

**Informe de Práctica Alimentos Cárnicos S.A.S**

**Por**

**Daniela Montoya Gómez**

**Asesor**

**León Jaime Henao Orozco.**

**Universidad Católica Luis Amigó**

**Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables**

**Negocios Internacionales**

**Medellín**

**2023**

## **1 Reconocimientos**

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia que han sido mi constante apoyo y motivación para salir adelante y cumplir mis sueños, porque han estado en los momentos duros y felices durante todo mi proceso formativo cómo profesional, porque creyeron en mi desde el primer momento en que decidí estudiar la carrera de Negocios Internacionales y todos mis logros se los dedico a ellos. Así mismo, quiero agradecerles a todos mis profesores de la Universidad Católica Luis Amigó por contribuir en mi desarrollo y compartir sus conocimientos y experiencias de vida tanto profesional como personales a mi proceso como estudiante en formación, gracias a sus consejos para guiarme por el camino correcto, por resolver inquietudes y dudas cuando las tenía, por siempre exigirnos a todos los alumnos para dar lo mejor que tenemos cada uno.

Agradezco de antemano a la compañía Alimento Cárnicos S.A.S, por brindarme la oportunidad y creer en mi para asumir el cargo de practicante del canal tradicional, por las grandes experiencias y aprendizajes que dejan en mi vida profesional, también agradezco a todo el recurso humano de la compañía por el buen trato y la gentileza, al mismo tiempo a mis jefes y mi líder Yolima Vargas por la paciencia y los conocimientos brindados, Jaime Enrique, sin cuya guía y paciencia, no habría sido posible entender de manera más ágil el manejo de herramientas tan extensas que se manejan para cumplir con mis labores.

## 2 Glosario

**Norma ISO 9001:** Es el sistema de gestión de calidad de las organizaciones públicas y privadas, las empresas que poseen este certificado reflejan su calidad, garantizándole a los clientes la calidad de los productos y servicios.

**OHSAS 18001:** Es una norma internacional para la gestión de seguridad y salud en el trabajo.

**HACCP:** Es el análisis de peligros y puntos críticos de control, se trata de un proceso preventivo que garantiza la inocuidad alimentaria.

**SAP BI:** Es una herramienta empresarial capaz de almacenar información en la nube, esta herramienta es utilizada para analizar los datos del negocio y así obtener información estratégica.

**APH:** Significa atención pre hospitalaria, es una asistencia que se presta a los ciudadanos en momentos de urgencia, como: catástrofes, emergencias y desastres en salud.

**Trade Marketing:** Es una estrategia de marketing que se basa en el posicionamiento de la marca en los puntos de ventas para atraer al consumidor.

**Distribución POP:** Significa Point of Purchase, son los materiales gráficos que se utilizan en los puntos de ventas para promocionar la marca y mejorar su visibilidad, su función es atraer al consumidor y brindar información de la marca o producto.

**Función Semáforo:** Es una función de Excel que ayuda hacer los reportes tengan mejor visibilidad que permite resaltar los colores de las celdas y las letras según los condicionales que se programen en la función: pueden ser por medio de rangos, de mayor a menor, etc.

**Impactados:** Es el efecto de causar impresión en una persona.

**Consolidado:** Documento que integra el texto original.

**Data Clientes Activos:** Son los datos de los clientes que actualmente están realizando compras a la empresa.

**BUSCARV:** Es una función que se utiliza en la herramienta Excel para encontrar elementos en una tabla o un rango.

**SI. ERROR:** Es una función que se utiliza en la herramienta Excel para capturar y controlar errores dentro de una fórmula.

**PROMEDIO:** Es una fórmula que se utiliza en la herramienta Excel para calcular el promedio un conjunto de datos.

**Función Arrastrar:** Es una fórmula que se utiliza en la herramienta Excel para copiar un valor o fórmula de una celda a celdas adyacentes.

**Focos Numérica:** Hace referencia dentro de la empresa a los productos en los que se van a centrar para vender más durante un periodo de tiempo.

**Google Drive:** Es un servicio de la herramienta Google que permite el alojamiento y la sincronización de archivos en una nube.

**WhatsApp:** Es una aplicación que permite enviar mensajes de manera instantánea, por medio de celulares.

**Agentes Comerciales:** Son personas encargadas de realizar la comercialización y venta de los productos.

**Excel:** Es una herramienta que permite editar o realizar hojas de cálculos, gráficas, tablas, etc.

**Productos Avalados:** Hace referencia dentro de la empresa a los productos que fueron avalados por devoluciones de calidad que no fueron causados por el cliente si no, que son problemas directamente en la producción del producto.

**Calidad:** Hace referencia al estado del producto si es esta bueno o malo.

### **3 Resumen ejecutivo**

La empresa Alimentos Cárnicos S.A.S, es una empresa que se encargan de producir y comercializar carne de la mejor calidad con gran trayectoria en el mercado. Actualmente el practicante del canal tradicional se encarga de desarrollar diferentes funciones apoyando a los gerentes, jefes de ventas, comercializadores y vendedores con la generación de informes detallados del seguimiento de las ventas que permitirá reflejar el crecimiento de la empresa.

Desde el inicio el practicante del canal tradicional tiene unos objetivos y un cronograma que le ayudara llevar a cabo sus funciones y al mismo tiempo reflejar aportes y conocimientos que contribuyan con el desarrollo de la empresa.

En el transcurso de la práctica las funciones y responsabilidades del practicante se llevaron a cabo con el apoyo de generar informes de suma importancia tales como: ventas por clientes, ventas por material y cliente impactado, ventas y devoluciones por material por cliente representante de ventas, data clientes activos, venta total canales por material sin explosionar 2023, clientes compran, acciones destacadas, calidad y competencia, seguimiento ofertas y productos nuevos noviembre y diciembre. La generación de dichos informes ayudó a la toma de decisiones por parte de la gerencia. Asimismo, el practicante adquirió grandes conocimientos durante todo su proceso ya que para cumplir sus funciones tuvo un entrenamiento y aprendizaje previo para el manejo de la herramienta SAP BI, al mismo tiempo desarrollo habilidades con criterios haciendo comparaciones de acuerdo a los resultados reflejados por los informes de ventas.

El estudiante en práctica gracias a sus conocimientos previos aportó un gran valor agregado a la empresa, mejorando y optimizando la elaboración del informe de calidad y competencia logrando tener resultados más óptimos y organizados.

La empresa Alimentos Cárnicos S.A.S brindó conocimientos al practicante que le ayudaron a crecer tanto en lo profesional como en lo personal, a enfrentarse a retos y una disciplina constante que le ayudaron a cumplir sus objetivos como practicante y al mismo modo, el practicante pudo brindar sus nuevos conocimientos y contribuir con el desarrollo y crecimiento de la empresa.

## 4 Contenido

1 Reconocimientos	2
2 Glosario	3
3 Resumen Ejecutivo	6
4 Contenido	8
5 Lista de Imágenes	10
6 Lista de Tablas	12
7 Lista de Gráficos	13
8 Introducción	14
9 Antecedentes	15
10 Empresa Objeto de Práctica	18
10.1 Objeto Social	18
10.2 Misión	19
10.3 Visión	19
10.4 Valores Corporativos	20
10.5 Objetivos Estratégicos	21
10.6 Rol Comercial	21
11. Agencia Objeto de la Práctica	23
11.1 Cargo Desempeñado	23
11.2 Perfil del Cargo	23
11.3 Objetivo del Cargo	24
11.4 Funciones para Realizar	24
11.5 Relación con Otros Cargos	25
11.6 Herramientas y Equipos para la Ejecución del Cargo	26
11.7 Condiciones de Trabajo	26
11.8 Entrenamiento	26
11.9 Competencias	27
11.10 Responsabilidades	27
11.11 Deberes	28

11.12 Riesgos del Cargo	28
12. Características de la Práctica	29
12.1 Justificación	29
12.2 Objetivo General	31
12.3 Objetivos Específicos	31
13 Informe Ejecutivo	32
14 Aportes a mi Formación Personal	77
15 Aportes a mi Formación Personal	78
16 Conclusiones	79
17 Recomendaciones	80
18 Referencias Bibliográficas	81

## 5 Lista de Imágenes

Imagen 1. Filosofía Corporativa	20
Imagen 2. Logo Corporativo	23
Imagen 3. Organigrama	25
Imagen 4. SAP BI	33
Imagen 5. SAP BI Archivos	33
Imagen 6. Filtro Ventas	34
Imagen 7. Consolidado Ventas	35
Imagen 8. Filtros Seguimiento a material	37
Imagen 9. Consolidado Seguimiento	38
Imagen 10. Filtro Ventas y Devoluciones	40
Imagen 11. Consolidado Informe 1	41
Imagen 12. Consolidado Devolución	41
Imagen 13. Consolidado Numérica	42
Imagen 14. Filtros Ventas Juan José	45
Imagen 15. Consolidado Ventas Juan José	45
Imagen 16. Fórmula para calcular Data Clientes Activos	47
Imagen 17. Formula Promedio	49
Imagen 18. Filtros Informe Ventas Total x Mat sin Explosionar	50
Imagen 19. Consolidado Informe Ventas Total Canales x Mat sin Explosionar	50
Imagen 20. Filtros Clientes Compran	52
Imagen 21. Consolidado Clientes Compran	53
Imagen 22. Productos Nuevos	55
Imagen 23. Actividades de Aniversarios Clientes	56
Imagen 24. Entrega de Premios	56
Imagen 25. Material POP y Congelados	57
Imagen 26. Logro Exhibiciones	58
Imagen 27. Reportes de Calidad WhatsApp	63
Imagen 28. Imágenes de Calidad	64
Imagen 29. Imagen de Taba de Calidad en Reporte Nacional	65

Imagen 30. Formulario Calidad Canal Indirecto	67
Imagen 31. Preguntas Formulario Calidad	67
Imagen 32. Filtros Ofertas y Productos Nuevos	74
Imagen 33. Consolidado Ofertas y Productos Nuevos	75

## 6 Lista de Tablas

Tabla 1. Ventas Netas	35
Tabla 2. Ventas en Unidades	36
Tabla 3. Ventas x Material	38
Tabla 4. Clientes Impactados	39
Tabla 5. Venta Clientes	42
Tabla 6. Devolución por Material	43
Tabla 7. Mayor a Menor Devolución	44
Tabla 8. Archivo Data Clientes Activos	46
Tabla 9. Razón Social (Código Cliente)	46
Tabla 10. Campos de las Ventas Utilizan en Data Clientes Activos	47
Tabla 11. Resultado del Campo Calculado	48
Tabla 12. Resultado Promedio	49
Tabla 13. Informe Venta Total Canales	51
Tabla 14. Informe Clientes Compran	54
Tabla 15. Con informe de Ventas	55
Tabla 16. Focos Numérica	57
Tabla 17. Acciones Internas	58
Tabla 18. Acciones Externas	59
Tabla 19. Formulario Canal Directo	60
Tabla 20. Espacios Visibles de la Tabla	61
Tabla 21. Información Calidad Directo	62
Tabla 22. Informe de Calidad y Competencia	64
Tabla 23. Respuesta Calidad Indirecto	68
Tabla 24. Continuación de la Tabla Nombre Agentes Comerciales	69
Tabla 25. Suma Agentes comerciales	76

## **7 Lista de Gráficos**

Gráfico 1 Reportes Realizados Zona Rio Grande	70
Gráfico 2 Reportes Realizados Zona EDIVARI S.A.S	71
Gráfico 3 Reportes Realizados Zona Antioqueña de Alimentos	72
Gráfico 4 Reportes Realizados Zona Surtialimentos S.A.S	72
Gráfico 5 Defectos de Calidad	73

## **8 Introducción**

La empresa Alimentos Cárnicos S.A.S, es una Organización empresarial perteneciente al Grupo Nutresa líder de alimentos procesados en Colombia y uno de los más relevantes del sector en América Latina. Se encargan de producir y comercializar carne de la mejor calidad, sus principales productos son: La línea Zenú, Rica, Cunit; también cuentan con una línea Premium como lo son Ranchera y Pietrán. Actualmente el estudiante en proceso de práctica para el canal tradicional se encarga de desarrollar diferentes funciones para el apoyo de generación de información financiera a los gerentes dónde se refleje el crecimiento de la empresa y facilite la toma de decisiones.

## 9 Antecedentes

La historia de Alimentos Cárnicos S.A.S es la suma de historias de éxito, tenacidad, dedicación y desarrollo empresarial, que nos convierten hoy por hoy en un referente de crecimiento para el Negocio Cárnico y para la industria de alimentos del país.

**1935** – Empieza el montaje de salsamentaría Suiza en Bogotá.

**1955** – Inicia labores Salchichería Continental, más conocida con el nombre de Cunit, en la ciudad de barranquilla.

**1968** – Nace Rica Rondon Industria Nacional de Alimentos S.A. Es fundada la empresa Mil Delicias, cuyo producto estrella es la pasta hojaldrada.

**1970** – El Grupo Empresarial Antioqueño obtiene dos importantes empresas cárnicas colombianas: Suizo y salchichería Continental. Como resultado de la asociación, la primera pasa a llamarse Frigorífico Suizo S.A y la segunda recibe el nombre de Frigorífico Continental S.A.

**1975** – En una época de gran incremento en la producción de productos cárnicos enlatados, se constituye Frigorífico de Medellín S.A, empresa encargada del deshuese y almacenamiento de la materia prima cárnica para los productos Zenú.

**1980** – Se adquiere Tecniagro, empresa ubicada en Envigado Antioquia, a la cual se le asignan las funciones de comercialización de bovinos, cerdos y materia prima cárnica. Se crean las primeras granjas de cerdos que inician sus operaciones en el Oriente Antioqueño con la Granja La Esmeralda. Mil delicias se concentra en la línea de alimentos congelados.

**1993** – Frigorífico Suizo S.A opta por la razón social Suizo S.A e inicia su desarrollo Y consolidación como gran empresa nacional.

**1995** – Las actividades de Tecniagro y Frigorífico de Medellín S.A fueron unificadas bajo una sola empresa, Tecniagro S.A.

**1996** – Se compra un lote en el parque Industrial y Comercial del Cauca (Caloto) y nace jurídicamente Frigorífico del Sur S.A.

Inicia operaciones Proveg Ltda, con la cual se fortalece la plataforma de producción para las empresas del negocio cárnico, respondiendo a la demanda de alimentos el segmento de vegetales enlatados.

**1999** – Inicia el proceso operativo en la planta de Caloto – cauca.

**2002** – Rica Rondon pasa a ser integrante del Grupo Inveralimentos S.A y posteriormente de Inversiones Nacional de Chocolates.

**2007** – Se realiza la adquisición para el Negocio Cárnico de la empresa colombiana Mil Delicias. Que entra a complementar lo hecho por Zenú con la marca Sofía Express en el segmento de platos listos congelados.

**2008** – Como producto de un sueño del Grupo Nacional de Chocolates se consolida Alimentos Cárnicos S.A.S, con la fusión de 7 empresas de alimentos colombianas: Rica Rondon, Suizo, Frigorífico Continental, Frigorífico del Sur, Tecniagro, Proveg y productos Mil Delicias.

**2010** - Este patrimonio, junto con un excelente manejo de las marcas y la integración paulatina de una gran red de distribución, nos permiten construir una cultura empresarial de

trabajo y compromiso que la gente reconoce y es un ejemplo para toda la industria colombiana.

**Hoy** - Hoy en día trabajamos con procesos de producción en línea, plantas especializadas y con la más alta tecnología para el proceso logístico, para brindar la más alta satisfacción a nuestros clientes y consumidores.

Desarrollamos todas las actividades con el mejor talento humano, innovación sobresaliente y un comportamiento corporativo ejemplar, para seguir entregando al consumidor y comprador algunas de las marcas más representativas en el sector de alimentos a nivel nacional, desde carnes frías, alimentos larga vida y otras opciones para alimentar y deleitar a la familia. (*Página organizacional, Alimentos cárnicos*)

## 10 Empresa Objeto de la Práctica

### 10.1 Objeto Social

Alimentos Cárnicos remonta sus inicios en 1935, en la ciudad de Bogotá y se consolida en 2008; es una Organización empresarial perteneciente al Grupo Nutresa líder de alimentos procesados en Colombia y uno de los más relevantes del sector en América Latina, se encargan de producir y comercializar carne de la mejor calidad, tales como: cortes finos, cortes de la rueda, cortes del cuarto delantero y recortes entre otros.

Es una de las principales empresas exportadoras de carne colombiana con presencia en el Medio Oriente y Asia, de igual forma abastecen la materia prima para la fabricación de sus productos procesados como: Jamones, mortadelas, salchichones, carnes maduradas, entre otros embutidos de las marcas líderes en el mercado colombiano.

Alimentos Cárnicos S.A.S, cuenta con 10 plantas de producción, en: Colombia 8, Panamá 1 y Venezuela 1; con certificaciones como: ISO 9001, OHSAS 18001, HACCP y están certificados por algunas instituciones de Proceso Halal.

Trabajan en pro de desarrollar la capacidad técnica y humana para llevar al mundo carne de la mejor calidad. (*Grupo Empresarial Nutresa, Alimentos Cárnicos S.A.S, s.f*).

El Negocio Cárnicos produce y comercializa: carnes frías procesadas, carnes maduradas, embutidos y vegetales enlatados, platos listos preparados, pasabocas, champiñones, carnes frescas, pescados y atún, así como un variado portafolio de productos basados en proteína vegetal. (*Grupo Empresarial Nutresa, Alimentos Cárnicos S.A.S, s.f*).

Cuenta con un aplico portafolio en:

La distribución de grandes marcas fundamentales en el mercado colombiano como: La línea Zenú, Rica, Cunit; también cuentan con una línea Premium como lo son Ranchera y Pietrán.

## 10.2 Misión

*“La misión de nuestra Compañía es la creciente creación de valor, logrando un retorno de las inversiones superior al costo del capital empleado.*

- *En nuestros negocios de alimentos buscamos siempre mejorar la calidad de vida del consumidor y el progreso de nuestra gente.*
- *Gestionamos nuestras actividades comprometidos con el desarrollo sostenible; con el mejor talento humano, la innovación sobresaliente y un comportamiento corporativo ejemplar.*
- *Buscamos el crecimiento rentable con marcas líderes, un servicio superior y excelentes redes de distribución”. (Grupo Empresarial Nutresa, s.f)*

## 10.3 Visión

*“Nuestra estrategia está dirigida a duplicar, al año 2030, las ventas logradas en 2020; obteniendo retornos superiores al costo de capital empleado.*

*Para lograrla ofrecemos a nuestro consumidor alimentos y experiencias de marcas conocidas y apreciadas; que nutren, generan bienestar y placer; que se distinguen por la mejor relación precio/valor; disponibles ampliamente en nuestra región estratégica; gestionados por gente talentosa, innovadora, productiva, comprometida y responsable, en un marco de desarrollo sostenible”. (Grupo Empresarial Nutresa, s.f)*

## 10.4 Valores Corporativos

Dentro de la agencia se conoce como: Filosofía corporativa

### Imagen 1 Filosofía Corporativa



*Tomado de: Página organizacional, Grupo Empresarial Nutresa.*

*Fecha: 19 enero de 2023*

De acuerdo a la **imagen 1** dentro de la compañía Alimentos Cárnicos S.A.S se pone en práctica la filosofía corporativa lo cual; es una guía para los empleados, clientes y la comunidad en general. Para los empleados de la compañía es fundamental poner en práctica la filosofía corporativa pues esta ha permitido que tengan una buena comunicación basada en el respeto y ante todo trabajar en equipo permitiendo una integración óptima que ha contribuido con el desarrollo y crecimiento de la empresa.

## 10.5 Objetivos Estratégicos

- Desarrollar competencias para favorecer al estudiante en práctica, permitiéndole adquirir habilidades que contribuyan a su desarrollo y crecimiento profesional; lo cual, le otorgará herramientas para enfrentar los desafíos del mundo laboral.
- Apoyar en la elaboración de informes y análisis de datos de ventas, para identificar tendencias y oportunidades de mejora.
- Adquirir conocimientos sobre herramientas tecnológicas utilizadas en el área comercial, como SAP BI o plataformas digitales para optimizar los procesos y mejorar la eficiencia.
- Realizar seguimientos pos venta a los clientes, brindando un servicio de calidad y generando relaciones duraderas.

## 10.6 Rol Comercial

Alimentos Cárnicos S.A.S, cuenta con varios canales de distribución: tradicional, autoservicios, cadenas, institucional, alternativo, intercompañía, digital; con los cuales ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran y así tener un buen alcance en el mercado por lo tanto cada canal está dividido por sub-canales y tipologías, lo cual permite agrupar por características los puntos de ventas. Su rol comercial es la distribución en: tiendas, mayoristas, droguerías, distribuidores, droguerías independientes, consumo local, autoservicios independientes, cadenas regionales y droguerías independientes.

Alimentos Cárnicos S.A.S es una de las marcas más representativa del sector de alimentos a nivel nacional, desde; carnes frías, alimentos larga vida y otras opciones para alimentar y deleitar a la familia. (*Página organizacional, Alimentos cárnicos*)

## 11 Agencia Objeto de la Práctica

Grupo Nutresa: Alimentos Cárnicos S.A.S

### Imagen 2 Logo Corporativo



*Tomado de: Página organizacional, Alimentos cárnicos*

*Fecha:* No hay información.

En la **Imagen 2** se puede observar el logo corporativo de la empresa, este está compuesto por sus colores principales que es el: rojo, amarillo, verde y azul.

#### 11.1 Cargo Desempeñado

Practicante del Canal Tradicional del área comercial.

#### 11.2 Perfil del Cargo

Practicante de Administración y Negocios Internacionales, con habilidades en análisis de: mercado, investigación de negocios y gestión de proyectos. Capaz de trabajar en entornos multiculturales, aportando conocimientos en estrategias comerciales y habilidades de comunicación efectiva. En búsqueda de adquirir experiencia práctica en el campo de los negocios internacionales y contribuir al crecimiento y éxito de la empresa.

### **11.3 Objetivo del Cargo**

Permitir que el estudiante en práctica adquiera y desarrolle habilidades competentes, que le permita crecer en su vida profesional y laboral; de igual modo aportar sus conocimientos dentro de la compañía creando un valor agregado dentro de la misma.

### **11.4 Funciones para Realizar**

El rol del Estudiante en Práctica Universitario consiste en actividades y funciones rutinarias, ya que el desempeño de este en el canal Tradicional; es el seguimiento del crecimiento de la empresa.

Los informes son documentos esenciales para el canal, estos ayudan en llevar seguimiento ya sea: mensual, semanal o diario. Lo que respecta a los informes periódicos que están propuestos para realizar el practicante; se encuentran los siguientes:

1. Apoyo e implementación de visibilidad con vendedores, esta actividad se concentra en mostrar información crucial para que los vendedores tomen decisiones con los clientes que hay en el canal como son: venta, informes de devoluciones por causal, por materiales, de igual forma mostrar a los vendedores que clientes les falta por impactar en el seguimiento diario de los focos; para todo esto se usa una base de datos llamada SAP BI y la herramienta a usar Excel, ya que facilita los cálculos y se puede presentar la información de una forma clara.
2. Apoyo e implementación de información visible a los jefes de venta y desarrolladores, el estudiante en práctica se encarga de mostrar información actualizada hasta el momento que lo pide, teniendo respuesta de cómo va el negocio cárnico en el canal tradicional en la regional de Medellín; esto permite que los jefes tomen las respectivas decisiones para la mejora de los objetivos.

3. Seguimiento y validación de informes de causales de devolución buen estado, respecto a esta actividad el rol del estudiante en práctica es actualizar de forma constante las devoluciones y compararlos con los objetivos puestos en el mes en curso, esta información ayuda a tener un seguimiento de devoluciones de todo el canal, de los equipos de jefes y vendedores; haciendo un comparativo con las ventas.
4. Seguimiento de actividades TRADE MARKETING. (Distribución POP, recaudo de control y soporte de actividades de TRADE MARKETING premios, muestreo.), este seguimiento se encarga de recolectar información que aporta los vendedores, que son los que están con los clientes, sobre cómo están posicionados visualmente en el negocio y al frente de la competencia, el estudiante tabula y organiza los datos que le son suministrados para la toma de decisiones de los directrices. (*Alimentos Cárnicos S.A.S, manual del practicante 2022-1*)

### 11.5 Relación con otros Cargos

**Imagen 3 Organigrama**



*Tomado de:* Página organizacional, Alimentos cárnicos

*Fecha:* No hay información.

Con relación a la **Imagen 3** el estudiante en práctica tiene relación y comunicación constante y directa con el director del canal tradicional y así mismo con los jefes de ventas.

La compañía le brinda la oportunidad al estudiante moverse en un campo laboral real; que conlleva a relacionarse con: directivos y representantes de ventas; así mismo interactuar con más personas que se desempeñan en otro tipo de áreas dentro de la compañía. (*Alimentos Cárnicos S.A.S, manual del practicante 2022-1*)

### **11.6 Herramientas y Equipos para la Ejecución del Cargo**

Se brindan las herramientas necesarias para desempeñar el cargo como un: computador portátil con conexión a internet, con herramientas ofimáticas, usuarios y contraseñas necesarias para acceder a la información financiera de la empresa en plataformas como: SAP BI, correo corporativo, organigrama de los informes, acceso a impresora.

### **11.7 Condiciones de Trabajo**

Se brinda un espacio adecuado cómodo y tranquilo para realizar: las funciones, accesibilidad a tomar pausas activas, un adecuado horario laboral y remuneración. También se cuenta con espacios de ayudas y apoyo psicológico y APH.

### **11.8 Entrenamiento**

La curva de aprendizaje ha sido larga durante todo el proceso como practicante, debido a la cantidad de información que se debe manejar en mis funciones, por lo tanto, el entrenamiento ha sido largo alrededor de 3 meses; las personas encargadas de mi aprendizaje han sido: Sandra Pérez por una semana capacitación en el manejo de la herramienta SAP BI, Jaime

Enrique Márquez en todo mi proceso como practicante capacitación en manejo de la herramienta SAP BI, método de la construcción de informes y ayudas específicas. Acceso a videos con explicaciones de la construcción de los informes que dejó un practicante anteriormente, a los cuales se puede acceder en cualquier momento con duraciones aproximadas de una hora o hora y media, mi líder Yolima María Vargas en todo mi proceso como practicante; capacitándome en el diligenciamiento de informes que me soliciten y retroalimentaciones de mejora.

### **11.9 Competencias**

Ser estudiante universitario de carreras administrativas, con autorización de la universidad para empezar proceso de prácticas, tener: conocimiento avanzado en manejo de Excel y herramientas ofimáticas, capacidad de trabajar bajo presión, ser proactivo y dispuesto aprender, alta capacidad de comunicación, atento, diligente con alta orientación al detalle, capacidad de tomar decisiones, trabajar en equipo y autonomía.

### **11.10 Responsabilidades**

Las actividades fundamentales que se deben realizar de manera prioritaria, son los informes se deben de entregar de acuerdo a un organigrama estipulado por la empresa; en la cual estos están especificados por día y hora, en la cual deben ser entregados y por lo tanto si estos no son entregados el día estipulado afecta directamente a la empresa, debido a que dichos informes reflejan el crecimiento de la compañía y son de apoyo fundamental para la gerencia para la toma de decisiones, así mismo informes que pueden ser solicitados en el transcurso del día y por lo tanto deben ser enviados de manera inmediata.

**11.11 Deberes**

Cumplir con el horario estipulado de trabajo, velar por las responsabilidades y funciones que están bajo el cargo del rol de practicante, un buen manejo y uso de las herramientas de trabajo, no filtrar información confidencial de la empresa, realizar informes de acuerdo a como lo solicite el canal.

**11.12 Riesgos del Cargo**

Riesgos físicos tales como: problemas en la vista por el uso constante del computador, problemas en el túnel carpiano, dolor de columna por tiempos prolongados en la misma posición, desarrollar estrés por trabajar bajo presión. Posibles sanciones si se filtra información confidencial de la empresa de manera intencional.

## 12 Características de la Práctica

### 12.1 Justificación:

La práctica empresarial ayuda al estudiante a desarrollar aptitudes y competencias que le permitan fortalecer su aprendizaje profesional y pueda integrar y aplicar sus conocimientos en el campo laboral en función de su carrera profesional.

En consecuencia, el presente trabajado de grado se realiza con el fin de dar a conocer todo el proceso del desarrollo de la práctica empresarial en Alimentos Cárnicos S.A.S, lo cual ha permitido que el practicante entre a desempeñar funciones en el mundo laboral poniendo en práctica los conocimientos adquiridos de la carrera en su rol de aprendiz.

Es importante resaltar que en este trabajo se expone de manera detallada los aprendizajes del practicante, sus funciones dentro de la empresa que son realizadas día a día durante todo su proceso, además dichas funciones son las que ayudan a poner en práctica sus conocimientos y complementarlos con nuevos aprendizajes y experiencias contribuyendo a la mejora y fortalecimiento de la empresa siendo un apoyo para el equipo de trabajo. Así pues, aprovechar la oportunidad y el interés de la empresa en brindar conocimientos al estudiante.

Actualmente, el practicante del canal tradicional cumple funciones para el área comercial en el apoyo de la creación de informes financieros que son de alta importancia para la compañía ya que en base a ellos se toman decisiones y se refleja el crecimiento de la empresa, así mismo también se construye informes necesarios de seguimientos que reflejen las ventas de los clientes y vendedores.

Con la construcción de dichos informes el practicante tiene la oportunidad de acceder a información financiera sumamente valiosa que le permitirá poner en práctica desde sus conocimientos la capacidad de analizar el cumplimiento de las ventas totales a nivel regional,

el impacto generado en los clientes, así mismo acompañar al cliente también con su crecimiento ya que la empresa se basa en tener un crecimiento mutuo dónde el cliente y la compañía crezcan juntos.

Apoyar con la realización de informes que le sean solicitados de acuerdo a las necesidades lo cual, le permite al estudiante auto retarse y aprender a manipular la información que refleje los resultados de acuerdo a dichas solicitudes. Generar un vínculo respetuoso y cercano con su equipo de trabajo para así lograr los objetivos que se deben lograr.

En general el campo del practicante en el canal tradicional le brinda la oportunidad de creer en sí mismo, demostrar las fortalezas y capacidades, enfrentarse a situaciones reales que le ayuden a desarrollar habilidades importantes como: la buena comunicación, trabajo en equipo, iniciativa, aportar ideas, ser puntual, cumplir con responsabilidades, trabajar bajo presión.

Dicho de otro modo, el practicante tendrá la oportunidad de demostrar sus destrezas y la iniciativa de implementar y crear proyectos que aporten a la empresa un valor agregado ya que una de las funciones que espera la empresa es recibir los conocimientos nuevos que posee el practicante que les brinde nuevas ideas y esto ayude a optimizar información o procesos y que generen alto valor o crecimiento dentro de la misma.

## **12.2 Objetivo General:**

Desarrollar un sistema de informes de seguimiento de ventas que: recolecte, analice y presente datos relevantes y precisos, con el objetivo de mejorar la toma de decisiones, la eficiencia en la gestión del informe de calidad y proporcionar una visión clara del crecimiento de la compañía a lo largo del tiempo.

## **12.3 Objetivos Específicos**

- Desarrollar seguimientos de ventas mediante la implementación de herramientas y sistemas automatizados que agilicen la generación de informes, permitiendo a los jefes de ventas tomar decisiones basadas en datos.
- Organizar información detallada que permita resaltar y destacar las acciones destacadas dentro de la compañía.
- Calcular el impacto que genera los representantes de ventas con los productos de la compañía en los clientes.
- Determinar la cantidad promedio en pesos que los clientes compran en el canal tradicional en lo corrido del año mediante el análisis de datos de ventas.
- Analizar la cantidad y las causas de las devoluciones por material de los clientes de cada representante de ventas, con el fin de proporcionar información detallada a los representantes de ventas.

### 13 Informe Ejecutivo:

#### Desarrollo de la Práctica

Durante el tiempo del desarrollo de la práctica empresarial realizada en la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S, se realizó las siguientes actividades:

- **Manejo de la Plataforma SAP BI:**

Es una herramienta que se utiliza de acuerdo a los requerimientos de la compañía dónde se accede a información detallada para: informes, visualización y uso compartido de datos que, por lo tanto, permite extraer información financiera de manera detallada de acuerdo a las necesidades y requerimientos que sean solicitados, permitiendo así el uso de filtros, almacenamiento y la actualización de los datos.

De acuerdo a esto, es la herramienta fundamental que brinda la información necesaria para el practicante construir los informes de acuerdo al plan planteado por la compañía y de acuerdo a las solicitudes que se vayan realizando durante todo el proceso.

Una vez la compañía brinde el usuario y la contraseña respectiva al practicante, se accede al sitio web de SAP BI y se ingresa con el usuario y la contraseña que es de carácter confidencial y solo debe ser utilizada por su respectivo dueño (**Imagen 4**).

Después de haber ingresado se podrá visualizar los archivos anteriores que ya fueron suministrados por los practicantes anteriores, los cuales están organizados de manera detallada y con sus respectivos títulos (**Imagen 5**).

## Imagen 4 SAP BI

### SAP BusinessObjects

Plataforma de lanzamiento de BI

**Introduzca la información de usuario y haga clic en "Iniciar sesión".**  
Si no está seguro de la información de la cuenta póngase en contacto con el administrador del sistema.

Sistema:

Sistema SAP:

Cliente SAP:

Nombre de usuario:

Contraseña:

Autenticación:

[Ayuda](#)

*Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI.*

*Fecha: 11 octubre de 2023 H9:05am.*

## Imagen 5 SAP BI Archivos

Titulo	Tipo	Última ejecución	Instancias
DEV Y OFER	Carpeta		
Ensayo	Carpeta		
FOCOS 2022	Carpeta		
JEFE JUAN CAMILO	Carpeta		
JEFES	Carpeta		
PRUEBA	Carpeta		
SOLICITUDES	Carpeta		
Informe Diario de Ventas Crecer y Ganar : 55578399.wid : 740933	Web Intelligence		0
Ofertas : 55578649.wid : 74093263 : 83893107	Web Intelligence		0
VENTA X MATERIAL JCR TOTAL CANALES.wid : 74093336 : 838930	Web Intelligence		0
VENTA X MATERIAL TOTAL CANALES.wid : 74093252 : 83893110	Web Intelligence		0
VentassMesR.Medellin : 74093332 : 83893145	Web Intelligence		0

*Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI.*

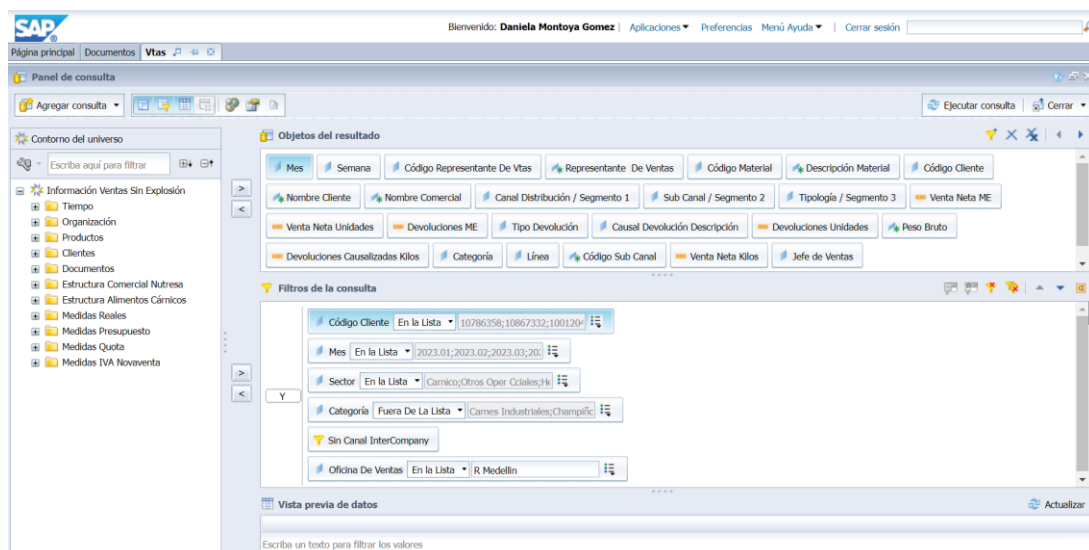
*Fecha: 11 octubre de 2023 H9:05am.*

De acuerdo a esto, dependerá del practicante y la persona que le brinde la capacitación el aprendizaje y el manejo de la herramienta que le brinda toda la información detallada y como la requiere siendo la herramienta principal para el desarrollo de todo el proceso, así mismo el practicante deberá mantener el orden y guardar cada archivo construido o actualizado.

#### - **Informe de Ventas por Cliente**

Consiste en realizar un informe que es solicitado semanal o mensual de manera detallada que le permita visibilizar al cliente las ventas netas y totales en pesos por los meses transcurridos en el año o los meses específicos de los cuales, el cliente requiera, dicha información se filtra desde las herramientas **SAB BI** con los parámetros solicitados, donde se filtra el código del cliente y los años o meses requeridos y el sub canal al que pertenezcan, muchos de los clientes suelen pedir estos informes de manera histórica (**Imagen 6**).

**Imagen 6 Filtros Ventas**



*Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 28 septiembre de 2023 H11:22am.*

## Imagen 7 Consolidado Ventas

Mes	Semana	Código Cliente	Nombre Comercial	Código Material	Descripción Material	Venta Neta ME	Venta Neta Unid	Venta Neta Kilos	Venta Neta Unid
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1000395	Jm. Sdw. ZENU x 230 g	17.415,00	3,00	0,69	3,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1000445	Jm. Sdw. ZENU x 450 g	-9.715,00	-1,00	-0,45	-1,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1000581	Mdeia. Tradi. ZENU x 250 g	44.190,00	10,00	2,50	10,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1000582	Mdeia. Tradi. ZENU x 450 g	35.425,00	5,00	2,25	5,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1000852	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	61.050,00	15,00	3,38	15,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1000853	Salch. Tradi. ZENU x 450 g	38.475,00	5,00	2,25	5,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1000889	Schon. Tradi. ZENU x 225 g	30.760,00	8,00	1,80	8,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1012343	Salch. Perro citre. ZENU x	71.600,00	8,00	3,84	8,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1012347	Salch. Sp. Perro ZENU x 64	29.130,00	2,00	1,28	2,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1015004	Practicame ZENU x 200g	24.540,00	6,00	1,20	6,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1020417	Hamburg. Prensada ZENU	22.020,00	2,00	0,80	2,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1028494	Schon. Cervex Premium Ra	99.190,00	7,00	3,36	7,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	201.300,00	15,00	7,20	15,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1031534	Salch. RANCHERA x 230 g	104.930,00	14,00	3,22	14,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1034258	NV Chiz. RICA x 1000 g	49.680,00	3,00	3,00	3,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1034259	NV Chiz. RICA x 400 g	14.540,00	2,00	0,80	2,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1035356	Jm. PIETRAN estid. 230 g	100.030,00	14,00	3,22	14,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1035360	Jm. Premium PIETRAN 23	8.935,00	1,00	0,23	1,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1035366	Jm. Pli. PIETRAN 230 g Si	-8.090,00	-1,00	-0,23	-1,00
2023.01	2023.01	10012047	SUPERMERCADO PANOR.	1037101	Chiz. Temera ZENU x 470 g	78.920,00	8,00	3,76	8,00

Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 28 septiembre de 2023 H11:22am.

Ver **Imagen 7**, teniendo la base con la información que se requiere para construir el informe, esta es llevada al programa Excel donde allí se construye la información de manera organizada y precisa por medio de tablas dinámicas donde se filtra y se manipula la información permitiendo una óptima visualización para el cliente.

**Tabla 1 Ventas Netas**

Suma de Venta Neta ME	Etiquetas de columna									
Etiquetas de fila	2023.08	2023.01	2023.02	2023.03	2023.04	2023.05	2023.06	2023.07	2023.09	Total general
10786358	9.783.216	10.382.661	8.510.364	8.939.364	9.654.359	9.484.749	11.452.389	8.684.871	8.403.917	85.295.890
EL NUEVO BOSQUE	9.783.216	10.382.661	8.510.364	8.939.364	9.654.359	9.484.749	11.452.389	8.684.871	8.403.917	85.295.890
10867332	14.801.054	10.738.160	11.057.745	11.564.292	12.351.013	10.353.137	13.013.474	10.345.230	9.996.984	104.221.089
AUTOSERVICIO MERQUECASA	14.801.054	10.738.160	11.057.745	11.564.292	12.351.013	10.353.137	13.013.474	10.345.230	9.996.984	104.221.089
10012047	14.436.581	10.493.100	11.515.612	13.699.757	10.800.131	14.152.614	15.269.111	12.674.906	10.632.170	113.673.982
SUPERMERCADO PANORAMA	14.436.581	10.493.100	11.515.612	13.699.757	10.800.131	14.152.614	15.269.111	12.674.906	10.632.170	113.673.982
<b>Total general</b>	<b>39.020.851</b>	<b>31.613.921</b>	<b>31.083.721</b>	<b>34.203.413</b>	<b>32.805.503</b>	<b>33.990.500</b>	<b>39.734.974</b>	<b>31.705.007</b>	<b>29.033.071</b>	<b>303.190.961</b>

Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

Alimentos cárnicos. Fecha: 28 septiembre de 2023 H11:39am.

De acuerdo a la **Tabla 1** como se mencionó anteriormente una vez organizada la información, se podrá observar las ventas netas y totales en pesos de manera histórica de acuerdo como haya sido solicitada la información, el código de los clientes con su respectivo nombre comercial. Dichos datos les brindará a los clientes un conocimiento de cómo van las ventas frente a los meses anteriores y así mismo a los jefes de ventas conocer el cumplimiento que van teniendo los clientes respecto a las ventas.

**Tabla 2 Ventas en Unidades**

Nombre Comercial Cliente		EL NUEVO BOSQUE									
Suma de Venta Neta Unidades		Etiquetas de columna									
Etiquetas de fila		2023.01	2023.02	2023.03	2023.04	2023.05	2023.06	2023.07	2023.08	2023.09	Total general
10786358		1.175	1.334	1.030	1.055	1.148	1.137	1.364	1.021	1.008	10.271
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	34	47	28	27	30	25	36	37	21	285
1040681	Schon. Tradi. ZENU x 850 g	78	117	90	69	99	83	103	88	74	801
1063595	Chrz. Ternera ZENU x 440 g	16						7	12	12	47
1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	49	46	34	33	34	41	54	39	35	365
1000445	Jmn. Sdw. ZENU x 450 g	23	32	16	18	30	28	35	28	22	232
1000581	Mtdela. Tradi. ZENU x 250 g	38	71	39	44	58	43	57	45	39	434
1000582	Mtdela. Tradi. ZENU x 450 g	18	25	25	21	27	13	16	19	16	180
1000852	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	81	81	77	75	73	65	74	64	55	645
1000889	Schon. Tradi. ZENU x 225 g	64	45	41	36	40	48	59	53	47	433
1016004	Practicarne ZENU x 200g	175	190	150	149	210	220	220	141	150	1.605
1035356	Jmn. PIETRAN estd. 230 g SIN C	11	10	11	16	6	6	7	9	6	82
1040851	Schon. Cerveroni ZENU x 500g	27	16	13	16	16	14	20	18	13	153
1046292	Salch. RANCHERA pentapack 805 g. Tira x 7	26	23	19	20	26	25	24	21	16	199
1015235	2 Salch. Sp. RANCHERA x 120g tira x 3	24	12	8	9	13	10	19	12	12	119
1043657	Schon. CERVEC. Snack. ZENU 50g Tira x 6		4	2	3						9
1000853	Salch. Tradi. ZENU x 450 g	43	54	28	35	41	49	52	35	45	382
1000878	2 Hamburg. RANCHERA x 130 g	9	14	13	9	12	12	14	9	7	99
1012343	Salch. Perro cinte. ZENU x 480 g	11	13	9	11	15	9	15	9	12	104

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos.*

*Fecha:* 28 septiembre de 2023 H11:39am.

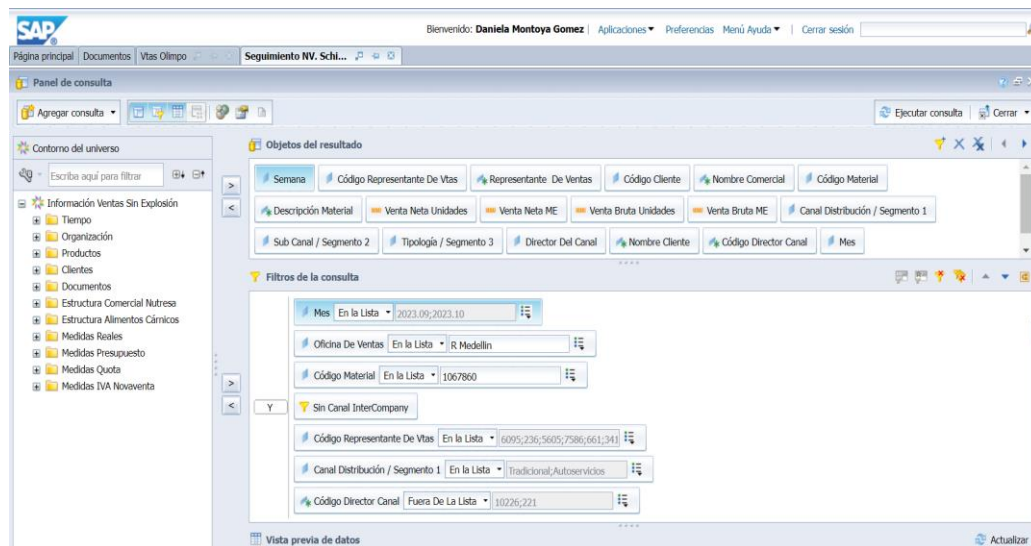
Con relación a la **Tabla 2** se puede observar que, dicho informe también les permite visualizar las ventas por unidades de cada material en los respectivos meses solicitados y el total general unitario de los mismos.

## - Informe Seguimiento de Ventas por Material y Clientes Impactados

Se basa en realizar un informe de seguimiento de ventas por material de acuerdo a cómo sea solicitado por el jefe de ventas, dónde también se deberá reflejar a cuantos clientes se están impactando con el producto (material), por cada uno de los representantes de ventas, dicho informe se construye por cada material y suele mandarse semanal o cada vez que sea solicitado.

1. Se debe ingresar a la herramienta **SAP BI**, crear el informe con los filtros que necesitan de acuerdo al material que le solicitaron, ingresar: el código del material, los meses, el código de los representantes de ventas del canal tradicional, seleccionar el canal de distribución y la oficina de ventas que en este caso sería la Regional de Medellín (**Imagen 8**).

### Imagen 8 Filtros Seguimiento a Material



*Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI.*

*Fecha: 18 octubre de 2023 H7:40am.*

### Imagen 9 Consolidado Seguimiento

Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 18 octubre de 2023 H7:40am.

2. Ver Imagen 9, una vez se tenga la base con la información necesaria para construir el informe, se descarga y es llevada para el programa Excel, dónde allí se manipula la información y se organiza por medio de tablas dinámicas.

### 3. Tabla 3 Ventas x Material

Código Representante De Vtas (Todas)		Representante De Ventas (Todas)		Canal (Todas)		Sub Canal (Varios elementos)		Mes (Todas)		Director Del Canal (Todas)	
Valores											
Somana 2023.38											
Código Cliente	Nombre Comercial	Tipología	Venta Neta ME	Venta Neta Unidades	2023.38	Venta Neta ME	Venta Neta Unidades	Total	Venta Neta ME	Total	Venta Neta Unidades
1017188	AUTO SERVICIO CASTAÑEDA	Minimercado Independ	25.576	2		38.364	3	63.940		63.940	5
10784473	AUTO SERVICIO LA FINQUITA	Minimercado Independ	12.788	1				12.788		12.788	1
10872891	LA GRAN ESQUINA	Minimercado Independ	12.788	1				12.788		12.788	1
10874922	MERCADITOS LA BENDICION	Minimercado Independ	25.576	2	12.788		1	38.364		38.364	3
10086193	SUPERMERCADO LA ABUNDANCIA	Minimercado Independ	38.364	3				38.364		38.364	3
10238734	GRANERO MANGO BICHE	Minimercado Independ	25.576	2	12.788		1	38.364		38.364	3
10344757	AUTO SERVICIO LA ECONOMIA	Minimercado Independ	12.788	1	-12.788		-1	0		0	0
10381784	MERCADOS AYURA	Minimercado Independ			25.576		2	25.576		25.576	2
10632535	AUTO SERVICIO GILDARDO	Minimercado Independ	38.364	3	25.576		2	63.940		63.940	5
10657357	GRANOS Y LEGUMBRES 44 NORTE	Minimercado Independ	12.788	1	25.576		2	38.364		38.364	3
10747283	SUPERMERCADO ARAUCARIAS 1	Minimercado Independ	12.788	1				12.788		12.788	1
10822562	GRANERO LA 56 NIQUIA	Minimercado Independ			0		0	0		0	0
10880191	AUTO SERVICIO EL NARE	Minimercado Independ	51.152	4	25.576		2	76.728		76.728	6
10887393	MAXX TIENDA LA 57	Minimercado Independ	25.576	2				25.576		25.576	2
10008827	MERCADOS REDAJON	Minimercado Independ	25.576	2				25.576		25.576	2
10091137	MERCADOS NIVER	Minimercado Independ			25.576		2	25.576		25.576	2
10171762	GRANERO EL MONO	Minimercado Independ			102.304		8	102.304		102.304	8
10172102	PROVEEDORA LOS SOCIOS	Minimercado Independ	25.576	2	25.576		2	51.152		51.152	4
10367172	SUPER OFERTAS LA 74	Minimercado Independ	76.728	6	25.576		2	102.304		102.304	8
10382308	MERCADOS LUZ DARY	Minimercado Independ			-25.576		-2	-25.576		-25.576	-2
10451439	MERCADOS LA 80	Minimercado Independ	51.152	4	89.516		7	140.668		140.668	11
10627265	MERCADOS EL ANGELITO	Minimercado Independ	25.576	2	25.576		2	51.152		51.152	4
10851324	GRANERO Y LEGUMBRERIA MOMPI	Minimercado Independ	38.364	3	38.364		3	76.728		76.728	6
10903424	LA NUEVA 71	Minimercado Independ			12.788		1	12.788		12.788	1
10920724	MERCADO SAMMI	Minimercado Independ	12.788	1	25.576		2	38.364		38.364	3
10907847	GRANERO PAS PORT	Minimercado Independ	12.788	1				12.788		12.788	1
10087270	MERCADOS SAN JUAN	Minimercado Independ	63.940	5	38.364		3	102.304		102.304	8
10382083	MERCADOS BERRISOL	Minimercado Independ	25.576	2	12.788		1	38.364		38.364	3
10629595	MERCADOS LA COMPANIA	Minimercado Independ	12.788	1				12.788		12.788	1
10706452	MERCADOS TONINO N 1	Minimercado Independ			51.152		4	51.152		51.152	4
10779809	AUTO SERVICIO FENIX	Minimercado Independ	63.940	5				63.940		63.940	5
10825808	MARKET PUERTO	Minimercado Independ	63.940	5	76.728		6	140.668		140.668	11
10887666	MERKA TEJELO	Minimercado Independ	25.576	2	25.576		2	51.152		51.152	4
10911522	FRUVER VANEGAS TEJELO	Minimercado Independ	12.788	1				12.788		12.788	1
10917147	MERCADOS OPORTO	Minimercado Independ	51.152	4	12.788		1	63.940		63.940	5
10501747	MINIMERCADO JYC	Minimercado Independ	38.364	3				38.364		38.364	3
10750978	MINIMERCADO Y LEGUMBRES AZAI	Minimercado Independ					-3	-38.364		-38.364	-3

Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

Alimentos cárnicos. Fecha: 18 octubre de 2023 H7:59am.

De acuerdo a la **Tabla 3** teniendo las tablas dinámicas construidas, se divide el archivo en ventas por material donde sea visible: unos filtros del mes, código y nombre del representante de ventas, canal, sub canal, director canal, código del cliente, nombre comercial, tipología, las semanas, ventas netas en pesos y unidades.

- La segunda tabla dinámica ver **Tabla 4**, estará compuesta por los representantes de ventas con los clientes impactados, reflejados en valor numérico en cantidad a la vez, se complementa organizado de mayor a menor impacto resaltándolo con la función semáforo; esto permite visibilizar quien va mejor con el cumplimiento de impactos y quienes no, así mismo se deja el consolidado de la información extraída del **SAP BI**.

**Tabla 4 Clientes Impactados**

Representante de Vtas	Ciudad Impactados
ZAPATA LINA MARCELA	66
LONGAS PAOLA ANDREA	62
RENDON JESUS OLIMPO	62
ZAPATA LIZETH MARITZA	59
YUSTRES CARLOS ALBERTO	57
VILLEGAS MARIA CRISTINA	57
RUIZ LUISA FERNANDA	57
BLANDON JOHAN ALEJANDRO	57
CORREA MARLEN LUZ DARY	56
GARCIA FRANEY ALEXANDER	55
MONTES LUIS FERNANDO	54
RESTREPO GLORIA MILENA	54
GIRALDO RUBEN DARIO	53
GARMONA BLANCA CECILIA	53
RENDON YAN PAUL	51
CASTAÑO MARIBEL	50
CORDOBA CUESTA ALEXANDER	49
MOLINA LUZ EUGENIA	48
DÍEZ VERONICA	47
GOMEZ ELIANA MARIA	47
HERRERA GIOVANY	47
JARAMILLO WILSON DE JESUS	46
ESCUDERO JERLEIN JOHANNNA	43
GRAJALES JOHN JAMES	42
MONTOYA VIVIANA	42
GOMEZ JEFERSON ANDRES	41
BEDOYA CARLOS ALBERTO	41
GRAJALES JORGE LEONARDO	40
TAMAYO EMPERATRIZ	39
GALEANO JHOAN SEBASTIAN	39
HERNANDEZ JESUS MANUEL	33
RESTREPO ANDRES FELIPE	30
TORRES FABIO HERIBERTO	22
GIRALDO YEIMY ANDREA	20
ALVAREZ DIANA PATRICIA	18
LOPEZ FABIO ALBERTO	18
RESTREPO JHON EDISON	16
RESTREPO DIEGO ANDRES	15
CASTAÑO DANIEL	7
<b>Total general</b>	<b>1693</b>

*Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos.*

*Fecha: 18 octubre de 2023 H7:59am.*

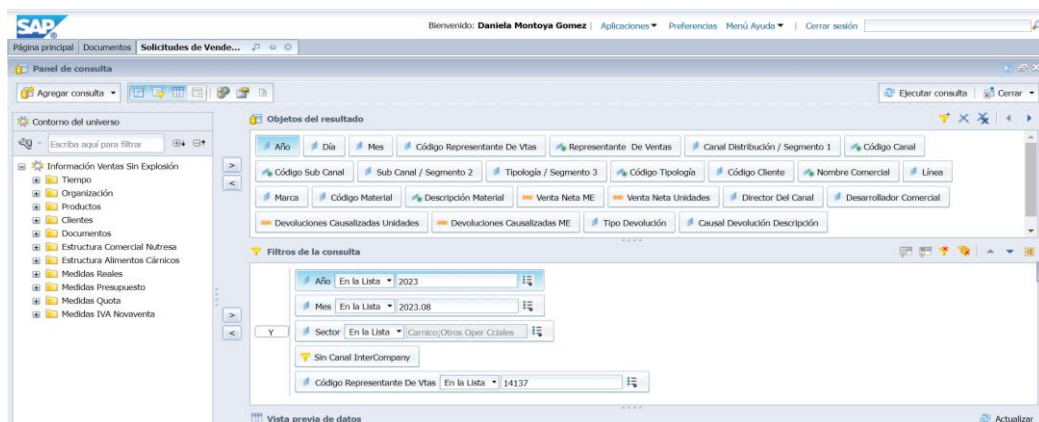
5. Actualmente este tipo de informe se envía los lunes a primera hora sobre tres tipos de materiales diferentes: Salchichon.cerveroni x 1000 g, NV Schicha.Ranchera x 377g y la NV. Mtadela.Jamonada Rica x 345 g. También se construye sobre otros materiales que sean solicitados por el jefe de ventas.

#### - Informe de Ventas y Devoluciones por Material por Cliente, Representante de Ventas

Consiste en un informe que se realiza cada vez que sea solicitado por los representantes de ventas con la necesidad de ver su seguimiento por los meses que ellos mismos soliciten con el fin de ver cómo van las ventas que han tenido y la cantidad de materiales que han devuelto sus clientes. Esto les permitirá visualizar si van cumpliendo con las metas de las ventas y devoluciones.

1. Se debe ingresar a la herramienta **SAP BI**, entrar al archivo llamado “solicitudes de vendedores ventas x devolución x material x canal x cliente”. Al ingresar se deberá filtrar: el código del representante de ventas, quien es el que hace la solicitud del informe, los meses y el año (**Imagen 10**).

### Imagen 10 Filtros Ventas y Devoluciones



*Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI.*

*Fecha: 13 septiembre de 2023 H3:35pm.*

2.

### Imagen 11 Consolidado Informe 1

Año	Día	Mes	Código Repr	Representante	De Ver	Código Cliente	Nombre Comercial	Marca	Línea	Código Material	Descripción Ms	Venta Neta ME	Venta Neta Uni
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10015545		EL SURTIDOR	Ranchera	Saichita	1029973	Saich. RANCHE	-2.531,00	-0,11
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10015545		EL SURTIDOR	Zeni	Cervecer	1040852	Schon. Cervecer	-18.220,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10042323		GRANERO CAMPO ALI	Ranchera	Saichita	1029973	Saich. RANCHE	-5.062,00	-0,22
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10042323		GRANERO CAMPO ALI	Ranchera	Saichita	1001533	Saich. RANCHE	-14.720,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10042323		GRANERO CAMPO ALI	Zeni	Chorizo y Varied	1063393	Chiz.Temera ZE	-12.190,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10044560		MERCADOS VILLA VEI	Ranchera	Saichita	1001533	Saich. RANCHE	-14.720,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10201286		TIENDA Y VARIEDADE	Rica	Amames especia	1004276	23chon.250 Mts	-22.560,00	-2,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10382464		DISTRIBUIDORA LA L.C	Zeni	Mortadela	1000582	Mtdela. Triad. ZE	-8.050,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10494918		AUTOSERVICIO HERN	Rica	Saichichón	1040583	Schon. RICA x 4	-4.975,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10603393		AUTOSERVICIO BALO	Ranchera	Saichita	1046292	Saich. RANCHE	-3.399,00	-0,14
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10603393		AUTOSERVICIO BALO	Zeni	Chorizo y Varied	1063393	Chiz.Temera ZE	-3.048,00	-0,25
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10633749		FRUTAS Y VERDURAS	Ranchera	Saichita	1046292	Saich. RANCHE	-3.399,00	-0,14
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10633749		FRUTAS Y VERDURAS	Rica	Jamón	1000418	Jm. Ideal RICA	-10.846,00	-2,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10633749		FRUTAS Y VERDURAS	Rica	Jamón	1009621	Jm. Ideal RICA	-8.050,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10633749		FRUTAS Y VERDURAS	Rica	Toconeta	1044566	Tcta. Ricachef R	-9.420,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10675469		MINMERCADO SENDI	Ranchera	Hamburguesas	1000873	Hamburg. RANC	-14.000,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10675469		MINMERCADO SENDI	Ranchera	Saichita	1046292	Saich. RANCHE	-3.399,00	-0,14
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10903484		MERCADO LA BALLE	Rica	Mortadela	1000577	Mtdela. RICA x 4	-6.740,00	-1,00
2023	2023.08.01	2023.08	14137	LONGAS PAOLA ANDR	10903484		MERCADO LA BALLE	Rica	Toconeta	1044566	Tcta. Ricachef R	-18.840,00	-2,00

Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 13 septiembre de 2023 H3:35pm.

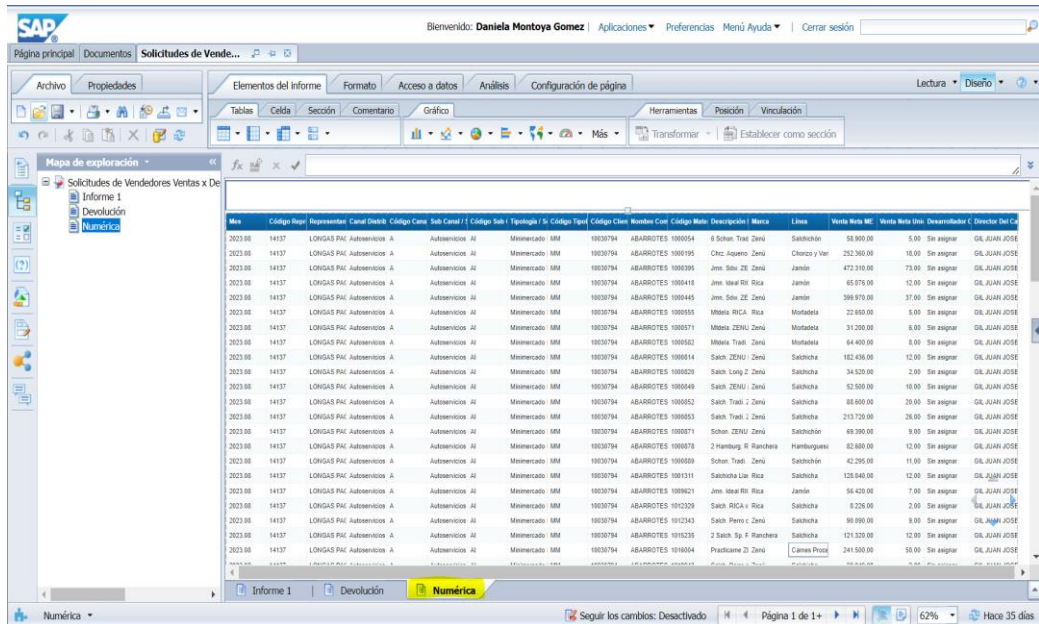
Ver Imagen 11, una vez filtrada la información cómo la necesitamos, nos arrojará tres tipos de base: informe 1, devolución (Imagen 12) y numérica (Imagen 13), con base a estas se organiza el informe.

### Imagen 12 Consolidado Devolución

Año	Mes	Código Repr	Representante	Código Cliente	Nombre Comercial	Código Sub Cat	Código Tipolog	Código Material	Descripción Ms	Devoluciones Casualiz	Devoluciones Casualiz	Causal Devoluc	Tipo Devoluc
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10015545	EL SURTIDOR	TD	TD	1000395	Jm. Sov. ZENL				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10015545	EL SURTIDOR	TD	TD	1000418	Jm. Ideal RICA				AvuataCaféRec MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10015545	EL SURTIDOR	TD	TD	1000581	Mtdela. Triad. ZE	5.960,00		1,00	Baja Rotación MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10015545	EL SURTIDOR	TD	TD	1000582	Mtdela. Triad. ZE	40.250,00		5,00	Avería en el cte MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10015545	EL SURTIDOR	TD	TD	1000582	Saich. Triad. ZEP	4.430,00		1,00	Baja Rotación MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10015545	EL SURTIDOR	TD	TD	1029973	Saich. RANCHE				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10015545	EL SURTIDOR	TD	TD	1040852	Schon. Cervecer	18.220,00		1,00	Producto vencido MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10030794	ABARROTES LA 77	AI	MM	1000395	Jm. Sov. ZENL				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10030794	ABARROTES LA 77	AI	MM	1000418	Jm. Ideal RICA				AvuataCaféRec MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10030794	ABARROTES LA 77	AI	MM	1000571	Mtdela. ZENU ph				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10030794	ABARROTES LA 77	AI	MM	1000581	Mtdela. Triad. ZE	10.120,00		2,00	Baja Rotación MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10030794	ABARROTES LA 77	AI	MM	1019943	Saich. Pemo on8				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10030794	ABARROTES LA 77	AI	MM	1040851	Schon. Cervecer	10.300,00		1,00	Baja Rotación MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10030794	ABARROTES LA 77	AI	MM	1044566	Tcta. Ricachef R				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10032776	SUPERTIENDA RANCHO	TD	CB	1000395	Jm. Sov. ZENL				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10032776	SUPERTIENDA RANCHO	TD	CB	1000418	Jm. Ideal RICA				AvuataCaféRec MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10032776	SUPERTIENDA RANCHO	TD	CB	1000418	Jm. Ideal RICA				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10032776	SUPERTIENDA RANCHO	TD	CB	1000446	Jm. Sov. ZENL				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10032776	SUPERTIENDA RANCHO	TD	CB	1000582	Mtdela. Triad. ZE				perdida vacío ph MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10032776	SUPERTIENDA RANCHO	TD	CB	1009621	Jm. Ideal RICA				AvuataCaféRec MALO
2023	2023.08	14137	LONGAS PNC	10032776	SUPERTIENDA RANCHO	TD	CB	1029478	23chon.250 Mts	11.200,00		1,00	Baja Rotación MALO

Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 13 septiembre de 2023 H3:35pm.

### Imagen 13 Consolidado Numérica



Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 13 septiembre de 2023 H3:35pm.

- Se procede a descargar el archivo y este se lleva a la herramienta Excel, dónde allí se deberá hacer ciertos pasos: primeramente, por cada informe mencionados anteriormente se creará una tabla dinámica ya que cada uno va reflejar diferente información.

#### 4. Tabla 5 Ventas Clientes

Código Representante De Vtas		14137	
Representante De Ventas		LONGAS PAOLA ANDREA	
Etiquetas de columna			
2023.08			
Etiquetas de fila	Venta Neta Unidades	Venta Neta ME	Total Venta Neta Unidades
10011655	139	1.285.680	139
GRANERO MIXTO LOS NINOS	139	1.285.680	139
1000581	15	75.900	15
Mtdela. Tradi. ZENU x 250 g	15	75.900	15
1000852	25	110.750	25
Salch. Tradi. ZENU x 225 g	25	110.750	25
1000889	8	30.760	8
Schon. Tradi. ZENU x 225 g	8	30.760	8
1016004	15	72.450	15
Practicame ZENU x 200g	15	72.450	15
1031533	9	132.480	9
Salch. RANCHERA x 480 g	9	132.480	9
1040681	14	122.640	14
Schon. Tradi. ZENU x 850 g	14	122.640	14
1040683	10	49.760	10
Schon. RICA x 480 g	10	49.760	10
1043327	10	86.500	10
Salch. trad ZENU tripack 408 G tira x 4	10	86.500	10
1046292	16	375.840	16
Salch.RANCHERA pentapack 805 g.Tira x 7	16	375.840	16
1053703	1	43.800	1
Schon. Tradi. ZENU x 850g PG5 LEV6	1	43.800	1
1063593	8	97.520	8
Chrzt.Ternera ZENU parpack 400g.Tira x 4	8	97.520	8
1063595	8	87.280	8
Chrzt. Ternera ZENU x 440 g	8	87.280	8
10015545	193	1.651.842	193

Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

Alimentos cárnicos. Fecha: 13 septiembre de 2023 H3:56pm.

Ver **Tabla 5**, la primera tabla dinámica será la de las ventas esta irá basada en el consolidado del informe 1, en la que se organizará la información permitiendo la visibilidad de: el código y el nombre del representante de ventas, el código y el nombre comercial del cliente, el año y el mes, las ventas netas en pesos y en unidades.

5. La segunda tabla dinámica es devolución x cliente, está irá basada en el consolidado de devoluciones, se organiza la información facilitando la visibilidad del: código del cliente, nombre comercial, código material, descripción material, causal devolución, devolución casualizada en unidades y en pesos, así mismo el código y nombre del representante de ventas (**Tabla 6**).

**Tabla 6 Devolución por Material**

Código Representante De Ventas	14137					
Representante De Ventas	LONGAS PAOLA ANDREA					
Código Cliente	Nombre Comercial	Código #	Descripción Material	Causal Devolución Descripción	Devo Causalizadas Unidades	Devoluciones Causalizadas ME
10015545	EL SURTIDOR	1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	perdida vacio pto vt		
10015545	EL SURTIDOR	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	AvaladCalid/Rec.Mas.		
10015545	EL SURTIDOR	1000581	Mdela. Tradi. ZENU x 250 g	Baja Rotación	1	5.060
10015545	EL SURTIDOR	1000582	Mdela. Tradi. ZENU x 450 g	Avería en el cliente	1	40.250
10015545	EL SURTIDOR	1000852	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	Baja Rotación	1	4.430
10015545	EL SURTIDOR	1029973	Salch. RANCHERA tripack x 9	perdida vacio pto vt		
10015545	EL SURTIDOR	1040852	Schon. Cerveroni ZENU x 1000 g	Producto Vencido	1	18.220
<b>Total 10015545</b>					<b>4</b>	<b>67.960</b>
10030794	ABARROTES LA 77	1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	perdida vacio pto vt		
10030794	ABARROTES LA 77	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	AvaladCalid/Rec.Mas.		
10030794	ABARROTES LA 77	1000581	Mdela. Tradi. ZENU x 250 g	Baja Rotación	1	10.120
10030794	ABARROTES LA 77	1000571	Mdela. ZENU pll. x 250 g	perdida vacio pto vt		
10030794	ABARROTES LA 77	1019943	Salch. Perro clnte. ZENU tripack x 720g	perdida vacio pto vt		
10030794	ABARROTES LA 77	1040851	Schon. Cerveroni ZENU x 500g	Baja Rotación	1	10.300
10030794	ABARROTES LA 77	1044566	Tcta. Ricachef RICA x 250 gr	perdida vacio pto vt		
<b>Total 10030794</b>					<b>2</b>	<b>20.420</b>
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	perdida vacio pto vt		
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	perdida vacio pto vt		
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	AvaladCalid/Rec.Mas.		
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1000582	Mdela. Tradi. ZENU x 450 g	perdida vacio pto vt		
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1000445	Jmn. Sdw. ZENU x 450 g	perdida vacio pto vt		
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1009621	Jmn. Ideal RICA x 400 g	AvaladCalid/Rec.Mas.		
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1020478	ZSchon.250 Mdela.250 qrt.Salch.230 RICA	Baja Rotación	1	11.280
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1035356	Jmn. PIETRAH estd. 230 g SIN C	AvaladCalid/Rec.Mas.		
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y LIK	1046292	Salch.RANCHERA pentapack 805 g,Tira x i	perdida vacio pto vt		
<b>Total 10032776</b>					<b>1</b>	<b>11.280</b>
10039240	TIENDA LA VIRGEN DEL CAR	1043657	Schon. CERVEC. Snack. ZENU 50g Tira x 6	Baja Rotación	1	5.505
<b>Total 10039240</b>					<b>1</b>	<b>5.505</b>
10039905	AUTOSERVICIO MERK PLUS:	1046292	Salch.RANCHERA pentapack 805 g,Tira x i	Baja Rotación	1	3.359
10039905	AUTOSERVICIO MERK PLUS:	1046292	Salch.RANCHERA pentapack 805 g,Tira x i	perdida vacio pto vt		
10039905	AUTOSERVICIO MERK PLUS:	1043657	Schon. CERVEC. Snack. ZENU 50g Tira x 6	Baja Rotación	1	1.839
10039905	AUTOSERVICIO MERK PLUS:	1000054	S Schon. Tradi. ZENU collarin x 100 g	Baja Rotación	1	11.780
10039905	AUTOSERVICIO MERK PLUS:	1040682	Schon. Tradi. ZENU x 620 g	Producto Vencido	1	14.440
10039905	AUTOSERVICIO MERK PLUS:	1040682	Schon. Tradi. ZENU x 620 g	Baja Rotación	1	14.440
<b>Total 10039905</b>					<b>5</b>	<b>45.858</b>

**Tomado de:** indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

**Alimentos cárnicos. Fecha:** 13 septiembre de 2023 H3:56pm.

6. La tercera tabla dinámica es mayor a menor devolución, está basada en el consolidado de devoluciones, se organiza la información permitiendo reflejar: el código del cliente, nombre comercial, código material, descripción material,

causal de devolución, devoluciones casualizadas en unidades y en pesos. Se complementa organizado de mayor a menor devolución resaltándolo con la función semáforo; esto permitirá visibilizar cuál de los clientes a tenido mayores devoluciones y cuál es el producto que más es devuelto y su causal (**Tabla 7**).

**Tabla 7 Mayor a Menor Devolución**

Código Cliente	Nombre Comercial	Código Material	Descripción Material	Causal Devolución Descripción	Devo Causalizadas Unidades	Devoluciones Causalizadas ME
10015545	EL SURTIDOR	1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	perdida vacio pto vt	12	
10015545	EL SURTIDOR	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	AvaladCalid/Rec.Mas.	10	
10015545	EL SURTIDOR	1000581	Mtdela. Tradi. ZENU x 250 g	Baja Rotación	10	5,060
10015545	EL SURTIDOR	1000582	Mtdela. Tradi. ZENU x 450 g	Averia en el cliente	10	40,250
10015545	EL SURTIDOR	1000852	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	Baja Rotación	9	4,430
10015545	EL SURTIDOR	1029973	Salch. RANCHERA tripack x 9	perdida vacio pto vt	8	
10015545	EL SURTIDOR	1040852	Schon. Cerveroni ZENU x 1000 g	Producto Vencido	7	18,220
<b>Total 10015545</b>						<b>67,960</b>
10030794	ABARROTES LA 77	1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	perdida vacio pto vt	7	
10030794	ABARROTES LA 77	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	AvaladCalid/Rec.Mas.	7	
10030794	ABARROTES LA 77	1000581	Mtdela. Tradi. ZENU x 250 g	Baja Rotación	7	10,120
10030794	ABARROTES LA 77	1000571	Mtdela. ZENU p.li. x 250 g	perdida vacio pto vt	6	
10030794	ABARROTES LA 77	1019943	Salch. Perro clnte. ZENU tripack	perdida vacio pto vt	6	
10030794	ABARROTES LA 77	1040851	Schon. Cerveroni ZENU x 500g	Baja Rotación	6	10,300
10030794	ABARROTES LA 77	1044566	Tcta. Ricachef RICA x 250 gr	perdida vacio pto vt	5	
<b>Total 10030794</b>						<b>20,420</b>
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	perdida vacio pto vt	5	
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	perdida vacio pto vt	5	
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	AvaladCalid/Rec.Mas.	5	
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1000582	Mtdela. Tradi. ZENU x 450 g	perdida vacio pto vt	5	
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1000445	Jmn. Sdw. ZENU x 450 g	perdida vacio pto vt	5	
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1009621	Jmn. Ideal RICA x 400 g	AvaladCalid/Rec.Mas.	5	
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1020478	2Schon.250 Mtdela.250 grt.Salch.	Baja Rotación	5	11,280
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1035356	Jmn. PIETRAN estd. 230 g SIN C	AvaladCalid/Rec.Mas.	5	
10032776	SUPERTIENDA RANCHO Y	1046292	Salch.RANCHERA pentapack 805	perdida vacio pto vt	5	
<b>Total 10032776</b>					<b>4</b>	<b>11,280</b>

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos Fecha:* 13 septiembre de 2023 H3:56pm.

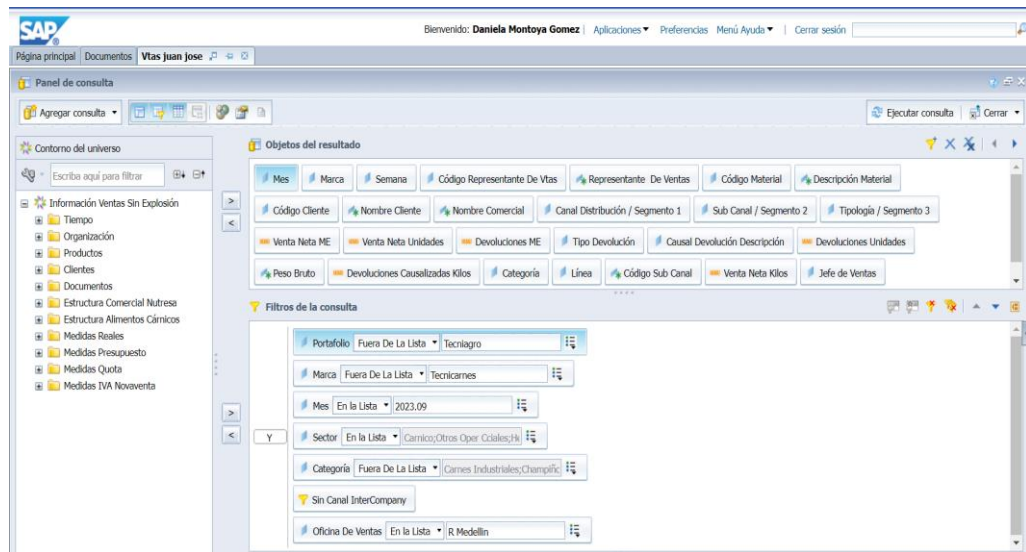
7. Actualmente este informe se envía cada vez sea solicitado, por lo cual esto puede ser mensual o cada semana.

#### - Informe Data Clientes Activos

Se basa en complementar un informe que es enviado por uno de los jefes de ventas en el cual, solicita tener en cuenta el cierre de ventas del mes que se esté cerrando de dicho jefe teniendo en cuenta los cambios de razón social de los clientes.

1. Se debe ingresar a la herramienta **SAP BI**, al entrar se deberá seleccionar el archivo llamado “vtas Juan José”. Al ingresar se deberá filtrar: portafolio, marca, mes, sector, categoría y oficina de ventas (**Imagen 14**).

## Imagen 14 Filtros Ventas Juan José



Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI Fecha: 02 octubre de 2023 H10:00am.

2.

## Imagen 15 Consolidado Ventas Juan José

The screenshot shows a consolidated sales report table in SAP Business Objects. The table displays the following data:

Mes	Código Cliente	Nombre Comercial	Venta Neta ME	Venta Neta Unid	Venta Neta Kilos
2023.09	10000009	ALMACENES EXITO S.A.	-5.302.406,00	-892,00	-199,06
2023.09	10000794	SALSAMENTARIA ALCATR	439.328,00	47,92	20,53
2023.09	10001974	SALSAMENTARIA EVE	1.260.681,00	111,75	72,55
2023.09	10001976	MERCADOS SURTIHOGAF	2.713.260,00	319,75	125,59
2023.09	10002033	GRANERO ALBA	956.023,00	146,00	46,43
2023.09	10002120	GRANERO FABIO	830.786,00	94,17	40,34
2023.09	10002150	GRANERO EL POLI	1.420.243,00	159,00	78,57
2023.09	10002157	MERCADO LAS 3B	7.746.670,00	757,33	392,84
2023.09	10002159	SALSAMENTARIA LA CALL	1.702.425,00	179,61	66,82
2023.09	10002178	BILLARES Y GRANERO PE	859.467,00	81,00	44,30
2023.09	10002203	GRANERO N.E	925.876,00	97,17	39,08
2023.09	10002258	LUNA SUPER	1.809.104,00	214,69	89,37
2023.09	10002274	SALSAMENTARIA EL BUE	4.204.932,00	476,08	216,70
2023.09	10002427	TIENDA YENNY	707.498,00	91,75	39,12

Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 02 octubre de 2023 H10:05am.

Ver Imagen 15, una vez filtrada la información cómo la necesitamos, nos arrojará un consolidado con la información que se necesita para el informe que son: el

mes, código del cliente, nombre comercial, ventas netas en pesos, ventas netas en unidades y en kilos, este se descarga y se abre en el Excel.

- Se abre el archivo que de ventas que se bajó del **SAP BI** y también el archivo que fue enviado por el jefe de ventas “Data clientes activos”. Allí solo vamos a trabajar y manipular la información en el espacio resaltado en azul que será el mes del cual se va trabajar y el capo para el promedio de los 3 últimos meses (Tabla 8).

**Tabla 8 Archivo Data Clientes Activos**

Venta Abril 2023	Venta Mayo 2023	Venta Junio 2023	Venta Julio 2023	Venta Agosto 2023	Venta Septiembre 2023	Promedio 3 Últimos meses	Cód Vendedor	Vendedor	Cód Jefe	Jefe
\$ 33.145.828	\$ 32.640.416	\$ 34.796.009	\$ 31.579.099	\$ 36.808.226			662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 12.901.646	\$ 10.876.017	\$ 13.739.465	\$ 14.286.768	\$ 15.945.900			662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 5.319.346	\$ 3.666.730	\$ 5.107.966	\$ 4.194.325	\$ 4.840.320			662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 1.662.059	\$ 1.717.324	\$ 2.010.199	\$ 1.491.700	\$ 2.261.355			662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 1.152.180	\$ 837.590	\$ 863.393	\$ 689.614	\$ 1.108.310			662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 7.965.052	\$ 8.397.307	\$ 8.671.446	\$ 8.897.995	\$ 8.906.967			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 11.239.373	\$ 15.106.118	\$ 11.496.868	\$ 13.468.236	\$ 13.524.925			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.917.219	\$ 7.560.978	\$ 7.789.476	\$ 6.132.908	\$ 7.796.314			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 12.180.180	\$ 12.728.394	\$ 15.024.092	\$ 15.115.988	\$ 14.663.016			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.818.390	\$ 5.157.128	\$ 4.488.203	\$ 5.294.305	\$ 5.013.610			229	LUZ EUGENIA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.128.516	\$ 4.896.643	\$ 4.237.578	\$ 4.740.275	\$ 4.052.483			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.819.564	\$ 4.481.441	\$ 3.872.405	\$ 4.446.252	\$ 4.256.781			7592	MARIBEL	352	Juan Jose Gil
\$ 6.754.402	\$ 6.506.116	\$ 7.119.893	\$ 6.817.034	\$ 8.774.595			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.834.136	\$ 5.588.070	\$ 5.457.390	\$ 5.585.435	\$ 6.182.186			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.844.706	\$ 4.350.277	\$ 5.410.788	\$ 5.920.493	\$ 5.851.543			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.132.215	\$ 4.437.805	\$ 4.792.591	\$ 5.335.985	\$ 5.998.815			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 2.857.960	\$ 3.258.551	\$ 3.666.926	\$ 3.615.394	\$ 4.214.276			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.445.563	\$ 5.219.623	\$ 5.226.358	\$ 4.729.975	\$ 5.910.620			5122	VERONICA	352	Juan Jose Gil
\$ 2.802.173	\$ 2.400.704	\$ 2.641.884	\$ 3.001.449	\$ 3.129.630			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.044.067	\$ 3.268.172	\$ 3.481.083	\$ 3.244.862	\$ 3.009.188			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 2.390.060	\$ 3.481.533	\$ 2.784.282	\$ 3.018.348	\$ 2.728.214			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 1.836.704	\$ 1.671.696	\$ 1.912.731	\$ 1.840.069	\$ 1.655.679			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 2.362.304	\$ 2.665.509	\$ 2.191.210	\$ 2.072.829	\$ 2.640.455			7592	MARIBEL	352	Juan Jose Gil
\$ 1.910.965	\$ 1.918.685	\$ 2.041.781	\$ 2.169.814	\$ 2.076.881			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 1.872.295	\$ 1.734.950	\$ 1.806.810	\$ 2.318.829	\$ 2.453.700			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 7.810.464	\$ 8.901.964	\$ 3.379.238	\$ 7.941.674	\$ 3.509.598			1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil

Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

Alimentos cárnicos. Fecha: 02 octubre de 2023 H10:00am.

**Tabla 9 Razón Social (Código Cliente)**

Cod Cliente	Cod anterior	Cod anterior	Nombre Comercial	Razón social	N° Identif	Dirección	Barrio
10273950			ABARROTES HECTOR ALVAREZ	ALVAREZ ACEVEDO HECTOR DE JESUS	33658834	CL 50 49 73	CENTRO
10272486			MERCADOGAR SUPERMERCADO	ALVAREZ ACEVEDO HECTOR DE JESUS	33658834	CR 51 50 67	PARQUE
10388029			SUPERMERCADO LOS COSTALES C.M S.A.S.	SUPERMERCADO LOS COSTALES C.M S.A.S	9005333655	CR 50 49 60	PARQUE
10040417			MINIMERCADO LA ZANAHORIA	PIEDRAHITA TORO GABRIEL JESUS	70504027	CR 49 47 4	CENTRO
10015547			MIXTO EL BLOQUE	VANEGAS MORENO ALICIA	21432843	CL 51 51 76	CENTRO
10101314			GRANERO Y LEGUMBRERIA LA GENTE 2	ROLDAN VAHOS GONZALO ELIAS	71770601	CL 42 101 61	SAN JAVIER
10041431			MERCADOS EL BARATON AMERICA	LOPEZ BURITICA UBER DE JESUS	70829747	CR 88 35D 110	BARRIO CRISTOBAL
10002157			MERCADO LAS 3B	GARCIA GIRALDO ERMEN OBED	33998207	CR 105 B 34 B 52	BETANIA
10862065	10725815		DISTRIBUIDORA LOS MOMPIS 1	MAYA CORREA NORA CECILIA	432746413	CR 39 108 41	OCHO DE MARZO
10871950	10648515		AUTOSERVICIO DINAMIKO	AUTOSERVICIO MERKBELLO S.A.S.	9015667804	CR 84 32 40	BELEN LAS MERCEDES
10680706			AUTOSERVICIO LAURELES CAMPESTRE	AGUDELO MONTOYA GABRIEL ARCANGEL	70289323	CL 33C 88A 48 IN 110	CASTELLANA
10101397			MERCADOS EL GENUINO S.A.S	MERCADOS EL GENUINO S.A.S	9002032035	CR 88 31 C 56	LAS VIOLETAS
10389904			MERCADOS LA CALENTA	NOREÑA MONTOYA HUMBERTO	708266235	CL 39 108 24	VEINTE DE JULIO
10171719			LA 43	LOPEZ ARISTIZABAL NELSON	70826680	CL 43 90 51	SANTA MONICA
10866919	10784406		GRANERO EL PELI ROJO	DAVID DAVID GLORIA CECILIA	43265296	CL 39A 109 50	20 DE JULIO
10043854	10794437	10241805	SUPERMERCADO EL MONO LC	GONZALEZ LOPEZ JOSE ELIECER	722792861	CR 109 36 41	LAS INDEPENDENCIAS
10041449			GRANERO MG	ARIAS RIOS GONZALO EUGENIO	70830404	CL 38 B 109 45	LAS INDEPENDENCIAS
10796235			MERCADOS EL CORAZON	NOREÑA HINCAPIE MARVILUZ	1037071463	CL 45A 107 73	SAN JAVIER
10874921	10889520	10041456	GRANERO Y LEGUMBRERIA EL GRANADINO	GARCIA RAMIREZ DUBER ERNEY	1037603814	CR 105 41 19	SAN JAVIER No1

Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos.

Fecha: 02 octubre de 2023 H10:00am.

4. En el campo resaltado con azul vamos a calcular las ventas, teniendo en cuenta los cambios de razón social (código de los clientes) de los cuales son 3 (**Tabla 9**), esos códigos están dentro del mismo archivo de “Data clientes activos”.
5. Para el cálculo del campo como lo mencione anteriormente se deberá aplicar una fórmula (**Imagen 16**). Se basa en la función SI:ERROR combinada con un BUSCARV calculando con la primera columna del código del cliente seguido de las ventas que bajamos del **SAP BI**, donde se opera desde la columna C hasta la E, ver (**Tabla 10**) .

### Imagen 16 Fórmula para calcular Data Clientes Activos

```
=SI.ERROR(BUSCARV(A3;'[Vtas_juan_jose_
(2).xlsx]Material'!$C:$E;3;0;)+SI.ERROR(BUSCARV(B3;'[Vtas_juan_jose_
(2).xlsx]Material'!$C:$E;3;0;)+SI.ERROR(BUSCARV(C3;'[Vtas_juan_jose_
(2).xlsx]Material'!$C:$E;3;0;))
```

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 07 agosto de 2023 H2:11pm.

**Tabla 10 Campos de las ventas Utilizan en Data clientes Activos**

A	B	C	D	E	F	G
Mes	Código Cliente	Nombre Comercial	Venta Neta ME	Venta Neta Unid.	Venta Neta Kilos	
2023.09	10000009	ALMACENES EXITO S.A.	-5.302.406,00	-892,00	-199,06	
2023.09	10000794	SALSAMENTARIA ALCATRA	439.328,00	47,92	20,53	
2023.09	10001974	SALSAMENTARIA EVE	1.260.681,00	111,75	72,55	
2023.09	10001976	MERCADOS SURTIHOGAR	2.713.260,00	319,75	125,59	
2023.09	10002033	GRANERO ALBA	956.023,00	146,00	46,43	
2023.09	10002120	GRANERO FABIO	830.786,00	94,17	40,34	
2023.09	10002150	GRANERO EL POLI	1.420.243,00	159,00	78,57	
2023.09	10002157	MERCADO LAS 3B	7.746.670,00	757,33	392,84	
2023.09	10002159	SALSAMENTARIA LA CALLE	1.702.425,00	179,61	66,82	
2023.09	10002178	BILLARES Y GRANERO PEC	859.467,00	81,00	44,30	
2023.09	10002203	GRANERO N.E	925.876,00	97,17	39,08	
2023.09	10002258	LUNA SUPER	1.809.104,00	214,69	89,37	
2023.09	10002274	SALSAMENTARIA EL BUEN	4.204.932,00	476,08	216,70	
2023.09	10002427	TIENDA YENNY	707.498,00	91,75	39,12	
2023.09	10002447	TIENDA MIXTA BATEA SECA	1.131.438,00	130,92	63,08	
2023.09	10002452	GRANERO Y LEGUMBRERIA	1.437.892,00	149,00	77,42	
2023.09	10002503	PROVEEDORA EL BUEN PR	11.869.254,00	1.287,02	645,22	
2023.09	10002550	TIENDA ADELITA	695.748,00	60,78	29,94	
2023.09	10002568	MINIMERCADO BERJARA	3.883.599,00	471,83	176,21	
2023.09	10002645	LA PERLA DE LA 89	4.544.804,00	507,67	242,53	
2023.09	10002685	GRANERO SAN JAVIER	2.671.248,00	282,67	137,10	
2023.09	10002748	LA AMENAZA VERDE	1.316.849,00	162,81	57,02	
2023.09	10002989	EL UNICO	910.844,00	86,00	42,07	
2023.09	10003957	GRANERO LUIS H	1.198.564,00	134,00	71,63	
2023.09	10005719	GRANERO PILSEN	2.500.561,00	257,50	116,93	

*Tomado de:* SAP Bussines Objects, plataforma **Fecha:** 02 octubre de 2023 H10:15am.

Exactamente igual se sigue el resto de la formula con los otros dos campos del código del cliente, por lo tanto, todo debe quedar dentro de la misma fórmula.

- Una vez aplicada la fórmula en la casilla está fórmula se arrastra en las demás casillas de la columna y así se obtiene la información completa que se necesita en la columna (Tabla 11).

**Tabla 11 Resultado del Campo Calculado**

AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
Venta Mayo 2023	Venta Junio 2023	Venta Julio 2023	Venta Agosto 2023	Venta Septiembre 2023	Promedio 3 Ultimos meses	Cód Vendedor	Vendedor	Cód Jefe	Jefe
\$ 32.640.416	\$ 34.796.009	\$ 31.579.099	\$ 36.808.226	\$ 33.878.032		662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 10.876.017	\$ 13.739.465	\$ 14.286.768	\$ 15.945.900	\$ 13.048.046		662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 3.666.730	\$ 5.107.966	\$ 4.194.325	\$ 4.840.320	\$ 5.038.135		662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 1.717.324	\$ 2.010.199	\$ 1.491.700	\$ 2.261.355	\$ 1.924.548		662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 837.590	\$ 863.393	\$ 689.614	\$ 1.108.310	\$ 614.563		662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 8.397.307	\$ 8.671.446	\$ 8.897.995	\$ 8.906.967	\$ 8.818.773		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 15.106.118	\$ 11.496.868	\$ 13.468.236	\$ 13.524.925	\$ 12.772.247		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 7.560.978	\$ 7.789.476	\$ 6.132.908	\$ 7.796.314	\$ 7.746.670		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 12.728.394	\$ 15.024.092	\$ 15.115.988	\$ 14.663.016	\$ 10.870.072		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.157.128	\$ 4.488.203	\$ 5.294.305	\$ 5.013.610	\$ 5.013.661		229	LUZ EUGENIA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.896.643	\$ 4.237.578	\$ 4.740.275	\$ 4.052.483	\$ 4.255.559		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.481.441	\$ 3.872.405	\$ 4.446.252	\$ 4.256.781	\$ 4.604.030		7592	MARIBEL	352	Juan Jose Gil
\$ 6.506.116	\$ 7.119.893	\$ 6.817.034	\$ 8.774.595	\$ 6.440.142		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.588.070	\$ 5.457.390	\$ 5.585.435	\$ 6.182.186	\$ 5.993.603		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.350.277	\$ 5.410.788	\$ 5.920.493	\$ 5.851.543	\$ 5.134.762		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.437.805	\$ 4.792.591	\$ 5.335.985	\$ 5.998.815	\$ 4.729.597		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.258.551	\$ 3.666.926	\$ 3.615.394	\$ 4.214.276	\$ 2.438.972		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.219.623	\$ 5.226.358	\$ 4.729.975	\$ 5.910.620	\$ 6.386.009		5122	VERONICA	352	Juan Jose Gil
\$ 2.400.704	\$ 2.641.884	\$ 3.001.449	\$ 3.129.630	\$ 2.677.587		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.268.172	\$ 3.481.083	\$ 3.244.862	\$ 3.009.188	\$ 2.502.608		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.481.533	\$ 2.784.282	\$ 3.018.348	\$ 2.728.214	\$ 3.210.710		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 1.671.696	\$ 1.912.731	\$ 1.840.069	\$ 1.655.679	\$ 1.976.033		1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha: 02 octubre 2023 H10:46am.*

- Por último, se calcula el promedio de las ventas de los últimos 3 meses con una fórmula llamada PROMEDIO junto con las 3 casillas de los meses que se necesita (Imagen 17), una vez calculado el promedio se arrastra la fórmula a las demás casillas de la columna y así se obtiene la información completa que se necesita en la columna (Tabla 12).

### Imagen 17 Fórmula Promedio

AI	AJ	AK	AL
35	36	37	38
Venta Julio 2023	Venta Agosto 2023	Venta Septiembre 2023	Promedio 3 Ultimos meses
\$ 31.579.099	\$ 36.808.226	\$ 33.878.032	=PROMEDIO(AI3:AK3)

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 02 octubre de 2023 H10:46am.

### Tabla 12 Resultado Promedio

AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
Venta Mayo 2023	Venta Junio 2023	Venta Julio 2023	Venta Agosto 2023	Venta Septiembre 2023	Promedio 3 Ultimos meses	Cód Vendedor	Vendedor	Cód Jefe	Jefe
\$ 32.640.416	\$ 34.796.009	\$ 31.579.099	\$ 36.808.226	\$ 33.878.032	\$ 34.088.452	662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 10.876.017	\$ 13.739.465	\$ 14.286.768	\$ 15.945.900	\$ 13.048.046	\$ 14.426.905	662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 3.666.730	\$ 5.107.966	\$ 4.194.325	\$ 4.840.320	\$ 5.038.135	\$ 4.690.927	662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 1.717.324	\$ 2.010.199	\$ 1.491.700	\$ 2.261.355	\$ 1.924.548	\$ 1.892.534	662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 837.590	\$ 863.393	\$ 689.614	\$ 1.108.310	\$ 614.563	\$ 804.162	662	LUIS FERNANDO	364	Daver Zapata
\$ 8.397.307	\$ 8.671.446	\$ 8.897.995	\$ 8.906.967	\$ 8.818.773	\$ 8.874.578	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 15.106.118	\$ 11.496.868	\$ 13.468.236	\$ 13.524.925	\$ 12.772.247	\$ 13.255.136	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 7.560.978	\$ 7.789.476	\$ 6.132.908	\$ 7.796.314	\$ 7.746.670	\$ 7.225.297	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 12.728.394	\$ 15.024.092	\$ 15.115.988	\$ 14.663.016	\$ 10.870.072	\$ 13.549.692	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.157.128	\$ 4.488.203	\$ 5.294.305	\$ 5.013.610	\$ 5.013.661	\$ 5.107.192	229	LUZ EUGENIA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.896.643	\$ 4.237.578	\$ 4.740.275	\$ 4.052.483	\$ 4.255.559	\$ 4.349.439	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.481.441	\$ 3.872.405	\$ 4.446.252	\$ 4.256.781	\$ 4.604.030	\$ 4.435.688	7592	MARIBEL	352	Juan Jose Gil
\$ 6.506.116	\$ 7.119.893	\$ 6.817.034	\$ 8.774.595	\$ 6.440.142	\$ 7.343.924	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.588.070	\$ 5.457.390	\$ 5.585.435	\$ 6.182.186	\$ 5.993.603	\$ 5.920.408	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.350.277	\$ 5.410.788	\$ 5.920.493	\$ 5.851.543	\$ 5.134.762	\$ 5.635.599	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 4.437.805	\$ 4.792.591	\$ 5.335.985	\$ 5.998.815	\$ 4.729.597	\$ 5.354.799	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.258.551	\$ 3.666.926	\$ 3.615.394	\$ 4.214.276	\$ 2.438.972	\$ 3.422.881	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 5.219.623	\$ 5.226.358	\$ 4.729.975	\$ 5.910.620	\$ 6.386.009	\$ 5.675.535	5122	VERONICA	352	Juan Jose Gil
\$ 2.400.704	\$ 2.641.884	\$ 3.001.449	\$ 3.129.630	\$ 2.677.587	\$ 2.936.222	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.268.172	\$ 3.481.083	\$ 3.244.862	\$ 3.009.188	\$ 2.502.608	\$ 2.918.886	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 3.481.533	\$ 2.784.282	\$ 3.018.348	\$ 2.728.214	\$ 3.210.710	\$ 2.985.757	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil
\$ 1.671.696	\$ 1.912.731	\$ 1.840.069	\$ 1.655.679	\$ 1.976.033	\$ 1.823.927	1786	JERLEIN JOHANNNA	352	Juan Jose Gil

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 02 octubre de 2023 H10:46am.

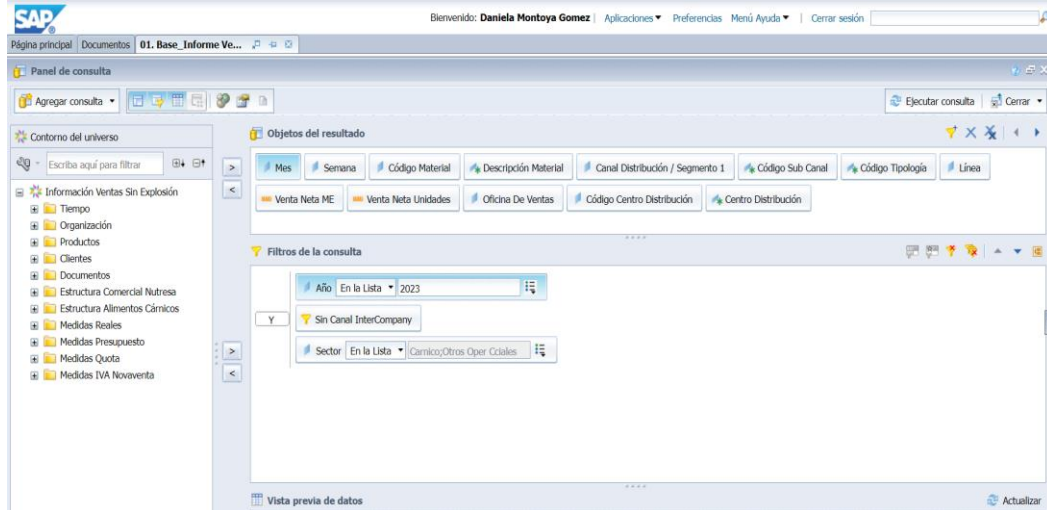
8. Actualmente este informe se envía mensual en los primeros 5 días del mes.

#### - Informe Venta total Canales x Material Sin Explosionar 2023

Consiste en un informe que se realiza semanal para el director de gestión de atención directa, donde este le permitirá visualizar las ventas por material sin explosionar de todos los canales de manera histórica con todos los meses del año corrido.

1. Se debe ingresar a la herramienta **SAP BI**, entrar al archivo llamado “01. Base informe venta total canales x mat Sin explosionar 2023”. Se deberá filtrar: el año y el sector (**Imagen 18**).

## Imagen 18 Filtros Informe ventas total canales x mat sin explsonar



Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI Fecha: 17 octubre de 2023 H10:14am.

## 2. Imagen 19 Consolidado Informe ventas total canales x mat sin explosionar

Mes	Semana	Código Mate	Descripción	Línea	Canal Distrib	Código Sub	Código Tipol	Venta Neta M	Venta Neta U	Oficina De Vi	Código Cent	Centro Distri
2023.01	2022.52	1000023	2 Schon. ZEN. Saichichón	Tradicional	DS	AA	253.854	17,00	R Pereira	NN27	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000031	2 Saich. Ideal. Saichicha	Tradicional	DS	AA	49.822	2,00	R Pereira	NN27	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000054	6 Schon. Trad. Saichichón	Tradicional	DS	AA	229.288	24,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000054	6 Schon. Trad. Saichichón	Tradicional	DS	AA	573.550	61,00	R Pereira	NN27	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000195	Chrz. Aqueño. Chotizo y Vari	Autoservicios	AI	SU	63.700	5,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000195	Chrz. Aqueño. Chotizo y Vari	Autoservicios	CR	SR	48.412	4,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000195	Chrz. Aqueño. Chotizo y Vari	Grandes Cas	CC	GM	24.206	2,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000195	Chrz. Aqueño. Chotizo y Vari	Tradicional	DS	AA	145.857	13,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000445	Jmn. Sow. ZE. Jamón	Autoservicios	AI	SU	242.875	25,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000445	Jmn. Sow. ZE. Jamón	Autoservicios	CR	SR	1.386.719	150,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000548	Morcilla ZENI. Chotizo y Vari	Autoservicios	AI	SU	173.925	15,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000548	Morcilla ZENI. Chotizo y Vari	Autoservicios	CR	SR	110.152	10,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000555	Mdeia. RICA. Montadeta	Autoservicios	AI	MMA	11.850	3,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000555	Mdeia. RICA. Montadeta	Autoservicios	AI	SU	59.290	15,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000555	Mdeia. RICA. Montadeta	Autoservicios	CR	SR	431.537	115,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	
2023.01	2022.52	1000555	Mdeia. RICA. Montadeta	Tradicional	DS	AA	781.656	225,00	R Ibague	NN20	CD Regional I	

Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI. Fecha: 17 octubre de 2023 H10:16am.

Ver Imagen 19, una vez filtrada y actualizada la información como la necesitamos arrojará el consolidado con: el mes, semana, código material, descripción, línea, canal distribución, código sub canal, código tipología, ventas

netas en pesos y unidades, oficina de ventas, código centro de distribución y centro de distribución.

- Se procede a descargar el archivo y este se lleva a la herramienta Excel, dónde allí se manipula la información y se organiza por medio de una tabla dinámica (**Tabla 13**), permitiendo reflejar: el código del material, descripción material, oficina de ventas, canal de distribución, sub canal, tipología, semanas con ventas totales en pesos.

**Tabla 13 Informe Ventas Total Canales**

Código Material (Todas)		Descripción Material (Todas)		Oficina De Ventas (Todas)		Semana													
Pesos	Canal Distribución / Se	Sub Canal	Tipología	2022.02	2023.01	2023.02	2023.03	2023.04	2023.05	2023.06	2023.07	2023.08	2023.09	2023.10	2023.11	2023.12	2023.13		
Alternativo	CD	#			144.396		138.335		247.709	177.095	89.392	119.069	254.267	460.050	172.785		21		
Alternativo	CD	CF			471.510	732.035	776.951	16.709.052	34.772.390	-86.464	485.345	17.634.411	1.256.308	27.605.165	712.961	16.452.856	29.84		
Alternativo	CD	EM			9.245	-87.141	38.155				263.636		-301.409						
Alternativo	CD	EP					-897.600						-81.060						
Alternativo	CD	PP				231.955	878.605	738.410	619.360	698.330	793.080	573.130	660.190	224.170	487.570	529.760	4		
Alternativo	GG	#																	
Alternativo	GG	CF			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Alternativo	GG	EM																	
Alternativo	GG	CF																	
Alternativo	GG	EM																	
Alternativo	GG	CF																	
Alternativo	PV				85.640.336	62.481.297	105.364.595	74.357.261	83.543.524	71.385.803	74.462.734	54.790.485	97.959.279	89.654.851	94.719.703	75.520.337	75.01		
Alternativo	VE				52.974.752	35.446.543	41.090.362	41.295.619	47.780.918	34.670.047	41.012.170	34.508.016	45.718.433	45.852.210	49.135.538	23.773.977	39.61		
Alternativo	PF				128.533.522	459.208.682	408.040.363	423.834.136	428.382.682	420.873.995	381.746.596	315.835.168	365.723.800	447.447.559	571.790.379	74.704.658	473.04		
Alternativo	FE				-165.331	-473.137	-794.277	55.696	-4.096	-234.179	255.297	-330.537					-1.119.779		
Alternativo	CA	CN			287.605			56.872	78.395	162.706		437.005	338.880	666.536					
Autoservicios	AI	CF																	
Autoservicios	AI	MIJ			293.455	1.934.881.615	2.111.264.407	2.692.514.436	2.410.888.909	2.752.601.545	2.586.428.784	2.533.462.718	2.462.670.744	2.609.264.765	2.481.551.969	2.551.237.023	2.286.687.947	2.623.61	
Autoservicios	AI	SU			3.988.990	3.319.252.506	3.047.819.394	3.745.857.874	3.310.102.666	4.265.658.823	3.782.663.854	3.442.005.488	3.210.626.546	4.011.763.307	3.501.357.296	3.315.637.094	3.044.441.872	3.527.61	
Autoservicios	AI	TP			6.885.930	6.301.352	7.481.725	7.753.656	7.877.319	8.753.451	8.445.696	9.852.406	6.074.903	8.471.762	8.573.848	11.419.034	4.11		
Autoservicios	AI	MH					433.909	320.368	27.600	511.214	124.971		436.996	193.664	259.830	273.702			
Autoservicios	CR	MB			8.183.820	3.154.509	3.690.299	7.293.649	5.761.847	14.040.682	3.522.273	8.566.145	7.123.311	4.875.539	5.769.930	4.625.643	5.71		
Autoservicios	CR	MK			24.405.144	23.217.228	29.015.164	25.949.163	35.634.775	32.587.780	27.706.645	26.986.684	35.794.869	24.008.882	28.697.369	26.459.816	28.01		
Autoservicios	CR	SR			42.344.583	5.279.870.326	5.384.753.661	5.126.412.830	5.615.950.193	6.173.132.241	6.061.185.496	4.947.886.851	5.167.579.701	6.778.845.743	4.860.123.807	6.281.893.741	4.864.460.086	5.766.11	
Autoservicios	CR	TR			19.299.139	20.484.729	26.572.307	19.211.590	43.109.656	22.520.855	20.463.883	21.367.996	21.100.015	15.946.966	27.791.405	45.691.265	47.61		
Autoservicios	RM	RM			505.237	1.009.414	1.302.575	947.247	1.033.124	1.041.768	722.870	929.288	433.025	323.657	717.768	552.312	21		
Autoservicios	RM	AU																	
Autoservicios	DA	DA																	
Autoservicios	SA	RM			321.044	150.770	253.180	37.773		462.270	0	296.290							
Autoservicios	SA	AU																	
Autoservicios	SC	AU																	
Autoservicios	SC	KR																	
Autoservicios	#	RM																	
Autoservicios	#	AU																	

*Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,*

*Alimentos cárnicos. Fecha: 17 octubre de 2023 H10:43am.*

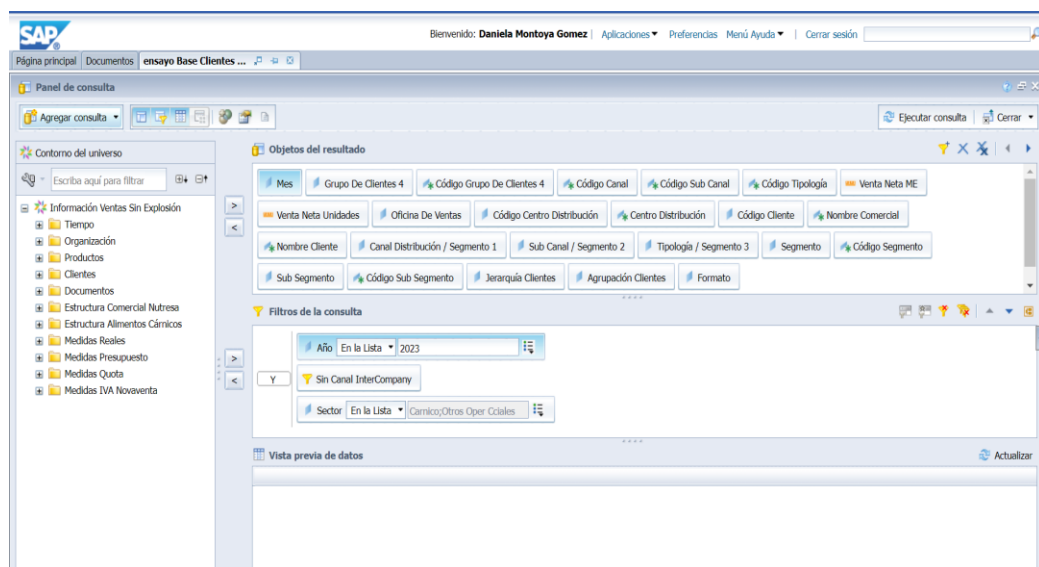
- Como este informe se debe construir de manera histórica, teniendo en cuenta la última semana del año anterior y las semanas corridas del año actual, el consolidado siempre se actualiza en **SAP BI** todos los lunes y es enviado al director de gestión.

## - Informe Clientes Compran

Se basa en realizar un informe para el director de gestión de atención directa, dónde este le permitirá visualizar información histórica con todos los meses corridos del año de cuanto están comprando los clientes, esta información debe reflejarse en pesos.

1. Se debe ingresar a la herramienta **SAP BI**, entrar al archivo llamado “Base clientes compran sin explotar”. Al ingresar se deberá filtrar: el año y el sector ver (**Imagen 20**).

**Imagen 20 Filtros Clientes Compran**



*Tomado de: SAP Business Objects, plataforma BI Fecha: 2 octubre de 2023 H8:08am.*

2. Una vez filtrada la información cómo la necesitamos, nos arrojará un consolidado con la información que se |necesaria para construir el informe ver (**Imagen 21**).

## Imagen 21 Consolidado Clientes Compran

Mes	Canal Distrib	Código Sub C	Código Tipol	Venta Neto M	Oficina De V	Código Cien	Centro Distrib	Código Cien	Nombre Com	Segmento	Código Segm	Sub Segmento	Código Sub	Jerarquía Cl	Agrupación	Formato	Grupo De Cl
2023.01	Alternativo	CA	CR	422.872	R Bogotá	NN18	CD Regional	10729123	SUPERNOVA	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Agente Com
2023.01	Alternativo	CD	#	262.733	R Cali	NN26	Punto Venta	44102791	AANN-MONT	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Sin asignar
2023.01	Alternativo	CD	CF	2.169.460	R Barranquilla	NN13	CD Regional	10761712	DISTRIBUDC	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Comprador Te
2023.01	Alternativo	CD	CF	743.749	R Bogotá	NN18	CD Regional	10149497	PANADERIA	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Sin asignar
2023.01	Alternativo	CD	CF	16.806	R Bogotá	NN19	Punto Venta	44138229	AANN-MANC	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Sin asignar
2023.01	Alternativo	CD	CF	167.540	R Bogotá	NN53	CD Regional	10893531	ALICAR TEM	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Comprador Te
2023.01	Alternativo	CD	CF	121.600	R Bogotá	NN53	CD Regional	10896195	ALIMENTOS	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Comprador Te
2023.01	Alternativo	CD	CF	-39.279	R Medellín	NN29	CD Regional	10897864	JAGOLEY G	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Comprador Te
2023.01	Alternativo	CD	CF	15.886.632	R Medellín	NN26	Montaña	10647651	GIRALDO VE	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Comprador Te
2023.01	Alternativo	CD	CF	33.950.000	R Medellín	NN26	Montaña	10899553	INVERSIONE	Sin asignar	#	Sin asignar	#	No asignado			Comprador Te
2023.01	Alternativo	CD	EM	39.250	R Barranquilla	NN13	CD Regional	10096846	GRANERO E	Segmentación: A		Sin asignar	#	No asignado			Empresas
2023.01	Alternativo	CD	EM	59.875	R Barranquilla	NN13	CD Regional	10184827	MORA CASTI	Segmentación: C		Sin asignar	#	No asignado			Empresas
2023.01	Alternativo	CD	EM	14.805	R Barranquilla	NN13	CD Regional	10718316	SANTOS DUH	Segmentación: D		Sin asignar	#	No asignado			Sin asignar
2023.01	Alternativo	CD	EM	31.400	R Barranquilla	NN97	CDR Cartage	10033549	MORAINA MI	Segmentación: B		Inactiva	IN	No asignado			Empresas
2023.01	Alternativo	CD	EM	7.850	R Barranquilla	NN97	CDR Cartage	10102679	VALLEJO VAJ	Segmentación: D		Sin asignar	#	No asignado			Empresas
2023.01	Alternativo	CD	EM	23.550	R Barranquilla	NN97	CDR Cartage	10202945	AREVALO RC	Segmentación: D		Sin asignar	#	No asignado			Empresas
2023.01	Alternativo	CD	EM	62.800	R Barranquilla	NN97	CDR Cartage	10204446	HENAO INSU	Segmentación: D		Sin asignar	#	No asignado			Empresas
2023.01	Alternativo	CD	EM	31.400	R Barranquilla	NN97	CDR Cartage	10880263	RODRIGUEZ	Segmentación: C		Sin asignar	#	No asignado			Empresas
2023.01	Alternativo	CD	EM	-74.313	R Bogotá	NN17	CD Nacional	10512310	VARGAS MO	Segmentación: B		Inactiva	IN	No asignado			Empresas

*Tomado de: SAP Business Objects, plataforma BI Fecha: 2 octubre de 2023 H8:10am.*

- Una vez se tenga el consolidado con la información, se procede a descargar el archivo y este se lleva a la herramienta Excel, dónde allí se manipula la información y se organiza por medio de una tabla dinámica (Tabla 14), permitiendo la visibilidad de: centro de distribución, oficina de ventas, código centro de distribución, canal de distribución, sub canal, tipología, código cliente, nombre comercial, grupo de clientes, segmento, sub segmento y el mes.

**Tabla 14 Informe Clientes Compran**

Centro Distribución (Todas)			Oficina De Ventas (Todas)			Código Centro Distribución (Todas)			\$ Necesidades DELTA	\$ Valor	\$ Potencial	Mes			
Suma de Venta Neta ME	Canal Distribución / Seg	Subcanal	Tipología	Código Cliente	Nombre Comercial	Grupo De Clientes 4	Segmento	Sub Segmento	2023.01	2023.02	2023.03	2023.			
	Tradicional	AI	MI	10732081	AUTOSERVICIO LA HACIENDA EXPRESS		Sin asignar	Sin asignar		696.614	0				
	Tradicional	CE	CO	20002549	ALHAWA FOOD INDUSTRIES L.L.C		Sin asignar	Sin asignar							
	Tradicional	CE	DS	20002621	FRIGORIFICO DE OSORNO S.A		Sin asignar	Sin asignar		-209.084.627					
	Tradicional	CE	DS	20002926	AGRICOLA INDUSTRIAL LO VALLEDOR AASSA S.A		Sin asignar	Sin asignar							
	Tradicional	CL	BA	10847639	CAFE MEDULLIN		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	5.222.750	1.854.803	4.292.400			
	Tradicional	CL	BA	10880666	THE BURGER AND DOG		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	2.718.911	2.177.593	2.174.012			
	Tradicional	CL	BA	10383312	DEJAR QUE DIGAN		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	1.870.760	1.676.240	2.168.180			
	Tradicional	CL	BA	10915671	SPARTAS R- GOOD S.A.S		Consumo Local	Plus	Mantener Medio						
	Tradicional	CL	BA	10891922	REINA AREPA		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	1.116.040	1.146.880	828.648			
	Tradicional	CL	BA	10889720	LA COLONIA CASTRO BAR		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	314.095	611.090	682.200			
	Tradicional	CL	BA	10175484	BAR ESTANCO Y TERRAZA EL CABRERO		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	367.569	247.964	466.623			
	Tradicional	CL	BA	10581510	TIENDA TATICA		Consumo Local	Plus	Mantener Alto	367.137	386.942	517.150			
	Tradicional	CL	BA	10925019	TIENDA LA FUENTE DE CARTAGENA		Consumo Local	Plus	Mantener Medio						
	Tradicional	CL	BA	10878299	RUSTIKA FUSION SAS		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	206.010	271.760				
	Tradicional	CL	CA	10113777	PRODUCTOS RIKITAS		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	44.972.943		26.982.912			
	Tradicional	CL	CA	10383241	PUERTO DE CONTROL GIRARDOTA		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	7.243.119	6.832.141	6.631.636			
	Tradicional	CL	CA	10838279	CAFETERIA QUESUITAS		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	4.251.500	1.600.900	3.414.400			
	Tradicional	CL	CA	10870207	FRITO MARK SAS DE LEZO		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	2.798.588	1.938.720	3.126.930			
	Tradicional	CL	CA	10681425	KIOSKO KALAMBI		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	1.835.900	2.606.800	2.487.700			
	Tradicional	CL	CA	10089681	SALSA MENTARIA FRANCISCO		Consumo Local	Plus	Mantener Alto	1.803.320	2.382.331	2.534.127			
	Tradicional	CL	CA	10041024	CAFETERIA EL SOCIO		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	1.799.584	1.696.483	2.115.163			
	Tradicional	CL	CA	10981917	QUEJONES DEL MANGO		Consumo Local	Plus	Mantener Medio		2.043.211	2.317.660			
	Tradicional	CL	CA	10248987	TIENDA EL CARMEN		Consumo Local	Plus	Mantener Alto	936.960	1.370.470	2.061.690			
	Tradicional	CL	CA	10012341	PANADERIA LA UNICA		Consumo Local	Plus	Sin asignar	2.279.960	1.356.060	1.563.522			
	Tradicional	CL	CA	10731178	PANADERIA Y PASTELERIA LA EQUISTA		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	2.010.140	906.060	1.353.190			
	Tradicional	CL	CA	10883611	EL PALACIO DEL PANDEBONO		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	1.209.355	1.267.890	1.401.130			
	Tradicional	CL	CA	10760514	CAFETERIA LA P		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	1.752.600	1.314.000	1.533.000			
	Tradicional	CL	CA	10387938	PANIFICADORA SAN MIGUEL		Consumo Local	Plus	Sin asignar	1.450.707	1.263.297	1.234.623			
	Tradicional	CL	CA	10730681	CAFETERIA TURQUESA		Consumo Local	Plus	Mantener Medio	1.339.215	1.375.370	1.406.760			
	Tradicional	CL	CA	10050183	SALSA MENTARIA Y PANADERIA PATO BONITO		Consumo Local	Plus	Mantener Alto	1.558.890	1.312.843	1.698.686			
	Tradicional	CL	CA	10913062	PANADERIA Y PASTELERIA JASEPASTEL		Consumo Local	Plus	Mantener Medio						
	Tradicional	CL	CA	10621443	SALSA MENTARIA RAO		Consumo Local	Plus	Mantener Alto	1.240.190	1.374.710	1.752.960			

*Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,*

*Alimentos cárnicos. Fecha: 2 octubre de 23 H8:26am.*

- Actualmente este informe debe ser enviado de manera mensual en los primeros días de cada mes.

#### - Informe Acciones Destacadas

Consiste en crear un informe que se construye con información recopilada que envía los jefes de ventas con un seguimiento de las acciones que se destacan durante el mes, dichas acciones son: entrega de premios a clientes, celebración de aniversarios de los clientes, cambio de bandejas y POP, mejora en las exhibiciones, lanzamientos de nuevos productos. También se anexa el informe de cierre de ventas.

- Se debe ingresar al correo corporativo, allí se encontrará los correos enviados por cada jefe de ventas con diferentes archivos con las acciones destacadas que tuvo cada equipo y se procede a descargar los archivos.
- Una vez descargados los archivos, se abre la herramienta Excel, dónde se organizará la información descargada, toda la información que se bajara de los archivos descargados son imágenes y descripciones.

3. La información en el informe debe estar dividida en partes haciendo conocer cada actividad: imágenes con tablas del con informe de ventas (**Tabla 15**), implementación de productos nuevos (**Imagen 22**), apoyos y actividades de aniversarios clientes (**Imagen 23**), entrega de premios (**Imagen 24**), fotos material POP y congelados (**Imagen 25**), imagen con tabla de focos numérica (**Tabla 16**), fotos logro de exhibientes (**Imagen 26**).

**Tabla 15 con Informe de Ventas**

INFORMES																
PERIODO: 1 de septiembre de 2022		DESEMPEÑO DEL		MOMENTO DEL												
DIAS HABILITADOS		%		%												
CONTRATO		%		%												
Facturación del Activador		%		%												
Facturación de los Ecs		%		%												
CANAL	CANAL	PRE-SUPUESTO	VENTA TOTAL	% CUMPL.	% METAS DEL SUBCANAL	VENTA PROMEDIADA PARA CUMPLIR	VENTA ANO ANTERIOR	% CREC.	Facturación del día Activador	Uso Median Activar Ventas - Retención	% Day Media	Devo Promedio	% Devo Promedio	Alto de Act/Act	Alto de Act/Act	% Crear Ecs
<b>HERNANDO RAMOS</b>																
Tiendas		1.835.419.000	1.821.619.491	99,24%	5,17%	14.129.527	1.682.767.235	7,6%	93.418.507	18.472.604	1,0%	7.745.528	0,4%	87.546	86.376	-1,3%
Minimercados		4.379.356.000	4.772.456.378	109,18%	13,94%	207.249.641	1.475.763.073	14,8%	274.016.303	49.353.416	6,7%	27.219.290	0,5%	279.195	219.798	-20,2%
<b>TOT. RRM</b>		<b>6.214.775.000</b>	<b>6.594.075.869</b>	<b>106,02%</b>	<b>19,11%</b>	<b>221.379.168</b>	<b>3.158.530.308</b>	<b>12,2%</b>	<b>317.434.810</b>	<b>67.826.020</b>	<b>7,4%</b>	<b>35.964.818</b>	<b>0,6%</b>	<b>366.741</b>	<b>306.174</b>	<b>-16,5%</b>
Minimercados		3.332.256.000	4.424.511.258	132,76%	9,34%	174.218.248	2.823.772.480	16,2%	35.401.600	33.872.146	0,4%	17.638.800	0,3%	146.144	135.449	-8,3%
Institucional Directa		37.430.000	36.535.210	97,63%	0,10%	684.790	20.504.117	-74,8%	14.839	42.990	0,1%	1.742	0,0%	1.742	1.005	-42,9%
Consumo Local		4.932.070.000	5.019.146.600	101,76%	1,16%	30.908.930	46.697.561	50,9%	6.954.151	342.090	0,0%	131.121	0,0%	22.773	6.392	-72,2%
Alternativas		75.118.400	18.058.483	24,04%	0,07%	7.062.167	37.495.574	-51,8%	131.073	131.073	0,0%	609	0,0%	609	412	-32,3%
<b>MINIMERCADO DIRECTO</b>		<b>10.921.218.000</b>	<b>10.464.622.248</b>	<b>95,76%</b>	<b>29,24%</b>	<b>176.986.882</b>	<b>8.949.233.768</b>	<b>12,7%</b>	<b>407.218.222</b>	<b>75.246.540</b>	<b>0,7%</b>	<b>68.216.700</b>	<b>0,6%</b>	<b>596.164</b>	<b>132.281</b>	<b>-77,6%</b>
Social Especializada		10.681.196.000	10.648.859.289	99,64%	29,52%	14.497.414	8.720.188.273	-42,3%	332.617.901	238.229	0,0%	3.814.653	0,0%	597.088	606.457	1,6%
<b>TOTAL TRADICIONAL</b>		<b>21.884.986.000</b>	<b>20.929.270.517</b>	<b>95,62%</b>	<b>19,77%</b>	<b>209.973.764</b>	<b>12.668.467.036</b>	<b>14,6%</b>	<b>689.736.324</b>	<b>75.492.770</b>	<b>0,7%</b>	<b>74.031.353</b>	<b>0,7%</b>	<b>1.194.844</b>	<b>108.457</b>	<b>-90,9%</b>
<b>MIGUEL PULIDO</b>																
Autoserv. y Superates		4.546.994.000	4.523.121.701	99,51%	11,77%	23.877.363	4.626.638.435	-1,0%	127.169.205	20.481.604	0,4%	10.229.010	0,2%	202.166	186.331	-8,6%
Adhison Hernando Sra		1.484.111.267	1.770.896.751	119,33%	4,68%	218.214.446	1.030.112.046	21,1%	45.494.185	7.726.557	0,4%	2.878.238	0,3%	54.615	43.937	-19,6%
Adhison Miguel Sr		3.062.882.917	3.059.927.851	99,71%	8,05%	8.905.034	3.565.705.416	-59,1%	68.889.610	13.313.296	0,4%	8.405.558	0,2%	134.701	150.890	10,7%
Otros Cadenas		4.761.082.917	4.527.246.422	95,09%	13,32%	213.836.517	2.737.015.780	-64,2%	134.199.572	27.956.840	0,6%	14.812.122	0,1%	134.415	174.880	29,7%
Adhison Hernando Sr		79.444.600	78.381.960	98,66%	0,20%	17.719.300	37.895.789	-53,0%	3.033.772	399.189	0,0%	2.135	0,0%	2.135	2.948	29,2%
Adhison Miguel Sr		4.600.438.000	4.448.884.482	96,71%	13,17%	243.521.817	2.699.203.482	-90,7%	131.176.180	27.423.783	0,4%	14.848.020	0,3%	180.730	121.871	-33,6%
<b>SUBTOTAL</b>		<b>9.888.827.000</b>	<b>9.969.168.324</b>	<b>101,73%</b>	<b>14,11%</b>	<b>(807.114.911)</b>	<b>7.884.648.183</b>	<b>-27,6%</b>	<b>246.144.817</b>	<b>48.478.144</b>	<b>0,7%</b>	<b>26.805.134</b>	<b>0,3%</b>	<b>195.041</b>	<b>388.274</b>	<b>96,8%</b>
Grandes Cadenas		5.060.267.776	5.367.382.687	105,87%	0,00%	(807.114.911)	3.969.755.035	-25,2%	248.244.139	30.246.272	0,6%	2.539.900	0,0%	569	6.240	992,7%
Digital		14.168.344.776	14.417.250.810	101,74%	60,27%	(80.000.000)	11.478.239.150	-79,6%	504.832.006	78.744.811	0,7%	22.611.007	0,2%	386.819	581.404	50,8%
<b>TOTAL MODERNO</b>		<b>29.057.181.552</b>	<b>29.386.519.637</b>	<b>101,15%</b>	<b>100,00%</b>	<b>140.000.000</b>	<b>19.946.938.185</b>	<b>-31,2%</b>	<b>1.104.373.115</b>	<b>124.357.141</b>	<b>0,6%</b>	<b>78.440.449</b>	<b>0,2%</b>	<b>5.520.182</b>	<b>1.189.921</b>	<b>-78,2%</b>

Info	PRE-SUPUESTO	VENTA TOTAL	% CUMPL.	Fact Día Activo	RE-FALTA POR VERIFICAR	TOTAL	Devo Prom	META	% DEVO CUMPL.	META	ERRORES	% CUMPL.	Devo Prom	% DEVO	Descuento	% DESCUEN
Daver Zapata	4.476.860.000	4.501.763.231	100,54%	245.715.541	24.982.000	65.084.736	24.878.578	3,80%	6,00%	151.874	77,00%	81,40%	100,77%	6.495.883	0,21%	91.723.342
Juan Jose Gil	2.481.563.000	2.438.174.764	97,85%	208.154.381	52.188.280	53.355.207	25.482.125	1,2%	1,00%	106.344	76,00%	79,19%	104,21%	7.470.683	0,31%	1.886.407
Yolima Vargas	2.555.773.158	2.532.617.811	99,08%	203.762.422	23.555.547	46.614.609	20.005.324	1,04%	0,29%	111.604	76,57%	79,73%	105,09%	13.083.836	0,52%	7.783.209
Yolima Alvarez	2.134.216.000	2.108.802.251	98,86%	211.738.481	12.096.311	48.064.093	21.112.641	1,30%	3,48%	114.936	79,00%	82,2%	105,12%	12.864.267	0,51%	3.066.256
<b>TOTAL TRADICIONAL DIRECTO</b>	<b>12.258.136.208</b>	<b>11.982.622.861</b>	<b>98,55%</b>	<b>860.369.284</b>	<b>174.547.837</b>	<b>213.971.551</b>	<b>92.687.671</b>	<b>1,60%</b>	<b>6,77%</b>	<b>133.828</b>	<b>76,40%</b>	<b>80,60%</b>	<b>100,33%</b>	<b>41.961.860</b>	<b>0,36%</b>	<b>104.647.261</b>

Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

Alimentos cárnicos. Fecha: 6 septiembre de 2023 H4:30pm.

**Imagen 22 Productos Nuevos**



Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos. Fecha: septiembre de 23 H4:30pm.

### Imagen 23 Actividades de Aniversarios Clientes



*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 6 septiembre de 23 H4:30pm.

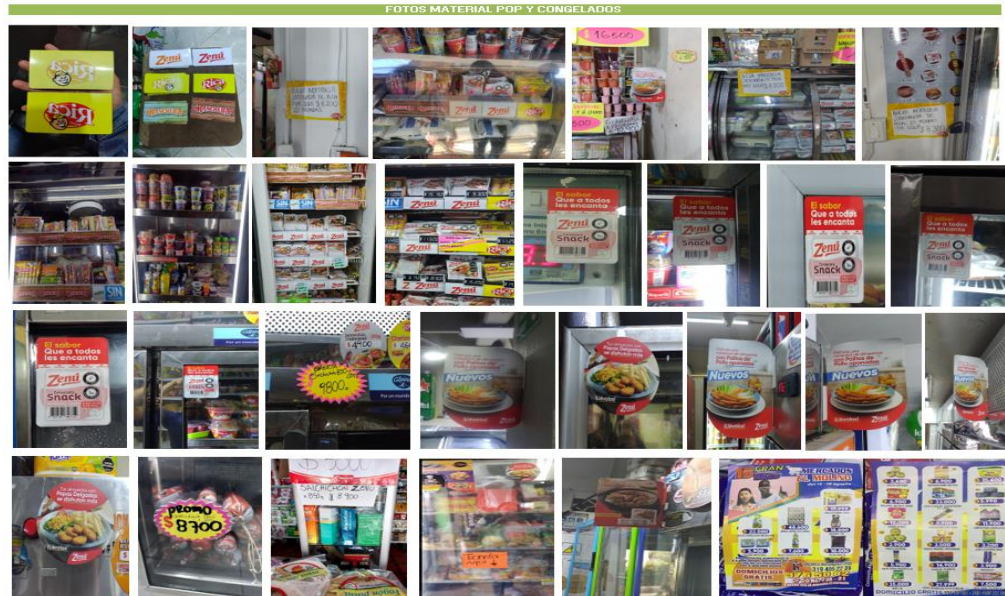
### Imagen 24 Entrega de Premios



*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 6 septiembre de 2023 H4:30pm.

## Imagen 25 Material POP y Congelados



*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 6 septiembre de 2023 H4:30pm.

## Tabla 16 Focos Numérica

FOCOS NUMERICA

PRODUCTO	CLIENTES IMPACTADOS	VENTA EN PESOS	VENTA EN UNIDADES
Salch.RANCHERA x 377 g	1.031	33.042.399	2.585

PRODUCTO	CLIENTES IMPACTADOS	VENTA EN PESOS	VENTA EN UNIDADES
Mtdela.Jamon. RICA x 345g	1.223	23.284.033	3.413

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 6 septiembre de 2023 H4:30pm.

## Imagen 26 Logro Exhibiciones

ACCIONES DESTACADAS - EXHIBICIONES		ACCIONES DESTACADAS - EXHIBICIONES	
Negocio	MERCADOS EL GENUINO S.A.S	Código	10101397
Se realizó cambio de precios pegados con cinta a porta precios quedando así la estética de la exhibición mas organizada			
			
Ejecutivo:	Maribel Castaño Ardilla	Fecha:	30-ago
Ejecutivo:	OLIMPO RENDON S.	Fecha:	ago-23

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 6 septiembre de 2023 H4:30pm.

4. Después de dividir la información se debe organizar 2 tablas con pequeñas descripciones de lo que se realizó en el mes como acciones destacadas: la primera tabla lleva el nombre de acciones internas (**Tabla 17**) y la segunda de acciones externas (**Tabla 18**).

**Tabla 17 Acciones Internas**

ACCIONES DESTACADAS EN EL RESULTADO DE VENTAS	
2	MES: AGOSTO 2023
0	Marca : NEGOCIO CARNICO
2	
3	
Acciones Internas	
Negocio Cárnico	
1	En el mes de Agosto tuvimos un cumplimiento en ventas del 99%, con un crecimiento 22.2% VS el año pasado total regional.
2	En el indicador de portafolio core como equipo cumplimos al 105,19%. Cada día se hace un trabajo disciplinado haciendo análisis de cada zona para cumplir con la meta propuesta.
3	En el indicador de devoluciones se tiene un cumplimiento del 132%. Se continua haciendo un trabajo de análisis en el portafolio y unidades colocadas en los clientes para mejorar cada vez este indicador.
4	Al cierre de Agosto tenemos una ejecución de la temporada de navidad del 95%, con 6.670 unidades separadas de especiales.
5	Al cierre de Agosto con el foco de la Salch.RANCHERA x 377g logramos impactar a 1.021 clientes con 2.585 unidades, logrando un total de ventas de 33.042.399.
6	Al cierre de Agosto con el foco de la Mtadela.Jamon. RICA x 345 g logramos impactar 1.223 clientes con 3.413 unidades, logrando un total de ventas de 23.284.033.

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 6 septiembre de 2023 H4:30pm.

**Tabla 18 Acciones Externas**

Acciones Externas	
Negocio Cárnico	
1	Activación descuentos aprovechando oferta de salchichon tradicional x850g.
2	Activación de Anchetas.
3	Colocación de nueva presentación de Fanchera x 377g, una excelente opción para el shopper que estaba buscando un tamaño intermedio entre las presentaciones de Fanchera x 480g y 230g.
4	Numéricas cumplidas de materiales nuevos, tanto de la marca Fica con la Mortadela Jamonada 345g y los BATIDOS TOSH.
5	Se entregan los presupuestos de la tienda campeona a cada uno de los clientes participantes de este modo se logra incentivar a los clientes para aumentar los volúmenes en sus puntos de venta.
6	Se hace una retroalimentación a los clientes que al día de hoy tienen pideky en sus teléfonos y se logran realizar pedidos por este medio.
7	Meta cumplida de los productos especiales de la temporada de Navidad al 103%.

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 6 septiembre de 2023 H4:30pm.

- Este informe debe ser construido cada cierre de mes y se envía los primeros 5 días de cada mes, el informe puede variar un poco de acuerdo a la información que envíen para la construcción del mismo, dentro del mismo se encontraran dos pestañas: Tradicional Directo y Tradicional Indirecto pero la elaboración de ambos es igual.

- **Informe de Calidad y Competencia**

Se base en crea un informe que se construye con información recopilada de fuentes externas que son los representantes de ventas, dicha información entra por dos medios: por la plataforma de Google Drive por medio de un formulario que es para los reportes de calidad del canal directo y la otra parte de la información entra por medio de la aplicación de WhatsApp que es para los reportes de calidad del canal indirecto enviada por los coordinadores de agentes comerciales. El objetivo del informe es juntar la información de ambos medios para hacer seguimiento de las devoluciones por calidad.

- Se debe ingresar al correo corporativo, allí se deberá entrar al Drive del correo dónde se encuentra un archivo llamado “O’ Clock CA Estudiante Practica (respuestas)”. Este se abre y se accede a la información de los reportes de calidad que son enviados por los representantes de ventas en el cual, montan información de manera diaria (Tabla 19).

**Tabla 19 Formulario Canal Directo**

Regional	Modelo de atención	del producto	Material	Fecha de vencimiento	Lote del producto	Horas	Unidades detectadas	Numero de Clientes	Defecto	Observaciones	Foto del pro
Medellin	Directa		1031533 Sach. RANCHERA x 400 g	24/10/2023			2		1 Perdida de vacio Punto de venta	El producto pierde muy facil el vacio y despues de 4	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1003390 Jim. Sdu. ZENU x 230 g	21/10/2023			6		3 Perdida de vacio Punto de venta	El problema de perdida de vacio es muy coman	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000814 Sach. ZENU POP x 1kg	21/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000581 Mhdela. Trad. ZENU x 250 g	1/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000621	28/10/2023			2		2 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000982	1/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1003760	22/10/2023			3		2 Producto no conforme	Lachoso	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1003595	14/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000852 Sach. Trad. ZENU x 225 g	21/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1003595	19/10/2023			2		2 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000854 Schon. Cerveron ZENU x 750 g	23/10/2023			3		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1007004	7/11/2023			1		1 Producto no conforme	Se inflata	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000418 Jim. Ideal RICA x 230 g	25/10/2023			6		3 Perdida de vacio Punto de venta	Lachoso	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000395 Jim. Sdu. ZENU x 230 g	1/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000445 Jim. Sdu. ZENU x 450 g	29/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000581 Mhdela. Trad. ZENU x 250 g	10/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1001407 Jim. PIETRA est. 431 g SIN C	1/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000418 Jim. Ideal RICA x 230 g	23/10/2023			2		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1003595	21/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000445 Jim. Sdu. ZENU x 450 g	2/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000621 Jim. Ideal RICA x 400 g	29/10/2023			6		4 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000418 Jim. Ideal RICA x 230 g	25/10/2023			8		2 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1001431 Chz. RICA Npach x 495 g Tira x 3	6/11/2023			3		2 Producto no conforme	Presenta un liquido extraño en su interior	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000621 Jim. Ideal RICA x 400 g	28/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000853 Sach. Trad. ZENU x 450 g	4/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000621	6/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000491	7/03/2024			3		1 Producto no conforme	El producto tiene mal sabor	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000445 Jim. Sdu. ZENU x 450 g	8/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1010004 Praxicama ZENU x 200g	21/10/2023			2		2 Producto no conforme	Se está inflado	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000418 Jim. Ideal RICA x 230 g	1/11/2023			4		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1010004 Praxicama ZENU x 200g	30/10/2023			7		2 Producto no conforme	Infladas	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1003595	10/11/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1000418 Jim. Ideal RICA x 230 g	29/10/2023			1		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1031533 Sach. RANCHERA x 400 g	2/11/2023			3		1 Producto no conforme	Lachoso	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1003595	30/10/2023			3		2 Producto no conforme	Lachoso	<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		770110200845	5/11/2023			4		2 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>
Medellin	Directa		1001407 Jim. PIETRA est. 431 g SIN C	7/11/2023			2		1 Perdida de vacio Punto de venta		<a href="#">https://drive</a>

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos, Google Drive. Fecha: 01 septiembre de 2023.*

Dentro del archivo se podrá ver la información que diligenciaron los representantes de ventas clasificado en varias partes: fecha y hora en que el representante de ventas subió la información, la regional, el modelo de atención, código del producto, descripción del material, fecha de vencimiento, unidades detectadas, número de clientes, defecto, observaciones, foto del producto, lote del producto, hora de vencimiento, código del representante de ventas (vendedor), jefe de ventas.



**Tabla 21 Información Calidad Directo**

REPORTE DE CALIDAD, NEGOCIO CÁRNICO - TOTAL COLOMBIA									
Código	Descripción del producto (Nombre y gramaje)	Fecha Vencimiento	Lote	Unidades detectadas	Ciudad	Regional	Defecto	CANA	
100853	Salch. Tradi. ZENU x 450 g	21-sep-23	L3269440000377948 H8:15	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	6-sep-23	L3050012000539803 H14:28	4	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	18-sep-23	L3248320000372755 H16:54	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1000396	Jmn. Soln. ZENU x 230 g	28-sep-23	L3368590000386271 H14:41	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1000582	Misela. Tradi. ZENU x 450 g	6-oct-23	L3366920000386398 H10:08	2	2	MEDELLIN	Perdida de vacío, llega así al punto de venta	DIRECTO	
1063896	Chrz. Ternero ZENU x 440 g	26-sep-23	L3328872000539816 H2:21	16	8	MEDELLIN	Perdida de vacío, llega así al punto de venta	DIRECTO	
1063896	Chrz. Ternero ZENU x 440 g	6-sep-23	L3037330000350297 H7:47	4	4	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	11-sep-23	L3130090000356507 H9:10	2	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1020478	Schon.250 Misela. 350 grt.Salch.230 RICA	18-sep-23	L3240739000374628 H10:19	10	1	MEDELLIN	Producto no conforme, perdida de pintura del empaque	DIRECTO	
1063893	Chrz. Ternero Zenu Parpack X 100 Grs	2-sep-23	L3293725000346875 H16:38	8	4	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta. Infraso	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	7-sep-23	L3068640000384273 H21:21	6	6	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	24-sep-23	L3328351000638872 H16:12	8	4	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1047407	Jmn. PIETRAN estd. 431 g SIN C	23-sep-23	L33168630005378215 H18:23	4	3	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	9-sep-23	L30426210005372810 H6:41	2	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO	
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	10-sep-23	L31205550003564708 H8:03	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	20-sep-23	L3264210000377310 H16:54	1	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO	
1000592	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	27-sep-23	L3359890000358428 H9:32	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1047407	Jmn. PIETRAN estd. 431 g SIN C	7-sep-23	L30668800003558741 H6:39	3	3	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	18-sep-23	L32380200005370443 H22:35	5	2	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO	
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	27-sep-23	L3350888000386424 H13:27	5	3	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta. lechoso	DIRECTO	
1089276	Chrz. Ranchera Prila.Duopack96G	27-sep-23	L33374390005383292 H23:35	3	3	MEDELLIN	Producto contaminado, objeto extraño	DIRECTO	

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 01 septiembre de 2023 H1:15pm.

- Después de pegar la información del canal directo, se ingresa al WhatsApp personal en dónde se es miembro de un grupo llamado “AC Gestión Centralizada AC”. En dicho grupo los coordinadores de agentes comerciales envían los reportes de calidad de manera diaria del canal indirecto. Envía las fotos de calidad el nombre del producto, las unidades detectadas y el número de clientes, algunas veces no mandan el nombre del producto si no solo la imagen, por lo tanto, se deberá siempre estar pendiente de las fotos y no dejar pasar por alto ninguna (**Imagen 27**).

### Imagen 27 Reportes de Calidad WhatsApp



*Tomado de: WhatsApp del practicante del grupo AC Gestión Centralizada,*

*Alimentos Cárnicos. Fecha: 31 agosto de 2023 H3:28pm.*

5. Dicha información se llena de manera manual en el informe de calidad de casilla en casilla y después se envía las imágenes de calidad al correo corporativo dónde estas deben ser copiadas y pegadas en el informe.
6. Una vez terminado el diligenciamiento del informe, este debe de quedar al inicio con la información de calidad del canal directo y de la mitad para abajo con el informe de calidad del canal indirecto (**Tabla 22**) y todas las imágenes en la pestaña de imágenes de calidad (**Imagen 28**).

### Tabla 22 Informe de Calidad y Competencia

REPORTE DE CALIDAD, NEGOCIO CARNICO - TOTAL COLOMBIA									
Código	Descripción del producto (Nombre y gramaje)	Fecha Vencimiento	Lote	Unidades detectad	Cliente	Regional	Defecto	CANA	
1000853	Saich. Tradi. ZENU x 450 g	21-sep-23	L32684450005377948 H8:15	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1015133	Saich. RANCHERA x 480 g	6-sep-23	L30500120005358803 H14:28	4	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	19-sep-23	L3248530005372755 H15:34	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	28-sep-23	L33685360005386371 H14:41	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1000582	Midela. Tradi. ZENU x 450 g	6-oct-23	L33666020005386388 H10:08	2	2	MEDELLIN	Perdida de vacio, llega así al punto de venta	DIRECTO	
1062595	Chrz. Termera ZENU x 440 g	26-sep-23	L3232872000536016 H2:21	16	9	MEDELLIN	Perdida de vacio, llega así al punto de venta	DIRECTO	
1062595	Chrz. Termera ZENU x 440 g	6-sep-23	L3027320005362927 H7:47	4	4	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1015133	Saich. RANCHERA x 480 g	11-sep-23	L3130990005365007 H8:10	2	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1020478	Schon.250 Midela.250 grt. Saich.230 RICA	19-sep-23	L32407950005374628 H10:19	10	1	MEDELLIN	roducto no conforme, perdida de pintura del empaq	DIRECTO	
1062593	Chrz. Termera Zenu Parpack X 100 Grs	2-sep-23	L29387250005345675 H16:36	6	4	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta, inflado	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	7-sep-23	L3068640005364273 H12:21	6	6	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	24-sep-23	L32328310005386872 H15:12	8	4	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1047407	Jmn. PIETRIAN estd. 431 g SIN C	23-sep-23	L33168630005378215 H18:23	4	3	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1015133	Saich. RANCHERA x 480 g	9-sep-23	L30426210005372810 H8:41	2	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO	
1015133	Saich. RANCHERA x 480 g	10-sep-23	L31205550005364708 H8:03	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1015133	Saich. RANCHERA x 480 g	20-sep-23	L32564210005377310 H15:54	1	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO	
1000852	Saich. Tradi. ZENU x 225 g	27-sep-23	L32698990005386429 H9:32	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1047407	Jmn. PIETRIAN estd. 431 g SIN C	7-sep-23	L3068680005355741 H8:39	3	3	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	18-sep-23	L3238020005370443 H22:35	5	2	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	DIRECTO	
1015133	Saich. RANCHERA x 480 g	27-sep-23	L3250980005386424 H13:27	5	3	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta, lechoso	DIRECTO	
1092276	Chrz. Ranchera Prita Duopack96G	27-sep-23	L32374390005383392 H23:35	3	3	MEDELLIN	Producto contaminado, objeto extraño	DIRECTO	
1040851	Schon. Cervoron ZENU x 500g	1-sep-23	L32611250005377097 H8:12	1	1	MEDELLIN	Producto no conforme, apariencia extraña	DIRECTO	
1062595	Chrz. Termera ZENU x 440 g	6-sep-23	L30373380005350297 C11:07	11	4	MEDELLIN	Producto lechoso	INDIRECTO	
1000852	Saich. Tradi. ZENU x 225 g	13-sep-23	L31590770005369059 M09:49	8	3	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	7-sep-23	L3068950005359732 M02:27	6	5	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1000852	Saich. Tradi. ZENU x 225 g	19-sep-23	L32469770005370489 M06:45	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1067004	Midela. Jamonada RICA x 245 g	11-sep-23	L31394560005367434 H12:12	7	4	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1015235	Saich. Ranchera super x 120g	1-oct-23	L34264810005389106 M20:14	2	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1000852	Saich. Tradi. ZENU x 225 g	1-oct-23	L3426880005389258 M13:09	6	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1000582	Midela. Tradi. ZENU x 450 g	10-sep-23	L30161320005355146 M06:45	4	2	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1062595	Chrz. Termera ZENU x 440 g	6-sep-23	L3033340005350297 D00:00	9	3	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1008445	Saich. Sp. RANCHERA x 525 g	7-sep-23	L30690710005358909 M09:38	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	18-sep-23	L3238020005370443 H22:41	9	6	MEDELLIN	Perdida de vacio Punto de venta	INDIRECTO	
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	24-sep-23	L32328310005386872 H22:04	8	5	MEDELLIN	Inflado, lechoso, perdida de vacio	INDIRECTO	
1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	17-sep-23	L3229670005370482 M18:31	2	1	MEDELLIN	Inflado, lechoso, perdida de vacio	INDIRECTO	

Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

Alimentos cárnicos. Fecha: 01 septiembre de 2023 H1:30pm.

### Imagen 28 Imágenes de Calidad



Tomado de: indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

Alimentos cárnicos. Fecha: 01 septiembre de 2023 H1:30pm.

7. Una vez terminado el informe, este se deberá enviar al correo del Director Hernando Ramos y la jefe de ventas Yolima Vargas y a todos los coordinadores de agentes comercial. También dicho informe deberá ser montado en un archivo de Google Drive llamado “Reporte Estándar Avalado Tradicional Colombia” en la pestaña de la regional de Medellín al igual que las imágenes en la pestaña de imágenes en el espacio de Medellín, allí reposan todos los informes de calidad a nivel nacional (**Imagen 29**).

### Imagen 29 Imagen de Tabla de Calidad en Reporte Nacional

Código	Descripción del producto	Fecha Vencimiento	Lote	Unidades	Clientes	Regional	Defecto	Modelo (Directo / Indirecto)
1000853	Salch. Tradi. ZENU x 450 g	21-sep-23	L32684450005377948 H8:15	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	6-sep-23	L30569120005358983 H14:28	4	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	19-sep-23	L32485350005372756 H15:34	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1000395	Jmn. Sdw. ZENU x 230 g	28-sep-23	L33685360005386371 H14:41	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1000582	Midela. Tradi. ZENU x 450 g	6-oct-23	L33668020005386398 H10:08	2	2	MEDELLIN	Perdida de vacío, llega así al punto de venta	DIRECTO
1063595	Chrz. Ternera ZENU x 440 g	26-sep-23	L33288720005380816 H2:21	16	9	MEDELLIN	Perdida de vacío, llega así al punto de venta	DIRECTO
1063595	Chrz. Ternera ZENU x 440 g	6-sep-23	L3037330005350297 H7:47	4	4	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	11-sep-23	L31300990005365007 H8:10	2	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1020478	Schon.250 Midela.250 grt.Salch.230 RICA	19-sep-23	L32407990005374628 H10:19	10	1	MEDELLIN	Producto no conforme, perdida de pintura del empaque	DIRECTO
1063593	Chrz. Ternera Zenu Parpack X 100 Grs	2-sep-23	L29387250005346675 H16:36	6	4	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta, inflado	DIRECTO
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	7-sep-23	L30686640005364273 H21:21	6	6	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	24-sep-23	L33283510005386872 H15:12	8	4	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1047407	Jmn. PIETRIAN estd. 431 g SIN C	23-sep-23	L33168830005378215 H18:23	4	3	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	9-sep-23	L30428210005372810 H8:41	2	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	10-sep-23	L31205550005364708 H8:03	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	20-sep-23	L32694210005377319 H15:54	1	1	MEDELLIN	Producto lechoso	DIRECTO
1000582	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	27-sep-23	L33598980005386429 H9:32	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1047407	Jmn. PIETRIAN estd. 431 g SIN C	7-sep-23	L3066680005359741 H6:39	3	3	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	18-sep-23	L3328020005370443 H22:35	5	2	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	DIRECTO
1031533	Salch. RANCHERA x 480 g	27-sep-23	L33598980005386424 H13:27	5	3	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta, lechoso	DIRECTO
1059276	Chrz. Ranchera Prlla. Duopack 96G	27-sep-23	L33374390005383924 H23:35	3	3	MEDELLIN	Producto contaminado, objeto extraño	DIRECTO
1040851	Schon. Carveroni ZENU x 500g	1-sep-23	L32811250005377097 H8:12	1	1	MEDELLIN	Producto no conforme, apariencia extraña	DIRECTO
1063595	Chrz. Ternera ZENU x 440 g	6-sep-23	L30373380005350297 C11:07	11	4	MEDELLIN	Producto lechoso	INDIRECTO
1000852	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	13-sep-23	L31590770005369059 M09:49	8	3	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	INDIRECTO
1000418	Jmn. Ideal RICA x 230 g	7-sep-23	L3068050005359732 M02:27	6	5	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	INDIRECTO
1000852	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	19-sep-23	L32485770005373489 B06:45	1	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	INDIRECTO
1067804	Madela. Jamonada RICA x 345 g	11-sep-23	L31364560005367434 M13:12	7	4	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	INDIRECTO
1015235	Salch. Ranchera super x 120g	1-oct-23	L34294810005389106 M20:14	2	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	INDIRECTO
1000852	Salch. Tradi. ZENU x 225 g	1-oct-23	L34296850005389268 M13:09	6	1	MEDELLIN	Perdida de vacío Punto de venta	INDIRECTO

**Tomado de:** indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 01 septiembre de 2023 H1:39pm.

8. Este informe debe ser construido cada semana y se envía todos los viernes antes de las 2:00 pm. Se debe tener presente que siempre se debemontar al Drive de los reportes nacionales.

### - **Mi Valor Agregado a la Empresa**

Con base a mis conocimientos y mi función de practicante, realicé un proyecto en el cual pudiera aportar a la empresa y dejar un valor agregado que ayudara a mejorar las funciones tanto del practicante como también; lograr una mejora optimizando la información.

Dicho proyecto se basó en optimizar la información del informe de Calidad y Competencia y así mismo, tener la información de una manera más clara y organizada, como lo exprese anteriormente en dicho trabajo, el informe se construye con la recopilación de información externa, una de ellas es la información que envían por el grupo de WhatsApp llamado “AC Gestión Centralizada AC”, donde envían los reportes de calidad del canal indirecto. Para lograr esto se realizó lo siguiente:

1. Se creó un formulario en Google Drive llamado “CALIDAD CANAL INDIRECTO”. Donde se construyó en base a una serie de preguntas y espacios de selección.
2. La primera parte del formulario está construida con información dividida de los agentes comerciales de la Regional de Antioquia, donde allí es visible el nombre de la regional y la opción de seleccionar el código y el nombre del agente comercial.
3. Después está compuesto por preguntas: código del producto, nombre del producto, fecha de vencimiento del producto, lote del producto, hora del lote, unidades detectadas, número de clientes, defecto, observaciones y un espacio para subir un archivo que es la imagen de calidad (**Imagen 30**) y (**Imagen 31**).

## Imagen 30 Formulario Calidad Canal Indirecto

Formulario de Calidad Indirecto - Practicante

Preguntas Respuestas Configuración

### CALIDAD CANAL INDIRECTO

Controlar la información de reportes de calidad

Título de la imagen

Alimentos Cárnicos Zenu

De acuerdo a la zona que pertenece despliegue y seleccione su código y nombre:  
(Después de aprobar)

**RIO GRANDE Código vendedor (Obligatorio)**

- 16204 - Adrián Ignacio Gómez Jaramillo
- 16305 - Glorie Della Mores Espinal
- 16301 - Jonathan Andrés Valencia Rodríguez
- 16310 - Kevin Estiven López Zabala
- 16308 - Oscar Hernán Soto Arango
- 16306 - Punto de Venta Punto de Venta
- 16309 - Yviana Pineta Morales
- 16302 - Wendy Genalix Prada

**GEO PRODS S.A.S Código vendedor (Obligatorio)**

- 16702 - Gilberto Aquila Mesa
- 16703 - Walter Zamir Gómez Sánchez
- 16701 - María Yvonne Ariza Murillo

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 05 octubre de 2023 H10:45am.

## Imagen 31 Preguntas Formulario Calidad

Formulario de Calidad Indirecto - Practicante

Preguntas Respuestas Configuración

**Código del producto \***  
Texto de respuesta corta

**Nombre del producto \***  
Texto de respuesta corta

**Fecha de vencimiento del producto \***  
Mes, día, año

**Lote el producto \***  
(Dar aspecto, puntos y am hora)  
Texto de respuesta corta

**Hora del lote \***  
Hora

**Unidades defectadas \***  
(Valor numérico, deben coincidir en fecha y lote)  
Texto de respuesta corta

**Número de Clientes \***  
(Solo valor numérico)  
Texto de respuesta corta

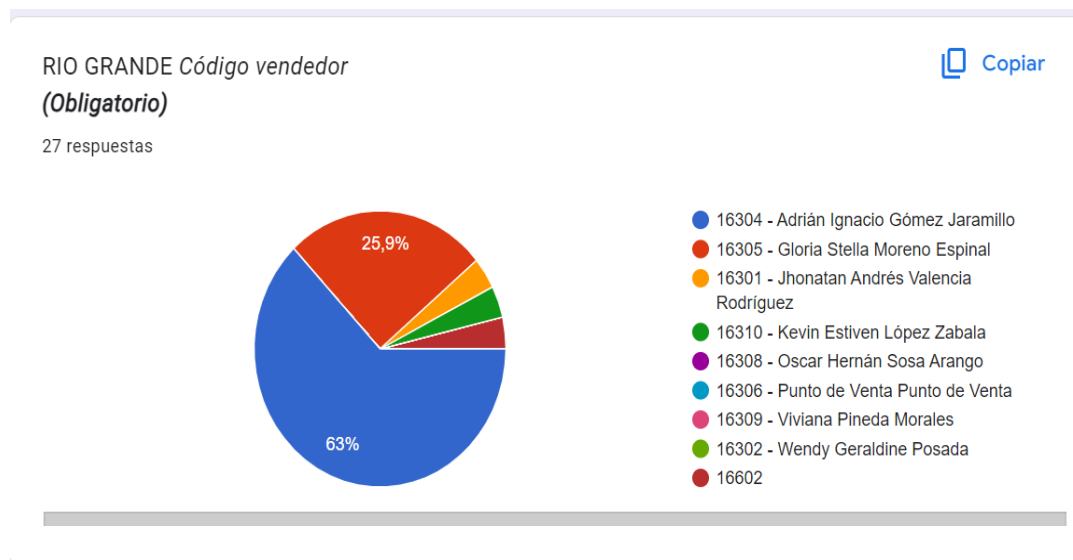
**Defecto \***  
 Pérdida de vacío punto de venta

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 05 octubre de 2023 H10:45am.





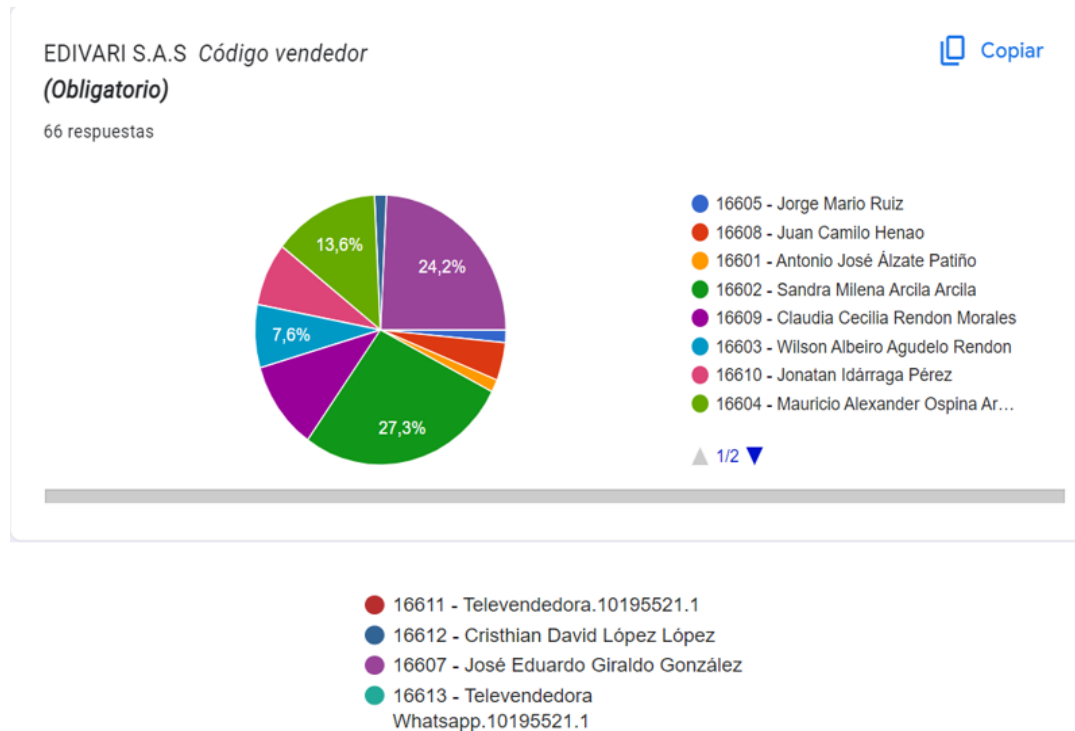
## 9. Gráfico 1 Reportes Realizados Zona Rio Grande



*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 26 octubre de 2023 H4:07pm

Ver (Gráfico 1) también se puede destacar que brinda información muy valiosa aparte de servir como recopilador de información, pues se puede tener datos exactos en porcentaje de los agentes comerciales que más realizan reportes, actualmente de la zona de Rio Grande el 63% de los reportes de calidad son de Adrián Ignacio Gómez Jaramillo, seguido de Gloria Stella Moreno Espinal con el 25,9% de los reportes de calidad.

## Gráfico 2 Reportes Realizados Zona EDIVARI S.A.S



*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 26 octubre de 2023 H4:07pm.

Ver (Gráfico 2) en la zona de EDIVAR S.A.S los agentes comerciales que más han realizado reportes son: el 27,3% de los reportes de calidad son de Sandra Milena Arcila, seguido de José Eduardo Giraldo con el 24,2%, el 13,6% de Mauricio Alexander Ospina y, por último, Wilson Albeiro Agudelo con el 7,6% de los reportes de calidad.

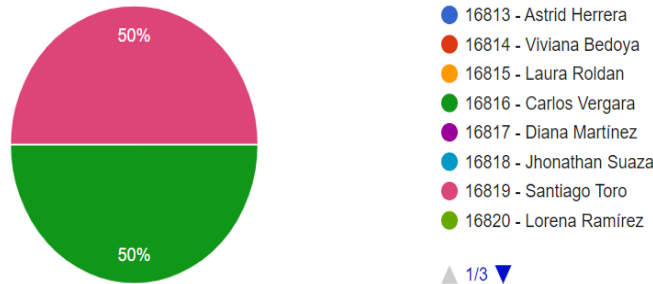
### Gráfico 3 Reportes Realizados Zona Antioqueña de alimentos

ANTIOQUEÑA DE ALIMENTOS

Código vendedor (*Obligatorio*)

2 respuestas

 Copiar



*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 26 octubre de 2023 H4:07pm.

Ver (**Gráfico 3**) en la zona de Antioqueña de Alimentos los agentes comerciales que más han realizado reportes son: el 50% de los reportes de calidad son de Santiago Toro, seguido de Carlos Vergara con el otro 50%.

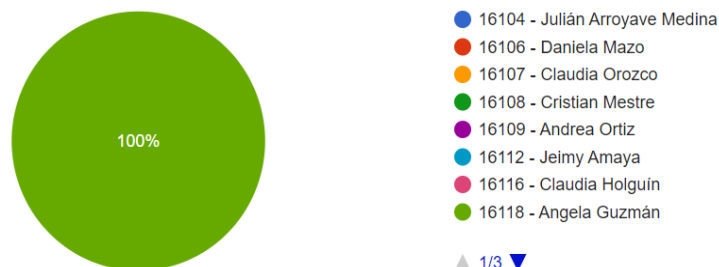
### Gráfico 4 Reportes Realizados Zona Surtialimentos S.A.S

SURTIALIMENTOS S.A.S Código vendedor

(*Obligatorio*)

1 respuesta

 Copiar



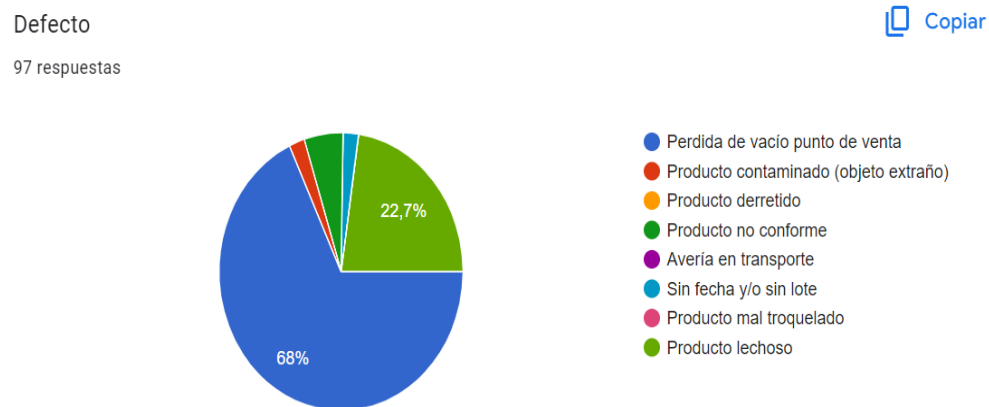
*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 26 octubre de 2023 H4:07pm.

Ver (**Gráfico 4**) en la zona de Surtialimentos S.A.S el agente comercial que más han realizado reportes de calidad es Ángela Guzmán con 100%.

Cabe resaltar la Zona de Geo Fríos S.A.S no se ha tenido reportes debido a que mucho de los agentes comerciales se encuentran en zonas rurales y por tal motivo, se les dificulta acceder al formulario por temas de conexión.

10. De acuerdo a los reportes realizados por los agentes comerciales en dicho formulario, también se ha podido detectar de manera más clara cuál es el mayor defecto de los productos en el reporte de calidad: el 68% de los defectos es perdida al vacío en punto de venta y el 22,7% es producto lechoso (**Gráfico 5**).

**Gráfico 5 Defectos de Calidad**



*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante, Alimentos cárnicos, Google Drive. **Fecha:** 26 octubre de 2023 H4:07pm

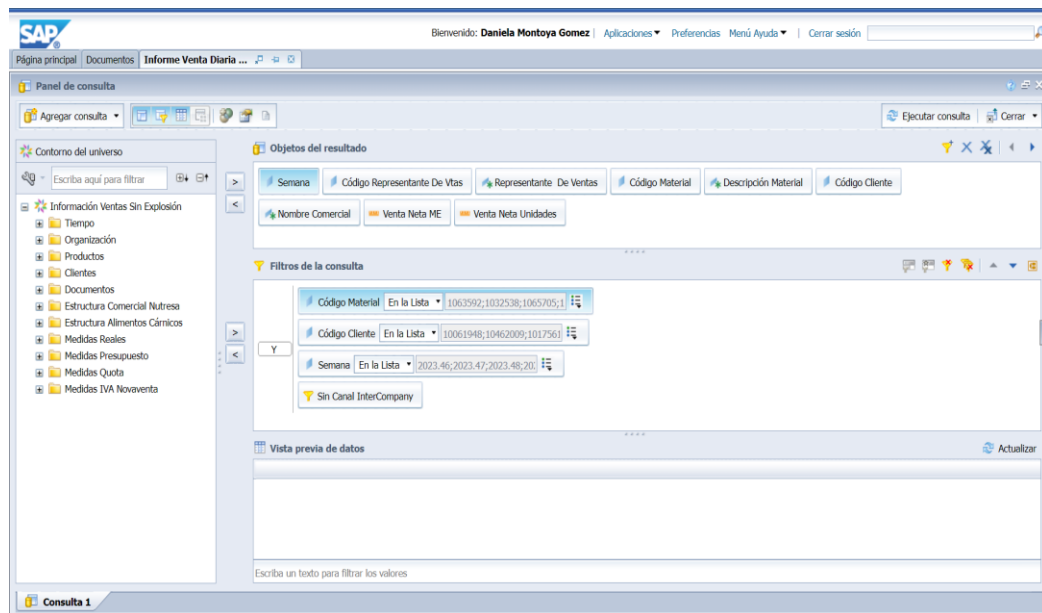
La finalidad de este proyecto como valor agregado para la empresa de parte del practicante es lograr tener resultados más óptimos y organizados; a su vez optimizar la información y el tiempo en las funciones del practicante. Se espera que se siga utilizando a futuro por los demás practicantes que lleguen a ocupar el cargo.

## - Seguimiento Ofertas y Productos Nuevos Noviembre y Diciembre

Consiste en realizar un informe de seguimiento de las ofertas y productos nuevos durante el mes de noviembre y diciembre para el Director del canal Hernando Ramos y los comercializadores del canal indirecto, dónde se deberá reflejar: el nombre del material, las semanas, el objetivo del mes, el objetivo y venta en unidades por cada semana, el cumplimiento y deberá estar dividido por cada regional y una suma total de todos los agentes comerciales de cada regional.

1. Se debe ingresar a la herramienta **SAP BI**, crear el informe con los filtros que se necesitan de acuerdo a los materiales que están en oferta de igual modo los productos nuevos, ingresar: el código del material, código del cliente y las semanas (**Imagen 32**).

### Imagen 32 Filtros Ofertas y Productos Nuevos



*Tomado de: SAP Business Objects, plataforma BI Fecha: 18 diciembre del 2023 H3:36pm.*

2. Una vez filtrada la información cómo la necesitamos, nos arrojará un consolidado con la información que se necesitará para construir el informe, dicha información está dividida por cada regional ver (**Imagen 33**).

### Imagen 33 Consolidado Ofertas y Productos Nuevos

				2023.46	2023.47	2023.48	
100619481000487	10061948	SURTALIMENTOS S.A.S	1000487	Salch. CUNIT mgra. x 1 kg			941 13.27
100619481022538	10061948	SURTALIMENTOS S.A.S	1022538	Salch. RANCHERA 480g Pg. 14 Lev. 17 und			661 6.82
100619481063992	10061948	SURTALIMENTOS S.A.S	1063992	Chrz. Temera ZENU x 440 g gts 2 und	1.527	15.795.645	1.781 18.423.084
101756101000487	10175610	SERVICIO ANTIOQUEÑO DE ALIMENTOS SAS	1000487	Salch. CUNIT mgra. x 1 kg	35	331.313	-2 -18.932
101756101022538	10175610	SERVICIO ANTIOQUEÑO DE ALIMENTOS SAS	1022538	Salch. RANCHERA 480g Pg. 14 Lev. 17 und			1.798 24.85
101756101063992	10175610	SERVICIO ANTIOQUEÑO DE ALIMENTOS SAS	1063992	Chrz. Temera ZENU x 440 g gts 2 und	1.992	20.200.791	2.225 22.563.634
101756101065705	10175610	SERVICIO ANTIOQUEÑO DE ALIMENTOS SAS	1065705	Salch. Jumbo Perro Cunit x 1200g	15	327.539	-5 -109.180
101955211000487	10195521	EDWARI S.A.S	1000487	Salch. CUNIT mgra. x 1 kg	63	598.041	-1 -9.493
101955211022538	10195521	EDWARI S.A.S	1022538	Salch. RANCHERA 480g Pg. 14 Lev. 17 und			1.824 25.28
101955211063992	10195521	EDWARI S.A.S	1063992	Chrz. Temera ZENU x 440 g gts 2 und	2.508	25.505.131	2.230 22.678.005
101955211065705	10195521	EDWARI S.A.S	1065705	Salch. Jumbo Perro Cunit x 1200g			1.183 12.02
104132141000487	10413214	DISTRIBUCIONES RIOGRANDE S.A.S	1000487	Salch. CUNIT mgra. x 1 kg	20	189.727	19 180.240
104132141022538	10413214	DISTRIBUCIONES RIOGRANDE S.A.S	1022538	Salch. RANCHERA 480g Pg. 14 Lev. 17 und			1.922 26.62
104132141063992	10413214	DISTRIBUCIONES RIOGRANDE S.A.S	1063992	Chrz. Temera ZENU x 440 g gts 2 und	1.680	17.073.266	2.511 25.518.436
104132141065705	10413214	DISTRIBUCIONES RIOGRANDE S.A.S	1065705	Salch. Jumbo Perro Cunit x 1200g			20 437.633
104620091000487	10462009	GEO FRIOS S.A.S	1000487	Salch. CUNIT mgra. x 1 kg			0
104620091063992	10462009	GEO FRIOS S.A.S	1063992	Chrz. Temera ZENU x 440 g gts 2 und	720	7.538.296	718 7.517.357

*Tomado de: SAP Bussines Objects, plataforma BI Fecha: 18 de diciembre del 2023 H3:36pm.*

3. Una vez se tenga el consolidado con la información, se procede a descargar el archivo y este se lleva a la herramienta Excel, dónde allí se manipula la información y se organiza por medio de tablas por cada regional y una con la suma de todos los agentes comerciales (**Tabla 25**), permitiendo la visibilidad de: código del material, descripción del material, semanas, objetivo de la numérica del mes, objetivo y venta en unidades, porcentaje del cumplimiento.

La respectiva información en las tablas está igualmente organizada por cada regional, lo único que varía son el objetivo de unidades por cada semana de acuerdo a la regional.

**Tabla 25 Suma Agentes Comerciales**

COD. MATERIAL	DESCRIPCION MATERIAL	Sem46			Sem47			Sem48			Sem49			Sem50		
		Obj Num Mes	Obj Ud	Venta Lit. % Compl	Obj Ud	Venta Lit. % Compl	Obj Ud	Venta Lit. % Compl	Obj Ud	Venta Lit. % Compl	Obj Ud	Venta Lit. % Compl	Obj Ud	Venta Lit. % Compl		
4962592	Chz. Termera ZERO x 440 g pts 2 and	-	12 000	8 427 70,2%	15 000	9 463 63,1%	-	5 843 0,0%	-	154 0,0%	-	195 0,0%	-	195 0,0%		
4962538	Salch. BANCHEIRA 480g Pq. 14 Lev. 17 and	-	-	0,0%	-	0,0%	10 000	6 485 64,9%	16 400	7 381 45,0%	-	6 282 0,0%	-	6 282 0,0%		
4962705	Salch. Jumbo Pterro Camil x 1350g	1 480	10	15 150,0%	10	15 150,0%	10	8 80,0%	10	27 270,0%	10	5 50,0%	5	50,0%		
4964937	Salchicha Mangovera Camil x kilo	-	210	58 276,2%	30	18 60,0%	10	25 250,0%	10	17 170,0%	10	9 90,0%	9	90,0%		
-	-	-	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%		
-	-	-	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%		
-	-	-	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%		
-	-	1 770	12 060	8 860 74,0%	15 040	9 496 63,1%	10 020	12 385 123,9%	16 420	7 212 43,9%	20	6 170 308,50%	-	-		

*Tomado de:* indicadores relacionados con las actividades hechas por el practicante,

*Alimentos cárnicos. Fecha:* 18 Diciembre de 2023 H4:03pm.

- Una vez organizadas las tablas con la información necesaria, es muy importante revisar y rectificar los valores en la tabla de la suma gentes comerciales con el consolidado que se bajó del **SAP BI** y con el que se trabajó la información, asegurándose que los valores estén exactamente iguales y correctos siendo coherentes los resultados por cada semana. Después de ser rectificada la información se le envía el informe al director del canal y a los agentes comerciales.
- Este informe fue realizado durante las semanas que se solicitaron, desde la 46 del mes de noviembre hasta la semana 50 del mes de diciembre, actualizándose la información dos veces por semana, los días lunes y jueves.

## **14 Aportes a mi Formación Personal**

La práctica empresarial en la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S, aportó en mi vida personal siempre priorizar mis sueños, auto retarme y enfrentarme a realidades que creí que no podía superar, tener fortaleza mental debido a que en un ambiente laboral se enfrenta a constante estrés, la oportunidad de desarrollar mejores habilidades para expresarme, vencer miedos, tener una experiencia de vida de alto valor que siempre va ser recordada toda mi vida debido al gran aprendizaje que me deja, así mismo, las capacidades que desarrolle durante todo el proceso. Siempre preguntar cada vez que tenga una duda sin importar que, cuidar las actitudes que puedo tener en diferentes ocasiones sin dañar a los de más.

También aprendí la importancia de adquirir hábitos en mi vida en pro de mis funciones dentro de una empresa, lo importancia de ser puntual, cumplir con un horario, hacer correctamente mi trabajo para alcanzar metas. Gracias al desarrollo de mi práctica dentro de la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S entendí que la práctica no sólo nos construye y nos hace crecer cómo profesionales si no también en nuestra vida personal, lo cual hace parte del objetivo volvernos personas más humanas y consientes, así mismo, aportar grandes cosas a la sociedad.

## 15 Aportes a mi Formación Profesional

La práctica empresarial en la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S, aportó un gran crecimiento en mi formación como profesional, la empresa me enseñó a enfrentarme al mundo laboral y a las realidades que debemos vivir como profesionales en un cargo, dónde se debe tener prioridades y sentido de responsabilidad para cumplir con las labores. La importancia de tener una buena comunicación y respeto con el equipo de trabajo para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

Que todos los días nos enfrentamos y aprendemos algo nuevo y que los desafíos constantes que se viven dentro del mundo laboral nos ayudan a crecer como profesionales a enfrentarme a retos que hacen destacar mis fortalezas y capacidades.

Desde mi área de formación como Negociadora Internacional aprendí que lo más importante para el buen funcionamiento de una empresa y su crecimiento es siempre priorizar al cliente y satisfacer sus necesidades, a relacionar la teoría con la práctica permitiendo ampliar mis conocimientos para mejorar mis competencias como profesional. También aportó un gran crecimiento en mi experiencia mental ya que me ayudó a reflexionar con base a las funciones que debía cumplir.

Por último, me permitió demostrar mi saber hacer y lo más importante dar mi valor agregado a la empresa como estudiante de una carrera profesional que a futuro podrá aportar un crecimiento para la misma.

## 16 Conclusiones

- Las funciones realizadas por el practicante dentro de la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S han sido de gran apoyo para todo el equipo del canal tradicional, pues dichas funciones ayudaron a tener información clara y concisa en los momentos necesarios que aportaron a la toma de decisiones fortaleciendo a la empresa y guiarla por el camino más seguro. Apoyó a los jefes de ventas y a los vendedores a tener información del cumplimiento de las ventas así mismo a los clientes. Las fallas que se presentaban en la calidad de los productos y las causales de sus devoluciones y así tomar decisiones para enfrentar las problemáticas.
- La práctica empresarial en la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S le brindó conocimientos al practicante que le aportaron un gran crecimiento a su formación profesional, fortalecer sus habilidades enfrentándose a nuevos retos y desafíos del día a día.
- El paso por la empresa de un practicante le enseña a creer en sí mismo, que no hay nada difícil y lo primero que se debe tener es perseverancia, todo lo difícil se aprende con tiempo y constancia.
- A nivel general las prácticas son un espacio para los practicantes tener por primera vez un acercamiento real con su vida profesional, dónde se dan cuenta de sus verdaderos talentos de las áreas que les gusta. De demostrar y aportar los nuevos conocimientos adquiridos en la universidad y lo más fundamental poner en práctica lo aprendido, es un espacio donde se conocen ellos mismos, asumen retos y aportan al crecimiento de una empresa y así mismo ellos aportan conocimiento que a futuro va ser lo más valioso en el inicio de su formación profesional.

## 17 Recomendaciones

Es recomendable tener mayor acompañamiento de parte de la Universidad en el proceso de las prácticas de sus estudiantes, pues será un apoyo muy valioso para el practicante a su vez se le recomienda también a la empresa Alimentos Cárnicos S.A.S tener mayor dedicación y apoyo de parte de los líderes asignados como guías de los practicantes para obtener mayor crecimiento en el aprendizaje del practicante ya que su objetivo dentro de la compañía es el aprendizaje y poner en práctica sus conocimientos adquiridos en la Universidad.

En definitiva, se le recomienda al practicante tener perseverancia y paciencia pues todos los procesos de aprendizaje en la práctica son lentos y tienen su debido tiempo, nunca estará de más preguntar y mucho menos tener una posición segura para dar sus opiniones o aportes. Estar abierto a socializar y tratar con personas de diferentes cargos ya que lo más valioso en una compañía es saber trabajar en equipo y relacionarse con las diferentes áreas dentro de la misma. También se le recomienda aprender a valorar cada obstáculo pues estos son los que le ayudarán a aprender y afrontar retos con una buena actitud.

## 18 Referencias Bibliográficas

- Activa, B. (s.f.). *treball.barcelonactiva.cat*. Obtenido de <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/A/fitxa5285/agente-comercial.do#:~:text=El%2Fla%20agente%20comercial%20es,servicios%20>
- Arimetrics. (s.f.). *arimetrics.com*. Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/whatsapp>
- Author, G. (29 de Agosto de 2019). *rockcontent.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-trade-marketing/>
- blog.storecheck.com.mx. (s.f.). *blog.storecheck.com*. Obtenido de <https://blog.storecheck.com.mx/la-importancia-del-material-pop-en-el-punto-de-venta/>
- Certification, N. (s.f.). *nqa.com*. Obtenido de <https://www.nqa.com/>.
- Eduardo T. (23 de Mayo de 2020). *Tips de Tecnología*. Obtenido de <https://tipsdetecnologia.com/3-tips-para-crear-un-semaforo-en-excel>
- ESGinnova, G. (16 de Octubre de 2015). <https://www.nueva-iso-45001.com>. Obtenido de <https://www.nueva-iso-45001.com/2015/10/que-es-la-ohsas-18001/>
- Farlex, T. F. (s.f.). *The Free Dictionary by Farlex*. Obtenido de <https://es.thefreedictionary.com/impactados>
- Intelligence, S. B. (s.f.). *sap.com*. Obtenido de <https://www.sap.com/latinamerica/products/technology-platform/bi-platform.html>
- Lastra, E. F. (18 de Mayo de 2017). *artyco.com*. Obtenido de <https://artyco.com/como-clasificar-segmentar-clientes/#:~:text=2.,de%20empresa%20o%20el%20producto.>
- libre, W. L. (s.f.). *es.wikipedia.org*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Google\\_Drive](https://es.wikipedia.org/wiki/Google_Drive)
- Microsoft. (s.f.). *support.microsoft.com*. Obtenido de <https://support.microsoft.com/es-es/office/funci%C3%B3n-buscarv-0bbc8083-26fe-4963-8ab8-93a18ad188a1#:~:text=Use%20BUSCARV%20cuando%20neces>
- Salud, O. O. (4 de Mayo de 2015). *paho.org*. Obtenido de [https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10832:2015-sistema-haccp&Itemid=41431&lang=es#gsc.tab=0](https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10832:2015-sistema-haccp&Itemid=41431&lang=es#gsc.tab=0)
- saludcapital.gov.co. (s.f.). *www.saludcapital.gov.co*. Obtenido de [http://www.saludcapital.gov.co/DCRUE/Paginas/Atencion\\_Prehospitalaria.aspx](http://www.saludcapital.gov.co/DCRUE/Paginas/Atencion_Prehospitalaria.aspx)
- Smartsheet. (s.f.). *help.smartsheet.com*. Obtenido de <https://help.smartsheet.com/es/articles/2477471-dragfill#:~:text=Se%20utiliza%20la%20funci%C3%B3n%20de,para%20reflejar%20la%20nuova%20ubicac>