



# **Eficiencia en la Gestión de insumo Plantas: Análisis y Optimización (2003-2024)**

---

**Análisis de eficiencia operativa y estrategias de sostenibilidad**

---

**Ing. Agrónomo Marcelo López Castro / Febrero de 2025**



**Histórico Cliente**

**Histórico Global**

**Métricas Clave**

**Distribución  
Geográfica**

**Conclusiones**

Cliente

30

Año

All

Tasa de Reposición

☐ % Compras/Abono

☐ % Total/Abono

## % Histórico de Reposiciones por Cliente (2003-2024)

(100% = 1,00)

0.15

0.10

0.05

0.00

2010

2012

2014

2016

2018

2020

2022

2024

A partir de 2021, gracias a estrategias como producción propia y rotación de plantas, la tasa de reposición **Compras/Abono** comenzó a ser menor que **Total/Abono**, reflejando una mayor eficiencia operativa.

Esto es especialmente notorio en clientes como N° 30 (históricamente nuestro principal cliente).

Inicio

Histórico Global

Métricas Clave

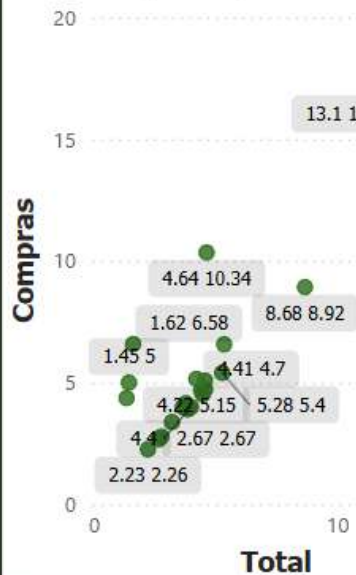
Distribución  
Geográfica

Conclusiones

Año  
All

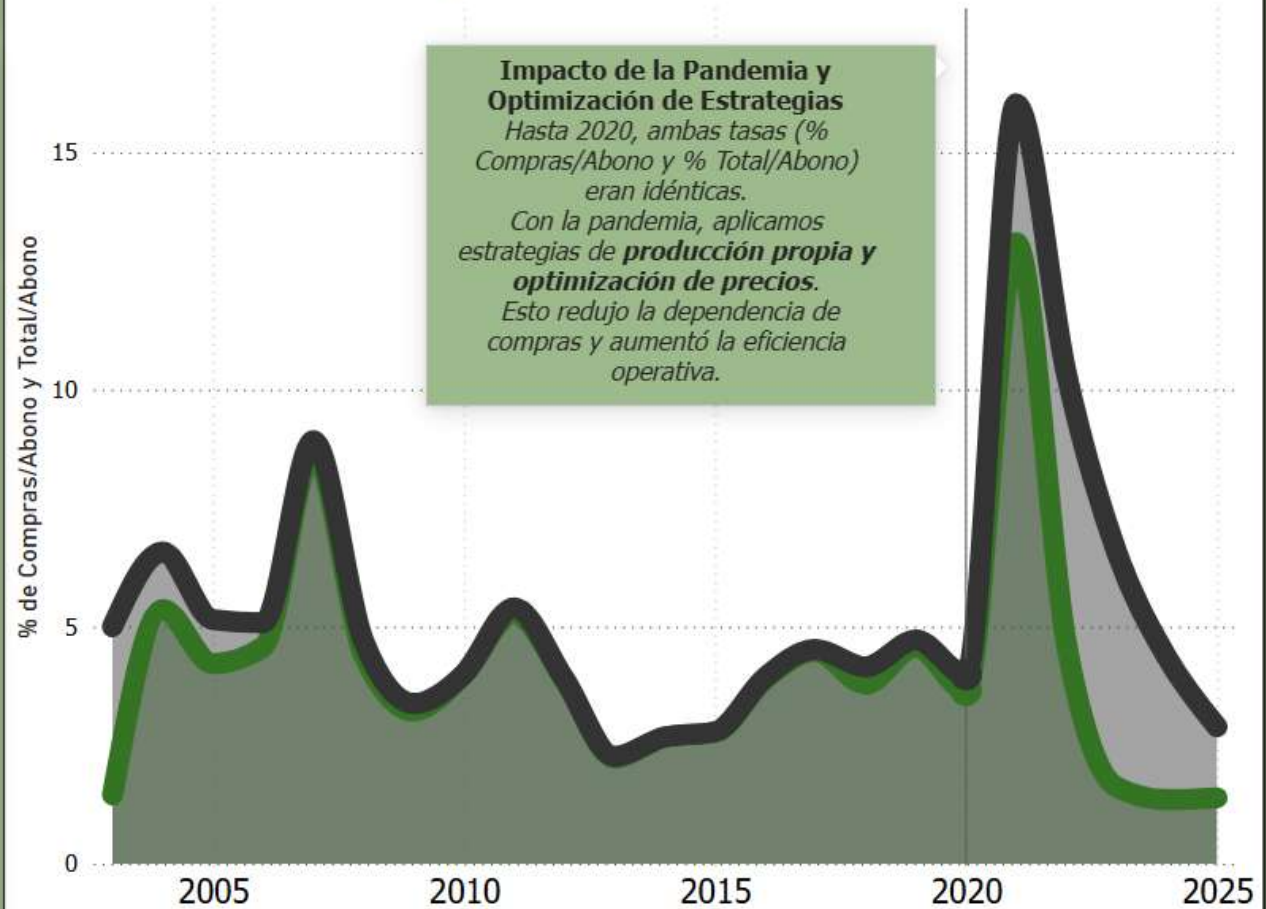
Correlación entre  
Compras/Abono y  
Total/Abono  
**0.82**

Correlación entre Compras / Abono  
y Total / Abono



## Histórico de Reposición de Plantas por Cliente(2003-2025)

● Compras/Abono ● Total/Abono



Inicio

Histórico Cliente

Métricas Clave

Distribución  
Geográfica

Conclusiones





Año

All

0.02

SD Compras / Abono

0.03

SD Valor / Abono

Año	%Compras	%Valor
2003	1.45	5.00
2004	5.36	6.57
2005	4.22	5.15
2006	4.57	5.08
2007	8.68	8.92
2008	4.41	4.70
2009	3.22	3.38
2010	4.00	4.00
2011	5.28	5.40
2012	3.87	3.90
2013	2.23	2.26
2014	2.67	2.67
2015	2.78	2.78
2016	3.89	3.93
2017	4.48	4.52
2018	3.79	4.15
2019	4.58	4.72
2020	3.66	3.99
2021	13.10	16.03
2022	4.64	10.34
2023	1.62	6.58
2024	1.35	4.36

1.35

% Mínimo Histórico  
Compras / Abono

13.10

% Máximo Histórico  
Compras / Abono

Valores Mínimos y Máximos

- % Mín. Compras/Abono: Mayor eficiencia operativa, menor necesidad de reposición.
- % Máx. Compras/Abono: Punto más alto de compras para reposición (ej. crisis de insumos 2021).
- % Mín. Valor/Abono: Mejor aprovechamiento de producción propia.
- % Máx. Valor/Abono: Mayor reposición total, refleja cambios estratégicos.

16.03

% Máximo Histórico  
Valor / Abono

% Compras / Abono

4.27

4.27

0.00

17.00

5.38

5.38

0.00

17.00

Inicio

Histórico Cliente

Histórico Global

Distribución  
Geográfica

Conclusiones



#### Ubicación Geográfica

- ☐ Macrocentro
- ☐ Microcentro
- ☐ Provincia
- ☐ Resto de CABA

**55.88**

% Clientes Microcentro

**68**

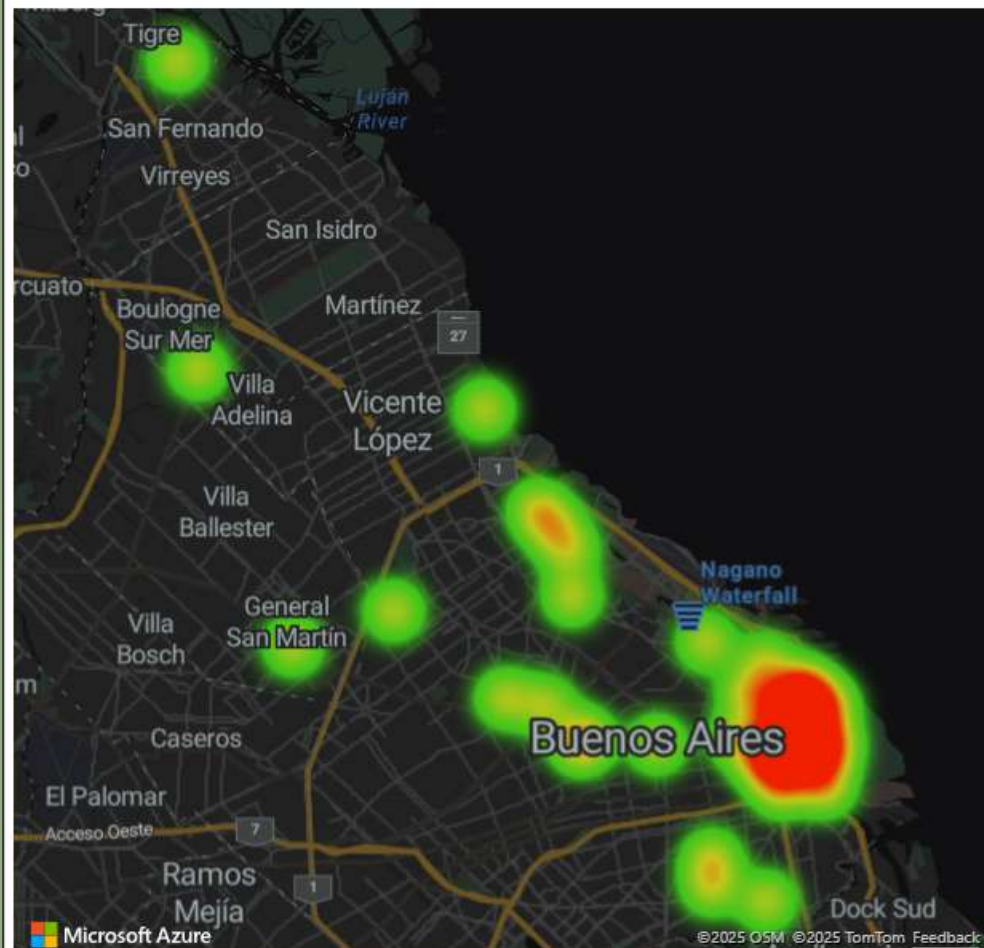
Cantidad Histórica Clientes

### Número de Clientes por Zona



Este indicador muestra el porcentaje de clientes ubicados en la zona de **Microcentro**. La alta concentración en esta área sugiere que la estrategia comercial ha sido efectiva en captar clientes en una región clave con alta densidad empresarial y demanda de jardinería corporativa.

### Distribución Histórica Clientes



Inicio

Histórico Cliente

Histórico Global

Métricas Clave

Conclusiones



# Optimización en la Gestión de Plantas

## Logros Claves:

### Renovación y Estrategia Digital:

Mejoramos nuestra presencia en línea con un nuevo sitio web y un blog optimizado para captar clientes.



### Producción Propia y Sostenibilidad:

Aumentamos la producción de plantas para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.



### Clientes Satisfechos y Crecimiento:

Gracias a las estrategias de precios y el mantenimiento de la calidad del servicio han fortalecido la relación con nuestros clientes. Esto ha impulsado la confianza, asegurando un crecimiento sostenido y una mayor retención de clientes en un contexto de alta inflación.



Inicio

Histórico Cliente

Histórico Global

Métricas Clave

Distribución  
Geográfica