

**ANALISIS DE LA VARIACIÓN DE PRECIOS
EN SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A**

MAYDA ALEJANDRA ZAPATA GIRALDO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PRACTICAS PROFESIONALES
PEREIRA
2009**

**ANALISIS DE LA VARIACIÓN DE PRECIOS
EN SUPERTIENDAS Y DROGUERIA OLIMPICA S.A**

MAYDA ALEJANDRA ZAPATA GIRALDO

Informe de Práctica Profesional

Tutor:

**JORGE HERRERA SANCHEZ
Especialista en Gerencia Logística**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PRACTICAS PROFESIONALES
PEREIRA
2009**

Agradecimientos

El presente trabajo fue realizado gracias a la orientación dada por el tutor Jorge Herrera, a quien agradezco por su continuo acompañamiento durante la realización de este trabajo de práctica y sus importantes contribuciones para desarrollar la problemática planteada.

A la Universidad Católica Popular del Risaralda, la cual los últimos 5 años me ha brindado las posibilidades de desarrollarme no solo profesionalmente si no éticamente permitiéndome afianzar mis conocimientos en la practica profesional de la cual aprendí mucho ya que en esta empresa no solo adquirí nuevos conocimientos si no que aprendí a afrontar nuevos retos.

También quiero expresar mis mas sinceros agradecimientos a la persona que durante estos cinco meses no solo me acompañó en la orientación de mi etapa laboral si no que hizo parte de este informe de practica aportándome su valioso conocimiento para poder obtener los resultados a los objetivos planteados, a Martha Lucia López muchas gracias por enseñarme a encontrar todo aquello que pensé que no se podía realizar y a enfrentar ciertos temores que al fin pude vencer.

Quiero expresar en ultimas un sincero agradecimiento a todo el grupo de trabajo tan unido y comprometido de Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A por todo su apoyo durante el proceso de aprendizaje.

CONTENIDO

	Pág.
PRELIMINARES	1
INTRODUCCION	13
1. GENERALIDADES DE LA ORGANIZACIÓN	14
1.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	14
1.2 ESTRATEGIA DE VENTA	15
1.3 RESEÑA HISTÓRICA	15
2. DIAGNÓSTICO EL AREA DE INTERVENCIÓN	16
2.1 RECOLECCIÓN INFORMACIÓN	21
2.2 EJE DE INTERVENCIÓN	21
2.3 JUSTIFICACIÓN	21
2.4 PROPUESTA INTERVENCIÓN	22
3. OBJETIVOS	22
3.1OBJETIVO GENERAL	22
3.1.1 Objetivos Específicos	22

4. REFERENTE CONCEPTUAL	23
4.1 ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS	23
4.1.1 Tipos de inventario	23
4.2 VARIACIONES DE PRECIO	25
4.3 RECURSOS HUMANOS	25
4.3.1 Importancia de las estrategias recursos humanos	25
4.3.2 Objetivos de recursos humanos	26
4.4 CAPACITACIÓN	26
4.5 CONTROL	27
4.5.1 Elementos del control	28
4.5.2 Tipos de control	29
4.5.3 Principios del control	29
4.5.4 Requisitos de un buen control	30
4.6 PROCESOS METOLOGICO PARA EL DESARROLLO DEL SISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN	31

4.6.1 Condiciones que influyen en el control de gestión	32
4.7 EL CONTROL ORGANIZACIONAL DESDE EL PUNTO DE VISTA HUMANO	32
4.8 EMPRESAS TEMPORALES	33
4.8.1 Su funcionamiento.	33
4.8.2 En qué nos puede ayudar	33
4.9 OUTSOURCING	33
4.9.1 El triunfo del Outsourcing	35
5. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	37
6. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	50
CONCLUSIONES	52
RECOMENDACIONES	53
BIBLIOGRAFÍA	54

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Cronograma de actividades	50

LISTA APENDICE

	Pág.
Apéndice 1. Reporte de las variaciones de precios mal reportadas del mes de Octubre.	56
Apéndice2. Reporte de las variaciones de precios mal reportadas del mes de Noviembre.	57
Apéndice3. Reporte de las variaciones de precios mal reportadas del mes de Diciembre.	58
Apéndice4. Reporte de las variaciones de precios mal reportadas del mes de Enero.	59

GLOSARIO

Variación de precio: cambio del valor de un producto que se debe reportar en un boletín teniendo en cuenta el inventario de los productos afectados.

Variación Aumento: Es el incremento de valor en pesos en el precio de venta de un artículo en un tiempo determinado.

Variación Rebaja: Es la disminución de valor en pesos en el precio de venta de un artículo en un tiempo determinado.

Movimiento por sección: Es un sistema de información gerencial para el negocio que obtiene su información desde el pos

Pos: Es el sistema que registra y controla las ventas al cliente en los puntos de venta basado en la información de los productos (codificación, presentación, precios y ofertas) recibidas del sistema central sicol y basados en la parametrización establecida para los medios de pago validos.

Sicol: Sistema centralizado para soportar las operaciones comerciales, administración de inventarios y de distribución de la compañía. (Sistema de información utilizado en Olímpica S.A)

Sap: (Sistemas, Aplicaciones y productos), Es un conjunto de aplicaciones para soluciones integradas de negocio.

Outsourcing: Es la contratación de los servicios de una empresa ajena, para la ejecución de algunos procesos que se realizaban dentro de la organización, así como adquirir productos y servicios de proveedores externos en lugar de utilizar los recursos internos.

Inventario: Es el conjunto de mercancías o artículos que tiene la empresa para comerciar con aquellos, permitiendo la compra y venta o la fabricación primero antes de venderlos, en un periodo económico determinados. Deben aparecer en el grupo de activos circulantes.

Mejoramiento continuo: Es un esfuerzo para aplicar mejoras en cada área de las organización a lo que se entrega a clientes.

Auditoria: es una función de dirección cuya finalidad es analizar y apreciar, con visitas a las eventuales las acciones correctivas, el control interno de las organizaciones para garantizar la integridad de su patrimonio, la veracidad de su información y el mantenimiento de la eficacia de sus sistemas de gestión.

Inventario Cíclico: El inventario cíclico permite contar con más frecuencia los artículos de alta rotación que los artículos obsoletos.

Control: Es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento.

Indicadores de gestión: teniendo en cuenta que gestión tiene que ver con administrar y/o establecer acciones concretas para hacer realidad las tareas y/o trabajos programados y planificados.

Recursos humanos: se denomina recursos humanos al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de esa organización. Pero lo más frecuente es llamar así a la función que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización.

Inducción: se trata de generalizar el conocimiento obtenido en una ocasión a otros casos u ocasiones semejantes que pueden presentarse en el futuro o en otras latitudes. La inducción es uno de los objetivos de la ciencia.

Capacitación: Es una necesidad, porque las personas aprenden de todos modos en el ejercicio de sus funciones, la capacitación es una guía o ayuda.

Averías: Productos que no se encuentran actos para la venta.

Averías estado 1: “Devolución no autorizada por el proveedor”

En este estado la devolución se procesará en el sistema, generándose un número automático para la devolución, el cual saldrá impreso en la siguiente nota de pedido del proveedor.

Este estado lo establece automáticamente el sistema cuando se procesa la devolución y debe durar máximo quince (15) días calendario, al cabo de los cuales si el proveedor no ha aprobado la devolución, se pasará al estado 2, generándose la nota débito correspondiente.

Boletín de Precios diferenciales o circular de cambios de Precios: Documento en el cual, se reflejan los cambios y/o modificaciones de precios de un artículo, ya sea por activaciones, desactivaciones, descodificados, cambios de precio, ingresos códigos nuevos, se encuentra ordenado por sección.

Despachos: Son los pedidos de mercancías recibidos en el negocio y despachados por las centrales de acopio de Olímpica S.A, menos las devoluciones aprobadas a las mismas.

Mercancía en Transito: Es la cuenta activa que representa la mercancía ya comprada, pero que por razones de distancia no se encuentra en el almacén.

Cross Docking: sistema de abastecimiento que tiene una compañía para realizar sus pedidos.

RESUMEN

RESUMEN	ABSTRACT
<p>En el presente trabajo se pretende identificar las causas que generan errores en el reporte de inventarios por variaciones de precio en las categorías de víveres con el fin de conocer las falencias en las que esta incurriendo la compañía y poder dar soluciones que conlleven a un mejoramiento continuo de la organización.</p>	<p>In the present study are to identify the causes of errors in the inventory report for changes in prices at the grocery categories in order to know the flaws in this incurring the company and to give solutions that lead to continuous improvement of the Organization.</p>
<p>En el presente informe se Utilizara principalmente la observación directa y entrevista a las personas encargadas del tema de variación de precios, para así conocer porque se presentan esas Variaciones de precio mal reportadas.</p>	<p>In the present report Mainly used direct observation and interview the persons responsible for the issue of price change, trying to get because they have such bad price variations reported.</p>
<p>Descriptor: procedimiento de las Variaciones de Precios mal reportadas.</p>	<p>Descriptors: proceedings of the price changes reported ill.</p>

INTRODUCCIÓN

La investigación consiste en realizar un seguimiento en la sección Víveres para analizar por que se están generando variaciones de Precios mal reportadas, con el fin de determinar que procedimiento se está llevando a cabo y plantear correctivos buscando la disminución de dicho faltante.

La idea de esta investigación se crea a partir de los problemas que se vienen presentando al hacer los reportes de las variaciones ya sea al alza o a la baja, por el alto porcentaje de faltantes que se generan en la sección y afectan el inventario esperado. Entendiendo que gran parte de la problemática; se presenta por malos conteos o mala digitación.

La idea de esta investigación se crea a partir de los problemas que se vienen presentando al hacer los reportes de las variaciones ya sea al alza o a la baja, por el alto porcentaje de faltantes que se generan en la sección y afectan el inventario esperado.

El trabajo se realizo por medio de entrevista y observación directa y haciendo seguimiento a la sección de víveres para analizar cuales son los negocios que mas cometen errores cuando hacen el reporte y observar la forma en que se están llevando a cabo los procesos para determinar como es el análisis en las variaciones de precio en las secciones de víveres.

1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

A continuación se hace referencia a la composición organizacional de Supertiendas y Droguerías Olimpica S.A, describiendo misión, visión, valores corporativos, factores relacionados con política de ventas y la reseña histórica que describe a la organización desde su fundación.

1.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

MISIÓN

Somos una de las compañías líderes en la comercialización de productos de consumo masivo de óptima calidad, a través de una cadena privada de Droguerías, Superdroguerías, Supertiendas y Superalmacenes, orientadas a satisfacer las necesidades y deseos de la comunidad, ofreciendo un buen servicio y los mejores precios, con el respaldo de un talento humano comprometido e integralmente capacitado, con la confianza de sus proveedores y un avanzado desarrollo tecnológico, procurando el bienestar de la sociedad y una adecuada rentabilidad.

VISIÓN

Ser una de las compañías líderes con el más alto nivel de competitividad y eficiencia en la comercialización de productos de consumo masivo de óptima calidad, a través de una cadena privada claramente diferenciada de droguerías, combinación de supermercados y droguerías, tiendas de conveniencia y almacenes, orientados a satisfacer las necesidades y deseos de la comunidad colombiana, ofreciendo el mejor servicio.

PRINCIPIOS Y VALORES

- **Lealtad:** Es el respeto a la convicciones, ideales y creencias.
- **Honestidad:** Es actuar con integridad, con transparencia, con base en principios y valores
- **Respeto:** Es reconocer y aceptar nuestras diferencias
- **Trabajo en Equipo:** Es crear un compromiso compartido con ideas, valores y metas comunes que nos permita reflejar unidad y equilibrio corporativo.

- **Creatividad e Innovación:** Es la capacidad de generar ideas completamente nuevas e imaginativas que sirvan para obtener resultados beneficios.
- **Aprendizaje:** Es la disposición para asimilar y poner en práctica conceptos nuevos.
- **Actitud de Servicio:** Es la disposición de satisfacer las verdaderas necesidades del cliente, respondiendo a sus requerimientos en forma afectuosa y oportuna.

1.2 ESTRATEGIA DE VENTA

POLÍTICA DE SERVICIO

En **OLÍMPICA S.A** los trabajadores no sólo tienen que ser expertos en el oficio que realizan, sino que es importante que lo ejecuten con la mayor cortesía y amabilidad, lo cual es parte de su misión.

Los clientes satisfechos son un patrimonio cuyo valor y lealtad son incalculables y crecen con el tiempo. Son los inspiradores de nuestra organización y nuestro trabajo; por lo tanto, deben recibir un trato excelente, para que consideren a OLÍMPICA una organización amable, servidora, ágil y eficiente, que cumple con sus expectativas de servicio. ***La satisfacción de las necesidades del cliente es la mejor recompensa a nuestro esfuerzo, dedicación y capacitación.***

1.3 RESEÑA HISTORICA

Olímpica nació en Barranquilla en el año de 1953, cuando don Ricardo Char, distinguido comerciante de Lorica, Córdoba, adquirió el Almacén Olímpico, una pequeña botica ubicada en la Calle de Las Vacas de la capital del Atlántico, donde, desde un comienzo, mediante un buen servicio, cautivó a todos sus clientes.

Vendiendo abarrotes, además de los artículos de farmacia, don Ricardo se granjeó la confianza de los consumidores, que se sentían satisfechos con el servicio. Un año más tarde, ya se habían abierto dos droguerías más, una en el paseo Bolívar y otra en la calle San Blas con 20 de Julio.

Pero es Fuad Char, hijo mayor de don Ricardo, quien le dio un vuelco a los negocios tras ponerse al frente de las farmacias, debido al accidente sufrido

por su padre, quien se marginó definitivamente de los almacenes; y por intuición y buen olfato, más que por experiencia comercial, don Fuad se lanzó a la conquista del mercado barranquillero en compañía de sus hermanos: don Jabib, Farid y Simón, con quienes constituyó la empresa CHAR HERMANOS LTDA.

1968 se considera un año histórico para la organización, pues se inauguró en Barranquilla la primera Supertienda OLÍMPICA, ubicada en la calle 30 con carrera 43 esquina, con el llamativo slogan: “Suba un piso y gane pesos”, con la cual se incursionó totalmente en el mercado de los víveres y artículos para el hogar, con la siguiente estrategia de comercialización: Vender más a menor precio.

Al comienzo de la década de los 70, se inauguró en Barranquilla la Supertienda OLÍMPICA de la calle 72, pionera en el sistema de autoservicio, que representó un completo éxito entre los barranquilleros. Posteriormente, se inició la conquista del mercado nacional con la apertura en Cartagena de la primera droguería y, en Santa fe de Bogotá, la Supertienda Olímpica de la calle 100. Años más tarde, en la década de los 80, la empresa continuó su expansión con la inauguración de nuevos puntos de venta en todo el ámbito nacional.

Dentro de este tipo de negocio se comercializan productos como víveres, frutas y verduras, carnes, lácteos y panadería. En cada Supermercado funciona una Droguería interna para la distribución de las drogas y los cosméticos.

2. DIAGNÓSTICO EL AREA DE INTERVENCIÓN

Para abordar el tema a trabajar vamos a enfocarnos con las variaciones de precios que es cuando un producto esta al alza o a la baja.

Desde la oficina central Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A que esta ubicada en la Avenida 30 de agosto No 36-10 en Pereira, se ha identificado un problema de variación de precios. Es importante explicar que Supertiendas Olímpica registra las variaciones de precios desde diferentes ubicaciones geográficas ya sea en Barranquilla, Cali o en el Eje Cafetero. En esta última ubicación geográfica es realizada por Martha López Supervisora de Víveres del eje Cafetero.

El Eje Cafetero cuenta con los siguientes distritos:

- 350 Gama
- 351 Pereira
- 352 Dosquebradas
- 353 Santa Rosa
- 354 La Virginia
- 355 Del Norte
- 357 Cuba
- 358 Sao Portal del Quindío
- 359 El Bosque
- 360 Manizales
- 361 Manizales
- 364 Av. Santander
- 555 Cartago 1
- 556 Cartago 2
- 558 Sevilla
- 560 Zarzal
- 561 Quimbaya
- 562 Montenegro
- 563 Calarcà
- 575 Caicedonia

A su vez supertiendas olímpica esta dividida por secciones las cuales son:

Secciones	Grupos
01	Viveres sin Refrigerados
02	Perecederos
03	Perecederos
04	Perecederos
05	Perecederos
06	Perecederos
07	Perecederos
08	Viveres sin Refrigerados
09	Perecederos
10	Perecederos
11	Medicamentos
12	Cosméticos
13	Perecederos
14	Refrigerados y Congelados
15	Misceláneos 2
17	Misceláneos 1
18	Hogar y Electromenores
19	Electrodomésticos
20	Electrodomésticos
21	Hogar y Electromenores
22	Electrodomésticos
23	Refrigerados y Congelados
26	Licores
29	Textiles
30	Textiles
31	Aseo Personal
34	Misceláneos 2
36	Hogar y Electromenores
39	Electrodomésticos
42	Perecederos
43	Medicamentos
44	Refrigerados y Congelados
45	Perecederos
46	Perecederos
47	Viveres sin Refrigerados
48	Electrodomésticos

También hay que aclarar que la mercancía para los puntos de venta viene desde Cali, Barranquilla, y algunos productos son entregados directamente a los puntos de venta cuando son productos perecederos y otros son entregados por bodega por ejemplo la 960 que es por Cross Docking.

Por otra parte la variación de precios se presenta ya sea por que los proveedores cambian el precio, descuentos, ofertas, separatas o por chequeo de precios.

Por consiguiente el efecto que causa las variaciones de precios al aumento es que incrementa el inventario esperado, donde **positivo** mejora margen, **negativo** afecta el margen; a la rebaja **positivo** rebaja el inventario esperado, **negativo** tira el margen al piso.

El procedimiento que Olimpica realiza para el análisis de la variación de precio es:

1. **Generar los boletines de precios diferenciales:** diariamente, en el sistema comercial se debe generar el boletín de precios diferenciales y circular de solo cambios de precio con el fin de obtener los productos que se afectaron por cambios de precio a la alza ò a la rebaja y que deben ser inventariados.
2. **Existen cambios de precios a la alza o a la rebaja:** una vez revisados los boletines de precios diferenciales en el sistema, se observa si existen cambios de precios a la alza ò a la rebaja.
3. **imprimir circular con solo cambios de precios:** unas vez identificados los artículos que se afectaron por cambio de precios a la alza ò a la rebaja, se debe imprimir la circulares con solo cambio de precios, identificadas en el proceso anterior.
4. **Entregar circular con solo cambio de precio:** luego de tener impresos las circulares con solo variaciones de precios, se hace entrega de éstos al jefe de sección, encargado de velar por el conteo de los artículos que se afectaron por cambios de precios a la alza ò a la rebaja. En el caso de víveres se debe hacer entrega de las circulares al coordinador de operación logística.
5. **Realizar el conteo de las unidades que hay en inventario:** luego de recibir las circulares con solo variaciones de precios por parte del jefe de sección, se procede a realizar el conteo de los artículos que cambiaron de precio en el piso de venta, además, se debe realizar el conteo en las áreas de bodega. Estas unidades se deben registrar en la

circular en el espacio determinado para ello y se debe hacer entrega de la circular con esta información al jefe de sección.

6. **Verificar las unidades a reportar:** una vez recibidas por parte de los auxiliares el número de unidades de los productos que cambiaron de precio por el aumento o rebaja, es importante tener en cuenta el número de estas existente en el negocio + inventario en tránsito que ingresa con precio normal + los recortes pendientes + mercancía en devoluciones estado uno. Para verificar el inventario en tránsito que ingresa con precio normal, es necesario generar el boletín de productos con variación de precios despachados por bodega y/o recibidos por el negocio, para excluir los productos que vienen en tránsito o que está recibiendo el negocio con precio nuevo desde las bodegas centrales (productos rebajados o que presentaron alza) y que no se deben incluir en el inventario físico que se está reportando.
7. **Registrar reporte de artículos que cambiaron de precio por aumento o por rebaja:** registrar el número de unidades suministradas por el jefe de sección, de los productos que sufrieron variación de precio a la rebaja o al aumento, verificando que no halla errores en la digitación.

Para Supertiendas y Droguería Olímpica S.A es importante tener en cuenta cuáles son las causas de las variaciones de precio y que consecuencia trae para la compañía esas variaciones de precio.

CAUSAS

- Malos Conteos
- Mercancía en tránsito con precio nuevo que no se debe reportar
- mercancía en averías sin reportar y estado 1
- Reporte de variaciones con venta anterior \$0 en el boletín de precios diferenciales.
- Digitación errada por parte de los liquidadores de documentos.
- No se reporta el inventario en el boletín de la fecha correspondiente.

2.1 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Los instrumentos a utilizar en el presente trabajo para la recolección de datos es a través de observación directa, y entrevistas a las personas encargadas del tema de la variación de precios, los cuales serán de gran herramienta para identificar las posibles debilidades del área de intervención y que en últimas permitirá conocer no solo posibles soluciones a dicha área si no a las áreas con las que a diario se apoya.

2.2 EJE DE INTERVENCIÓN

Análisis de la variación de precios en la categoría de víveres para los supermercados de Supertiendas y Droguerías Olímpica de Eje Cafetero.

2.3 JUSTIFICACIÓN DEL EJE DE INTERVENCIÓN

Esta investigación es importante para Olímpica ya que si no se identifican las causas que generan las Variaciones de Precios, la empresa seguirá teniendo como consecuencias:

- Incremento errado en el inventario esperado del Movimiento por secciones.
- Disminución errada del inventario esperado en el movimiento por secciones del negocio.
- Variación errada en el margen del inventario esperado de las secciones afectadas en el Movimiento por Sección.
- Faltantes en inventarios físicos generales a precio de venta en el inventario esperado del negocio según el Movimiento por sección afecta el margen.

Por todo lo anterior es importante identificar las causas del problema y generar soluciones que garanticen que las variaciones de precios mal reportadas no vuelvan a suceder.

2.4 PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Análisis de la variación de precios en la categoría de víveres para los supermercados de Supertiendas y Droguerías Olímpica de Eje Cafetero.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar las causas que generan errores en el reporte de inventarios por variaciones de precio en las categorías de víveres en Supertiendas y Droguerías Olímpica en el Eje Cafetero.

3.1.1 Objetivos Específicos

- Conocer el procedimiento de las variaciones de precio.
- Determinar cuales son los efectos en el inventario por causa de las variaciones de precio mal reportadas en los negocios de Supertiendas Y Droguerías Olímpica S.A.
- Analizar las causas de los malos reportes de inventarios en este proceso y diseñar una propuesta de solución para evitar reportes errados de inventarios en las variaciones.

4. REFERENTES CONCEPTUALES

Para abordar el referente teórico de investigación, es importante tener en cuenta algunos autores fundamentales para llegar al desarrollo Del objetivo. En este proceso investigativo se busca llegar Identificar las causas que generan las variaciones de precios en la categoría de víveres en Supertiendas y Droguerías Olímpica en el Eje Cafetero.

Para ello se deben hacer referencia algunos términos necesarios en el estudio y demás conceptos de gran importancia en cuanto a los inventarios, capacitación, outsourcing, recursos humanos, control, cooperativas, empresas temporales.

4.1 ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIOS

En la actualidad, la administración de inventarios es uno de los retos mas importantes que enfrentan los directivos en cuestión de planificación y control, aunque técnicamente los inventarios constituyen un activo en el balance general de la compañía, casi todos los ejecutivos contables o financieros consideran que mantenerlos implica un gasto significativo, y que su misión es minimizarlo lo más posible, por otro lado, en las operaciones al detalle se observa que la administración del inventario juega un papel clave para dirigir el negocio con efectividad.¹

4.1.1 Tipos de inventarios

Inventario Perpetuo: Es el que se lleva en continuo acuerdo con las existencias en el almacén, por medio de un registro detallado que puede servir también como mayor auxiliar, donde se llevan los importes en unidades monetarias y las cantidades físicas. A intervalos cortos, se toma el inventario de las diferentes secciones del almacén y se ajustan las cantidades o los importes o ambos, cuando es necesario, de acuerdo con la cuenta física. Los registros perpetuos son útiles para preparar los estados financieros mensuales, trimestral o provisionalmente. El negocio puede determinar el costo del inventario final y el costo de las mercancías vendidas directamente de las cuentas sin tener que contabilizar el inventario. El sistema perpetuo ofrece un alto grado de control, porque los registros de inventario están siempre actualizados. Anteriormente, los negocios utilizaban el sistema perpetuo principalmente para los inventarios de alto costo unitario, como las joyas y los automóviles; hoy día con este método los administradores pueden tomar

¹ CHAPMAN, Stephen. Planificación y Control de la Producción. Ed, Pearson. México. 2006. Pág. 271.

mejores decisiones acerca de las cantidades a comprar, los precios a pagar por el inventario, la fijación de precios al cliente y los términos de venta a ofrecer. El conocimiento de la cantidad disponible ayuda a proteger el inventario.

Inventario Intermitente: Es un inventario que se efectúa varias veces al año. Se recurre al, por razones diversas, no se puede introducir en la contabilidad del inventario contable permanente, al que se trata de suplir en parte.

Inventario Final: Es aquel que realiza el comerciante al cierre del ejercicio económico, generalmente al finalizar un periodo, y sirve para determinar una nueva situación patrimonial en ese sentido, después de efectuadas todas las operaciones mercantiles de dicho periodo.

Inventario Inicial: Es el que se realiza al dar comienzos a las operaciones.

Inventario Físico: Es el inventario real. Es contar, pesar o medir y anotar todas y cada una de las diferentes clases de bienes (mercancías), que se hallen en existencia en la fecha del inventario, y evaluar cada una de dichas partidas. Se realiza como una lista detallada y valorada de las existencias.

Inventario determinado por observación y comprobado con una lista de conteo, del peso o a la medida real obtenidos. Calculo del inventario realizado mediante un listado del stock realmente poseído. La realización de este inventario tiene como finalidad, convencer a los auditores de que los registros del inventario representan fielmente el valor del activo principal. La preparación de la realización del inventario físico consta de cuatro fases, a saber: Manejo de inventarios (preparativos) Identificación Instrucción Adiestramiento o Inventario Mixto: Inventario de una clase de mercancías cuyas partidas no se identifican o no pueden identificarse con un lote en particular.

Inventario de Productos Terminados: Todas las mercancías que un fabricante ha producido para vender a sus clientes.

Inventario en Transito: Se utilizan con el fin de sostener las operaciones para abastecer los conductos que ligan a la compañía con sus proveedores y sus clientes, respectivamente.

Existen porque el material debe de moverse de un lugar a otro. Mientras el inventario se encuentra en camino, no puede tener una función útil para las plantas o los clientes, existe exclusivamente por el tiempo de transporte.

Inventario de Materia Prima: Representan existencias de los insumos básicos de materiales que abran de incorporarse al proceso de fabricación de una compañía.

Inventario en Proceso: Son existencias que se tienen a medida que se añade mano de obra, otros materiales y demás costos indirectos a la materia prima

bruta, la que llegará a conformar ya sea un sub-ensamble o componente de un producto terminado; mientras no concluya su proceso de fabricación, ha de ser inventario en proceso.²

4.2 Variaciones de Precios: Es el evento en el cual determinado artículo sufre un cambio en su precio de venta, ya sea a la alza o a la rebaja.

Variación - Aumento: Es el incremento de valor en pesos en el precio de venta de un artículo en un tiempo determinado.

Variación - Rebaja: Es la disminución de valor en pesos en el precio de venta de un artículo en un tiempo determinado.

4.3 RECURSOS HUMANOS

Relaciones humanas, puede definirse “como el estudio del comportamiento humano y su relación en organizaciones con el propósito de intentar fusionar las necesidades y objetivos del personal con el total de necesidades y objetivos de la organización”³ ya que este proceso nos lleva planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización y de aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas dentro de la organización.

4.3.1 Importancia de las estrategias recursos humanos

La importancia estratégica del área de Recursos Humanos se deriva de la aplicación de varios conceptos fundamentales.

-Analizar y resolver problemas desde el punto de vista de las utilidades, no solo del servicio.

-Evaluar e interpretar costos y beneficios de los temas de Recursos Humanos, como productividad, salario y prestaciones, reclutamiento, capacitación, ausentismo traslado al extranjero, despidos, juntas encuestas opinión.

-Trazar modelos de planeación con metas realistas, estimulantes, específicas y significativas.

-Preparar informes sobre las soluciones del área de Recursos Humanos a los problemas de la empresa.

² GIL, Arianny. Compras e Inventarios. Ed, El Cid. Argentina. 2009. Pág. 19.

³ CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos “El Capital Humano de las Organizaciones”. Ed, MC GRAW HILL. México. 2007. Pág 385.

-Capacitar al personal de Recursos Humanos y enfatizar la relevancia estratégica del área de Recursos Humanos y el hecho significativo de colaborar con las utilidades de la empresa⁴.

4.3.2 Objetivos de recursos humanos

-Contribuir a alcanzar las metas de la organización.

-Aprovechar bien las habilidades y competencias de la fuerza laboral.

-Dar a la organización empleados capacitados y motivados.

-Aumentar al máximo la satisfacción laboral y la autoactualización de los empleados.

-Crear y mantener una vida laboral de calidad que haga deseable trabajar en la organización.

-Comunicar a todos los empleados las políticas de Recursos Humanos.

-Ayudar a sostener unas políticas éticas y una conducta de responsabilidad social.

-Dirigir el cambio para ventaja mutua de individuos, grupos, empresa y público⁵.

4.4 CAPACITACIÓN

La capacitación es un proceso importante que se debe llevar a cabo en todas las empresas, buscando el crecimiento de la organización a través del desarrollo personal del empleado, la capacitación “es el proceso de enseñanza – aprendizaje que le permite a una persona adquirir un criterio general sobre una disciplina determinada, ayudándole a conocer lo que hace y sus interrelaciones con otras actividades conexas”.⁶

⁴ IVANCEVICH, John. Administración de Recursos Humanos. Ed, MC GRAWHILL. 2006. México. Pág. 8.

⁵ *Ibíd.* Pág. 10.

⁶ MENDIOLA citado por MENDOZA, Alejandro. Manual para determinar necesidades de capacitación. Ed, Trillas. México. 1986. Pág. 27

Los métodos de capacitación deben reunir las siguientes características:

- Ser formas generales de organización de los participantes, usadas por los gerentes capacitadores: instituciones o instructores.
- Incluir a un sujeto, a varios o a un grupo considerable de personas, quienes pueden estar reunidos en un lugar determinado a la misma hora.
- Su aplicación involucre un periodo suficiente amplio para que se logre el aprendizaje.
- Se diferencien por su naturaleza y características, básicamente el ambiente y el lugar donde se realizan.⁷

4.5 CONTROL

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

El control organizacional es “un proceso sistemático que consiste en la regulación de las actividades organizacionales para hacerlas consistentes con las expectativas establecidas en los planes, en las metas y en los estándares de desempeño”⁸.

Para Chiavenato: El control es una función administrativa: es la fase del proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño y toma la acción correctiva cuando se necesita. De este modo, el control es un proceso esencialmente regulador.

Mientras que para Robert B. Buchele: El proceso de medir los actuales resultados en relación con los planes, diagnosticando la razón de las desviaciones y tomando las medidas correctivas necesarias.

En conclusión el control es una función administrativa, ya que conforma parte del proceso de administración, que permite verificar, constatar, palpar, medir, si la actividad, proceso, unidad, elemento o sistema seleccionado está cumpliendo y/o alcanzando o no los resultados que se esperan.

⁷ MENDOZA, Alejandro. La capacitación practica en las organizaciones. México: Ed, Trillas, 1985. p. 17

⁸ RICHARD, Daft. Introducción a la Administración. Ed, Learnig. 2006. México. Pág.549.

4.5.1 Elementos del Control

Relación con lo planteado: Siempre existe para verificar el logro de los objetivos que se establecen en la planeación.

Medición: Para controlar es imprescindible medir y cuantificar los resultados.

Detectar desviaciones: Una de las funciones inherentes al control, es descubrir las diferencias que se presentan entre la ejecución y la planeación.

Establecer medidas correctivas: El objeto del control es prever y corregir los errores⁹.

Funciones básicas del control de procesos Cuando se diseña una unidad de proceso raramente se requiere generar de nuevo el sistema de control básico. La experiencia obtenida con unidades anteriores de iguales o parecidas características hace que se utilice el método de «copiar y modificar». Aprovechando la experiencia de esta forma se puede conocer a priori cuáles son las variables más importantes desde el punto de vista de control, y cuáles las que se necesitan para llevar a cabo balances de planta o información para operar la unidad de forma correcta.

Cuando se diseña o se modifica un sistema de control es necesario tener en cuenta dos funciones básicas y otras dos que se pueden denominar corolario al estar ocasionadas como consecuencia de las primeras. Las dos funciones básicas se consideran así porque son necesarias para la operación de la planta. Las funciones corolario también son importantes, pero se deben tener en cuenta solo después de haber obtenido la estabilidad de la planta.

- **Funciones básicas.** Las dos funciones básicas son: — Mantener la estabilidad de las condiciones de operación en el punto de proceso deseado. — Suministrar información al operador de las condiciones de operación y los medios para ajustarlas.

- **Funciones corolario.** Las dos funciones corolario son: — Automatizar operaciones para reducir la atención que debe prestar el operador y, de esta forma, poder dedicar tiempo a otras funciones. — Operar de forma segura, tanto para el personal como para las instalaciones. A la hora de diseñar los

⁹ CABRERA, Elibeth. Control. Editorial El Cid. Argentina. 2009. Pág 7.

sistemas de control, y con objeto de facilitar el trabajo, es una buena práctica dividir la unidad en fracciones lógicas¹⁰.

4.5.2 TIPOS DE CONTROL

-Control preventivo o anterior a la acción: Es el que intenta prevenir los problemas previstos.

-Control concurrente: Se realiza mientras una actividad está en marcha.

-Control correctivo o posterior a la acción: Control que se impone después que la acción ha tenido lugar¹¹

Tipos de control Según el nivel:

Control operativo u operacional: para garantizar qué tareas específicas se llevan a cabo en forma efectiva y eficiente. Se realiza en los niveles de ejecución.

Control administrativo o de gestión: es el proceso que garantiza que las actividades y en los recursos se dedican al logro efectivo y eficiente de los objetivos definidos en el proceso de planeamiento. Se efectúa en los niveles medios y superior (responsables de la ejecución de las estrategias)¹².

4.5.3 Principios de control

Equilibrio: A cada grupo de delegación conferido debe proporcionarle el grado de control correspondiente. De la misma manera la autoridad se delega y la responsabilidad se comparte, al delegar autoridad es necesario establecer los mecanismos suficientes para verificar que se están cumpliendo con la responsabilidad conferida, y que la autoridad delegada está siendo debidamente ejercida. Ningún control será válido si no se fundamenta en los objetivos, por tanto es imprescindible establecer medidas específicas de actuación, o estándares, que sirvan de patrón para la evaluación de lo establecido mismas que se determinan con base en los objetivos.

Los estándares permiten la ejecución de los planes dentro de ciertos límites, evitando errores y, consecuentemente, pérdidas de tiempo y de dinero.

¹⁰ SANCHEZ, José. Instrumentación y Control Básico de Procesos. Ed, Díaz de Santos. España .2007.Pág. 455.

¹¹ *Ibíd.* Pág.460.

¹² CABRERA, Op. Cit, p. 7.

De la oportunidad: El control, necesita ser oportuno, es decir, debe aplicarse antes de que se efectúe el error, de tal manera que sea posible tomar medidas correctivas, con anticipación.

De los objetivos: Se refiere a que el control existe en función de los objetivos, es decir, el control no es un fin, sino un medio para alcanzar los objetivos preestablecidos. Ningún control será válido si no se fundamenta en los objetivos y si, a través de él, no se revisa el logro de los mismos.

De las desviaciones: Todas las variaciones o desviaciones que se presenten en relación con los planes deben ser analizadas detalladamente, de manera que sea posible conocer las causas que lo originaron, a fin de tomar medidas necesarias para evitarlas en futuro. Es inútil detectar desviaciones si no se hace el análisis de las mismas y si no se establecen medidas preventivas y correctivas.

De la costeabilidad: El establecimiento de un sistema de control debe justificar el costo que este represente en tiempo y dinero, en relación con las ventajas reales que este reporte. Un control sólo deberá implantarse si su costo se justifica en los resultados que se esperen de él; de nada servirá establecer un sistema de control si los beneficios financieros que reditúa resultan menores que el costo y el tiempo que implican su implantación.

De excepción: El control debe aplicarse, preferentemente, a las actividades excepcionales o representativas, a fin de reducir costos y tiempo, delimitando adecuadamente que funciones estratégicas requieren el control. Este principio se auxilia de métodos probabilísticos, estadísticos o aleatorios.

De la función controladora: La función controladora por ningún motivo debe comprender a la función controlada, ya que pierde efectividad de control. Este principio es básico, ya que señala que la persona o la función que realiza el control no debe estar involucrada con la actividad a controlar.

4.5.4 Requisitos de un buen control

Corrección de fallas y errores: El control debe detectar e indicar errores de planeación, organización o dirección.

Previsión de fallas o errores futuros: el control, al detectar e indicar errores actuales, debe prevenir errores futuros, ya sean de planeación, organización o dirección¹³.

¹³ *Ibíd.* Pág. 8.

4.6 Proceso metodológico para el desarrollo del sistema de control de gestión

1. Diagnóstico Institucional: todo proceso de control de gestión comienza con el estudio propio del sistema a controlar. El diagnóstico tiene como objetivo, según Abad , identificar posibles obstáculos que puedan interferir en la eficacia del sistema, del mismo modo establecer si están dadas las condiciones para la ejecución del sistema propuesto e identificar los procesos claves para que el sistema opere sobre ellos y sus variables claves, a fin de garantizar en lo posible el éxito organizacional. Generalmente los análisis institucionales se orientan hacia el estudio estratégico de la organización, es decir identificando fortalezas y debilidades internas con su relación al entorno amenazante o facilitador de resultados productivos, de igual manera analiza normas, sistemas financieros, cultura organizacional, estructura, capacidad estratégica, desempeño institucional de recursos humanos, entre otros.

2.-Identificación de procesos Claves: luego de conocer como se encuentra el sistema a controlar, es necesario identificar los procesos claves para el éxito empresarial, el control de gestión no actúa sobre todos los procesos internos de la organización, sino por el contrario se centra en aquellos suficientemente importantes en el desempeño eficaz del sistema a controlar, van desde la situación financiera, pasando por la situación comercial, producción, productividad, personal, servicios al cliente, relaciones con otros entes, eficacia, eficiencia, calidad, pertenencia, entre otros.

3. Diseño del sistema de indicadores: De la identificación de las áreas claves, se originan los indicadores que van a permitir medir atributos de dichos procesos y tomar las decisiones pertinentes para su corrección. Un indicador se define como la relación entre variables cuantitativas o cualitativas que permiten observar la situación y las tendencias de cambio generadas en el objeto o fenómeno observado, respecto a los objetivos y metas previstas e influencias esperadas¹⁴.

¹⁴ *Ibíd.* Pág. 27.

4.6.1 Condiciones que influyen en el control de gestión

El entorno: este puede ser estable o dinámico, variante cíclicamente o completamente atípico. Una buena adaptación del entorno facilitada en desarrollo en la empresa.

Los objetivos de la empresa: ya sean de rentabilidad, de crecimiento, sociales y ambientales.

La estructura de la organización: según sea, funcional o divisional, implica establecer variables distintas, y por ende objetivos y sistemas de control también distintos.

El tamaño de la empresa: esta condición está relacionada con la centralización, mientras más grande la empresa es necesario descentralizarla, porque afecta la toma de decisiones debido a la gran cantidad de información que se maneja.

La cultura de la empresa: las relaciones humanas son muy importantes, y se debe incentivar y motivar al personal que labora en la empresa¹⁵.

4.7 El control organizacional desde el punto de vista humano

El control social corresponde “a todos los medios y métodos utilizados para inducir a las personas o grupos a corresponder a las expectativas de una organización social o de la propia sociedad”¹⁶. Hemos visto que las organizaciones sociales, y también las empresas, ejercen poder o control sobre las personas. El poder es una condición que consiste en ejercer una voluntad sobre otra persona o grupo de personas, pudiendo controlar de este modo su comportamiento.

El control es una función administrativa es la fase del proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño y toma la acción correctiva cuando se necesita. De este modo, el control es un proceso esencialmente regulador. La aplicación de un control en las organizaciones busca atender dos finalidades principales: Corregir fallas o errores existentes: Y Prevenir nuevas fallas o errores de los procesos, para que el control sea efectivo debe desarrollarse como una unidad y aplicarse todo el tiempo a la empresa.

¹⁵ *Ibíd.* Pág. 28.

¹⁷ Empresas Temporales [en línea] [citada el 14 de Enero de 2010]. Disponible en: http://observatorio.umh.es/cas/PIL/empresas_de_trabajo_temporal.htm

¹⁶ *Ibíd.* Pág. 37.

4.8 EMPRESAS TEMPORALES

Este tipo de empresas se dedica a la satisfacción de necesidades de otras empresas mediante la prestación de sus servicios, entre los que se encuentra la selección de personal como la actividad predominante de entre las que ofrecen. Sin embargo incorporan una diferencia respecto a las agencias o consultoras ya comentadas, y es la oferta de servicios a un público que se dirige a ellos con el interés de conseguir un puesto de trabajo o cambiar en el que ya tiene.¹⁷

4.8.1 SU FUNCIONAMIENTO.

Como empresas que son, poseen fines lucrativos, pero las cargas no recaen únicamente sobre las empresas en las que realizan contactos, sino también sobre los usuarios que se dirigen a ellas para contactar con un empleador.

Su otra gran característica se debe a su naturaleza "temporal", ya que atienden necesidades de personal imprevistas y urgentes que se dan de modo temporal.

4.8.2 EN QUÉ NOS PUEDEN AYUDAR.

Se trata de un mecanismo que favorece la creación de empleo y la agilización de los recursos humanos, al permitir un ajuste constante a la realidad cambiante del mercado de trabajo. Por lo que podemos servirnos de estas empresas para localizar futuros empleadores, si bien en un principio de forma temporal, pero que puede traducirse en una relación posterior fuera del ámbito de la empresa de trabajo temporal.

Además, cuando se trabaja para este tipo de empresas siempre se asegura la seriedad del contrato en cuanto a seguridad social y formalización del mismo a todos los efectos.

4.9 OUTSOURCING

“Es una mega tendencia que se está imponiendo en la comunidad empresarial de todo el mundo y consiste básicamente en la contratación externa de recursos anexos, mientras la organización se dedica exclusivamente a la razón de su negocio”¹⁸. El Outsourcing hasta hace tiempo era considerado simplemente como un medio para reducir significativamente los costos; sin embargo en los últimos años ha demostrado ser una herramienta útil para el crecimiento de las empresas.

¹⁸ MORALES, Gustavo. OUTSOURCING. Ed, EL CID. Argentina. 2009. Pág 5.

Ventajas

- El desarrollo económico del sector productivo.
- Especialización por tareas en función de los servicios prestados.
- La responsabilidad de las empresas contratantes de servicios al establecer controles de calidad adecuados a través de criterios y sistemas de evaluación establecidos conjuntamente con los prestadores de estos servicios.
- Es inevitable un nuevo enfoque del sistema de costos para poder evaluar claramente la disminución de los costos en los procesos tercerizados.
- Un mayor entrenamiento y desarrollo profesional para los empleados dentro de las empresas prestadoras de servicios, así como, transferencias de tecnología para los funcionarios de las empresas contratantes y / o para las empresas contratistas.
- Una disminución del desperdicio.
- La revalorización de los talentos humanos.
- La agilidad en las decisiones se refuerza con la tercerización.
- Aprovechamiento de los espacios físicos y revalorización de los recursos instalados (maquinarias, equipos, entre otros) para optimizar el uso.

Desventajas

- Pérdida de habilidades críticas para el cumplimiento del objetivo del negocio o desarrollo de habilidades que incorrectamente pueden ser catalogadas como esenciales.
- Pérdida del control sobre la calidad de los servicios contratados.
- En caso de no realizar unos análisis del mercado de las compañías prestadoras de servicios, la tercerización se puede convertir en el camino directo al fracaso.
- Si es que la decisión de tercerizar no está bien fundamentada dentro de la empresa, la sola idea de aplicarla podría ser causante de un caos generalizado en todos los niveles de la organización.
- Los errores no pueden ser admitidos al momento de escoger un área a tercerizar.

- No todos los empleados que perdieron su puesto dentro de la organización podrán ser absorbidos por las empresas prestadoras de servicios.

El Outsourcing Consiste en transferir a terceros la responsabilidad de proporcionar un servicio adaptado a las necesidades de una organización.

4.9.1 EL TRIUNFO DEL OUTSOURCING

Esta demostrando que lejos de ser una moda pasajera se esta convirtiendo en un instrumento valioso para la gestión de las organizaciones. Según aumenta la complejidad de las tecnologías de la información es mayor el número de organizaciones que tienen problemas para mantener su ventaja competitiva.

Cada vez se va observando una mayor aceptación del Outsourcing informático por parte de los ejecutivos españoles aunque no logre avanzar en su implantación en las administraciones públicas.

A ello han contribuido, entre otros, los siguientes factores:

- a) Tendencias generalizada hacia la subcontratación de actividades ajenas al núcleo central del negocio.
- b) Creciente complejidad de los sistemas de información.
- c) Acortamiento del ciclo de vida de los productos informáticos.
- d) Creciente importancia de los sistemas de información en la actividad empresarial.¹⁹

A pesar de todo siguen siendo en nuestro país un freno al crecimiento del Outsourcing:

- a) la resistencia a la externalización de áreas estratégicas de la empresa.
- b) La tradición mentalidad del empresario español frente a servicios innovadores.²⁰

¹⁹ NAVARRO, Emilio. Manual de Outsourcing Informático. Ed, El Cid, España. 2003. Pág.13.

²⁰ Ibíd. Pág. 14.

Las áreas en que, a nivel mundial, más se desarrolla el Outsourcing son:

1. Redes de datos
2. Gestión de redes de voz
3. Sistemas de integración de proyectos.²¹

La globalización de la economía y, por ende, del mercado laboral favorece la expansión del Outsourcing.

²¹ *Ibíd.* Pág. 15.

5. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación se identificarán las causas más representativas para la compañía.

Pasos para revisar las variaciones de Precios

❖ Malos Conteos

Se revisa el archivo en Excel donde están todos los productos que les cayó la variación

TIPO	NEG	COD	DESCRIP	CANTOT1	VENTOT1	GRUPO	SALACT	VAR UND	DIF UND
REBAJA	355	1485325	Duraznos en Mitades	1149	1.275.390	8	764	1110	-385

Luego nos vamos a sicol a mirar como es el movimiento del producto, siempre debemos tener en cuenta que:

Salidas: se restan

Entradas: se suman

Los ajustes negativos: no se tienen en cuenta cuando se hace la operación para verificar si reportaron bien las cantidades que eran.

Movimiento del Producto

FECHA: 2009/11/30
PCINY130

OLIMPICA S.A.

2009/11/30

INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/10/01 Y EL

(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)

CODIGO DESCRIPCION		MEDIDA	REFERENCIA	MARCA
SALDO-INI	SALDO-ACT UD			
1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	820 g	NEWMAN	NEWMAN
371,00	751,00 UN			

FECHA	DOCUMENTO	TRANSACCION	E/S	BODEGA	DES/ORI	CANTIDAD
COSTO	COSTO+IMP	P-VENTA MARGEN				
2009/11/09	5560	Variaciones-aumentos	S	355		229,00
300,00	348,00	300,00 -16,00				
2009/11/10	91110	Venta	S	355		21,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/11	91111	Venta	S	355		15,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/12	5070	Transferencia Intern	S	355	355	3,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/12	355055721	Traslado	E	355	960	545,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/12	91112	Venta	S	355		9,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/13	91113	Venta	S	355		9,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/14	91114	Venta	S	355		70,00
2.166,53	2.513,17	2.947,28 14,00				
2009/11/15	91115	Venta	S	355		5,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/16	91116	Venta	S	355		7,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/17	91117	Venta	S	355		6,00
2.166,53	2.513,17	2.691,00 6,00				
2009/11/18	91118	Venta	S	355		13,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/19	91119	Venta	S	355		8,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/20	91120	Venta	S	355		17,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/21	91121	Venta	S	355		19,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/22	91122	Venta	S	355		5,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/23	91123	Venta	S	355		7,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/24	91124	Venta	S	355		16,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/24	5669	Variaciones-aumentos	S	355		558,00 (544)
810,00	939,60	810,00 -16,00				
2009/11/25	91125	Venta	S	355		9,00
2.166,53	2.513,17	3.800,00 33,00				
2009/11/25	5684	Variaciones-rebajas	S	355		1149,00 (535)
1.110,00	1.287,60	1.110,00 -16,00				

Luego miramos la circular de precios para ver cual es su precio anterior, precio actual, y la variación de ese día.

Circular de Precios

Visualizar archivo en spool

Archivo : QPRINT Página/Línea 1/2
 Control : Columnas 1 - 130
 Buscar : 1485325

* 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3
 FECHA : 2009/11/30 OLIMPICA S.A. PCOL5045
BOLETIN DE PRECIOS DIFERENCIALES NO. 4534 A 2009/11/25 SOLO CAMBIO DE PRECIO
PUNTO DE VENTA : 355 SUPERMERCADO DEL NORTE DIARIO

SECCION : 01 V I V E R E S SIN IVA

CODIGO	DESCRIPCION	VENTA/UNIME	VENTA ANTERIOR	VENTA ACTUAL	VARIAC. PRECIO FISICO	INVEN. PRECIO FISICO	FECHA INICIO	FECHA VENCE	MOTIVO
PROVEEDOR :	350203,200,018,073 NEWMAN INTERNATIONAL								
1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	3,28a	3.800	2.690	-1.110		2009/11/25	2009/11/25	PROMOCION

Por ultimo se hace un reporte y se le envía al administrador del negocio y ya el se encarga de hacer el respectivo cambio.

Este es el pantallazo del producto el cual se le hace el movimiento y deben corregir lo que se resalta con amarillo es donde se hace el cambio.

FECHA: 2009/11/30
PCINY130

OLIMPICA S.A.

2009/11/30

INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/10/01 Y EL

(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)

CODIGO DESCRIPCION		MEDIDA	REFERENCIA	MARCA		
SALDO-INI	SALDO-ACT UD					
1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN	820 g	NEWMAN	NEWMAN		
371,00	751,00 UN					
FECHA	DOCUMENTO	TRANSACCION	E/S	BODEGA	DES/ORI	CANTIDAD
COSTO	COSTO+IMP	P-VENTA MARGEN				
2009/11/09	5560	Variaciones-aumentos	S	355		229,00
300,00	348,00	300,00 -16,00				
2009/11/10	91110	Venta	S	355		21,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/11	91111	Venta	S	355		15,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/12	5070	Transferencia Intern	S	355	355	3,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/12	355055721	Traslado	E	355	960	545,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/12	91112	Venta	S	355		9,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/13	91113	Venta	S	355		9,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/14	91114	Venta	S	355		70,00
2.166,53	2.513,17	2.947,28 14,00				
2009/11/15	91115	Venta	S	355		5,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/16	91116	Venta	S	355		7,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/17	91117	Venta	S	355		6,00
2.166,53	2.513,17	2.691,00 6,00				
2009/11/18	91118	Venta	S	355		13,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/19	91119	Venta	S	355		8,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/20	91120	Venta	S	355		17,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/21	91121	Venta	S	355		19,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/22	91122	Venta	S	355		5,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/23	91123	Venta	S	355		7,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/24	91124	Venta	S	355		16,00
2.166,53	2.513,17	2.990,00 15,00				
2009/11/24	5669	Variaciones-aumentos	S	355	558,00 (544)	
810,00	939,60	810,00 -16,00				
2009/11/25	91125	Venta	S	355		9,00
2.166,53	2.513,17	3.800,00 33,00				
2009/11/25	5684	Variaciones-rebajas	S	355	1149,00 (535)	
1.110,00	1.287,60	1.110,00 -16,00				

La información que se le pasa al negocio es la siguiente:

Por favor revisar el documento 5684 del 2009/11/25 donde se nota que están reportando 1149 unidades a la baja cuando en realidad son 535. Para darnos cuenta de cuanto es la diferencia, lo que se hace es mirar cuanto esta reportando, y cuanto debía de reportar y se resta y lo que nos da de lo multiplicamos por la variación y ese valor que nos da que en este caso da negativo lo que hace es que disminuye el inventario esperado del negocio. .

❖ **Reporte de variaciones con venta anterior \$0 en el boletín de precios diferenciales.**

Se revisa el archivo en Excel donde están todos los productos que les cayó la variación

TIPO	NEG	COD	DESCRIP	CANTOT1	VENTOT1	GRUPO	SALACT	VAR UND	DIF UND
AUMENTO	352	1307873	PAÑAL PEQUEÑIN	5	71.200	31	3	14.240	-2

Este caso es para observar si les cayo variación de x o y producto según la fecha que vamos a revisar y siempre se debe tener en cuenta que cuando no se tiene saldo anterior de un producto no se debe de reportar la variación.

Consulta de Auxiliar de Novedades

Código: 1307873 PAÑAL PEQUEÑIN EXT/CONF PLUS ET3 X3
Negocio: 352 SUPERTIENDA DOS QUEBRADAS

Op	Neg	Proveedor	Fecha	Sc	P.Anter.	°°	P.Nuevo	°°	N	A	Usuario
	352	000000890900161	2009/10/01	39	1424000		1600100		A	C	DORACARV
	352	000000890900161	2009/10/06	39			1424000		A	C	JOSEGARC
	352	000000890900161	2009/10/14	39	1424000		1600000		A	C	FANNYORT

❖ **Digitación errada por parte de los liquidadores de documentos.**

TIPO	NEG	COD	DESCRIP	CANTOT1	VENTOT1	GRUPO	SALACT	VAR UND	DIF UND
REBAJA	362	862765	VAR SOL OLIMPICA	362	90.500	1	2	250	-360

Luego nos vamos a sicol a mirar como es el movimiento del producto, siempre debemos tener en cuenta que:

Salidas: se restan

Entradas: se suman

Los ajustes negativos: no se tienen en cuenta cuando se hace la operación para verificar si reportaron bien las cantidades que eran.

Movimiento del Producto

FECHA: 2009/11/19
PCINY130

OLIMPICA S.A.

2009/11/19

INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/06/01 Y EL

(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)

CODIGO	DESCRIPCION	MEDIDA	REFERENCIA	MARCA
SALDO-INI	SALDO-ACT UD			
862765	VAR SOL OLIMPICA 480 cm3	480 cm3	OLIMPICA	OLIMPICA
2,00	1,00 UN			

FECHA	DOCUMENTO	TRANSACCION	E/S	BODEGA	DES/ORI	CANTIDAD
COSTO	COSTO+IMP	P-VENTA	MARGEN			
2009/08/06	2602	Variaciones-aumentos	S	362		3,00
50,00	50,00	50,00				
2009/08/27	90827	Venta	S	362		1,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/09/09	90909	Venta	S	362		1,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/10/03	158	Consumo Interno	S	362	362	1,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/10/09	362011711	Traslado	E	362	960	3,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/10/18	91018	Venta	S	362		1,00
2.234,61	2.234,61	2.475,00	9,00			
2009/10/18	91018	Rebajas por 4680	S	362		
2.234,61	2.234,61	825,00	-70,00			
2009/11/10	3020	Variaciones-rebajas	S	362		362,00
250,00	250,00	250,00				

Aquí lo que podemos observar es que el liquidador se equivocó y el dígito fue el número del negocio.

Por último se hace un reporte y se le envía al administrador del negocio y ya él se encarga de hacer el respectivo cambio.

Este es el pantallazo del producto el cual se le hace el movimiento y deben corregir lo que se resalta con amarillo es donde se hace el cambio.

FECHA: 2009/11/19 OLIMPICA S.A.
 PCINY130 PA
 INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/06/01 Y EL
 2009/11/19

(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)

CODIGO DESCRIPCION		MEDIDA	REFERENCIA	MARCA
SALDO-INI	SALDO-ACT UD			
862765	VAR SOL OLIMPICA 480 cm3	480 cm3	OLIMPICA	OLIMPICA
2,00	1,00 UN			

FECHA	DOCUMENTO	TRANSACCION	E/S	BODEGA	DES/ORI	CANTIDAD
COSTO	COSTO+IMP	P-VENTA	MARGEN			
2009/08/06	2602	Variaciones-aumentos	S	362		3,00
50,00	50,00	50,00				
2009/08/27	90827	Venta	S	362		1,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/09/09	90909	Venta	S	362		1,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/10/03	158	Consumo Interno	S	362	362	1,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/10/09	362011711	Traslado	E	362	960	3,00
2.234,61	2.234,61	3.300,00	32,00			
2009/10/18	91018	Venta	S	362		1,00
2.234,61	2.234,61	2.475,00	9,00			
2009/10/18	91018	Rebajas por 4680	S	362		
2.234,61	2.234,61	825,00	-70,00			
2009/11/10	3020	Variaciones-rebajas	S	362		362,00 (2)
250,00	250,00	250,00				

La información que se le pasa al negocio es la siguiente:

Por favor revisar el documento 3020 del 2009/11/10 donde se nota que están reportando 362 unidades a la baja cuando en realidad son 2. Para darnos cuenta de cuánto es la diferencia, lo que se hace es mirar cuánto está reportando, y cuánto debía de reportar y se resta y lo que nos da lo multiplicamos por la variación y ese valor que nos da que en este caso da negativo lo que hace es que disminuye el inventario esperado del negocio.

❖ No se reporta el inventario en el boletín de la fecha correspondiente.

Esta causa se reporta por que al hacer la revisión el negocio no grabo la variación de esa fecha

Luego nos vamos a sicol a mirar como es el movimiento del producto, siempre debemos tener en cuenta que:

Salidas: se restan

Entradas: se suman

Los ajustes negativos: no se tienen en cuenta cuando se hace la operación para verificar si reportaron bien las cantidades que eran.

Movimiento de un Producto

FECHA: 2009/12/22
PCINY130

OLIMPICA S.A.

2009/12/22

INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/10/01 Y EL

(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)

CODIGO	DESCRIPCION	MEDIDA	REFERENCIA	MARCA
SALDO-INI	SALDO-ACT UD			
1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	820 g	NEWMAN	NEWMAN
1.348,00	930,00 UN			

FECHA	DOCUMENTO	TRANSACCION	E/S	BODEGA	DES/ORI	CANTIDAD
COSTO	COSTO+IMP	P-VENTA	MARGEN			
2009/12/10	5574	Variaciones-rebajas	S	353		1161,00
410,00	475,60	410,00	-16,00			
2009/12/11	91211	Venta	S	353		14,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/12	91212	Venta	S	353		54,00
2.166,53	2.513,17	2.511,00				
2009/12/13	91213	Venta	S	353		16,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/14	91214	Venta	S	353		12,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/15	91215	Venta	S	353		34,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/16	91216	Venta	S	353		18,00
2.166,53	2.513,17	2.890,00	13,00			
2009/12/17	91217	Venta	S	353		7,00
2.166,53	2.513,17	2.890,00	13,00			
2009/12/18	91218	Venta	S	353		22,00
2.166,53	2.513,17	2.753,63	8,00			
2009/12/19	91219	Venta	S	353		21,00
2.166,53	2.513,17	2.870,95	12,00			

Variación Rebaja

Luego miramos la circular de precios para ver cual es su precio anterior, precio actual y la variación de ese día.

Circular de Precios

Archivo : QPRINT		Visualizar archivo en spool					Página/Línea 2/18	
Control							Columnas 1 - 130	
Buscar : 1485325								
FECHA : 2010/01/04		OLIMPICÁ S.Á.					PCOL5045	
		BOLETIN DE PRECIOS DIFERENCIALES NO. 4558 A 2009/12/19 SOLO CAMBIO DE PRECIO					DIARIO	
		PUNTO DE VENTA : 353 STO 353 SANTA ROSA						
SECCION : 08 V I V E R E S IVA 16%								
CODIGO	DESCRIPCION	VENTA/UNIME	VENTA ANTERIOR	VENTA ACTUAL	VARIAC. PRECIO FISICO	INVEN. INICIO	FECHA INICIO	FECHA MOTIVO VENCE
PROVEEDOR : 350203.200.018.073 NEWMAN INTERNATIONAL								
1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	3,28g	3,612	2,690	-922	2009/12/19	2009/12/19 CAMBIO NORMAL

Por ultimo se hace un reporte y se le envía al administrador del negocio y ya el se encarga de hacer el respectivo cambio.

Este es el pantallazo del producto el cual se le hace el movimiento y deben corregir lo que se resalta con amarillo es donde se hace el cambio.

FECHA: 2009/12/22
PCINY130

OLIMPICA S.A.

2009/12/22

INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/10/01 Y EL

(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)

CODIGO	DESCRIPCION	MEDIDA	REFERENCIA	MARCA
SALDO-INI	SALDO-ACT UD			
1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	820 g	NEWMAN	NEWMAN
1.348,00	930,00 UN			

FECHA	DOCUMENTO	TRANSACCION	E/S	BODEGA	DES/ORI	CANTIDAD
COSTO	COSTO+IMP	P-VENTA	MARGEN			
2009/12/10	5574	Variaciones-rebajas	S	353		1161,00
410,00	475,60	410,00	-16,00			
2009/12/11	91211	Venta	S	353		14,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/12	91212	Venta	S	353		54,00
2.166,53	2.513,17	2.511,00				
2009/12/13	91213	Venta	S	353		16,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/14	91214	Venta	S	353		12,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/15	91215	Venta	S	353		34,00
2.166,53	2.513,17	2.790,00	9,00			
2009/12/16	91216	Venta	S	353		18,00
2.166,53	2.513,17	2.890,00	13,00			
2009/12/17	91217	Venta	S	353		7,00
2.166,53	2.513,17	2.890,00	13,00			
2009/12/18	91218	Venta	S	353		22,00
2.166,53	2.513,17	2.753,63	8,00			
2009/12/19	91219	Venta	S	353		21,00
2.166,53	2.513,17	2.870,95	12,00			

Variación Rebaja

La información que se le pasa al negocio es la siguiente:

No grabaron a la baja del 19 de Diciembre, las unidades correctas a reportar corresponde a 986. Se requiere grabar a la REBAJA. Lo anterior está incurriendo en \$ 909.092 que se están dejando de Registrar como REBAJA. Para darnos cuenta de cuanto es la diferencia, lo que se hace es mirar cuanto esta reportando, y cuanto debía de reportar y se resta y lo que nos de lo multiplicamos por la variación y ese valor que nos da que en este caso da negativo lo que hace es que disminuye el inventario esperado del negocio.

❖ **Mercancía en transito con precio nuevo que no se debe reportar**

TIPO	NEG	COD	DESCRIP	CANTO Tl	VENTOT1	GRUPO	SALAC T	VAR UND	DIF UND
AUMENTO	361	1553755	P/HIG ELITE ULTRA D/HOJA X12 ROLLOS	800	2.960.000	8	0	3.700	800

Luego nos vamos a sicol a mirar como es el movimiento del producto, siempre debemos tener en cuenta que:

Salidas: se restan

Entradas: se suman

Los ajustes negativos: no se tienen en cuenta cuando se hace la operación para verificar si reportaron bien las cantidades que eran.

Movimiento de un Producto

FECHA: 2010/01/06
PCINY130

OLIMPICA S.A.

2009/12/30

INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/12/01 Y EL

(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)

```

-----
CODIGO DESCRIPCION                                MEDIDA      REFERENCIA    MARCA
SALDO-INI  SALDO-ACT  UD
1553755 P/HIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL      12 un       50881         ELITE
117,00      80,00  UN
-----

```

```

-----
FECHA      DOCUMENTO      TRANSACCION  E/S  BODEGA  DES/ORI      CANTIDAD
COSTO      COSTO+IMP      P-VENTA     MARGEN
-----
2009/12/20 361049529 Traslado                E    361      960          800,00
10.336,02   11.989,78    11.500,00   14,00
2009/12/20      5823 Variaciones-rebajas E    361      (no reportar) 800,00
2.310,00    2.679,60     3.700,00   -16,00
2009/12/21      91110 Venta                S    361                        14,00
10.336,02   11.989,78    13.990,00   14,00
2009/12/22      91111 Venta                S    361                        24,00
10.336,02   11.989,78    13.990,00   14,00
2009/12/23 888888888 Ajuste Negativo S    361                        24,00
10.336,02   10.336,02    13.990,00   26,00
-----

```

Luego miramos la circular de precios para ver cual es su precio anterior, precio actual, y la variación de ese día.

Circular de Precios

Visualizar archivo en spool							
Archivo :	QPRINT			Página/Línea 5/5			
Control :				Columnas 1 - 130			
Buscar :	1553755						
FECHA : 2010/01/06	OLIMPICA S.A.			PCOL5045			
	BOLETIN DE PRECIOS DIFERENCIALES NO. 4559 A 2009/12/20 SOLO CAMBIO DE PRECIO						
	PUNTO DE VENTA : 361 SUPERTIENDA Y DROGUERIA MANIZALES			DIARIO			
SECCION : 08 V I V E R E S IVA 16%							
CODIGO DESCRIPCION	VENTA/UNIDE	VENTA ANTERIOR	VENTA ACTUAL	VARIAC. PRECIO FISICO	INVEN. FISICO	FECHA INICIO	FECHA MOTIVO VENCE
PROVEEDOR :	817.002.753 DRYPERS ANDINA S.A.						
1553755 P/HIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	958,33un	7.800	11.500	3.700		2009/12/20	2009/12/30 CAMBIO NORMA

Por ultimo se hace un reporte y se le envía al administrador del negocio y ya el se encarga de hacer el respectivo cambio.

Este es el pantallazo del producto el cual se le hace el movimiento y deben corregir lo que se resalta con amarillo es donde se hace el cambio.

FECHA: 2010/01/06		OLIMPICA S.A.	
PCINY130		INFORME DE MOVIMIENTO ENTRE EL 2009/12/01 Y EL	
2009/12/30		(PARTIENDO DEL SALDO INICIAL DEL MES)	

CODIGO DESCRIPCION	MEDIDA	REFERENCIA	MARCA
SALDO-INI SALDO-ACT UD			
1553755 P/HIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	12 un	50881	ELITE
117,00 80,00 UN			

FECHA	DOCUMENTO	TRANSACCION	E/S BODEGA DES/ORI CANTIDAD
COSTO	COSTO+IMP	P-VENTA MARGEN	

2009/12/20	361049529 Traslado		E 361 960 800,00
10.336,02	11.989,78	11.500,00	14,00
2009/12/20	5823 Variaciones-rebajas		E 361 (no reportar) 800,00
2.310,00	2.679,60	3.700,00	-16,00
2009/12/21	91110 Venta		S 361 14,00
10.336,02	11.989,78	13.990,00	14,00

La información que se le pasa al negocio es la siguiente:

Se solicita corregir las unidades reportadas para rebaja del 20 de Diciembre en la referencia P/HIG ELITE ULTRA D/HOJA X12 ya que están incluyendo el traslado de 800 unidades que ingresó este mismo día al negocio con precio ya rebajado (\$11.500). Se requiere anular documento No. 5823 y grabarlo nuevamente sin reportar unidades en esta referencia ya que esto está incurriendo 2.960.000 Para darnos cuenta de cuanto es la diferencia, lo que se hace es mirar cuanto está reportando, y cuanto debía de reportar y se resta y lo que nos da lo multiplicamos por la variación y ese valor que nos da que en este caso da negativo lo que hace es que disminuye el inventario esperado del negocio.

6. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

A continuación se describirá cada una de las fases que llevaron a cabo para la realización del trabajo, elaborando un cronograma basado en las actividades a realizar por semanas (diagrama de Gantt) llevando así un seguimiento y control de los procedimientos desarrollados en la sección de Víveres.

Figura 1. Cronograma de actividades

ACTIVIDAD \ SEMANA	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
Preliminares																		X	X	
Cuerpo del trabajo																		X	X	
Introducción																		X	X	
Diagnostico de área de intervención			X	X	X															
Referente Conceptual							X	X	X	X										
Propuesta de Intervención				X	X	X														
Presentación y análisis de resultados														X	X	X	X	X		
Conclusiones y Recomendaciones																		X	X	
Complementarios																		X	X	X
Entrega Final																				X

En la primera fase se observa en el sistema de sicol, los reportes de las variaciones de precios en la sección de víveres, para analizar por que se dan los malos reportes.

En la segunda fase se empezó a recolectar y analizar la información para ver cuales son las causas mas representativas en las Variaciones de Precio para así tomar una base como objeto de estudio.

En la tercera fase se estableció el aspecto teórico y contextual del estudio a realizar.

En la cuarta fase se relacionan las variaciones con el inventario (figura 6 - 10 "Seguimiento de los productos del 1 de agosto al 31 de octubre de 2009"); para observar desde estos factores, si los recortes se han efectuado de manera correcta.

En la cuarta fase se le hace seguimiento a los productos en la sección de víveres para ver cuales son las causas y las consecuencias que traen para la compañía esas variaciones mal reportadas.

En la quinta fase se presentan las conclusiones de lo que se observó durante la investigación y se plantean recomendaciones para efectuar de que esas variaciones mal reportadas se den de manera oportuna y de forma correcta.

CONCLUSIONES

- Las variaciones de precios mal reportadas se generan porque las personas responsables de reportar los inventarios no siguen los procedimientos establecidos.
- Los operadores logísticos de la sección de víveres van y verifican en Sicol cual es el saldo simplemente lo ingresan y no siguen el proceso, hecho que impide desconocer que hay en el despacho, en las transferencias, en devoluciones estado1, averías, bodega y en la tienda, lo que genera faltantes inesperados para la Compañía.
- Olímpica no realiza acciones correctivas frente al manejo de las variaciones de precios en la sección de víveres.
- Las causas que generan las variaciones de precios son generadas en un 100% por errores humanos.

RECOMENDACIONES

- Se le recomienda a la compañía que los operadores logísticos sean contratados directamente por Olímpica, si la decisión es por directrices ya sino no quieren tener personal propio, tener una buena inducción, capacitación, y un buen control.
- Se recomienda a Olímpica que el cargo de los operadores logísticos sea por contrato directo con la empresa, teniendo en cuenta lo importante de sus funciones a su cargo y el impacto que genera si realizan mal sus actividades. Si ya por decisión o directriz de las oficinas centrales de Olímpica es tener personal por outsourcing se recomienda activar mayores controles que sean ejecutados por sus jefes inmediatos que garanticen minimizar a cero las variaciones de precios mal reportadas.
- Independientemente de si es personal contratado por la empresa o por empresas temporales, se recomienda que en la inducción que se de, se incluya la importancia que tiene las actividades que van a realizar los operadores logísticos y los efectos que trae si tienen una mala digitación, un mal conteo o no siguen los procedimientos.
- Se debe brindar mas capacitación al personal ya que de ella se adquiere información, habilidad, además mucho conocimiento sobre la organización ya que es de gran importancia saber que efectos trae la variaciones de Precios mal reportadas para la compañía y que no solo conozcan de las góndolas y los códigos sino que también tenga conocimiento de los afectos que traen las variaciones de precios al no reportar las cantidades que son.
- Que el personal encargado en la sección de Víveres lleven un buen control semanalmente de manera eficaz de las variaciones que se presenten. Evitando inconsistencias al final del mes. Entendiendo que el portafolio de productos en la sección es bastante amplio (control constante de la mercancía).
- Se le recomienda a los negocios que lleven un buen control en las variaciones de precios, para que no tengan problemas en los inventarios.

BIBLIOGRAFIA

- ALVEAR SEVILLA, Celina. Calidad Total "conceptos y Herramientas". Edición Limusa. México. 2002. Pág 164.
- ABAD ARANGO, Darío. Control de Gestión. Edición Interponed. Barcelona. 2000. Pág 120.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos "El Capital Humano de las Organizaciones". Edición MC GRAW HILL. México. 2007. Pág 481.
- KOSSEN, Stan. Recursos Humanos en las Organizaciones. Edición Harla. México. 1995. Pág 250.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestión del Talento Humano. Edición MC GRAW HILL. 2002. México. Pág 469.
- PEREZ, Eduardo. Función Directiva y Recursos Humanos. Edición Díaz de Santos. México. 2007. Pág 391.
- GIL, Arianny. Compras e Inventarios. Edición Díaz de Santos. Argentina. 2009. Pág 173.
- SANCHEZ, José. Instrumentación y Control Básico de Procesos. Edición Díaz de Santos. España .2007.Pág 533.
- MORALES, Gustavo. Outsourcing. Edición El Cid. Argentina. 2009. Pág 11.
- MENDOZA, Alejandro. La capacitación practica en las organizaciones. Editorial Trillas. México. Pág. 1985.
- MENDOZA, Alejandro. Manual para determinar necesidades de capacitación. Editorial Trillas. México. Pág. 1986.
- CHAPMAN, Stephen. Planificación y Control de la Producción. Ed Pearson. México. 2006. Pág. 369.
- RICHARD, Daft. Introducción a la Administración. Edición Learning. México. 2006. Pág. 614.

IVANCEVICH, John. Administración de Recursos Humanos. Edición MC GRAWHILL. 2006. México. Pág. 611.

MENDIOLA citado por MENDOZA, Alejandro. Manual para determinar necesidades de capacitación. Editorial Trillas. 1986. México. Pág. 80

NAVARRO, Emilio. Manual de Outsourcing Informático. Editorial El Cid, España. 2003. Pág.181.

CABRERA, Elibeth. Control. Editorial El Cid. Argentina. 2009. Pág 40.

OTRAS FUENTES:

Empresas Temporales [en línea] [citada el 14 de Enero de 2010]. Disponible en:
http://observatorio.umh.es/cas/PIL/empresas_de_trabajo_temporal.htm

APENDICES

Apéndice 1. Reporte de las variaciones de Precio mal Reportadas del mes de Octubre.

NEGOCIO	PLU	DESCRIPCION	VENTA ANTERIOR	VENTA ACTUAL	VARIACION	CANTIDAD REPORTADA	CANTIDAD DE DEBEN REPORTAR	DIFERENCIA	AFECCION DEL ESPERADO CONTABLE	PIERDE / GANA
560	1246373	CERVEZA COSTEÑA EN LATA 330CM3	\$ 1.200	\$ 108.000	\$ 106.800	24	0	24	\$ 2.563.200	P
353	1544451	PAPEL HIGIENICO SCOTT PLUS MEGA 3EN1 12	\$ 13.320	\$ 10.990	-\$ 2.330	0	611	-611	\$ 1.423.630	P
351	1608968	COSTILLA AHUMADA ECO CERVALLE	\$ 0	\$ 17.600	\$ 17.600	18	0	18	\$ 316.800	P
353	1544451	PAPEL HIGIENICO SCOTT PLUS MEGA 3EN1 12	\$ 10.990	\$ 13.320	\$ 2.330	0	562	-562	-\$ 1.309.460	G
575	1544451	PAPEL HIGIENICO SCOTT PLUS MEGA 3EN1 13	\$ 10.990	\$ 13.320	\$ 2.330	1072	536	536	\$ 1.248.880	P
352	1307873	PAÑAL PEQUENIN EXTCONF PLUS ET3 X30	\$ 0	\$ 14.240	\$ 14.240	5	0	5	\$ 71.200	P
353	1614968	PAÑAL ZAIMELLA MEDX30	\$ 12.000	\$ 8.400	-\$ 3.600	112	0	112	-\$ 403.200	G
353	971009	LECHE KLIM EN BOLSA	\$ 4.980	\$ 5.980	\$ 1.000	667	167	500	\$ 500.000	P
353	1582735	ACEITE GIRASOL 0 1LT	\$ 3.790	\$ 5.780	\$ 1.990	0	386	-386	-\$ 768.140	G
350	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	36	0	36	\$ 93.600	P
351	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	55	0	55	\$ 143.000	P
354	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	2	0	2	\$ 5.200	P
355	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	14	0	14	\$ 36.400	P
358	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	23	0	23	\$ 59.800	P
359	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	17	0	17	\$ 44.200	P
561	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	17	0	17	\$ 44.200	P
563	1572642	LECHE DESLACTOSADA ALQUERIA 1.3LT	\$ 0	\$ 2.600	\$ 2.600	9	0	9	\$ 23.400	P
360	996443	GALLETA SALTIN NOEL EXTRALARGA	\$ 0	\$ 2.370	\$ 2.370	82	0	82	\$ 194.340	P
558	1544451	PAPEL HIGIENICO SCOTT PLUS MEGA 3EN1 12	\$ 14.450	\$ 10.990	-\$ 3.460	840	813	27	-\$ 93.420	G
351	566290	ATUN LOMO AGUA OLIMPICA X184G	\$ 2.150	\$ 2.750	\$ 600	461	48	413	\$ 247.800	P
352	566290	ATUN LOMO AGUA OLIMPICA X184G	\$ 2.150	\$ 2.750	\$ 600	207	62	145	\$ 87.000	P
351	1614968	PAÑAL ZAIMELLA MEDX30	\$ 8.400	\$ 12.000	\$ 3.600	40	96	-56	-\$ 201.600	G
360	53211	DETERGENTE FAB TOTAL FLORAL 3000G	\$ 17.480	\$ 8.990	-\$ 8.490	11	33	-22	\$ 186.780	P
352	1544451	PHIG SCOTT PLUS MEGA 3EN1 12X9 OF	\$ 14.450	\$ 9.990	-\$ 4.560	459	377	82	-\$ 373.920	G
350	53211	DETERGENTE FAB TOTAL FLORAL 3000 g	\$ 13.830	\$ 17.480	\$ 3.650	1	77	-76	-\$ 277.400	G
354	53211	DETERGENTE FAB TOTAL FLORAL 3000 g	\$ 8.990	\$ 17.480	\$ 8.490	93	85	-8	-\$ 67.920	G
556	53211	DETERGENTE FAB TOTAL FLORAL 3000 g	\$ 8.990	\$ 17.480	\$ 8.490	82	76	-6	-\$ 50.940	G
358	1191285	LECHE UHT ENTERA L/ALQUERIA 6X1100cm3	\$ 10.990	\$ 13.650	\$ 2.660	0	128	128	\$ 340.480	P
555	1191285	LECHE UHT ENTERA L/ALQUERIA 6X1100cm4	\$ 10.990	\$ 13.650	\$ 2.660	0	46	46	\$ 122.360	P
353	566287	ATUN LOMO ACEITE OLIMPICA X 184 g	\$ 2.190	\$ 2.750	\$ 560	0	236	236	\$ 132.160	P
560	566287	ATUN LOMO ACEITE OLIMPICA X 184 g	\$ 2.190	\$ 2.750	\$ 560	0	290	290	\$ 162.400	P
353	2002746	CHOCOLATE TESALIA X 250 g REF0130	\$ 3.910	\$ 4.350	\$ 440	0	254	254	\$ 111.760	P
353	1553734	PHIG ELITE 2EN1 D/HOJA X 12 ROLL	\$ 13.400	\$ 8.600	-\$ 4.800	0	220	220	-\$ 1.056.000	G
350	1132953	LECHE UHT ENTERA BSA ALGARRA 5X1100 cm3	\$ 10.990	\$ 8.990	-\$ 2.000	0	74	74	-\$ 148.000	G
351	1132953	LECHE UHT ENTERA BSA ALGARRA 5X1100 cm4	\$ 10.990	\$ 8.990	-\$ 2.000	0	97	97	-\$ 194.000	G
560	1462448	ACEITE CANOLA OLIMPICA 946 cm3	\$ 5.590	\$ 7.990	\$ 2.400	0	24	24	\$ 57.600	P
560	1462448	ACEITE CANOLA OLIMPICA 946 cm3	\$ 5.590	\$ 7.990	\$ 2.400	0	45	45	\$ 108.000	P
TOTAL									\$ 3.380.190	

Apéndice 2. Reporte de las variaciones de Precio mal Reportadas del mes Noviembre.

NEGO	PLU	DESCRIPCION	VENTA ANTERIOR	VENTA ACTUAL	VARIACION	CANTIDAD REPORTADA	CANTIDAD QUE DEBEN REPORTAR	DIFERENCIA	AFECTACION DEL ESPERADO CONTABLE	PIERDE GANA
361	2001062	ACEITE VIVI X 1000 cm3	\$ 4.580	\$ 4.290	-\$ 290	567	591	-24	\$ 6.960	P
358	2007615	ATUN VAN CAMPS ACEITE 184 g R/4164	\$ 3.140	\$ 3.390	\$ 250	6219	6125	94	\$ 23.500	P
358	29129	ATUN VAN CAMPS EN AGUA REF3947 184 g	\$ 3.050	\$ 3.280	\$ 230	3932	3320	612	\$ 140.760	P
357	1544451	*D*/PIHIG SCOTT PLUS MEGA 3EN1 12X9 OF	\$ 13.150	\$ 8.880	-\$ 4.270	268	331	-63	\$ 269.010	P
361	1544451	*D*/PIHIG SCOTT PLUS MEGA 3EN1 12X9 OF	\$ 13.150	\$ 8.880	-\$ 4.270	655	455	200	-\$ 854.000	G
361	1622517	PIHIG FAMILIA ACOLCH EDIC NAV 18X12 OF	\$ 16.300	\$ 13.990	-\$ 2.310	800	0	800	-\$ 1.848.000	G
361	1589144	ACEITE SOYA 'O' 900 CM3	\$ 4.690	\$ 3.190	-\$ 1.500	1515	1495	20	-\$ 30.000	G
353	1589144	ACEITE SOYA 'O' 900 CM4	\$ 4.690	\$ 3.190	-\$ 1.500	963	1445	-482	\$ 723.000	P
358	1611686	PIHIG SUPER SUPLEX DIHOJA 12X8 OF	\$ 7.980	\$ 9.490	\$ 1.510	412	249	163	\$ 246.130	P
575	520074	CAFE GINEBRAS 500g	\$ 7.700	\$ 7.350	-\$ 350	971	933	38	-\$ 13.900	G
358	2001736	CAFE SELLO ROJO 500 g RE5211	\$ 7.350	\$ 8.100	\$ 750	830	353	477	\$ 357.750	P
358	566287	ATUN LOMO ACEITE OLIMPICA X 184 g	\$ 1.990	\$ 2.750	\$ 760	1415	1439	-24	-\$ 18.240	G
358	566290	ATUN LOMO AGUA OLIMPICA X 184 g	\$ 1.990	\$ 2.750	\$ 760	1344	1361	-17	-\$ 12.920	G
362	862765	VARSOL OLIMPICA 480 cm3	\$ 3.300	\$ 3.050	-\$ 250	362	2	360	-\$ 90.000	G
361	2007615	ATUN VAN CAMPS ACEITE 184 g R/4164	\$ 3.390	\$ 3.010	-\$ 380	421	470	-49	\$ 18.620	P
358	2004701	HARINA PAN BLANCA 1000 g	\$ 2.450	\$ 2.900	\$ 450	1180	1208	-28	-\$ 12.600	G
361	702296	AGUARDIENTE CRISTAL TETRABRIK 1000 cm3	\$ 19.570	\$ 16.950	-\$ 2.620	250	313	-63	\$ 165.060	P
358	566287	ATUN LOMO ACEITE OLIMPICA X 184 g	\$ 2.750	\$ 1.990	-\$ 760	1982	2051	-69	\$ 52.440	P
358	566290	ATUN LOMO AGUA OLIMPICA X 184 g	\$ 2.750	\$ 1.990	-\$ 760	1866	1893	-27	\$ 20.520	P
558	1608529	PIHIG SCOTT GIGA X 18 ROLL P/ESP OF	\$ 20.500	\$ 10.500	-\$ 10.000	423	209	214	-\$ 2.140.000	G
359	1608529	PIHIG SCOTT GIGA X 18 ROLL P/ESP OF	\$ 20.500	\$ 16.150	-\$ 4.350	64	165	-101	\$ 439.350	P
358	2007615	ATUN VAN CAMPS ACEITE 184 g R/4164	\$ 3.390	\$ 3.050	-\$ 340	4640	5319	-679	\$ 230.860	P
361	1623339	PIHIG SCOTT 3EN1 NAV 18 ROLL GTS 6 OF	\$ 16.500	\$ 13.990	-\$ 2.510	124	194	-70	\$ 175.700	P
358	566287	ATUN LOMO ACEITE OLIMPICA X 184 g	\$ 1.990	\$ 2.750	\$ 760	1297	2015	-718	-\$ 545.680	G
358	566290	ATUN LOMO AGUA OLIMPICA X 184 g	\$ 1.990	\$ 2.750	\$ 760	1746	1864	-118	-\$ 89.680	G
358	566287	ATUN LOMO ACEITE OLIMPICA X 184 g	\$ 2.750	\$ 1.990	-\$ 760	1139	1857	-718	\$ 545.680	P
358	566290	ATUN LOMO AGUA OLIMPICA X 184 g	\$ 2.750	\$ 1.990	-\$ 760	1495	1613	-118	\$ 89.680	P
358	566290	ATUN LOMO AGUA OLIMPICA X 184 g	\$ 1.990	\$ 2.750	\$ 760	1379	932	447	\$ 339.720	P
358	1600275	LECHE UHT 'O' ENT BSA 900 CM3 X6	\$ 5.990	\$ 8.850	\$ 2.860	266	58	208	\$ 594.880	P
361	1582736	ACEITE GIRASOL 'O' 3 LT	\$ 22.990	\$ 16.490	-\$ 6.500	6	13	-7	\$ 45.500	P
362	855177	RON VIEJO DE CALDAS 250 cm3 TETRABRIK	\$ 5.730	\$ 6.060	\$ 330	10	168	-158	-\$ 52.140	G
360	1474811	PAÑAL PEQUENIN NATURAL ET3 X30	\$ 18.600	\$ 14.880	-\$ 3.720	14	0	14	-\$ 52.080	G
360	702296	AGUARDIENTE CRISTAL TETRABRIK 1000 cm3	\$ 16.950	\$ 19.520	\$ 2.570	13	219	-206	-\$ 529.420	G
355	1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBAR X82	\$ 3.800	\$ 2.690	-\$ 1.110	1149	535	614	-\$ 681.540	G
TOTAL									-\$ 2.484.480	

Apéndice 3. Reporte de las variaciones de Precio mal Reportadas del mes de Diciembre.

NEGO	PLU	DESCRIPCION	VENTA ANTERIOR	VENTA ACTUAL	VARIACION	CANTIDAD REPORTADA	CANTIDAD QUE DEBEN REPORTAR	DIFERENCIA	AFECCION DEL ESPERADO CONTABLE	PIERDE GANA
361	866863	ACEITE DE GIRASOL LEGITIMO 900 cm3	\$ 3.400	\$ 4.890	\$ 1.490	354	234	-120	-\$ 178.800	G
562	547341	RON VIEJO DE CALDAS X 375 cm3	\$ 13.100	\$ 14.910	\$ 1.810	142	162	20	\$ 36.200	P
575	1548319	RON VIEJO DE CALDAS 375 CM3	\$ 11.700	\$ 13.330	\$ 1.630	108	210	102	\$ 166.260	P
358	578395	AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO 2000 cm3	\$ 24.901	\$ 59.210	\$ 34.309	16	13	-3	-\$ 102.927	G
351	1014732	AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO 2000 cm3	\$ 54.410	\$ 60.624	\$ 6.214	255	0	-255	-\$ 1.584.570	G
353	1549471	AGUARDIENTE ANTIOQ BOT 1 LT	\$ 28.100	\$ 31.770	\$ 3.670	76	50	-26	-\$ 95.420	G
359	859717	AGUARDIENTE CRISTAL SIAZUCAR 750cm3	\$ 22.160	\$ 19.190	-\$ 2.970	13	132	119	-\$ 353.430	G
361	791896	AGUARDIENTE CRISTAL SIAZUCAR 375 cm3	\$ 9.900	\$ 8.070	-\$ 1.830	33	240	207	-\$ 378.810	G
561	1542088	AGUARDIENTE ANTIOQ SIAZUC 750 CM3	\$ 24.850	\$ 21.270	-\$ 3.580	52	40	-12	\$ 42.960	P
361	702296	AGUARDIENTE CRISTAL TETRABRIK 1000 cm3	\$ 20.805	\$ 17.750	-\$ 3.055	152	352	200	-\$ 611.000	G
561	1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	\$ 2.790	\$ 3.200	\$ 410	15	218	203	\$ 83.230	P
562	1622959	WHISKY JOHNNY WIK CELEBRATION PACK 750CM3	\$ 49.900	\$ 42.900	-\$ 7.000	21	9	-12	\$ 84.000	P
361	569614	CREMA DE WHISKY BAILES X 750 cc	\$ 32.990	\$ 35.900	\$ 2.910	59	121	62	\$ 180.420	P
364	2002746	CHOCOLATE TESALIA X 250 g REF0130	\$ 3.950	\$ 4.850	\$ 900	45	250	205	\$ 184.500	P
350	1435813	LECHE KLIM JIRAFÁ 380 G GTS 10% R+698	\$ 5.600	\$ 5.980	\$ 380	18	138	120	\$ 45.600	P
561	964412	ACEITE OLIOSOYA X 3000 cm3	\$ 18.300	\$ 15.500	-\$ 2.800	69	24	-45	\$ 126.000	P
354	968101	*D*PAPEL HIG SCOTT PLUS MEGA 3+1 X12 P/E	\$ 14.470	\$ 13.450	-\$ 1.020	118	60	-68	\$ 69.360	P
354	1548343	PASTA ESPAG 'O' 250 GR	\$ 550	\$ 800	\$ 250	505	265	-240	-\$ 60.000	G
359	1620672	*D*PESTUCH BOMBON MONTBLANC CHOC X5	\$ 4.950	\$ 3.700	-\$ 1.250	1	13	12	-\$ 15.000	G
353	1553755	PIHIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	\$ 11.500	\$ 7.800	-\$ 3.700	0	103	103	-\$ 381.100	G
358	1553755	PIHIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	\$ 11.500	\$ 7.800	-\$ 3.700	0	202	202	-\$ 747.400	G
560	1553755	PIHIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	\$ 11.500	\$ 7.800	-\$ 3.700	0	47	47	-\$ 173.900	G
558	1553755	PIHIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	\$ 11.500	\$ 7.800	-\$ 3.700	0	60	60	-\$ 222.000	G
353	1307567	PAÑAL PEQUENIN EXT/CONF PLUS ET4 X30	\$ 21.400	\$ 17.400	-\$ 4.000	0	5	5	-\$ 20.000	G
353	1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	\$ 3.612	\$ 2.690	-\$ 922	0	986	986	-\$ 909.092	G
558	1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	\$ 3.612	\$ 2.690	-\$ 922	0	363	363	-\$ 334.686	G
354	1608936	PIHIG NUBE SNUGGY MEG ROLLO X 12	\$ 14.550	\$ 18.600	\$ 4.050	0	30	30	\$ 121.500	P
354	1553755	PIHIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	\$ 7.800	\$ 11.500	\$ 3.700	0	176	176	\$ 651.200	P
353	1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	\$ 2.690	\$ 2.690	\$ 200	0	910	910	\$ 182.000	P
575	1622591	SARDINA 'O' C/SALSA TOM 425 GR	\$ 3.100	\$ 2.500	-\$ 600	178	501	323	-\$ 193.800	G
358	1485325	DURAZNOS EN MITADES NEWMAN ALMIBARX82	\$ 2.690	\$ 2.690	\$ 200	0	2203	2203	\$ 440.600	P
358	1610947	ENDULZ ALDY SUCRALOSA 200 GR	\$ 23.450	\$ 16.980	-\$ 6.470	0	27	27	-\$ 174.690	G
558	1553755	PIHIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	\$ 11.500	\$ 7.800	-\$ 3.700	78	59	-19	\$ 70.300	P
558	1553755	PIHIG ELITE ULTRA D/HOJA X 12 ROLL	\$ 7.800	\$ 14.620	\$ 6.820	8	59	51	\$ 347.820	P
560	1435813	LECHE KLIM JIRAFÁ 380 G GTS 10% R+698	\$ 5.970	\$ 6.450	\$ 480	11	166	155	\$ 74.400	P
TOTAL									-\$ 3.630.275	

Apéndice 4. Reporte de las variaciones de Precio mal Reportadas del mes de Enero.

NE#	PLU	DESCRIPCION	VENTA ANTERIOR	VENTA ACTUAL	VARIACION	CANTIDAD REPORTADA	CANTIDAD QUE DEBEN REPORTAR	DIFERENCIA	AFECTACION DEL ESPERADO CONTABLE*	PERDIDA GANA**
361	909240	VINO FRUTOSO MANZANA 750 cm3 7°	\$ 5.100	\$ 6.270	\$ 1.170	453	952	-499	-\$ 583.830	G
558	1606938	PHIG NUBE SNUGGY GDE 3EN1 TRIPLHOJA X12	\$ 14.900	\$ 10.300	-\$ 4.600	8	3	5	-\$ 23.000	G
358	1604792	LECHE BLEMIL ARAC INF ANTIREFLUJO 400GR		\$ 33.900	\$ 33.900	2	0	2	\$ 67.800	P
359	1604792	LECHE BLEMIL ARAC INF ANTIREFLUJO 400GR		\$ 33.900	\$ 33.900	2	0	2	\$ 67.800	P
358	1604793	LECHE BLEMIL PLUS INF 1 AE 400 GR		\$ 32.100	\$ 32.100	2	0	2	\$ 64.200	P
359	1604793	LECHE BLEMIL PLUS INF 1 AE 400 GR		\$ 32.100	\$ 32.100	2	0	2	\$ 64.200	P
358	1604794	LECHE BLEMIL PLUS 2 AE ANTIESTREN 400 GR		\$ 32.100	\$ 32.100	1	0	1	\$ 32.100	P
359	1604794	LECHE BLEMIL PLUS 2 AE ANTIESTREN 400 GR		\$ 32.100	\$ 32.100	2	0	2	\$ 64.200	P
359	1625304	PHIG FAMILIA ACOLCH GDE EDIC ESP 18X	\$ 15.330	\$ 11.990	-\$ 3.360	275	45	230	-\$ 772.800	G
364	1553743	PHIG ELITE 2EN1 D/HOJA X 4 ROLL	\$ 4.750	\$ 3.990	-\$ 760	155	266	-111	\$ 84.360	P
364	964412	ACEITE OLIO SOYA X 3000 cm3	\$ 18.300	\$ 14.500	-\$ 3.800	78	119	-41	\$ 155.800	P
364	797346	ACEITE DE GIRASOL OLIMPICA 3000 cm3	\$ 16.490	\$ 9.900	-\$ 6.590	29	88	-59	\$ 388.810	P
556	797346	ACEITE DE GIRASOL OLIMPICA 3000 cm3	\$ 16.490	\$ 9.900	-\$ 6.590	138	154	-16	\$ 105.440	P
558	797346	ACEITE DE GIRASOL OLIMPICA 3000 cm3	\$ 16.490	\$ 9.900	-\$ 6.590	260	245	15	-\$ 98.850	G
359	1582736	ACEITE GIRASOL 'O' 3 LT	\$ 16.490	\$ 9.900	-\$ 6.590	77	65	12	-\$ 79.080	G
361	1589145	ACEITE SOYA 'O' 3 LT	\$ 9.900	\$ 14.850	\$ 4.950	77	144	-67	-\$ 331.650	G
575	1589145	ACEITE SOYA 'O' 3 LT	\$ 9.900	\$ 14.850	\$ 4.950	104	160	-56	-\$ 277.200	G
351	566287	ATUN LOMO ACEITE OLIMPICA X 184 g	\$ 2.750	\$ 1.900	-\$ 850	180	543	-363	\$ 308.550	P
361	1553748	PHIG ELITE D/HOJA X 12 ROLL	\$ 8.220	\$ 5.350	-\$ 2.870	145	120	25	-\$ 71.750	G
				\$ 0				0	\$ 0	G
				\$ 0				0	\$ 0	G
				\$ 0				0	\$ 0	G
				\$ 0				0	\$ 0	G
TOTAL									-\$ 834.900	