2,139.50
BYE GRIP X 100 TAB REC	S/1,944.08
NUTRADEICA GEL CREMA FACIAL 50ML	S/1,858.14
TEEN SKIN Rx ACNIBEN Repair Hidrat x 40 ml	S/1,618.38
TEEN SKIN ACNIBEN CONTROL BRILLO Y GRANOS 40 ML	S/1,379.92
NUTRADEICA GEL CREMA SHAMPOO 200 ML	S/1,374.11
DOLONEUROPRESS FORTE CAJA X 60 TAB,B,S/ 1315.80	S/1,315.80
UREADIN ULTRA 30 CREAM EXFOLIANTE 50 ML	S/1,213.38
MIGRADRIN-F CAJA X 100 TAB	S/1,016.60
TEEM ACNIBEN FACIAL CLEANSER FOAM 150 ML	S/945.49
DERMOSOL VISAGE SPF 100 X 10G X 20 SACHETS	S/893.42
UREADIN PODOS GEL OIL 75 ML	S/818.55

FARMOXYL-CL 875MG/125MG CAJA X 10 TAB REC	S/798.40
NUTRATOPIC PRO-AMP CREMA FACIAL 50 ML C/F	S/763.98
ISDIN WOMAN ANTI STRETCH CREAM 250 ML	S/706.42
ISDIN WOMAN FIRMING CREAM 200 ML	S/706.42
FOTOP. ISDIN HYDROOIL SPF30 X 200ML	S/704.20
ISDIN PROTECTOR LABIAL 50+	S/636.42
DERMOSOL GEL TRANSLUCIDO X 60G	S/607.67
UREADIN HAND CREAM PLUS 50 ML	S/558.78
DERMOSOL VISAGE SPF 100 TUBO X 60 G	S/537.90
BABARIA PACK RITUAL HYALURONIC (SERUM 30ML+CREMA 50ML)	S/484.30
MULTIGESICO 400 MG CAJA X 60 CAP	S/447.00
ISDINCEUTICS ESSENTIAL CLEANSING X 200 ML	S/440.51
FARMOXYL 500MG CAJA X 100 TAB REC	S/439.50
FARMOXYL 750MG/5MG FRASCO X 60 ML	S/432.00
ISDIN REPARADOR LABIAL STICK 4G	S/411.84
ACIDINO CAJA X 60 TAB	S/410.70
PROPOLEOS X 220ML	S/408.00
TEEN SKIN ACNIBEN LIMP.PURIFICANTE 150 ML	S/366.96
DERMOSOL PEDIATRICO SPF 100 X 10G X20 SACHETS	S/365.49
SULFACID BALSAMICO CAJA X 100 TAB	S/363.20
DOLOIBUPRESS FORTE CAJA X 100 TAB REC,B,S/	S/359.70
DEXONA 4 MG CAJA X 100 TAB	S/359.10
BABARIA PACK RITUAL HYALURONIC SERUM+CREMA+AMP	S/337.60
ESPASMEX COMPUESTO CAJA X 60 TAB	S/331.20
ZARIDON FLEX CAJA X 60 TAB REC	S/319.20
SULFACID FORTE CAJA X 100 TAB	S/318.50
KETAXAL 10 MG CAJA X 100 TAB	S/307.80
NEUROPRESS CAJA X 48 TAB REC	S/294.40
AVENA ISDIN LOCION CORPORAL HIDRATANTE 400ML	S/293.58
DERMOSOL PEDIATRICO SPF 100 60G	S/293.40
DEXAMECOR 4 MG CAJA X 100 TAB	S/286.50
LA COOPER ACLARA-T PLUS X 100 GR	S/270.24
LEVOXIDAL 500 MG CAJA X 10 TAB	S/238.15
BABARIA PACK RITUAL RETINOL SERUM+CREMA+AMPOLLA	S/211.00
BABARIA PACK RITUAL VITAMINA C SERUM+CREMA+AMPOLLA	S/211.00
NONGRIPP MAXIMA POTENCIA CAJA X 120 TAB	S/210.00
AVENA ISDIN GEL DE BAÑO PROTECTOR 750ML	S/209.72
DERMOSOL ECRAN SPF 70 10G X 20 SACHETS	S/207.24
BABARIA MASCARILLA FACIAL NEGRA	S/203.04

SOY LUNA ESTUCHE COLONIA + SHAMPOO	S/198.90
DERMOSOL COLOR SPF 70 X 70G	S/193.95
BABARIA ANTIMANCHAS CREMA INTENSIVA 50ML	S/187.00
ORFEDRIN 100 MG CAJA X 100 TAB LIB PROLONG	S/183.00
DERMOSOL FRUITS 20 STICK X 4.5G DISP.X 6 UND	S/182.91
CLUB SET COLONIA 50ML+BILLETERA ALIANZA LIMA	S/176.64
CLUB SET COLONIA 50ML+BILLETERA U	S/176.64
DERMOSOL GOLD SPF 70 X 10 G X 20 SACHETS	S/172.70
CLUB SET COLONIA 50ML+BODY SPRAY ALIANZA LIMA	S/166.80
CLUB SET COLONIA 50ML+BODY SPRAY U	S/166.80
DERMOSOL GOLD SPF 70 TUBO X 70G	S/150.85
BABARIA ANTIMANCHAS CONTORNO DE OJOS 30ML	S/149.60
UREN 100MG CAJA X 100 TAB RECUBIERTAS	S/147.60
SECRET LOVE TEMPTATION BODY MIST+BODY LOTION	S/147.00
MIOLENE CAJA X 100 TAB	S/142.90
DERMOSOL ECRAN SPF 70+ X 70G	S/129.30
BABARIA AGUA MICELAR BIFASICA WATER 400 ML	S/129.00
DERMOSOL GEL TRANSLÚCIDO X 10G X 20 SACHETS	S/126.80
LA COOPER ORTIN CAPILLAIRE SHAMPOO X 1 LT	S/125.56
BABARIA SERUM ACIDO HYALURONIC 30ML	S/123.60
SKY CITY GIFT SET EDT 50ML+BODY SPRAY EXTRA FRESH	S/122.50
AQUA DI BARI EST COLONIA 750ML+BODY LOTION 100ML+ESPONJA	S/117.76
WINNIE THE POOH GIFT SHAMPOO+JABON BARRA +BODY LOTION+ESPONJA	S/114.50
HEPADOXAN CAJA X 48 TAB REC	S/107.70
SILDENAFILO 50 MG X 100 TAB	S/106.80
BABARIA AMP VITAMIN C ANTIOX 5 UNID X 2ML	S/100.50
SECRET LOVE SEXI VANILLA BODY MIST+BODY LOTION	S/98.00
VOXAMINE 50 MG CAJA X 100 TAB	S/93.90
DERMOSOL EXTREMA SPF 50+ X 10G X 20 SACHETS	S/93.45
BABARIA SERUM RETINOL X 30ML	S/92.70
BABARIA SERUM VITAMINA C X 30ML	S/92.70
VINTAGE LEMONGRASS GIFT SET B SPRAY/B LOT/B SCRUB	S/91.60
BABARIA AGUA MICELAR SUAVE X 400 ML	S/90.40
BABARIA PACK RITUAL VITAMINA C (SERUM 30ML+CREMA 50ML)	S/80.60
LA COOPER PACK DE BELLEZA (CREMA MANOS-CORP-COLONIA)	S/78.75
SECRET LOVE GIFT SETS PINK COLONIA+BODY LOTION	S/76.02
SKY CITY GIFT SET EDT 50ML+BODY SPRAY XTREME ICE	S/73.50
DESLORAFEN 5 MG CAJA X 30 TAB	S/73.00

LA COOPER REPELT DEET CREMA X 10G X 20S DISP	S/69.42
DERMOSOL COLOR SPF 70 10G X 20 SACHETS,B	S/69.08
VINTAGE CHERRY BLOSSON GILF SET B SPRAY/B LOT/BODY SCRUB	S/68.70
SECRET LOVE BODY MIST 75ML+SHIMER CREAM 75ML PRETTY IN LOVE	S/63.90
DERMOSOL BEBE SPF 50+ X 10G X 20 SACHETS	S/62.30
BABARIA SERUM ACIDO GLICOLICO LIPOSOMAS X 30 ML	S/61.80
BABARIA CREMA FACIAL VIT C X 50 ML	S/54.88
BABARIA CREMA FACIAL ANTIARRUGAS RETINOL X 50ML	S/54.80
DERMOSOL CACAO Y KARITE STICK 4.5G X 6 UND	S/52.26
REY LEON SHAMPOO+BODYL+JABON BARRA+ESPONJA	S/45.80
LA COOPER CREMA DEPILATORIA X 10G X 20SACHET	S/43.50
POCOYO SET X 3 (TALCO-CREMA-SHAMPO)	S/43.20
SECRET LOVE BODY MIST 75ML + SHIMMER CREAM 75ML PARADISE	S/42.60
BABARIA BIO CREMA FACIAL HIDRATANTE DIA 50ML	S/41.50
SECRET LOVE COLOGNE 100 ML BEAUTY	S/41.00
SECRET LOVE COLOGNE SASSY 100 ML	S/41.00
LA GRANJA SHAMPOO+COLONIA+JABON BARRA+ ESPONJA	S/40.82
BABARIA PACK RITUAL RETINO (SERUM 30ML+CREMA 50ML)	S/40.30
NONGRIPP ANTIGRIPAL CAJA X 100 TAB	S/38.50
LA COOPER COLONIA CITRICA X 1 LT	S/28.00
BABARIA AMP TOTAL RESET REPARA Y RESTAURA X 5 X 15ML	S/27.50
SECRET LOVE GIFT SETS GOLDEN NIGHT COLONIA+BODY LOTION	S/25.34
BABARIA GEL FACIAL EXFOLIANTE 100 ML	S/22.90
BETTY BOOP GIFT SET CLASSY BODY MIST 120ML+JAB	S/22.06
BETTY BOOP GIFT SET SWEET BODY MIST 120ML+JAB	S/22.06
TOY STORY SHAMPOO 100ML+COLONIA 120ML+JABON BARRA 85GR+ESPON	S/21.20

*Fuente: Power Bi Desktop*

### 2.5.5.4.3. Inventario C

Finalmente, se muestran los productos que conforman el grupo C, estos son los artículos que generan el 10% de ingresos de la compañía.

Tabla 9-Clasificación inventario C

ARTÍCULOS	C
ABUBRON-BR X 60 ML SUSP.	S/2,905.00
FARMOXYL-CL 250 MG+62.5MG/5ML SUSP. 60ML	S/2,111.64
ABUBRON-AB X 60 ML SUSP.	S/2,046.50
CLODERM COMP. CREMA X 20GR	S/1,609.20
BABARIA LACA SPRAY 400ML	S/1,123.84
LA COOPER CREMA DEPILATORIA TUBO X 100G C/ PALETA	S/1,082.72
FARMOXYL CL 500MG/125MG CAJA X 10 TAB REC	S/813.00
ABRIBRONC 35MG/5ML X 120 ML	S/678.00
BABARIA CHAMPU PURIFICANTE S.O.S. CASPA 500ML	S/512.74
LA COOPER DERMOACNE CARBON ACTIVO X 100G	S/450.30
SILDEX 100 MG CAJA X 1 TAB	S/430.50
BABARIA CHAMPU ENERGIZANTE S.O.S. CAIDA 500ML	S/416.00
BABARIA CURLY MOUSSE POTENCIADOR RIZOS INFINITOS 250 ML	S/409.14
LA COOPER CREMA CONCHA DE NACAR SPF10 X 100G	S/406.54
BABARIA MASCARILLA CAPILAR CEBOLLA 400 ML	S/401.28
BABARIA CHAMPU DE CEBOLLA 600+100	S/400.80
LA COOPER ACLARA-T DESODORANTE ROLL ON DAMA X 50G	S/369.52
LA COOPER CROL FOR MEN DESOD. ROLL ON X 50 G	S/364.67
LA COOPER VASELINA PURA POTE X 80 G	S/353.25
LA COOPER JABON REJUENECE PLUS X 80G	S/349.36
ZARIDON CAJA X 20 TAB	S/345.00
BABARIA CHAMPU DE COCO Y BIOTINA 700 ML	S/340.00
LA COOPER ACLARA-T AGUA TONICA DE ROSAS X 60 ML	S/332.08
LA GRANJA DE ZENON TOALLITAS HUMEDAS 100 PCS	S/324.48
LA COOPER ACLARA-T JABON AVENA 80 GR	S/320.32
LA COOPER JABON CONCHA DE NACAR X 80 GR	S/312.06
LA COOPER ACLARA-T AGUA TONICA MANZANILLA X 60 ML	S/305.28
LA COOPER JABON REJUENECE PLUS CON ARROZ 80G	S/276.32
BABARIA CHAMPU PROTECTOR COLOR CAPTURE 500ML	S/240.48
LA COOPER ACLARA-T JABON X 80G	S/238.63
REY LEON TOALLITAS HUMEDAS ANTIBACT X 100 PCS	S/237.12
DINOSAURIOS TOALLITAS HUMEDAS 2 X 100 PCS	S/228.62
LA COOPER REJUENESE PLUS CREMA HYALURONIC 100G	S/227.98
SOY LUNA COLONIA 100 ML	S/226.84
LA COOPER COLONIA CITRICA X 250ML	S/216.48
MASHA Y EL OSO TOALLITAS HUMEDAS X 100 PCS	S/214.20



POCOYO TOALLITAS HUMEDAS X 100 PCS	S/213.72
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL NOR A SECA 10GX20S	S/196.68
DOLOSIN GEL 1% X 50GR	S/189.00
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 NUTRITIVA X 10 G X 20 S	S/186.54
LA COOPER REPELT DEET SOLUCION FCO. 90 ML	S/182.56
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL NORMAL A SECA 100G	S/179.34
LA COOPER DERMOACNE JABON FACIAL 100G	S/173.97
LA GRANJA COLONIA 120 ML	S/173.84
BABARIA GEL FRIO PIES Y PIERNAS CANSADAS 150 ML	S/172.90
BABARIA MASCARILLA ACEITE DE COCO X 400 ML	S/172.20
DERMOSOL POST SOLAR SPF 6 X 240 G	S/168.80
TOY STORY COLONIA 120 ML	S/163.24
LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA HYALURONIC 10G X 20S DISP	S/160.88
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 HIDRATANTE X 10GX20S	S/157.14
PARDIL 500 MG CAJA X 6 TAB	S/154.00
GALLINA PINTADITA COLONIA 120 ML	S/152.40
CLUB ALIANZA LIMA COLONIA X 100 ML	S/148.40
LA COOPER ACLARA-T CREMA B3 PIEL MIXTA A GRASA X 10GX20S	S/147.00
LA COOPER GEL INTIME FCO. X 150 ML	S/147.00
SECRET LOVE BODY MIST 75ML + SHIMMER CREAM 57ML SEDUCTION	S/144.00
BABARIA POST SOLAR TROPICAL GEL 200ML	S/141.12
CLUB UNIVERSITARIO DE DEPORTES COLONIA 100 ML	S/137.80
DUCLONEX 150 MG CAJA X 2 CAP	S/137.20
CLUB BODY SPRAY U GARRA CREMA 150ML	S/131.40
LA COOPER CROL FOR MEN JABON X 100G	S/131.36
LEVOXIDAL 750MG CAJA X 5 TAB	S/125.00
TOY STORY JABON LIQUIDO 300 ML	S/119.20
SKY CITY TALCO PARA PIES PACK 240 GR + 100 GR	S/118.20
VINTAGE BODY MIST 100ML + BODY WASH 125ML CHERRY BLOSSON	S/117.60
FARMOXYL 500MG/5ML FRASCO X 60ML	S/115.50
POCOYO JABON DE GLICERINA BEBE	S/112.70
SILDEX 50 MG CAJA X 1 TAB	S/112.50
SOY LUNA SHAMPOO 300 ML	S/111.60
GALLINA PINTADITA JABON LIQUIDO 300 ML	S/110.30
LA GRANJA JABON LIQUIDO 300 ML	S/110.30
LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL COCO Y AVENA 450G	S/108.32
BABARIA CHAMPU CONTROL ONLY CURLS 500ML	S/106.42
LA GRANJA SHAMPOO 300 ML	S/101.40
TOY STORY SHAMPOO 300 ML	S/101.40

BABARIA ESPUMA DE AFEITAR ALOE VERA 300ML	S/99.40
WINNIE THE POOH COLONIA 120ML	S/95.40
BABARIA GEL DE BAÑO LECHE COCO & VAINILLA 1000ML	S/92.50
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA LIMON 70 ML	S/91.74
LA COOPER COLONIA CITRICA X 500ML	S/89.58
LA COOPER ACLARA-T AGUA MICELAR 120ML	S/89.10
LA COOPER REPELT DEET CREMA FCO. 120G	S/87.08
BABARIA CREMA MANOS UREA 50 ML	S/81.20
VINTAGE BATH SET CHERRY BLOSSOM BODY WASH&BODY LOTION	S/78.40
BABARIA DEO ROLL ON AVENA 50 ML	S/75.60
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA FRESA 30 ML	S/74.70
DERMOSOL EXTREMA SPF 50+ TUBO X 70 G	S/72.96
PARDIL SUSP. 100 MG/5 ML FCO X 60 ML	S/70.00
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA LIMON X 30 ML	S/69.72
BABARIA CHAMPU RESET REPARA Y REESTRUCTURA 500ML	S/69.50
BABARIA CHAMPU ESENCIAL HIDRATA Y NUTRE 500ML	S/69.10
GALLINA PINTADITA SHAMPOO 300ML	S/68.05
DICODRIN 20 MG CAJA X 30 TAB	S/68.00
BABARIA DEO ROLL ON ALOE 50 ML	S/67.20
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA FRESA 70 ML	S/66.72
BABARIA JABON INTIMO ALOE 300 ML	S/66.50
POCOYO HISOPOS 200 PCS	S/63.60
BABARIA BODY MILK LECHE CORPORAL AVENA X 400 ML	S/61.72
LA COOPER ACLARA-T AGUA MICELAR 60ML	S/58.85
VINTAGE BATH SET LEMONGRASS BODY WASH&BODY LOTION	S/58.80
LA GRANJA ESTUC. SHAMPOO+JABON LIQUIDO+COLONIA	S/56.40
BABARIA MASCARILLA FACIAL MICROBIOTA 20 ML	S/55.50
LA COOPER VASELINA PURA POTE X 15 G	S/55.44
BABARIA DEO SPRAY INVISIBLE VIT B3 X 200 ML	S/54.05
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- ALOE VERA	S/49.20
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- ROSA MOSQUETA	S/49.20
BABARIA DEO PIES SPRAY ALOE VERA 150 ML	S/48.80
BABARIA DEFENSE PROTECTOR TERMICO 250 ML	S/48.33
LA COOPER ECO REPELT DEET 7.5 FAMILIAR 120 ML	S/47.90
LA COOPER CREMA CONCHA DE NACAR SPF 10 10G X 20S DISP	S/46.53
BABARIA BODY MILK ALMENDRAS DULCES 400ML	S/46.20
DINAXIL 500MG CAJA X 10 TAB	S/44.70
BABARIA DEO ROLL ON INVISIBLE 50 ML	S/44.10
LA COOPER ACIDO BORICO X 50 GR C/ ZIPPER	S/43.92

DINOSAURIOS SHAMPO PARA BEBES 750 ML	S/41.92
BABARIA GEL DE BAÑO AVENA 600ML	S/41.10
LA COOPER PACK 4 PETIT BEBE (ACEITE,SHAMPO,TALCO)	S/39.72
BABARIA FOTOP. CREMA FACIAL SPF50 BB ROSA MOSQUETA 75ML	S/39.60
BABARIA CREMA PIES ANTI-DUREZAS 50 ML	S/39.30
REY LEON EST SHAMPOO 300ML + JABON LIQUIDO 300ML	S/39.20
BABARIA BODY VIT B3+LECHE CORPORAL 500ML	S/39.00
BABARIA BODY VIT C+ LECHE CORPORAL 500ML	S/39.00
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- CITRICO	S/38.95
AQUA DI BARI JABON DE GLICERINA- NEUTRO	S/38.95
DINOSAURIOS HISOPOS X 500 PCS	S/38.40
AQUA DI BARI COLONIA 100ML+BODY LOTION 100ML+ESPONJA LAVANDA	S/37.60
AQUA DI BARI COLONIA 100ML+BODY LOTION100ML+ESPONJA ROSAS	S/37.60
GALLINA PINTADITA SHAMPOO 300+ JABON LIQUIDO+ ESPONJA	S/37.60
BABARIA GEL DE BAÑO ALMENDRAS DULCES 1000 ML	S/37.00
BABARIA DEO BODY SPRAY BLACK GOLD 150+50 ML	S/36.90
BABARIA DEO BODY SPRAY CHOCOLATE 150+50 ML	S/36.90
BABARIA DEO BODY SPRAY SPLASH 150+50 ML	S/36.90
DERMOSOL BEBE SPF 50+ X 70 G	S/36.48
SKY CITY GEL CAPILAR STRONG 100 GR	S/35.60
BABARIA DEO ROLL-ON SENSITIVE	S/35.40
LA COOPER ECO REPELT DEET 7.5% X 10GR X 20 SACHETS	S/35.25
AQUA DI BARI LACA EXTRA FIRME 300 ML	S/35.10
AQUA DI BARI LACA SPRAY FIRME 300 ML	S/35.10
BETTY BOOP PACK 03 JABONES	S/34.20
LA COOPER OXIDO DE ZINC X 50 GR C/ ZIPPER	S/33.84
ARCOXIB 90MG CAJA X 10 TAB	S/32.70
AQUA DI BARI EST COLONIA 100ML+2 JABONES GLICERINA 100GR	S/32.60
BABARIA KERATINA LIQUIDA 300ML	S/32.22
LA COOPER COLONIA CITRICA X 120 ML	S/32.00
BABARIA DEO ROLL ON SKIN PROTECT X 50 ML	S/31.50
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA LIMON 165ML	S/30.18
VINTAGE BODY LOTION 100ML + BODY WASH 125ML VANILLA	S/29.40
SKY CITY BODY SPRAY 150 ML DOUBLE BLACK	S/28.80
SKY CITY BODY SPRAY 150 ML TITANIUM	S/28.80
SKY CITY BODY SPRAY 150 ML XTREME ICE	S/28.80
SKY CITY BODY SPRAY 150ML EXTRA FRESH	S/28.80
SPIDERMAN JABON LÍQUIDO 250 ML ( CABECITAS )	S/28.80

BABARIA CREMA MANOS ACEITE DE OLIVA 75ML	S/28.50
ALICAM FORTE 500 MG CAJA X 100 TAB	S/27.80
BABARIA GEL DE BAÑO ALOE HID. 600ML	S/27.40
BABARIA MASCARILLA INTENSIVA COLOR PURPLE 400 ML	S/26.26
BABARIA MASCARILLA INTENSIVA NUTRITIVE&REPARADOR 400ML	S/26.26
BABARIA MASCARILLA INTENSIVA ONLY CURS 400ML	S/26.26
LA COOPER DRY FOOT EVOLUTION FCO. X 180G	S/26.10
BABARIA DEO ROLL ON CERO 50 ML	S/25.20
BABARIA DEO ROLL ON COTTON 50 ML	S/25.20
BABARIA DEO ROLL ON DOBLE EFECTO 50 ML	S/25.20
BABARIA FOTOP. SOLAR SPF50+ PIELES SENSIBLES 200ML,	S/22.40
LA COOPER ACLARA-T SCRUB CREMA ROSTRO, MANOS Y CUERPO 150ML	S/22.36
TOY STORY TOALLITAS HUMEDAS ANTIBACT X 80 PCS	S/22.00
CLUB BODY SPRAY ALIANZA L CLASSIC 150ML	S/21.90
CLUB BODY SPRAY U CLASSIC 150 ML	S/21.90
BABARIA DEO SPRAY CERO PROBIOTICO X 200 ML	S/21.60
BABARIA GEL EXTREME CONTROL X 150 ML	S/21.40
LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA FRESA 30ML	S/20.25
LA COOPER QUITA ESMALTE NO ACETONA LIMON 30ML	S/20.25
CLUB ALIANZA LIMA GIFT KISD SHAMPO 350ML+JABON LIQ 236ML	S/19.60
BABARIA BODY MILK ACEITE DE OLIVA 400 ML	S/18.80
LA COOPER VASELINA PURA POTE X 5 G	S/18.72
LA COOPER ASEA-T JABON HENO DE COOPER X 100G C/BOPP	S/18.42
REY LEON GIFT SET JABON LIQUIDO + BODY LOTION 100ML	S/18.00
REY LEON COLONIA 120 ML	S/17.80
LA COOPER PACK 2 PETIT BEBE (CREMA,SHAMPO,JABON)	S/17.24
SKY CITY ESPUMA DE AFEITAR 200 ML MENTOL	S/16.06
SKY CITY ESPUMA DE AFEITAR 200 ML ORIGINAL	S/16.06
BABARIA BODY MILK ALOE CON VITAMINA E 400ML	S/15.40
LA COOPER QUITA ESMALTE CON ACETONA FRESA 165ML	S/15.09
LA COOPER DRY FOOT EVOLUTION FCO. X 70G	S/14.94
CLUB BODY SPRAY ALIANZA L 1901 150ML	S/14.60
LA COOPER ACLARA-T CREMA CORPORAL ALMENDRAS Y VAINILLA 450ML	S/13.54
BABARIA POST SOLAR BALSAMO EFECTO HIELO ALOE X 200	S/13.50
POCOYO SHAMPOO PARA BEBES 750ML	S/13.40
BABARIA CREMA PIES HIDRATANTE 150 ML	S/13.30
BABARIA TOALLITAS DEMAQ.ALOE X 25 UNID	S/13.30
BABARIA PACK JABON LIQUIDO BABY 500+100ML	S/12.00

LA COOPER REJUVECECE PLUS CREMA Q10 X 50 G	S/11.89
BABARIA JABON DE MANOS COCO 500ML	S/11.40
LA COOPER JABON INTIME X 100 G	S/11.20
BABARIA DEO SPRAY DOBLE EFECTO VIT E X 200 ML	S/10.81
BABARIA CONTROL GEL FLEXIBLE ACABADO CERA 200 ML	S/10.74
POCOYO ACEITE BEBES 200 ML	S/9.90
AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML MANZANA VERDE	S/9.80
AQUA DI BARI JABON LIQ ANTIBACT 440 ML FRUTOS ROJOS	S/9.80
POCOYO TALCO BEBES 625 GR	S/9.00
WINNIE THE POOH SHAMPOO X 300ML,C,S/ 9.00	S/9.00
AQUA DI BARI JABON LIQ DOYPACK 800 ML FRUTOS ROJOS	S/8.90
LA COOPER PETIT TALCO BEBE X 180 G	S/8.39
LA COOPER CREMA LECHUGA SPF 10 X 50G	S/7.78
CLUB ALIANZA LIMA JABON LIQUIDO 236 ML	S/7.30
CLUB U DE DEPORTES JABON LIQUIDO 236 ML	S/7.30
SKY CITY BODY SPRAY LADY ROSE 150 ML	S/7.20
SKY CITY BODY SPRAY LADY SWEET 150 ML	S/7.20
DINOSAURIOS TALCO PARA BEBES 625 GR	S/6.50
AQUA DI BARI GEL SANITIZANTE 50ML	S/6.39
UMBRO BODY SPRAY 150 ML ACTION	S/5.50
UMBRO BODY SPRAY 150 ML ICE	S/5.50
ISDIN GERMISDIN ALOE VERA 250ML	S/0.00
ISDIN GERMISDIN HAND CLEANSING GEL 120 ML	S/0.00
ISDIN GERMISDIN ORIGINAL 250ML	S/0.00
ISDIN GERMISDIN ORIGINAL 500ML	S/0.00

*Fuente: Power Bi Desktop*

## 2.5.6. Cronograma de actividades y presupuesto

### 2.5.6.1. Cronograma de actividades

Figura 40-Cronograma de actividades

N	ACTIVIDADES	SEMANAS						
		ENERO	FEBRERO	MARZO				
1	Selección de empresa y propuesta del tema de investigación	■						
2	Solicitar permiso a la empresa para extraer información relevante	■						
3	Evaluación y diagnóstico de la empresa	■						
4	Detección de la problemática de la empresa y el área que la contiene	■						
5	Realización de la introducción, marco teórico, antecedentes, justificación y objetivos		■					
6	Selección de la metodología a aplicar y diseño de la investigación		■					
7	Selección de la población y muestra		■					
8	Diseño de la matriz de operacionalización de variables		■					
9	Diseño de técnicas e instrumentos para la recolección de datos			■				
10	Convalidar los instrumentos con expertos			■				
11	Transformación de datos en la aplicación POWER BI bajo la metodología ABC				■			
12	Seleccionar los primeros 30 productos del inventario A				■			
13	Extracción y obtención de la base de datos de la empresa				■			
14	Filtrar los datos necesarios para la investigación				■			
15	Ingresar los datos a los instrumentos				■			
16	Interpretar los resultados en la matriz de datos				■			
17	Aplicación de la estadística en base a los resultados					■		
18	Redacción de la discusión, limitaciones, interpretación comparativa e implicancias del proyecto						■	
19	Establecer las conclusiones sobre la información obtenida.							■
20	Finalizar cambios en la documentación y presentación de la tesis y proyecto							■

Fuente: Elaboración propia

### 2.5.6.2. Presupuesto del proyecto de ingeniería

Figura 41-Presupuesto del proyecto de ingeniería

PRESUPUESTO REALIZACIÓN DE TESIS Y PROYECTO “ANALÍTICA DE DATOS APLICANDO LA METODOLOGÍA ABC EN LA GESTIÓN DE INVENTARIO DE LA EMPRESA CONFIA E.I.R.L.”				
<b>SERVICIOS</b>				
Cant.	Descripción	Tiempo (meses)	P. Mensual	Total
1	Internet	3	S/ 190.00	S/ 570.00
1	Luz	3	S/ 220.00	S/ 660.00
				S/ 1,230.00
<b>RECURSOS MATERIALES</b>				
Cant.	Descripción	Tiempo (meses)	P. Mensual	Total
1	Laptop	-	S/ 1,499.00	S/ 1,499.00
500	Hojas	-	S/ 17.50	S/ 17.50
				S/ 1,516.50
<b>RECURSOS HUMANOS</b>				
Cant.	Descripción	Tiempo (meses)	P. Mensual	Total
1	Líder del proyecto	3	S/ 5,000.00	S/ 15,000.00
1	Analista de datos	3	S/ 5,000.00	S/ 15,000.00
				S/ 30,000.00
<b>TOTAL DEL PROYECTO</b>				<b>S/ 32,746.50</b>

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS

#### 3.1. Confiabilidad del instrumento por alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
78,2%	80.2%	5

Existe muy buena consistencia interna entre los ítems del instrumento por tanto existe muy buena confiabilidad elaborado para el recojo de la información de la presente tesis, de la variable independiente de Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC es 80,2%.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
82,4%	84.1%	5

Existe muy buena consistencia interna entre los ítems del instrumento por tanto existe muy buena confiabilidad elaborado para el recojo de la información de la presente tesis, de la variable dependiente la Gestión De Inventario es 84,1%.

#### 3.2. Aplicación de la estadística descriptiva de las variables

*Tabla 10-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N.º de veces que rota el inventario de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L.*

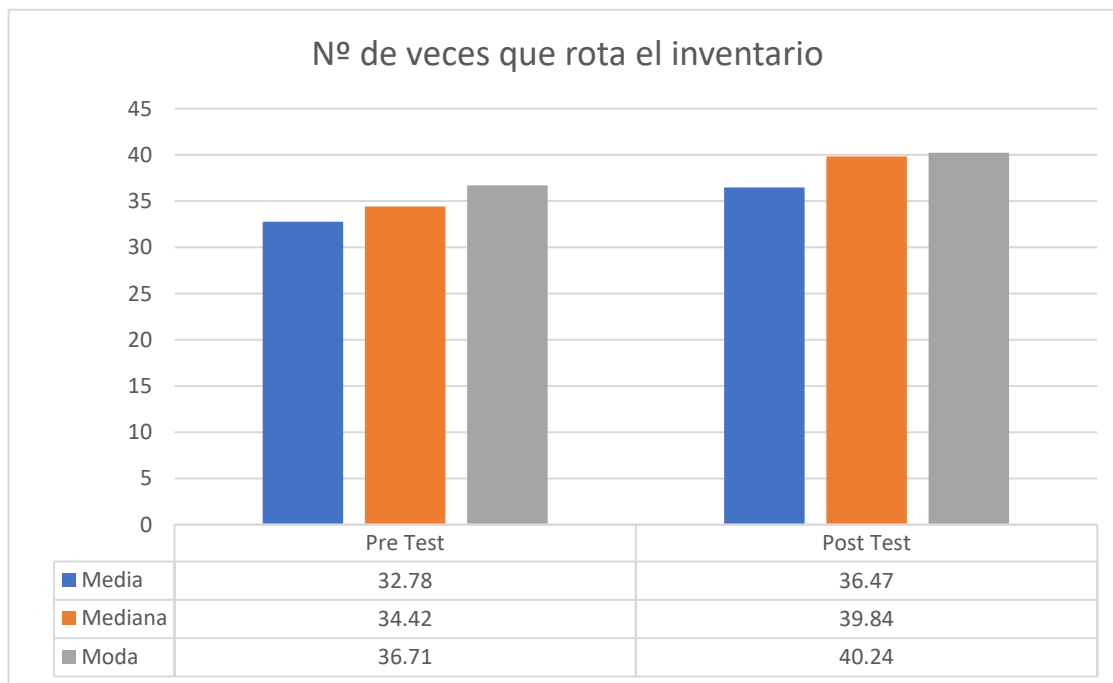
<b>Nº de veces que rota el inventario</b>	<b>Pre Test</b>	<b>Post Test</b>
Media	32.78	36.47
Mediana	34.42	39.84



Moda	36.71	40.24
------	-------	-------

*Fuente: Elaboración Propia*

*Figura 42-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N° de veces que rota el inventario de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L*



*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

En la tabla 10 para el indicador N.º de veces que rota el inventario se evidencia que el promedio de puntuación en el pre test fue 32.78 y el promedio en el post test fue 36.47. Con respecto a la mediana para el pre test el 50% tuvo una puntuación menor o igual a 34.42 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 36.71%, en el post test el 50% de clientes tuvo una puntuación menor o igual a 39.84 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 40.24%. La moda (puntuaciones con más repeticiones) del pre test fue de 36.71 y del post test fue de 40.24. Concluyendo que, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente el N.º de

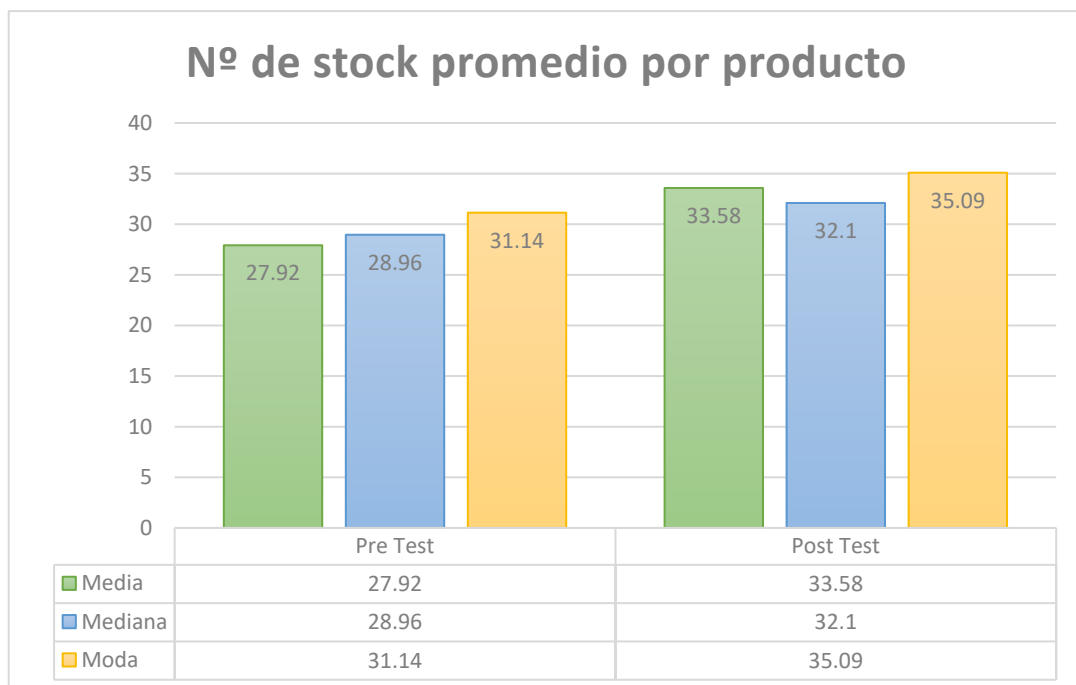
veces que rota el inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L. en un 3.5% en el promedio de puntuación.

*Tabla 11-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N.º de stock promedio por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L.*

<b>Nº de stock promedio por producto</b>	<b>Pre Test</b>	<b>Post Test</b>
Media	27.92	33.58
Mediana	28.96	32.10
Moda	31.14	35.09

*Fuente: Elaboración Propia*

*Figura 43-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N.º de stock promedio por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L.*



*Fuente: Elaboración Propia*

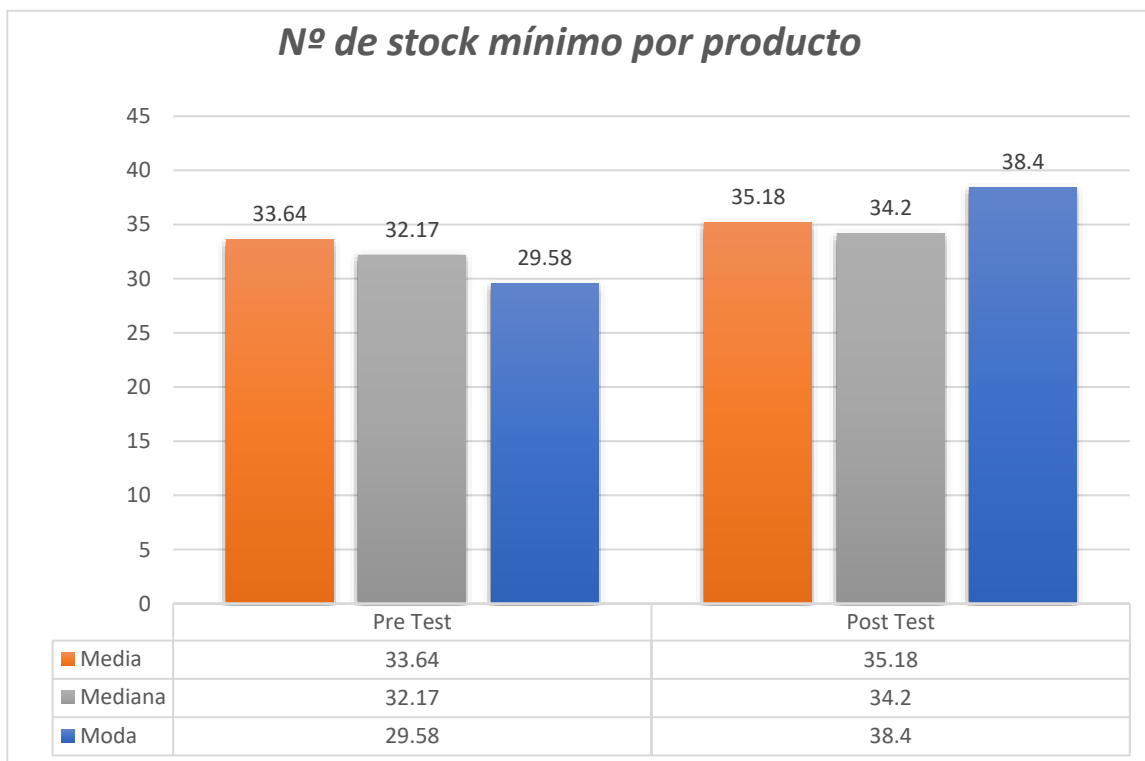
En la tabla 11 para el indicador N.º de stock promedio por producto se evidencia que el promedio de puntuación en el pre test fue 27.92 y el promedio en el post test fue 33.58. Con respecto a la mediana para el pre test el 50% tuvo una puntuación menor o igual a 28.96 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 31.14%, en el post test el 50% de clientes tuvo una puntuación menor o igual a 32.10 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 35.09%. La moda (puntuaciones con más repeticiones) del pre test fue de 31.14 y del post test fue de 35.09. Concluyendo que, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente el N.º de stock promedio por producto de la empresa CONFIA E.I.R.L. en un 3.9% en el promedio de puntuación.

*Tabla 12-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Nº de stock mínimo por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L.*

<b>Nº de stock mínimo por producto</b>	<b>Pre Test</b>	<b>Post Test</b>
Media	33.64	35.18
Mediana	32.17	34.20
Moda	29.58	38.40

*Fuente: Elaboración Propia*

Figura 44-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N° de stock mínimo por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L.



*Fuente: Elaboración Propia*

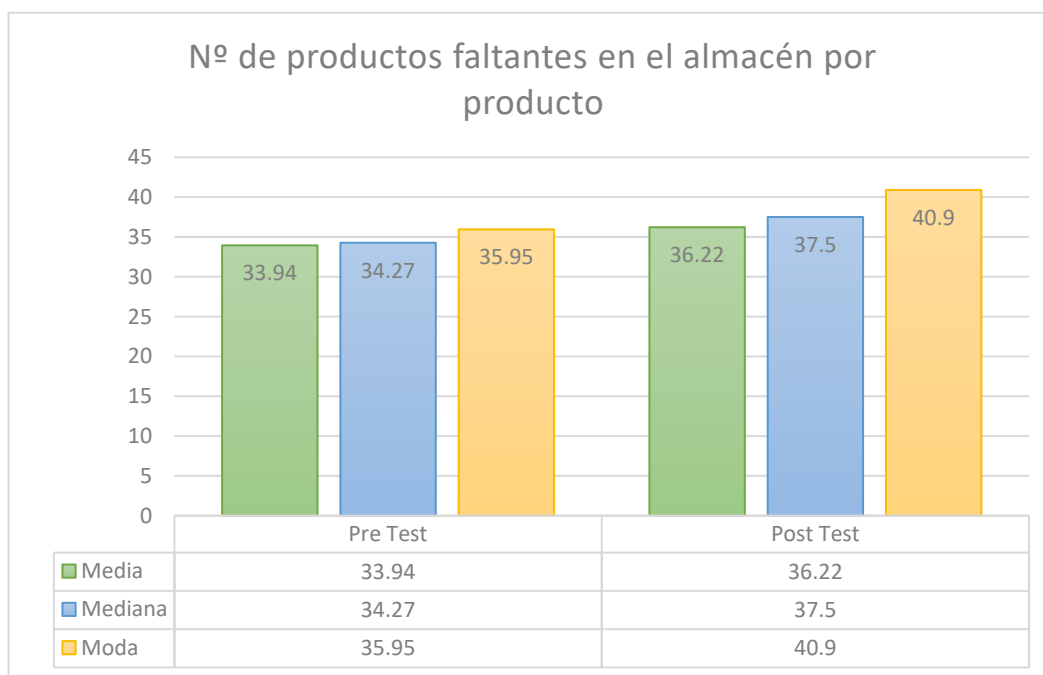
En la tabla 12 para el indicador N.º de stock mínimo por producto se evidencia que el promedio de puntuación en el pre test fue 33.64 y el promedio en el post test fue 35.18. Con respecto a la mediana para el pre test el 50% tuvo una puntuación menor o igual a 32.17 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 29.58%, en el post test el 50% de clientes tuvo una puntuación menor o igual a 34.20 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 38.40%. La moda (puntuaciones con más repeticiones) del pre test fue de 29.58 y del post test fue de 38.40. Concluyendo que, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente el N.º de stock promedio por producto de la empresa CONFIA E.I.R.L. en un 8.7% en el promedio de puntuación.

Tabla 13-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N.º de productos faltantes en el almacén por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L.

<b>Nº de productos faltantes en el almacén por producto</b>	<b>Pre Test</b>	<b>Post Test</b>
Media	33.94	36.22
Mediana	34.27	37.50
Moda	35.95	40.90

*Fuente: Elaboración Propia*

Figura 45-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Nº de productos faltantes en el almacén por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L.



*Fuente: Elaboración Propia*

En la tabla 13 para el indicador N.º de productos faltantes en el almacén por producto se evidencia que el promedio de puntuación en el pre test fue 33.95 y el promedio en el post test fue 36.22. Con respecto a la mediana para el pre test el 50% tuvo una puntuación menor o igual a 34.27 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a

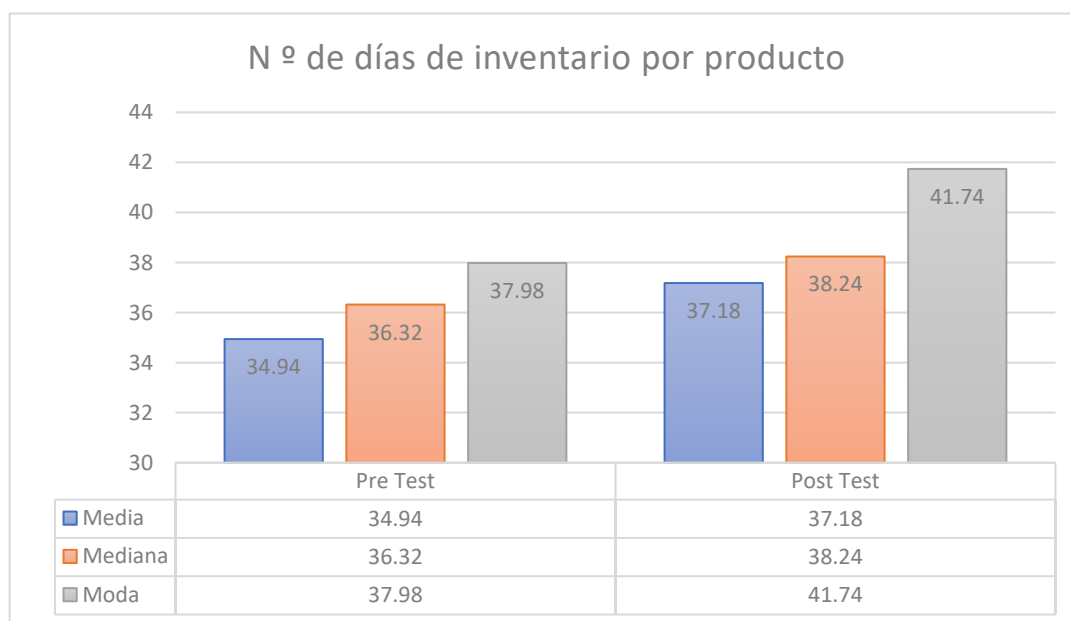
35.95%, en el post test el 50% de clientes tuvo una puntuación menor o igual a 37.50 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 40.90%. La moda (puntuaciones con más repeticiones) del pre test fue de 35.95 y del post test fue de 40.90. Concluyendo que, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente el N.º de productos faltantes en el almacén de la empresa CONFIA E.I.R.L. en un 5.05% en el promedio de puntuación.

Tabla 14-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N ° de días de inventario por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L.

N ° de días de inventario por producto	Pre Test	Post Test
Media	34.94	37.18
Mediana	36.32	38.24
Moda	37.98	41.74

Fuente: Elaboración Propia

Figura 46-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador N ° de días de inventario por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L.



Fuente: Elaboración Propia

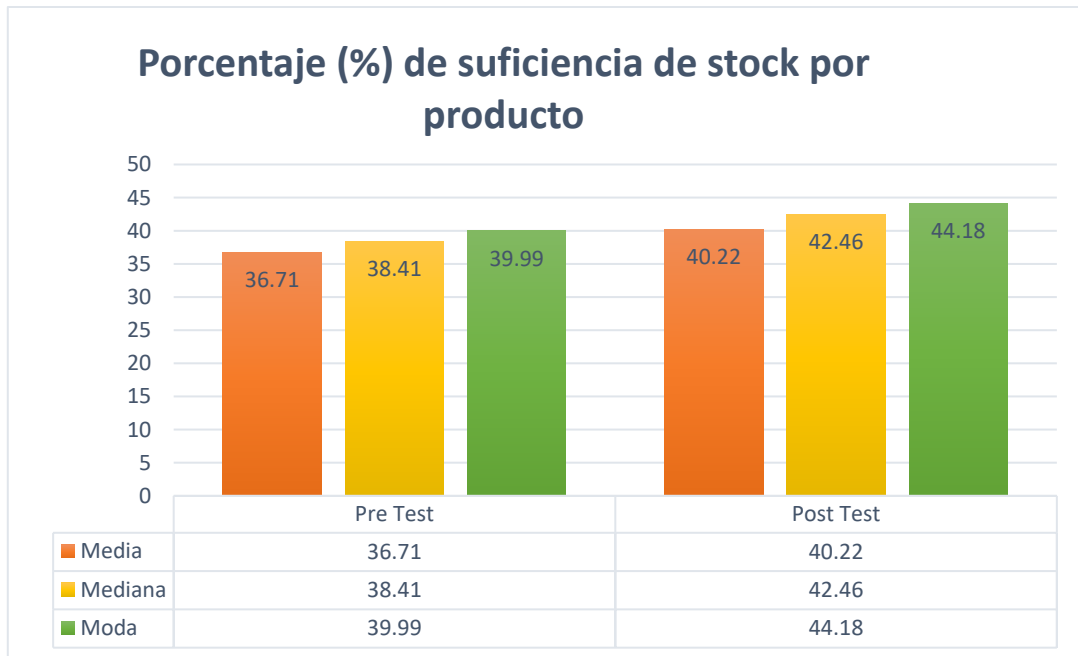
En la tabla 14 para el indicador N ° de días de inventario por producto se evidencia que el promedio de puntuación en el pre test fue 34.94 y el promedio en el post test fue 37.18. Con respecto a la mediana para el pre test el 50% tuvo una puntuación menor o igual a 36.32 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 37.98%, en el post test el 50% de clientes tuvo una puntuación menor o igual a 38.24 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 41.74%. La moda (puntuaciones con más repeticiones) del pre test fue de 37.98 y del post test fue de 41.74. Concluyendo que, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente el N ° de días de inventario por producto de la empresa CONFIA E.I.R.L. en un 3.87% en el promedio de puntuación.

*Tabla 15-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confia E.I.R.L.*

<b>Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto</b>	<b>Pre Test</b>	<b>Post Test</b>
Media	36.71	40.22
Mediana	38.41	42.46
Moda	39.99	44.18

*Fuente: Elaboración Propia*

Figura 47-Medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L.



Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 15 para el indicador medidas de tendencia central del pre test y post test del indicador Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto de la variable Gestión De Inventario en la empresa Confía E.I.R.L se evidencia que el promedio de puntuación en el pre test fue 36.71 y el promedio en el post test fue 40.22. Con respecto a la mediana para el pre test el 50% tuvo una puntuación menor o igual a 38.41 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 39.99%, en el post test el 50% de clientes tuvo una puntuación menor o igual a 42.46 y el otro 50% tuvo una puntuación menor o igual de moda a 44.18%. La moda (puntuaciones con más repeticiones) del pre test fue de 39.99 y del post test fue de 44.18. Concluyendo que, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente el Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto de la empresa CONFIA E.I.R.L. en un 4.19% en el promedio de puntuación.



### 3.3. Aplicación de la estadística inferencial de las variables

#### 3.3.1. Normalización de la influencia de las variables 1 y 2

Ho:” La variable independiente Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC y la variable dependiente gestión de inventario se distribuyen en forma normal”

H1: “La variable independiente Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC y la variable dependiente gestión de inventario no se distribuyen en forma normal”

N. S= 0.05

Figura 48-Normalización de la influencia de las variables 1 y 2

	Pre-test			Post-test		
	shapiro wilk			shapiro wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	0,012	30	0,002	0,002	30	0,001
V2: Gestión de inventario	0,009	30	0,002	0,002	30	0,001

Fuente: Elaboración propia

Se observa en la columna siguiente shapiro wilk de todos son menores que 0.05, lo cual se rechaza la hipótesis Nula.

Concluimos que La variable independiente Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC y la variable dependiente gestión de inventario no se distribuyen en forma normal. Por tanto, aplicaremos la prueba estadística no paramétrica de escala ordinal de rho de Spearman.

### 3.3.2. El planteo de las Hipótesis General

Ho: “La analítica de datos aplicando la metodología ABC no mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”

H1: “La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”

a. N.S: 0.05

b. La Contrastación de la Hipótesis:

Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman.

Figura 49-Matriz de correlaciones

			Matriz de Correlaciones			
			Pre-test		Post-test	
			V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2: gestión de inventario	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2: gestión de inventario
Rho de Spearman	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	Coefficiente de correlación	1,000	0,698	1,000	0,742
		Sig. (bilateral)	.	0,019	.	0,017
		N	30	30	30	30
	V2: gestión de inventario	Coefficiente de correlación	0,698	1,000	0,742	1,000
		Sig. (bilateral)	0,019	.	0,017	.
		N	30	30	30	30

Fuente: Elaboración propia en SPSS

Finalmente Se Observa Que Hay Una Marcada Relación Entre Las Variables Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC y la gestión de inventario en una significancia bilateral 0,017.

c. Conclusión:

Se puede concluir que, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L. Tiene un nivel de confiabilidad del 74.2%.

**3.3.3. El planteo de las Hipótesis Específica 1**

Ho:” La analítica de datos aplicando la metodología ABC no mejorará significativamente la planificación en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”

H1: “La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la planificación en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”

a. N.S: 0.05

b. La Contrastación de la Hipótesis:

c. Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman

Figura 50-Matriz de correlaciones

			Pre-test		Post-test	
			V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2 d1: Planificación	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2 d1: Planificación
Rho de Spearman	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	Coficiente de correlación	1,000	0,721	1,000	0,742
		Sig. (bilateral)	.	0,017	.	0,011
		N	30	30	30	30

	V2 d1: Planificación	Coeficiente de correlación	0,721	1,000	0,742	1,000
		Sig. (bilateral)	0,017	.	0,011	.
		N	30	30	30	30

*Fuente: Elaboración propia en SPSS*

Finalmente se observa que hay una relación entre la Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC y la Planificación en una significancia bilateral 0,011.

**d.** La conclusión:

Se puede concluir, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la planificación en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L. Tiene un nivel de confiabilidad del 74.2%.

**3.3.4. El planteo de las Hipótesis Específica 2**

Ho: “La analítica de datos aplicando la metodología ABC no mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”

H1: “La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”

**a.** N.S: 0.05

**b.** La Contrastación de la Hipótesis:

**c.** Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman

Figura 51-Matriz de correlaciones

			Pre-test		Post-test	
			V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2 d2: Control	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2 d2: Control
Rho de Spearman	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	Coeficiente de correlación	1,000	0,735	1,000	0,782
		Sig. (bilateral)	.	0,017	.	0,010
		N	30	30	30	30
	V2 d2: Control	Coeficiente de correlación	0,735	1,000	0,782	1,000
		Sig. (bilateral)	0,017	.	0,010	.
		N	30	30	30	30

Fuente: Elaboración propia en SPSS

Finalmente se observa que hay una relación entre la Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC y el Control en una significancia bilateral 0,010.

**d. La conclusión:**

Se puede concluir, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L. Tiene un nivel de confiabilidad del 78.2%.

**3.3.5. El planteo de las Hipótesis Específica 3**

Ho: ” La analítica de datos aplicando la metodología ABC no mejorará significativamente la organización en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”

H1: “La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la organización en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L”

- a. N.S: 0.05
- b. La Contrastación de la Hipótesis:
- c. Pruebas estadísticas no paramétricas de escala Ordinal. Utilizaremos la prueba de Rho de Spearman

Figura 52-Matriz de correlaciones

			Pre-test		Post-test	
			V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2 d3: Organización	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	V2 d3: Organización
Rho de Spearman	V1: Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC	Coefficiente de correlación	1,000	0,784	1,000	0,842
		Sig. (bilateral)	.	0,014	.	0,007
		N	30	30	30	30
	V2 d3: Organización	Coefficiente de correlación	0,784	1,000	0,842	1,000
		Sig. (bilateral)	0,014	.	0,007	.
		N	30	30	30	30

Fuente: Elaboración propia en SPSS

Finalmente se observa que hay una relación entre la Analítica De Datos Aplicando La Metodología ABC y la Organización en una significancia bilateral 0,007.

**d.** La conclusión:

Se puede concluir, La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la organización en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L. Tiene un nivel de confiabilidad del 84.2%.

**3.4. Pre Test de variables Independientes y Dependientes**

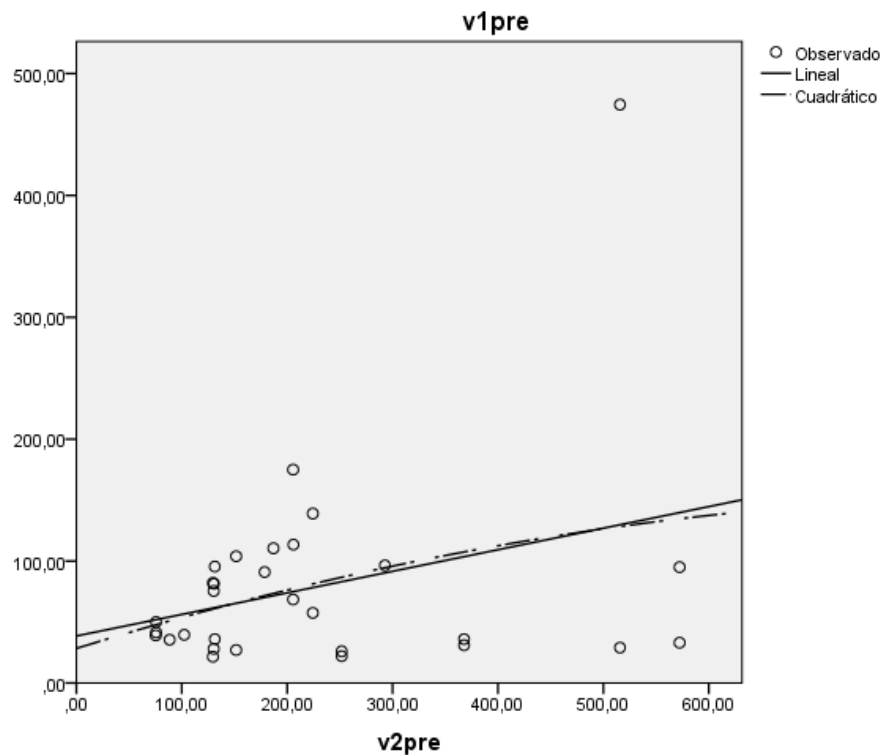
*Figura 53-Resumen de modelo y estimaciones de parámetro pre-test*

**Resumen de modelo y estimaciones de parámetro**

Variable dependiente: v1pre

Ecuación	Resumen del modelo					Estimaciones de parámetro		
	R cuadrado	F	gl1	gl2	Sig.	Constante	b1	b2
Lineal	,010	,001	1	28	,969	88,041	-8,671	
Cuadrático	,065	,933	2	27	,406	-2149,944	4242,813	-2006,995

La variable independiente es v2pre



*Fuente: Elaboración propia*

Interpretación:

Se observa que tiene una ecuación lineal del 10%, tiene una constante un 88,041 y una pendiente de un -8,671 respectó a la ecuación cuadrática que tiene un porcentaje de un 65%, con una constante de -2149,944 y una pendiente de un 4242,813.

### 3.5. Post Test de variables Independientes y Dependientes

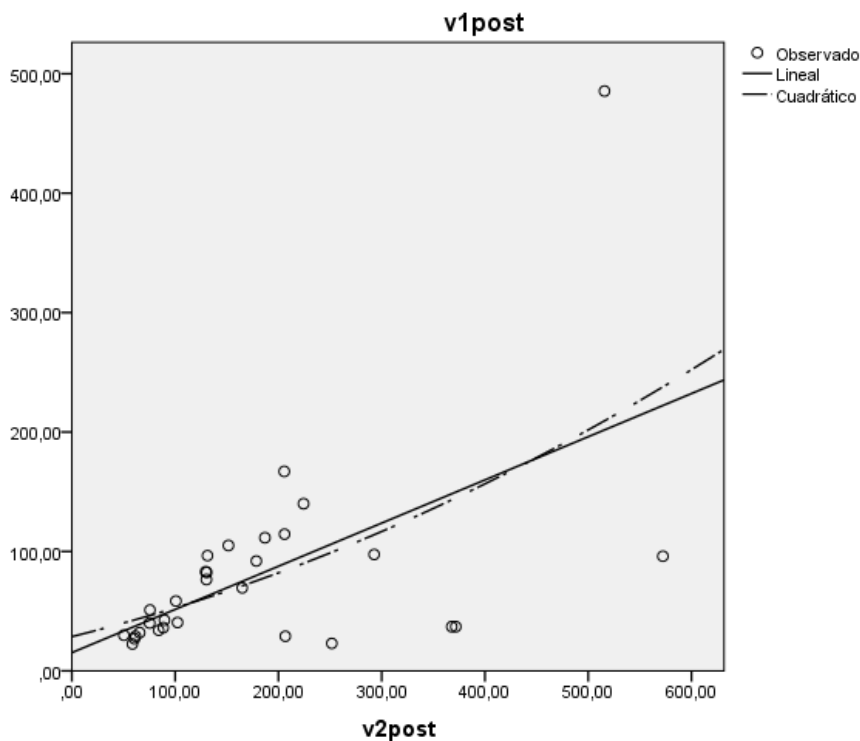
Figura 54-Resumen de modelo y estimaciones de parámetro post-test

#### Resumen de modelo y estimaciones de parámetro

Variable dependiente: v1post

Ecuación	Resumen del modelo					Estimaciones de parámetro		
	R cuadrado	F	gl1	gl2	Sig.	Constante	b1	b2
Lineal	,310	12,589	1	28	,001	15,285	,362	
Cuadrático	,314	6,187	2	27	,006	28,703	,214	,000

La variable independiente es v2post.



Fuente: Elaboración propia



Interpretación:

Se observa que tiene una ecuación lineal del 31%, tiene una constante un 15,285 y una pendiente de un 0,362 respectó a la ecuación cuadrática que tiene un porcentaje de un 31.4%, con una constante de 28,703 y una pendiente de un 0.214.

## CAPÍTULO IV

### DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

#### 4.1. Discusión

Los resultados obtenidos gracias a la analítica de datos aplicando la metodología ABC permitieron afirmar la hipótesis presentada, siendo que, *“La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.”*, debido a que se observa que hay una marcada relación entre la variable independiente “Analítica de Datos” y la variable dependiente “Gestión de inventario”, lo cual implica que hay una relación significativa bilateral, siendo ésta de 0,017. Asimismo, la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L, teniendo un nivel de confiabilidad del 74.2%.

Asimismo, estos mismos resultados o cuadro de hipótesis aseverativa a la realidad se convalida con los resultados de la investigación *“Propuesta de un Sistema Integral de Inventario en la Bodega Central UNAN-Managua que permita agilizar la gestión de los productos existentes en el período de Mayo a Noviembre del 2011”* presentada por Ramírez L., Castro P., Torres M. (2012), quienes pudieron evidenciar que la metodología ABC mejoró rotundamente su inventario, siendo una forma de asegurar que las mercancías se clasifiquen según su flujo y demanda, para asegurar un control más estricto de los lanzamientos de productos y compras innecesarias. También es una buena manera de informar al personal el significado exacto de los registros y asegurarse de que están ayudando con el proceso. Por otro lado, en la tesis de Peña, (2014), titulada “El método de clasificación de inventarios ABC como sistema de control de inventarios y su incidencia en la gestión logística de la empresa C.H.C. Ingenieros S.A.” concluye que la logística no clasifica el inventario, y mucho menos

utiliza algún método de registro y clasificación, el personal que trabaja en el campo no comprende las herramientas y técnicas de gestión de inventario, y la implementación de un sistema de control es un inventario de emergencia. . utilizando el método de clasificación ABC.

También, en el trabajo titulado *“Aplicación de la metodología de inventarios abc para mejorar la productividad en el área de Almacén de una empresa electromecánica. Lima, 2017”*, presentado por Mercado.A (2017), quien menciona que la implementación del método de inventario ABC incrementó la productividad en el área de almacén, con base en los datos obtenidos de las pruebas realizadas a esta variable dependiente, donde un incremento de Se ha encontrado el 28%. Además, utilizando esta clasificación del inventario, se puede lograr una mejora del 23% con base en los resultados de las pruebas de hipótesis realizadas para esta dimensión. Finalmente, queda claro que la implementación del método de inventario ABC aumenta la eficiencia del espacio del almacén, y de acuerdo con los resultados de la prueba de hipótesis, se puede lograr una mejora del 11% en la segunda dimensión.

Finalmente, en la tesis titulada *“Mejora de la gestión de stocks para disminuir el costo de inventario de una empresa de Cajamarca”* desarrollada por Iparraguire (2014), destaca que se logró la mejora en la gestión de almacenes mediante el control del inventario considerando la clasificación ABC.

#### **4.2. Conclusiones**

La propuesta de Analítica de datos aplicando la metodología ABC en la gestión de inventario que se desarrolló en la presente investigación es un proyecto desarrollado para la empresa CONFIA E.I.R.L perteneciente al rubro de distribución de productos dermatológicos y farmacéuticos que busca reducir el atascamiento de inventario,

productos vencidos, brechas de stock, y retrasos de pedidos. Es por ello, que es importante realizar una analítica de datos correcta para aplicar la metodología ABC en la gestión de inventario para permitir a la empresa mejorar en la toma de decisiones soportadas en información, todo ello, a partir de datos que cumplan con los niveles de importancia y calidad necesaria.

Asimismo, la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejoró significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA y aseverativamente se obtuvo como resultado la clasificación de los productos, conociendo cuáles son los que generan el 70% de ingresos, los del 20% y 10%; esto ayudará a la rotación de inventario, disminución de productos obsoletos, vencidos o por vencer, retrasos de pedidos, sobre stock, mejora en la planificación de compra de mercadería, como en todos los procesos involucrados en la gestión de este.

Por otro lado, se analizó la mejora de la planificación en la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC de la empresa CONFIA E.I.R.L. Es decir, esta metodología ayudó fuertemente en las actividades que involucra la gestión, siendo una de ellas la planificación de compra, puesto que ha logrado mostrar categóricamente la exposición de productos con mayor y menor demanda respectivamente, de ello se distribuye y se ayuda a construir un mejor panorama sobre los productos que se necesitan comprar inmediatamente o paulatinamente, cuándo es el mejor momento o no de comprarlos, cuántos deben comprarse, en qué fechas y situaciones, estaciones, lo cual ayuda a incrementar las ganancias y reducir las pérdidas a la empresa, es decir ayuda firmemente e indirectamente a controlar los ingresos y egresos de la empresa.

Además, se analizó la mejora del control en la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC en la empresa CONFIA E.I.R.L. Es decir, esta aplicación de metodología propuesta en el trabajo de investigación ha permitido desarrollar un control claro, fácil de entender, y sobretodo un control necesario para la empresa debido a que uno de los problemas que tenían era la confusión de productos e inestabilidad en el inventario, puesto a que antes debido a la confusión de productos, se tenía un errado número de productos en almacén y de ello, se reducían las ventas por una falsa verdad de “carencia de productos”, asimismo como un sobre-stock, y de ello, echar productos fuera de expiración.

Finalmente, se analizó la mejora en la organización de la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC en la empresa CONFIA E.I.R.L. Es decir, gracias a la metodología aplicada se tiene a los productos clasificados por orden de importancia, esto ayudará a la empresa a tener mejor organización con ellos, igualmente, con los flujos de procesos propuestos, se detalla una mejora en la verificación y orden para evitar pérdidas en la compañía.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cortes, J. Z. (2014). *“Fundamentos de la gestión de inventarios”*. Editorial Esumer.
- Herazo y Rafael Rojas Millán, Adriana Stefany Camacho Zapata, Julieth Paola Ríos Baldovino, Julio Mojica. (2020). “Importancia de la gestión de inventario en empresa de Manufactura”. Boletín de Innovación, logística y operaciones.
- Vidal, C. J. (2017). “Fundamentos de control y gestión de inventarios” (21 ed). Programa Editorial Universidad del Valle.
- Treviño-Reyes, R., Rivera-Rodríguez, F. S., & Garza-Alonso, J. A. (2020). “La analítica de datos como ventaja competitiva en las organizaciones”.  
[http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6\\_2/5\\_Treviño\\_Rivera\\_Garza.pdf](http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_2/5_Treviño_Rivera_Garza.pdf)
- Peña, S. (2017). “Análisis de Datos” (1era Edición). Edición Areandino.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/326425169.pdf>
- Zárate, L.G. y Rodríguez L.M. (2020). “Beneficios de utilizar el Análisis ABC en la administración de inventarios en una Pequeña y Mediana Empresa (PyME) comercializadora en Tlaxcala, México” [Instituto Tecnológico de Apizaco].  
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2020/09/02CA2020-01.pdf>
- Segura, S. J. R. (2016). “Planificación y control de inventarios aplicando el método ABC en la empresa Auto repuestos del Sur durante el año 2015” [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/22983/1/T3437M.pdf>
- Gutiérrez, O. P. (2009). “Un enfoque multicriterio para la toma de decisiones en la gestión de inventarios” (Vol. 22). Cuadernos de Administración.  
<https://www.redalyc.org/pdf/205/20511730009.pdf>

Rodolfo, C. G. (2020). “Gestión de inventarios de la empresa DISFARMA S.A.C., JAÉN” [Universidad Señor de Sipán].

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7179/Cruz%20Guevara%20Rodolfo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Montes, J. L. (2014). Gestión de inventarios (5ta Edición). ELEARNING S.L. [https://www.editorialelearning.com/catalogo/media/iverve/uploadpdf/1525965865\\_UF0476\\_demo.pdf](https://www.editorialelearning.com/catalogo/media/iverve/uploadpdf/1525965865_UF0476_demo.pdf)

Medina, L. A. C. (2019). Analítica de datos un estudio de caso de su uso para identificar riesgos estratégicos en grandes compañías de Medellín [UNIVERSIDADEAFIT]. [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/14347/LuisAlejandro\\_CoronadoMedina\\_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/14347/LuisAlejandro_CoronadoMedina_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Granda, G.L. y Rodríguez R. E. (2013). “Diseño de un sistema de control basado en el Método ABC de gestión de inventarios, a través de indicadores de medición, aplicado a un estudio fotográfico en la ciudad de Machala” [Escuela Superior Politécnica Del Litoral]. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/25082/2/TESIS%20DE%20GRADO%20GRANDA-RODRÍGUEZ.pdf>

Bustamante, R. V. (2021). “CIBERSEGURIDAD BASADA EN ANALÍTICA PARA BASES DE DATOS ORACLE” [FUNDACIÓN UNIVERSITARIA KONRAD LORENZ]. <https://repositorio.konradlorenz.edu.co/bitstream/handle/001/4967/617201002-Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Flores y Renzo Vejarano Valverde, M. R. (2021). “Modelo de clasificación ABC para la optimización de la gestión logística en la Constructora e Inmobiliaria RAMVAL S.A.C de Trujillo 2021” [UPN]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27808/RUIZ%20FLORES%20MILABELTRAN%20CHECA%20VALERIA>

GROS%20ALEXANDRA%20y%20VEJARANO%20VALVERDE%20RENZO%20PAO  
LO\_PDF\_TOTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Calderon, O. M. (2015). “Administración de inventarios ABC para mejorar la gestión de almacenes en la empresa ZICSA contratistas generales S.A.C en Retamas-Parcoy-Pataz, 2014” [Universidad Nacional de Trujillo].  
[https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4907/monzoncalderon\\_oswaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4907/monzoncalderon_oswaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rueda Guevara, K. F. (2021). “Gestión de inventario ABC para mejorar la productividad en un molino de arroz de Bagua” [Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86786/Rueda\\_GKF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86786/Rueda_GKF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Salazar Mosquera, S. Y. (2020). “APLICACIÓN DE UN MODELO DE INVENTARIOS ABC Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE ALMACENES EN CABZE S.R.L. CAJAMARCA, 2020” [UNIVERSIDAD PRIVADA “ANTONIO GUILLERMO URRELO”].  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1503/5%29%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Suárez-Gonzalo, S. (2014-2015). “Desafíos y oportunidades de la analítica Big Data aplicada a la actividad publicitaria” [Universitat Pompeu Fabra].  
[https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/25263/Suarez\\_2015.pdf?sequence=1](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/25263/Suarez_2015.pdf?sequence=1)

Blanco, C. P. (2015). “MARCO DE TRABAJO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BIG DATA ANALYTICS EN EL CONTEXTO ESPECÍFICO DEL ÁREA DE SALUD” [Universidad de Palermo].



<https://dspace.palermo.edu/dspace/bitstream/handle/10226/2128/Tesis-BlancoC->

[2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.palermo.edu/dspace/bitstream/handle/10226/2128/Tesis-BlancoC-2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Guillén y Paul Wong Luy, H. R. (2020). “La influencia del Business Analytics en la gestión de ventas de las MYPES peruanas” [Universidad de Piura].

[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5030/T\\_AE-](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5030/T_AE-)

[L\\_034.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5030/T_AE-L_034.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

De Báez, B. C. (2008). “La población y la muestra”. En Metodología de la Investigación Científica. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/4557/1/3266.pdf>

Anónimo. (2022). “Metodología de la Investigación” [Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín]. <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>

Gabriel Agudelo, M. A. y. J. R. (2020). “DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL Y NO-EXPERIMENTAL”. Universidad Antioquia.

[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel\\_2008\\_DisenosInvestigacionExperimental.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DisenosInvestigacionExperimental.pdf)

Vargas Cordero, Z. R. (2009). “LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA CIENTÍFICA” (Vol. 33). Editorial Educación.

Dany Leon Molina Orrego, Eduardo Gómez Restrepo, Yohan Ricardo Céspedes Villar, Juan Salvador Estrada. (2018). “Herramientas de analítica para la explotación de datos”. Editorial

Centro de Bioinformática y Biología Computacional – BIOS.

<https://herramientas.datos.gov.co/sites/default/files/2020->

[11/Inventario%20herramientas%20anal%C3%ADtica\\_0.pdf](https://herramientas.datos.gov.co/sites/default/files/2020-11/Inventario%20herramientas%20anal%C3%ADtica_0.pdf)

Domínguez, Y. S. (2007). “El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa”. Rev Cubana Salud Pública, 33.

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662007000300020](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020)

García, G. J. P. (2019). “Aplicación de técnicas de análisis de datos para obtener líneas de investigación específicas para el Ecuador. Caso de estudio: Computer Science en Scopus” [Universidad Internacional SEK].

<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/3344/1/Tesis-JavierPaez.pdf>

Anónimo. (2019). “Empresas elevan ventas en 25% al automatizar gestión de inventarios”. Diario Gestión. <https://gestion.pe/economia/empresas/datos-personales-a-cuanto-ascienden-las-multas-por-infligir-la-privacidad-de-esta-informacion-noticia/>

Anónimo. (2019). “Un mal manejo de inventarios puede ocasionar la quiebra de tu empresa”. LOFTON Servicios integrales. <https://loftonsc.com/blog/contabilidad/un-mal-manejo-de-inventarios-puede-ocasionar-la-quiebra-de-tu-empresa/>

Madero, C. D. (2022). “¿Qué es un inventario ABC? Ventajas, desventajas y ejemplos”. LogistiK. <https://www.netlogistik.com/es/blog/que-es-un-inventario-abc-ventajas-desventajas-y-ejemplos>

Madero, C. D. (2022). “¿Qué es un inventario ABC? Ventajas, desventajas y ejemplos”. LogistiK. <https://www.netlogistik.com/es/blog/que-es-un-inventario-abc-ventajas-desventajas-y-ejemplos>

Mecalux. (2021). “10 KPI de inventario que debes monitorizar en tu almacén”. Mecalux News. <https://www.mecalux.es/blog/kpi-inventario>

Learn, M. (2023, enero 18). ¿Qué es Power BI Desktop? <https://learn.microsoft.com/es-es/power-bi/fundamentals/desktop-what-is-desktop>

Schiavini, R. (2022, mayo). 3 indicadores bursátiles para análisis y control de la industria.

<https://www.smarthint.co/es/indicadores-bursátiles/>

Bravo, B. (2009). Indicadores de gestión y productividad en empresas contratistas del sector petrolero del municipio Maracaibo [Rafael Beloso Chacín].

<https://virtual.urbe.edu/tesispub/0083471/cap02.pdf>

Abreu, J. L. (2014, diciembre). Research Method. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)

Sampieri, H. (2014). Metodología de la Investigación (6ta Edición). Mc Graw Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación (1era Edición). D.R Universidad Nacional Autónoma de México.

[http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos\\_y\\_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Medina, L. A. C. (2019). ANALÍTICA DE DATOS UN ESTUDIO DE CASO DE SU USO PARA IDENTIFICAR RIESGOS ESTRATÉGICOS EN GRANDES COMPAÑÍAS DE MEDELLÍN [UNIVERSIDAD EAFIT].

[https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/14347/LuisAlejandro\\_CoronadoMedina\\_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/14347/LuisAlejandro_CoronadoMedina_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

De La Caridad Salinas Fragoso, A. (2018). Fundamentos teóricos de la Gestión de Inventarios. <https://www.gestiopolis.com/fundamentos-teoricos-de-la-gestion-de-inventarios/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Consistencia

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TÍTULO: “ANALÍTICA DE DATOS APLICANDO LA METODOLOGÍA ABC EN LA GESTIÓN DE INVENTARIO DE LA EMPRESA CONFIA E.I.R.L.”					
AUTOR: BELTRÁN CHECA VALERIA					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES - DIMENSION - INDICADORES		
PROBLEMA PRINCIPAL:	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLE INDEPENDIENTE (Solución)		
¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?	Realizar la analítica de datos aplicando la metodología ABC para mejorar la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.	La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.	ANALÍTICA DE DATOS APLICANDO LA METODOLOGÍA ABC (VIDAL, 2017)		
			VARIABLE DEPENDIENTE (Problema)		
			GESTIÓN DE INVENTARIO (VIDAL, 2017)		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	DIMENSIONES	INDICADORES	UNIDAD DE MEDIDA
PE1: ¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora la planificación en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?	OE1: Analizar la mejora de la planificación en la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC de la empresa CONFIA E.I.R.L.	HE1: La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la planificación en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.	Planificación	Nº de veces que rota el inventario	Número
				Nº de stock promedio por producto	Número
PE2: ¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora el control de la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?	OE2: Analizar la mejora del control en la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC en la empresa CONFIA E.I.R.L.	HE2: La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.	Control	Nº de stock mínimo por producto	Número
				Nº de productos faltantes en el almacén por producto	Número
PE3: ¿Cómo la analítica de datos aplicando la metodología ABC mejora la organización de la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.?	OE3: Analizar la mejora en la organización de la gestión de inventario basado en la analítica de datos aplicando la metodología ABC en la empresa CONFIA E.I.R.L.	HE3: La analítica de datos aplicando la metodología ABC mejorará significativamente la organización en la gestión de inventario de la empresa CONFIA E.I.R.L.	Organización	Nº de días de inventario por producto	Número
				Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto	Porcentaje
TIPO Y DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA POR UTILIZAR		
TIPO: Aplicada	Población: 391 Productos de la empresa “CONFIA”	Técnicas: Observación y revisión de documentos	Descriptiva:		
Nivel: Aplicativo			Inferencial:		
Enfoque: Cuantitativo	Muestra: 30 productos de la empresa “CONFIA”	Instrumentos: Guía de Observación	Inferencial:		
Diseño: Pre - Experimental			Inferencial:		



### Anexo 3: Instrumento 2

Guía de observación de medición del indicador <b>Nº de stock promedio por producto</b>										
Investigador: Valeria Beltrán										
Proceso observado: Gestión de Inventario										
Pre-Test										
Nº de Obs.	Frecuencia	Fecha	Marca de Productos	COD Producto	Productos	STOCK INICIAL	STOCK FINAL	$x = \frac{\text{stock inicial} + \text{stock final}}{2}$	INTERPRETACIÓN	
1	MENSUAL (30 DÍAS)	19/12/2022-27/01/2023	ISDIN	195950	FOTOP. ISDIN FUSION WATER SPF50 X 50ML					
			ISDIN	154186	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR MEDIUM SPF50 50ML					
			ISDIN	200678	ISDINCEUTICS HYALURONIC CONCENTRATE 30ML					
			ISDIN	113374	ISDINCEUTICS K.OX EYES 15ML					
			ISDIN	226265	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR LIGHT SPF50 50ML					
			ISDIN	160750	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML					
			ISDIN	216068	ISDINCEUTICS FLAVO C FORTE 3U 5.3ML					
			ISDIN	172401	ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE NIGHT 50ML					
			ISDIN	160668	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML					
			REPCAS	1710168	ABUBRON-BR CAJA X 100 CAP					
			ISDIN	187917	FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY WET SKIN SPF50+ 250 ML					
			ISDIN	196377	FOTOP. ISDIN PED. FUSION WATER SPF50+ 50 ML					
			ISDIN	160613	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML					
			ISDIN	190986	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER 50 ML					
			ISDIN	160804	FOTOULTRA ISDIN 100 SPOT PREVENT 50 ML					
			ISDIN	105966	NUTRATOPIC PRO-AMP GEL BAÑO 400 ML					
			ISDIN	1648198	LAMBDA PIL ANTICAIDA SHAMPOO 200 C/F					
			ISDIN	20930	ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 15% 50 ML					
			ISDIN	1769145	ISDINCEUTICS FLAVO C SERUM 30ML					
			REPCAS	1710006	ABUBRON-AB CAJA X 100 CAP					
			ISDIN	124776	LAMBDA PIL ANTICAIDA LOC. EN SPRAY 125 C/F					
			ISDIN	203082	ISDINCEUTICS VITAL EYES 15G					
			ISDIN	1654557	FOTOP. ISDIN COMPACT BRONCE SPF50+ 10G C/F					
			ISDIN	70875	ERYFOTONA AK-NMSC FLUID 50 ML					
			REPCAS	1710164	PLIMADOL COMP. CAJA X 100 TAB REC					
			ISDIN	161214	FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 250 ML					
ISDIN	201361	FOTOP. ISDIN FUSION WATER URBAN SPF30 X 50ML								
ISDIN	192263	FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200ML								
ISDIN	1769169	ISDINCEUTICS MELACLEAR 15ML								
ISDIN	1864826	ISDINCEUTICS FLAVO C DAY&NIGHT 10+10 AMP								

### Anexo 4: Instrumento 3

Guía de observación de medición del Indicador <i>N</i> de stock mínimo por producto											
Investigador: Valeria Beltrán											
Proceso observado: Gestión de Inventario											
Pre-Test											
N° de Obs.	Frecuencia	Fecha	Marca de Productos	COD Producto	Productos	VENTAS PROMEDIO	TIEMPO DE REPOSICIÓN	$X = \frac{\text{ventas promedio diario} \times \text{Tiempo de reposición}}$	STOCK DE SEGURIDAD	INTERPRETACIÓN	
1	MENSUAL (30 DÍAS)	19/12/2022 - 27/01/2023	ISDIN	195950	FOTOP. ISDIN FUSION WATER SPF50 X 50ML						
			ISDIN	154186	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR MEDIUM SPF50 50ML						
			ISDIN	200678	ISDINCEUTICS HYALURONIC CONCENTRATE 30ML						
			ISDIN	113374	ISDINCEUTICS K.OX EYES 15ML						
			ISDIN	226265	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR LIGHT SPF50 50ML						
			ISDIN	160750	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML						
			ISDIN	216068	ISDINCEUTICS FLAVO C FORTE 3U 5.3ML						
			ISDIN	172401	ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE NIGHT 50ML						
			ISDIN	160668	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML						
			REPCAS	1710168	ABUBRON-BR CAJA X 100 CAP						
			ISDIN	187917	FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY WET SKIN SPF50+ 250 ML						
			ISDIN	196377	FOTOP. ISDIN PED. FUSION WATER SPF50+ 50 ML						
			ISDIN	160613	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML						
			ISDIN	190986	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER 50 ML						
			ISDIN	160804	FOTOULTRA ISDIN 100 SPOT PREVENT 50 ML						
			ISDIN	105966	NUTRATOPIC PRO-AMP GEL BAÑO 400 ML						
			ISDIN	1648198	LAMBDAFIL ANTICAÍDA SHAMPOO 200 C/F						
			ISDIN	20930	ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 15% 50 ML						
			ISDIN	1769145	ISDINCEUTICS FLAVO C SERUM 30ML						
			REPCAS	1710006	ABUBRON-AB CAJA X 100 CAP						
			ISDIN	124776	LAMBDAFIL ANTICAÍDA LOC. EN SPRAY 125 C/F						
			ISDIN	203082	ISDINCEUTICS VITAL EYES 15G						
			ISDIN	1654557	FOTOP. ISDIN COMPACT BRONCE SPF50+ 10G C/F						
			ISDIN	70875	ERYFOTONA AK-NMSC FLUID 50 ML						
			REPCAS	1710164	PLIMADOL COMP. CAJA X 100 TAB REC						
			ISDIN	161214	FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 250 ML						
			ISDIN	201361	FOTOP. ISDIN FUSION WATER URBAN SPF30 X 50ML						
			ISDIN	192263	FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200ML						
			ISDIN	1769169	ISDINCEUTICS MELACLEAR 15ML						
			ISDIN	1864826	ISDINCEUTICS FLAVO C DAY&NIGHT 10+10 AMP						

### Anexo 5: Instrumento 4

Guía de observación de medición del indicador N° de productos faltantes en el almacén por producto										
Investigador: Valeria Beltrán										
Proceso observado: Gestión de Inventario										
Pre-Test										
N° de Obs.	Frecuencia	Fecha	Marca de Productos	COD Producto	Productos	STOCK QUE DEBERÍA HABER	STOCK ACTUAL	x = (stock que debería haber - stock que hay realmente)	INTERPRETACIÓN	
1	MENSUAL (30 DÍAS)	19/12/2022 - 27/01/2023	ISDIN	195950	FOTOP. ISDIN FUSION WATER SPF50 X 50ML					
			ISDIN	154186	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR MEDIUM SPF50 50ML					
			ISDIN	200678	ISDINCEUTICS HYALURONIC CONCENTRATE 30ML					
			ISDIN	113374	ISDINCEUTICS K.OX EYES 15ML					
			ISDIN	226265	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR LIGHT SPF50 50ML					
			ISDIN	160750	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML					
			ISDIN	216068	ISDINCEUTICS FLAVO C FORTE 3U 5.3ML					
			ISDIN	172401	ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE NIGHT 50ML					
			ISDIN	160668	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML					
			REPCAS	1710168	ABUBRON-BR CAJA X 100 CAP					
			ISDIN	187917	FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY WET SKIN SPF50+250 ML					
			ISDIN	196377	FOTOP. ISDIN PED. FUSION WATER SPF50+50 ML					
			ISDIN	160613	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML					
			ISDIN	190986	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER 50 ML					
			ISDIN	160804	FOTOULTRA ISDIN 100 SPOT PREVENT 50 ML					
			ISDIN	105966	NUTRATOPIC PRO-AMP GEL BAÑO 400 ML					
			ISDIN	1648198	LAMBDA PIL ANTICAÍDA SHAMPOO 200 C/F					
			ISDIN	20930	ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 15% 50 ML					
			ISDIN	1769145	ISDINCEUTICS FLAVO C SERUM 30ML					
			REPCAS	1710006	ABUBRON-AB CAJA X 100 CAP					
			ISDIN	124776	LAMBDA PIL ANTICAÍDA LOC. EN SPRAY 125 C/F					
			ISDIN	203082	ISDINCEUTICS VITAL EYES 15G					
			ISDIN	1654557	FOTOP. ISDIN COMPACT BRONCE SPF50+ 10G C/F					
			ISDIN	70875	ERYFOTONA AK-NMSC FLUID 50 ML					
			REPCAS	1710164	PLIMADOL COMP. CAJA X 100 TAB REC					
			ISDIN	161214	FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 250 ML					
			ISDIN	201361	FOTOP. ISDIN FUSION WATER URBAN SPF30 X 50ML					
			ISDIN	192263	FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200ML					
ISDIN	1769169	ISDINCEUTICS MELACLEAR 15ML								
ISDIN	1864826	ISDINCEUTICS FLAVO C DAY&NIGHT 10+10 AMP								





### Anexo 7: Instrumento 6

Guía de observación de medición del indicador <i>Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto</i>									
Investigador: Valeria Beltrán									
Proceso observado: Gestión de Inventario									
Pre-Test									
N° de Obs.	Frecuencia	Fecha	Marca de Productos	COD Producto	Productos	Nº DE ARTÍCULOS VENDIDOS	Nº DE ARTÍCULOS VENDIDOS PERO NO ATENDIDOS	$x = \left[ \frac{(\text{N}^\circ \text{ de artículos vendidos})}{(\text{N}^\circ \text{ de artículos vendidos} + \text{N}^\circ \text{ de artículos vendidos, pero no atendidos})} \right] \times 100$	INTERPRETACIÓN
1	MENSUAL (30 DÍAS)	19/12/2022-27/01/2023	ISDIN	195950	FOTOP. ISDIN FUSION WATER SPF50 X 50ML				
			ISDIN	154186	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR MEDIUM SPF50 50ML				
			ISDIN	200678	ISDINCEUTICS HYALURONIC CONCENTRATE 30ML				
			ISDIN	113374	ISDINCEUTICS K.OX EYES 15ML				
			ISDIN	226265	FOTOP. ISDIN FUSION WATER COLOR LIGHT SPF50 50ML				
			ISDIN	160750	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY 50 ML				
			ISDIN	216068	ISDINCEUTICS FLAVO C FORTE 3U 5.3ML				
			ISDIN	172401	ISDINCEUTICS A.G.E. REVERSE NIGHT 50ML				
			ISDIN	160668	FOTOULTRA ISDIN 100 ACTIVE UNIFY COLOR 50 ML				
			REPCAS	1710168	ABUBRON-BR CAJA X 100 CAP				
			ISDIN	187917	FOTOP. ISDIN TRANSPARENT SPRAY WET SKIN SPF50+ 250 ML				
			ISDIN	196377	FOTOP. ISDIN PED. FUSION WATER SPF50+ 50 ML				
			ISDIN	160613	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER COLOR 50ML				
			ISDIN	190986	FOTOULTRA ISDIN AGE REPAIR F WATER 50 ML				
			ISDIN	160804	FOTOULTRA ISDIN 100 SPOT PREVENT 50 ML				
			ISDIN	105966	NUTRATOPIC PRO-AMP GEL BAÑO 400 ML				
			ISDIN	1648198	LAMBDA PIL ANTICAÍDA SHAMPOO 200 C/F				
			ISDIN	20930	ISDINCEUTICS GLICOISDIN GEL 15% 50 ML				
			ISDIN	1769145	ISDINCEUTICS FLAVO C SERUM 30ML				
			REPCAS	1710006	ABUBRON-AB CAJA X 100 CAP				
			ISDIN	124776	LAMBDA PIL ANTICAÍDA LOC. EN SPRAY 125 C/F				
			ISDIN	203082	ISDINCEUTICS VITAL EYES 15G				
			ISDIN	1654557	FOTOP. ISDIN COMPACT BRONCE SPF50+ 10G C/F				
			ISDIN	70875	ERYFOTONA AK-NMSC FLUID 50 ML				
REPCAS	1710164	PLIMADOL COMP. CAJA X 100 TAB REC							
ISDIN	161214	FOTOP. ISDIN GEL CREMA SPF50+ X 250 ML							
ISDIN	201361	FOTOP. ISDIN FUSION WATER URBAN SPF30 X 50ML							
ISDIN	192263	FOTOP. ISDIN HYDROLOTION SPF50+ X 200ML							
ISDIN	1769169	ISDINCEUTICS MELACLEAR 15ML							
ISDIN	1864826	ISDINCEUTICS FLAVO C DAY&NIGHT 10+10 AMP							


### Anexo 8: Validación de instrumentos

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	CLARIDAD		PERTINENCIA		RELEVANCIAS		SUGERENCIAS
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN DE INVENTARIO (VIDAL,2017)	Planificación	Nº de veces que rota el inventario	Número	X		X		X		
		Nº de stock promedio por producto	Número	X		X		X		
	Control	Nº de stock mínimo por producto	Número	X		X		X		
		Nº de productos faltantes en el almacén por producto	Número	X		X		X		
	Organización	Nº de días de inventario por producto	Número	X		X		X		
		Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto	Porcentaje	X		X		X		

### Anexo 9: Validación de instrumentos

**Resultados:**

Apellidos y Nombres del validador	Quispe Bruno, Eduardo Félix		
N° DNI:	46601743		
CIP:	242090		
Especialidad del validador:	Ingeniero de Sistemas		
Grado Académico:	Magister ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( )	Otro:
Opinión de aplicabilidad	Aplicable ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Aplicable después de corregir ( )	No Aplicable ( )
Observaciones	Ninguna		

  
-----  
EDUARDO FELIX BRUNO QUISPE  
Ingeniero de Sistemas e Informática  
CIP N° 242090  
-----

Firma del validador

Fecha: 08 - 01 - 2023

### Anexo 10: Validación de instrumentos

**Resultados:**

Apellidos y Nombres del validador	Ovalle Paulino, Christian		
N° DNI:	40234321		
CIP:	213553		
Especialidad del validador:	Metodólogo e Ingeniero de Sistemas		
Grado Académico:	Magister ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( <input type="checkbox"/> )	Otro:
Opinión de aplicabilidad	Aplicable ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Aplicable después de corregir ( <input type="checkbox"/> )	No Aplicable ( <input type="checkbox"/> )
Observaciones	Ninguna		



-----  
Firma del validador

Fecha: 10 – 01 - 2023

### Anexo 11: Matriz de datos

Obs	Nº de veces que rota el inventario		Nº de stock promedio por producto		N de stock mínimo por producto		Nº de productos faltantes en el almacén por producto		Nº de días de inventario por producto		Porcentaje (%) de suficiencia de stock por producto	
	Pre test	Postest	Pre test	Postest	Pre test	Postest	Pre test	Postest	Pre test	Postest	Pre test	Postest
1	1,8	2,7	365	385	78	100	10	2	17	25	100%	110%
2	3,6	4,5	139	145	42	45	-9	0	8	10	100%	110%
3	1,8	2,2	82	95	11	14	0	1	17	18	100%	110%
4	0,9	1,2	70	85	4	6	0	1	34	36	100%	110%
5	3,6	4,5	38	45	8	12	0	1	8	12	100%	110%
6	0,5	1,2	131	145	4	8	0	1	65	68	100%	110%
7	0,1	0,6	18	25	2	4	0	1	210	220	100%	110%
8	0,1	0,7	32	36	2	4	0	1	317	325	100%	110%
9	0,9	1,5	92	100	9	12	0	1	34	36	100%	110%
10	1,1	1,4	74	85	5	8	0	2	28	32	100%	110%
11	0,1	1,2	91	99	2	4	0	2	445	465	100%	110%
12	2,6	3,2	30	45	6	9	0	2	12	15	100%	110%
13	0,4	0,5	86	95	3	5	0	2	68	75	100%	110%
14	0,2	0,6	93	99	2	4	0	2	177	186	100%	110%
15	0,5	0,8	108	121	4	6	0	2	60	75	100%	110%
16	1,1	0,5	75	85	5	7	0	2	28	35	100%	110%
17	0,6	0,8	103	110	4	8	0	2	49	65	100%	110%
18	1,3	1,6	30	45	3	6	0	2	23	33	70%	85%
19	0,9	1,2	34	45	3	6	0	2	35	47	100%	110%
20	3,9	4,3	23	26	3	6	0	1	8	12	87%	98%
21	0,5	0,8	63	78	3	6	0	1	64	78	100%	120%
22	0,1	0,5	32	45	2	4	0	1	306	320	100%	120%
23	0,2	0,5	24	35	2	4	0	1	147	165	100%	120%
24	1,1	1,5	36	45	4	6	0	1	27	35	100%	110%
25	0,9	1,6	52	55	3	6	0	1	32	36	100%	110%
26	2,3	2,6	20	26	3	6	0	1	13	24	96%	100%
27	2,1	2,5	25	30	3	6	0	1	14	25	100%	110%
28	1,9	2,3	20	25	3	6	1	1	16	26	100%	124%
29	1,2	1,4	16	22	3	6	0	1	25	27	100%	120%
30	0,7	0,9	27	29	2	6	0	1	45	46	100%	110%

**Anexo 12: Autorización de la empresa**

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA**



Yo, Sandra Liliana Checa Zagarra  
(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)  
Identificado con DNI 31619934 en mi calidad de Gerente Administrativo  
(Nombre del puesto del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)  
del área de Gerencia  
(Nombre del área de la empresa)  
de la empresa/institución Compañía Nacional  
(Nombre de la empresa)  
de Fármacos y Artículos E.I.R.L  
con R.U.C.N° 20560065834, ubicada en la ciudad de Trujillo

**OTORGO LA AUTORIZACIÓN,**

A la Srta. Valeria Beltrán Checa  
(Nombre completo del Egresado/Bachiller)  
identificado con DNI N° 75108136, egresado de la  Carrera profesional o ( ) Programa de  
Postgrado de Ingeniería Empresarial para  
(Nombre de la carrera o programa)

que utilice la siguiente información de la empresa:

Reporte de Ventas, Rotación de productos, costos, precios unitarios  
y por promoción, alianzas estratégicas, bases de datos relacionadas a  
su investigación, Kardex por producto, rotación de inventario, entre otra  
información revelante.  
(Detallar la información a entregar)


con la finalidad de que pueda desarrollar su ( ) Trabajo de Investigación,  Tesis o ( ) Trabajo de  
suficiencia profesional para optar al grado de ( ) Bachiller, ( ) Maestro, ( ) Doctor o  Título Profesional.

Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:

- Vigencia de Poder. (para el caso de empresas privadas).
- ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. (para el caso de empresas públicas)
- Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- ( ) Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o  
 Mencionar el nombre de la empresa.

  
Sandra Checa  
SANDRA CHECA ZAGARRA  
Firma y sello del Representante Legal o  
Representante del área  
DNI: 31619934

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Valeria Beltrán  
Firma del Egresado  
DNI: 75108136

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	07	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	17/03/2023				