



Informe Mensual Febrero 2024

GERENTE DE VENTAS
LIYIBETH CAMEJO



+58424-2127427

+58414-1371482



gerentedeventas@borushfoods.com



ÍNDICE

CONTENIDO DEL INFORME

Introducción	1-2
Cierre de ventas	3
Gráfica comparativa del mes de diciembre y enero	4
Plan de trabajo primer trimestre del año 2024	5
Cierre plan de incentivos	6
Gestión de cobranzas	7
Reactivación de cartera de clientes	8
Gráfica reactivación de la cartera de clientes	9
Apertura de nuevos clientes	10-13
Los 20 mejores clientes del mes	14
Los 20 productos más vendidos del mes	15
Productos sin salida del mes	16
Cuotas para el mes de febrero 2024	17
Ganadores del plan de incentivos	18
Tabla de posición de vendedores	19
Conclusión	20

La Ribereña®

INTRODUCCION

Con el propósito de ofrecer una visión exhaustiva del desempeño comercial de nuestra empresa, presentamos el informe de cierre de ventas correspondiente al mes de febrero de 2024. Este informe proporciona un análisis detallado de los resultados obtenidos en diversas áreas estratégicas, así como una evaluación de los logros alcanzados y los desafíos identificados durante el período en análisis.

En primer lugar, nos complace informar que la facturación experimentó un aumento del 4.67% en comparación con el mes anterior, lo que representa un sólido crecimiento en nuestros ingresos y nos lleva a cumplir y superar la meta establecida para este indicador. Este incremento es resultado del compromiso y la eficacia de nuestro equipo de ventas, así como de la implementación efectiva de nuestras estrategias comerciales en un entorno de mercado dinámico y competitivo.

Además, es importante destacar la significativa reducción del 55.62% en las devoluciones durante el mes de febrero. Esta mejora sustancial refleja el compromiso continuo de nuestra empresa con la calidad del producto y la satisfacción del cliente, factores cruciales para fortalecer nuestra reputación en el mercado y fomentar la lealtad de nuestros clientes.

INTRODUCCIÓN

Sin embargo, es necesario señalar que, a pesar del aumento del 21.14% en la cobranza con respecto al mes anterior, no se logró alcanzar la meta establecida por un margen del 4.13%. Este resultado subraya la importancia de optimizar nuestros procesos de gestión financiera y mejorar nuestras estrategias de recuperación de cuentas por cobrar para garantizar una gestión eficiente de los ingresos.

En conclusión, el análisis del desempeño comercial durante el mes de febrero revela avances significativos en diversas áreas operativas, así como áreas de oportunidad para seguir mejorando. Reconocemos y valoramos el arduo trabajo y el compromiso de todos los colaboradores que contribuyeron a estos resultados positivos, y reafirmamos nuestro compromiso de seguir trabajando juntos para alcanzar y superar nuestros objetivos corporativos en los meses venideros.



CIERRE DE VENTAS

INFORME DEL MES DE FEBRERO 2024

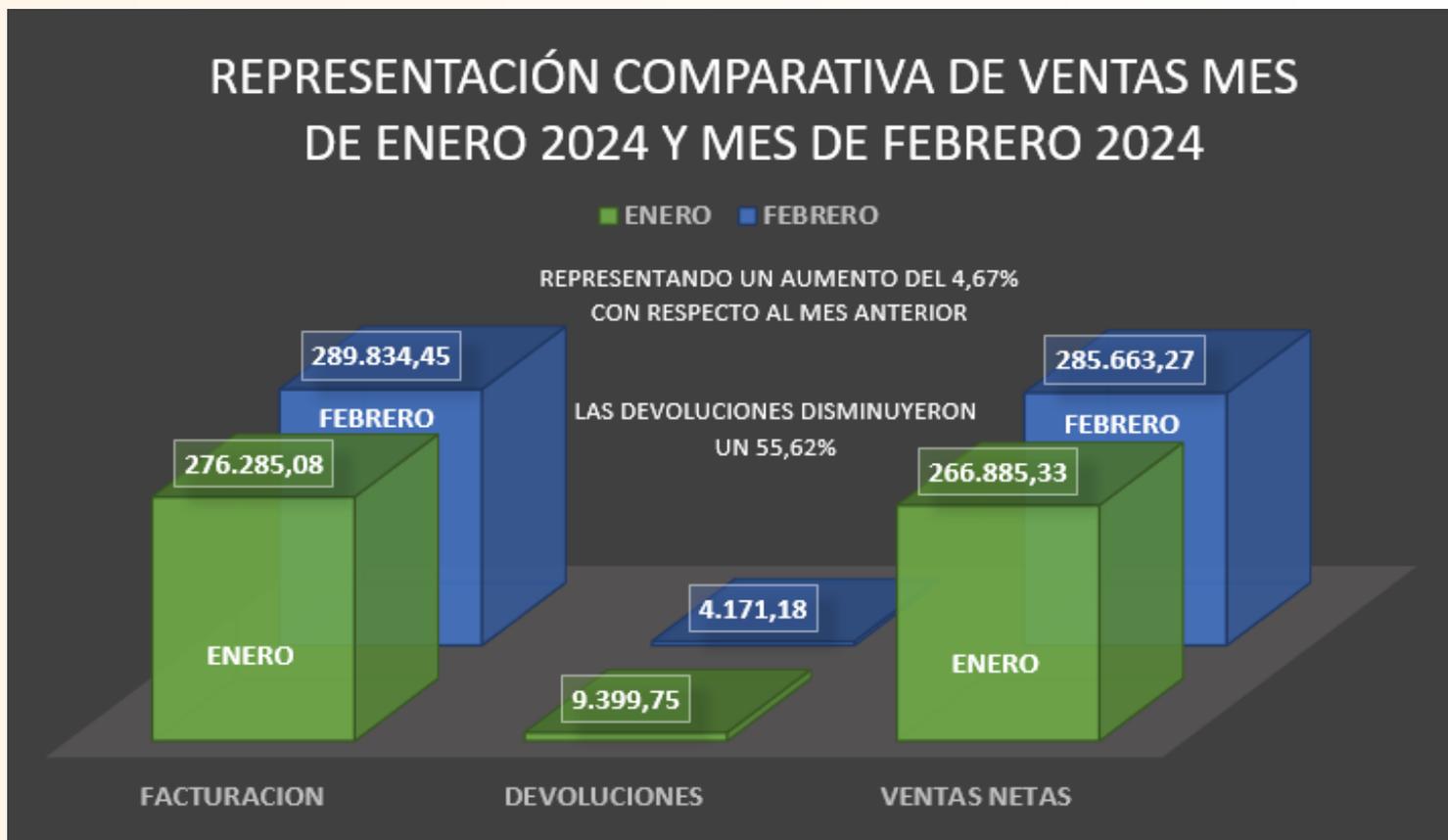
EQUIPO IMPLICADO EN LA DETERMINACIÓN DE VENTAS DEL MES DE FEBRERO

TODA LA GRAN CARACAS Y ESTADO ARAGUA 2024

CODIGO ASESOR	ZONA	VENDEDOR	FACTURACION	DEVOLUCIONES	VENTAS NETAS
9	ZONA 1 GUATIRE	YASENY ROJAS	4.135,76	0,00	4.135,76
2	ZONA 1 LA GUAIRA	JEAN HERNANDEZ	19.013,71	87,36	18.926,35
158	ZONA 2	ALEXIS LOPEZ	29.984,50	314,16	29.670,34
31	ZONA 3	DANGELO ANDRADE	47.951,41	319,45	47.631,96
29	ZONA 4	JACKELINE PANTALEON	28.566,11	700,47	27.865,64
17	ZONA 5	ANGEL LINDO	36.979,30	749,77	36.229,53
33	ZONA 6	JAIME VARGAS	22.918,56	271,02	22.647,54
207	FORANEO ARAGUA	MILITZA GUEDES	24.567,57	332,99	24.234,58
209	FORANEO ARAGUA	JULLIE CORRADO	41.302,41	537,01	40.765,40
14	OFICINA INTERNO	CARLOS FIGUEROA	34.415,12	858,95	33.556,17
		TOTAL FACTURADO	289.834,45	4.171,18	285.663,27

CIERRE DE VENTAS

COMPARATIVA DE RESULTADOS MES DE ENERO CON EL MES DE FEBRERO



Análisis de resultados obtenidos mediante la comparación del periodo evaluado del mes de Enero y el mes de Febrero

El análisis de la gráfica revela un aumento del 4.67% en la facturación durante febrero de 2024 en comparación con enero, indicando un sólido desempeño en las ventas. Además, se observa una notable disminución del 55.62% en las devoluciones para el mismo período, lo que sugiere una mejora significativa en la gestión de la calidad del producto y la satisfacción del cliente. Estos resultados positivos reflejan un panorama alentador para la empresa, destacando la eficacia en las operaciones comerciales y la atención a los estándares de calidad. Sin embargo, se recomienda mantener un seguimiento continuo de estos indicadores y realizar ajustes estratégicos según sea necesario para sostener y mejorar estos resultados en el futuro.

PLAN DE TRABAJO

PLAN DE TRABAJO PARA EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2024

Objetivo General:

Impulsar el crecimiento sostenido de las ventas, mejorar la eficiencia en las cobranzas y fortalecer la captación de nuevos clientes durante los primeros cuatro meses del año.

MES DE ENERO

1. Evaluar el desempeño del mes anterior, identificando áreas de mejora y éxito.
2. Reforzar la capacitación del equipo de ventas en técnicas efectivas y actualizaciones de productos.
3. Implementar incentivos para el equipo de ventas, vinculados al rendimiento mensual.
4. Enfocarse en la retención de clientes existentes mediante ofertas personalizadas.

MES DE FEBRERO

1. Lanzar campañas promocionales específicas para aumentar las ventas en productos estratégicos.
2. Optimizar los procesos de cobranza, enfocándose en reducir los tiempos de pago.
3. Establecer metas individuales para el equipo de ventas y premiar el cumplimiento de objetivos.
4. Realizar seguimiento cercano de cuentas pendientes, implementando estrategias de recuperación.

MES DE MARZO

1. Desarrollar estrategias de marketing digital para atraer nuevos clientes.
2. Identificar oportunidades de colaboración con socios estratégicos para ampliar la base de clientes.
3. Realizar eventos o webinars para presentar nuevos productos y servicios a clientes potenciales.
4. Fortalecer la presencia en redes sociales para mejorar la visibilidad de la empresa.

MES DE ABRIL

1. Evaluar los resultados acumulativos de los primeros tres meses.
2. Realizar ajustes en las estrategias según los datos recopilados y el feedback del equipo.
3. Implementar iniciativas para fomentar la lealtad del cliente, como programas de recompensas.
4. Preparar informes detallados sobre el rendimiento del primer trimestre y establecer metas a corto plazo para el próximo periodo.



CIERRE DE PLAN DE INCENTIVOS

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Cierre del Plan de Incentivo en ventas

VENDEDOR	VENTAS NETAS	METAS DEL MES	ALCANCE	RESULTADO
YASENY ROJAS	4.135,76	9.241,77	5.106,01	NO ALCANZO
JEAN HERNANDEZ	18.926,35	15.907,25	-3.019,10	ALCANZO
ALEXIS LOPEZ	29.670,34	26.464,85	-3.205,49	ALCANZO
DANGELO ANDRADE	47.631,96	47.458,94	-173,02	ALCANZO
JACKELINE PANTALEON	27.865,64	33.779,55	5.913,91	NO ALCANZO
ANGEL LINDO	36.229,53	43.532,54	7.303,01	NO ALCANZO
JAIME VARGAS	22.647,54	22.762,27	114,73	NO ALCANZO
MILITZA GUEDES	24.234,58	18.685,69	-5.548,89	ALCANZO
JULLIE CORRADO	40.765,40	35.234,44	-5.530,96	ALCANZO
CARLOS FIGUEROA	33.556,17	20.671,92	-12.884,25	ALCANZO
TOTAL FACTURADO	285.663,27	273.739,22	-11.924,05	ALCANZO

GESTION DE COBRANZAS

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Gestión de Cobranza del mes de Febrero

VENEDORES	MONTO COBRADO HASTA EL 29/02/2024	META ESTABLECIDA DE COBRANZA HASTA EL 29/02/2024	RESULTADO EN LA COBRANZA	RESULTADOS
JEAN CARLOS HERNANDEZ	7.587,01	9.855,38	2.268,37	NO ALCANZO
ALEXIS LOPEZ	17.030,50	22.308,82	5.278,32	NO ALCANZO
ANGEL LINDO	54.143,18	39.644,76	-14.498,42	ALCANZO
JACKELINE PANTALEON	28.933,58	26.834,11	-2.099,47	ALCANZO
DANGELO ANDRADE	34.886,62	48.180,64	13.294,02	NO ALCANZO
JAIME VARGAS	18.400,45	19.886,61	1.486,16	NO ALCANZO
YASENY ROJAS	5.080,71	9.259,37	4.178,66	NO ALCANZO
CARLOS FIGUEROA	29.931,33	20.732,08	-9.199,25	ALCANZO
MILITZA GUEDES	22.244,51	16.045,95	-6.198,56	ALCANZO
JULLIE CORRADO	35.656,99	52.091,06	16.434,07	NO ALCANZO
TOTALES	253.894,88	264.838,78	10.943,90	NO ALCANZO

Análisis de la gestión de cobranza del mes de Febrero del 2024

El análisis de la situación financiera respecto a la cobranza del mes de febrero del año 2024 en comparación con enero revela un aumento del 21.14%, reflejando un esfuerzo significativo por parte del equipo de ventas en la gestión de los ingresos. A pesar de este incremento, lamentablemente, la empresa no logró alcanzar la meta de cobranza establecida, quedando por debajo de la misma por un margen del 4.13%. Esta discrepancia entre el aumento registrado y el objetivo establecido sugiere la necesidad de una revisión exhaustiva de las estrategias de cobranza y la implementación de medidas correctivas para optimizar la eficacia en la recuperación de cuentas por cobrar en los meses venideros.

REACTIVACION DE LA CARTERA DE CLIENTES

RESULTADOS MES DE FEBRERO

VENEDORES	CANTIDAD CARTERA DE CLIENTES	PORCENTAJE DE EFECTIVIDAD	PORCENTAJE NO EFECTIVO	CLIENTES SIN GESTION DE VENTAS
JEAN CARLOS HERNANDEZ	61	80,30%	19,70%	12
ALEXIS LOPEZ	88	81,80%	18,20%	16
ANGEL LINDO	118	78,00%	22,00%	26
JACKELINE PANTALEON	92	84,80%	15,20%	11
DANGELO ANDRADE	79	82,30%	17,70%	14
JAIME VARGAS	71	76,10%	23,90%	17
YASENY ROJAS	50	70,00%	30,00%	14
CARLOS FIGUEROA	65	73,80%	26,20%	17
MILITZA GUEDES	64	67,20%	32,80%	21
JULLIE CORRADO	44	88,60%	11,40%	5
TOTALES	732	78,29%	21,71%	153

REACTIVACION DE LA CARTERA DE CLIENTES

RESULTADOS MES DE FEBRERO



Análisis de la gráfica de clientes no atendidos desde el mes de Enero al mes de Febrero

El análisis de la gráfica comparativa entre el mes de febrero y enero del 2024 revela una reducción significativa del 64.34% en el número de clientes no atendidos. En enero, se registraron 429 clientes sin atención, mientras que en febrero esta cifra disminuyó drásticamente a 153 clientes. Este descenso notable sugiere una mejora sustancial en la capacidad de la empresa para gestionar y satisfacer la demanda de los clientes durante el período analizado. Esta tendencia positiva puede atribuirse a una mayor eficiencia en la asignación de recursos y una mejor planificación de la capacidad operativa para cumplir con las necesidades de los clientes de manera oportuna y efectiva.

APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Resultados de Captación de Nuevos Clientes

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JEAN CARLOS HERNANDEZ	LA CASA DE LA REPOSTERIA.CA	09/02/2024	1
JEAN CARLOS HERNANDEZ	LACTEOS CASA BORJAS C.A	16/02/2024	2
JEAN CARLOS HERNANDEZ	COMERCIAL FRÍAS Y VELÁZQUEZ, C.A.	16/02/2024	3
JEAN CARLOS HERNANDEZ	DISTRIBUIDORA LA PLATA, C.A.	20/02/2024	4
JEAN CARLOS HERNANDEZ	SUGAR FOOD, C.A	20/02/2024	5
JEAN CARLOS HERNANDEZ	BODEGON JOSELINA, C.A	27/02/2024	6
JEAN CARLOS HERNANDEZ	INVERSIONES GENTILCORE C.A.	27/02/2024	7

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
ALEXIS LOPEZ	INVERSIONES JUNKO LEKIAM 2035, C.A.	09/02/2024	1
ALEXIS LOPEZ	CARLOS ANSELMO MEJIA	14/02/2024	2
ALEXIS LOPEZ	INVERSIONES JARDIN DE PAOLA, C.A	22/02/2024	3
ALEXIS LOPEZ	J & A GOLFEADOS' S ROUTE,C.A	27/02/2024	4

APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Resultados de Captación de Nuevos Clientes

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
ANGEL LINDO	YOSWARS JESUS CASTILLO ARISTIGUETA	23/02/2024	1

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JACKELINE PANTALEON	NIKITA BAKARY, C.A	08/02/2024	1
JACKELINE PANTALEON	LÁCTEOS Y EMBUTIDOS HERMANOS GARCÍA C.A	08/02/2024	2
JACKELINE PANTALEON	INVERSIONES GLOTOLANDIA N.S. & G, C.A.	16/02/2024	3

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
DANGELO ANDRADE	INVERSIONES 120173, C.A.	01/02/2024	1
DANGELO ANDRADE	ALIMENTOS INTERNACIONALES RÍQUÍSSIMA , CA	14/02/2024	2
DANGELO ANDRADE	PASTELERIA Y DELICATESES L' RICHE CA	20/02/2024	3
DANGELO ANDRADE	PANCHO VILLA TACOS II, C.A.	22/02/2024	4
DANGELO ANDRADE	TACOS LA TRINIDAD, C.A.	22/02/2024	5
DANGELO ANDRADE	ALIMENTOS SABOR 1989, C.A.	27/02/2024	6

APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Resultados de Captación de Nuevos Clientes

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JAIME VARGAS	MARKET FAVORITA 286, C.A.	05/02/2024	1
JAIME VARGAS	ROMA FOOT 2023, CA	22/02/2024	2

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
YASENY ROJAS	SIN MOVIMIENTO		0

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
CARLOS FIGUEROA	EL BODEGON DE DON PANCHO C.A.	19/02/2024	1

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
MILITZA GUEDES	COMERCIALIZADORA CHARBEL 369, C.A	05/02/2024	1
MILITZA GUEDES	INDUSTRIAS POR EN C. A	24/02/2024	2
MILITZA GUEDES	DE LAXAS, C.A	29/02/2024	3

APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Resultados de Captación de Nuevos Clientes

VENDEDOR	CLIENTE	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JULLIE CORRADO	ALIMENTOS EL MAGNATE, C.A	15/02/2024	1
JULLIE CORRADO	BODEGON DONDE ALFREDO, CA	29/02/2024	2
JULLIE CORRADO	DISTRIBUIDORA MIRANDA S&G 1750, C.A.	29/02/2024	3
JULLIE CORRADO	BIMO27, C.A	29/02/2024	4

TOTAL CLIENTES CREADOS	30
------------------------	----

LOS MEJORES CLIENTES

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Listado de los 20 Clientes con más Ventas en el Mes de Febrero

NRO	CODIGO	DESCRIPCION	VENTAS MONTO BASE	TOTAL EN PORCENTAJE
1	9729	BI WORLD, C.A.	14.441,86	3,08
2	J305065616	PLANSUAREZ,C.A.	13.460,76	2,87
3	9688	AL CUADRADO PIZZA, C.A.	12.435,21	2,65
4	J306108726	DISTRIBUIDORA JORXA C.A.	10.957,76	2,34
5	9739	SUPER MAYOR 2022, C.A	8.475,34	1,81
6	J003720224	AUTOMERCADO LA MURALLA C.A.	7.870,90	1,68
7	J008690480	MI NEGOCIO SUPERMERCADOS, C.A.	7.164,67	1,53
8	J298782366	AUTOMERCADOS FRESCO MARKET AFN, C.A.	6.598,50	1,41
9	9694	INSIDE MARKET, C.A	6.292,75	1,34
10	J001598693	PASTA MORANDI C.A.	5.010,70	1,07
11	9709	PIZZA MIA, C.A.	4.030,91	0,86
12	500542807	SUPERMERCADO Y EXQUISITECES ARA, CA	3.817,48	0,81
13	9355	SALCHISMARKET, C.A	3.572,20	0,76
14	9542	SURTIPLAZA FOOD C.A	2.895,69	0,62
15	9658	PANADERÍA Y PASTELERÍA LA VILLA, C.A	2.836,43	0,60
16	9654	INVERSIONES GRAN BAZAR 27, CA	2.816,95	0,60
17	J500324421	ALIMENTOS EL MAYORISTA, C.A.	2.810,00	0,60
18	9741	REPRESENTACIONES 0104, C.A.	2.786,35	0,59
19	J504183610	INVERSIONES ORIENTE 20.32 LA COLINA, C.A.	2.566,20	0,55
20	9230	DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA PAPELÓN CA	2.435,61	0,52

PRODUCTOS MAS VENDIDOS

RESULTADOS MES DE FEBRERO

Listado de los 20 Productos más Vendidos en el mes de Febrero

ARTICULO	DESCRIPCION	TOTAL UNIDADES	TOTAL NETO	PORCENT
1	CREMA CHANTILLY AZUCARADA TOPPING EXPRESS 12 UND X 1 LT L3345	772,00	29.262,14	6,26
2	CHAMPIÑON LAMINADO PRIMERA 6 UND X 2500 GR	506,00	29.194,24	6,25
3	ACEITUNAS NEGRAS EN RODAJAS LATA 6 UND X 3100 GR	247,00	14.725,86	3,15
4	MELOCOTON EN ALMIBAR LIGERO MITADES EXTRA 6 UND X 2500 GR	252,00	13.941,75	2,98
5	ACEITE DE GIRASOL SIERRA DEL SUR 15 UND X 1 LT	285,00	13.322,97	2,85
6	TOMATE PELADO LA FRAGUA 6 UND X 2500 GR	252,00	11.454,67	2,45
7	MELOCOTON EN ALMIBAR MITADES EXTRA 12 UND X 840 GR	284,00	11.144,56	2,39
8	TOMATE PELADO RISCOSSA 6 UND X 2500 GR	264,00	10.943,90	2,34
9	MAIZ DULCE EN GRANO MUY TIERNO 12 UND X 300 GR	519,00	10.331,97	2,21
10	TOMATE EN PASSATA RISCOSSA 12 UND X 680 GR	371,00	9.477,63	2,03
11	TOMATE PELADO LA FRAGUA 3 UND X 4000 GR	247,00	9.023,45	1,93
12	PASTA LINGUE PASSERI RISCOSSA 24 UND X 500 GR	288,00	8.953,71	1,92
13	ACEITUNAS VERDES RELLENAS DE ANCHOA EN LATA 12 UND X 350 GR	324,00	7.853,24	1,68
14	VINAGRE DE MANZANA SABORECO BOTELLA 12 UND X 500 ML	205,00	7.474,08	1,60
15	SIROPE DE CHOCOLATE 6 UND X 1200 GR	228,00	7.461,45	1,60
16	TOMATE DOBLE CONCENTRADO LA FRAGUA 24 UND X 400 GR	187,00	7.077,68	1,51
17	FILETES DE ANCHOA EN ACEITE DE GIRASOL 25 UND X 45 GR	194,00	6.998,73	1,50
18	PASTA SPAGHETTI GLUTEN FREE RISCOSSA 12 UND X 400 GR	173,00	6.615,79	1,42
19	PEPINILLOS RODAJAS EN VINAGRE PRIMERA 6 UND X 1900 GR	124,00	6.372,66	1,36
20	ACEITUNAS VERDES RELLENAS DE SALMON 12 UND X 350 GR	256,00	6.217,29	1,33

PRODUCTOS QUE NO TIENEN SALIDA

RESULTADOS MES DE FEBRERO

MODELO	DESCRIPCION	STOCK
FRITOLISTO	ACEITE COMESTIBLE FRITOLISTO 1 UND X 18 LTS	1,00
UNDERWOOD	SALSA DIABLITOS UNDERWOOD PARA PASTA 12 UND X 490 GR	1,00
UNDERWOOD	SALSA NAPOLITANA CON QUESO UNDERWOOD 12 UND X 490 GR	2,00
FRESCARINI	SALSA PARA PIZZA FRESCARINI 24 UND X 190 GR	1,00
FRESCARINI	SALSA NAPOLITANA CON PARMESANO 12 UND X 490 GR	1,00
FRAGUA	PREPARADO PARA CALDO SABOR A VERDURAS X 1 KG	16,00

ANÁLISIS DE PRODUCTOS QUE TIENEN MAS SALIDA Y LOS QUE NO ROTAN DE MANERA EFECTIVA

Tras un análisis exhaustivo de nuestra línea de productos, hemos descubierto tendencias intrigantes que merecen atención. Por un lado, ciertos productos se destacan consistentemente como parte de los 20 más solicitados, evidenciando un desempeño sobresaliente. Esta selección exclusiva ha consolidado una reputación sólida y continúa siendo la preferida por nuestros clientes, lo que refleja tanto su calidad como la lealtad de los consumidores. Sin embargo, se ha observado una dinámica diferente en otro conjunto de productos que enfrentan desafíos en términos de demanda. Estos artículos encuentran dificultades para ganar terreno en el mercado y no logran posicionarse entre los más vendidos. Abordar esta situación implica un análisis detallado de los factores que podrían estar influyendo en su aceptación en el mercado, con el objetivo de desarrollar estrategias efectivas para mejorar su desempeño y relevancia.

CUOTAS PARA EL MES DE MARZO 2024

ASESORES DE VENTAS	MONTO FACTURADO	CUOTA TOTAL
Yaseny Rojas	51.335,72	9.411,55
Jean Hernández	106.280,03	19.927,51
Alexis López	312.814,98	26.812,71
Dangelo Andrade	592.446,28	47.818,88
Jackeline Pantaleon	404.211,66	33.491,82
Angel Lindo	531.837,65	43.306,78
Jaime Vargas	248.063,07	24.717,71
Militza Guedez	200.106,77	19.296,01
Julliet Corrado	408.808,68	37.084,79
Carlos figueroa	223.870,76	23.353,89
	3.079.775,60	285.221,65

CIERRE DEL PLAN DE INCENTIVOS DEL MES DE FEBRERO 2023

Ganadores del incentivo facturación y cobranzas 0,10% + 0,10%

VENDEDOR ES	FACTURACION 0,10%	META FACTURACION	SUPERADA POR	COBRANZAS 0,10%	META DE COBRANZAS	SUPERADA POR	TOTAL GANADO
CARLOS FIGUEROA	33.556,17	20.671,92	-12.884,25	29.931,33	20.732,08	-9.199,25	46,47
MILITZA GUEDES	24.234,58	18.685,69	-5.548,89	22.244,51	16.045,95	-6.198,56	63,49
						TOTALES	109,96

Ganadores del incentivo cartera de clientes y efectividad

VENEDORES	REACTIVACION CARTERA DE CLIENTES 80%	NUEVOS CLIENTES (3)	TOTAL A PAGAR
JEAN HERNANDEZ	80,30%	7	26,51
ALEXIS LOPEZ	81,80%	4	46,7
JACKELINE PANTALEON	84,80%	3	56,8
JULLIE CORRADO	88,60%	4	75,66
DANGELO ANDRADE	82,30%	6	82,52
		TOTAL	301,24

POSICION DE VENDEDORES

TABLA DE POSICIÓN DE LOS VENDEDORES MES DE FEBRERO GRAN CARACAS Y EDO. ARAGUA

NRO	DESCRIPCION	VENTAS MONTO BASE	TOTAL EN PORCENTAJE
1.00	DANGELO ANDRADE	47.631,96	10,70%
2.00	JULLIE CORRADO	40.765,40	9,28%
3.00	ANGEL LINDO	36.229,53	8,90%
4.00	CARLOS FIGUEROA	33.556,17	8,59%
5.00	ALEXIS LOPEZ	29.670,34	7,97%
6.00	JACKELINE PANTALEON	27.865,64	7,56%
7.00	MILITZA GUEDES	24.234,58	6,90%
8.00	JAIME VARGAS	22.647,54	5,94%
9.00	JEAN HERNANDEZ	18.926,35	4,23%
10.00	YASENY ROJAS	4.135,76	2,08%
	TOTALES	285.663,27	72,15%

CONCLUSIÓN DE VENTAS DEL MES DE FEBRERO

En resumen, el informe de cierre de ventas del mes de febrero de 2024 refleja un panorama heterogéneo en cuanto a los resultados obtenidos, pero en general, presenta una tendencia positiva para la empresa. Uno de los puntos destacados es el logro de la meta de facturación, con un incremento del 4.67% con respecto al mes anterior. Este aumento indica una respuesta favorable del mercado a nuestras estrategias de ventas y marketing, así como una mejora en la eficacia de nuestro equipo comercial. Asimismo, la significativa reducción del 55.62% en las devoluciones es un indicador alentador de la calidad de nuestros productos y del esfuerzo de nuestro equipo por satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Por otro lado, aunque la cobranza experimentó un crecimiento del 21.14%, lamentablemente no se alcanzó la meta establecida por un margen del 4.13%. Este resultado subraya la importancia de mejorar nuestras estrategias de gestión financiera y de cobranza, así como de fortalecer nuestras relaciones con los clientes para garantizar un flujo de efectivo más sólido y estable en el futuro. Es crucial identificar las causas subyacentes de esta brecha entre el desempeño real y las metas establecidas, con el fin de implementar acciones correctivas eficaces y evitar que esta situación se repita en los meses siguientes.

En términos generales, el análisis detallado de estos resultados nos brinda una visión más completa de la situación actual de la empresa y nos permite identificar áreas de fortaleza y oportunidades de mejora. Continuaremos enfocados en optimizar nuestro desempeño en todas las áreas de la empresa, aprovechando nuestros puntos fuertes y abordando los desafíos con determinación y eficacia. Con un enfoque estratégico y una cultura de mejora continua, estamos seguros de que podemos seguir creciendo y alcanzando nuestros objetivos corporativos en el futuro.