

# ISCAM Módulo Total Integrado® Copyright - 2013 Consejeros Comerciales S.A. de C.V.

## **MODULO 1**

### Contenido

- 1. Bienvenida
- 2. Instalación de la Aplicación
  - 1. Requerimientos mínimos del sistema y software
  - 2. Descarga de la Aplicación
  - 3. Nivel de Seguridad de Macros

### 3. ISCAM Módulo 1

- 1. Comenzando a utilizar el Módulo 1
- 2. Menú Inicial
- 3.2 Filtros de Selección
- 4. Análisis de Divisiones
- 5. Análisis de Regiones
- 6. Análisis de Corporativos / Fabricantes
- 7. Análisis de Categorías / Subcategorías
- 8. Análisis de Marcas / Submarcas

### 4. Glosario de Términos e indicadores

1. Indicadores ISCAM Módulo 1



Estimado Usuario,

En constante evolución y considerando su necesidad de contar con información de manera más oportuna y estandarizada, ISCAM pone a su disposición una nueva manera de consultar su Herramienta de manera mensual...



El Módulo 1 ISCAM, le permitirá a usted realizar consultas puntuales referentes al desempeño del Total Mercado en sus diferentes cortes (Divisiones, Regiones, Fabricantes, etc.) y periodos de tiempo (MES, RY y YTD)

Adicionalmente podrá ir al modo de presentaciones manera muy simple en la misma aplicación.

De esta manera, Consejeros Comerciales y el Sistema ISCAM, damos otro paso en el cumplimiento de sus necesidades y expectativas.

Atentamente

Socios Ejecutivos ISCAM



## 2.1 Requerimientos Mínimos del Sistema

### **Plataforma Windows**

Procesador de 32 bits (x86) o 64 bits (x64) a 1 gigahercio (GHz) o más.

Memoria RAM de 2 Gigabytes (GB) mínimo.

Espacio en Disco duro de 2.5 a 4 Gigabyte (por cada aplicación).

Sistema Operativo Windows XP (Profesional Edition únicamente), Windows Vista y Windows 7 (home edition o superior) Windows 8 (cualquier edición).

MS Office Cualquier edición (Professional en adelante)

### Plataforma Mac

Procesador Intel, Core i3 o Core i5

Memoria RAM de 4 Gigabytes instalados

Espacio en Disco duro de 80 Gigabytes instalados

Para máquina virtual Vbox, Parallels o equivalente que incluya:

Sistema Operativo Windows XP (Profesional Edition únicamente), Windows Vista y Windows 7 (home edition o superior) Windows 8 (cualquier edición).

MS Office Cualquier edición (Professional en adelante).





Tutorial ISCAM Módulo 1®





### 2.2 Descarga

Le será enviado vía correo electrónico un enlace para la descarga de sus Entregables

La liga lo llevará a una página como la siguiente:



### Nuncaelimine losarchivosconla extensión iscamyaque sonnecesarios para el funcionamiento de las aplicaciones del Módulo 1



Recuerdebajar el nivel de Seguridad de Macros de Excel, acuda a sudepartamento de sistemaspara que lo oriente.



#### Versión Office 2003 Cambiar la configuración de seguridad de las macros

La configuración de seguridad de macros determina qué grado de permisividad debe tener Excel para permitir la ejecución de macros en su equipo. Hay cuatro niveles de seguridad: Muy alto, Alto, Medio y Bajo. Los niveles se controlan desde el cuadro de diálogo Seguridad (menú Herramientas, comando Opciones, ficha Seguridad, botón Seguridad de macros), como se muestra en la siguienteilustración.

Nivel de seguridad	Editores de confianza	
<ul> <li>Muy alto. Sólo se ubicaciones de o deshabilitarán.</li> </ul>	e podrán ejecutar las ma onfianza. Las demás ma	acros que estén instaladas e acros firmadas y sin firmar se
Alto. Sólo se eje de confianza. La	cutarán las macros firma s macros sin firmar se d	adas que proceden de fuente eshabilitan automáticamente
Medio. Puede ele seguras.	egir ejecutar o no macro	is que probablemente no sor
<ul> <li>Bajo (no recome Utilice este valor comprobado que</li> </ul>	ndado). No ofrece prote sólo si dispone de un a todos los documentos	ección contra macros insegur ntivirus en su equipo o si ha que abre son seguros.

Cuándo utilizar los niveles Bajo y Medio de seguridad de macros

Debe utilizar el nivel Bajo de su lista de configuraciones cuando vengan de ISCAM o Consejeros Comerciales para poder utilizar las herramientas, nuestros archivos son plenamente confiables y monitoreados constantemente para evitar cualquier riesgo de virus.

El siguiente nivel de seguridad de macros es Medio. En este nivel, cada vez que abra un libro de trabajo que contenga macros, Excel mostrará un cuadro de diálogo preguntándole si desea habilitar las macros. Tiene las siguientes opciones:

Auventencia de segundad
"C:\writing\microsoft\ExcelVBAIO\ExchangeRates.xls" contiene macros.
Algunas macros pueden contener virus. Generalmente es más seguro deshabilitarlas, pero si las macros son de confianza y las deshabilita, puede perder funcionalidad.



### Versión Office 2007 Cambiar la configuración de seguridad de macros

La configuración de seguridad de macros se puede cambiar en el Centro de confianza a menos que un administrador del sistema de la organización haya cambiado la configuración predeterminada para impedir que se modifique la configuración.

1. En la ficha Programador, en el grupo Código, haga clic en Seguridad de macros.

Sugerencia Si la ficha Programador no se muestra, haga clic en el botón de Microsoft Office, haga clic en Opciones de Excel y, a continuación, en la categoría Más frecuentes de Opciones principales para trabajar con Excel, haga clic en Mostrar ficha Programador en la cinta de opciones.

2. En la categoría Configuración de macros, en Configuración de macros, haga clic en la opción que desee.

Nota Cualquier cambio que realice en la categoría Configuración de macros en Excel, sólo se aplica a Excel y no afecta a los demás programas de Microsoft Office. Sugerencia Además, puede obtener acceso al Centro de confianza en el cuadro de diálogo Opciones de Excel.

Haga clic en el botón de Microsoft Office y, a continuación, haga clic en Opciones de Excel. En la categoría Centro de confianza, haga clic en Configuración del Centro de confianza y, a continuación, en la categoría Configuración de macros.

### Versión Office 2010

#### Cambiar la configuración de seguridad de las macros

La configuración de seguridad de macros se puede cambiar en el Centro de confianza a menos que un administrador del sistema de la organización haya cambiado la configuración predeterminada para impedir que se modifique la configuración.

1. En la ficha **Programador**, en el grupo **Código**, haga clic en **Seguridad de macros**.



Nota Si la ficha Programador no está disponible, siga este procedimientopara mostrarla:

- 1. Haga clic en la pestaña Archivo, elija Opciones y, a continuación, haga clic en la categoría Personalizar cinta de opciones.
- 2. En la lista Fichas principales, active la casilla de verificación Programador y haga clic en Aceptar.
- 3. Haga clic en cualquier otra pestaña para volver al archivo.

2. En la categoría **Configuración de macros**, en **Configuración de macros**, haga clic en la opción que desee. Para obtener información detallada acerca de esta configuración, vea la sección Configuración de seguridad de macros y sus efectos, incluida antes en este artículo.

Nota Cualquier cambio que realice en la categoría **Configuración de macros** en Excel, solo se aplica a Excel y no afecta a los demás programas de MicrosoftOffice.

Sugerencia También puede obtener acceso al Centro de confianza en el cuadro de diálogo Opciones.

- 1. Haga clic en la pestaña Archivo, después en Opciones y, a continuación, en la categoría Centro de confianza.
- 2. Haga clic en Configuración del centro de confianza y después en la categoría Configuración de macros.

## Ver mis opciones y mi configuración en el Centro de confianza

El Centro de confianza es el lugar en el que usted pue de encontrar la configuración de seguridad y privacidad de programas de Microsoft Office. Dado que la apariencia de la cinta de opciones es la misma en todos programas de Office, los pasos para buscar el Centro de confianza son también los mismos.

- 1. En un programa de Office, haga clic en la pestaña **Archivo**.
- 2. Haga clic en **Opciones**.
- 3. Haga clic en Centro de confianza y, después, en **Configuración del Centro de confianza**.



Tutorial ISCAM Módulo 1®

Abrir la carpeta que hace mención al Módulo 1, ahí encontrará un archivo Excel y otras 2 carpetas de datos, para ejecutar la aplicación deberá abrir el Excel (extensión .xls)



## 3.2 Menú del Módulo Total Integrado (Módulo 1):



Deberá acercar el puntero del mouse y dar click a cada uno de los elementos del menú para que lo lleve al análisis que desee.



### 3.2 Menú InicialMódulo 1

	riance			
	sones			
Corporativo	s / Fabricantes	Modulo Total Integrado		detecta y se ajusta
Categorías/	SubCategorías	ISCAM®	<u> </u>	a la resolución de
Marcas/	Submarcas	Agosto 18		la pantalla del equipo.
			Versión 3.4.10.0	
		S-	Versión 3.4.10.0	



\* El botón reduce la pantalla a través del nivel de zoom de Excel.

\*Al presionar el botón de ayuda, la herramienta de Módulo 1 detecta las características de su equipo para lo cual se llevará algunos momentos.

Términos y Condiciones
<ul> <li>ISCAM® Consejeros Comerciales® 2010. Consejeros Comerciales S.A. de C. V. es una empresa mexicana fundada en el 2001, Derechos Reservados.</li> <li>Los siguientes Términos y Condiciones se rigen y son interpretados bajo las leyes aplicables en los Estados Unidos Mexicanos, por lo que el usuario hace una renuncia expresa a cualquier otra jurisdicción que en razón de su domicilio le pudiera llegar a corresponder. Modulo Total Integrado ISCAM y cualquier Aplicación secundaria que sustente su funcionamiento y que sea distribuida por Consejeros Comerciales S.A. de C.V., son obra autoral de la empresa, y son modificables y su les da mantenimiento únicamente a través de su personal desde sus oficinas. Las Aplicaciones secundarias nueden tener sus propins términos y</li> </ul>
condiciones que son de uso específico. Cuando usted accesa, hojea o bien utiliza Modulo Tota Integrado ISCAM usted acepta, sin limitación o calificación, los términos y condiciones abajo señalado y cualesquier términos y condiciones adicionales señalados en cualquier Aplicación Secundaria. Si usted no está de acuerdo con estos Términos y Condiciones, por favor no haga uso de Modulo Total Integrado ISCAM Modulo Total Integrado ISCAM ha sido diseñado

En esta pantalla, la herramienta de ISCAM Módulo 1, detectará la información técnica del sistema con el fin de ayudarle a resolver algún problema que se presente, los Términos y Condiciones de uso de la aplicación, así como la información de contacto.

х



XK

### 3.2 Términos y Condiciones

ISCAM® Consejeros Comerciales® 2010. Consejeros Comerciales S.A. de C. V. Es una empresa mexicana fundada en el 2001, Derechos Reservados.

Los siguientes Términos y Condiciones se rigen y son interpretados bajo las leyes aplicables en los Estados Unidos Mexicanos, por lo que el usuario hace una renuncia expresa a cualquier otra jurisdicción que en razón de su domicilio le pudiera llegar a corresponder.

Modulo Total Integrado ISCAM y cualquier Aplicación secundaria que sustente su funcionamiento y que sea distribuida por Consejeros Comerciales S.A. de C.V., son obra autoral de la empresa, y son modificables y se les da mantenimiento únicamente a través de su personal desde sus oficinas. Las Aplicaciones secundarias pueden tener sus propios términos y condiciones que son de uso específico.

Cuando usted accesar, hojea o bien utiliza Modulo Total Integrado ISCAM usted acepta, sin limitación o calificación, los términos y condiciones abajo señalados y cualesquier términos y condiciones adicionales señalados en cualquier Aplicación Secundaria. Si usted no está de acuerdo con estos Términos y Condiciones, por favor no haga uso de Modulo Total Integrado ISCAM.

Modulo Total Integrado (Modulo 1) ISCAM ha sido diseñado únicamente para su uso personal y empresarial. El diseño, selección, código fuente, arreglo y disposición de los elementos que constituyen y soportan la aplicación, es tutoría de Consejeros Comerciales, quien le otorga un derecho limitado no exclusivo y no transmisible para entrar, exhibir y usar la Aplicación. De acuerdo a lo anterior, usted no puede crear obras derivadas del programa de cómputo, tampoco puede distribuir, intercambiar, modificar, vender o transmitir total o parcialmente cualquier parte de esta aplicación o intentar descompilar la ingeniería inversa de la misma así como de ninguno de los elementos anteriormente mencionados. Cualquier uso no autorizado del contenido puede violar, sin limitación, las leyes de derechos de autor, leyes marcarias y demás leyes relativas. Usted puede leer y descargar el contenido de la aplicación para su propio uso personal y empresarial, a condición que no sea removida o alterada ninguna leyenda de derechos de autor o cualquier otro aviso que manifieste la titularidad estipulados en el contenido o en cualesquier copias de la aplicación.

La marca ISCAM® y el logotipo ISCAM®, son marcas registradas propiedad de Consejeros Comerciales. S.A. de C.V.



Selección de Dimensiones Mercado	ABARROTES	•	Elegir el desee ai	Mercado que nalizar
Canal / Subcanal	Mayoreo Total	•	Canal / Subcanal	Mayoreo Total Mayoreo Total Mayoreo Puro Autoservicios Propios del Mayoreo Coch 8, com
Tips!			En este filt o SubCan	ro se elige el Canal al de interés.
C Seleccione un valor p antes de Continuar	ara cada Dimensión 🦉	Aceptar	Mayorista Na	acional



### 3.3 Filtros de Selección / Nuevos Controles



### 3.3 Filtros de Selección

Los filtros de Selección, son la parte inicial de cada hoja de análisis, éstos filtros tienen dos principales objetivos:

- 1. Elegir algunos elementos de interés, de un gran número de datos para realizar un análisis de manera simple.
- 2. El resultado de los filtros que se elijan, modificarán los títulos y la información arrojada en el formato.

El número de filtros puede variar dependiendo de la hoja de análisis seleccionada.

Marked Market Colspan="2">Market Market Colspan="2"		Desen	npeño en Valor de Divisiones Mes Agosto 18 🌽					Panel de Acciones
Rank       Divisiones       De:       Valor       Part, Isliones         Rank       Divisiones       De:       Valor       Part, Isliones       Part, Isliones         reste       ADARROTES       Isliones       Filtro: División       Isliones       Islione       Islione       Islione					ANPA: Alismo	o Per <mark>odo Anterior</mark>		Panel de Acciones
Rank       Divisiones       De:       Valor \$       Sprec       Part         Rank       Divisiones       De:       Valor \$       Sprec       Part         Rank       Divisiones       Image: State Stat					Nacional			Fresentacion
cx Mercado         cx Mercado         adio       AARROTES         isto filtro se elige el mercado de de: Abarotes, Behidas Alcoholicas, ase o Tabaquería (solo podrà elegir "Toda") ou ma en particular, dependiendo del mercado que se haya elegido en el filtro anterior.         isto se filtro se elige la categoría de res. Se puede elegir "Toda") ou na particular, dependiendo del mercado que se haya elegido en el filtro anterior.         Filtro: Región Región         Natisis         Natisis         En este filtro se elige la categoría de consultar la información "Total" ou na particular, dependiendo de la consultar la información a nivel Nacional.         Filtro: Fabricante breante         briadon "Total"         ibris se filtro solamente se puede consultar la información "Total" del abricante.         ibris te filtro solamente se puede consultar la información "Total" del abricante.         ibris te filtro so elige el niver de testo filtro so elige el nivera de testo de therés. Este to ge se puede consultar la información "Total" del abricante.         ibris te filtro so elige el niver de testo filtro so elige el nivera de testo filtro so elige el pariodo de análisis, éste puede ser: Mes, Rolling Year (Alo Movilo ) Vear to Date (Enero a alfeistis, ésta puede ser valor o volumen.	Rank	Divisiones	De:	Valor \$	% Crec	Part.		
c: Mercado         ialo       ABARROTES         iste filtro se elige el mercado de is: Abartos, Bebidas Alcohoficas, is: Abartos, Bebidas,				Millones	(+/-) MPA	Dvisión		Filtros
CMMPTCACIO       AARROTES         adia       AAARROTES         statio       AAARROTES         stations se elige el mercado de (sc. Abarrotes, Bebidas Alcohólicas, ses o Tabaqueris (solo podrá elegir e los mercados adquiridos)       División         co: Categoría       Segmento de inbrés. Se puede elegir roci Categoría       Región         gorá       Total       Mae:a         ro: Categoría       Región       Nedoral         gorá       Total       Región         rotal       Región       Nedoral         sito es osgmento que se haya atricular, dependiendo de la sión o segmento que se haya atricular, a información "Total"       Filtro: Análisis         meste filtro solamente se puede tritros categoría.       En este filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.       En este filtro se elige el periodo de análisis, éste puede ser. Mes, Rolling Year (Año Móvil) o Year to Date (Enero a la fecha de corte)         ittro: Top       1       Ittro: Medical       Ittro: Medical         meste filtro se elige el número de tegorias, fibricantes, marcas o bmarcas de interés. Este top se puede lecorors 5, 10, 15 ó			Filtro: Divisió	<u>in</u>				<b>¢</b>
atio       AAARROTES       Image: Construct on the second of the second the second of the second of the second the second of the second	o: Mercado		T III O. DIVISIO				Anális	is Divisiones
ste filtro se elige el mercado de les rivotas e lige el mercado de les filtro se elige el división o segmento de interés. Se puede elegir "Tota" o una en particular, dependiendo del mercado que se haya elegido en el filtro anterior. Filtro: Región Nadoral Filtro: Región Nadoral Filtro: Periodo Hester filtro se elige el nivel navel Nacional. Filtro: Fabricante Filtro: Análisis Marcas Vaor Periodo Mes elige el periodo de la arálisis, éste puede ser: Mes, Rolling Year do Moli O Year to Date (Enero a la fecha de corte)	ado ABARR	OTES	División	Total	•		Mercad	lo Todas
Stel filto se elige el mercado de és: Abarotos, Bebidas Alcohólicas, se o Tabaquería (solo podrá elegir "Total" o una en particular, dependiendo del mercado que se haya elegito en el filtro anterior. Filtro: Región Nacional Filtro: Región Nacional Filtro: Región Nacional Filtro: Periodo Filtro: Periodo Filtro: Periodo Periodo Mess Periodo Mess Filtro: Periodo de anterios, foste puede elegir "Total" o una en particular, dependiendo de interéas. Se puede elegir "Total" o una en particular, dependiendo de la mercado que se haya elegido en el filtro anterior. Filtro: Región Nacional Filtro: Región Nacional Filtro: Periodo Periodo Mess Periodo Mess Periodo Mess Periodo de antélisis a Marcas Submarcas. Filtro: Medida Filtro: Medida Vair Medida Vair Filtro: Medida Medida Vair Consultar, faitisis Marcas En este filtro se elige el número de tegorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias, fabricantes, marcas o bimarcas de interés. Este top se puede legorias de antálisis, ésta puede ser valor o volumen.	<u>-</u>						Corp. / Fal	b. Todas
és: Abarrotes, Bebidas Alcohólicas, es o Tabaqueria (solo podrá elegir e) os merados adquiridos)       Periodo elegir "Total" o una en particular, dependiendo del mercado que se haya elegido en el filtro anterior.         ro: Categoría goria       rotal         goria       rotal         rotal       reste filtro se elige la categoría de rés. Se puede elegir "Total" o una astricular, dependiendo de la sión o segmento que se haya ido en el filtro anterior.         tro: Fabricante       Filtro: Análisis         bricante       rotal         tro: Fabricante       Filtro: Análisis         bricante       rotal         rotal       rotal         rotal       este filtro se elige el número de lesotin o segmento que se haya ido en el filtro anterior.         tro: Fabricante       Filtro: Análisis         Intro: Top       Interest filtro se elige el número de legorías, fabricantes, marcas o brinarcas de interés. Este top se puede lecorar 5, 10, 15 ó 20.	ste filtro se elige el	mercado de	En este filtro se e	elige la divisio	no		Regió	n Nacional
Se o labaquera (solo podra elegir a los mercados adquiridos) to: Categoría goria	rés: Abarrotes, Beb	idas Alcohólicas,	segmento de inte	eres. Se puede	elegir		Period	0 Mes
e los mercados adquiridos) co: Categoría goría Total ■ porta Total ■ elegido en el filtro anterior. Filtro: Región Región Necional ■ En este filtro solamente se puede consultar la información a nivel Nacional. Filtro: Análisis Intro: Fabricante tericante Total ■ tericante = tericante. tericante Total ■ tericante = tericante = 10 tericante = 1	es o Tabaqueria (se	olo podrá elegír		particular,			Medic	da Meter
ro: Categoría goria Total ste filtro se elige la categoría de rés. Se puede elegir "Total" o una articular, dependiendo de la sión o segmento que se haya jdo en el filtro anterior. tro: Fabricante birtcante Total Ineste filtro solamente se puede consultar la información a nivel Nacional. Filtro: Análisis Marcas Filtro: Análisis Marcas Filtro: Periodo Periodo Mes En este filtro se elige el periodo de análisis, éste puede eser Mes, Rolling Year (Año Móxil) o Yearto Date (Enero a la fecha de corte) Filtro: Medida Modida Vaior En este filtro se elige el número de tegorías, fabricantes, marcas o tímazas de interés. Este top se puede seccionar 5, 10, 15 ó 20.	e los mercados a d	juiridos)	dependiendo del	mercado que	se naya		medic	Valor
ro: Categoría   goria   goria   ste filtro se elige la categoría de rés. Se puede legir "Total" o una carticular, dependiendo de la sión o segmento que se haya ido en el filtro anterior.   tro: Fabricante   bricante   tro: Fabricante   bricante   tro: Fabricante   bricante.			elegido en el litto	o antenior.				
agoria       Total       Indice Regiftering         stafito se elige la categoría de la safico a depardiendo de la sión o segmento que se haya ido en el filtro anterior.       En este filtro solamente se puede consultar lai nformación a nivel Nacional.         tro:       Fabricante       Filtro:       Análisis         tro:       Fabricante       Filtro:       Análisis         meste filtro solamente se puede abricante.       In este filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas       En este filtro: Se elige el periodo de análisis, éste puede ser: Mes, Rolling Year (Año Móvil) o Year to Date (Enero a la fecha de corte)         iltro:       To       In este filtro:       Medida         tegorias, fabricantes, marcas o brancas de interés. Este top se puede lectorar 5, 10, 15 ó 20.       En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	o: Categoría		Eiltro: Pogión					
goria Total   Región   Nacional      Región   Nacional   Región   Nacional   Región   Nacional   Región   Nacional   Región   Nacional   Región   Nacional   Región   Nacional   Región   Región   Región   Nacional   Región Nacional Región Región Nacional Región Región Región Nacional Región		- olo	T ILO. REGION					
In the set filtro se elige la categoría de consultar, dependiendo de la sión o segmento que se haya ido en el filtro anterior. In tro: Fabricante In tro: Fabricante In teste filtro solamente se puede consultar la información "Total" del análisis a Marcas In este filtro solamente se nuede consultar, está disponible para el análisis a Marcas. Filtro: Top In este filtro se elige el número de tagorías, fabricantes, marcas o domarcas de interés. Éste top se puede leccionar 5, 10, 15 ó 20. Filtro: Nedulati "Interest filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	<b>goría</b> Total	•	Región					
Ste filtro se elige la categoria de rés. Se puede elegir "Total" o una avaticular, dependiendo de la sión o segmento que se haya ido en el filtro anterior.          tro: Fabricante       Filtro: Análisis         bricante       Total         inteste filtro solamente se puede onsultar la información a nivel Nacional.       Filtro: Periodo         heste filtro solamente se puede onsultar la información "Total" del abricante.       In este filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.       En este filtro se elige el periodo de análisis, éste puede ser: Mes, Rolling Year (Año Móvil) o Year to Date (Enero a la fecha de corte)         iltro: Top       10       Imeste filtro se elige el número de tegorias, fabricantes, marcas o ubrmarcas de interés. Este top se puede lectorar 5, 10, 15 ó 20.       Filtro: Medida								
rés. Se puede elegir "Total" o una consultar, dependiendo de la sisón o segmento que se haya gido en el filtro anterior. Itro: Fabricante Total Total Filtro: Análisis Marcas Filtro: Periodo Mes Total Periodo de análisis éste puede consultar la información "Total" del abricante. Itro: Top 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10	ste filtro se elige la	categoría de						
Le este filtro solamente se puede consultar la información a nivel Nacional. Itro: Fabricante Ibricante Total In este filtro solamente se puede consultar la información a nivel Nacional. Filtro: Análisis Análisis Análisis Marcas En este filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas. Filtro: Medida Filtro: Medida Filtro: Medida Vair En este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o Jumarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.	rés. Se puede elegi	r "Total" o una						
skón o segmento que se haya gido en el filtro anterior.   itro: Fabricante   abricante   Total     n este filtro solamente se puede consultar la información "Total" del abricante.     En este filtro se elige el nível de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.     Filtro: Top     p     10     Filtro: Medida     Vaior     Filtro: Medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	particular, dependie	ndo de la	En este filtro sol	lamente se pu	lede			
jido en el filtro anterior. Iltro: Fabricante abricante Total ■ n este filtro solamente se puede onsultar la información "Total" del abricante. Filtro: Análisis Análisis Marcas ↓ En este filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas. Filtro: Medida Filtro: Medida Medida Valor En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	sión o segmento qu	e se haya	consultar lai nfor	nacion a nivel	Nacional.			
Itro: Fabricante Itro: Fabricante In este filtro solamente se puede onsultar la información "Total" del abricante. Filtro: Top Image: Interest filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20. Filtro: Fabricante Filtro: Análisis Filtro: Análisis Marcas Intereste filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede Recipiente de ser valor o volumen. Filtro: Medida valor	ido en el filtro ante	rior.						
Itro: Fabricante In este filtro solamente se puede onsultar la información "Total" del abricante. Iltro: Top          10         10         10	2							
<ul> <li>In este filtro solamente se puede onsultar la información "Total" del abricante.</li> <li>In este filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.</li> <li>In este filtro se elige el número de adegorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.</li> <li>Intro: Top</li> <li>Pariodo Mes</li> <li>Periodo Mes</li> <li>Intereste filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.</li> <li>Intro: Top</li> <li>Periodo Mes</li> <li>En este filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.</li> <li>Intro: Medida</li> <li>Vaior</li> <li>En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.</li> </ul>	tro Eabricant	2	Eitre Anália			Filtro	Doriodo	
<ul> <li>In este filtro solamente se puede onsultar la información "Total" del abric cante.</li> <li>Análisis Marcas</li> <li>Marcas</li> <li>Periodo</li> <li>Mes</li> <li>En este filtro se elige el nível de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.</li> <li>En este filtro se elige el periodo de análisis, éste puede ser: Mes, Rolling Year (Año Móvil) o Year to Date (Enero a la fecha de corte)</li> <li>Filtro: Medida</li> <li>Valor</li> <li>En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.</li> </ul>	ITO. Fabricant	e	FILTO. Analis	IS		Filu O.	Penouo	
Marcas Marcas Marcas Marcas Intersection Inters	bricanto		Análisis	_		Borio	do Mes	
n este filtro solamente se pue de posultar la información "Total" del abri cante. iltro: Top ↓ 10 ↓ ↓ n este filtro se elige el número de tegorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.	Iotal	•	Ma	arcas	<b>_</b>	- Ferio		
<ul> <li>In este filtro solarmente se puede</li> <li>on sete filtro se elige el número de</li> <li>abricantes, marcas o</li> <li>abracas se puede</li> <li>abracas se puede<!--</td--><td></td><td>te en mue de</td><td>En este filtro se e</td><td>lice el nivel de</td><td>detalle</td><td>Enert</td><td></td><td>l poriodo do</td></li></ul>		te en mue de	En este filtro se e	lice el nivel de	detalle	Enert		l poriodo do
iltro: Top iltro: Top in este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20. Filtro: Medida Filtro: Medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	1 este filtro solamer	te se puede		ige en live d sultar está di	sponible	Eneste	e niuro se elige e	er periodo de
iltro: Top a 10 ▼ n este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20. Filtro: Medida Valor ▼ En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	onsultar la informac	ion "Total" del	nara el análisis a	Marcas Subn	arcas		s, este puede se	rto Doto (Enoro
iltro: Top p 10 ▼ n este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20. Filtro: Medida Medida Valor ▼ En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	apricante.	and the residence of			Tur out.		a de e erte )	into Date (Enero a
iltro: Top 10 ▼ n este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20. Filtro: Medida Medida Valor ▼ En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	proving and the second s					la lechi	a de conte)	
III.ro: Top         10         n este filtro se elige el número de tegorías, fabricantes, marcas o tomarcas de interés. Éste top se puede teccionar 5, 10, 15 ó 20.    Filtro: Medida          Image: Section 10 and 1	iteres Tara							
10       ▼         n este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.       ✓         Leccionar 5, 10, 15 ó 20.       En este filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.	iiiro: i op	_						
n este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.				Filtro: N	/ledida	1		
n este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.	10	<b>•</b>				-		
n este filtro se elige el número de ategorías, fabricantes, marcas o abmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.				Medida	Valor		•	
ategorias, tabricantes, marcas o ubmarcas de interés. Éste top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.		el número de			r			
alberarcas de interés. Este top se puede eleccionar 5, 10, 15 ó 20.	n este filtro se elige	s, marcas o		En este fi	tro se elice la	a medida de		
eleccionar 5, 10, 15 ó 20.	n este filtro se elige ategorías, fabricanta	<ul> <li>Ecto top co puodo</li> </ul>		análisis é	sta puede se	r valor o volum	en.	
	n este filtro se elige ategorías, fabricanta Ibmarcas de interés	. Late top se puede						
	n este filtro se elige ategorías, fabricanta abmarcas de interés eleccionar 5, 10, 15	ó 20.						

## 3.4 Análisis de Divisiones

![](_page_14_Picture_1.jpeg)

#### Mayoreo Total MERCADO1 - Nacional

#### Desempeño en Valor de Divisiones

Mes Período 18

				ASPA: Asismi	o Periodo Anterior
				Nacional	
Rank	Divisiones	De:	Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. División
1	DIVISION1	MERCADO1	#####	+10.2	50.5%
2	DIVISION2	MERCADO1	#####	+6.2	20.5%
3	DIVISION3	MERCADO1	#####	+2.7	16.0%
4	DIVISION4	MERCADO1	#####	-1.4	3.2%
5	DIVISION5	MERCADO1	#####	+25.4	1.6%
Subtota					
Otros					
Total			######	+5.9	100.0%

![](_page_14_Picture_6.jpeg)

Rank de acuerdo a la importancia en el mercado.

Top: Éste top se puede seleccionar 5, 10, 15 ó 20.

**Periodo**. Permite hacer el análisis a Mes vs. MPA, Year To Date vs. MPA o Rolling Year Vs. MPA

MPA. Mismo Periodo Anterior.

	Panel de Acciones				
	Presentación	~			
	Filtros -				
	4	° 🤊			
Análisis	Divisiones				
Mercado	Todas	•			
Corp. / Fab.	Todas	•			
Región	Nacional	•			
Periodo	Mes				
Medida	Valor				

Si tiene alguna duda con los términos e indicadores, por favor consulte la sección de Glosarios

?

### 3.5 Análisis de Regiones

![](_page_15_Picture_1.jpeg)

#### Mayoreo Total MERCADO1 - Nacional Desempeño en Valor de Regiones

#### Rolling Year Período 18

				7-0 7-0 7-02070	CO ENCIDEO ASSIENCO
				Nacional	
Rank	Regiones	De:	Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. Región
	Región I	MERCADO1	#####	+5.0	10.0%
	Región II	MERCADO1	#####	+3.0	15.8%
	Región III	MERCADO1	#####	+5.0	60.0%
	Región IV	MERCADO1	#####	+4.0	18.8%
	Región V	MERCADO1	#####	+1.0	10.0%
	Región VI	MERCADO1	#####		3.0%
Subtota	al distance of the second s				
Otros					
Total			######	+2.0	100.0%

Análisis de **Regiones** dentro del mercado respecto a sus absolutos, crecimientos y participaciones de la consulta.

Rank de acuerdo a la importancia en el mercado.

Top: Éste top se puede seleccionar 5, 10, 15 ó 20.

**Periodo**. Permite hacer el análisis a Mes vs. MPA, Year To Date vs. MPA o Rolling Year Vs. MPA

MPA. Mismo Periodo Anterior.

	Panel de Acciones					
	Presentación	~				
	3					
	Filtros					
		<u>°</u> 9				
Análisis	Regione	es				
Div. / Cat.	Todas	•				
Corp. / Fab.	Todas	•				
Región	Nacional	•				
Periodo	Mes					
Medida	Valor					

![](_page_15_Picture_11.jpeg)

Si tiene alguna duda con los términos e indicadores, por favor consulte la sección de Glosarios

## 3.6 AnálisisCorporativos/Fabricantes

![](_page_16_Picture_1.jpeg)

#### Mayoreo Total MERCADO1 - Nacional Desempeño en Valor de Fabricantes

#### esempeno en valor de Fabrican

Mes Período 18

				A#PA: Alism	o Periodo Anterior
				Nacional	
Rank	Fabricantes	De:	Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. Fabricante
1	FABRICANTE1	DIVISION A	######	+12.0	11.9%
2	FABRICANTE2	DIVISION A	#####	+1.6	8.4%
3	FABRICANTE3	DIVISION A	#####	-9.7	3.4%
4	FABRICANTE4	DIVISION A	#####	+7.0	3.2%
5	FABRICANTE5	DIVISION A	######	+3.1	3.0%
Subtota	al		#####	+4.7	29.9%
Otros			#####	<b>+6.9</b>	70.1%
Total			#####	+6.2	100.0%

Análisis de **Corporativos/ Fabricantes** dentro del mercado respecto a sus absolutos, crecimientos y participaciones de la consulta.

Rank de acuerdo a la importancia en el mercado.

Top: Éste top se puede seleccionar 5, 10, 15 ó 20.

**Periodo**. Permite hacer el análisis a Mes vs. MPA, Year To Date vs. MPA o Rolling Year Vs. MPA

MPA. Mismo Periodo Anterior.

	Panel de Acciones				
	Presentación 🔨				
	<b>_</b>				
	Filtros				
	<u>¢</u> 🥲				
Análisis	Corporativos				
Div. / Cat.	Todas 💌				
Corp. / Fab.	Todas 🗸				
Región	Nacional 🗸				
Periodo	Mes				
Medida	Valor				
Тор	5				

Si tiene alguna duda con los términos e indicadores, por favor consulte la sección de Glosarios

7

## 3.7Análisis de Categorías /Subcategorías

![](_page_17_Picture_1.jpeg)

#### Mayoreo Total ABARROTES - Nacional

Desempeño en Valor de Categorías

Mes Período 18

				7044270037	to Periodo Alterior
	Categorías	De:	Nacional		
Rank			Valor <b>\$</b> Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. Categoría
1	DIVISION A. Categoría1	ABARROTES	#######	+15.6	7.6%
2	DIVISION A. Categoría2	ABARROTES	#######	+2.5	6.0%
3	DIVISION A. Categoría3	ABARROTES	<del>#######</del>	+5.8	4.5%
4	DIVISION A. Categoría4	ABARROTES	#######	+4.6	3.5%
5	DIVISION A. Categoría5	ABARROTES	#######	-13.1	3.4%
6	DIVISION A. Categoría6	ABARROTES	#######	+12.0	3.2%
7	DIVISION A. Categoría7	ABARROTES	#######	+4.7	2.9%
8	DIVISION A. Categoría8	ABARROTES	#######	+9.1	2.9%
9	DIVISION A. Categoría9	ABARROTES	#######	+12.4	2.7%
10	DIVISION B. Categoría1	ABARROTES	#######	+2.2	2.2%
Subtotal			#######	+4.0	38.8%
Otros			#######	+7.1	61.2%
Total			*****	+25.9	100.0%

Análisis de **Categorías/ Subcategorías** dentro del mercado respecto a sus absolutos, crecimientos y participaciones de la consulta.

Rank de acuerdo a la importancia en el mercado.

Top: Éste top se puede seleccionar 5, 10, 15 ó 20.

**Periodo**. Permite hacer el análisis a Mes vs. MPA, Year To Date vs. MPA o Rolling Year Vs. MPA

MPA. Mismo Periodo Anterior.

	Panel de Acciones		
	Presentación		
	-		
	Filtros		
	4	<b>'</b>	
Análisis	Categorías		
División	Todas	•	
Corp. / Fab.	Todas	•	
Región	Nacional	•	
Periodo	Mes		
Medida	Valor		
Тор	5		

![](_page_17_Picture_12.jpeg)

Si tiene alguna duda con los términos e indicadores, por favor consulte la sección de Glosarios

### 3.8 Análisis de Marcas / Submarcas

![](_page_18_Picture_1.jpeg)

#### Mayoreo Total ABARROTES - Nacional

#### Desempeño en Valor de Marcas

#### **Rolling Year Periodo 18**

			Nacional		
Rank	Marcas	De:	Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. Marca
1	MARCA 1	DIVISIÓN 1 CATEGORIA A	######	+4.5	28.6%
2	MARCA 2	DIVISIÓN 1 CATEGORIA B	######	+14.2	27.4%
3	MARCA 3	DIVISIÓN 1 CATEGORIA C	######	+11.5	11.8%
4	MARCA 4	DIVISIÓN 1 CATEGORIA D	######	+8.5	5.4%
5	MARCA 5	DIVISIÓN 1 CATEGORIA E	######	+14.5	5.1%
Subtotal			######	+9.7	78.3%
Otros			######	+29.7	21.7%
Total			#####	+29.7	100.0%

![](_page_18_Figure_6.jpeg)

Si tiene alguna duda con los términos e indicadores, por favor consulte la sección de Glosarios

?

![](_page_19_Picture_0.jpeg)

# ISCAM Módulo Total Integrado® Copyright - 2013 Consejeros Comerciales S.A de C.V.

## **MODULO 1**

# 4. Glosario de Indicadores

![](_page_20_Picture_0.jpeg)

	División		Agrupaciones del mercado, desarrolladas por ISCAM, para conjuntar distintos segmentos de productos que participan tanto en la Industria como en el Canal Mayoreo y que pueden o no existir dada la complejidad de las unidades de negocio.
	Mercado		Abarrotes Dulces Bebidas Alcohólicas Tabaquería
CADORES	Región		Grupo de Estados de la Republica Mexicana definidos por ISCAM para representar un mercado. En este campo también se muestra el mercado Nacional.
	Fabricantes		Fabricante, distribuidor, importador de determinado portafolio de marcas.
	Categorías		Una categoría se compone de un conjunto de productos que tienen atributos, características, usos y beneficios similares entre sí.
	Marcas/Submarcas		Marca: Nombre o término que identifica a los productos de consumo y ayuda a diferenciarlos en el mercado e industria, cuando pertenecen a un mismo o distinto, fabricante o proveedor. Submarca: Término que identifica, a partir de alguna característica específica, a un producto dentro una marca.
	Mercado	Valor \$ (Mils) / Volumen Cjs. ISCAM ('000)	<ul> <li>Valor: Suma total de Venta en dinero (incluye impuestos) Expresado en Mills.</li> <li>Volumen: Suma total de Volumen (botellas o piezas) desplazado por el Canal.</li> <li><u>Abarrotes</u>: Cajas de 100 Kg./ Lts/Pzas (Papel y Tabaquería: Cajas de 10,000 piezas)</li> <li><u>Dulces</u>: Una Caja con 24 Displays (bolsas, tiras, vitroleros, etc).</li> <li><u>Bebidas Alcohólicas</u>: Caja de 9lts. (12 botellas de 750ml)</li> </ul>
		% Crec (+/-) MPA	Variación porcentual respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior (Bimestre, Rolling Year, Year to Date)
		P <sup>%</sup> art.	Importancia de la División /Categoría / Subcategoría / Fabricante / Marca / Submarca dentro del total del mercado.

![](_page_21_Picture_0.jpeg)

![](_page_21_Picture_1.jpeg)

## **MODULO 1**

![](_page_21_Picture_3.jpeg)

ConsejerosComerciales S.A. de C.V. Privada 16 de Septiembre No.2137 SanJerónimo Chicahualco, Metepec, Estado de México, C.P.52170 01 (722) 216 0868, 134 0511/12 www.iscam.com