

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga

Universidad Santo Tomás

Informe de Práctica Empresarial en Bavaria S.A

Julián Camilo Londoño Parra

**Informe de práctica profesional presentado como requisito
para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales**

Tutor:

Edgar Cuellar

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2018

Contenido

	Pág.
Introducción.....	6
1. Justificación.....	7
2. Objetivo General.....	8
2.1 Objetivo Específico.....	8
3. Perfil de la Empresa.....	9
3.1 Razón Social Bavaria S.A	9
3.2 Objeto social de Bavaria S.A	9
3.3 Principios de Bavaria S.A	12
3.4 Organigrama de Bavaria S.A	13
3.5 COPEC	14
3.6 Nuestras Marcas.....	14
3.6.1 Marcas Globales.....	15
3.6.2 Marcas Premium.....	15
3.6.3 Marcas Core.....	15
3.6.4 Maltas.....	15
4. Cargo y Funciones.....	16
4.1 Cargo a Desempeñar.....	16
4.2 Funciones Asignadas.....	16
4.3 Descripción de las funciones	17
5. Marco Jurídico.....	18
5.1 Responsabilidad por documentos y papeles importantes.....	19

INFORME DE PRÁCTICA LA BAVRIA

S.A

3

5.2 Responsabilidad por equipos, herramientas y lugar de trabajo.....	20
5.3 Responsabilidad en ISO 9001:2008 e ISO14001:2004.....	20
5.4 Responsabilidad en el Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo SG-SST.....	20
5.5 Responsabilidad por contactos.....	21
5.6 Responsabilidad por errores.....	21
6. Aportes.....	22
7. Conclusiones.....	23
Referencias Bibliográficas.....	24
Apéndices.....	24

GLOSARIO

Importación: Se denomina importación a la acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos.

TRAX: Aplicación usada exclusivamente por la compañía para hacer seguimiento a ejecución de material POP y equipos frío mediante fotos a los clientes.

Salesforce: Plataforma de gestión de relación con los clientes número 1 en el mundo, es una aplicación basada en la nube para ventas, servicio, marketing y otras áreas.

DALE: Acronimo para Disponibilidad, Adherencia, Lineal exhibición, Equipos de frío, pilares que todos los clientes deben cumplir.

Insumo: todo aquello disponible para el uso y el desarrollo de la vida humana, desde lo que encontramos en la naturaleza, hasta lo que creamos nosotros mismos, es decir, la materia prima de una cosa.

Agente de carga internacional: También "Transportista". El que realiza y recibe embarques, consolida y desconsolida carga y actúa como operador de transporte multimodal.

Invima: Ente dedicado al control y vigilancia la calidad y seguridad de los productos farmacéuticos y alimenticios.

SAP: Es un sistema informático. Se alimenta de los datos que se cargan y procesan dentro de un entorno, y el sistema se encargará (de acuerdo a la configuración realizada por el usuario - consultores SAP) de producir con esos datos información útil para la toma de decisiones y la

exposición de esos datos de forma tal que puedan ser interpretados por los interlocutores interesados.

Resumen

En el siguiente trabajo realizado se evidenciará el desarrollo de la práctica empresarial como auxiliar de Trade Marketing donde se verá toda la planeación, dirección y ejecución del cargo asumido.

En este informe se mostrará de manera detallada la información sobre la empresa y el trabajo realizado como practicante de Bavaria S.A, como también las metas alcanzadas, experiencias vividas y conocimientos adquiridos durante el periodo de la práctica empresarial.

Introducción

Este proyecto de la práctica empresarial está justificado en la experiencia vivida dentro de Bavaria, en la cual me dio una oportunidad de aprendizaje donde adquirí inmensidad de conocimientos tanto en la parte Marketing como en los diferentes departamentos administrativos que se encontraban laborando dentro de la empresa. Por otra parte, resaltar la gran importancia de esta compañía que hace parte de la multinacional Ab In Bev, la cervecera más grande a nivel mundial.

Esta modalidad de proyecto de grado hizo que tanto a nivel personal y académico como a nivel profesional y laboral entendiera el proceso de planeamiento, direccionamiento y ejecutabilidad en el ámbito administrativo, dado que cada departamento es parte fundamental para el buen funcionamiento y viabilidad de la empresa en afines económicos y sociales.

1. Justificación

Las prácticas empresariales es una herramienta muy importante para aplicar los conocimientos teóricos adquiridos, como a su vez aprender y enriquecer el perfil laboral, a través de habilidades necesarias para lograr la eficiencia en el trabajo. Además, da un panorama en lo que se refiere al mundo laboral, de encontrarse preparado para actuar de la manera más adecuada en las situaciones que se puedan presentar, de esta forma podemos generar y complementar habilidades la cuales ya eran parte de nuestro perfil profesional y que servirán para el transcurso de la vida como profesional.

2. Objetivo general

Aplicar, fortalecer y complementar los conocimientos adquiridos durante los años de formación profesional, para desarrollar habilidades competitivas, eficientes y eficaces para el entorno laboral.

2.1. Objetivos Específicos

- Desarrollar un trabajo eficaz por medio de los conocimientos obtenidos durante la formación académica
- Adquirir experiencia en el proceso y realización de proyectos en el ámbito laboral.
- Solucionar problemas, tomar decisiones adecuadas y elaborar estrategias.
- Alcanzar una posición crítica y activa frente a los casos reales que se presentan en la compañía.

3. Perfil de la empresa

3.1. Razón Social

Bavaria S.A.

3.2. Objetivo social de la Empresa

1. La fabricación de cervezas, la producción y transformación de bebidas alimenticias, o fermentadas o destiladas así como la fabricación, producción y transformación de toda clase de bebidas tales como refrescos, refajos, jugos, aguas lisas, aguas carbonatadas y aguas saborizadas; la adquisición, enajenación, comercialización, distribución, importación, exportación, almacenamiento y expendio no solo de sus propios productos sino también los de otros fabricantes relacionados con estos ramos industriales.
2. La adquisición, enajenación, fabricación, procesamiento, transformación, almacenamiento, distribución, importación, exportación, comercialización y beneficio de materias primas, productos semielaborados subproductos y demás elementos propios para las industrias de cervezas y de bebidas.
3. La adquisición, posesión, dar o tomar en arrendamiento o a otro título y la enajenación, de instalaciones, maquinaria industrial, muebles u otros implementos o activos destinados

a la dotación, funcionamiento y explotación de empresas industriales, comerciales o de servicios, y establecer y explotar fábricas para el desarrollo industrial de cervezas y bebidas en general y subproductos de éstas.

4. La constitución de sociedades o empresas cualquiera sea su naturaleza u objeto o la vinculación a ellas, mediante la adquisición o suscripción de acciones, partes o cuotas de interés social o haciendo aportes de cualquier especie.
5. La adquisición, posesión y explotación de patentes, nombres comerciales, marcas, secretos industriales, licencias u otros derechos constitutivos de 2 propiedad industrial, la concesión de su explotación a terceros, así como la adquisición de concesiones para su explotación.
6. La prestación de servicios de estiba y desestiba, cargue y descargue de mercancías en muelles privados marítimos o fluviales, manejo terrestre y porteo de la carga, reconocimiento y clasificación, pesaje y cubicaje, recepción de lastre de basuras y almacenamiento. Igualmente, de administración de muelles, de bodegas y silos de almacenamiento y demás servicios conexos que requiera para actuar como operador portuario.
7. La administración de depósitos aduaneros privados y zonas primarias aduaneras, de conformidad con las normas vigentes sobre la materia.
8. La adquisición, comercialización, exportación, importación, enajenación, gravamen, administración, construcción, dar o recibir en arrendamiento o a otro título, de plantas, maquinaria o equipo agrícola, instalaciones industriales, factorías y establecimientos comerciales que estén relacionadas o sean conexas o complementarias con las actividades anteriormente descritas.

9. La adquisición, enajenación, posesión, dar o tomar en arrendamiento o a otro título, de instalaciones, maquinarias industriales, muebles u otros implementos o activos destinados a la dotación, funcionamiento y explotación de empresas industriales, comerciales o de servicios.

En desarrollo de su objeto la sociedad podrá adquirir, arrendar, gravar, prestar y enajenar bienes muebles e inmuebles, administrarlos, darlos o tomarlos en administración o arriendo, negociar títulos valores, celebrar contratos de mutuo con o sin interés, constituir cauciones reales o personales en garantía de las obligaciones que contraiga la sociedad, sus accionistas o sociedades o empresas en las que tenga interés, siempre que, en los dos últimos casos se cuente con el previo visto bueno de la Junta Directiva; formar parte de otras sociedades o empresas cualquiera sea su naturaleza u objeto, o la vinculación a ellas, mediante la adquisición o suscripción de acciones, partes o cuotas de interés social o haciendo aportes de cualquier especie; incorporar otras sociedades o fusionarse con ellas; comprar y vender, importar y exportar cualquier clase de bienes, artículos o mercaderías relacionados con los negocios principales, y en general, ejecutar, desarrollar y llevar a término todos aquellos actos o contratos relacionados directamente con los que constituyan su objeto social. Así mismo, podrá la sociedad promover investigaciones científicas o tecnológicas tendientes a buscar nuevas y mejores aplicaciones dentro de su campo ya sea directamente o a través de entidades especializadas, o de donaciones o contribuciones a entidades científicas, culturales o de desarrollo social del país.

Dirección:

Ciudad: Bogota

Teléfono:

Pagina Web: www.bavaria.com.co

Correo:

Jefe Inmediato: Laura Ruiz Gomez

Cargo: Gerente Trade Marketing Regional Centro.

3.3. Principios

En Bavaria, a diferencia de otras compañías, no se maneja el concepto clásico de Misión y Visión, en cambio, se manejan 10 principios fundamentales que son basados en 3 pilares principales; Sueño, Gente, Cultura. Estos 10 principios son:

Sueño:

1. nuestro sueño compartido nos motiva a todos a trabajar en la misma dirección para ser: la mejor compañía cervecera uniendo a la gente por un mundo mejor.

Gente:

2. nuestra mayor fortaleza es la gente. La gente excelente crece en la medida de su talento y es retribuida en consecuencia.
3. Seleccionamos, desarrollamos y retenemos a las personas que pueden ser mejores que nosotros, nos juzgaran por la calidad de nuestros equipos.

Cultura:

4. Nunca estamos completamente satisfechos con los resultados que son el motor de nuestra compañía. El foco y las cero complacencias garantizan una ventaja competitiva duradera.
5. El consumidor manda. Servimos a nuestros consumidores ofreciendo experiencias de marca que tienen un papel en sus vidas y siempre de forma responsable.
6. Somos una compañía de dueños, los dueños asumen los resultados como algo personal.
7. Creemos en el sentido común y la simplicidad generalmente son mejores guías que la sofisticación y la complejidad innecesarias.
8. Liderar mediante el ejemplo personal, es el corazón de nuestra cultura. Hacemos lo que decimos.
9. Controlamos estrictamente nuestros costos para liberar recursos mantendrán un crecimiento sostenible y lucrativo de nuestros ingresos.
10. Nunca tomamos atajos. La integridad, el trabajo duro, la calidad y la responsabilidad son la clave para construir nuestra compañía.

3.4. Organigrama de Bavaria BU Colombia.



Figura 1. Organigrama
Fuente: Bavaria S.A

3.5. COPEC (Colombia-Peru-Ecuador)



Figura 2. Estructura COPEC
Fuente: Bavaria S.A

3.6. Portafolio de productos y/o Servicios de la Empresa

3.6.1 Línea de marcas globales

- Stella Artois
- Corona

- Budweiser

3.6.2 Línea Premium

- Club Colombia
- Redd's

3.6.3 Línea Core

- Aguila
- Aguila Light
- Aguila Cero
- Poker
- Poker Ligera
- Costeña
- Costeñita
- Cola & Pola

3.6.4 Línea de Maltas

- Pony Malta
- Malta Leona

4. Cargo y funciones

4.1. Cargo a desempeñar

Auxiliar Trade Marketing, Regional Centro.

4.2. Funciones Asignadas

- 1) Generar informes para la gerencia de Trade Marketing de ejecución en programas de mercado dirigidos a los clientes.
- 2) Soportar el control y seguimiento a los proveedores en implementación de clientes y validación presupuestal.
- 3) Gestión de inventarios de activos comerciales tales como equipos de frio y mobiliario en pro de mejorar la productividad.
- 4) Apoyar la logística para las reuniones matinales y súper-matinales actualizando la presentación de resultados.
- 5) Analizar información relevante de clientes como volumen, segmentación, para focalizar los recursos buscando el mejor retorno de la inversión con el fin de capitalizar oportunidades.
- 6) Interactuar con las gerencias de ventas en el día a día para el seguimiento a la ejecución.
- 7) Revisar órdenes de compra, para que los proveedores despachen la mercancía solicitada y no haya ningún error en referencia o cantidad de productos.
- 8) Apoyo logístico a eventos de nivel nacional; Corona Sunsets, Oktoberfest, Picnic de Andres Carne de Res.
- 9) Acondicionamiento de Mercancía de manera esporádica.

4.3 Descripción de las funciones realizadas

1. Seguimiento a ejecución diaria de la fuerza de ventas en los puntos de venta mediante TRAX, la cual es una aplicación interna que se utiliza en Bavaria para consolidar este tipo de datos los cuales son recopilados y mediante bases de datos deben ser analizados para luego accionar en todos los KPIs.

2. Seguimiento a los diferentes planes de mercado que se manejan, los cuales son: Tienda Aliada, Club Bavaria, Aliado del Rey, Puntos Malteros, Milla Extra, Rey Bud.
3. Manejo de base de datos de aproximadamente 110.000 clientes a nivel del regional centro, manteniéndola actualizada para continuo seguimiento.
4. Manejo de la distribución de materia POP para toda la regional, asignado estos recursos según share de cada gerencia.
5. Coordinación de logística de movilización de equipos de frio a clientes de tipología A y B, quienes son los más importantes en cuanto a volumen de ventas para la compañía.
6. Manejo de contratos de clientes que firman con algún programa de mercado mencionado anteriormente, consolidación y archivo de cada uno según gerencia.
7. Apoyo en la logística de eventos a nivel de la regional, coordinando logística de rutas de camiones para garantizar una buena ejecución.

5. Marco jurídico

El marco jurídico en el cual se basaron las labores a realizar, son las responsabilidades establecidas por la Bavaria S.A para el cargo de auxiliar de la gerencia de Trade Marketing.

5.1 Responsabilidad por documentos y papeles importantes:

Garantizar el uso adecuado y la confidencialidad de: Bases de datos de clientes, Ingreso de Mercancías, Facturas a proveedores, los cuales deberán ser entregados en caso de desvinculación o de ausencia mayor a tres días por: vacaciones, incapacidad, licencia; a través de un acta de entrega del cargo debidamente firmada para efectos de liquidación y paz y salvo.

5.2 Responsabilidad por equipos, herramientas y lugar de trabajo:

Garantizar el buen uso y adecuado estado de: Computador, Calculadora, Teléfono, carnet, dotación, tarjetas de acceso, puesto de trabajo, cuenta de correo corporativa, los cuales deberán ser entregados en caso de desvinculación o de ausencia mayor a 3 días Hábiles por: vacaciones, incapacidad, licencia; a través de un acta de entrega del cargo debidamente firmada para efectos de liquidación y paz y salvo.

5.3 Responsabilidad en ISO 9001:2008 e ISO14001:2004

5.3.1. Implementar los procesos correspondientes al área de trabajo.

5.3.2 Llevar registro de las actividades en los formatos definidos del SG de la empresa.

5.3.3 Informar y llevar a cabo el análisis de causas de no conformidades y actividades de mejora en su área de trabajo.

- 5.3.4 Diseñar, implementar y dar seguimiento a los indicadores de gestión propios del área de trabajo.**
 - 5.3.5 Participar activamente en las actividades que desarrolle la empresa en materia ambiental y del SG.**
 - 5.3.6 Informar al asesor de mejora continua o jefe inmediato sobre incidentes y accidentes ambientales observados en los lugares de trabajo.**
 - 5.3.7 Cumplir con las políticas y normas ambientales establecidas por la empresa**
 - 5.3.8 Contribuir con el cuidado del Medio Ambiente, mediante el ahorro de los recursos naturales no renovables (Agua y Energía eléctrica).**
 - 5.3.9 Disponer adecuadamente los residuos.**
 - 5.3.10 Reutilizar al máximo el papel de impresión disminuyendo el desperdicio y su consumo.**
 - 5.3.11 Registrar todas y cada una de las capacitaciones, charlas, afiches, videos, actividades de aprendizaje y toda clase de reuniones que tengan una duración de 5 segundos en adelante, para dar conocimiento a los asociados de Bavaria (cliente interno) y a todos nuestros clientes externos.**
- 5.4 Responsabilidad en el Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo SG-SST.**
- 5.4.1 Utilizar los elementos de protección personal, velar por su cuidado e informar cualquier novedad de los mismos.**
 - 5.4.2 Alertar a sus supervisores u organización de posibles riesgos.**
 - 5.4.3 Comunicar los cambios que se produzcan en el lugar de trabajo.**

- 5.4.4 Solicitar a la empresa que adopte las medidas oportunas y presentar propuestas para reducir los riesgos o eliminarlos en su origen.**
- 5.4.5 Colaborar para que la organización pueda garantizar un entorno de trabajo seguro y la implementación del SG-SST.**
- 5.4.6 Velar por su autocuidado y el de sus compañeros de trabajo frente a los actos inseguros o riesgos que se identifiquen.**
- 5.4.7 Participar activamente de las capacitaciones y demás actividades desarrolladas en el SG-SST.**
- 5.4.8 Informar cualquier novedad relacionada con su estado de salud.**
- 5.4.9 En caso de presentarse incapacidad laboral, deberá entregarse el soporte máximo en 2 días desde la expedición del mismo en el área de Gestión Humana.**
- 5.4.10 Entregar los documentos necesarios y requeridos oportunamente para la gestión de procesos administrativos en incapacidades por el motivo que sean.**
- 5.4.11 Someterse a las instrucciones y tratamiento que ordene el médico que lo haya examinado así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o alguno de ellos ordene la 5.4.12 Empresa en determinados casos.**
- 5.4.13 Comprender la política de seguridad y salud en el trabajo.**
- 5.4.14 Reportar oportunamente los incidentes y accidentes de trabajo.**
- 5.4.15 Participar en la realización de exámenes médicos de ingreso, periódicos o de retiro.**

5.5 Responsabilidad por contactos

Tener conocimiento de las políticas y actividades de la entidad para la presentación u obtención de la información de contactos frecuentes con clientes internos y externos.

Aquellos que sean exteriores a la organización y propios del ejercicio de su labor en caso de desvinculación o de ausencia mayor a tres días por: vacaciones, incapacidad, licencia; deberán ser entregados en un acta de entrega especificando nombre completo, dirección, teléfono, actividades pendientes y toda información que sea relevante para efectos de liquidación y paz y salvo.

5.5 Responsabilidad por errores

Enviar la información con un respaldo al momento de generar algún tipo de pedido a proveedores, validar todo tipo de información con el jefe directo.

6. Aportes

- Creación de formato de reporte de novedades en cuanto a TRAX, equipos de frio, programas de mercado, esto con el fin de tener consolidada la información para poder dar solución a cada una de estas en un menor tiempo. (Apéndice I)
- Mejora del formato para medición de DALE.
- Mejora en la consulta de información de los ruterros de la regional para la consulta de información.
- Cambiar proveedores de servicios de material POP que prestaban estos a la regional anteriormente con retrasos en entregas, con el nuevo proveedor las entregas son en menor tiempo.
- Mejora en formato de seguimientos a programas de mercado.
- Automatización de formato de seguimiento de TRAX mediante implementación de tablas dinámicas actualizables en Excel.

Conclusiones

- Formar parte de una multinacional como Anheuser-Busch InBev ha sido una de las experiencias mas gratificantes para mi crecimiento personal y profesional, el nivel de exigencia y de calidad es de los mas altos a nivel mundial n todos los aspectos, desde su operación hasta su capital humano.
- He reafirmado mi pasión y gusto hacia el área de ventas, la cual es el core del negocio, es la base y el motor de toda compañía de consumo masivo.
- Se debe estar preparado ante cualquier eventualidad u obstáculo que se presente durante el desarrollo de las actividades para de estar forma dar el cumplimiento exitoso de estas mismas.
- Durante el desarrollo de mis prácticas empresariales logre desarrollar nuevos conocimientos y habilidades, como también emplear las bases adquiridas en la Universidad para el desarrollo de mi carrera como profesional de negocios internacionales.

Referencias bibliográficas

Bavaria S.A Nuestros principios

<https://www.bavaria.co/acerca-de-nosotros/ser-parte-de-abinbev-bavaria>

Bavaria S.A Nuestras Marcas

<https://www.bavaria.co/marcas-bavaria/explorador-de-marcas>

Bavaria S.A Historia de la cerveza

<https://www.bavaria.co/cerveza/historia-de-la-cerveza-bavaria>

Apéndices

Apéndice A. Seguimiento de KPIs DALE

DALE - REGIONAL CENTRO															
Unidad	Puntaje	Masio	30	25	30	15	Score	ENCUESTAS							
Regional	Disp	Frio	Precio	Vis	Score	META	REAL	%	PENDIENTE						
CO Centro	13	18	14	9	54	106.612	33.918	80%	12.634						
ENCUESTAS															
Etiquetas de fila	Disp	Frio	Precio	Vis	Score	META	REAL	%	PENDIENTE						
CO GC Bog Centro	11	19	12	9	52	14.143	13.317	94%	826						
CO GC Tibasosa	14	21	18	9	62	11.676	11.281	97%	395						
CO GC Bog Occidente	14	20	14	9	56	16.634	15.050	90%	1.564						
CO GC Bog Norte	13	19	14	10	55	18.094	15.640	86%	2.454						
CO GC Tocanopia	14	18	15	12	58	10.323	9.413	91%	310						
CO GC Bog Oriente Su	12	18	14	9	52	15.375	13.010	85%	2.365						
CO GV Centro Pblcion	16	18	15	10	60	4.163	3.912	94%	271						
COLV-Cualiva	16	17	13	9	56	1.825	1.482	81%	343						
CO GV-Tunja	14	17	15	9	55	6.281	4.828	77%	1.453						
CO GV-Mosquera	14	16	13	8	51	6.425	4.682	73%	1.743						
COLV-Figuene	15	17	16	11	58	1.653	1.303	79%	350						
ENCUESTAS															
Unidad/Negocio	Puntaje	Masio	30	25	30	15	Score	META	REAL	%	PENDIENTE	META	SCORE	REAL	%
CO CEN MAY - Centro	0	0	0	0	0	0	1	165	129	78%	36	60	1	1%	
CO CEN MER - BarBic	4	13	6	6	6	28	4.231	4.224	98%	67	65	28	43%		
CO CEN MER - Santaf	3	12	4	6	25	4.938	4.355	88%	573	60	25	41%			
CO CEN MXU - Buzer	11	11	9	7	37	1.254	1.198	96%	56	75	37	49%			
CO CEN MXU - Centro	12	12	7	6	37	1.030	1.011	98%	19	73	37	51%			
CO CEN MXU - Chipine	14	11	9	6	40	1.201	1.150	96%	51	79	40	51%			
CO CFM MXU - PArand	12	13	11	9	46	1.264	1.246	98%	18	82	46	57%			

Disponibilidad

DALE!

30%

Disponibilidad Calificada

Validar el portafolio disponible en el POC según Matriz de portafolio y tipología de cliente. Se debe tener el producto correcto, en el lugar correcto y visible al consumidor.

Debemos tener disponible en el POC como **MINIMO**:

Tipología	A	B	C	D
Core	2	2	2	1
Core +	1	1	1	1
Premium Local	2	2	1	1
Marca Global	2			
# Marcas	7	5	4	3

* Si el POC tiene portafolio competencia, debe tener Marca Global

MEDICIÓN:

Facturación Mensual en SAP/BW por POC.

Dependiendo de la categoría, el puntaje total se construye:

Disponibilidad	Puntos
Core y Core+	15
Globales y Premium Local	10
Maltas	5

* Se valida de acuerdo a la tipología

El objetivo la pregunta en Salesforce es guiar la rutina de la Excelencia en la Ejecución. No tendrá ningún puntaje en Salesforce.

Tarea: no olvidar completar Tarea Inteligente en Salesforce. Esta tarea validará que portafolio debemos reforzar en cada POC para cumplir con el motor.

Tienda Aliada y Club Bavaria: 750: 1Caja, Corona: 1 Caja, Budweiser: 2 six pack, Club Colombia: 1 Caja, Aguila RB330: 1 Caja

DALE!

Adherencia de Precio

Adherencia de Precio

Teniendo el portafolio correcto, se debe asegurar que está en el **precio CORRECTO**. Debemos trabajar el PRECIO SUGERIDO en TODO el portafolio para nuestros consumidores.

Con esto aseguramos:

- . + Tráfico
- . + Rotación
- . + Consumo en el POC
- . + Fidelización de clientes y detallistas

Todo nuestro portafolio debe estar COMUNICADO en el Equipo de Frío (Tag de Precio) y en la exhibición.

MEDICIÓN:

Preguntas en Salesforce.com junto con Fotos en Trax de \$1.500 y 750cc.

Fuente	Tipo	Descripción	Puntos
Salesforce	Pregunta	Esta Agulla Light RB330 a \$2.000?	5
		Las marcas Globales Coronita y Bud NR250cc están a \$2.500?	5
trax	Foto	Esta Agulla RB330 a \$1.500 o tiene la promo?	10
		Tiene las presentaciones 750 a \$3.000?	5
		Tiene la comunicación de Pony Malta ejecutada (Pony Recarga y Pony Malta Precio)?	5

* La disponibilidad del portafolio se validará en SAP/BW para no afectar el puntaje

30%

Tarea: no olvidar ejecutar Tarea de **trax**

Equipo de Frío

Equipo de Frío

Aseguremos que todos nuestros Equipos de Frío están bien ejecutados en el POC.

Para esto validemos:

- . Equipo en Primera Posición: debe ser el primer EF que vea al entrar al POC.
- . No contaminado.
- . Temperatura Correcta.
- . Precio Comunicado.
- . Portafolio exhibido (Mínimo debe tener exhibido en el EF:
2 Core, Core +, 1 CC, 1 GB ó BBC)

MEDICIÓN:

Preguntas en Salesforce.com junto con Fotos en Trax de Equipo de Frío Bavaria.

Fuente	Tipo	Descripción	Puntos
Salesforce	Pregunta	¿EF Bavaria está en Primera Posición?	5
		¿Tenemos espacio en la nevera del cliente con portafolio de Bavaria mayor o igual al 30%?	5
trax	Foto	Equipo de Frío está contaminado?	**
		Está bien ejecutado el Equipo de Frío (lleno, comunicación de precio (Tag de Precio), Disponibilidad)?	15

* El equipo de Frío se validará en SAP para no afectar el puntaje.

25%

Tarea: no olvidar ejecutar Tarea de **trax**

Lineal Exhibición

DALE!

15%

Lineal Exhibición

Una vez que tenemos el portafolio correcto con el precio correcto, debemos trabajar en su exhibición. Para esto, aseguremos por lo menos el **70% del espacio disponible** en el POC.

Todo nuestro portafolio debe estar exhibido ordenadamente, a la vista del consumidor y con marcación de precio.

MEDICIÓN:
Preguntas en Salesforce.com junto con Fotos en Trax de exhibición en Caliente.

Fuente	Tipo	Descripción	Puntos
	Pregunta	Exhibición de Cervezas Bavaria vs. Bebidas Alcohólicas es mayor o igual al 70%?	5
		Exhibición de Cervezas Bavaria vs. otras Cervezas es mayor o igual al 90%?	5
		Exhibición de Pony Malta vs bebidas no alcohólicas es mayor o igual al 30%?	5
	Foto	<u>Exhibición en Caliente</u>	0

Tarea: no olvidar ejecutar Tarea de

Apéndice B. Seguimiento KPIs ejecución TRAX

Gerencia	Trax AG \$1,500 NOV	Total Metas Trax AG \$1,500	Total Tareas Trax AG \$1,500	EJ Trax AG \$1,500	Cumplimiento Ys Meta AG 1,500	Var. Vs Dia Anterior AG 1,500
Total general	57,326	60,326	66,201	38,248	63%	8,239

TRAX DICIEMBRE 17 - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista ¿Qué desea hacer? Iniciar sesión Compartir

Calibri 11 A A Ajustar texto General \$ - % 000 0.00 0.00 Formato Dar formato Estilos de Insertar Eliminar Formato Autosuma Rellenar Borrar Ordenar y Buscar y Filtar y seleccionar Modificar

Portapapeles Fuente Alineación Número Celdas

AC10

Gerencia	Tras Precio 750 MGV	Total Metas Tras Precio 750	Total Tareas Tras Precio 750	EJ Tras Precio 750	EJ Promo 750	Suma Variable Precio	% EJ Promo 750	Cumplimiento Vs Meta RE
CO GC Bog Oriente Sur	3.246	3.509	3.881	6.382	708	7630	9%	73,4%
CO LV-Gualiva	988	952	1.005	595	33	688	9%	63,8%
CO GV Centro Piblozes	2.247	2.250	2.598	1957	223	1790	9%	63,8%
CO GV-Mosquera	3.725	3.450	3.531	2.304	284	2588	9%	68,8%
CO LV-Fugune	1.122	1.189	1.098	771	242	1013	22%	66,0%
CO GC Bog Occidente Sur	3.098	3.244	3.007	3.594	340	3504	10%	64,0%
CO GC Tocancipa	6.009	5.489	5.563	3.084	647	3731	12%	56,1%
CO GV-Tunja	3.948	4.389	4.074	2.325	230	2535	9%	52,8%
CO GC Bog Centro	4.459	5.729	4.175	2.866	43	2909	9%	48,3%
CO GC Tibasosa	7.140	8.183	7.421	3.983	238	4231	3%	48,8%
CO GC Bog Norte	7.125	8.852	7.257	4.316	114	4430	2%	48,8%
Total general	55.607	59.145	54.530	34.797	3742	39529	7%	53%

Gerencia	Tras Escalera Precios Nov	Total Metas Tras Escalera Precios	Total Tareas Tras Escalera Precios	EJ Tras Escalera Precios	Cumplimiento Vs Meta Escalera Precio
CO GV-Tunja	2.254	2.251	2.275	1.356	60,2%
CO GC Tocancipa	2.580	2.676	2.710	1.096	41,0%
CO LV-Gualiva	479	480	440	146	30,4%
CO GC Tibasosa	4.860	4.879	4.919	1.443	29,6%
CO GC Bog Occidente Sur	3.631	3.627	4.914	975	26,8%
CO GC Bog Norte	2.427	3.431	3.804	919	26,8%
CO GC Bog Oriente Sur	3.787	3.783	4.929	955	25,2%
CO LV-Fugune	615	613	633	149	24,3%
CO GV Centro Piblozes	1.322	1.908	1.372	422	22,1%
CO GC Bog Centro	1.656	1.655	1.970	310	18,6%
CO GV-Mosquera	1.177	1.738	1.300	257	14,8%
Total general	25.888	27.047	29.267	8.027	29,7%

Gerencia	Tras Precio 750 MGV	Total Metas Tras Precio 750	Total Tareas Tras Precio 750	EJ Tras Precio 750	EJ de Promo 750	Suma de Campo 2	% EJ Promo 750	Cumplimiento Vs Meta RE
Des Andres Parrado	380	62	440	279	80	359	19%	110,0%
Nor Estefania Menestreg	444	80	379	245	22	267	6%	306,2%
Den Andres Manilla	254	91	218	140	23	163	10%	172,8%
Des Jorge Apacito	1076	900	1049	973	58	931	6%	96,7%
Des Alexander Moreno	1.098	916	1.051	882	31	1193	30%	96,3%
Des Marco Lozada	1.259	1.021	1.192	968	52	1020	4%	94,8%
Des Daniela Cardona	1.247	950	1.234	971	107	1.078	7%	91,7%
Des Alexander Valencia	372	768	921	706	262	967	29%	96,6%

Gerencia	Tras Escalera Precios Nov	Total Metas Tras Escalera Precios	Total Tareas Tras Escalera Precios	EJ Tras Escalera Precios	Cumplimiento Vs Meta Escalera Precio
Des Daniel Loaiza	408	412	434	304	74,0%
Tun Diego Coronado	808	809	820	534	66,0%
Tun Jesus Hernandez	915	914	938	588	64,3%
Tib Vilman Celg	606	608	614	222	36,5%
Nor Estefania Menestreg	246	240	233	124	51,7%
Des Juan Rodriguez	587	582	564	288	49,0%
Des Daniel Pias	448	453	451	198	43,7%
Des Marco Lozada	730	736	932	712	46,7%

Summary BasePlan

9:37 a. m. 14/01/2019

TRAX DICIEMBRE 17 - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista ¿Qué desea hacer? Iniciar sesión Compartir

Calibri 11 A A Ajustar texto General \$ - % 000 0.00 0.00 Formato Dar formato Estilos de Insertar Eliminar Formato Autosuma Rellenar Borrar Ordenar y Buscar y Filtar y seleccionar Modificar

Portapapeles Fuente Alineación Número Celdas

AC10

Gerencia	Tras Precio \$1,800 Sep	Total Metas Tras Precio \$1,800	Total Tareas Tras Precio \$1,800	EJ Tras Precio \$1,800	Cumplimiento Vs Meta PO \$1,800	Var. Vs Dia Anterior PO \$1,800
CO GV Centro Piblozes	2.320	2.189	2.706	1.670	76,3%	253
CO GC Bog Oriente Sur	8.161	9.356	9.573	7.032	75,2%	832
CO GV-Mosquera	3.400	3.401	3.917	2.437	71,7%	239
CO LV-Fugune	903	1.146	1.238	820	71,6%	87
CO LV-Gualiva	978	827	1.112	587	71,0%	74
CO GV-Tunja	3.889	4.321	4.552	2.752	63,7%	222
CO GC Bog Occidente Sur	7.844	9.095	9.104	5.754	63,3%	582
CO GC Tibasosa	8.800	8.013	8.370	4.877	60,3%	398
CO GC Tocancipa	5.453	5.379	6.065	3.148	55,0%	445
CO GC Bog Norte	6.558	8.714	8.957	4.780	54,9%	1.046
CO GC Bog Centro	3.401	5.829	5.130	2.935	57,2%	428
Total general	49.724	58.070	60.604	36.792	63,4%	9.072

Gerencia	Tras Precio PM Nov	Total Metas Tras Precio PM	Total Tareas Tras Precio PM	EJ Tras Precio PM	Cumplimiento Vs Meta Precio PM	Var. Vs Dia Anterior Precio PM
CO GC Bog Oriente Sur	4.910	5.593	5.596	4.015	67,0%	1.324
CO GV Centro Piblozes	1.386	1.383	1.386	888	62,8%	429
CO GV-Tunja	1.244	1.570	1.571	983	62,6%	406
CO GC Tibasosa	2.753	2.745	2.742	1.685	57,7%	1.038
CO LV-Gualiva	517	549	552	316	57,4%	121
CO GV-Mosquera	2.000	2.927	2.826	1.446	51,1%	526
CO LV-Fugune	379	553	553	280	50,6%	280
CO GC Bog Occidente Sur	5.958	7.263	7.256	3.573	49,2%	1.056
CO GC Tocancipa	2.933	3.887	3.883	1.570	43,0%	1.945
CO GC Bog Norte	4.896	7.295	7.290	2.324	40,1%	1.495
CO GC Bog Centro	3.066	4.806	4.813	1.704	35,6%	598
Total general	30.140	38.581	38.588	19.263	49,9%	8.108

Gerencia	Tras Precio \$1,800 Sep	Total Metas Tras Precio \$1,800	Total Tareas Tras Precio \$1,800	EJ Tras Precio \$1,800	Cumplimiento Vs Meta PO \$1,800	Var. Vs Dia Anterior PO \$1,800
Nor Estefania Menestreg	401	90	206	229	205,0%	5
Des Andres Parrado	175	62	180	105	169,4%	2
Den Andres Manilla	194	87	188	129	148,2%	1
Des Alexander Moreno	964	894	1.051	803	90,2%	161
Des Marco Lozada	1.040	996	1.171	932	93,6%	90
Des Jorge Apacito	917	891	984	823	93,4%	100
Des Daniela Cardona	1.189	924	1.213	826	89,2%	83
Des Alexander Valencia	372	706	921	646	89,1%	98

Gerencia	Tras Precio PM Nov	Total Metas Tras Precio PM	Total Tareas Tras Precio PM	EJ Tras Precio PM	Cumplimiento Vs Meta Precio PM	Var. Vs Dia Anterior Precio PM
Des Alexander Moreno	705	651	653	555	85,2%	120
Des Marco Lozada	587	562	562	462	82,2%	114
Tib Vilman Celg	301	263	262	200	79,1%	161
Tib Francisco Galal	292	292	293	225	77,0%	238
Des Jorge Pico	678	690	691	518	75,1%	103
Des Marcela Castro	1.730	1.981	1.968	1.450	73,8%	407
Pile Alexander Rojas	695	694	695	489	70,8%	206
Des Daniela Cardona	953	492	492	362	74,0%	91

Summary BasePlan

9:38 a. m. 14/01/2019

Apendice C. Ruterros a nivel de la gerencia

UC	UN	COM	CODIGO	Establecimiento	Teléfono 1	
ALY OL	CO OCS MAY- OccSur2	COM1DQ	10760162	Deposito Lancheros	517767489	
			10762556	Tienda Tatis	517211875	
			10766641	Casa Verde	517801379	
			11512900	Tienda Del Mono	33134157100	
			11689033	Eventos Jeny Can	33157946877	
ULLOA	CO OCS MAY- OccSur2	COM1DQ	10767251	Tienda La Gaviota	517803385	
			10769925	Agencia La Maria	517753342	
			10770005	Esquina De Nacha	517751210	
			11378887	Tienda Luz Marina	517828374	
			12207612	Tienda Mary	33118139939	
	CO OCS MER- Sur	CO OCS MER- Sur	COM1DQ			