

# Análisis Estratégico del Negocio

## Informe para el Consejo de Administración



### Resumen Ejecutivo

- El negocio ha generado **2496822 pesos argentinos** en ingresos totales durante el periodo de enero a junio de 2024.
- Sin embargo, se observa **una tendencia decreciente, un comportamiento volátil y la ausencia de un crecimiento sostenido** tanto en los ingresos mensuales como en la cantidad vendida.
- Es crucial implementar estrategias que permitan **revertir esta caída, estabilizar la demanda y diversificar las fuentes de ingresos** para asegurar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

### Conclusiones y recomendaciones:

Los ingresos y la cantidad vendida muestran una tendencia decreciente, con alta volatilidad y ausencia de un crecimiento sostenido. Los productos de mayor precio representan una proporción significativa de los ingresos totales, mientras que las ventas se concentran en tres ciudades y en solo dos categorías de productos.

Además, existe una alta dependencia de un pequeño grupo de clientes, situación que incrementa el riesgo comercial ante posibles fluctuaciones en sus compras.

### Evidencias:

#### • Disminución de ingresos Mensuales:

En promedio, los ingresos de la tienda decrecieron un -1.5% mensual entre enero y junio. Se muestran caídas significativas en los primeros meses, un repunte abrupto en mayo y una nueva caída en junio, lo que confirma un comportamiento inestable.

#### • Falta de diversificación:

- Las categorías Alimentos y Limpieza muestran un equilibrio en la cantidad vendida; sin embargo, Limpieza representa una mayor proporción de los ingresos del negocio.

- Las ciudades Río Cuarto, Córdoba y Alta Gracia concentran la mayor parte de los ingresos y de la cantidad vendida.

- Los 20 principales clientes representan el 54.7% de los ingresos totales, evidenciando una fuerte dependencia de un grupo reducido.

- **Compras de bajo valor:**

- Durante el primer cuatrimestre se registró una disminución del ticket promedio por cliente y por pedido, causada por una menor cantidad de productos adquiridos. Como resultado, el gasto promedio de los clientes se redujo de manera significativa.

**Recomendaciones:**

1. Diversificación de Ciudades

- Acción: Expandir la presencia en ciudades con menor participación.
- Beneficio: Reduce la dependencia de pocas zonas y distribuye mejor las ventas.

2. Ampliación de la oferta de Categorías

- Acción: Introducir nuevas categorías de productos atractivas para los clientes.
- Beneficio: Permite atraer a más clientes y adaptarse mejor a cambios en la demanda y en las preferencias del mercado.

3. Incrementar el interés y la recurrencia de compra

- Acción: Implementar un sistema de recomendación que sugiera productos según el historial de compra de cada cliente.
- Beneficio: Envía recordatorios y sugerencias personalizadas para motivar la compra y mejorar la lealtad del cliente.

4. Reducción de la concentración en un grupo reducido de clientes

- Acción: Crear promociones para que los clientes actuales compren más seguido y realizar campañas para atraer nuevos clientes de otras ciudades.
- Beneficio: Disminuye el riesgo de depender demasiado de pocos clientes y hace que las ventas sean más estables.

---

**Análisis Detallado**

1. **Tendencia Decreciente de ingresos mensuales**

En promedio, los ingresos de la tienda decrecieron un -1.5% mensual entre enero y junio. Se observan caídas pronunciadas en los primeros meses, un repunte abrupto en mayo y una nueva disminución posterior. Esto evidencia un comportamiento volátil y la ausencia de un crecimiento sostenido.

### **Evidencia:**

La empresa presenta una tendencia negativa continua durante el primer cuatrimestre. Tras cuatro meses consecutivos de caída, se observa un repunte abrupto en el quinto mes, lo que sugiere la presencia de una mejora temporal en la demanda. Sin embargo, después de este pico, se registra nuevamente una disminución, lo que indica que la recuperación no es estable sino momentánea.

Mes	Importe	Month-Over-Month Growth
1	506080	
2	407041	-19.6%
3	367813	-9.6%
4	229374	-37.6%
5	516117	125.0%
6	470397	-8.9%
<b>Compound Monthly Growth Rate (CMGR)</b>		-1.5%

---

## **2. Tendencia Decreciente de la cantidad Vendida**

En promedio, las cantidades vendidas de la tienda decrecieron un -2.9% mensual entre enero y junio. Se observan una caída sostenida en los primeros cuatro meses, un repunte abrupto en mayo y una nueva disminución posterior. El comportamiento es volátil y no evidencia un crecimiento sostenido.

### **Evidencia:**

La Tienda muestra una tendencia negativa continua durante el primer cuatrimestre, con caídas consecutivas en la cantidad vendida. En el quinto mes se observa un repunte abrupto, lo que sugiere una mejora temporal en la demanda. No obstante, tras este pico, vuelve a registrarse una disminución, lo que evidencia que la recuperación no es sostenida sino momentánea.

Mes	Cantidad	Month-Over-Month Growth
Enero	200	
Febrero	173	-13.5%
Marzo	144	-16.8%
Abril	95	-34.0%
Mayo	196	106.3%
Junio	173	-11.7%
<b>Compound Monthly Growth Rate (CMGR)</b>		-2.9%

### **3. Distribución de Ventas por Categoría**

Las ventas se concentran en dos categorías.

#### **Evidencia:**

Las categorías Alimentos y Limpieza muestran un equilibrio en la cantidad vendida; sin embargo, la categoría Limpieza genera más ingresos totales, lo que evidencia que sus productos tienen un precio más alto. Aunque la demanda por cantidad es equivalente, Limpieza representa una mayor fuente de ingresos para el negocio. Es importante considerar que, si las preferencias de los clientes cambian, esta dependencia podría afectar las ganancias de la empresa.

#### **Categorías más Vendidos (por Cantidad)**

Categoría	Cantidad	% participación
Alimentos	493	50.3%
Limpieza	488	49.7%

#### **Categorías que generan más ingresos**

Categoría	Importe	% participación
Alimentos	1192986	47.8%
Limpieza	1303836	52.2%

---

### **4. Análisis de Productos**

Gracias a la diversificación de productos, el negocio no presenta dependencia de un solo artículo, lo que reduce riesgos y estabiliza la demanda. Es importante considerar que los productos de mayor precio aportan una parte significativa de los ingresos; muchos de ellos se encuentran tanto entre los más vendidos como entre los que generan mayores ganancias. Esto refuerza la necesidad de mantener su disponibilidad y potenciar su visibilidad dentro del punto de venta.

#### **Evidencia:**

- Existe una mezcla equilibrada entre alimentos, bebidas y productos de limpieza, lo que contribuye a diversificar la demanda y atraer distintos tipos de clientes.
- Los productos de mayor precio impulsan la rentabilidad general, es decir, los artículos premium o de mayor valor unitario aportan una proporción significativa a los ingresos del negocio.
- Queso Rallado 150g, Yerba Mate Suave 1kg, Vino Blanco 750ml, Hamburguesas Congeladas x4, Aceitunas Verdes 200g y Ron 700ml son productos clave, ya que combinan alta rotación con altos niveles de ingreso, convirtiéndose en pilares estratégicos para el negocio.
- Salsa de Tomate 500g, Lavandina 1L y Mermelada de Frutilla 400g funcionan como productos de atracción: tienen un volumen de ventas

elevado, pero su contribución a la ganancia es menor. Aun así, son importantes porque ayudan a generar tráfico y mantener el flujo de clientes.

### Top 10 Productos más Vendidos (por Cantidad)

Nombre_Producto	Cantidad
Salsa de Tomate 500g	27
Queso Rallado 150g	26
Hamburguesas Congeladas x4	24
Vino Blanco 750ml	22
Aceitunas Verdes 200g	22
Lavandina 1L	21
Ron 700ml	21
Mermelada de Frutilla 400g	21
Yerba Mate Suave 1kg	20
Desodorante Aerosol	20

### Top 10 Productos que Generan más Ingresos

Nombre_Producto	Importe
Desodorante Aerosol	93800
Queso Rallado 150g	89544
Ron 700ml	81396
Yerba Mate Suave 1kg	77560
Chicle Menta	68628
Pizza Congelada Muzzarella	64290
Vino Blanco 750ml	59048
Hamburguesas Congeladas x4	58080
Aceitunas Verdes 200g	55440
Trapo de Piso	53394

---

## 5. Análisis de Ciudades

Las ventas se concentran en tres ciudades.

**Evidencia:** Las ciudades Río Cuarto, Córdoba y Alta Gracia constituyen el 65.9% del ingreso total y el 67.2% de la cantidad total vendida, indicando una concentración que podría ser riesgosa si los compradores pierden interés en los productos.

### Ciudades donde la empresa generó más Ingresos

Ciudad	Importe	% participación
Rio Cuarto	746248	29.9%
Cordoba	460052	18.4%
Alta Gracia	440204	17.6%
Villa Maria	313350	12.5%
Carlos Paz	307942	12.3%
Mendiolaza	229026	9.2%

### Ciudades donde hubo más ventas (por Cantidad)

Ciudad	Cantidad	% participación
Rio Cuarto	289	29.5%
Cordoba	195	19.9%
Alta Gracia	175	17.8%
Carlos Paz	116	11.8%
Villa Maria	106	10.8%
Mendiolaza	100	10.2%

## 6. Comportamiento de los Clientes

Existe una alta concentración de ingresos en un grupo reducido de clientes, lo cual representa un riesgo potencial si alguno de ellos deja de comprar. Además, se observa variabilidad en el ticket promedio por cliente y por pedido a lo largo de los meses, lo que indica que existen períodos en los que los clientes están más dispuestos a comprar y gastar, y otros en los que el nivel de consumo disminuye.

### Evidencia:

- Los 20 principales clientes representan el 54.7% de los ingresos totales de la tienda.
- Se observa una caída en el ticket promedio por cliente y por pedido durante el primer cuatrimestre, debido a una menor cantidad de productos adquiridos por los clientes; como consecuencia, los clientes gastaron menos.
- En mayo, el ticket promedio por pedido aumentó gracias al incremento en la cantidad vendida, y el ticket promedio por cliente también creció, ya que los clientes compran productos de mayor precio. En junio, se registra un ligero descenso en ambos indicadores.

**Total de pedidos realizados: 120**

### Ticket promedio por cliente (mensual)

Mes	Ticket promedio por cliente
Enero	22003.48

Febrero	23943.59
Marzo	19358.58
Abril	22937.4
Mayo	30359.82
Junio	26133.17

#### Ticket promedio por pedido (mensual)

Mes	Ticket promedio por pedido
Enero	21086.67
Febrero	20352.05
Marzo	17514.9
Abril	19114.5
Mayo	23459.86
Junio	22399.86

#### Principales Clientes por Ingresos

Nombre_Cliente	Importe
Agustina Flores	132158
Bruno Castro	95030
Bruno Diaz	90701
Diego Diaz	90522
Mariana Lopez	72448
Olivia Gomez	71321
Pablo Sanchez	67575
Camila Rodriguez	65001
Santiago Diaz	64786
Felipe Diaz	64716
Camila Ruiz	64502
Felipe Flores	64300
Karina Castro	60740
Tomas Flores	60317
Uma Sanchez	57386
Felipe Ruiz	53828
Gael Gomez	49518
Uma Medina	48878
Tomas Ruiz	45929
Tomas Herrera	45616