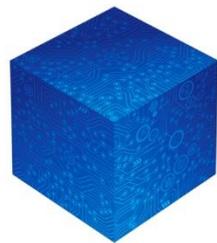


# TUTORIAL

## »»» MODULO 1



**ISCAM**<sup>®</sup>  
MTI

**MAYORISTA**



**ISCAM**<sup>®</sup>

1. Bienvenida
2. Instalación de la Aplicación
  - 2.1. Requerimientos mínimos del sistema y software
  - 2.2. Descarga de la Aplicación
  - 2.3. Nivel de Seguridad de Macros
3. ISCAM MTI
  - 3.1. Comenzando a utilizar el MTI
  - 3.2. Menú Inicial
  - 3.3. Filtros de Selección
  - 3.4. Resumen
  - 3.5. Análisis de Divisiones
  - 3.6. Análisis de Participación de Mercado
  - 3.7. Análisis de Fabricantes
  - 3.8. Análisis de Categorías
  - 3.9. Análisis de Marcas / Submarcas
  - 3.10. Tendencias
  - 3.11. OPISCAM
4. Glosario de Términos e Indicadores
  - 4.1. Indicadores **ISCAM MTI**
  - 4.2. Términos y Condiciones



Estimado Mayorista,

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.



Esta nueva manera de consultar el MTI dentro del sistema ISCAM, le permitirá a usted y a su equipo realizar consultas puntuales del desempeño de su negocio y de sus socios comerciales dentro de una misma aplicación de manera mensual, así como verificar el desempeño de los distintos mercados como Abarrotes, Bebidas Alcohólicas y Confitería.

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

## 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).*



**Todas las versiones de Office deben tener instalado Microsoft Office Excel y Microsoft Office Access.**



Recibirá un mail por parte del equipo ISCAM, de donde podrán descargar la información por medio de WeTransfer con algunas recomendaciones básicas

Buenos días Mayorista,

Anexo al presente la liga de descarga de su Entregable Mensual

<https://iscam-my.link.we.transfer.g4eg41461gw1g>

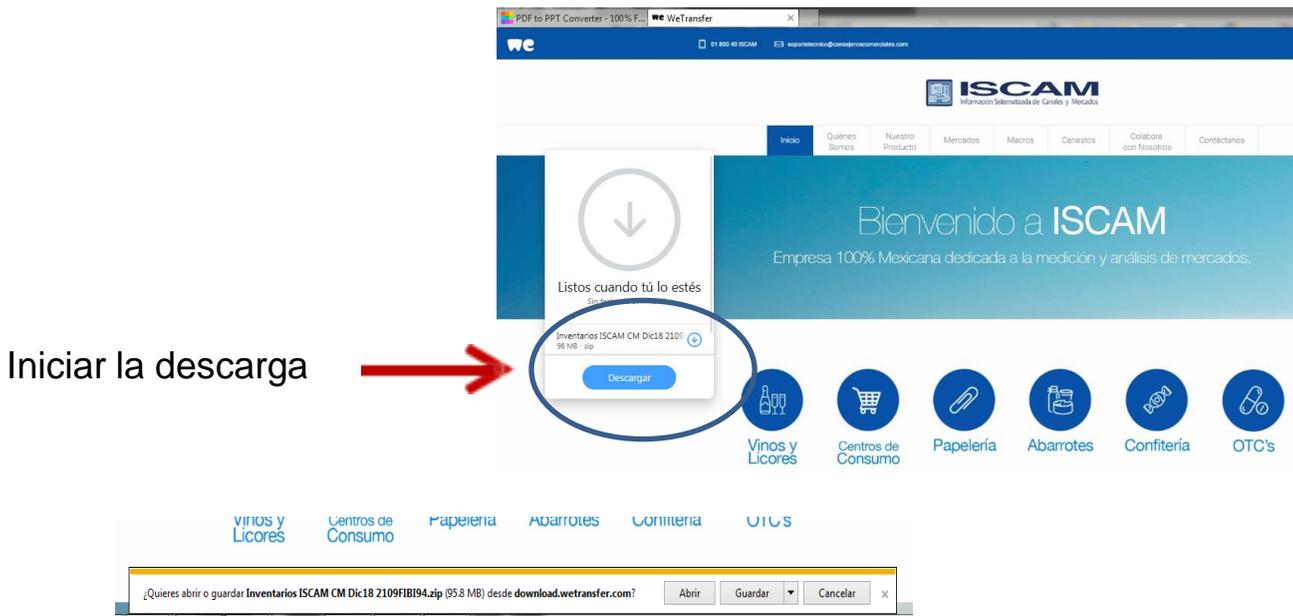
Para el correcto funcionamiento y empleo de la aplicación ISCAM, es necesario realizar lo siguiente:

1. Ver el peso del archivo y verificar que se **descargue completo**
2. **Guardar la carpeta en su equipo** en la ubicación de su preferencia
3. **Descomprimir la carpeta** y guardarla nuevamente en su equipo, una vez realizado este paso, puede borrar la carpeta con extensión .zip

Es muy importante que la carpeta descomprimida, junto con la totalidad de los archivos contenidos en ella, se ubique en un solo lugar y no tener otro archivo ajeno.

El tiempo de descarga, estará sujeto a diversos factores, entre los principales, el ancho de banda de su conexión a Internet y limitaciones por parte del administrador.

Soporte Técnico



Iniciar la descarga



Guarde el archivo y espere hasta que se complete el 100% de la descarga. Descomprima el archivo  extrayéndolo y guardándolo en la carpeta que elija.

Verifique que la carpeta contenga:

-  Gui
-  ISCAM
-  MTIMensual ISCAM CM MesAño Cliente

**Nunca elimine los archivos con la extensión .iscam ya que son necesarios para el funcionamiento de las aplicaciones del MTI**

 **Recuerde bajar el nivel de Seguridad de Macros de Excel, acuda a su departamento de sistemas para que lo oriente.**

## Versión Office 2003

### Cambiar la configuración de seguridad de las macros

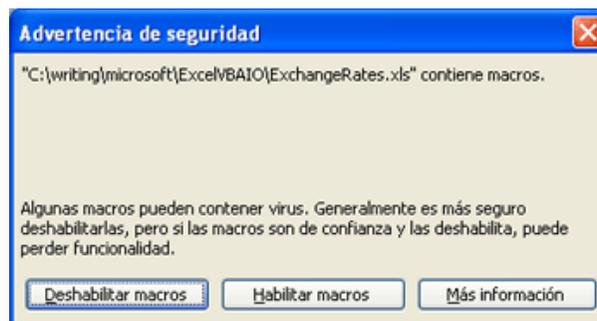
La configuración de seguridad de macros determina qué grado de permisividad debe tener Excel para permitir la ejecución de macros en su equipo. Hay cuatro niveles de seguridad: Muy alto, Alto, Medio y Bajo. Los niveles se controlan desde el cuadro de diálogo Seguridad (menú Herramientas, comando Opciones,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



### 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:



<http://office.microsoft.com/es-mx/excel-help/elegir-el-nivel-de-seguridad-de-macros-adecuado-HA001118990.aspx>

### 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 procedimiento para 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 Microsoft Office.

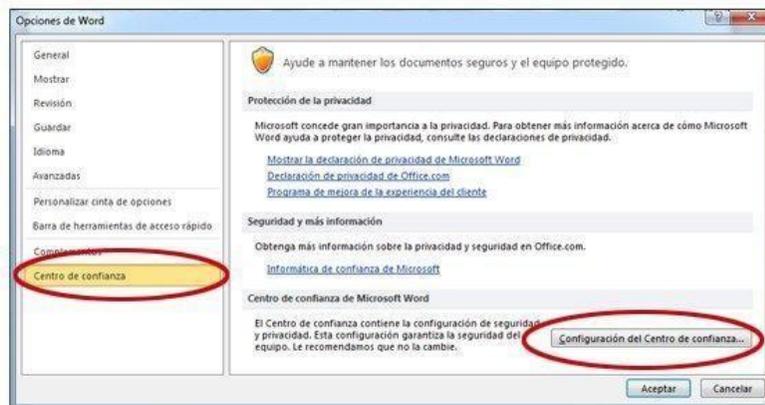
**Sugerencia** También puede obtener acceso al Centro de confianza en el cuadro de diálogo **Opciones**.

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

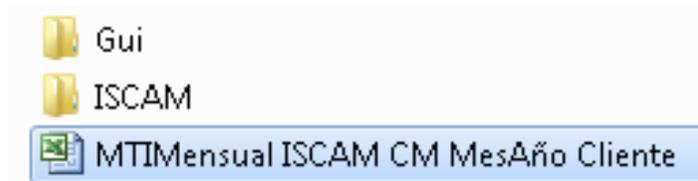
El Centro de confianza es el lugar en el que usted puede encontrar la configuración de seguridad y privacidad de programas de Microsoft Office. Dado que la apariencia de la cinta de opciones es la misma en todos programas de Office, los pasos para buscar el Centro de confianza son también los mismos.

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**.

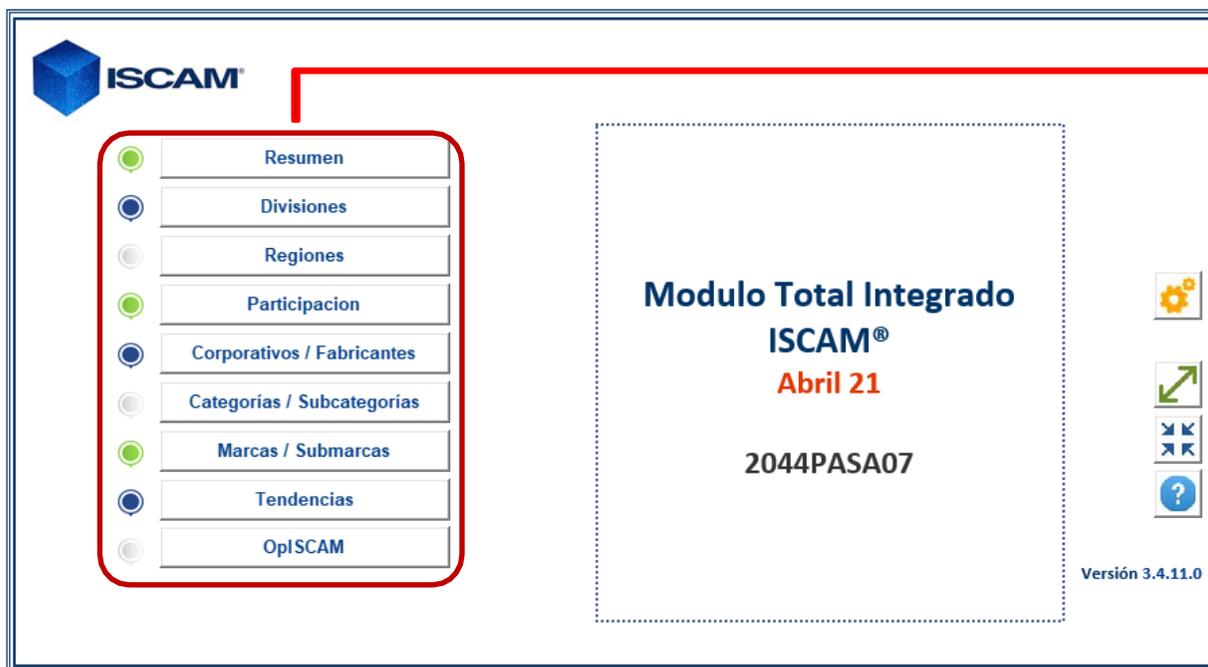


<http://office.microsoft.com/es-mx/excel-help/ver-mis-opciones-y-mi-configuracion-en-el-centro-de-confianza-HA010354326.aspx?CTT=5&origin=HP010342232>

Abrir el directorio que aparece, ahí encontrará 1 archivo y carpetas, debe abrir el Excelo terminación .xls



## 3.2 Menú del Módulo Total Integrado:



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



Cuando encuentre el símbolo de **Revisión de Negocio ISCAM** en el presente Tutorial, le indica que con éste análisis puede revisar sus indicadores con algún proveedor en particular.

## Menú Inicial del Módulo 2 Dinámico:

La herramienta de ISCAM MTI detecta y se ajusta a la resolución de la pantalla del equipo.



El botón autoajusta la pantalla a la resolución del equipo.



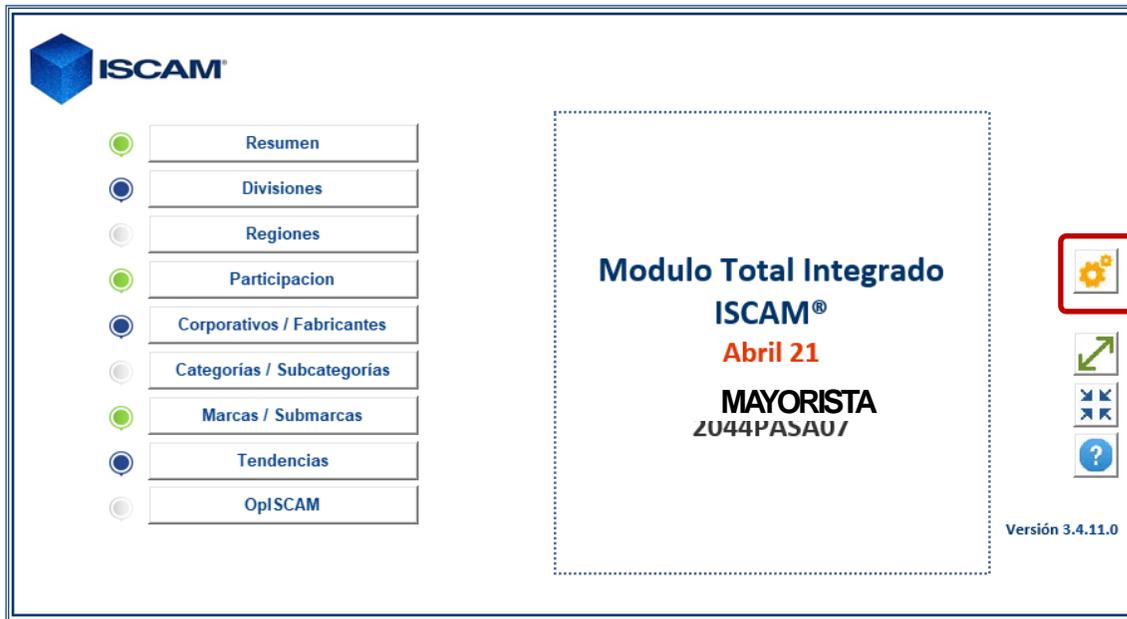
El botón reduce la pantalla a través del nivel de zoom de Excel.



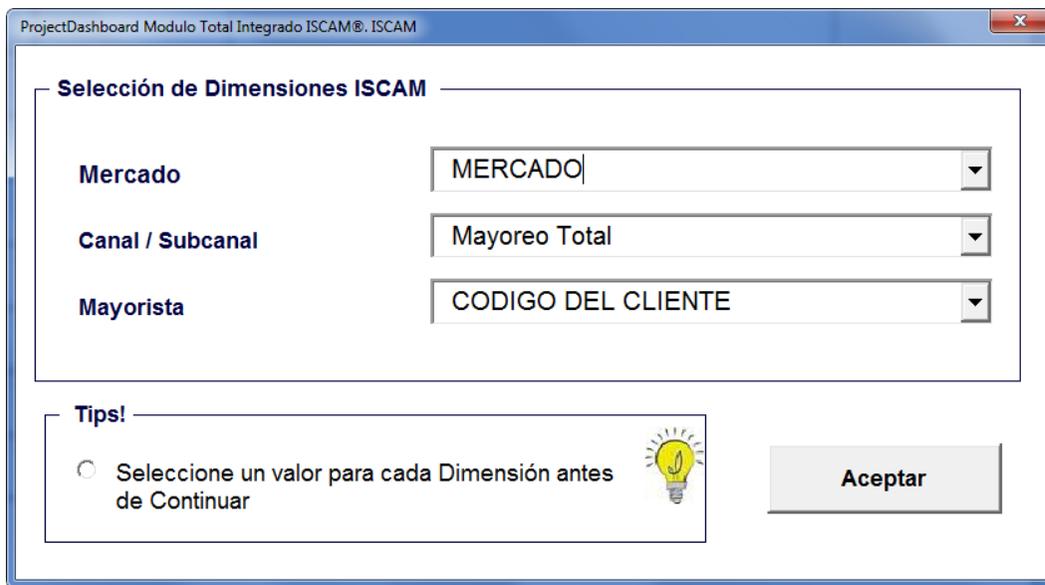
Al presionar el botón de ayuda, la herramienta de MTI detecta las características técnicas de su equipo para lo cual se llevará algunos minutos.

En esta pantalla, la herramienta de ISCAM MTI, 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.

 Botón de Engrane:



Al presionar el botón de engrane, éste desplegará el Tablero de Selección ISCAM MTI, el cual es un menú de combos para hacer las diferentes combinaciones de los reportes.



Mercado

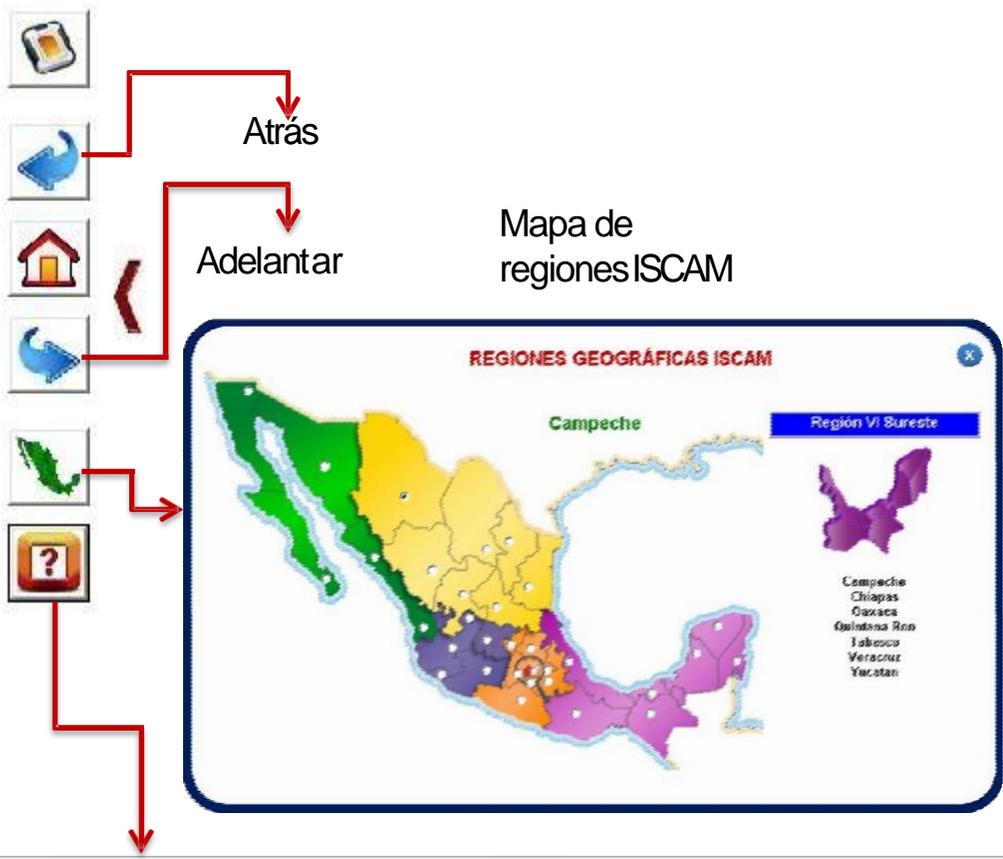
Elegir el tipo de mercado que se quiere analizar.

Canal / Subcanal   
Mayoreo Total  
Mayoreo Puro  
Autoservicios Propios del Mayoreo  
Cash & Carry  
Puntos de Venta Mayoristas

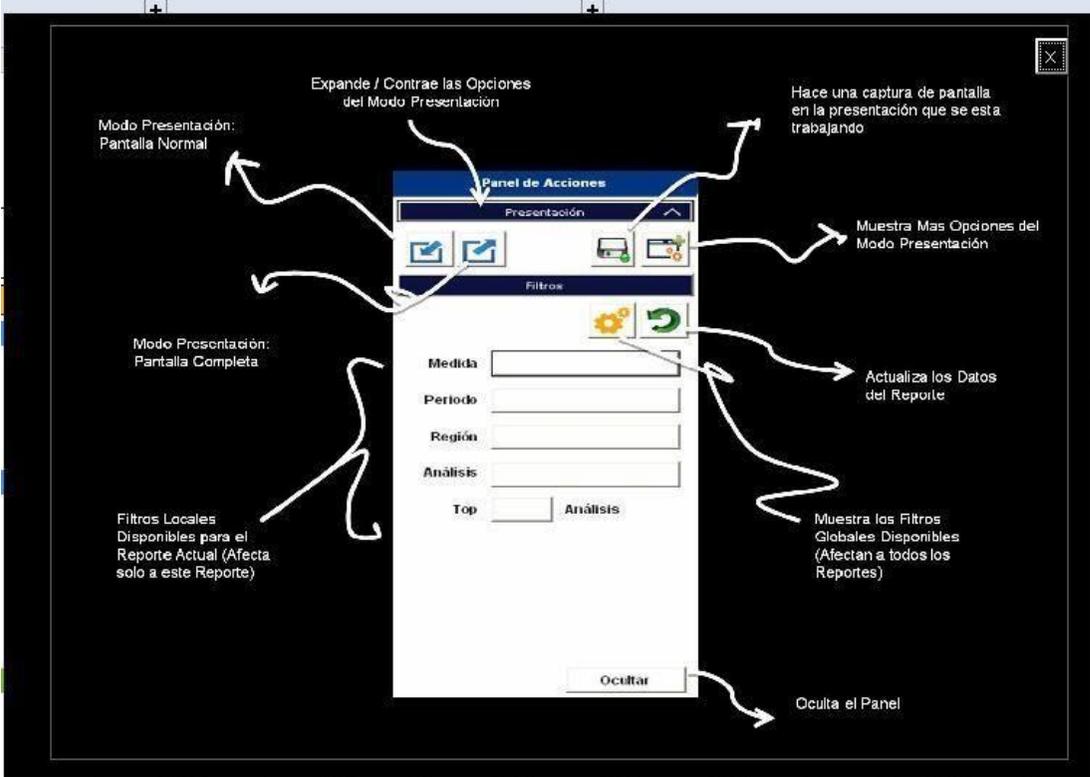
En este filtro se elige el Canal o SubCanal de interés.

Mayorista

En este filtro se elige el código de cliente, se pueden elegir al código padre o código hijos.



Panel de control ISCAM



Resumen de ayuda del panel de control ISCAM

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.

Mayoreo Total **MERCADO** Nacional  ←

Desempeño en Valor de Divisiones Mayorista Código de Cliente

Mes Año ←

MPA: Mismo Periodo Anterior

Rank	Divisiones	De:	Cliente			Rank	Mercado			Cliente vs Mercado		Valor \$ Millones	
			Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. División		% Crec (+/-) MPA	% Crec MPA sin Mayorista	% Part. División	% Participación	Dif. PPS vs MPA	Tamaño Acorde al Mercado	Oportunidad Mes

**Filtro: Mercado**

Mercado

Eneste filtro se elige el mercado de interés: Abarrotos, Bebidas Alcohólicas, Dulces o Tabaquería (solo podrá elegir entre los mercados en que participe)

**Filtro: División**

División

Eneste filtro se elige la división o segmento de interés. Se puede elegir "Total" o una en particular, dependiendo del mercado que se haya elegido en el filtro anterior.

**Filtro: Categoría**

Categoría

Eneste filtro se elige la categoría de interés. Se puede elegir "Total" o una en particular, dependiendo de la división o segmento que se haya elegido en el filtro anterior.

**Filtro: Región**

Región

Eneste filtro se elige la región de interés. Se puede elegir "Nacional" o una en particular, dependiendo de las regiones en la que tenga presencia.

**Filtro: Fabricante**

Fabricante

Eneste filtro se elige el fabricante de interés. Se puede elegir "Total" o uno en particular para hacer una **revisión de negocio**.

**Filtro: Top**

Top

Eneste filtro se elige el número de categorías, fabricantes, marcas o submarcas de interés. **Este top se puede seleccionar 5, 10, 15, 20 o Todo.**

**Filtro: Análisis**

Análisis

Eneste filtro se elige el nivel de detalle que se quiere consultar, está disponible para el análisis a Marcas Submarcas.

**Filtro: Medida**

Medida

Eneste filtro se elige la medida de análisis, ésta puede ser valor o volumen.

**Filtro: Periodo**

Periodo

Eneste 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)

**Filtro: Ordenación**

Ordenación

Eneste filtro se elige la ordenación de la variable a analizar (categoría, fabricante, marca o submarca) sobre la importancia que tiene en el mercado (detectar oportunidades) o sobre su negocio (**revisión de negocio**)

**Panel de Acciones**

Presentación

---

Filtros

Análisis

Mercado

Corp. / Fab.

Región

Periodo

Medida

Orden

Top

**Sitiene alguna duda con los términos e indicadores, por favor consulte la sección de Glosario**

Como su nombre lo indica, este análisis muestra un panorama general de resultados. Con el objetivo de introducir al usuario en los resultados generales que podrá profundizar en los análisis posteriores.

Visión general del mercado Nacional y Regiones ISCAM.  
Los colores rojo indican caída y el color negro representa crecimiento.

Orden del análisis, éste puede ser respecto al mercado o al mayorista

**Panel de Acciones**

Presentación ⌵

Filtros

Análisis

Div. / Cat.

Corp. / Fab.

Periodo

Medida

Orden

Top

**Mayorero Total ABARROTES - Regiones**  
Desempeño en Valor de Divisiones Mayorista **Clave Mayorista**  
Mes Abril 21



Rank	Divisiones	Nacional		RI - Pacífico		RII - Noreste		RIII - Bajío		RIV - Centro		RV - V. de México		RVI - Sureste	
		Cliente	Mercado	Cliente	Mercado	Cliente	Mercado								
		% Crec (+/-) MPA	% Crec (+/-) MPA	% Crec (+/-) MPA	% Crec (+/-) MPA										
1	DIVISION	+10.5	-1.4	+9.1	-0.0	+3.8	+1.6	+54.7	-3.4		-7.9	+57.0	+5.3	+140.7	-2.8
2	DIVISION	+0.9	+4.5	+10.6	+15.4	-8.5	+0.7	+31.4	+1.0		+7.8	+28.9	+5.9	+147.6	+4.7
3	DIVISION	-29.0	-5.7	-35.7	-15.6	-27.4	-13.2	+38.9	-9.8		-2.0	+42.0	+1.3	+251.2	+1.2
4	DIVISION	+25.3	+24.2	+26.5	+28.2	+23.2	+24.1	+14.8	+26.7		+33.5	+36.6	+13.3	+98.7	+29.0
5	DIVISION	+10.9	+2.3	-7.4	+7.1	+5.4	-5.1	-7.6	-1.9		+4.4	+79.0	+4.3	+285.3	+5.8
<b>Subtotal</b>															
<b>Total</b>		+6.0	+0.2	+5.1	+1.9	-0.2	+0.0	+46.6	-2.4		-2.2	+54.8	+5.5	+150.4	+0.3

**Sitiene alguna duda con los términos e indicadores, por favor consulte la sección de Glosario**

Análisis del Mayorista respecto a sus absolutos, crecimientos y participaciones de la división dentro del mercado de consulta

Análisis del mercado respecto a sus crecimientos y participaciones de la división dentro del mercado de consulta, muestra el nuevo campo de crecimiento del mercado sin considerar LAS VENTAS DEL MAYORISTA

% de Participación del Mayorista respecto a la División de Análisis y la ganancia/pérdida en puntos porcentuales

### OPORTUNIDAD

Si usted le diera a las Divisiones el mismo peso que tiene en el mercado... tendría una mayor oportunidad de crecimiento con ese fabricante.  
Si el indicador se muestra en rojo, tiene una fortaleza con el fabricante y puede lograr mejores acuerdos.

**Panel de Acciones**

**Presentación**

**Filtros**

Análisis

Mercado

Corp. / Fab.

Región

Periodo

Medida

Orden

Top

**Ocultar**

Mayorero Total **ABARROTES - Nacional**  
Desempeño en Valor de Divisiones Mayorista **Clave Mayorista**  
Mes Abril 21



MPA: Mismo Periodo Anterior

Rank	Divisiones	De:	Cliente			Rank	Mercado			Mayorista vs Mercado		Valor \$ Millones	
			Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. División		% Crec (+/-) MPA	% Crec MPA sin Mayorista	% Part. División	% Participación	Dif. PPS vs MPA	Tamaño Acorde al Mercado	Oportunidad Mes
1	DIVISION	MERCADO	\$531.9	+10.5	73.2%	1	-1.4	-1.9	61.2%	4.8%	+0.5	\$445.0	-\$86.8
2	DIVISION	MERCADO	\$86.4	+0.9	11.9%	2	+4.5	+4.6	17.6%	2.7%	-0.1	\$127.7	\$41.3
3	DIVISION	MERCADO	\$49.6	-29.0	6.8%	3	-5.7	-4.9	11.5%	2.4%	-0.8	\$83.7	\$34.1
4	DIVISION	MERCADO	\$39.3	+25.3	5.4%	5	+24.2	+24.1	4.4%	5.0%	+0.0	\$31.8	-\$7.5
5	DIVISION	MERCADO	\$19.7	+10.9	2.7%	4	+2.3	+2.1	5.3%	2.0%	+0.2	\$38.7	\$19.0
<b>Subtotal</b>													
<b>Otros</b>													
<b>Total</b>			\$727.0	+6.0	100.0%		+0.2	-0.1	100.0%	4.0%	+0.2	\$727.0	



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

Gráficas que muestran la participación de mercado del Mayorista en mercado Nacional, así como en las Regiones donde participa.

Este indicador está disponible para revisarlo en los siguientes cortes:

- DIVISIÓN (Una en particular)
- CATEGORÍA (Total o una en particular)
- FABRICANTE (Total o un Fabricante en particular)
- Periodo: Bimestre, Rolling Year y Year to Date
- Medida: Valor o Volumen

En una revisión de negocio con un proveedor en particular es de mucha ayuda este análisis.

**Panel de Acciones**

---

**Presentación** ^

---

**Filtros**

Div. / Cat. Todas v

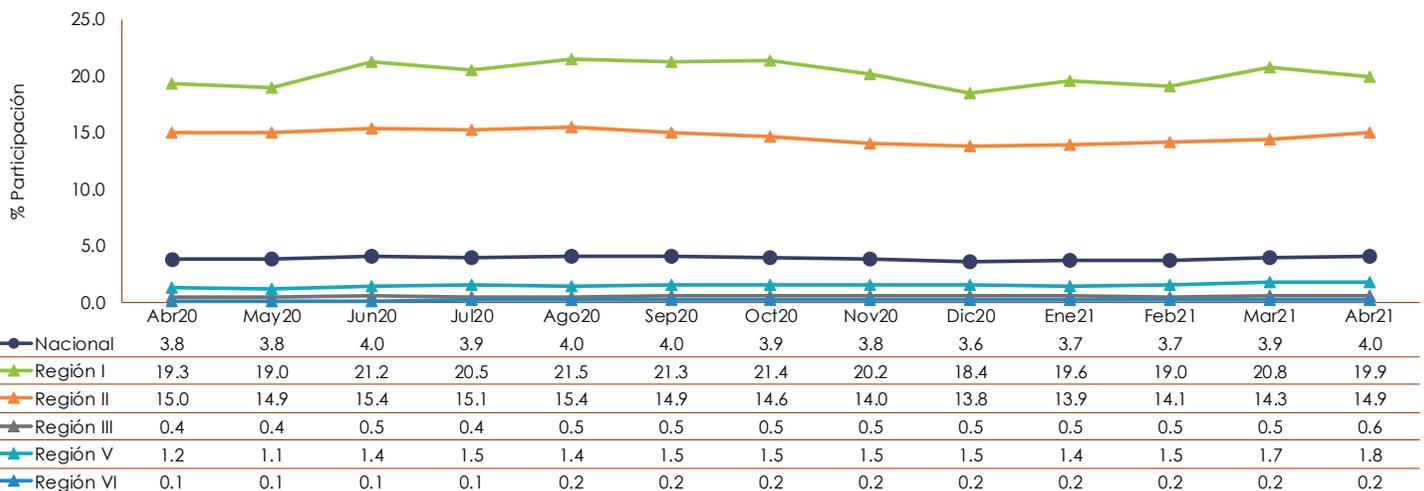
Corp. / Fab Todas v

Periodo Mes

Medida Valor

Ocultar

**Mayoreo Total MERCADO**  
Participación Valor de **Todas** Mayorista **Clave Mayorista**



Análisis del Mayorista respecto a sus absolutos, crecimientos y participaciones con los fabricantes dentro del mercado de consulta

Análisis del mercado respecto a sus crecimientos y participaciones del Fabricante dentro del mercado de consulta, muestra el crecimiento del mercado sin considerar LAS VENTAS DEL MAYORISTA

% de Participación del Mayorista respecto al Fabricante y la ganancia/pérdida en puntos porcentuales

### OPORTUNIDAD

Si usted le diera al Fabricante el mismo peso que tiene en el mercado... tendría una mayor oportunidad de crecimiento con ese fabricante.  
Si el indicador se muestra en rojo, tiene una fortaleza con el fabricante y puede lograr mejores acuerdos.

Ordenación por importancia de cada uno de los fabricantes, éste puede ser respecto al mercado (detectar oportunidades) o respecto al mayorista (importancia para el negocio) Negro mantuvo su posición, rojo bajo en el ranking y verde ganó posiciones en el ranking

**Panel de Acciones**

Presentación ^

**Filtros**

Análisis

Div. / Cat.

Corp. / Fab.

Región

Periodo

Medida

Orden

Top

Ocultar

**Mayoreo Total ABARROTES - Nacional**  
Desempeño en Valor de Corporativos Mayorista **Clave Mayorista**  
Mes Abril 21



MPA: Mismo Periodo Anterior

Rank	Corporativos	Cliente			Rank	Mercado			Cliente vs Mercado		Valor \$ Millones	
		Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. Corporativo		% Crec (+/-) MPA	% Crec MPA sin M2044	% Part. Corporativo	% Participación	Dif. PPS vs MPA	Tamaño Acorde al Mercado	Oportunidad Mes
1	Corporativos	\$66.2	+28.1	9.1%	1	+5.9	+5.1	8.4%	4.3%	+0.7	\$61.4	-\$4.8
2	Corporativos	\$52.3	+60.6	7.2%	232	+45.8	+62.2	0.0%	1104.7%	+101.7	\$0.2	-\$52.2
3	Corporativos	\$34.0	+50.9	4.7%	28	+39.4	+36.6	0.9%	20.6%	+1.6	\$6.6	-\$27.4
4	Corporativos	\$33.1	+162.3	4.6%	10	+81.5	+75.9	1.9%	9.4%	+2.9	\$14.1	-\$19.3
5	Corporativos	\$30.4	+31.5	4.2%	19	+16.7	+14.8	1.3%	13.1%	+1.5	\$9.3	-\$21.3
<b>Subtotal</b>		<b>\$216.1</b>	<b>+51.6</b>	<b>29.7%</b>		<b>+16.5</b>	<b>+13.8</b>	<b>12.6%</b>	<b>9.5%</b>	<b>+0.1</b>	<b>\$91.6</b>	<b>-\$124.5</b>
<b>Otros</b>		<b>\$510.9</b>	<b>-6.0</b>	<b>70.3%</b>		<b>-1.8</b>	<b>-1.7</b>	<b>87.4%</b>	<b>3.2%</b>	<b>+0.0</b>	<b>\$635.4</b>	<b>\$124.5</b>
<b>Total</b>		<b>\$727.0</b>	<b>+6.0</b>	<b>100.0%</b>		<b>+0.2</b>	<b>-0.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>4.0%</b>	<b>+0.2</b>	<b>\$727.0</b>	<b>\$0.0</b>



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

Análisis del Mayorista respecto a sus absolutos, crecimientos y participaciones con los fabricantes dentro del mercado de consulta

% de Participación del Mayorista respecto a la Categoría y la ganancia/pérdida en puntos porcentuales

Análisis del mercado respecto a sus crecimientos y participaciones de las Categorías dentro del mercado de consulta, muestra el crecimiento del mercado sin considerar LAS VENTAS DEL MAYORISTA.

**OPORTUNIDAD**  
Si usted le diera a la Categoría el mismo peso que tiene en el mercado... tendría una mayor oportunidad de crecimiento con esa Categoría.  
Si el indicador se muestra en rojo, tiene una fortaleza con la Categoría.

Ordenación por importancia de cada una de las categorías, éste puede ser respecto al mercado (detectar oportunidades) o respecto al mayorista (importancia para el negocio) Negro mantuvo su posición, rojo bajo en el ranking y verde ganó posiciones en el ranking

**Panel de Acciones**

Presentación ▲

Filtros

Análisis: Categorías

División: Todas

Corp. / Fab.: Todas

Región: Nacional

Periodo: Mes

Medida: Valor

Orden: Mayorista

Top: 5

Ocultar

Mayorero Total **ABARROTES - Nacional**  
Desempeño en Valor de Categorías Mayorista **Clave Mayorista**  
Mes Abril 21



MPA: Mismo Período Anterior

Rank	Categorías	Cliente			Rank	Mercado			Cliente vs Mercado		Valor \$ Millones	
		Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. Categoría		% Crec (+/-) MPA	% Crec MPA sin M2044	% Part. Categoría	% Participación	Dif. PPS vs MPA	Tamaño Acorde al Mercado	Oportunidad Mes
1	Categoría	\$47.6	+45.3	6.5%	8	+11.9	+9.3	2.9%	9.1%	+2.1	\$20.9	-\$26.7
2	Categoría	\$42.3	+18.3	5.8%	15	+28.0	+29.6	1.8%	13.1%	-1.1	\$12.9	-\$29.3
3	Categoría	\$42.1	+57.7	5.8%	57	+23.0	+1.3	0.5%	49.3%	+10.9	\$3.4	-\$38.7
4	Categoría	\$34.8	+141.9	4.8%	10	+77.0	+72.5	2.2%	8.9%	+2.4	\$15.7	-\$19.1
5	Categoría	\$30.8	+22.1	4.2%	5	+17.4	+17.1	3.2%	5.3%	+0.2	\$23.3	-\$7.5
<b>Subtotal</b>		<b>\$197.6</b>	<b>+46.5</b>	<b>27.2%</b>		<b>+26.5</b>	<b>+24.5</b>	<b>10.5%</b>	<b>10.4%</b>	<b>+0.1</b>	<b>\$76.2</b>	<b>-\$121.3</b>
Otros		\$529.4	-4.0	72.8%		-2.2	-2.1	89.5%	3.3%	+0.0	\$650.7	\$121.7
<b>Total</b>		<b>\$727.0</b>	<b>+6.0</b>	<b>100.0%</b>		<b>+0.2</b>	<b>-0.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>4.0%</b>	<b>+0.2</b>	<b>\$727.0</b>	<b>-\$50.8</b>



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

Análisis del Mayorista respecto a susabsolutos, crecimientos y participaciones con las Marcas ó Submarcas dentro del mercado de consulta

%de Participación del Mayorista respecto a la Marca ó Submarca y la ganancia/pérdida en puntos porcentuales

Análisis del mercado respecto a suscrecimientos y participaciones de las Marcas ó Submarcas dentro del mercado de consulta, muestra el crecimiento del mercado sin considerar LASVENTAS DEL MAYORISTA

**OPORTUNIDAD**  
Si usted le diera a la Marca ó Submarca el mismo peso que tiene en el mercado... tendría una mayor oportunidad de crecimiento con esa Categoría.  
Si el indicador se muestra en rojo, tiene una fortaleza con la Marca ó Submarca.

Ordenación por importancia de cada una de las Marcas ó Submarcas, éste puede ser respecto al mercado (detectar oportunidades) o respecto al mayorista (importancia para el negocio) Negro mantuvo su posición, rojo bajo en el ranking y verde gano posiciones en el ranking

Información de la Marca ó Submarca y la Categoría a la que pertenece.

**Panel de Acciones**

**Presentación**

**Filtros**

Análisis:

Div. / Cat.:

Corp. / Fab.:

Región:

Periodo:

Medida:

Orden:

Top:

Ocultar

**Mayorero Total ABARROTES - Nacional**  
Desempeño en Valor de Marcas Mayorista **Clave Mayorista**  
Mes Abril 21



MPA: Mismo Periodo Anterior

Rank	Marcas	De:	Cliente			Rank	Mercado			Cliente vs Mercado		Valor \$ Millones	
			Valor \$ Millones	% Crec (+/-) MPA	% Part. Marca		% Crec (+/-) MPA	% Crec MPA sin M2044	% Part. Marca	% Participación	Dif. PPS vs MPA	Tamaño Acorde al Mercado	Oportunidad Mes
1	Marca	COMESTIBLES . Sueros	\$33.1	+162.4	4.6%	3	+81.6	+76.0	1.9%	9.4%	+2.9	\$14.1	-\$19.0
2	Marca	COMESTIBLES . Cafe	\$25.7	+49.8	3.5%	2	+14.0	+12.4	2.6%	5.5%	+1.3	\$18.5	-\$7.1
3	Marca	COMESTIBLES . Agua E	\$19.3	+18.6	2.7%	114	+18.1	+17.4	0.2%	54.8%	+0.3	\$1.4	-\$17.9
4	Marca	COMESTIBLES . Cafe	\$17.9	+56.1	2.5%			+56.1					-\$17.9
5	Marca	COMESTIBLES . Jugos/M	\$15.0	+44.1	2.1%	29	+12.7	+9.4	0.7%	12.4%	+2.7	\$4.8	-\$10.2
<b>Subtotal</b>			<b>\$111.0</b>	<b>+63.4</b>	<b>15.3%</b>		<b>+31.7</b>	<b>+28.5</b>	<b>5.3%</b>	<b>11.4%</b>	<b>+0.1</b>	<b>\$38.9</b>	<b>-\$72.2</b>
Otros			\$615.9	-0.4	84.7%		-1.5	-1.6	94.7%	4.5%	+0.0	\$688.1	\$72.2
<b>Total</b>			<b>\$727.0</b>	<b>+6.0</b>	<b>100.0%</b>		<b>+0.2</b>	<b>-0.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>4.0%</b>	<b>+0.2</b>	<b>\$727.0</b>	<b>\$0.0</b>



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

El filtro de **Análisis** nos permite elegir el nivel de detalle que queremos visualizar, por ejemplo: El análisis a **MERCADO**, sólo nos permitirá ver la información a **TOTAL CATEGORÍA** y **TOTAL FABRICANTE**

En esta sección usted podrá analizar en los siguientes cortes:

- MERCADO
- DIVISIÓN
- CATEGORÍA
- FABRICANTE
- MARCA
- SUBMARCA

En los cortes que se refieren a **MERCADO** y **DIVISIÓN** se podrá ver la información a **TOTAL CATEGORÍA** y **TOTAL FABRICANTE** y a **CATEGORÍA**, se podrá ver las tendencias hasta el nivel de **Total Fabricantes**.

En los cortes de **FABRICANTE**, **MARCA** y **SUBMARCA**, podrá elegir a cualquier **FABRICANTE** con el fin de analizar su comportamiento en el tiempo.

Usted podrá hacer un análisis de tendencias de:

- Valor / Volumen
- Índice de crecimiento en Valor o Volumen
- Precio Estadístico de acuerdo al **MERCADO**, donde:
  - Abarrotes: **Precio al Kilo, Litro o Pieza**
  - Dulces: **Precio Display**
  - Bebidas Alcohólicas: **Precio botella de 750 ml.**
  - Tabaquería: **Precio al Kilo, Litro o Pieza**

Esta sección le puede ayudar a verificar a partir de tendencias:

- Tendencia en Valor o Volumen de su negocio contra el Mercado, División, Categoría, Fabricante, Marca o Submarca.
- Índice de crecimiento de su negocio respecto al crecimiento del Mercado, División, Categoría, Fabricante, Marca o Submarca.
- Precios promedio en el que se está moviendo su negocio respecto al precio promedio del Mercado, División, Categoría, Fabricante, Marca o Submarca.

**Panel de Acciones**

Presentación ^

**Filtros**

**Análisis**

**Div. / Cat.**

**Corp. / Fab.**

**Mca. / SMca.**

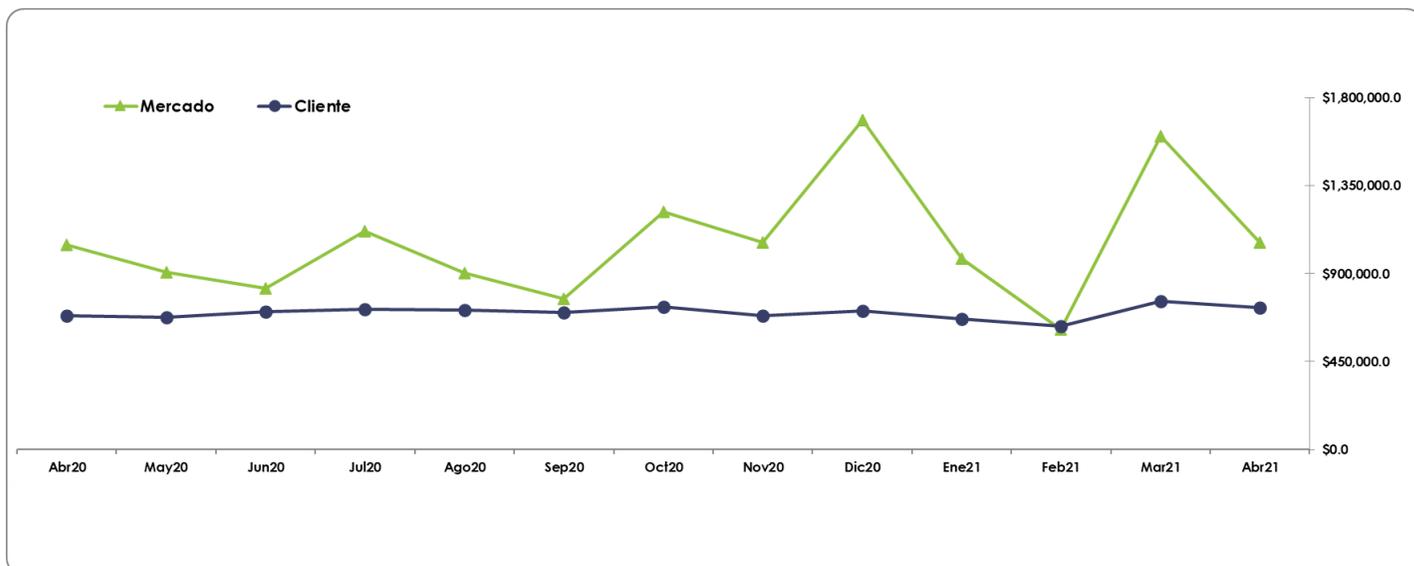
**Región**

**Medida**

**Indicador**

Ocultar

**Mayoreo Total ABARROTOS**  
 Tendencias Mayorista **Clave Mayorista** Análisis Mercado **Todas**  
 Valor \$(000)



En esta parte del análisis se revisan las ventas en absoluto de los productos en el mercado/región de interés, la importancia que tienen y el precio promedio en que se desplazan los productos

%de Participación del Mayorista respecto al Producto en el mercado/ región que se haya elegido.

Diferencia entre la importancia que tiene el producto en el mercado/región elegido y la participación que tiene el producto en el negocio del mayorista.

**OPORTUNIDAD**  
 Resulta de la multiplicación de la columna de %OP vs. Mercado por las ventas del Mayorista en *Total Categoría\**. Positivo nos indica que de acuerdo a la importancia que el producto tiene en el mercado, existe un rango para crecer las ventas del mismo, ya que existe un mercado que lo solicita. Negativo nos indica que de acuerdo a la importancia en el mercado del producto, se sobrestima en el negocio actual del Mayorista.

Resumen ejecutivo del número de productos que hacen el 80% o más del negocio en valor ó volumen en el mercado, con el fin de verificar si el mayorista está trabajando con los productos más importantes y de mayor desplazamiento.  
 En los *Skus manejados por el mayorista* nos indica el total de productos con los que se trabaja y los *Skus no prioritarios* nos invita a hacer una revisión de nuestro catálogo con el fin de hacer más eficiente el capital de trabajo invertido en el inventario.

Esta sección se muestra a los productos que participan en el análisis 80/20 y que tienen oportunidad a través del algoritmo OPISCAM.

En esta sección veremos las ventas de los productos en absolutos, la participación que tienen en su negocio y el precio promedio.

**Panel de Acciones**

Presentación ^

---

Filtros

Analisis

Cat

Producto

Producto Detalle

Corp. / Fab.

Región

Periodo

Medida

Ocultar

**Mayoreo Total ABARROTES - Región I**  
 OPISCAM en Valor de Categoría Mayorista *Clave Mayorista*  
 Mes Abril 21

Producto	Cliente			Mercado			% Cliente vs Mercado	% OP vs. Mercado	Oportunidad Mes
	Valor	% Part	Precio \$	Valor	% Part	Precio \$			
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$1,039,771.4	10.11%	\$23.84	\$10,269,172.0	22.55%	\$24.10	10.13%	12.43%	\$1,278,358.4
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$16,405.1	0.16%	\$26.46	\$3,598,138.5	7.90%	\$28.26	0.46%	7.74%	\$795,827.1
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A				\$2,157,770.5	4.74%	\$22.46	0.00%	4.74%	\$487,088.2
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A				\$1,570,918.5	3.45%	\$23.11	0.00%	3.45%	\$354,614.1
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$918,657.5	8.93%	\$29.11	\$5,196,977.5	11.41%	\$28.82	17.68%	2.48%	\$254,491.5
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$297,248.9	2.89%	\$16.94	\$2,067,011.8	4.54%	\$16.48	14.38%	1.65%	\$169,351.7
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$176,588.3	1.72%	\$29.71	\$1,279,544.8	2.81%	\$28.67	13.80%	1.09%	\$112,252.0
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$256,410.6	2.49%	\$15.77	\$1,419,649.1	3.12%	\$15.28	18.06%	0.62%	\$64,056.5
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$315,083.6	3.06%	\$33.38	\$1,467,135.8	3.22%	\$34.02	21.48%	0.16%	\$16,102.9
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$428,861.1	4.17%	\$32.84	\$1,599,255.5	3.51%	\$32.00	26.82%	-0.66%	-\$67,850.3
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$1,217,832.0	11.84%	\$32.78	\$2,635,016.3	5.78%	\$31.63	46.22%	-6.06%	-\$623,011.9
Categoría + Subcategoría + SUBMARCA (Tamaño + Gramaje) A	\$3,905,440.3	37.98%	\$22.30	\$3,905,440.3	8.57%	\$22.30	100.00%	-29.41%	-\$3,023,838.8

Todas al 80% de Región I	\$8,572,299.0	83.37%		\$37,166,028.0	81.59%				
Todas Aceites Comestibles	\$10,282,176.0	100%		\$45,549,404.0	100%				
Todas Skus Todas Región I al 80% venta	12								
Idem Skus Región I 80% en Cliente	10	83.37%			73.41%				
% Cobertura del 80% en No. de SKU's	83.3%								
Diferencia de Skus con oportunidad	2								
Skus manejados por el Mayorista	28								
Skus no prioritarios	18								

<b>DIVISIONES</b>	<b>División</b>	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.		
	<b>Mercado</b>	Abarrotes Dulces Bebidas Alcohólicas Tabaquería		
	<b>Mayorista</b>	<b>Valor \$ (Mills) / Volumen Cjs. ISCAM ('000)</b>	<b>Valor:</b> Suma total de Venta en dinero (incluye impuestos) Expresado en Mills. <b>Volumen:</b> Suma total de Volumen (botellas o piezas) desplazado por el Canal. - <b>Abarrotes:</b> Cajas de 100 Kg./ Lts/Pzas (Papel y Tabaquería: Cajas de 10,000 piezas) - <b>Dulces:</b> Una Caja con 24 Displays (bolsas, tiras, vitroleros, etc...) - <b>Bebidas Alcohólicas:</b> Caja de 9lts. (12 botellas de 750ml)	
		<b>% Crec (+/-)MPA</b>	Variación porcentual respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior (Bimestre, Rolling Year, Year to Date)	
		<b>% Part. División</b>	Importancia de la División dentro del total del Mayorista	
	<b>Mercado</b>	<b>% Crec (+/-)MPA</b>	Variación porcentual respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior (Bimestre, Rolling Year, Year to Date)	
		<b>% Part. División</b>	Importancia de la División dentro del total del Mercado	
	<b>Mayorista vs Mercado</b>	<b>% Participación</b>	Medida del tamaño relativo (%) de las ventas del Mayorista en la División, contra las ventas totales de la División	
		<b>Dif. PPS vs MPA</b>	Ganancia o pérdida expresada en puntos porcentuales (PPS) sobre el % de participación del Mayorista contra el Mismo Periodo Anterior (MPA)	

<b>REGIONES</b>	<b>Región</b>	Grupo de Estados de la Republica Mexicana definidos por ISCAM para representar un mercado. En este campo también se muestra el mercado Nacional.		
	<b>Mercado/División/Categoría</b>	Nivel de detalle en el que se puede mostrar la información		
	<b>Mayorista</b>	<b>Valor \$ (Mills) / Volumen Cjs. ISCAM ('000)</b>	<b>Valor:</b> Suma total de Venta en dinero (incluye impuestos) Expresado en Mills. <b>Volumen:</b> Suma total de Volumen (botellas o piezas) desplazado por el Canal. - <b>Abarrotes:</b> Cajas de 100 Kg./ Lts/Pzas (Papel y Tabaquería: Cajas de 10,000 piezas) - <b>Dulces:</b> Una Caja con 24 Displays (bolsas, tiras, vitroleros, etc...) - <b>Bebidas Alcohólicas:</b> Caja de 9lts. (12 botellas de 750ml)	
		<b>% Crec (+/-)MPA</b>	Variación porcentual respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior (Bimestre, Rolling Year, Year to Date)	
		<b>% Part. Región</b>	Importancia de la Región dentro del total del Mayorista (depende del nivel de detalle que se seleccione)	
	<b>Mercado</b>	<b>% Crec (+/-)MPA</b>	Variación porcentual respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior (Bimestre, Rolling Year, Year to Date)	
		<b>% Part. Región</b>	Importancia de la Región dentro del total del Mercado (depende del nivel de detalle que se seleccione)	
	<b>Mayorista vs Mercado</b>	<b>% Participación</b>	Medida del tamaño relativo (%) de las ventas del Mayorista en la Región, contra las ventas totales de la Región.	
		<b>Dif. PPS vs MPA</b>	Ganancia o pérdida expresada en puntos porcentuales (PPS) sobre el % de participación del Mayorista contra el Mismo Periodo Anterior (MPA)	

<b>RANK</b>		Número en el que se encuentra un Fabricante y que depende de las ventas totales del Fabricante respecto al total de ventas del Mayorista (depende del nivel de detalle que se seleccione)
<b>Fabricantes</b>		Fabricante, distribuidor, importador de determinado portafolio demarcas
<b>Categorías</b>		Una categoría se compone de un conjunto de productos que tienen atributos, características, usos y beneficios similares entresí
<b>Marcas/Submarcas</b>		<b>Marca:</b> 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. <b>Submarca:</b> Término que identifica, a partir de alguna característica específica, a un producto dentro una marca.
<b>Mercado/División/Categoría</b>		Nivel de detalle en el que se puede mostrar la información
<b>Mayorista</b>	<b>Valor \$ (Mills) / Volumen Cjs. ISCAM ('000)</b>	<b>Valor:</b> Suma total de Venta en dinero (incluye impuestos) Expresado en Mills. <b>Volumen:</b> Suma total de Volumen (botellas o piezas) desplazado por el Canal. - <b>Abarrotes:</b> Cajas de 100 Kg./ Lts/Pzas (Papel y Tabacquería: Cajas de 10,000 piezas) - <b>Dulces:</b> Una Caja con 24 Displays (bolsas, tiras, vitroleros, etc...) - <b>Bebidas Alcohólicas:</b> Caja de 9lts. (12 botellas de 750ml)
	<b>% Crec (+/-)MPA</b>	Variación porcentual respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior (Bimestre, Rolling Year, Year to Date)
	<b>% Part. Fabricantes</b>	Importancia del Fabricante dentro del total del Mayorista (depende del nivel de detalle que se seleccione)
<b>RANK</b>		Número en el que se encuentra un Fabricante y que depende de las ventas totales del Fabricante respecto al total mercado (depende del nivel de detalle que se seleccione)
<b>Mercado</b>	<b>% Crec (+/-)MPA</b>	Variación porcentual respecto al mismo periodo de tiempo del año anterior (Bimestre, Rolling Year, Year to Date)
	<b>% Part. Fabricantes</b>	Importancia del Fabricante dentro del total del mercado (depende del nivel de detalle que se seleccione)
<b>Mayorista vs Mercado</b>	<b>% Participación</b>	Medida del tamaño relativo (%) de las ventas del Mayorista del Fabricante, contra las ventas totales del Fabricante
	<b>Dif. PPSvs MPA</b>	Ganancia o pérdida expresada en puntos porcentuales (PPS) sobre el % de participación del Mayorista contra el Mismo Periodo Anterior (MPA)
<b>Valor \$ (Mills)</b>	<b>Tamaño Acorde al Mercado</b>	Resulta de Multiplicar el % Part. Fabricantes por el total de ventas del Mayorista ya sean en valor o volumen
	<b>Oportunidad Bimestre</b>	Resulta de restar el Tamaño Acorde al Mercado menos Valor o Volumen Absoluto del Mayorista en el Fabricante seleccionado

Categoría	Producto	<p><b>Categoría:</b> Una categoría se compone de un conjunto de productos que tienen atributos, características, usos y beneficios similares entre sí</p> <p><b>Producto:</b> Término que identifica las distintas presentaciones en las que se puede encontrar un producto en el mercado (unidad mínima de venta).</p>
	Valor / Volumen Cjs.ISCAM	<p><b>Valor:</b> Suma total de Venta en dinero (incluye impuestos) Expresado en Mills.</p> <p><b>Volumen:</b> Suma total de Volumen (botellas o piezas) desplazado por el Canal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Abarrotes:</b> Cajas de 100 Kg./ Lts/Pzas (Papel y Tabaquería: Cajas de 10,000 piezas)</li> <li>- <b>Dulces:</b> Una Caja con 24 Displays (bolsas, tiras, vitroleros, etc...).</li> <li>- <b>Bebidas Alcohólicas:</b> Caja de 9lts. (12 botellas de 750ml)</li> </ul>
Mayorista	%	Importancia del Producto dentro del total de ventas del Mayorista en la Categoría / Fabricante / Región de consulta
	Precio \$	Precio Promedio de los productos en el Mayorista
Mercado	Valor / Volumen Cjs.ISCAM	<p><b>Valor:</b> Suma total de Venta en dinero (incluye impuestos) Expresado en Mills.</p> <p><b>Volumen:</b> Suma total de Volumen (botellas o piezas) desplazado por el Canal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Abarrotes:</b> Cajas de 100 Kg./ Lts/Pzas (Papel y Tabaquería: Cajas de 10,000 piezas)</li> <li>- <b>Dulces:</b> Una Caja con 24 Displays (bolsas, tiras, vitroleros, etc...).</li> <li>- <b>Bebidas Alcohólicas:</b> Caja de 9lts. (12 botellas de 750ml)</li> </ul>
	%	Importancia del Producto dentro del total de ventas del Mercado en la Categoría / Fabricante / Región de consulta
	Precio \$	Precio Promedio de los productos en el Mercado
% Mayorista vs. Mdo		Medida del tamaño relativo (%) de las ventas del Mayorista del Producto, contra las ventas totales del Producto en el Fabricante o Región de consulta
% OP vs. Mercado		Resultado de la multiplicación de % de Oportunidad vs. Mercado y la facturación del mayorista en Total Categoría / Fabricante/Región
Oportunidad Bimestre		Positivo nos indica que de acuerdo a la importancia que el producto tiene en el mercado, existe un rango para crecer la facturación del mismo ya que existe un mercado que lo solicita. Negativo nos indica que de acuerdo a la importancia del mercado del producto, se sobrestima en el negocio actual del mayorista.



**CHAT!**

**Contáctanos al (55) 2245 6696**

**¿Tienes dudas o problemas al abrir o manipular tu entregable?**

Usa el chat de Whatsapp de Soporte Técnico ISCAM.

Este es un servicio que te atenderá de una forma rápida y sencilla.



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 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.

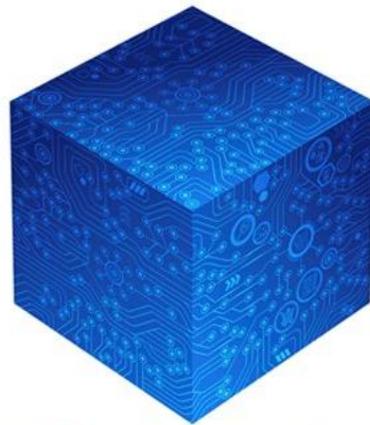
La marca ISCAM® y el logotipo ISCAM®, son marcas registradas propiedad de Consejeros Comerciales. S.A. de C.V.



# TUTORIAL



**ISCAM**<sup>®</sup>  
MTI



**ISCAM**<sup>®</sup>



**Consejeros Comerciales S.A. de C.V.**

San Jerónimo Chicahualco, Metepec,  
Estado de México.

(722) 216 0868, 134 0511/12

[www.iscam.com](http://www.iscam.com)