

# INFORME EJECUTIVO - ANÁLISIS COMPLETO DE TIENDA

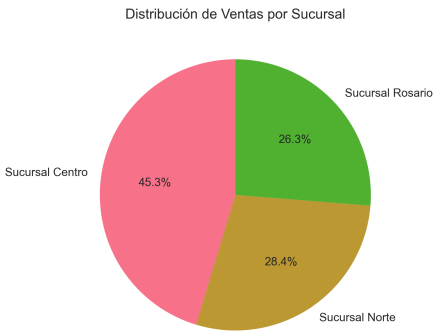
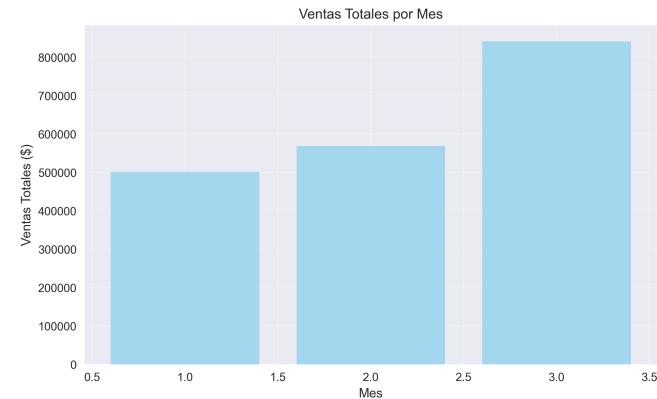
Generado el: 29/10/2025 18:15

## RESUMEN EJECUTIVO

Métrica	Valor
Ventas Totales	\$1,911,316.00
Venta Promedio	\$238,914.50
Total Clientes	11
Total Productos	12
Sucursal Líder	Sucursal Centro
Período Analizado	15/01/2025 a 20/03/2025

## ANÁLISIS DE VENTAS

Distribución de ventas por mes y sucursal:



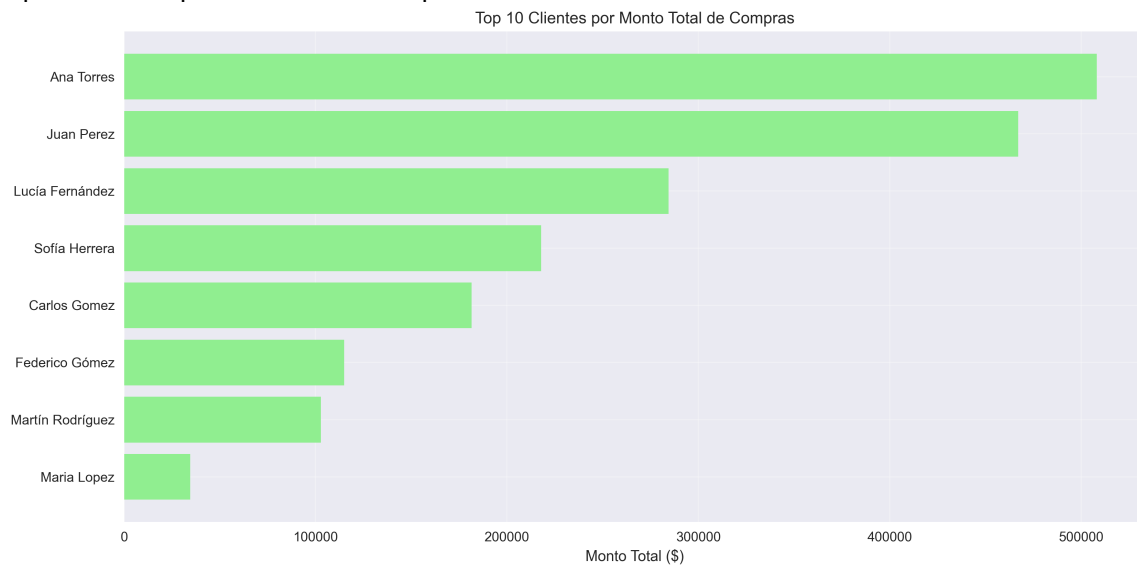
Tendencia de ventas semanal:



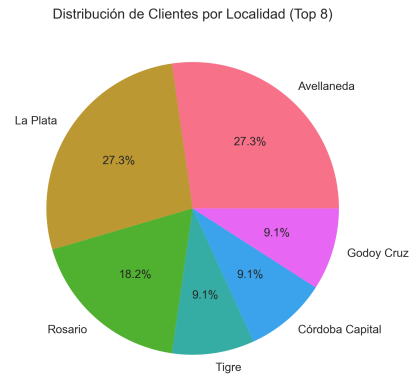
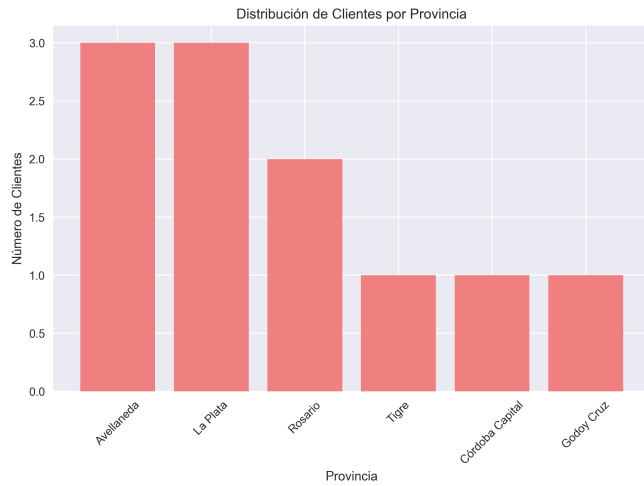
- Ventas totales: \$1,911,316.00
- Mes con mayores ventas: Mes 3 (\$840,950.00)
- Sucursal líder: Sucursal Norte (45.3% del total)
- Tendencia semanal muestra patrones estacionales claros

## ANÁLISIS DE CLIENTES

Top 10 clientes por volumen de compras:



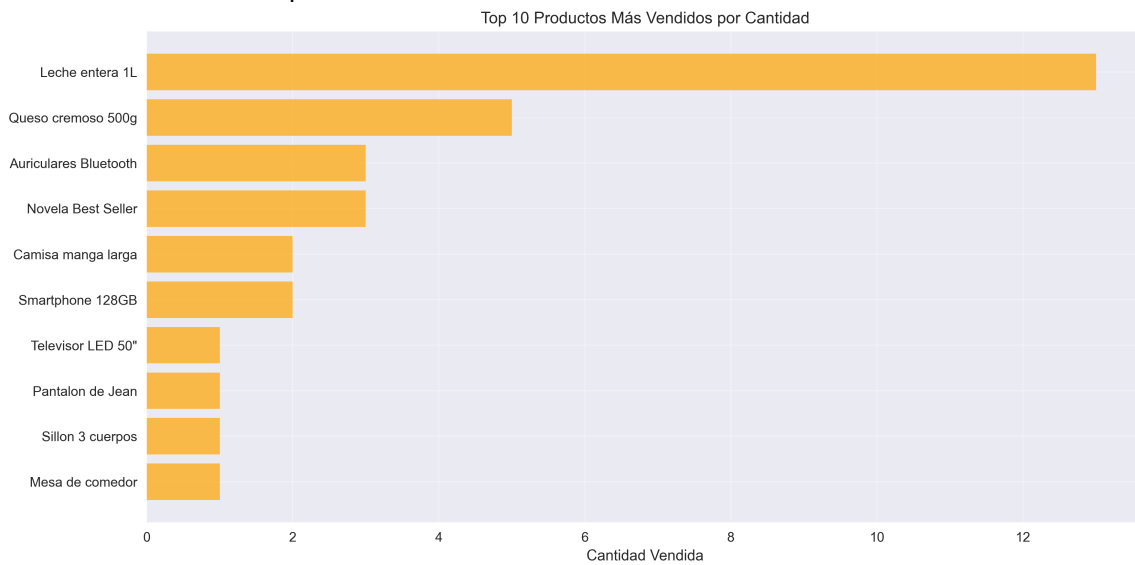
Distribución geográfica de clientes:



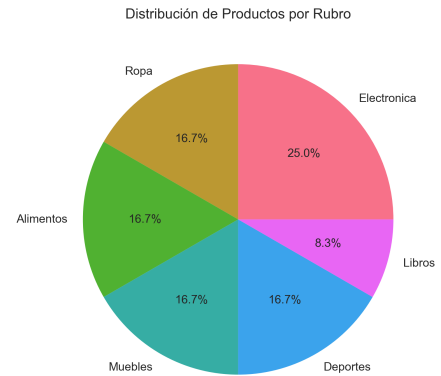
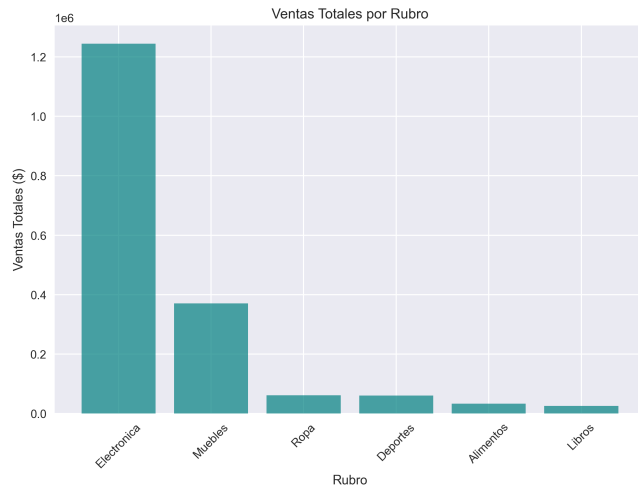
- Cliente top: Ana Torres (\$508,200.00)
- Total clientes únicos: 11
- Provincia principal: Avellaneda (3 clientes)
- Distribución en 6 provincias diferentes

## ANÁLISIS DE PRODUCTOS

Productos más vendidos por cantidad:

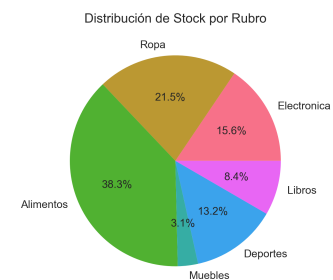
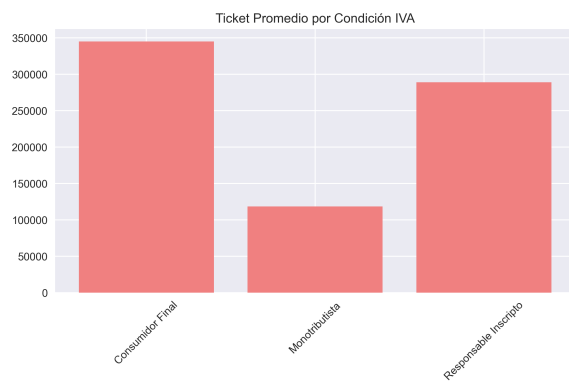
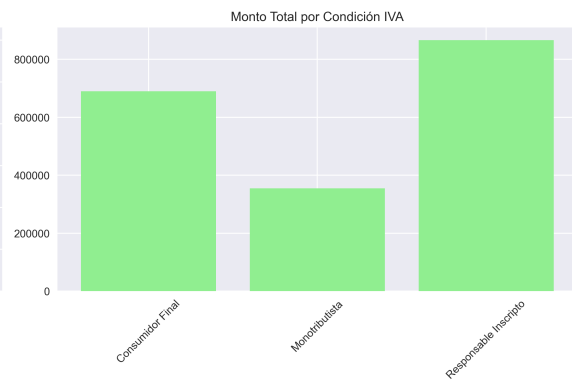
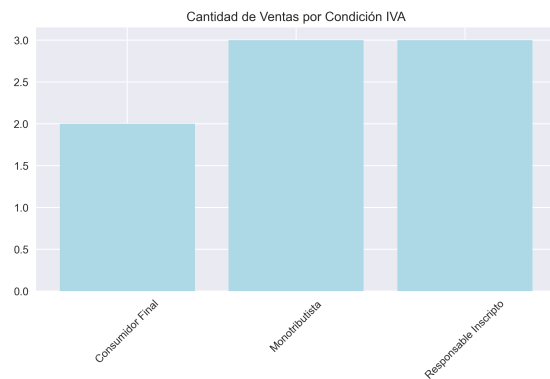


Distribución por rubros:



- Producto más vendido: Leche entera 1L... (13 unidades)
- Producto más rentable: Smartphone 128GB... (\$840,000.00)
- Rubro líder en ventas: Electronica (\$1,244,000.00)
- Stock total gestionado: 418 unidades

## ANÁLISIS ADICIONALES



### Comportamiento por condición IVA:

Condición IVA	Cant. Ventas	Monto Total	Ticket Promedio
Consumidor Final	2.0	\$689,700.00	\$344,850.00
Monotributista	3.0	\$355,256.00	\$118,418.67
Responsable Inscripto	3.0	\$866,360.00	\$288,786.67

## RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

- ENFOCAR esfuerzos comerciales en la sucursal líder y replicar sus mejores prácticas
- DESARROLLAR programas de fidelización para los clientes top identificados
- OPTIMIZAR inventario incrementando stock de productos más vendidos y rentables
- EXPANDIR presencia en regiones con menor penetración de clientes
- FORTALECER promociones en rubros con mayor potencial de crecimiento
- PERSONALIZAR estrategias por condición de IVA para maximizar ingresos
- MONITOREAR continuamente la tendencia semanal para ajustar estrategias
- DIVERSIFICAR productos en rubros con menor representación pero alto potencial

## INFORMACIÓN TÉCNICA

- Total de datasets analizados: 11
- Período de análisis: 15/01/2025 a 20/03/2025
- Sucursales analizadas: 3
- Productos en catálogo: 12
- Método: Análisis descriptivo y exploratorio de datos