



# Informe Mensual Marzo 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 primer trimestre 2024	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
Grafica 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 Abril 2024	17
Ganadores del plan de incentivos	18
Tabla de posición de vendedores	19
Conclusión	20

*La Ribereña*®

# INTRODUCCION

A continuacion presentaremos el informe detallado sobre el desempeño de ventas durante este período mes de Marzo 2024. Este informe proporcionará una visión exhaustiva de las cifras clave, destacando tanto los logros como los desafíos enfrentados por nuestro equipo de ventas en el último mes. Con el análisis de datos meticuloso, podemos evaluar el rendimiento en relación con las metas establecidas y las tendencias observadas en el primer trimestre del año.

Durante el mes de marzo, nuestro equipo se enfrentó a diversas dinámicas del mercado, incluyendo cambios en la demanda del consumidor, condiciones económicas fluctuantes y la implementación de estrategias de ventas adaptativas. En este contexto, es crucial examinar detenidamente las cifras de ventas y cobranzas para comprender el impacto de estas variables en nuestro desempeño general.

Lamentablemente, no logramos alcanzar la facturación establecida para el mes de marzo. Gran parte de este desafío se atribuye al quiebre de inventario que experimentamos en productos de alta rotación, así como a la temporada de Semana Santa, que influyó significativamente en los patrones de compra de nuestros clientes. Estos factores, combinados con otras variables del mercado, contribuyeron a una facturación por debajo de nuestras expectativas.

# INTRODUCCIÓN

Además, es importante destacar que tampoco alcanzamos nuestras metas de cobranza durante el mes. A pesar de los esfuerzos realizados por nuestro equipo de cobranzas, nos enfrentamos a obstáculos en la recuperación de pagos, lo que afectó directamente nuestros ingresos y la liquidez financiera de la empresa.

A lo largo de este informe, se analizarán en detalle las cifras de ventas, devoluciones y cobranzas correspondientes al mes de marzo, contrastándolas con los datos de meses anteriores y las metas establecidas. Además, se identificarán áreas de oportunidad para mejorar nuestras operaciones y estrategias de ventas, con el objetivo de optimizar el rendimiento y alcanzar nuestros objetivos comerciales en los próximos períodos.

Agradecemos su atención a este informe y confiamos en que las conclusiones y recomendaciones presentadas contribuirán a fortalecer nuestra posición en el mercado y a impulsar el éxito continuo de nuestra organización.

Sin más preámbulos, pasemos a revisar en detalle el desempeño de ventas del mes de marzo de 2024.



# CIERRE DE VENTAS

## INFORME DEL MES DE MARZO 2024

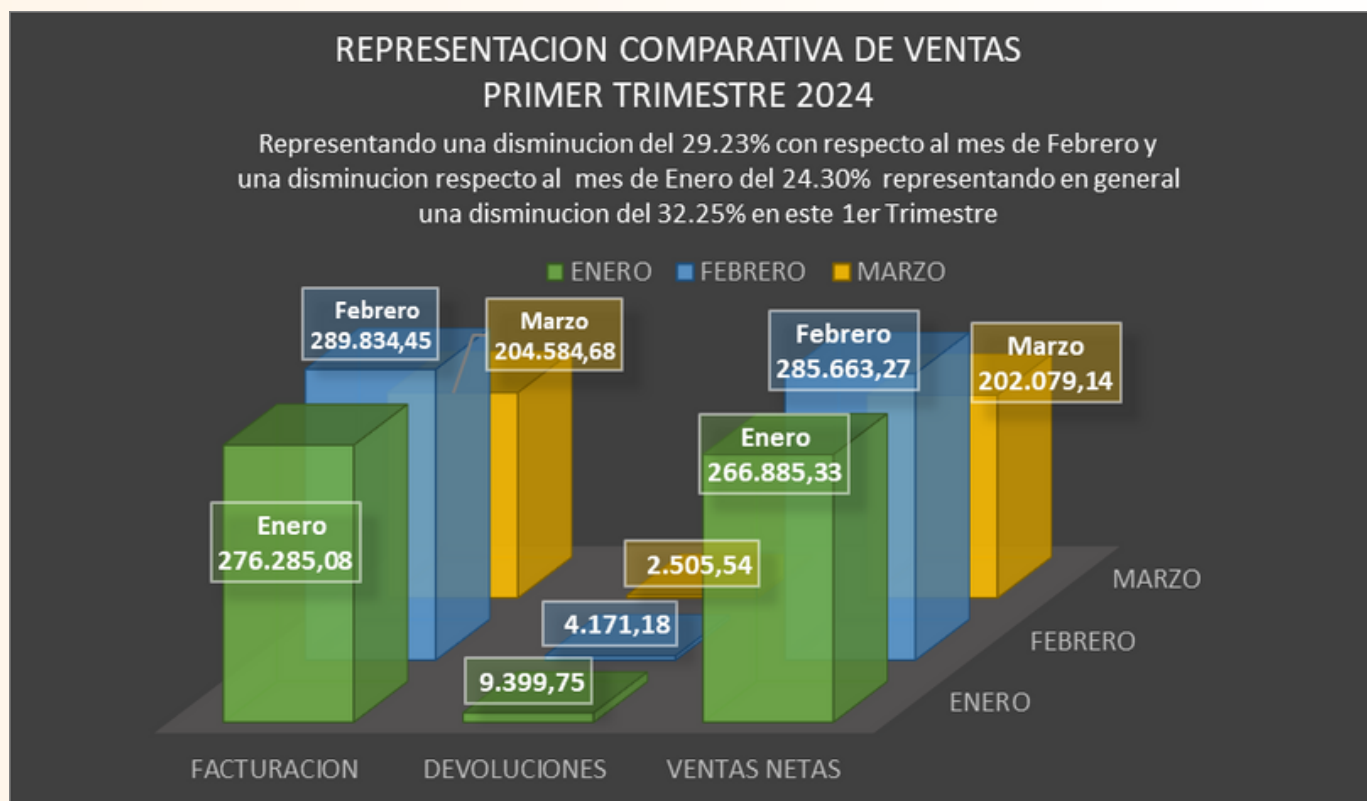
EQUIPO IMPLICADO EN LA DETERMINACIÓN DE VENTAS DEL MES DE MARZO

TODA LA GRAN CARACAS Y ESTADO ARAGUA 2024

CODIGO	ZONA	VENDEDOR	FACTURACION	DEVOLUCIONES	VENTAS NETAS
9	ZONA 1 GUATIRE	YASENY ROJAS	9.250,59	108,08	9.142,51
2	ZONA 1 LA GUAIRA	JEAN HERNANDEZ	13.617,00	363,32	13.253,68
158	ZONA 2	ALEXIS LOPEZ	21.947,86	537,38	21.410,48
31	ZONA 3	DANGELO ANDRADE	38.325,35	737,50	37.587,85
29	ZONA 4	JACKELINE PANTALEON	22.749,36	99,40	22.649,96
17	ZONA 5	ANGEL LINDO	20.211,84	380,81	19.831,03
33	ZONA 6	JAIME VARGAS	16.795,42	129,40	16.666,02
207	FORANEO ARAGUA	MILITZA GUEDES	6.677,86	55,00	6.622,86
209	FORANEO ARAGUA	JULLIE CORRADO	27.970,01	67,78	27.902,23
14	OFICINA INTERNO	CARLOS FIGUEROA	27.039,39	26,87	27.012,52
		TOTAL FACTURADO	204.584,68	2.505,54	202.079,14

# CIERRE DE VENTAS

## COMPARATIVA DE RESULTADOS MES DE ENERO - FEBRERO-MARZO



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

Analizando las ventas del primer trimestre, observamos una tendencia general a la baja en la facturación mensual. En enero, las ventas alcanzaron un total de 266,885.33 dolares, seguidas de una disminución significativa en febrero a 285,663.27 dolares antes de caer aún más en marzo a 202,079.14 dolares. Esto representa una disminución gradual del **32.25%** desde enero hasta marzo. Ahora, al analizar las devoluciones durante este período, observamos que estas también muestran una tendencia a la baja. En enero, las devoluciones alcanzaron un total de 9,399.75 dolares, disminuyendo en febrero a 4,171.18 dólares, y luego disminuyendo aún más en marzo a 2,505.54 dolares. Esta tendencia decreciente en las devoluciones sugiere una posible mejora en la calidad de los productos o en la gestión de inventario a lo largo del trimestre. Es importante tener en cuenta que, aunque las ventas disminuyeron en marzo en comparación con enero y febrero, las devoluciones también disminuyeron significativamente en el mismo período. Esto podría indicar una mayor satisfacción del cliente o una mejor selección de productos, lo que potencialmente contrarresta la disminución en las ventas. Sin embargo, se requiere un análisis más detallado para comprender completamente las razones detrás de estas tendencias .

# 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.

ENERO

Consolidación y Estrategia Inicial

### 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.

FEBRERO

Enfoque en Ventas

Cobranzas Eficientes

### 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.

MARZO

Ampliación de Clientes

Alianzas Estratégicas

### 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.

ABRIL

Evaluación y Ajustes Finales



# CIERRE DE PLAN DE INCENTIVOS

## RESULTADOS MES DE MARZO

### Cierre del Plan de Incentivo en ventas

VENDEDOR	VENTAS NETAS	METAS	ALCANCE	RESULTADO
DANGELO ANDRADE	37.587,85	40.764,37	3.176,52	NO ALCANZO
ANGEL LINDO	19.831,03	44.588,08	24.757,05	NO ALCANZO
ALEXIS LOPEZ	21.410,48	28.759,32	7.348,84	NO ALCANZO
JACKELINE PANTALEON	22.649,96	29.487,67	6.837,71	NO ALCANZO
JULLIE CORRADO	27.902,23	32.817,08	4.914,85	NO ALCANZO
JAIME VARGAS	16.666,02	24.063,62	7.397,60	NO ALCANZO
CARLOS FIGUEROA	27.012,52	29.212,46	2.199,94	NO ALCANZO
MILITZA GUEDES	6.622,86	26.623,53	20.000,67	NO ALCANZO
YASENY ROJAS	9.142,51	9.041,89	-100,62	ALCANZO
JEAN HERNANDEZ	13.253,68	19.864,57	6.610,89	NO ALCANZO
TOTAL FACTURADO	202.079,14	285.222,59	83.143,45	NO ALCANZO



# GESTION DE COBRANZAS

RESULTADOS MES DE MARZO

## Gestión de Cobranza del mes de Marzo

VENDEDORES	MONTO COBRADO HASTA EL 31/03/2024	META ESTABLECIDA	RESULTADOS DE LA COBRANZAS	ESTATUS
JEAN CARLOS HERNANDEZ	9.503,38	9.874,59	371,21	NO ALCANZO
ALEXIS LOPEZ	13.287,88	26.674,10	13.386,22	NO ALCANZO
ANGEL LINDO	27.240,70	38.598,55	11.357,85	NO ALCANZO
JACKELINE PANTALEON	25.762,87	25.437,30	-325,57	ALCANZO
DANGELO ANDRADE	37.266,11	52.226,53	14.960,42	NO ALCANZO
JAIME VARGAS	17.361,16	19.292,77	1.931,61	NO ALCANZO
YASENY ROJAS	3.319,75	7.302,94	3.983,19	NO ALCANZO
CARLOS FIGUEROA	28.138,71	32.121,76	3.983,05	NO ALCANZO
MILITZA GUEDES	11.227,12	15.341,76	4.114,64	NO ALCANZO
JULLIE CORRADO	29.903,50	62.158,51	32.255,01	NO ALCANZO
TOTALES	203.011,18	289.028,81	86.017,63	NO ALCANZO

### Análisis de la gestión de cobranza del mes de Marzo del 2024

El análisis de las cifras de cobranza del mes de marzo revela que la meta establecida de 289,028.81 dólares no se alcanzó, ya que el total cobrado fue de 203,011.18 dólares. Esto indica una brecha significativa del **29.86%** de disminución en comparación con la meta establecida. También es importante resaltar que las cobranzas del mes de marzo experimentó una disminución del **20.05%** en comparación con el mes de febrero. Esta reducción en los ingresos sugiere la necesidad de revisar las estrategias de cobranza y posiblemente ajustarlas para mejorar el rendimiento en los próximos meses

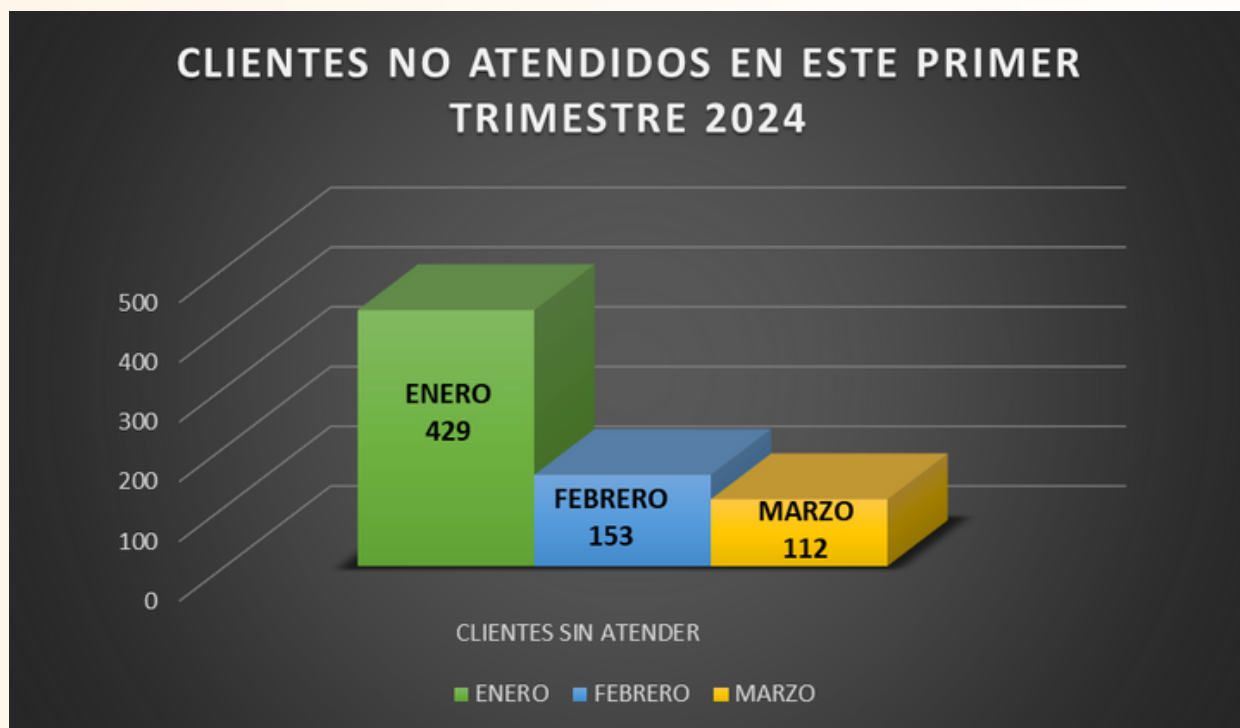
# REACTIVACION DE LA CARTERA DE CLIENTES

## RESULTADOS MES DE MARZO

VENDEDORES	CANTIDAD CARTERA DE CLIENTES	PORCENTAJE DE EFECTIVIDAD	PORCENTAJE NO EFECTIVO	CLIENTES SIN GESTIÓN DE VENTAS
JEAN CARLOS HERNANDEZ	64	82,80%	17,20%	11
ALEXIS LOPEZ	89	89,90%	10,10%	9
ANGEL LINDO	120	87,50%	12,50%	15
JACKELINE PANTALEON	108	81,50%	18,50%	19
DANGELO ANDRADE	90	88,90%	11,10%	9
JAIME VARGAS	73	84,90%	15,10%	12
YASENY ROJAS	55	89,10%	10,90%	7
CARLOS FIGUEROA	59	84,70%	15,30%	9
MILITZA GUEDES	68	75,00%	25,00%	16
JULLIE CORRADO	54	92,60%	7,40%	5
TOTALES	780	85,69%	14,31%	112

# REACTIVACION DE LA CARTERA DE CLIENTES

## RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE 2024



### Análisis de la gráfica de clientes no atendidos del Primer Trimestre 2024

Durante el primer trimestre del año 2024, se ha evidenciado un continuo progreso en la gestión de ventas, destacando un notable éxito en la optimización de la atención al cliente. La comparación entre los meses de enero y febrero reveló una impresionante reducción del **64.34%** en el número de clientes no atendidos, pasando de 429 a 153 respectivamente. Este logro refleja el compromiso de la empresa con la mejora continua y la excelencia en el servicio al cliente.

Asimismo, al considerar el mes de marzo, la tendencia positiva persiste con solo 112 clientes sin atención, lo que demuestra una consolidación aún mayor en la capacidad de respuesta y la eficacia operativa. En este sentido, durante el trimestre, se superó la cuota establecida en un **15.93%** con respecto al mes anterior, destacando el compromiso y la dedicación del equipo de ventas para alcanzar y superar los objetivos propuestos.

Estos resultados alentadores subrayan el impacto positivo de las estrategias implementadas para optimizar la gestión de ventas, así como la capacidad de adaptación y mejora continua de la empresa en un entorno dinámico y competitivo.

# APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE MARZO

## Resultados de Captación de Nuevos Clientes

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JEAN CARLOS HERNANDEZ	PANADERIA LA GRACITANA 2020, C.A.	25/03/2024	1
JEAN CARLOS HERNANDEZ	EL PARAISO DE LOS GOLFEADOS, C.A.	26/03/2024	2

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
YASENY DEL CARMEN ROJAS	SUPERMERCADO FORTUNA 2027, C.A	11/03/2024	1
YASENY DEL CARMEN ROJAS	CONFITERIA MAIKOL GANGA, C.A	11/03/2024	2
YASENY DEL CARMEN ROJAS	PRODUCTOS ALIMENTICIOS AL GRANEL PAG, C.A	27/03/2024	3

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
CARLOS FIGUEROA	LIBELULAS BAKERY C.A	19/03/2024	1

# APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE MARZO

## Resultados de Captación de Nuevos Clientes

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
ALEXIS LOPEZ	FELIX XAVIER OROPEZA RODRIGUEZ	01/03/2024	1
ALEXIS LOPEZ	COMERCIAL J C R 168, C.A	06/03/2024	2
ALEXIS LOPEZ	COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA LA CHINA, C.A	06/03/2024	3
ALEXIS LOPEZ	COMERCIAL COKIADO'S, C.A.	11/03/2024	4
ALEXIS LOPEZ	INVERSIONES MAMPABLO C.A.	14/03/2024	5
ALEXIS LOPEZ	PANADERIA Y PASTELERIA ALFAJORES BAKERYC.A	20/03/2024	6

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
ANGEL LINDO	INVERSIONES AFERLAMA PTO L-01, F.P	13/03/2024	1
ANGEL LINDO	EL PALACIO DE LA REPOSTERIA, C.A.	18/03/2024	2

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
MILITZA GUEDES	FARMAVISTA, C.A	13/03/2024	1

# APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE MARZO

## Resultados de Captación de Nuevos Clientes

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JULLIE CORRADO	GOUMARKET 17, C.A.	01/03/2024	1
JULLIE CORRADO	CHARCUTERÍA TACHIRA 2000, C.A.	04/03/2024	2
JULLIE CORRADO	INVERSIONES AJ Y SJ 012022, C.A	06/03/2024	3
JULLIE CORRADO	MERCANOVA 22, C.A	12/03/2024	4
JULLIE CORRADO	GASTON ENRIQUE DAVILA ROJAS	18/03/2024	6
JULLIE CORRADO	INDUSTRIA SAN ROMAN, C.A	21/03/2024	7
JULLIE CORRADO	COMERCIALIZADORA VIRGEN DEL VALLE 2012, C.A.	25/03/2024	8

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JACKELINE PANTALEON	DISTRIBUIDORA WIE 2023 C.A	01/03/2024	1
JACKELINE PANTALEON	INVERSIONES JMPINTO 2012, C.A.	04/03/2024	2
JACKELINE PANTALEON	DELICATESES ROMA, C.A.	13/03/2024	3
JACKELINE PANTALEON	LA BAGUETINA GOURMET, C.A.	20/03/2024	4

# APERTURA DE NUEVOS CLIENTES

RESULTADOS MES DE MARZO

## Resultados de Captación de Nuevos Clientes

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
DANGELO ANDRADE	0206 INVERSIONES, C.A.	01/03/2024	1
DANGELO ANDRADE	CARTAGENA RESTAURANTE, CA	06/03/2024	2
DANGELO ANDRADE	COMERCIALIZADORA CLARNEL, C.A	18/03/2024	3
DANGELO ANDRADE	DISTRIBUIDORA MIRANDA, CA.	18/03/2024	4
DANGELO ANDRADE	COMERCIAL ALDILA C.A.	18/03/2024	5

ASESOR	CLIENTES	FECHA DE CREACION	CANTIDAD
JAIME VARGAS	DELSYS REPOSTERIA ROXIJHO, C.A	01/03/2024	1
JAIME VARGAS	CARNICERIA PERICO, S.R.L.	04/03/2024	2

TOTAL CLIENTES CREADOS	34
------------------------	----



# LOS MEJORES CLIENTES

RESULTADOS MES DE MARZO

## Listado de los 20 Clientes con más Ventas en el Mes de Marzo

NRO	CODIGO	DESCRIPCION	VENTAS MONTO BASE	TOTAL EN PORCENTAJE
1,00	J306108726	DISTRIBUIDORA JORXA C.A.	9.979,18	3,68%
2,00	J305065616	PLANSUAREZ, C.A.	8.104,74	2,99%
3,00	9688	AL QUADRADO PIZZA, C.A.	7.472,40	2.76%
4,00	9729	BI WORLD, C.A.	6.901,72	2.54%
5,00	J001598693	PASTA MORANDI C.A.	5.170,50	1.91%
6,00	500542502	LÁCTEOS FLOR DE CATIA, C.A	4.785,80	1.76%
7,00	J003720224	AUTOMERCADO LA MURALLA C.A.	4.557,82	1.68%
8,00	J307931094	RESTAURANT PIDA POLLO, C.A.	4.280,28	1.58%
9,00	J306248366	INVERSIONES DELEITE CAFE MERCADO, C.A.	4.162,41	1.53%
10,00	J298782366	AUTOMERCADOS FRESCO MARKET AFN, C.A.	3.580,87	1.32%
11,00	9694	INSIDE MARKET, C.A	3.520,62	1,30%
12,00	9749	HOSPEDALES RESTAURANT, CA	3.355,20	1,24%
13,00	9654	INVERSIONES GRAN BAZAR 27, CA	3.090,00	1,14%
14,00	J310426589	PESTANA LACTEA, C.A.	2.927,00	1,08%
15,00	9759	GROUP MUKUM 0274, C.A.	2.597,77	0,96%
16,00	J404678824	AVILA MARKET, C.A	2.388,60	0,88%
17,00	J409173399	SUMINISTROS GLOBAL J2, C.A.	2.339,38	0,88%
18,00	J008690480	MI NEGOCIO SUPERMERCADOS, C.A.	2.327,90	0,86%
19,00	9709	PIZZA MIA, C.A.	2.320,28	0,86%
20,00	9741	REPRESENTACIONES 0104, C.A.	2.059,85	0,76%

# PRODUCTOS MAS VENDIDOS

## RESULTADOS MES DE MARZO

### Listado de los 20 Productos más Vendidos en el mes de Marzo

NRO	DESCRIPCION	TOTAL UNIDADES	TOTAL NETO	PORCENT
1	CHAMPIÑON LAMINADO PRIMERA 6 UND X 2500 GR	347,00	19.918,37	7,37
2	CREMA CHANTILLY AZUCARADA TOPPING EXPRESS 12 UND X 1 LT L3345	370,00	14.017,21	5,19
3	TOMATE PELADO RISCOSSA 6 UND X 2500 GR	314,00	13.209,05	4,89
4	TOMATE PELADO LA FRAGUA 6 UND X 2500 GR	206,00	9.244,77	3,42
5	TOMATE EN PASSATA RISCOSSA 12 UND X 680 GR	323,00	8.007,57	2,96
6	MELOCOTON EN ALMIBAR LIGERO MITADES EXTRA 6 UND X 2500 GR	136,00	7.574,04	2,80
7	ACEITUNAS NEGRAS EN RODAJAS LATA 6 UND X 3100 GR	124,00	7.572,19	2,80
8	MAYONESA LA FRAGUA 4 UND X 3600 ML	120,00	6.692,21	2,48
9	PASTA LINGUE PASSERI RISCOSSA 24 UND X 500 GR	207,00	6.440,05	2,38
10	MELOCOTON EN ALMIBAR MITADES EXTRA 12 UND X 840 GR	150,00	5.935,17	2,20
11	ACEITE DE GIRASOL SIERRA DEL SUR 15 UND X 1 LT	108,00	5.472,29	2,03
12	FILETES DE ANCHOA EN ACEITE DE GIRASOL 25 UND X 45 GR	143,00	5.212,00	1,93
13	SIROPE DE CHOCOLATE 6 UND X 1200 GR	144,00	4.735,55	1,75
14	PASTA SPAGHETTI GLUTEN FREE RISCOSSA 12 UND X 400 GR	115,00	4.330,37	1,60
15	PASTA PENNE ZITE RIGATE RISCOSSA 24 UND X 500 GR	129,00	4.143,18	1,53
16	PASTA PENNE GLUTEN FREE RISCOSSA 12 UND X 340 GR	114,00	4.004,81	1,48
17	PIÑA EN RODAJAS EN ALMIBAR LIGERO 6 UND X 3050 GR	61,00	3.887,84	1,44
18	ACEITUNAS VERDES RELLENAS DE SALMON 12 UND X 350 GR	166,00	3.851,48	1,43
19	PASTA SPIRALI GLUTEN FREE RISCOSSA 12 UND X 340 GR	103,00	3.586,26	1,33
20	CAJA DE PIZZA LA FRAGUA 50 UND X 40 X 40 CM	123,00	3.425,33	1,27

# PRODUCTOS QUE NO TIENEN SALIDA

## RESULTADOS MES MARZO

CODIGO	MODELO	DESCRIPCION	STOCK
7591072000638	UNDERWOOD	SALSA DIABLITOS UNDERWOOD PARA PASTA 12 UND X 490 GR	1,00
7591072000645	UNDERWOOD	SALSA NAPOLITANA CON QUESO UNDERWOOD 12 UND X 490 GR	2,00
7591072005848	FRESCARINI	SALSA NAPOLITANA CON PARMESANO 12 UND X 490 GR	1,00
8436006910654	LA FRAGUA	PEPINILLOS SABOR ANCHOA 24 UND X 345 GR	1,00

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

Tras una minuciosa evaluación de nuestra gama de productos, hemos identificado tendencias intrigantes que merecen ser destacadas. Por un lado, algunos productos han demostrado un rendimiento destacado al mantenerse consistentemente entre los 20 más solicitados. Esta selección exclusiva ha cimentado una reputación sólida y continúa siendo la preferida por nuestros clientes, lo que atestigua tanto su calidad como la fidelidad de los consumidores hacia ellos. Sin embargo, hemos observado una dinámica dispar en otro conjunto de productos que enfrentan desafíos en términos de demanda. Estos artículos encuentran obstáculos para ganar terreno en el mercado y no logran posicionarse entre los más vendidos. Resolver esta situación requiere un análisis exhaustivo de los factores que podrían estar afectando su aceptación en el mercado, con el fin de desarrollar estrategias eficaces que mejoren su rendimiento y relevancia.

## CUOTAS PARA EL MES DE ABRIL 2024

ASESORES DE VENTAS	MONTO FACTURADO ULTIMOS 3 MESES	METAS X VENDEDOR	PORCENTAJE AUMENTADO X VENDEDOR	RESULTADO DEL PORCENTAJE AUMENTADO	CUOTA TOTAL ABRIL
Yaseny Rojas	17.079,36	5.693,12	60,00%	3.415,87	9.108,99
Jean Hernández	40.904,86	13.634,95	60,00%	8.180,97	21.815,93
Alexis López	72.576,99	24.192,33	20,00%	4.838,47	29.030,80
Dangelo Andrade	120.606,71	40.202,24	10,00%	4.020,22	44.222,46
Jackeline Pantaleon	75.727,67	25.242,56	20,00%	5.048,51	30.291,07
Angel Lindo	106.838,60	35.612,87	20,00%	7.122,57	42.735,44
Jaime Vargas	53.714,85	17.904,95	40,00%	7.161,98	25.066,93
Militza Guedez	48.992,35	16.330,78	30,00%	4.899,24	21.230,02
Julliet Corrado	98.337,09	32.779,03	20,00%	6.555,81	39.334,84
Carlos figueroa	85.652,00	28.550,67	20,00%	5.710,13	34.260,80
<b>TOTALES</b>	<b>720.430,48</b>	<b>240.143,49</b>	<b>30,00%</b>	<b>56.953,77</b>	<b>297.097,27</b>

# CIERRE DEL PLAN DE INCENTIVOS DEL MES DE MARZO 2024

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

VENEDORES	FACTURA- CION 0,10%	META FACTURACION	SUPERADA POR	COBRANZAS 0,10%	META DE COBRANZAS	SUPERADA POR	TOTAL GANADO
NO	HUBO	GANADORES	ESTE	MES	MARZO	2024	0
						TOTALES	0,00

## Ganadores del incentivo cartera de clientes y efectividad

VENEDORES	REACTIVACION CARTERA DE CLIENTES 80%	NUEVOS CLIENTES (3)	TOTAL A PAGAR
ALEXIS LOPEZ	80,30%	6	46,70 \$
JULLIE CORRADO	81,80%	7	76.41 \$
DANGELO ANDRADE	88.9%	5	82.52 \$
		TOTAL	205.63 \$

# POSICION DE VENDEDORES

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

NRO	DESCRIPCION	VENTAS MONTO BASE	TOTAL EN PORCENTAJE
1,00	DANGELO ANDRADE	37.587,85	13,10
2,00	JULLIE CORRADO	27.902,23	11,31
3,00	CARLOS FIGUEROA	27.012,52	9,97
4,00	JACKELINE PANTALEON	22.649,96	8,47
5,00	ALEXIS LOPEZ	21.410,48	8,18
6,00	ANGEL LINDO	19.831,03	7,54
7,00	JAIME VARGAS	16.666,02	6,28
8,00	JEAN CARLOS HERNANDEZ	13.253,68	5,11
9,00	YASENY DEL CARMEN ROJAS	9.142,51	3,44
10,00	MILITZA GUEDES	6.622,86	2,55
Totales:		202.079,14	75,94

## CONCLUSIÓN DE VENTAS DEL MES DE MARZO

En conclusión, el análisis exhaustivo del cierre de ventas del mes de marzo de 2024 revela un panorama desafiante para nuestra empresa. A pesar de los esfuerzos realizados por nuestro equipo, lamentablemente no logramos alcanzar ni la facturación esperada ni las metas de cobranza establecidas para este período. Este resultado decepcionante puede atribuirse en gran medida a dos factores principales: los quiebres de inventario en productos de alta rotación y la influencia significativa de la temporada de Semana Santa en los patrones de compra de nuestros clientes.

Los quiebres de inventario representaron un desafío considerable durante el mes de marzo. La demanda imprevista y la dificultad para reponer ciertos productos provocaron una falta de disponibilidad en nuestro stock, lo que afectó directamente nuestra capacidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y, en última instancia, para alcanzar nuestras metas de facturación.

A pesar de nuestros esfuerzos por optimizar la gestión de inventario, los desafíos logísticos y la complejidad de la cadena de suministro contribuyeron a esta situación. Además, la temporada de Semana Santa tuvo un impacto significativo en nuestros resultados comerciales. Durante este período, observamos una disminución en la actividad de compra, ya que muchos de nuestros clientes se encontraban ocupados con celebraciones familiares y viajes. Esta reducción en la demanda afectó directamente nuestras ventas y, por ende, nuestras cifras de facturación y cobranza.

Para abordar estos desafíos y fortalecer nuestra posición en el mercado, es crucial implementar medidas correctivas y estratégicas. Esto incluye la optimización de nuestros procesos de gestión de inventario para evitar futuros quiebres y garantizar una disponibilidad constante de productos. Asimismo, debemos desarrollar estrategias de ventas y marketing adaptadas a las fluctuaciones estacionales del mercado, aprovechando al máximo las oportunidades comerciales y minimizando los impactos negativos de eventos como la temporada de Semana Santa.