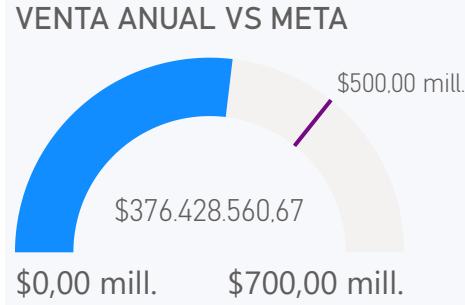


REPORTE DE VENTAS | NIVEL PAÍS AÑO 2019



Los ingresos más bajos en el año se registraron en los meses de **julio, enero y junio** (Impacto de estacionalidad).

TOP 3 MESES CON MENORES VENTAS

	Ventas	Ticket Medio
julio	\$17.719.895,27	\$5.643,28
enero	\$20.524.791,20	\$4.942,16
junio	\$21.087.157,27	\$5.267,84

El *Ticket Medio* es un indicador de los hábitos de compra.

Ticket medio

\$6.569,55

Piezas por ticket (PPT)

1,13

Tickets emitidos

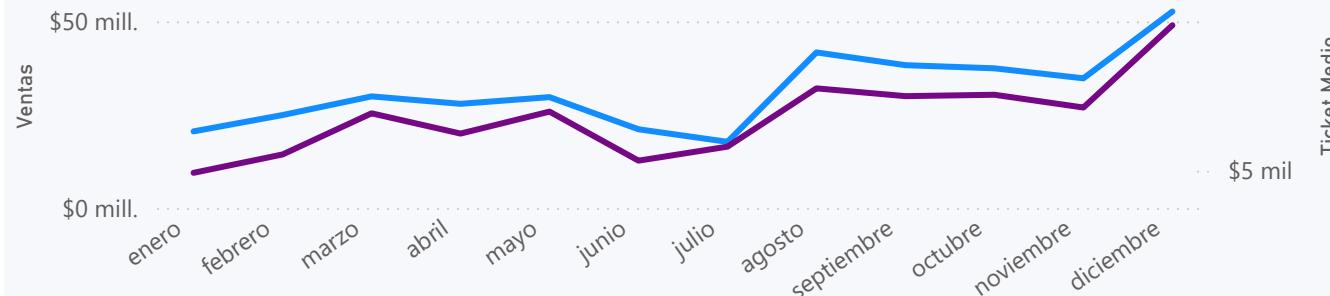
57299

Unidades vendidas

64614

EVOLUCIÓN DE VENTAS Y TICKET MEDIO A LO LARGO DEL AÑO

● Ventas ● Ticket Medio



TOP 5 CATEGORÍAS

Por porcentaje de participación



Estuchería 59,66 %

Informática 22,23 %

Impresión 7,56 %

Audio 3,05 %

Gabinetes 2,48 %

EVOLUCIÓN PIEZAS POR TICKET A LO LARGO DEL AÑO

Unidades vendidas sobre cantidad de tickets emitidos



VENTAS POR PROVINCIA

Buenos Aires \$259.995.310,73

Córdoba \$38.176.509,67

Mendoza \$35.421.129,67

Santa Fe \$22.770.265,00

Tucumán \$16.496.891,07

Río Negro \$3.568.454,53

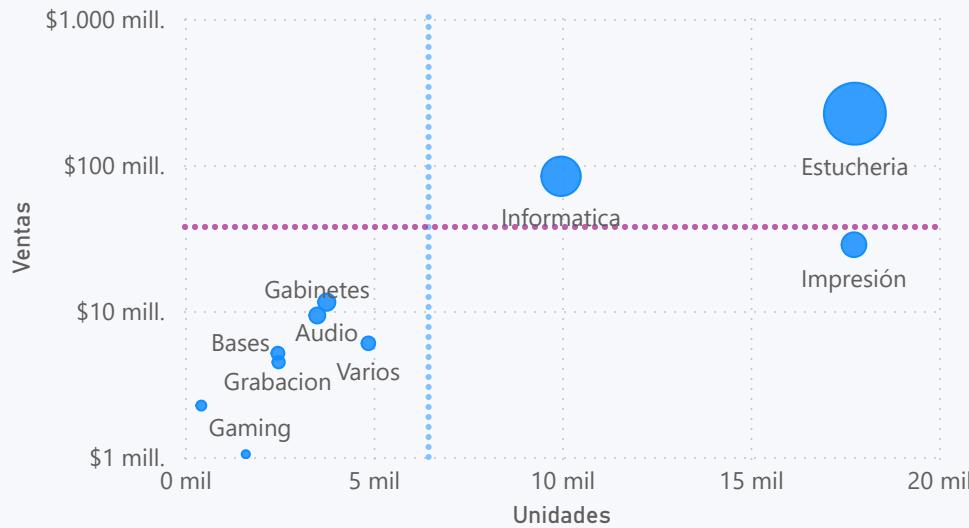


Ventas \$0,00 mil M \$0,26 mil M

REPORTE DE VENTAS | CATEGORIAS Y PRODUCTOS

RELEVANCIA DE CATEGORÍAS

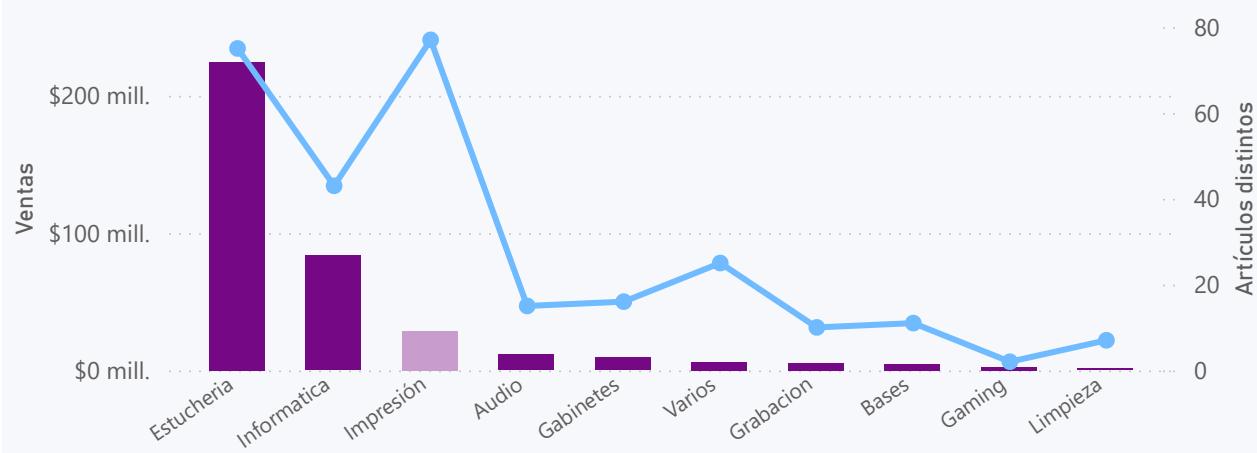
Según ventas y unidades vendidas (El eje ventas se presenta en escala logarítmica)



La categoría *Impresión* ofrece la mayor variedad con 77 productos distintos, generando \$28.449.973,33 en ventas, mientras que *Estuchería* tiene 75 productos con ingresos mucho mayores, \$224.584.993,33.

VENTAS POR CATEGORÍAS

● Monto de ventas ● Artículos distintos



TOP 5 PRODUCTOS MÁS VENDIDOS

ID	Concepto	Un	Ventas	Precio
42840	Parlante Kingta So-101 Bluetooth/ Waterproof Green	345	\$406.318,00	\$1.177,73
42845	Parlante Jbl Go Teal Bluetooth	331	\$908.308,13	\$2.744,13
42911	Funda Para Notebook Case Logic Ibrs-114 Acai	317	\$1.890.376,67	\$5.963,33
42954	Mochila Notebook Case Logic Wmbp-115 Black	302	\$2.571.026,67	\$8.513,33
43031	Valija Notebook Case Logic Brya-113 Negro	296	\$1.175.120,00	\$3.970,00

TOP 5 PRODUCTOS MENOS VENDIDOS

ID	Concepto	Un	Ventas	Precio
42826	Gab Taiding F200 S/Fuente	195	\$349.206,00	\$1.790,80
42786	Mem Usb 64Gb Kingston Data 3.1	192	\$509.273,60	\$2.652,47
42887	Cartucho Orink/Epson Negro T1361	192	\$318.720,00	\$1.660,00
42848	Gabinete Gamer Xd345	191	\$1.011.026,67	\$5.293,33
42798	Mem Ddr3 8Gb 1600Mhz Mushkin Essentials Pc	186	\$964.893,60	\$5.187,60

REPORTE DE VENTAS | DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE CLIENTES Y DISTRIBUCIÓN DE SUCURSALES

Total de clientes

Nivel país

3407

Total de tiendas

Nivel país

31

Provincias

Con sucursales abiertas

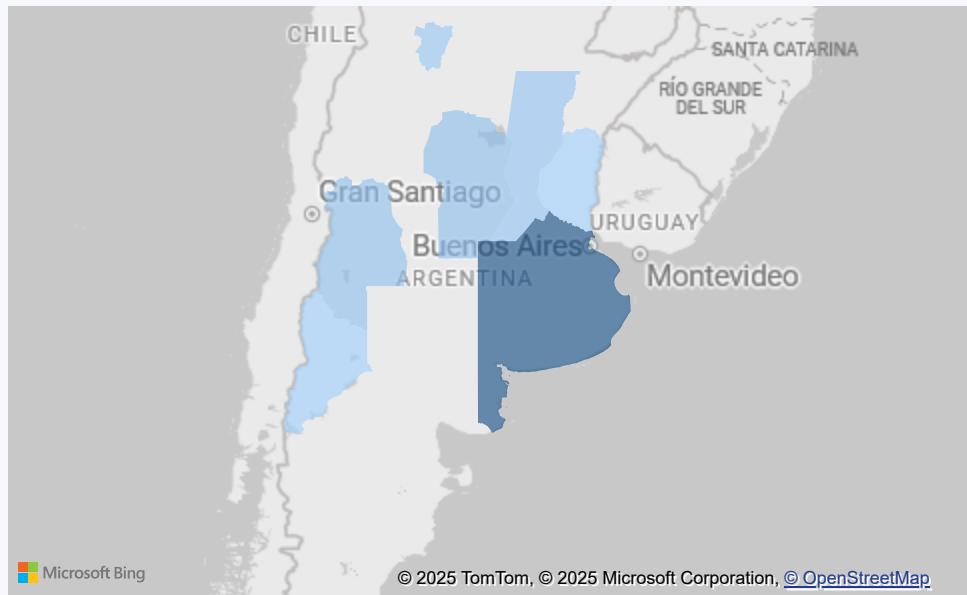
6

TOP CLIENTES

ID Cliente	Nombre y Apellido	Unidades	Ventas	Provincia
1221	Marcelo Dauber	34	\$1.068.096,00	Buenos Aires
1451	Adriana Garicoits	28	\$1.060.300,87	Buenos Aires
2728	Fernando Antia	26	\$1.005.486,53	Mendoza
1957	Enzo Javier Malan	22	\$998.692,27	Buenos Aires
171	Marcos Tiscordio	24	\$994.605,93	Buenos Aires

La empresa no cuenta con sucursales en Neuquén ni Entre Ríos.

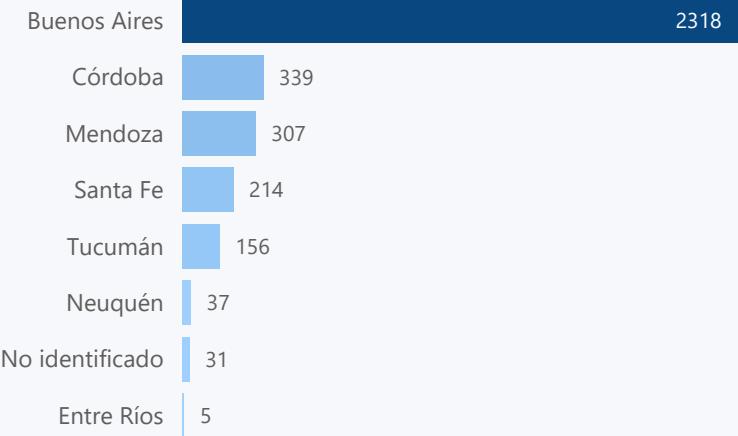
No se observan clientes registrados en la provincia de Río Negro donde existe una única sucursal.



LOCACIÓN DE CLIENTES

Distribución geográfica de clientes por provincia

Cantidad de clientes 0,01 mil 2,32 mil



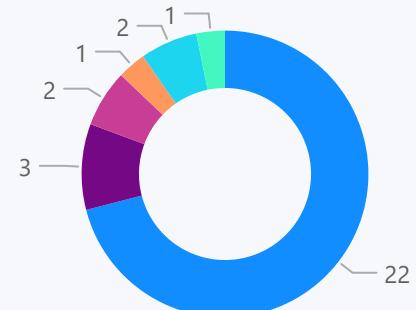
Cantidad de clientes

SUCURSALES POR PROVINCIA

Cantidad de sucursales

Provincia

- Buenos Aires
- Córdoba
- Mendoza
- Río Negro
- Santa Fe
- Tucumán



RECOMENDACIONES OPERATIVAS Y COMERCIALES

Ventas, Ticket medio y Piezas por Ticket.

Observación: El Ticket medio es igual al total de ventas sobre la cantidad de tickets emitidos, representa el promedio abonado por cada compra y refleja los hábitos de compra del cliente.

Por otra parte, a lo largo del año 2019 el valor de las PPT oscila entre 1,12 y 1,13; lo cual indica que la mayoría de ventas es de sólo un producto por ticket, lo que lleva a su vez a un impacto directo de la rotación de los productos y al riesgo de llegar a un sobrestock.

Acciones:

- Ofrecer planes de financiación atractivos.
- Reforzar la atención al cliente. Escuchar, entender sus necesidades, ofrecer artículos acordes y comunicar medios de pago.
- Ubicar productos de mayor valor en puntos focales para incrementar su visibilidad.
- Reforzar la venta cruzada (ofrecer productos complementos a aquellos que el cliente desea comprar).
- Promociones en compras de varias unidades.
- Evaluar el componente de estacionalidad en los meses con menos ventas: enero (verano), julio y junio (meses de invierno). Incorporar productos que tienen alta demanda en esos meses del año.

Categorías y productos

Observación: Las categorías menos rentables son también las que ofrecen menos variedad de productos.

Acciones:

- Diversificar los productos en las categorías *grabación, bases, gaming y limpieza*.
- Evaluar la continuidad del rubro de limpieza por su baja participación.
- Comprobar si los precios de la categoría *impresión* se encuentran actualizados.
- Asegurar la reposición de los productos de acuerdo a la demanda y capacidad de los mobiliarios donde se exhiben.
- Planificar acciones periódicas de Visual Merchandising y hacer un seguimiento semanal de su impacto en los indicadores y top de ventas.

Distribución geográfica de clientes.

Observación: La provincia que menor monto de venta ha tenido en el año 2019 es Río Negro, con un total por \$3.568.454,53 y una participación del 0,95% sobre el ingreso total en el país. Río Negro posee solo una sucursal en el país. Los clientes más cercanos a esa sucursal se concentran en la provincia de Neuquén, donde no hay sucursales abiertas.

Acciones:

- Evaluar la posibilidad de la apertura de una sucursal en Neuquén.
- Planear alguna estrategia de Marketing para atraer a más clientes de la zona y un programa de fidelización.
- Evaluar la posibilidad de establecer un sistema logístico que facilite la entrega de productos desde Rio Negro a Neuquén para retener esos clientes.

RECOMENDACIONES EN LA CALIDAD DE LOS DATOS

- Contar con una base de datos sobre el stock de productos tanto en área de ventas como en depósito para generar un indicador de rotación de productos y analizar la posible existencia de sobre-stock y quiebres.
- En la base de proveedores agregar la división por rubro.
- Almacenar los datos de clientes: ID, nombre, apellido, domicilio, localidad, provincia y locación geográficas (latitud y longitud) en una única base de datos.
- Agregar la opción de elegir de una lista la provincia para evitar confusiones al cargar nuevos datos. Se ha observado la carga Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) como una provincia en diferentes tablas.
- Agregar la opción de elegir a partir de una lista la categoría al momento de cargar los productos. En la tabla de productos existía un único producto cargado como "opción 1" pero correspondiente a la categoría gabinetes.
- Para aquellos productos que no puedan encasillarse en alguna de las categorías pueden cargarse como pertenecientes a una categoría llamada "Varios" u "Otros", para evitar así la existencia de valores nulos en este campo.
- Analizando la tabla "Productos" se observa que existen dos productos duplicados, es decir, que responden al mismo concepto, con diferente ID y Precio.
- Revisar la existencia de productos cargados con precio "0".