

Diseño de Modelo Ventas Gerencial QlikView

Historial de Revisiones

Revisión	Fecha	Descripción de Cambios	Autor
1.0	14/01/2015	Diligenciamiento inicial	Edwin Patiño

Revisado por	Nombre
<i>Farmasanitas</i>	Jhon Chamorro Jaime Pachano Jimmy Martinez
<i>BiPlanning</i>	Gilberto Javier Jiménez Diego Fernando Rueda

Tabla de Contenido

Diseño de Modelo Ventas Gerencial QlikView	1
Historial de Revisiones.....	2
Información Ejecutiva.....	4
1. Información Básica	4
1.1. Antecedentes.....	4
2. Requerimientos de Descubrimiento	4
3. Diseño de Datos.....	6
3.1. Medidas Clave.....	6
3.2. Indicadores Clave de Desempeño	9
3.2.1. Reglas de Negocio Indicadores Clave.....	11
3.3. Dimensiones y filtros Clave	12
3.3.1. Reglas de Negocio Dimensiones	15
3.4. Visualización	19
3.4.1. Pestaña Principal:.....	19
3.4.2. Pestaña DashBoard:.....	19
3.4.3. Pestaña Análisis línea de Negocio:	20
3.4.4. Pestaña Reportes	21
3.4.5. Pestaña H.V. Sucursal	26
3.4.6. Pestaña Selecciones.....	27
3.5. Tipo de Datos.....	31
3.5.1. Dinamicas_Comerciales_xxxx	31
3.5.2. Metas_PAD_AñoMes.....	31
3.6. Insumo_Vendedores.....	32

Información Ejecutiva

Este proyecto se realizó con base a una necesidad de construcción de 16 indicadores de gestión y control para la organización.

1. Información Básica

En la actualidad se desarrollan los reportes, el monitoreo y seguimiento en presentaciones de power point y Excel actualizados a diario con la información que genera el modelo de ventas de Qlikview aplicando unas reglas de negocio adicionales.

1.1. Antecedentes

La razón base del desarrollo realizado sobre QlikView obedece al impacto operativo y el tiempo que toma a los usuarios realizar los cruces de información para construir los indicadores, sus conceptos y cada uno de sus subconceptos, al igual que generar las gráficas de análisis e informes requeridos.

A la fecha se cuenta con 7 modelos desarrollados en los años 2013- 2014 que modelaron las áreas y procesos más críticos de la organización (Compras, ventas, inventarios, aprovisionamiento, logística, finanzas y recursos humanos).

2. Requerimientos de Descubrimiento

Requerimientos					
No.	Tipo	Autor	Detalles del Requerimiento	Estado	Finalizado?
Quién - ¿Quiénes son los usuarios de la aplicación? ¿Quién va a dar soporte a la aplicación? ¿Quién tendrá acceso a la aplicación?					
1	Admin	Diego Rueda	Los usuarios que tendrán acceso a la aplicación son los Gerentes, Subgerentes, Directores, al igual que el área de control de Gestión.	Revisado	Si
2,0	Admin	Diego Rueda	La aplicación será soportada por Bi Planning y estará cubierta bajo garantía por un periodo de 6 meses despues de entregada y aprobada por el equipo de Cruz Verde. Se debe tener presente que dicha garantía y soporte solo aplica sobre los objetos creados directamente por el desarrollador.	Revisado	Si
3,0	Admin	Diego Rueda	Todo acceso a la aplicación será administrado por Director de QA y Seguridad y apoyado por BiPlanning durante el proceso de asignacion de licencias.	Revisado	Si
Qué - ¿Qué hay construido? ¿Qué hará el usuario con esa información? ¿Qué datos se necesitan?					

4,0	Datos	Diego Rueda	Actualmente se cuenta con un modelo de Ventas y Maestras (Dimensiones Dinámicas) que extrae, transforma y procesa datos.	Revisado	Si
5,0	Interfaz	Diego Rueda	Las pestañas deben limitarse a 3 (aparte de la introductoria): Cuadro de Mando (Indicadores KPI's), Análisis y por ultimo informes	Revisado	Si
6,0	Datos	Diego Rueda	Las profundizaciones deberán seguir una jerarquía de medición como las descritas a continuación: * Línea de Negocio, Canal, Director, Subdirector, Cluster, Ciudad, Sucursal, Vendedor, Cliente Factura (Para los canales droguerías, domicilios, censosud se consolida el cliente en un solo para cada uno de ellos), Canal Gestión, Convenios, Campaña * Mundo, Categoría de Producto, Subcategoría, Proveedor	Bajo Revisión	Si
7,0	Datos	Diego Rueda	Para la construcción de los indicadores se requiere tener muestras de información de los datos de Ventas y Presupuestos utilizados actualmente para realizar los cálculos e informes.	Revisado	Si
Cuándo - ¿Cuándo se cargarán los datos? ¿Qué tan atrás irán los datos? ¿Con qué frecuencia se usará la aplicación y que parámetros de diseño son fundamentales?					
8,0	Interfaz	Diego Rueda	La frecuencia de actualización del modelo será diaria y se ejecutará en las madrugadas.	Revisión	Si
9,0	Datos	Diego Rueda	la aplicación contemplará datos a partir de Enero del año 2014. Esta mostrará información para un periodo máximo de 36 meses a lo largo del tiempo. Estos meses serán móviles.	Revisión	Si
10,0	Datos	Diego Rueda	El tablero (dashboard) deberá cargar los datos y días correspondientes al mes actual siempre y cuando la fecha sea posterior al 10 del mes, cuando la fecha sea anterior deberá cargar el mes anterior y el mes en curso.	Revisión	Si
11,0	Interfaz	Diego Rueda	Los indicadores KPI's deberán colocarse por defecto en el año y mes en curso (Al abrir el modelo, esto no significa que no se pueda navegar por periodos de tiempo diferentes)	Revisión	Si

12,0	Interfaz	Diego Rueda	La aplicación debe permitir al usuario consultar la información a nivel de año acumulado, mes acumulado, día y realizar comparativos con el mismo periodo del año inmediatamente anterior, el mes inmediatamente anterior, el trimestre anterior y 13 periodos móviles.	Revisión	Si
Por qué - ¿Por qué el usuario usará la aplicación? ¿Qué acciones se tomarán como seguimiento?					
13,0	Interfaz	Diego Rueda	Todas las tablas creadas pueden exportarse a excel para suplir necesidades de negocio que se presenten y para realizar validaciones en caso tal que se requieran.	Revisión	Si
14,0	Interfaz	Diego Rueda	Todos los objetos creados pueden copiarse a otras hojas para que sean modificados por cada uno de los usuarios en caso tal que se requiera realizar algún análisis adicional.	Revisión	Si
15,0	Interfaz	Diego Rueda	Todos los objetos creados por los usuarios pueden compartirse a otros usuarios de la aplicación.	Revisión	Si
Cómo - ¿Cómo se construirá la aplicación? ¿Cómo se cargarán los datos? ¿Cómo responderá la aplicación?					
16,0	Datos	Diego Rueda	Toda base de datos será optimizada y aprobada por el equipo de TI realizando un cambio desde las fuentes manejadas de EBS a las vistas materializadas que se construyan.	Bajo Revisión	No
17,0	Datos	Diego Rueda	Las fuentes de datos para el modelo usarán las mismas conexiones a Bases de Datos que los modelos actualmente contruidos.	Revisión	Si
18,0	Datos	Diego Rueda	Los QVD's serán utilizados en todos los casos y bajo la estrategia de ETL - Crear muchos QVD's anticipadamente para soportar aplicaciones subsecuentes de análisis en el mismo tema.	Revisión	Si
19,0	Datos	Diego Rueda	Esta aplicación deberá pasarse a modo AJAX únicamente. No se dará soporte a formatos descargables o plug-in's.	Revisión	Si

3. Diseño de Datos

En este punto se podrá entender la composición de las medidas clave, dimensiones y filtros importantes creados en el modelo al igual que las reglas de negocio aplicadas para obtener los resultados definidos.

3.1. Medidas Clave

Las medidas clave corresponden a los cálculos realizados dentro de la aplicación o modelo Qlikview que tienen un impacto significativo en la operación y necesidades del negocio. La siguiente tabla hace una lista de Medidas Clave que

se incluyeron en la aplicación de Ventas Gerencial.

<i>No.</i>	<i>Medida</i>	<i>Descripción</i>
1.	Transacciones	Corresponde al conteo de Tickets
2.	Venta unidades (Und Máxima)	Corresponde a la mínima unidad de medida de los productos (Ejemplo tableta).
3.	Venta unidades (Und Media o Máxima)	Corresponde a la unidad de medida media de los productos (Ejemplo Blister). Cuando un producto no tiene sino 2 unidades la unidad máxima se asigna como media.
4.	Venta unidades (Und Mínima)	Corresponde a la máxima unidad de medida de los productos (Ejemplo Caja).
5.	Valor Venta Publico	Corresponde a las ventas realizadas en la organización. Se debe mantener la información de cada uno de los Canales tal como se maneja el modelo de ventas actualmente publicado, en donde la información de Cencosud corresponde a las ventas con el valor de venta a público.
6.	Valor Venta Comercial	Corresponde a las ventas realizadas en la organización. Estas ventas deben excluir la información de Cencosud recibida en los archivos planos e incluir la que aparece reflejada en Margen.
7.	Valor Costo promedio	Corresponde a la ifnoramcion de Costos por producto que se encuentran alojados en proyecto margen.
8.	Contribución Venta Publico	Corresponde al cálculo de la contribución con base a los ingresos de venta público y los costos venta público.
9	Contribución Comercial	Corresponde al cálculo de la contribución con base a los ingresos de venta Comercial y los costos de Venta Comercial.

<i>No.</i>	<i>Medida</i>	<i>Descripción</i>
10.	Margen Venta Público	Corresponde a la participación de la contribución Venta público con relación al ingreso de Vena Público.
11.	Margen Comercial	Corresponde a la participación de la contribución Comercial con relación al ingreso Comercial.
12.	Presupuesto Venta Publico	Corresponde al valor del presupuesto de ingresos planteado para venta público (Actualmente se maneja como presupuesto comercial en el modelo de Ventas existente)
13.	Presupuesto Venta Comercial	Corresponde al valor del presupuesto de ingresos planteado para venta (Actualmente se maneja como presupuesto Financiero en el modelo de Ventas existente)
14.	Presupuesto Costo Promedio Publico	Corresponde al costo promedio presupuestado para cada sucursal teniendo en cuenta cada canal y los convenios con los que se cuentan.
15.	Presupuesto Costo Promedio Comercial	Corresponde al costo promedio presupuestado para cada sucursal teniendo en cuenta cada canal y los convenios con los que se cuentan.
16.	Presupuesto Contribución Publico	Corresponde a la contribución al Público presupuestada para cada sucursal teniendo en cuenta cada canal y los convenios con los que se cuentan.
17.	Presupuesto Contribución Comercial	Corresponde a la contribución presupuestada para cada sucursal teniendo en cuenta cada canal y los convenios con los que se cuentan.
18.	Presupuesto Margen	Corresponde al Margen Presupuestado con base al Ppto Financiero.
19.	Presupuesto PAD Unidades	Corresponde al presupuesto generado mensualmente que contiene el presupuesto en unidades para Producto Adicional.

No.	Medida	Descripción
20.	Presupuesto Dinámicas Valor	Corresponde al presupuesto en valores generado mensualmente para Producto Adicional.
21.	Valor dinámicas	Se contará con la información de las dinámicas comerciales y el PAD. El PAD corresponde al producto adicional. Este es el Producto que está en punto para promover la venta.
22.	Cantidad PAD Mínima	Corresponde a la información de Cantidades PAD en unidad mínima.
22.	Cantidad PAD Media	Corresponde a la información de Cantidades PAD en unidad Media. Si el producto solo tiene 2 unidades se tomarán las cantidades en unidad máxima para este cálculo.
23.	Cantidad PAD Máxima	Corresponde a la información de Cantidades PAD en unidad máxima.

3.2. Indicadores Clave de Desempeño

No.	KPI	Descripción
1.	Cumplimiento de presupuesto Ventas Publico	Es el cociente del total de las ventas sobre el presupuesto de Venta público
2	Cumplimiento de presupuesto Ventas Comercial.	Es el cociente del total de las ventas sobre el presupuesto de Venta Comercial
3	Cumplimiento de presupuesto Contribución Venta Publico.	Es el cociente del total de Contribución Venta Público sobre el presupuesto de Contribución Venta público
4	Cumplimiento de presupuesto Contribución Comercial.	Es el cociente del total de Contribución comercial sobre el presupuesto de Contribución comercial

No.	KPI	Descripción
5	Cumplimiento de presupuesto Costo Promedio Venta Público.	Es el cociente del total de Costo promedio Venta Público sobre el presupuesto de costo Venta público.
6	Cumplimiento de presupuesto Costo Promedio Comercial.	Es el cociente del total de Costo promedio Comercial sobre el presupuesto de costo Comercial.
7	Cumplimiento de presupuesto margen Venta Público.	Es el cociente del total de Margen Venta Público sobre el presupuesto de Margen Venta público.
8	Cumplimiento de presupuesto margen Comercial.	Es el cociente del total de Margen comercial sobre el presupuesto de Margen Comercial
9	Conversión por Sucursal y Mes	Es el cociente entre la cantidad de ventas retail dispensados sobre la cantidad total de visitas de dispensación. Teniendo en cuenta la relación de Sucursal Mes.
10	Conversion por sucursal y día	Es el cociente de la cantidad de visitas Retail dispensados sobre la Cantidad Total de Visitas Dispensación. Teniendo en cuenta la relación de Sucursal día.
11	Cumplimiento de presupuesto Dinámicas unidades.	Es el cociente entre unidades y presupuesto de unidades de las dinámicas comerciales.
12	Cumplimiento de presupuesto Dinámicas valor.	Es el cociente entre valor de Dinamicas y presupuesto dinámicas comerciales en pesos.
13	Tasa de éxito (PAD).	Es el cociente entre número de unidades vendidas de producto adicional sobre total de las transacciones
14	Ticket promedio valor	Es el cociente del valor de la venta sobre el número de transacciones.

No.	KPI	Descripción
15	Ticket promedio unidades	Es el cociente de la cantidad de ventas sobre el número de productos en Unidad Media.
16	Ticket promedio unidades Dinamicas	Es el cociente entre el valor de ventas PAD sobre las unidades PAD.

3.2.1. Reglas de Negocio Indicadores Clave

1. Se utilizará la misma estructura y reglas de negocio que se utiliza en el modelo actual de Ventas Actual. Para el caso de Cencosud las Ventas al Público serán las que provienen de los archivos de excel que se cargan a diario sobre la herramienta y Ventas Comercial de Cencosud corresponden a la información que entrega proyecto de margen.
2. Se utilizara la misma estructura y regla de negocio que se utiliza en el modelo actual. EL presupuesto Financiero se toma desde el archivo anual que se genera y se toman las cuentas 4135 que corresponden a los ingresos. A este presupuesto se le realiza una distribución diaria lineal para cada mes. a la aplicación se carga un insumo manual que contiene los ajustes presupuestales que realizan en Farmasanitas y ya contiene la distribución diaria con las ponderaciones correspondientes. Para el caso de la ejecución de Cencosud no se tomará la información de los archivos planos remitidos a diario sino la información que entrega el proyecto de margen o su equivalente.
3. El presupuesto de Contribución al Público debe calcularse con base al margen que se obtiene en el presupuesto Financiero. Posteriormente tomar el presupuesto de ingresos Venta al Público y calcular los valores del presupuesto contribución aplicando el porcentaje de margen.
4. El presupuesto de Contribución Financiero debe calcularse con base al margen que se obtiene en el presupuesto Financiero. Posteriormente tomar el presupuesto de ingresos Financiero y calcular los valores del presupuesto contribución aplicando el porcentaje de margen.
5. El presupuesto de Costo Promedio al Público debe calcularse con base al margen que se obtiene en el presupuesto Financiero. Posteriormente tomar el presupuesto de ingresos Venta al Público y calcular los valores del presupuesto Costos Venta Publico aplicando el porcentaje de margen correspondiente.
6. El presupuesto de Costo Financiero debe calcularse con base al margen que se obtiene en el presupuesto Financiero. Posteriormente tomar el presupuesto de ingresos Financiero Mensual y calcular los valores del presupuesto Costo Financiero aplicando el porcentaje de margen correspondiente.
7. El presupuesto de Margen de Venta al Público debe calcularse con base al margen que se obtiene en el presupuesto Financiero. Posteriormente compararlo con el valor del margen de Venta al público.
8. El presupuesto de Margen de Venta al Público debe calcularse con base al margen que se obtiene en el presupuesto Financiero. Posteriormente compararlo con el valor del

margen de Venta.

9. Se deben tener en cuenta el número de visitas y dinero Retail. Se debe realizar agrupación por línea de negocio.
10. Se deben Tener en cuenta el número de visitas y Dinero Retail. Se debe realizar agrupación por línea de negocio. Las líneas de negocio que se deben usar son Retail y Dispensación con la totalidad de sus canales.
11. Se debe tener presente que hay un campo para ppto PAD y un campo para ppto Dinámicas.
12. Se debe tener presente que hay un campo para Valor ppto PAD y un campo para Valor ppto Dinámicas
13. Se debe tomar la unidad media o máxima para los productos. La prioridad de unidad de medidas es la media, si no existe se toma la máxima.
14. Para el caso de las ventas de contado se tiene en cuenta el número de ticket como transacción y en el caso de las líneas de negocio y canales adicionales se tomó el número del pedido para realizar el cálculo correspondiente.
15. Para el caso de las ventas de contado se tiene en cuenta el número de ticket como transacción y en el caso de las líneas de negocio y canales adicionales se tomó el número del pedido para realizar el cálculo correspondiente. Para el caso de Cencosud se mantendrán siempre los valores reportados por los archivos planos.
16. No se aplica Ninguna regla.

3.3. Dimensiones y filtros Clave

Las Dimensiones Clave se usan en tablas con el objetivo de obtener los resultados correctos de análisis. En la siguiente tabla hay una lista de las Dimensiones Clave incluidas en la aplicación de QlikView

No.	Campo	Descripción
1.	Id Canal	Corresponde al código del Canal. Este campo se definió sobre un excel y se generó la codificación respectiva.
2.	Código Actividad	Corresponde al código de la actividad sobre la cual se movió la transacción de venta

3.	Nombre Actividad	Corresponde a la descripción del código de la actividad sobre la cual se movió la transacción de venta
4.	Centro de costo	corresponde al centro de costo al cual pertenece el punto y/o sucursal
5.	Nit	Corresponde al Nit del Cliente
6.	SubCategoría	corresponde a la subcategoría del producto.
7.	Categoría	corresponde a la categoría del producto.
8.	Mundo	
9.	Sucursal	Corresponde a la sucursal o punto sobre el cual se generó la venta correspondiente
10.	Vendedor	Corresponde al vendedor de la sucursal.
11.	Cliente Retail	Campo que hace una agrupacion y marcacion puntual del Cliente Retail.
12.	Descuento Aplicado	Campo que corresponde a la agrupacion de las campañas con base a la informacion que viene de Geopós.
13.	Director	EL campo se incluirá en el insumo Geografía, para este campo no se contemplará historia de directores. El dato se actualiza y/o modifica sobre el mismo insumo.

14.	SubDirector	EL campo se incluirá en el insumo Geografía, para este campo no se contemplará historia de Subdirectores. El dato se actualiza y/o modifica sobre el mismo insumo.
15.	Cluster	La información del Cluster será entregada con base a unos cálculos realizados por control de gestión, este insumo tendrá el cruce por sucursal y se tendrá en una columna del insumo Geografía.
16.	Año	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
17.	Mes	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
18.	Semana	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
19.	Semana Santa	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
20.	Semana Retail	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido

21.	Trimestre	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
22.	Semestre	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
23.	Día	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
24.	Días Festivos	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
25.	Fin de semana	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
26.	Fin de semana Festivo	Corresponde a un periodo de tiempo definido sobre la aplicación que permita realizar los filtros correspondientes en el tiempo requerido
27.	Meses Móviles	Corresponde a los 13 meses Móviles a tener en cuenta en el desarrollo.

3.3.1. Reglas de Negocio Dimensiones

1. Para los canales Droguerías, Domicilios y Convenios Venta Directa se toma el número de ticket y para los otros canales se toma el número del pedido como la transacción (Este campo

se mapea a la tabla de margen desde la tabla de pedidos mediante el campo WID_PEDIDO).

- a. Se debe realizar la respectiva conversión desde el campo UNIDAD_OP al campo que se calcula y con la unidad de medida correspondiente. Esta conversión se logra mediante los campos.
COD_UNIDAD_OP BI: si COD_UDM_TRANSACCION='SINF' o si COD_UDM_TRANSACCION='MIN' entonces se deja el valor del campo COD_UOM_AR. de lo contrario se deja el campo COD_UDM_TRANSACCION. se realizan las conversiones correspondientes de tamaños.
 - b. Se debe realizar la respectiva conversión desde el campo UNIDAD_OP al campo campo que se calcula y con la unidad de medida correspondiente. Esta conversión se logra mediante los campos.
COD_UNIDAD_OP BI: si COD_UDM_TRANSACCION='SINF' o si COD_UDM_TRANSACCION='MIN' entonces se deja el valor del campo COD_UOM_AR. de lo contrario se deja el campo COD_UDM_TRANSACCION. se realizan las conversiones correspondientes de tamaños.
 - c. Se debe realizar la respectiva conversión desde el campo UNIDAD_OP al campo campo que se calcula y con la unidad de medida correspondiente. Esta conversión se logra mediante los campos.
COD_UNIDAD_OP BI: si COD_UDM_TRANSACCION='SINF' o si COD_UDM_TRANSACCION='MIN' entonces se deja el valor del campo COD_UOM_AR. de lo contrario se deja el campo COD_UDM_TRANSACCION. se realizan las conversiones correspondientes de tamaños.
 - d. **BI:** Se maneja el TIPO DOCUMENTO 811 como venta y 841 como devolución y se aplica esta regla sobre margen. Se toma la premisa con base a la marcación que trae Geopós en el campo TIPO DOCUMENTO.
Cantidad: Si la CANTIDAD_TRANSACCION es o o si el campo CANTIDAD_TRANSACCION viene vacío se deja el campo CANTIDAD_DOCUMENTO_AR, de lo contrario se deja el campo CANTIDAD_TRANSACCION y se multiplica por -1.
Cencosud: para este canal se toman los valores totalizados que vienen en cada uno de los insumos y se cruzan con el archivo de equivalencias para homologar los códigos de sucursal de cencosud por los códigos de sucursal de Cruz Verde, logrando obtener los valores totales diarios por punto.
2. **BI:** Se maneja el TIPO DOCUMENTO 811 como venta y 841 como devolución y se aplica esta regla sobre margen. Se toma la premisa con base a la marcación que trae Geopós en el campo TIPO DOCUMENTO.
Cantidad: Si la CANTIDAD_TRANSACCION es o o si el campo CANTIDAD_TRANSACCION viene vacío se deja el campo CANTIDAD_DOCUMENTO_AR, de lo contrario se deja el campo

CANTIDAD_TRANSACCION y se multiplica por -1.

3. **A) Geopós:** * Se toma información resultante de proyecto de margen y se aplican las siguientes reglas:

A1) Se trae información de los costos con base a la llave del numero de Documento (Segundo segmento despues del -, en caso tal que no tenga un segmento se agrega el guion antes del numero de documento) junto con el codigo de artículo. se trae informacion desde los campos xxx de margen.

A2) Se trae información de costos promedio que se encuentren en el día con base a las llaves:

A2.1) [Cod. Artículo]_nit_[Cod. Actividad]_'COD_ORG_INV'_FECHA_CONTABLE.

A2.2) [Cod. Artículo]_[Cod. Actividad]_COD_ORG_INV_FECHA_CONTABLE

A2.3) [Cod. Artículo]_FECHA_CONTABLE

A3) Se trae información de costos promedio que se encuentren en el Mes Actual con base a las llaves:

A3.1) [Cod. Artículo]_nit_[Cod. Actividad]_ COD_ORG_INV_ Inicio de mes Fecha Contable

A3.2) [Cod. Artículo]_[Cod. Actividad]_ COD_ORG_INV_ Inicio de mes Fecha Contable

A3.3) [Cod. Artículo]_ Inicio de mes Fecha Contable

A4) Se trae información de costos promedio que se encuentren en el Mes Anterior con base a las llaves (Se crea tabla de mapeo tomando la informaicon del mes y moviendola al mes siguiente):

A4.1) [Cod. Artículo]_nit_[Cod. Actividad]_ COD_ORG_INV_ Inicio de mes Fecha Contable

A4.2) [Cod. Artículo]_[Cod. Actividad]_ COD_ORG_INV_ Inicio de mes Fecha Contable

A4.3) [Cod. Artículo]_ Inicio de mes Fecha Contable

A5) Si el costo no es encontrado en todos los cruces anteriores se asigna el costo tarifa de compra de la línea.

B). Cruce BI, Cencosud, Ajustes Contables y el resultado de los puntos anteriores:

B1) Si la inforamcion proviene del insumo Ajustes Contables mantener el valor alli relacionado.

B2) Si la inforamcion coprresponde al canal Cencosud se debe tomar el valor del campo [Valor Transacciones] y multiplicarlo poor 0.8739 (87,39%),

B3) Si el numero del pedido es -1 y la cantidad del producto es o se debe mantener el valor del campo [Costo Unitario Promedio UOM Minima] registrado sobre la BD.

B4) Si el numero de pedido es -1 se debe tomar la inforamcion del campo CANTIDAD_UDM_MINIMA y multiplicarla por el valor del campo [Costo Unitario Promedio UOM Minima].

B5) Si el tipo de Comprobante es 841 y el valor del campo CANTIDAD_UNIDAD_OP es o se toma el valor absoluto del campo [Costo Unitario Promedio UOM Minima] y se multiplica por -1.

B6) Si el contenido del campo CANTIDAD_UNIDAD_OP es cero o esta vacío se debe tomar el valor absoluto del campo [Costo Unitario Promedio UOM Minima].

- B7)** Si el campo SRC_LINE_CATEGORY_CODE es SINF se debe multiplicar el valor del campo CANTIDAD_UDM_MINIMA por el valor del campo [Costo Unitario Promedio UOM Minima] (Si [Costo Unitario Promedio UOM Minima] esta vacío se coloca en ceros).
- B8)** Si el tipo de comprobante es 841 se saca el valor absoluto del campo CANTIDAD_UDM_MINIMA y se multiplica por el campo * [Costo Unitario Promedio UOM Minima], este resultado se multiuplica por -1
- B9)** Si ninguna de las premisas anteriores se cumple se toma el valor absoluto del campo CANTIDAD_UDM_MINIMA y se multiplica con el [Costo Unitario Promedio UOM Minima]
4. Valor absoluto de diferencia entre venta Público - Costo Venta Público
 5. Valor absoluto de diferencia entre venta - costo
 6. Contribucion / Venta
 7. Reemplaza el que se genera anual para la compañía y contiene los ajustes que se hayan realizado para le mes correspondiente (Corresponde a las cuentas 4153 del PUC en el presupuesto Financiero). El presupuesto inicial del mes no viene distribuido por dias asi que se distribuye linealmente, cuando se carga el nuevo indumo del mes con Iso ajustes que se tengan este ya viene distribuido para cada dia. esta informacion ya contiene el prorateo y distribucion diaria generada por el área control de gestión
 8. Reemplaza el que se genera anual para la compañía y contiene los ajustes que se hayan realizado para le mes correspondiente (Corresponde a las cuentas 4153 del PUC en el presupuesto Financiero). El presupuesto inicial del mes no viene distribuido por dias asi que se distribuye linealmente, cuando se carga el nuevo indumo del mes con Iso ajustes que se tengan este ya viene distribuido para cada dia. esta informacion ya contiene el prorateo y distribucion diaria generada por el área control de gestión.
 9. Se toma como base le presupuesto financiero generado para el año y de allí se calcula el valor del margen (Corresponde a las cuentas 4153 del PUC en el presupuesto Financiero para ingresos y las 6153 para los costos). Posteriormente se lleva dicho porcentaje al presupuesto de venta al público y se realiza el calculo correspondiente para el valor del costo Promedio de Venta al Público.
 10. Se toma como base le presupuesto financiero generado para el año y de allí se calcula el valor del margen (Corresponde a las cuentas 4153 del PUC en el presupuesto Financiero para ingresos y las 6153 para los costos). Posteriormente se lleva dicho porcentaje al presupuesto de venta y se realiza el calculo correspondiente para el valor del costo Promedio de Venta.
 11. Se toma como base le presupuesto financiero generado para el año y de allí se calcula el valor del margen (Valor %). Posteriormente se lleva dicho porcentaje al presupuesto de venta Público y se realiza el calculo correspondiente para el valor de la Contribución al Público de Venta.
 12. Se toma como base le presupuesto financiero generado para el año y de allí se calcula el valor del margen (Valor %). Posteriormente se lleva dicho porcentaje al presupuesto de venta y se realiza el calculo correspondiente para el valor de la Contribución de Venta.
 13. Se toma como base le presupuesto financiero generado para el año y de allí se calcula el valor del margen (Valor %).
 14. Ninguna en especial.

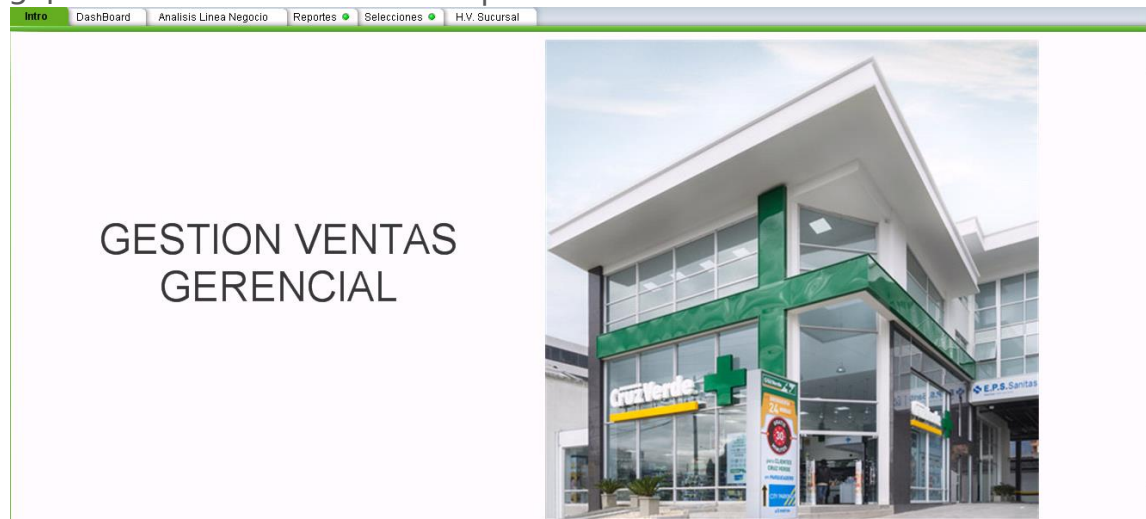
15. Ninguna en especial.
 16. Se realizan las marcaciones correspondientes ala informaicon por producto quese mueve durante el mes. Se realiza la marcacion teniendo en cuenta las vigencias de la campaña por cada uno de los productos y su respectiva unidad de medida.
 17. Se realizan los cálculos y conteos de las Cantidades de Productos pertenecientes al PAD despues de haber realizado la conversión a unidad mínima.
- Se realizan los cálculos y conteos de las Cantidades de Productos pertenecientes al PAD despues de haber realizado la conversión a unidad media.

Nota: Para los productos que no cuentan con unidad media se debe realizar la conversion a unidad máxima. Se realizan los cálculos y conteos de las Cantidades de Productos pertenecientes al PAD despues de haber realizado la conversión a unidad máxima.

3.4. Visualización

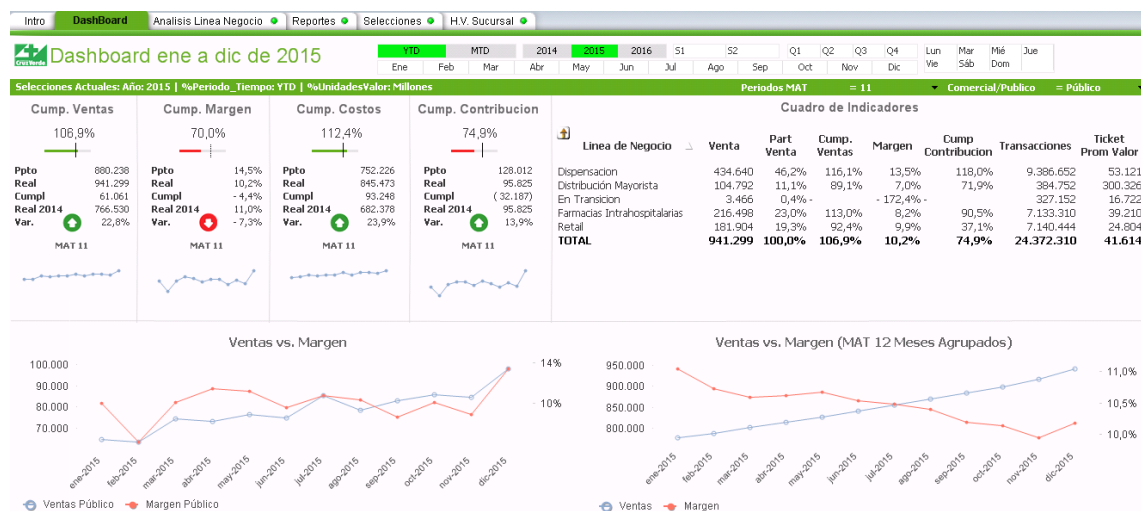
A continuación se describe cada una de las funcionalidades y posibilidades de visualización construidos sobre el modelo de Ventas Gerencial.

3.4.1. Pestaña Principal:



3.4.2. Pestaña DashBoard:

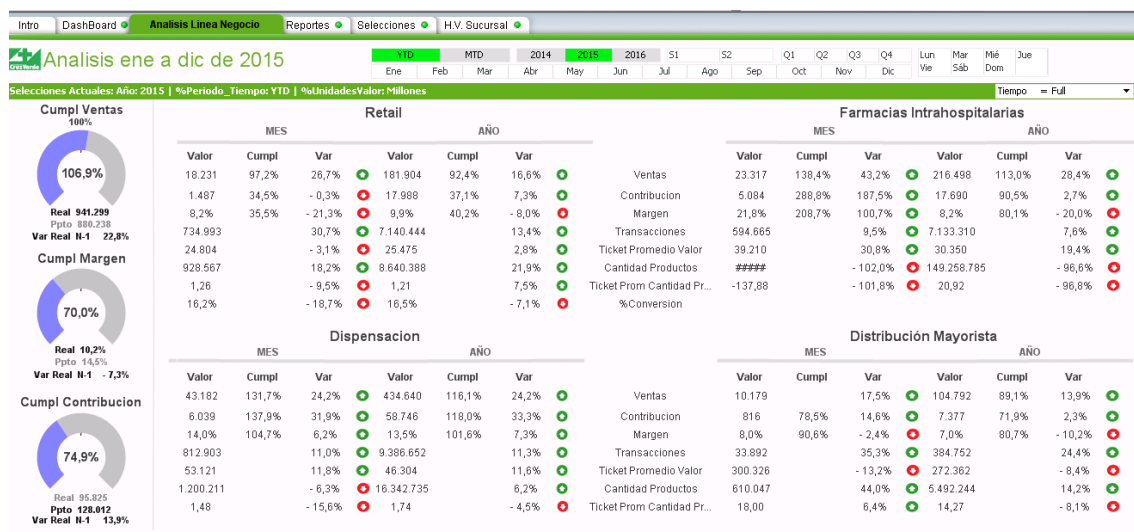
La pestaña Dashboard permite al usuario entender el estado del negocio y cada uno de sus indicadores. A continuación se describe cada uno de la información presentada:



- Cump. Ventas: Muestra el cumplimiento de Ventas vs. El presupuesto definido para el periodo de tiempo respectivo.
- Cump. Margen: Muestra el cumplimiento del Margen de Ventas vs. El presupuesto definido para el periodo de tiempo respectivo.
- Cump. Costos: Muestra el cumplimiento del Margen de Costo Promedio de Ventas vs. El presupuesto definido para el periodo de tiempo respectivo.
- Cump. Contribución: Muestra el cumplimiento de la contribución vs. El presupuesto definido para el periodo de tiempo respectivo.
- Cuadro de Indicadores: se puede consultar la información del cumplimiento, variación de cada indicador por línea de negocio, con la posibilidad de hacer un drill down a nivel de Canal.
- Ventas vs. Margen: Muestra una tendencia del comportamiento de las ventas vs. Margen mes a mes teniendo en cuenta el valor asignado en la parte superior derecha donde dice Periodos MAT.
- Ventas vs. Margen (MAT 12 meses agrupados): Muestra una tendencia del comportamiento de las ventas vs. Margen mes a mes teniendo en cuenta que el valor presentado para cada mes corresponde a la agrupación de los últimos n periodos de tiempo, la cantidad de periodos de tiempo corresponden al valor asignado en la parte superior derecha donde dice Periodos MAT.

3.4.3. Pestaña Análisis Línea de Negocio:

La pestaña Análisis línea de negocio permite al usuario entender la razón de los resultados obtenidos en los indicadores del DashBoard. Esta pestaña contiene 2 grandes visualizaciones. La primera ubicada en una línea vertical en la zona izquierda nos permite conocer el resultado y la variación de las ventas, margen y contribución. En la parte de la derecha apreciamos un análisis para cada una de las líneas de negocio y el resultado de cada uno de los indicadores.



22

Intro

DashBoard

Analisis Linea Negocio

Reportes

Selecciones

H.V. Sucursal

Reportes ene a dic de 2015

2014

2015

2016

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

Pesos

Miles

Millones

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Selecciones Actuales: Año: 2015 | %Periodo_Tiempo: YTD | %UnidadesValor: Millones

☐ Ventas

☐ TOP Ventas

☐ Margen

☒ Costo

☐ Contribucion

☐ Conversion

☐ Dinamicas

☐ Tasa de Exito

☐ Ticket Prom.

☐ Personalizado

Comercial/Público = Público

CUMPLIMIENTO COSTO

2_farma_vendible

2_farma_farmacia_interna_crs

17_farma_farmacia_interna_vil...

20_farma_clinica_country

26_farma_farmacia_interna_csb

27_farma_clinica_versalles

Total

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

60,8%

77,2%

87,5%

74,3%

89,4%

72,7%

76,9%

69,8%

78,0%

85,6%

71,4%

77,6%

76,7%

60,8%

16,8%

63,7%

13,0%

29,1%

31,9%

37,0%

36,8%

34,8%

39,5%

35,9%

43,0%

40,1%

37,9%

40,4%

37,3%

37,0%

30,2%

7,0%

38,2%

-1,3%

67,3%

74,5%

75,6%

93,0%

81,5%

72,2%

101,8%

66,2%

56,8%

51,7%

98,1%

73,0%

75,6%

97,7%

-24,7%

83,3%

-7,7%

98,7%

118,8%

131,9%

100,5%

116,3%

147,4%

94,3%

104,9%

134,7%

115,6%

108,5%

138,4%

116,9%

125,6%

12,8%

101,6%

15,3%

74,2%

62,9%

59,0%

53,8%

48,1%

74,6%

85,1%

64,0%

74,7%

71,9%

64,7%

55,7%

64,9%

56,9%

-1,2%

47,5%

17,4%

84,8%

82,3%

92,1%

80,3%

98,4%

83,2%

61,8%

69,4%

78,2%

83,3%

84,1%

83,1%

81,2%

93,5%

-10,3%

89,3%

-8,1%

100,9%

104,7%

110,4%

105,7%

110,5%

110,7%

117,3%

110,6%

117,7%

116,8%

116,2%

123,5%

112,4%

98,7%

24,0%

97,4%

15,0%

COSTO REAL

2_farma_vendible

16_farma_farmacia_interna_crs

17_farma_farmacia_interna_vil...

18_farma_almacen_cruja_vil...

19_farma_almacen_general_vil...

20_farma_clinica_country

Total

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

4.547

5.071

6.717

6.262

6.895

6.188

6.967

5.924

6.660

7.286

6.401

7.642

77.361

6.332

20,7%

66.212

16,8%

511

588

682

650

639

642

708

705

746

861

800

731

8.263

635

15,2%

9.091

-9,1%

453

385

404

533

429

402

615

391

360

305

510

316

5.102

353

-10,5%

4.667

9,3%

110

100

146

156

123

179

129

132

123

111

121

104

1.534

105

-0,5%

1.251

22,6%

56

35

46

48

62

60

93

98

74

65

83

71

789

47

51,1%

763

3,4%

1.982

2.583

2.855

2.554

2.533

3.147

2.178

2.472

2.926

2.484

2.728

2.755

31.197

2.460

12,0%

26.667

17,0%

58.245

59.470

66.880

64.717

67.916

67.463

75.998

70.221

75.729

76.951

77.124

84.761

845.473

65.562

29,3%

682.378

23,9%

COSTO PPTO

2_farma_vendible

16_farma_farmacia_interna_crs

17_farma_farmacia_interna_vil...

20_farma_clinica_country

26_farma_farmacia_interna_csb

Total

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

7.478

7.607

7.674

8.427

7.710

8.516

9.055

8.483

8.539

8.514

8.961

9.844

100.807

10.408

-5,4%

103.940

-3,0%

1.757

1.845

1.842

1.764

1.835

1.626

1.973

1.640

1.859

2.272

1.963

1.962

22.359

2.101

-6,6%

23.782

-6,0%

673

517

534

573

526

556

604

590

634

591

520

433

6.751

361

19,9%

5.604

20,5%

2.007

2.174

2.165

2.541

2.179

2.136

2.311

2.357

2.172

2.148

2.515

1.991

26.695

1.958

1,7%

26.259

1,7%

426

486

582

522

610

439

430

539

507

518

507

492

6.058

512

-3,9%

6.393

-5,2%

57.707

56.777

60.558

61.234

61.482

60.957

64.786

63.504

64.329

65.887

66.366

68.639

752.226

66.428

3,3%

700.748

7,3%

Intro

DashBoard

Analisis Linea Negocio

Reportes

Selecciones

H.V. Sucursal

Reportes ene a dic de 2015

2014

2015

2016

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

Pesos

Miles

Millones

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Selecciones Actuales: Año: 2015 | %Periodo_Tiempo: YTD | %UnidadesValor: Millones

☐ Ventas

☐ TOP Ventas

☐ Margen

☒ Costo

☒ Contribucion

☐ Conversion

☐ Dinamicas

☐ Tasa de Exito

☐ Ticket Prom.

☐ Personalizado

Comercial/Público = Público

CUMPLIMIENTO CONTRIBUCION

Cencosud

Central de Preparaciones

Convenios Externos vta. Crédito

Total

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

160,9%

149,1%

148,3%

152,3%

160,1%

157,5%

162,3%

168,6%

172,1%

172,6%

97,2%

0,0%

140,9%

74,7%

-74,7%

83,2%

57,6%

114,6%

113,2%

78,6%

48,4%

92,1%

69,1%

82,2%

94,3%

71,4%

102,2%

64,1%

53,5%

74,8%

81,7%

-28,2%

70,1%

4,7%

80,2%

79,3%

75,6%

80,6%

65,9%

92,1%

89,3%

40,7%

97,3%

75,0%

81,2%

86,3%

78,9%

32,6%

53,7%

32,4%

46,4%

65,5%

71,3%

72,5%

80,2%

79,8%

70,0%

82,4%

75,5%

65,6%

77,6%

67,2%

113,7%

74,9%

98,6%

15,1%

90,1%

-15,2%

CONTRIBUCION REAL

Cencosud

Central de Preparaciones

Convenios Externos vta. Crédito

Convenios Externos vta. Directa

Convenios Relacionados vta. C...

Total

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

314

276

319

302

331

330

342

350

349

356

207

0

3.476

167

-100,0%

2.117

64,2%

26

31

27

17

34

31

39

44

41

25

30

26

371

49

-46,4%

462

-19,6%

52

60

59

68

51

60

68

27

74

57

61

64

700

74

-13,6%

650

7,6%

175

218

256

243

243

248

256

278

310

315

321

361

3.222

386

-26,2%

2.708

19,0%

183

191

224

199

104

217

147

220

1

225

216

2.142

179

20,6%

2.233

-4,1%

6.462

3.980

7.547

8.388

8.575

7.160

9.175

8.079

7.217

8.618

7.564

13.062

95.825

8.551

52,8%

84.152

13,9%

CONTRIBUCION PPTO

Cencosud

Central de Preparaciones

Convenios Externos vta. Crédito

Convenios Externos vta. Directa

Convenios Relacionados vta. C...

Total

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

195

185

215

198

207

210

211

208

203

206

213

217

2.468

224

-2,9%

2.543

-3,0%

23

27

34

36

37

45

48

46

55

49

47

49

496

60

-18,1%

659

-24,7%

65

75

79

84

77

65

76

67

76

75

75

74

888

227

-67,4%

2.005

-55,7%

83

77

87

112

89

117

102

117

104

99

102

104

1.194

142

-26,2%

1.307

-8,6%

2.211

2.049

2.297

2.314

2.512

2.109

2.456

2.181

2.247

2.169

2.289

2.197

27.291

232

884,3%

2.628

938,3%

9.866

9.614

10.411

10.462

10.744

10.223

11.136

10.099

10.993

11.499

11.252

11.486

128.012

8.675

32,4%

93.424

37,0%

Intro

DashBoard

Analisis Linea Negocio

Reportes

Selecciones

H.V. Sucursal

Reportes ene a dic de 2015

2014

2015

2016

EneFebMarAbrMayJunJulAgoSepOctNovDic

12345678910111213141516171819202122232425262728293031

Selecciones Actuales: Año: 2015 | %Periodo_Tiempo: YTD | %UnidadesValor: Millones

Ventas

TOP Ventas

Margen

Costo

Contribucion

Conversion

Dinamicas

Tasa de Exito

Ticket Prom.

Personalizado

Comercial/ Público

Publico

CUPLIMIENTO CONTRIBUCION

Canal

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

Cencosud160,9%149,1%148,3%152,3%160,1%157,5%162,3%166,6%172,1%172,6%97,2%0,0%140,9%74,7%74,7%83,2%57,6%

Central de Preparaciones114,6%113,2%78,6%48,4%92,1%69,1%82,2%94,3%74,4%50,2%64,1%53,5%74,8%81,7%28,2%70,1%4,7%

Convenios Externos vta. Crédito80,2%79,3%75,6%80,6%65,9%92,1%89,3%40,7%97,3%75,0%81,2%86,3%78,9%32,6%53,7%32,4%46,4%

Total65,5%41,3%72,5%80,2%79,8%70,0%82,4%75,5%65,6%77,6%67,2%113,7%74,9%98,6%15,1%90,1%-15,2%

CONTRIBUCION REAL

Canal

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

Cencosud31427631930233133034235034935620703476167100,0%2.11764,2%

Central de Preparaciones26312737102734313944412560363714946462159,6%

Convenios Externos vta. Crédito52605968588169596227745761647007413,8%6507,6%

Convenios Externos vta. Directa76911088581795962727364791019506946,7%62252,6%

Convenios Relacionados vta. C...18319122419910421721714722012252162.14217920,8%2.23341,5%

Total6.4623.9807.5478.3889.5757.1609.1758.0797.2178.6187.56413.06295.8258.55152,8%84.15213,9%

CONTRIBUCION PPTO

Canal

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

Cencosud1951852151982072102112082032062132172.468224-2,9%2.543-3,0%

Central de Preparaciones2327343637454846554947494660-18,1%659-24,7%

Convenios Externos vta. Crédito6575798477657667757574888227-6,7%2.005-55,7%

Convenios Externos vta. Directa83778711289117102117104991021041.194142-26,2%1.307-8,6%

Convenios Relacionados vta. C...2.2112.1092.3972.3142.5122.1092.4562.1812.3472.1692.2892.19727.29122389,3%2.62693,6%

Convidis17521825624324324825627831321322228626,2%2.70819,0%

Total9.8669.64410.41110.46210.74410.22311.13610.69910.99311.09911.25211.485128.0128.67532,4%93.42437,0%

Intro

DashBoard

Analisis Linea Negocio

Reportes

Selecciones

H.V. Sucursal

Reportes ene a dic de 2015

2014

2015

2016

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Pesos

Miles

Millones

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Selecciones Actuales: Año: 2015 | %Periodo_Tiempo: YTD | %UnidadesValor: Millones

Ventas

TOP Ventas

Margen

Costo

Contribucion

Conversion

Dinamicas

Tasa de Exito

Ticket Prom.

Personalizado

Tipo Conversión = Mes

CONVERSION

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

471_cruz_verde...

-

35,3%

42,2%

38,2%

39,0%

27,6%

44,7%

40,3%

35,8%

29,5%

32,6%

49,6%

37,8%

-

-

-

-

-

370_cruz_verde...

-

12,1%

13,8%

12,3%

13,1%

14,9%

12,5%

8,4%

11,2%

12,7%

17,2%

20,7%

16,5%

13,8%

16,5%

0,0%

19,7%

-5,9%

369_cruz_verde...

-

6,4%

6,4%

7,2%

8,9%

8,0%

7,4%

7,3%

6,2%

5,7%

5,7%

6,0%

8,0%

7,0%

8,8%

-0,7%

7,5%

-0,5%

312_cruz_verde...

-

32,3%

30,9%

31,6%

21,5%

26,4%

21,0%

24,1%

24,0%

35,8%

26,9%

25,6%

22,1%

26,7%

47,6%

-25,5%

36,9%

-10,2%

Total

17,4%

16,2%

16,0%

17,6%

17,7%

15,3%

16,1%

17,2%

16,7%

16,2%

15,5%

16,2%

16,5%

19,9%

-3,7%

17,8%

-1,3%

VISITAS RETAIL

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

471_cruz_verde...

-

0

113

219

163

195

150

264

248

215

204

200

309

2.280

309

-

2.280

-

370_cruz_verde...

-

323

357

378

332

438

318

234

299

389

491

592

474

4.625

474

13,4%

4.625

-18,3%

369_cruz_verde...

-

1.928

1.877

2.571

3.064

2.847

2.359

2.524

1.988

1.934

1.806

1.403

1.955

26.256

1.955

-30,1%

26.256

6,9%

312_cruz_verde...

-

392

373

443

309

375

279

378

359

502

402

372

318

4.502

318

-44,7%

4.502

-6,6%

311_cruz_verde...

-

0

0

67

236

292

76

116

147

229

198

206

159

1.728

159

-

1.728

-

308_cruz_verde...

-

677

781

1.473

1.079

1.216

1.372

1.349

1.413

1.462

1.411

1.277

1.389

14.899

1.389

81,3%

14.899

84,8%

Total

65.274

59.777

66.631

69.476

74.318

60.397

71.887

72.928

77.819

76.570

67.689

74.212

836.978

74.212

-0,9%

836.978

8,4%

VISITAS DISPENSACION

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

Fy1_fosga

-

1.034

878

1.401

889

1.171

1.268

1.193

1.306

1.064

1.053

1.187

1.031

13.475

1.047

-1,5%

6.028

123,5%

Fy1_fosga

-

0

0

0

0

46

46

0

0

0

0

0

92

0

-

5

1.740,0%

482_central Pe...

-

0

0

0

0

0

0

0

0

1.155

2.077

2.657

5.889

0

-

-

0

479_farmacia_d...

-

0

0

0

0

0

0

0

0

6

4

1

5

16

0

-

0

471_cruz_verde...

-

0

320

512

427

500

543

591

615

601

691

614

623

6.037

0

-

0

370_cruz_verde...

-

2.667

2.584

3.062

2.535

2.942

2.540

2.779

2.670

3.073

2.847

2.865

2.868

33.432

2.536

13,1%

28.716

16,4%

Total

375.924

368.133

416.729

394.115

420.048

395.684

446.130

424.802

465.903

473.823

436.316

459.165

5.076.772

376.756

21,9%

4.348.982

16,7%

Intro

DashBoard

Analisis Linea Negocio

Reportes

Selecciones

H.V. Sucursal

Reportes ene a dic de 2015

2014

2015

2016

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Pesos

Miles

Millones

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

Selecciones Actuales: Año: 2015 | %Periodo_Tiempo: YTD | %UnidadesValor: Millones

Ventas

TOP Ventas

Margen

Costo

Contribucion

Conversion

Dinamicas

Tasa de Exito

Ticket Prom.

Personalizado

Cantidad/Valor = Valor

Dinamica/RAD = Dinamica/Pad

CUMPLIMIENTO DINAMICAS

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

97_cruz_verde...

-

-

-

-

-

-

-

134,2%

167,5%

153,5%

189,7%

190,4%

401,1%

-

-

-

-

-

98_cruz_verde...

-

-

-

-

-

-

-

280,0%

316,6%

330,1%

390,4%

475,8%

771,9%

-

-

-

-

-

101_cruz_verde...

-

-

-

-

-

-

-

1.450,2%

194,4%

207,7%

334,1%

129,8%

626,5%

-

-

-

-

-

109_cruz_verde...

-

-

-

-

-

-

-

194,0%

79,5%

112,2%

122,1%

123,0%

266,3%

-

-

-

-

-

110_cruz_verde...

-

-

-

-

-

-

-

69,4%

150,5%

120,8%

281,4%

185,4%

265,8%

-

-

-

-

-

113_cruz_verde...

-

-

-

-

-

-

-

111,0%

149,2%

132,2%

248,9%

196,5%

341,9%

-

-

-

-

-

Total

-

-

-

-

-

-

153,0%

124,2%

129,3%

210,8%

182,9%

351,9%

-

-

-

-

-

DINAMICAS REAL

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

97_cruz_verde...

-

20

19

28

29

40

37

25

28

30

29

24

25

335

0

-

0

-

98_cruz_verde...

-

14

11

19

19

35

29

22

23

23

28

21

28

271

0

-

0

-

101_cruz_verde...

-

17

15

28

40

56

53

24

45

29

34

37

25

401

0

-

0

-

109_cruz_verde...

-

0

3

5

8

7

8

6

6

5

8

5

67

0

-

0

-

110_cruz_verde...

-

4

5

6

8

11

13

11

11

12

11

16

12

119

0

-

0

-

113_cruz_verde...

-

9

10

10

9

12

14

14

12

13

14

15

11

143

0

-

0

-

Total

853

774

1.145

1.156

1.577

1.589

1.219

1.307

1.172

1.291

1.399

1.415

14.898

0

-

0

-

DINAMICAS PPTD

Ene

Feb

Mar

Abr

May

Jun

Jul

Ago

Sep

Oct

Nov

Dic

Acum

Ant MTD

Var MTD

Ant YTD

Var YTD

97_cruz_verde...

-

0

0

0

0

0

0

21

18

19

13

13

83

0

-

0

-

98_cruz_verde...

-

0

0

0

0

0

0

8

7

8

5

6

35

0

-

0

-

101_cruz_verde...

-

0

0

0

0

0

0

3

15

16

11

19

64

0

-

0

-

109_cruz_verde...

-

0

0

0

0

0

0

3

6

7

4

4

25

0

-

0

-

110_cruz_verde...

-

0

0

0

0

0

0

16

8

9

6

6

45

0

-

0

-

113_cruz_verde...

-

0

0

0

0

0

0

11

9

11

6

6

42

0

-

0

-

Total

0

0

0

0

0

0

854

943

999

664

773

4.234

0

-

0

-

[Intro](#)
[Dashboard](#)
[Análisis Línea Negocio](#)
[Reportes](#)
[Selecciones](#)
[H.V. Sucursal](#)

Reportes ene a dic de 2015

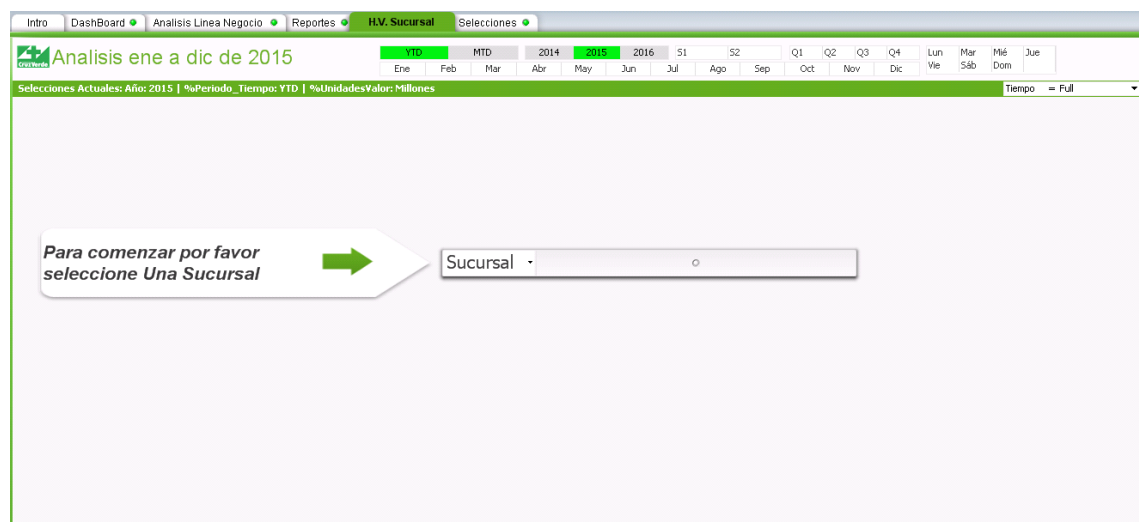
	2014	2015	2016	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic																			
	Pesos	Miles	Millones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

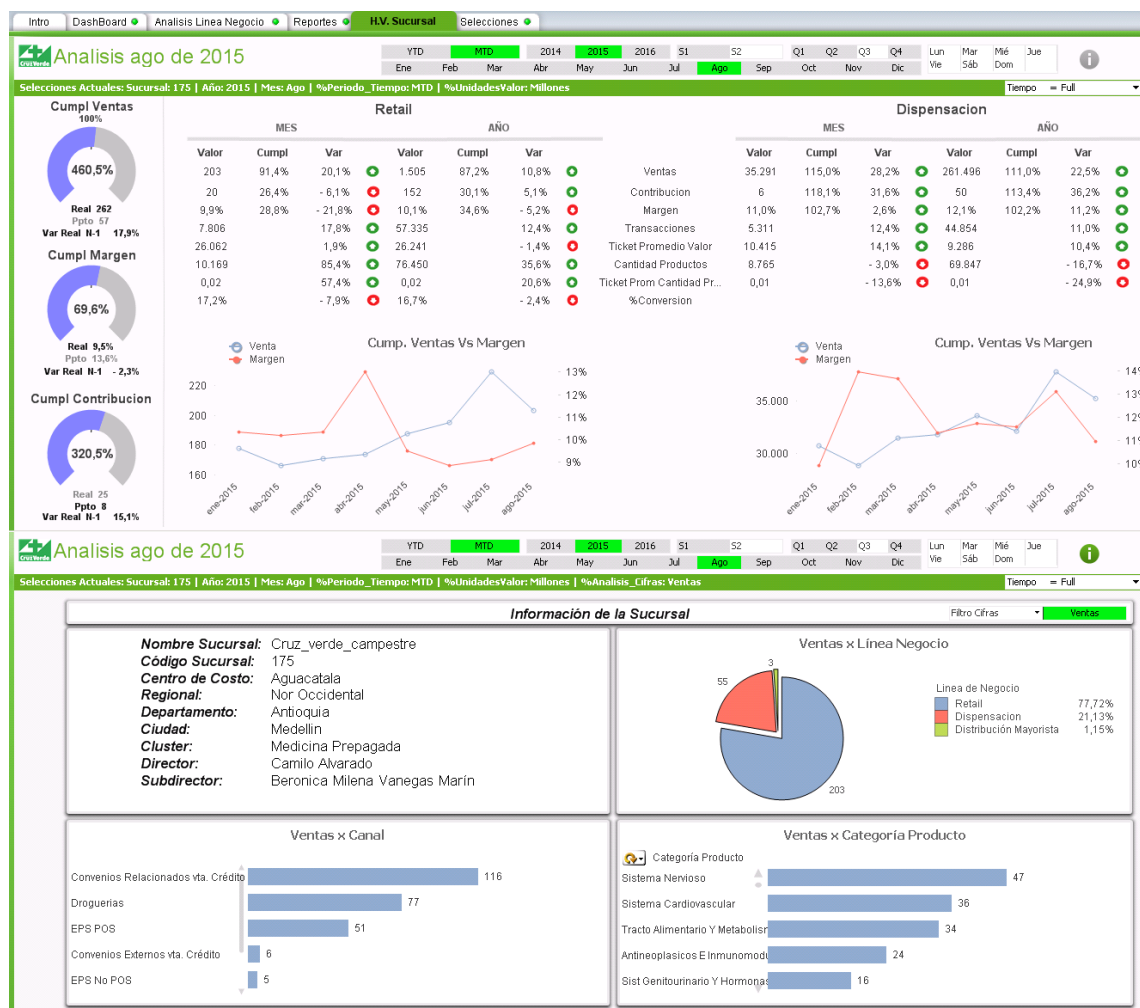
glikview.com

3.4.5. Pestaña H.V. Sucursal

La pestaña H.V. Sucursal permite al usuario final entender en comportamiento que ha tenido a lo largo del tiempo una sucursal teniendo en cuenta las líneas de negocio, canales, vendedores

Para utilizar esta pestaña lo primero que debemos hacer es seleccionar una sucursal, con lo cual el sistema nos desplegará información de las líneas de negocio retail y dispensación de la sucursal seleccionada. Al dar clic en el ícono de información ubicado en la parte superior derecha el sistema nos mostrará un basket analysis donde veremos la información básica de la sucursal, su distribución de ventas por línea de negocio, Canal y categorías de producto. En esta parte podremos realizar un filtro por ventas, contribución, margen y costos.





3.4.6. Pestaña Selecciones

Esta pestaña permite al usuario realizar todos los filtros y selecciones que desee para que la información de cada una de las pestañas cambie con relación a los filtros realizados. Esta pestaña contiene 5 grandes agrupaciones de filtros entre los que encontramos los generales dela compañía, Sucursal, Productos, Clientes y los filtros de tiempo.



Intro Dashboard Analisis Linea Negocio Reportes **Selecciones** H.V. Sucursal

Selecciones

MAT MTD **YTD** 2014 2015 2016 Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic
Pesos Miles **Miliones** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Selecciones Actuales: Click Para Ocultar

Filtros Seleccion

Por favor seleccione un grupo de filtros para visualizar la información correspondiente.

Grupo Filtros

Compañía ☒ Sucursal ☒ Producto ☒ Cliente ☒ Tiempo ☒

Linea de Negocio

☐ Dispensacion ☐ Distribucion Mayorista ☐ Cencosud ☐ Domiclios

☐ En Transicion ☐ Farmacias Intrahospitalarias ☐ Foraneas ☐ Medicina Prepagada

☐ Retail ☐ Puntos Nuevos Ppto ☐ Otras

☐ Usuario Eps ☐ Tubelias

☐ Venta

Grupo

☐ En Transicion ☐ Externo ☐ Camilo Alvarado ☐ Claudia Fonseca

☐ No POS ☐ POS ☐ Luz Marina Walteros ☐ No Aplica

☐ Relacionado ☐ Venta Contado

Canal

☐ Cencosud ☐ Central de Preparaciones ☐ Beronica Milena Vanegas Marin ☐ Edisson Ballesteros

☐ Convenios Externos vta. Crédito ☐ Convenios Externos vta. Directa ☐ Geneifer Pachon Oyola ☐ Gina Marcela Rodriguez Florez

☐ Convenios Relacionados vta. Crédito ☐ Domiclios ☐ Ileana Maria Iglesias Silva ☐ Ivan Ayala

☐ Droguerias ☐ Droguerias Independientes ☐ Jose Luis Poveda ☐ Nilsen Balez Lozano

☐ En Transicion ☐ EPS No POS ☐ No Aplica ☐ Yessison Romero

☐ EPS POS ☐ Farmacias Intrahospitalarias Externas ☐ Institucional Externo

☐ Farmacias Intrahospitalarias Relacionadas ☐ Osteosintesis

Subdirector

Ajuste Contable

☐ Excluir ☐ Filtrar

Intro Dashboard Analisis Linea Negocio Reportes **Selecciones** H.V. Sucursal

Selecciones

MAT MTD **YTD** 2014 2015 2016 Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic
Pesos Miles **Miles** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Selecciones Actuales: Click Para Ocultar

Filtros Seleccion

Id Sucursal

☐ 1200 ☐ 1190
☐ 1180 ☐ 1170
☐ 1160 ☐ 1150
☐ 1140 ☐ 1130
☐ 1120 ☐ 1110
☐ 1100 ☐ 1090
☐ 1080 ☐ 484

Sucursal

☐ 0 ☐ 1100
☐ 2_farma_vendible ☐ 3_farma_calle_99
☐ 4_farma_calle_127 ☐ 7_farma_cedro_bolivar
☐ 8_farma_florencia ☐ 9_farma_cardio_infantil
☐ 15_farma_carrefour_richacha ☐ 16_farma_farmacia_interna_crs
☐ 17_farma_farmacia_interna_villavicencio ☐ 18_farma_almacen_cirugia_villavicencio
☐ 19_farma_almacen_general_villavicencio ☐ 20_farma_clinica_country

Id Centro Costo

☐ 2758 ☐ 2754
☐ 2753 ☐ 2752
☐ 2751 ☐ 2750
☐ 2714 ☐ 2713
☐ 2712 ☐ 2711
☐ 2710 ☐ 2709
☐ 2708 ☐ 2707

Centro de Costo

☐ Alford ☐ Aguacatala
☐ Antiguo Country ☐ Arauca
☐ Arauco ☐ Avenida 19
☐ Avenida Bolivar ☐ Avianca
☐ Belmira ☐ Bocagrande
☐ Cabecera ☐ Cae
☐ Calle 54 ☐ Calle 57

Departamento

☐ Antioquia ☐ Arauca
☐ Atlantico ☐ Bogota D.C.
☐ Bolivar ☐ Boyaca
☐ Caldas ☐ Caqueta
☐ Casanare ☐ Cauca
☐ Cesar ☐ Choco
☐ Cordoba ☐ Cundinamarca

Ciudad

☐ Armenia ☐ Armenia
☐ Bello ☐ Bello
☐ Bucaramanga ☐ Bucaramanga
☐ Cali ☐ Cartagena
☐ Cartago ☐ Chia
☐ Chiquiquira ☐ Cucuta
☐ Dibulla ☐ Duitama

Grupo Filtros

Compañia ☐ ☐

Sucursal ☐ ☐

Producto ☐ ☐

Cliente ☐ ☐

Tiempo ☐ ☐

Campo Valor
%Periodo_Tiempo YTD
%UnidadesValor YTD
Miles Miles

Selecciones Actuales: Click Para Ocultar

Filtros Seleccion

Mundo Producto

☐ Ajuste Contable ☐ Cencosud
☐ Consumo ☐ Fama

Tipo Dinamica

☐ Dinamica ☐ Pad

Grupo Producto

☐ Ajuste Contable ☐ Alimentos
☐ Belleza ☐ Cencosud
☐ Ciudadado Del Bebe ☐ Ciudadado Personal
☐ Droga Blanca ☐ Especializados
☐ Material De Osteosintesis ☐ Material Medico Quirurgico
☐ Medicamentos ☐ Miscelaneos
☐ Otc ☐ Productos Naturales

Categoría Producto

☐ Accesorios ☐ Accesorios Bebe
☐ Aceites Y Cremas Corporales ☐ Afeitada Y Depilacion
☐ Ajuste Contable ☐ Alimentos
☐ Alimentos Bebe ☐ Analgesicos
☐ Antinfeciosos Para Uso Sistemo ☐ Antineoplasicos E Inmunomoduladores
☐ Antiparasitarios,Insecticidas,Repelentes ☐ Articulaciones
☐ Aseo Bebes ☐ Autocontrol Diabetes
☐ Autoliquidables ☐ Bebidas
☐ Calcos ☐ Cardiovascular
☐ Cencosud ☐ Complementos Alimenticios
☐ Complementos Nutricionales ☐ Complementos Vitaminicos
☐ Confiteria/Chocolateria ☐ Cremas Antipanalitis
☐ Cremas Corporales ☐ Cuidado Capilar
☐ Cuidado Corporal ☐ Cuidado De La Salud

Subcategoría Producto

☐ (Natural) Sistema Cardiovascu Y Circulat ☐ (Natural) Dermatologicos
☐ (Natural) Sistema Gastro Intestinal ☐ (Natural) Sistema Genito Urinario
☐ (Natural) Sistema Locomotor ☐ (Natural) Sistema Nervioso
☐ (Natural) Sistema Respiratorio ☐ Aceites
☐ Acondicionadores ☐ Adaptadores
☐ Adultos ☐ Agente Para Dietas
☐ Agentes Accion En Sist Renina-Angiot ☐ Agentes Anabolicos Para Uso Sistemo
☐ Agentes Anineoplasicos ☐ Agentes Beta-Bloqueantes
☐ Agentes Diagnosticos ☐ Agentes Modificadores De Los Lipidos
☐ Aguas ☐ Aguas
☐ Ajuste Contable ☐ Analgesicos
☐ Anestesia ☐ Anesthetics
☐ Antianemicos ☐ Antibacterianos Para Uso Sistemo
☐ Antibiotico Y Quimioterapicos Dermatol ☐ Anticonceptivos

Intro Dashboard Analisis Linea Negocio Reportes **Selecciones** H.V. Sucursal

Selecciones MAT MTD **YTD** 2014 2015 2016 Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic
Pesos Miles **Milones** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Selecciones Actuales: Click Para Ocultar

Campo Valor
%Periodo_Tiempo YTD
%UnidadesValor Milones

Grupo Filtros

Compañia ☒

Sucursal ☒

Producto ☒

Cliente ☒

Tiempo ☒

Filtros Selección

Cliente Retail

☐ Convenios Externos ☐ No Aplica
☐ OSI-CV ☐ Particular
☐ Sin Asignar

Actividad

☐ 900514524 ☐ 900368507
☐ 900022901 ☐ 900128566
☐ 890903938 ☐ 890903858
☐ 860527467 ☐ 860091062
☐ 860029200 ☐ 860021362

Id Convenio

☐ 212520111 ☐ 212520110
☐ 212520109 ☐ 212520108
☐ 212520107 ☐ 212520106
☐ 212520105 ☐ 212520104
☐ 212520103 ☐ 212520102

Agrupacion Campaña

☐ 2x1 ☐ 1_madragon Plaza
☐ 4_oferta Fieles ☐ 4_oferta Fieles
☐ 5 Oferta De Temporada ☐ 5_oferta_temporada
☐ 6_black.Friday ☐ 6_black.Friday
☐ 7_oferta De Revista ☐ 9_madragon Percos

Descuento Aplicado

☐ Campaña ☐ Descuento OSI_FSN
☐ Descuento Venta. Directa ☐ Dias Saludables
☐ Venta Full

Nit

☐ 9003977631 ☐ 8600079024
☐ 8300012969 ☐ 1106783055
☐ 1098728180 ☐ 1098406780
☐ 1096376977 ☐ 1062862765
☐ 1076446550 ☐ 1065590925

Nombre Actividad

☐ ACTIVIDADES ESPECIALES ☐ AEROREPUBLICA S.A.
☐ ALIANZA TEAM ☐ ALERGAN DE COLOMBIA S.A.
☐ AXA ASISTENCIA COLOMBIA S.A. ☐ BANCOLOMBIA SA
☐ BANCOLOMBIA SA ☐ BAVARIA VENTA DIRECTA
☐ BONO EPS ☐ CLINICA BARRAQUER

Cliente Convenio

☐ ABBOTT LABORATO RIES DE COLOMBI...
☐ ABBVIE SAS ☐ Administracion Cooperativa De Entidad...
☐ Administracion Y Operacion De Servi... ☐ AEROREPUBLICA S.A.
☐ Alba Serrano Clinica Cirugia Plastica & ... ☐ Alexander Ospina Guerrero
☐ Alfredo Hoyos Ariza ☐ ALIANZA TEAM

Intro Dashboard Analisis Linea Negocio Reportes **Selecciones** H.V. Sucursal

Selecciones MAT MTD **YTD** 2014 2015 2016 Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep Oct Nov Dic
Pesos Miles **Milones** 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Selecciones Actuales: Click Para Ocultar

Campo Valor
%Periodo_Tiempo YTD
%UnidadesValor Milones

Grupo Filtros

Compañia ☒

Sucursal ☒

Producto ☒

Cliente ☒

Tiempo ☒

Filtros Selección

Dia Semana

☐ Lun ☐ Mar ☐ 01
☐ Mie ☐ Jue ☐ 02
☐ Vie ☐ Sab ☐ 03
☐ Dom ☐ 04
☐ 05
☐ 06
☐ 07
☐ 08
☐ 09
☐ 10
☐ 11
☐ 12
☐ 13
☐ 14
☐ 15

Semana Año

☐ 01 ☐ 02 ☐ 03
☐ 04 ☐ 05 ☐ 06
☐ 07 ☐ 08 ☐ 09
☐ 10 ☐ 11 ☐ 12
☐ 13 ☐ 14 ☐ 15

Semana Mes

☐ 01 ☐ 02 ☐ 1
☐ 03 ☐ 04 ☐ 2
☐ 05 ☐ 06 ☐ 3
☐ 07 ☐ 08 ☐ 4
☐ 09 ☐ 09 ☐ 5
☐ 10 ☐ 10 ☐ 6
☐ 11 ☐ 11 ☐ 7
☐ 12 ☐ 12 ☐ 8
☐ 13 ☐ 13 ☐ 9
☐ 14 ☐ 14 ☐ 10
☐ 15 ☐ 15 ☐ 11
☐ 16 ☐ 16 ☐ 12
☐ 17 ☐ 17 ☐ 13
☐ 18 ☐ 18 ☐ 14
☐ 19 ☐ 19 ☐ 15
☐ 20 ☐ 20 ☐ 16
☐ 21 ☐ 21 ☐ 17
☐ 22 ☐ 22 ☐ 18
☐ 23 ☐ 23 ☐ 19
☐ 24 ☐ 24 ☐ 20
☐ 25 ☐ 25 ☐ 21
☐ 26 ☐ 26 ☐ 22
☐ 27 ☐ 27 ☐ 23
☐ 28 ☐ 28 ☐ 24
☐ 29 ☐ 29 ☐ 25
☐ 30 ☐ 30 ☐ 26
☐ 31 ☐ 31 ☐ 27

Tipo Dia

☐ Dia Festivo ☐ Dia Normal
☐ Fin de Semana

Quartil

☐ Q1 ☐ Q2
☐ Q3 ☐ Q4

Semestre

☐ S1 ☐ S2

Fecha

☐ 01/01/2014 ☐ 02/01/2014 ☐ 03/01/2014
☐ 04/01/2014 ☐ 05/01/2014 ☐ 06/01/2014
☐ 07/01/2014 ☐ 08/01/2014 ☐ 09/01/2014
☐ 10/01/2014 ☐ 11/01/2014 ☐ 12/01/2014
☐ 13/01/2014 ☐ 14/01/2014 ☐ 15/01/2014
☐ 16/01/2014 ☐ 17/01/2014 ☐ 18/01/2014
☐ 19/01/2014 ☐ 20/01/2014 ☐ 21/01/2014
☐ 22/01/2014 ☐ 23/01/2014 ☐ 24/01/2014
☐ 25/01/2014 ☐ 26/01/2014 ☐ 27/01/2014

3.5. Tipo de Datos

Como complemento de los insumo utilizados en el modelo de Ventas que actualmente se encuentra publicado encontramos los siguientes insumos:

- *Dinamicas_Comerciales_2015.xlsx*
- *Metas_PAD_201512.xlsx*
- *Insumo_Vendedores.xlsx*

3.5.1. Dinamicas_Comerciales_xxxx

Tipo de Datos: Excel

Base de Datos: Excel 2007

Nombre de Tabla: Dinámicas

Número Estimado de Registros: 10088

Nombre de Campo	Tipo de Datos (Tamaño Máximo)	Indexado	Comentario
Mes	Número	N/A	Periodo de tiempo
Artículo	Número	N/A	Código del artículo
Artículo_Descripcion	Texto	N/A	Nombre del artículo
Actividad_Original	Texto	N/A	Nombre de la Actividad Comercial que viene marcada en la transaccionalidad.
Tipo_Dinamica	Texto	N/A	Corresponde a la marcación y o agrupación del tipo de dinámica comercial.
Vigencia_Inicio	Fecha	N/A	Inicio de la vigencia de la respectiva marcación.
Vigencia_Fin	Fecha	N/A	Finalización de la vigencia de la respectiva marcación.

3.5.2. Metas_PAD_AñoMes

Tipo de Datos: Excel

Base de Datos: Excel 2007
Nombre de Tabla: Meta_PAD
Número Estimado de Registros: 3000

Nombre de Campo	Tipo de Datos (Tamaño Máximo)	Indexado	Comentario
Canal	Texto	N/A	Nombre Canal
Id Canal	Numero	N/A	Código del Canal
Canal Gestión	Testo	N/A	Nombre del Canal Gestión
Llave	Testo	N/A	Llave Union de de Canal Gestión y Id Sucursal
Id	Numero	N/A	Código Sucursal
Sucursal	Texto	N/A	Nombre de Sucursal
Tipo Dinámica	Texto	N/A	Nombre de la Dinámica Comercial
Día	Numero	N/A	Dia
%Par. Dia	Numero	N/A	% Participación del día del mes
Meta MES Cop\$	Numero	N/A	Valor en pesos de la Meta Mensual
Meta Diaria Cop\$	Numero	N/A	Valor en pesos de la Meta Diario
Meta MES Unid.	Numero	N/A	Valor en unidades de la Meta Mensual
Meta Diaria Unid.	Numero	N/A	Valor en unidades de la Meta Diaria

3.6.Insumo_Vendedores

Tipo de Datos: Excel
Base de Datos: Excel 2007
Nombre de Tabla:
Número Estimado de Registros: 3000

Nombre de Campo	Tipo de Datos (Tamaño Máximo)	Indexado	Comentario
Canal	Texto	N/A	Nombre Canal
Id Canal	Numero	N/A	Código del Canal
Canal Gestión	Testo	N/A	Nombre del Canal Gestión
Llave	Testo	N/A	Llave Union de de Canal Gestión y Id Sucursal
Id	Numero	N/A	Código Sucursal

<i>Nombre de Campo</i>	<i>Tipo de Datos (Tamaño Máximo)</i>	<i>Indexado</i>	<i>Comentario</i>
Id Canal	Numero	N/A	Código del canal
Canal	Texto	N/A	Nombre del canal
Id Ciudad	Texto	N/A	Código de la ciudad
Ciudad	Numero	N/A	Nombre de la ciudad
Nit	Texto	N/A	Nir del cliente
Cliente	Texto	N/A	Cliente
Numero_Vendedor	Numero	N/A	Código del vendedor
Nombre Vendedor	Texto	N/A	Nombre del vendedor