

Informe de Seguimiento Financiero

Tiendas ubicadas en Brasil – Análisis consolidado

1. Introducción

El presente informe tiene como objetivo presentar un análisis detallado del desempeño financiero de las tiendas ubicadas en Brasil. Se evaluaron indicadores clave como facturación total, número de pedidos, comisiones generadas, variaciones mensuales y distribución de la facturación por tienda. Los resultados permiten identificar tendencias de estacionalidad, concentración de ingresos en determinados puntos de venta y oportunidades de mejora en tiendas de bajo rendimiento.

2. Resumen General

- Facturación total acumulada: USD 12,07 millones.
- Total de pedidos registrados: 587.
- Comisiones generadas: USD 603,75 mil.

3. Facturación por período

El análisis de la facturación mensual refleja un comportamiento estacional, con picos y caídas a lo largo del año:

- Mejor mes: enero, con una facturación de USD 1,4 millones.
- Otros meses de alto desempeño: junio (USD 1,3 millones) y diciembre (USD 1,1 millones).
- Meses de menor facturación:
 - Noviembre: USD 0,6 millones.
 - Julio: USD 0,7 millones.
 - Febrero: USD 0,8 millones.

La tendencia muestra que los ingresos presentan picos al inicio y final del año, lo que sugiere la influencia de factores estacionales como vacaciones y campañas comerciales.

4. Análisis por tiendas

La facturación no está distribuida de manera uniforme entre las tiendas, observándose una alta concentración en tres puntos de venta principales:

- Tienda 5: USD 2,87 millones (23,77% del total).

- Tienda 6: USD 2,39 millones (19,85%).
- Tienda 4: USD 2,33 millones (19,36%).

En conjunto, estas tres tiendas representan el 63% de la facturación total, consolidándose como los principales motores de ingresos.

En el otro extremo, se observa que:

- Tienda 8 apenas alcanza USD 27,9 mil (0,23% del total).
- Otras tiendas, como la 1 y la 3, muestran participaciones menores al 8%.

5. Conclusiones clave

1. Concentración de ingresos: Más del 60% de la facturación se concentra en tres tiendas.
2. Estacionalidad de las ventas: Los meses de enero, junio y diciembre destacan por mayor facturación.
3. Tiendas de bajo desempeño: La Tienda 8 requiere una revisión estratégica inmediata.
4. Potencial de optimización: Oportunidad para equilibrar la facturación y reducir dependencia de meses pico.

6. Recomendaciones

- Análisis de causas en tiendas de bajo desempeño: evaluar ubicación, campañas de marketing y mix de productos.
- Estrategias de ventas específicas para temporada baja: promociones en los meses de menor facturación.
- Diversificación de ingresos: impulsar productos de alto margen en tiendas con menor facturación.
- Fortalecer tiendas de mayor rendimiento: consolidar estrategias en Tiendas 5, 6 y 4.

Elaborado por: **Wanda Barrionuevo**

Analista de Datos.