

(porcentajes expresados en función del total de cada categoría para determinar las fluctuaciones mensuales de cada una de ellas)

OBSERVACIONES: la categoría GRANDES ANIMALES solo posee ventas en los meses de diciembre 2021 y febrero 2022. REPTILES luego de tener su pico de ventas en el mes de marzo 2022, pasa a tener 0 ventas en los siguientes meses. "CONSULTORIO" la categoría de servicios ofrecidos por la veterinaria, presenta sus picos en los meses de noviembre y diciembre, mientras que FARMACIA los posee en los meses de octubre, diciembre y enero.

ANÁLISIS SEGREGANDO CADA CATEGORÍA EN LÍNEA DE PRODUCTOS

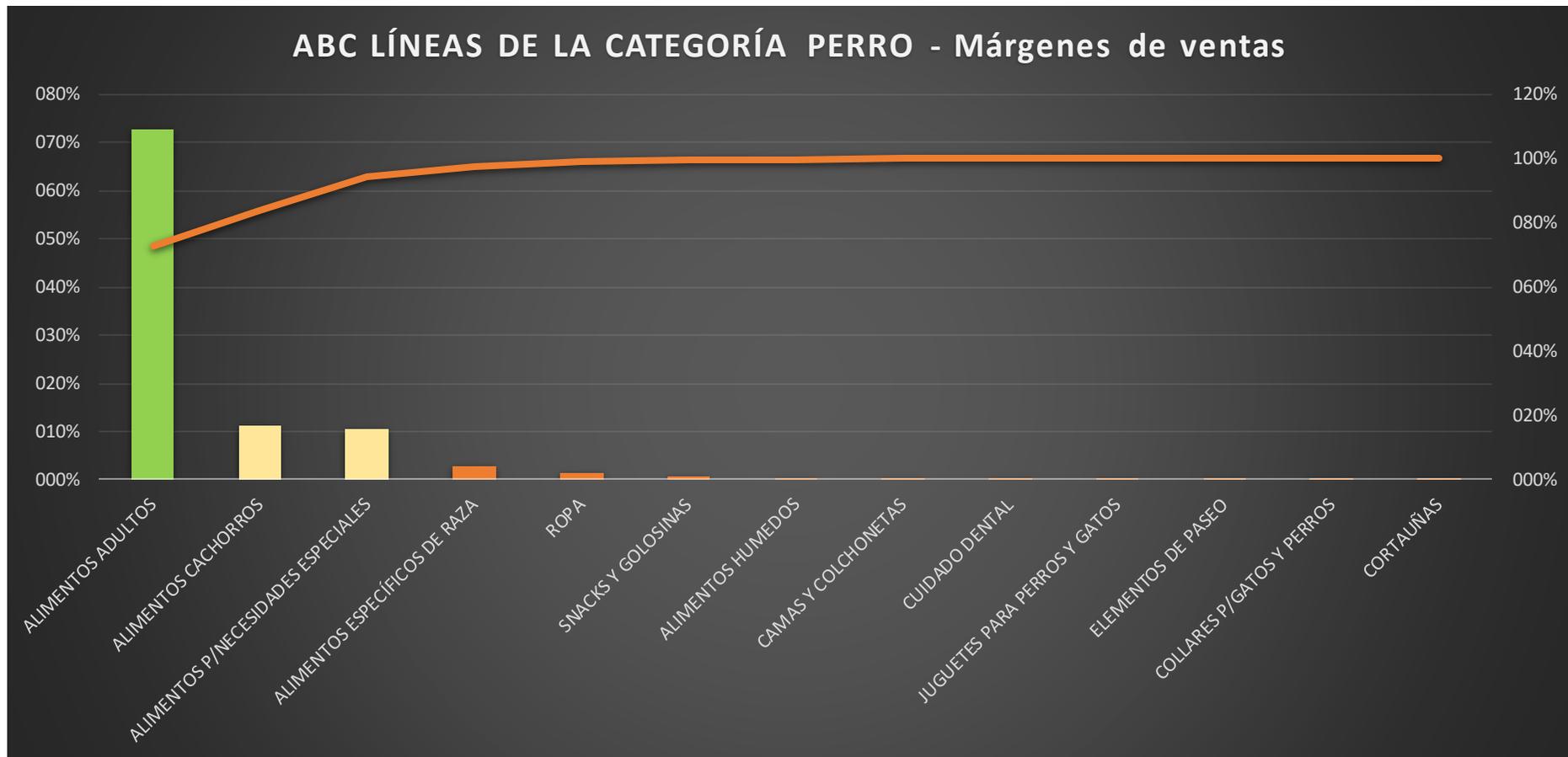
Para mayor comprensión de los movimientos por categoría, se procedió al análisis por subcategorías/Líneas de productos, contando con un total de 51 Líneas diferentes para la asignación de productos en función de cada categoría.

LÍNEAS DE LA CATEGORÍA: PERRO

LÍNEA	Suma de Margen de ganancia	%ACUMULADO	CLASIFICACIÓN
ALIMENTOS ADULTOS	72,79%	72,79%	A
ALIMENTOS CACHORROS	11,15%	83,94%	B
ALIMENTOS P/NECESIDADES ESPECIALES	10,59%	94,53%	B
ALIMENTOS ESPECÍFICOS DE RAZA	2,87%	97,40%	C
ROPA	1,50%	98,91%	C
SNACKS Y GOLOSINAS	0,79%	99,70%	C
ALIMENTOS HUMEDOS	0,12%	99,81%	C
CAMAS Y COLCHONETAS	0,06%	99,87%	C
CUIDADO DENTAL	0,05%	99,92%	C
JUGUETES PARA PERROS Y GATOS	0,03%	99,95%	C
ELEMENTOS DE PASEO	0,03%	99,98%	C
COLLARES P/GATOS Y PERROS	0,01%	100,00%	C
CORTAÑAS	0,00%	100,00%	C
Total general	100,00%		

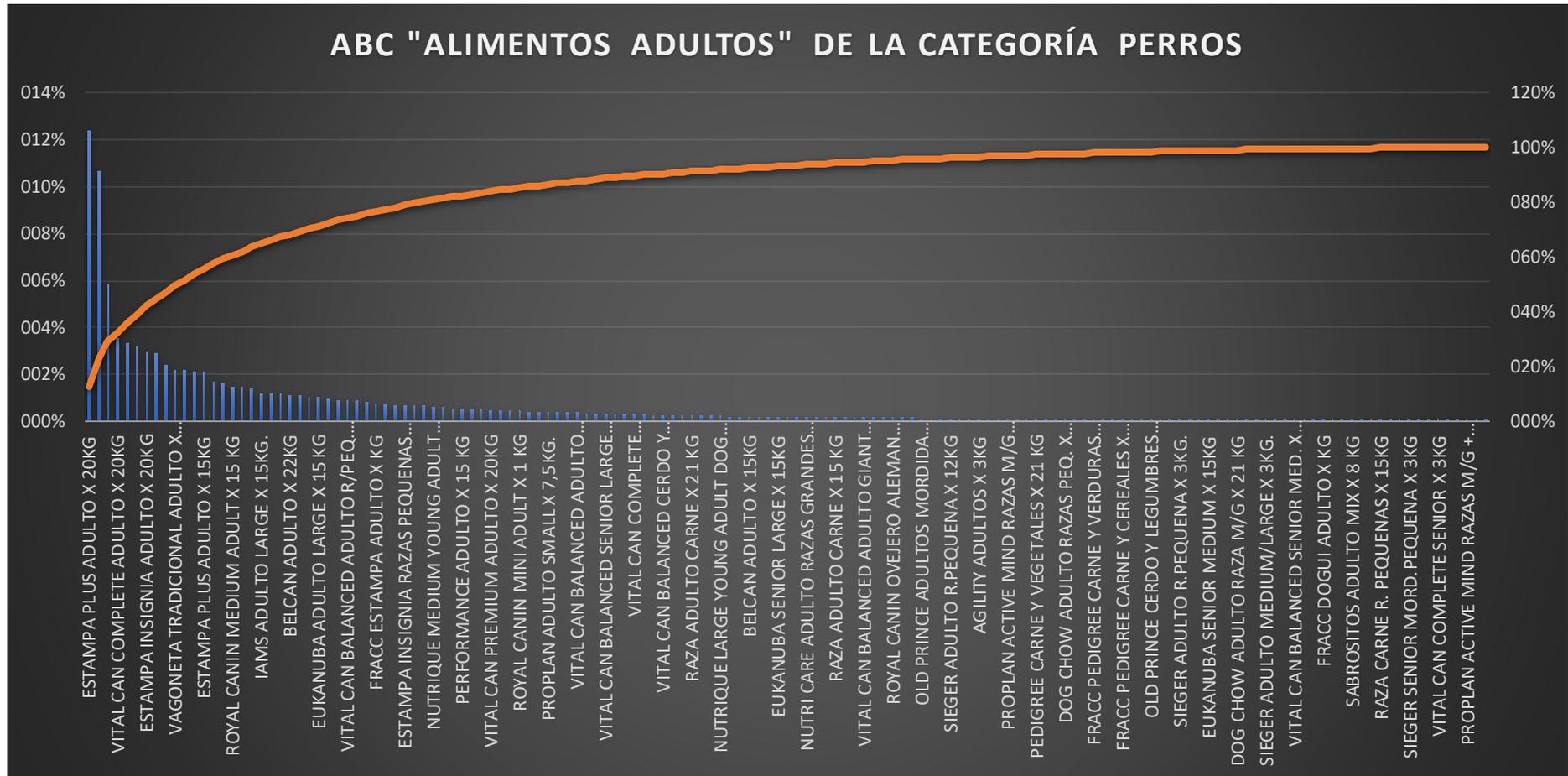
Fuente de elaboración: propia.

De la categoría PERROS se poseen 13 líneas de productos siendo la línea ALIMENTOS ADULTOS (A) la de mayor relevancia dado que por sí sola contiene el 72% del margen total dentro de la categoría PERROS, seguido por ALIMENTOS CACHORROS (B) Y ALIMENTOS P/NECESIDADES ESPECIALES (B).



Fuente de elaboración: propia.

ANÁLISIS LÍNEA "ALIMENTOS ADULTOS" DE LA CATEGORÍA PERROS



Fuente de elaboración: propia.

Dentro de la línea ALIMENTOS ADULTOS-PERROS contamos con 147 productos diferentes, a continuación, se presentan sólo aquellos que representan el 80% acumulado del margen de ventas contabilizando 35 productos.

LISTADO DE LOS PRODUCTOS CLASE A DE LA LÍNEA ALIMENTOS ADULTO CATEGORÍA PERROS

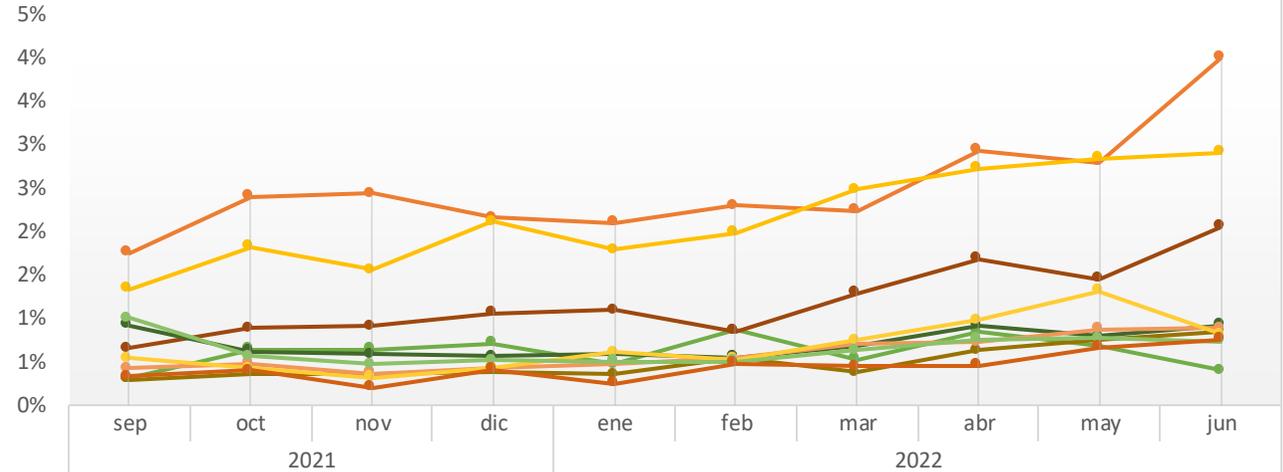
Etiquetas de fila	Suma de Margen de ganancia2	% ACUMULADO	CATEGORÍA
ESTAMPA PLUS ADULTO X 20KG	12,42%	12,42%	A
ESTAMPA CRIADORES X 20KG	10,67%	23,09%	A
DR PERROT ADULTO X 22KG.	5,89%	28,98%	A
VITAL CAN COMPLETE ADULTO X 20KG	3,53%	32,51%	A
PERFORMANCE ADULTO X 20 KG	3,31%	35,82%	A
ROYAL CANIN MINI ADULT X 7.5KG.	3,19%	39,01%	A
ESTAMPA INSIGNIA ADULTO X 20KG	3,00%	42,01%	A
ESTAMPA CRIADORES X 15KG	2,91%	44,93%	A
VAGONETA GOURMET ADULTO X 20KG	2,43%	47,36%	A
VAGONETA TRADICIONAL ADULTO X 20KG	2,17%	49,53%	A
VITAL CAN BALANCED ADULTO MEDIUM X 20KG	2,16%	51,69%	A
VITAL CAN BALANCED ADULTO LARGE X 20KG	2,11%	53,80%	A
ESTAMPA PLUS ADULTO X 15KG	2,10%	55,90%	A
ESTAMPA PLUS ADUL.MORDIDA PEQUENA X 8KG	1,66%	57,55%	A
ROYAL CANIN MINI ADULT X 3 KG	1,63%	59,18%	A
ROYAL CANIN MEDIUM ADULT X 15 KG	1,50%	60,69%	A
ROYAL CANIN MAXI ADULT X 15 KG	1,49%	62,18%	A
ESTAMPA PLUS ADUL.MORDIDA PEQUENA X 15KG	1,42%	63,60%	A
IAMS ADULTO LARGE X 15KG.	1,22%	64,82%	A
ESTAMPA CRIADORES X 8KG	1,20%	66,02%	A
DR PERROT ADULTO X 15KG.	1,16%	67,18%	A
BELCAN ADULTO X 22KG	1,10%	68,28%	A
EXCELLENT ADULTO MEDIUM&LARGE X 20KG	1,10%	69,38%	A
IAMS ADULTO SMALL X 15KG.	1,04%	70,42%	A
EUKANUBA ADULTO LARGE X 15 KG	1,03%	71,45%	A
VITAL CAN BALANCED ADULTO R/PEQ. X 7,5KG	1,00%	72,44%	A
EUKANUBA ADULTO SMALL X 15 KG	0,91%	73,36%	A
VITAL CAN BALANCED ADULTO R/PEQ. X 3KG	0,91%	74,26%	A

ESTAMPA INSIGNIA RAZAS PEQUENAS X 8KG	0,90%	75,16%	A
EUKANUBA ADULTO SMALL X 3 KG	0,86%	76,02%	A
FRACC ESTAMPA ADULTO X KG	0,76%	76,78%	A
PROPLAN ADULTO SMALL X 3 KG	0,73%	77,51%	A
OLD PRINCE CORDERO Y ARROZ ADULT. RAZAS M/G X 15KG	0,69%	78,19%	A
ESTAMPA INSIGNIA RAZAS PEQUENAS X 3KG	0,68%	78,87%	A
VAGONETA GOURMET ADULTO X 15KG	0,67%	79,54%	A

Fuente de elaboración: propia.

SERIES DE TIEMPO DEL TOP 10 DE ALIMENTOS ADULTOS PERROS

Se eligieron los mejores 10 artículos de la línea ALIMENTOS ADULTOS PERROS para representar el comportamiento a lo largo del tiempo de dichos productos, dichos ítems suman el 50% del total de la línea.

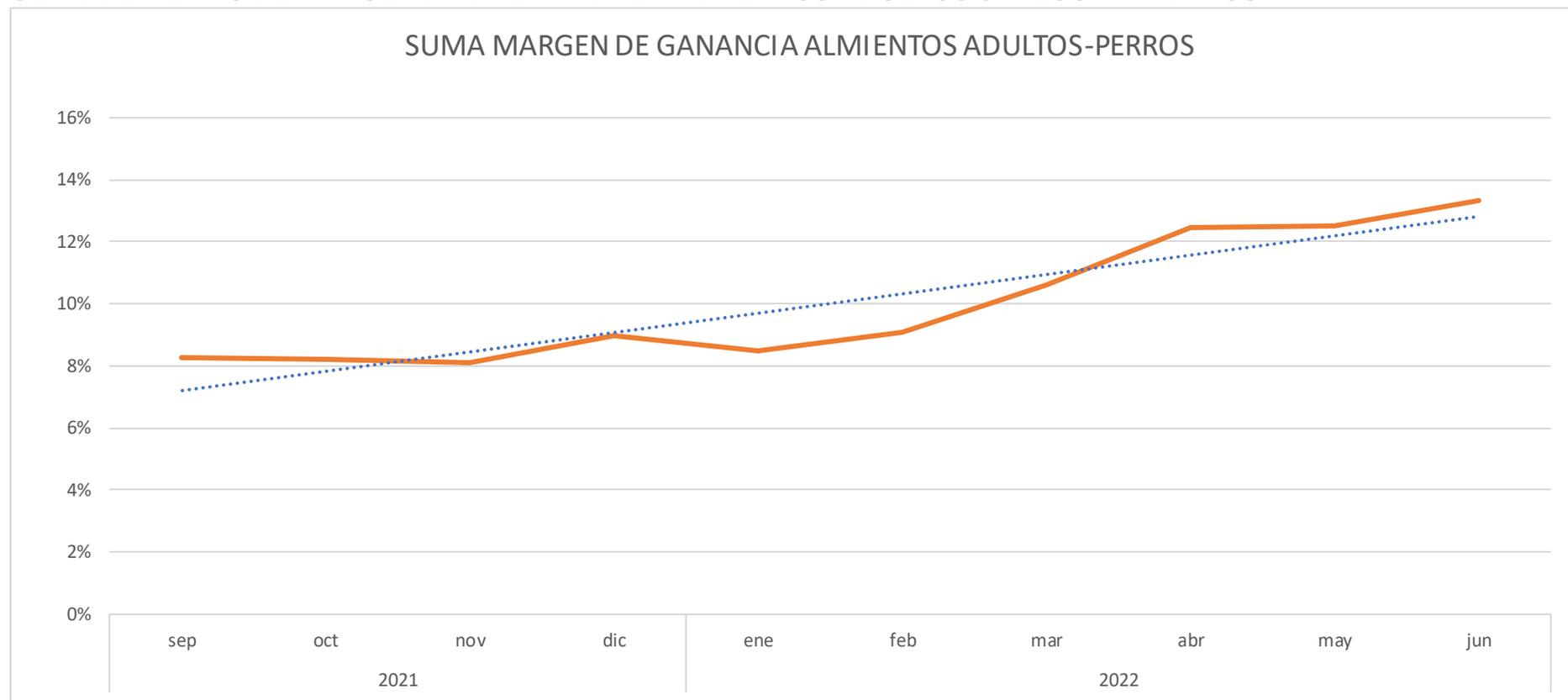


	2021				2022					
	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun
ESTAMPA PLUS ADULTO X 20KG	002%	002%	002%	002%	002%	002%	002%	003%	003%	004%
ESTAMPA CRIADORES X 20KG	001%	002%	002%	002%	002%	002%	002%	003%	003%	003%
ESTAMPA INSIGNIA ADULTO X 20KG	000%	001%	001%	001%	000%	001%	001%	001%	001%	000%
DR PERROT ADULTO X 22KG.	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	002%	001%	002%
VAGONETA GOURMET ADULTO X 20KG	000%	000%	000%	000%	000%	001%	000%	001%	001%	001%
VITAL CAN COMPLETE ADULTO X 20KG	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%
ESTAMPA CRIADORES X 15KG	000%	000%	000%	000%	000%	001%	001%	001%	001%	001%
PERFORMANCE ADULTO X 20 KG	001%	000%	000%	000%	001%	001%	001%	001%	001%	001%
ROYAL CANIN MINI ADULT X 7.5KG.	001%	001%	000%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%
VAGONETA TRADICIONAL ADULTO X 20KG	000%	000%	000%	000%	000%	000%	000%	000%	001%	001%

Fuente de elaboración: propia.

Sobre el top 10 se destacan “ESTAMPA PLUS ADULTO X20KG”, “ESTAMPA CRIADORES X 20KG” y “DR PERROT ADULTO X 22KG”. Se observa que el ranking lo encabezan los productos en las prestaciones de mayor volumen.

SERIE DE TIEMPO DE MARGENE DE VENTA LÍNEA ALIMENTOS ADULTOS CATEGORÍA PERROS

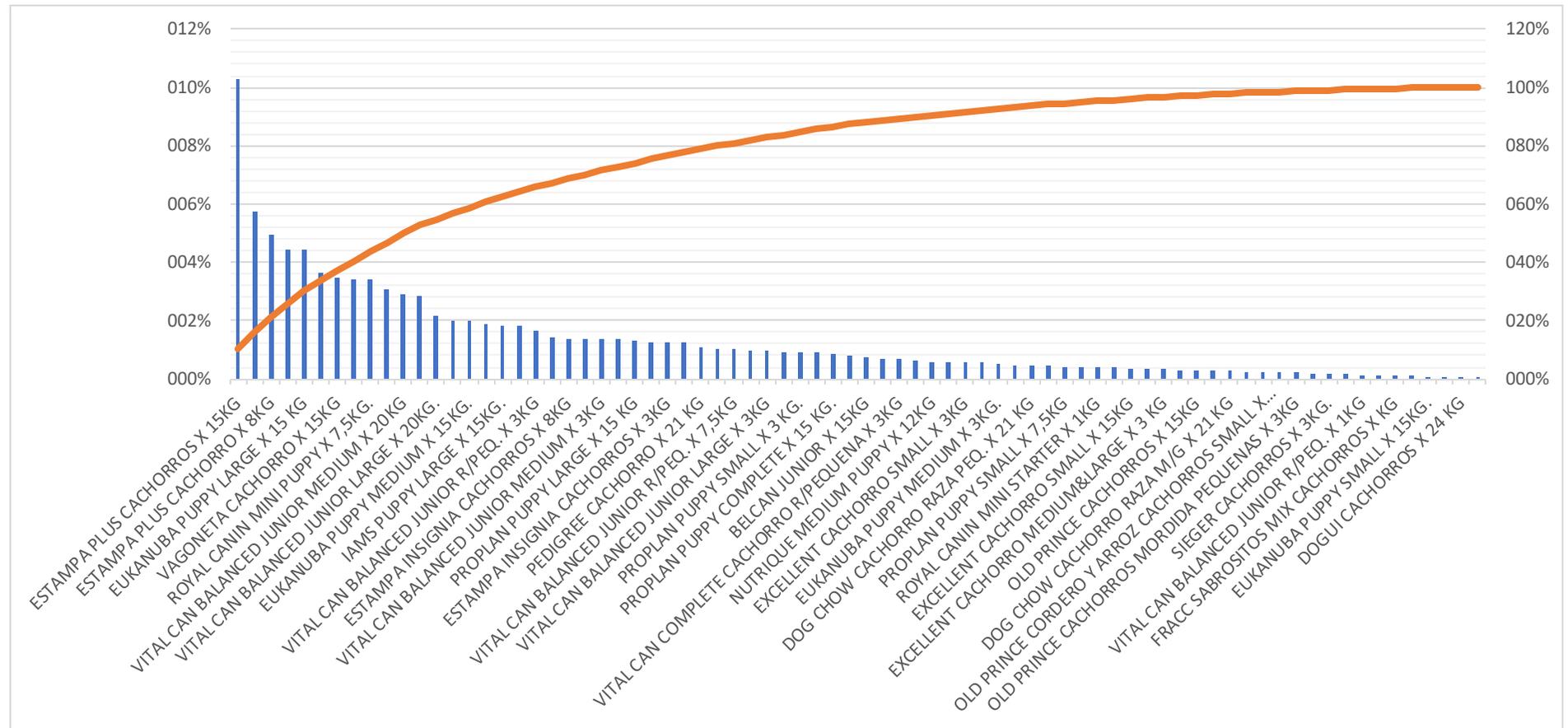


Fuente de elaboración: propia.

Se aprecia una tendencia creciente en el margen de ventas de la línea alimentos adulto- perro.

ANÁLISIS LÍNEA "ALIMENTOS CACHORROS" (B) DE LA CATEGORÍA PERROS

La línea alimentos cachorros posee 76 productos los cuales corresponden al 11% del margen total de ventas de líneas de la categoría PERROS clasificándose en el ranking como clase B.

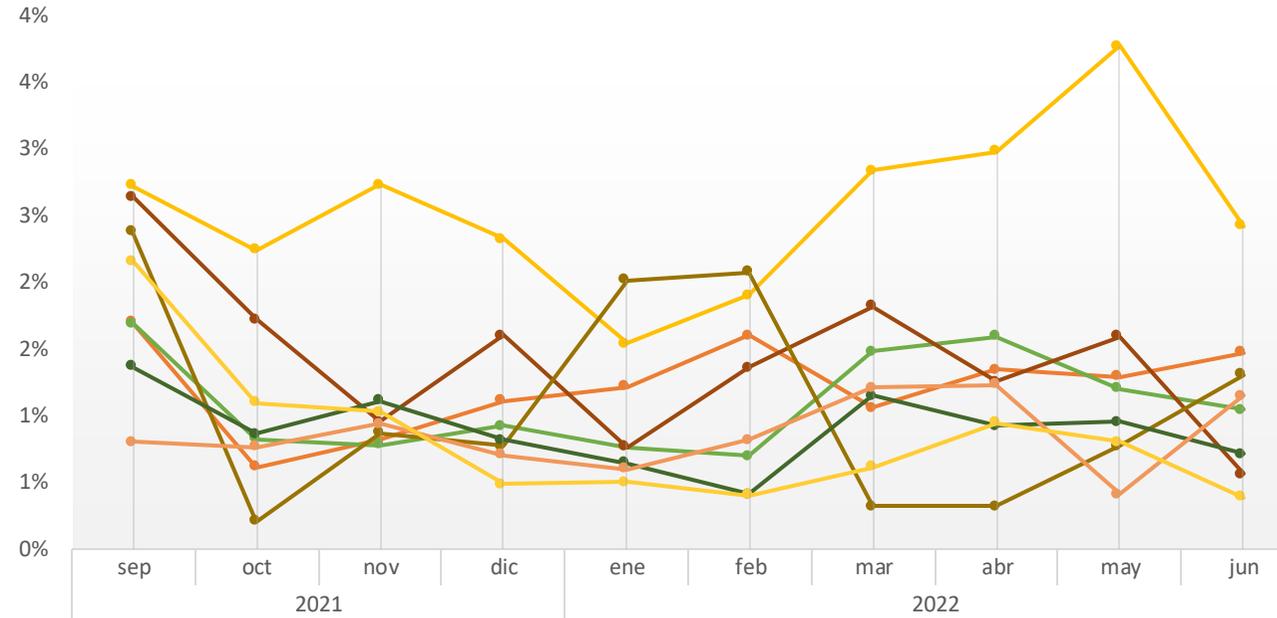


Etiquetas de fila	Suma de Margen de ganancia2	% ACUMULADO	CATEGORÍA
ESTAMPA PLUS CACHORROS X 10,30% 15KG		10,30%	A
ROYAL CANIN MAXI PUPPY X 15 KG	5,76%	16,06%	A
ESTAMPA PLUS CACHORRO X 4,94% 8KG		20,99%	A
ROYAL CANIN MEDIUM PUPPY X 4,46% 15 KG		25,45%	A
EUKANUBA PUPPY LARGE X 15 4,44% KG		29,90%	A
ROYAL CANIN MINI PUPPY X 3 KG 3,62%		33,51%	A
VAGONETA CACHORRO X 15KG 3,49%		37,00%	A
VITAL CAN COMPLETE 3,40% CACHORRO X 20KG.		40,40%	A
ROYAL CANIN MINI PUPPY X 3,39% 7,5KG.		43,79%	A
FRACC ESTAMPA CACHORRO X 3,06% KG		46,85%	A
VITAL CAN BALANCED JUNIOR 2,91% MEDIUM X 20KG		49,76%	A
PERFORMANCE PUPPY X 15 KG 2,84%		52,60%	A
VITAL CAN BALANCED JUNIOR 2,18% LARGE X 20KG.		54,78%	A
NUTRIQUE LARGE PUPPY X 15KG 1,99%		56,77%	A
EUKANUBA PUPPY MEDIUM X 1,97% 15KG.		58,74%	A
ROYAL CANIN MEDIUM PUPPY X 1,90% 3KG		60,64%	A
IAMS PUPPY LARGE X 15KG. 1,85%		62,48%	A
NUTRIQUE TOY MINI PUPPY X 1,84% 3KG		64,33%	A
VITAL CAN BALANCED JUNIOR 1,63% R/PEQ. X 3KG		65,95%	A
SIEGER CACHORROS X 15 KG 1,41%		67,36%	A
ESTAMPA INSIGNIA CACHORROS 1,38% X 8KG		68,74%	A
ROYAL CANIN MINI PUPPY X 15KG 1,37%		70,11%	A
VITAL CAN BALANCED JUNIOR 1,36% MEDIUM X 3KG		71,47%	A
EUKANUBA PUPPY SMALL X 3 KG 1,34%		72,81%	A
PROPLAN PUPPY LARGE X 15 KG 1,34%		74,15%	A
EXCELLENT CACHORRO MEDIUM 1,25% &LARGE X 20KG		75,39%	A
ESTAMPA INSIGNIA CACHORROS 1,24% X 3KG		76,63%	A

ROYAL CANIN GIANT JUNIOR X 15KG	1,24%	77,87%	A
PEDIGREE CACHORRO X 21 KG	1,07%	78,94%	A
ROYAL CANIN MINI PUPPY X 1 KG	1,02%	79,96%	A

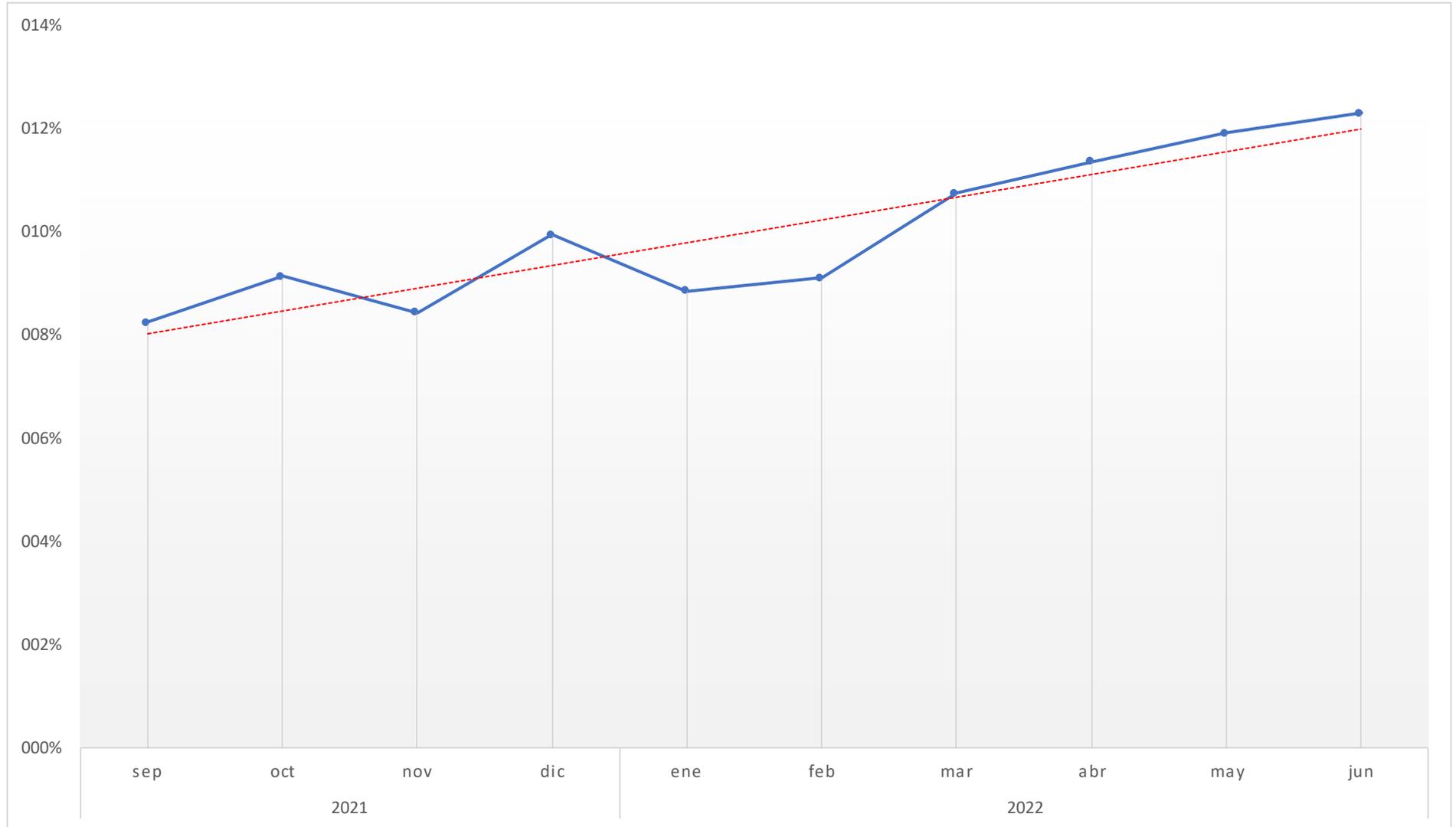
Los primeros 30 artículos representan el 80% acumulado del margen de ventas, destacándose el producto “ESTAMPA PLUS CACHORROS X 15KG” el cual posee el 10,3% del total.

SERIE DE TIEMPO DE LOS PRIMEROS 8 PRODUCTOS DE LA LÍNEA ALIMENTOS CACHORROS - PERROS



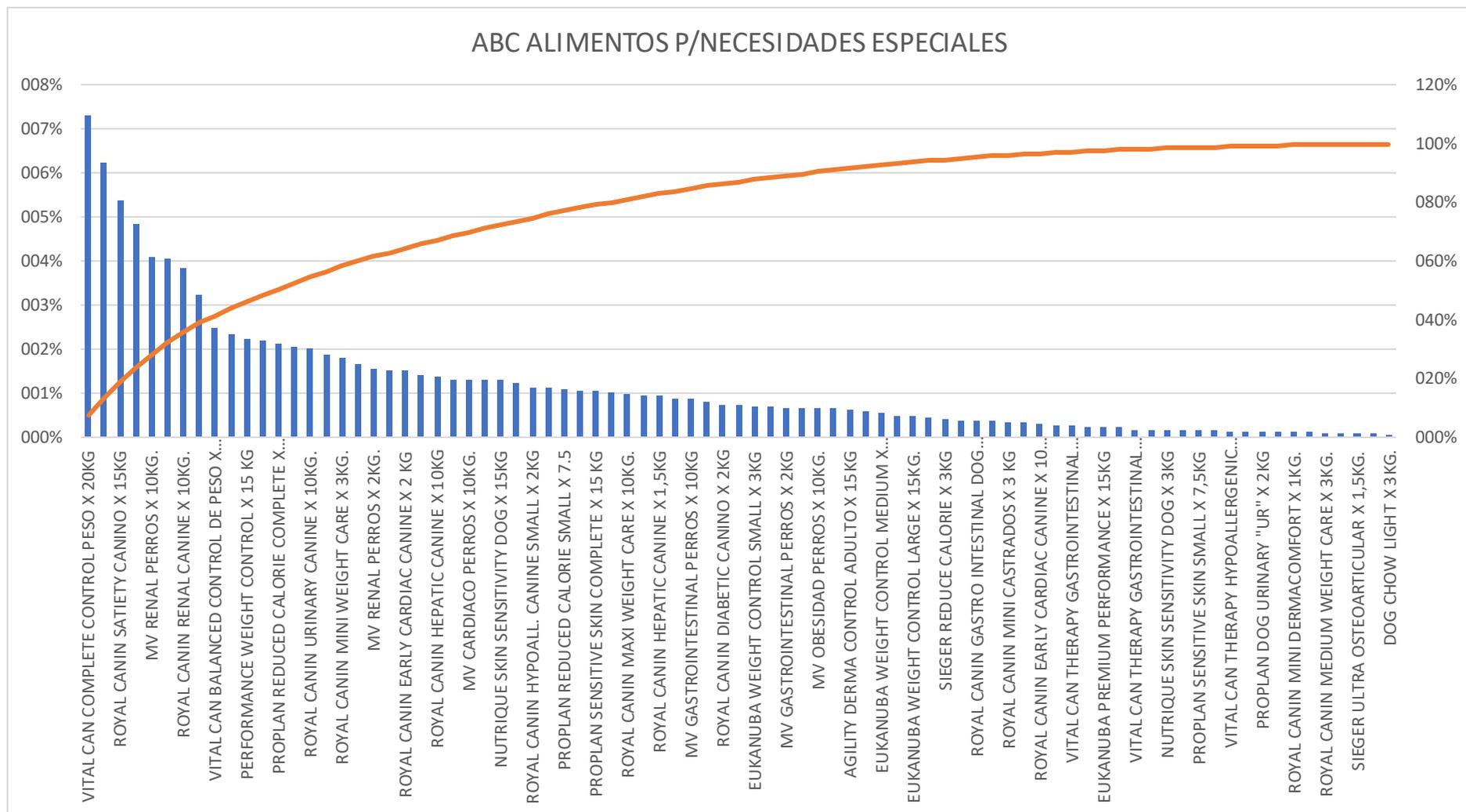
	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun
2021										
2022										
ESTAMPA PLUS CACHORRO X 8KG	002%	001%	001%	001%	001%	002%	001%	001%	001%	001%
ESTAMPA PLUS CACHORROS X 15KG	003%	002%	003%	002%	002%	002%	003%	003%	004%	002%
EUKANUBA PUPPY LARGE X 15 KG	002%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	002%	001%	001%
ROYAL CANIN MAXI PUPPY X 15 KG	003%	002%	001%	002%	001%	001%	002%	001%	002%	001%
ROYAL CANIN MEDIUM PUPPY X 15 KG	002%	000%	001%	001%	002%	002%	000%	000%	001%	001%
ROYAL CANIN MINI PUPPY X 3 KG	001%	001%	001%	001%	001%	000%	001%	001%	001%	001%
VAGONETA CACHORRO X 15KG	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	000%	001%
VITAL CAN COMPLETE CACHORRO X 20KG.	002%	001%	001%	000%	001%	000%	001%	001%	001%	000%

SERIE DE TIEMPO DE MARGENE DE VENTA LÍNEA ALIMENTOS CACHORROS-PERROS



ANÁLISIS LÍNEA "ALIMENTOS P/NECESIDADES ESPECIALES" (B) DE LA CATEGORÍA PERROS

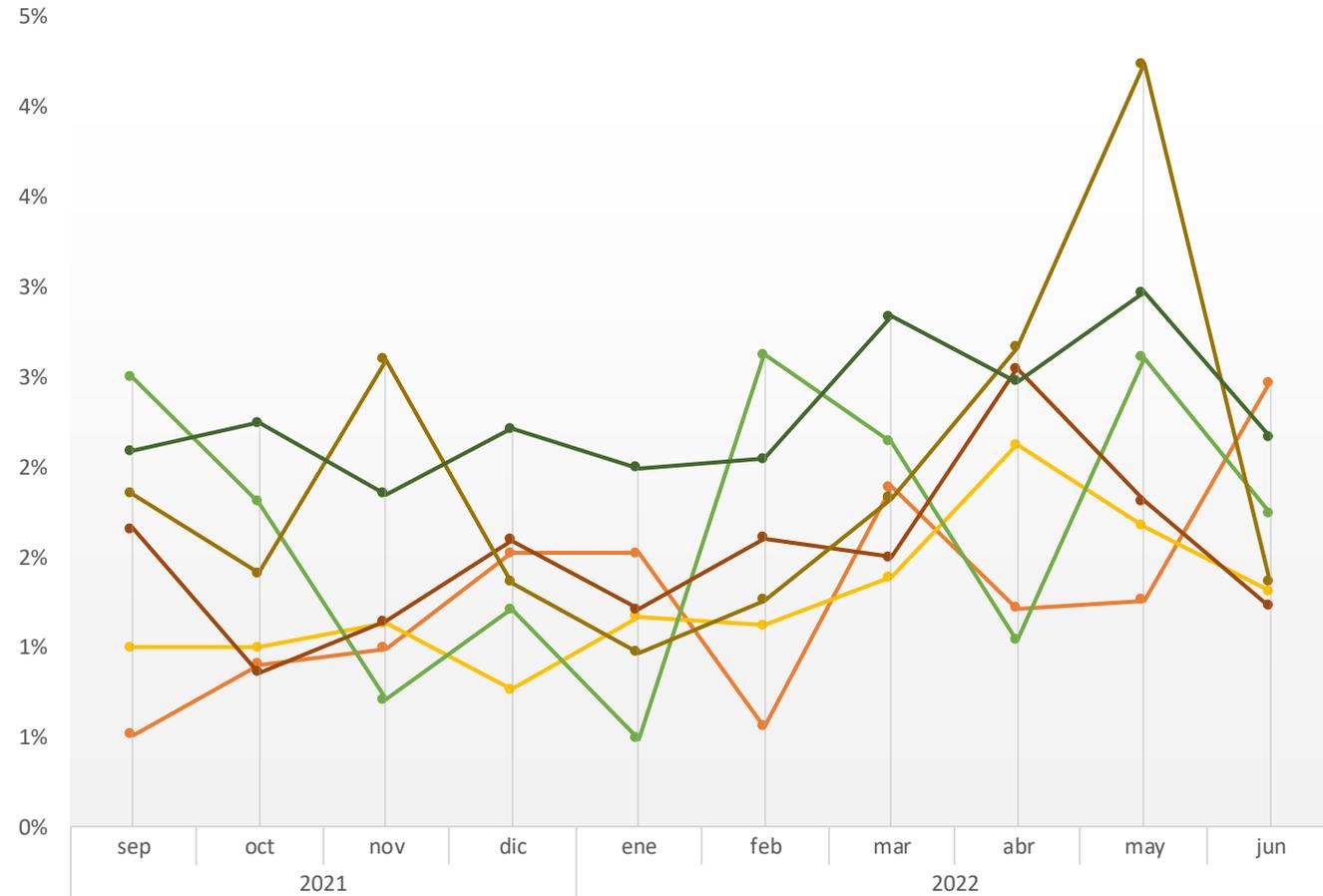
Representan el 10,6% del total de margen de las líneas de la categoría PERRO con 83 productos diferentes.



Etiquetas de fila	Suma de Margen de ganancia2	% ACUMULADO	CATEGORÍA
VITAL CAN COMPLETE CONTROL PESO X 20KG	7,30%	7,30%	A
VITAL CAN BALANCED CONTROL DE PESO X 20KG	6,24%	13,54%	A
ROYAL CANIN SATIETY CANINO X 15KG	5,38%	18,93%	A
ROYAL CANIN SATIETY CANINO X 7,5KG.	4,84%	23,76%	A
MV RENAL PERROS X 10KG.	4,10%	27,86%	A
ROYAL CANIN MEDIUM WEIGHT CARE X 10KG.	4,05%	31,91%	A
ROYAL CANIN RENAL CANINE X 10KG.	3,86%	35,77%	A
ROYAL CANIN HYPOALL. CANINE X 10KG	3,23%	39,00%	A
VITAL CAN BALANCED CONTROL DE PESO X 3KG	2,50%	41,50%	A
PROPLAN REDUCED CALORIE SMALL X 3KG	2,34%	43,84%	A
PERFORMANCE WEIGHT CONTROL X 15 KG	2,25%	46,08%	A
ROYAL CANIN MOBILITY SUPPORT X 10KG.	2,19%	48,27%	A
PROPLAN REDUCED CALORIE COMPLETE X 15 KG	2,13%	50,40%	A
ROYAL CANIN RENAL CANINE X 1,5KG	2,07%	52,47%	A
ROYAL CANIN URINARY CANINE X 10KG.	2,01%	54,48%	A
ROYAL CANIN SATIETY CANINO X 1,5KG	1,88%	56,36%	A
ROYAL CANIN MINI WEIGHT CARE X 3KG.	1,82%	58,17%	A
ROYAL CANIN DIABETIC CANINO X 10KG.	1,67%	59,85%	A
MV RENAL PERROS X 2KG.	1,53%	61,38%	A
SIEGER REDUCE CALORIE X 12KG	1,53%	62,91%	A
ROYAL CANIN EARLY CARDIAC CANINE X 2 KG	1,51%	64,43%	A
ROYAL CANIN URINARY CANINE X 1,5 KG	1,41%	65,84%	A
ROYAL CANIN HEPATIC CANINE X 10KG	1,37%	67,21%	A
ROYAL CANIN GASTRO INTESTINAL DOG X 2 KG	1,31%	68,52%	A

MV CARDIACO PERROS X 10KG.	1,30%	69,82%	A
ROYAL CANIN MEDIUM DERMACOMFORT X 10KG.	1,30%	71,11%	A
NUTRIQUE SKIN SENSITIVITY DOG X 15KG	1,29%	72,40%	A
ROYAL CANIN MOBILITY ESPECIAL X 15 KG	1,23%	73,64%	A
ROYAL CANIN HYPOALL. CANINE SMALL X 2KG	1,13%	74,77%	A
ROYAL CANIN MINI DERMACOMFORT X 3KG.	1,13%	75,90%	A
PROPLAN REDUCED CALORIE SMALL X 7.5	1,09%	76,99%	A
SIEGER DERMAPROTEC X 3KG	1,06%	78,04%	A
PROPLAN SENSITIVE SKIN COMPLETE X 15 KG	1,04%	79,08%	A

SERIE DE TIEMPO DE LOS ALIMENTOS P/NECESIDADES ESPECIALES MAS DESTACADOS



— MV RENAL PERROS X 10KG.	001%	001%	001%	002%	002%	001%	002%	001%	001%	002%
— ROYAL CANIN MEDIUM WEIGHT CARE X 10KG.	001%	001%	001%	001%	001%	001%	001%	002%	002%	001%
— ROYAL CANIN SATIETY CANINO X 15KG	002%	002%	001%	001%	000%	003%	002%	001%	003%	002%
— ROYAL CANIN SATIETY CANINO X 7,5KG.	002%	001%	001%	002%	001%	002%	002%	003%	002%	001%
— VITAL CAN BALANCED CONTROL DE PESO X 20KG	002%	001%	003%	001%	001%	001%	002%	003%	004%	001%
— VITAL CAN COMPLETE CONTROL PESO X 20KG	002%	002%	002%	002%	002%	002%	003%	002%	003%	002%

Se puede apreciar que todos poseen tendencia creciente, y que el producto que menor variabilidad presenta a lo largo del periodo de análisis es "VITAL CAN COMPLETE CONTROL PESO X20KG" como también "ROYAL CANIN MEDIUM WEIGHT CARE X 10KG". Mientras que el resto presenta una mayor variabilidad en sus márgenes de venta mes a mes.

Serie de tiempo del margen de ventas de la línea ALIMENTOS P/NECESIDADES ESPECIALES

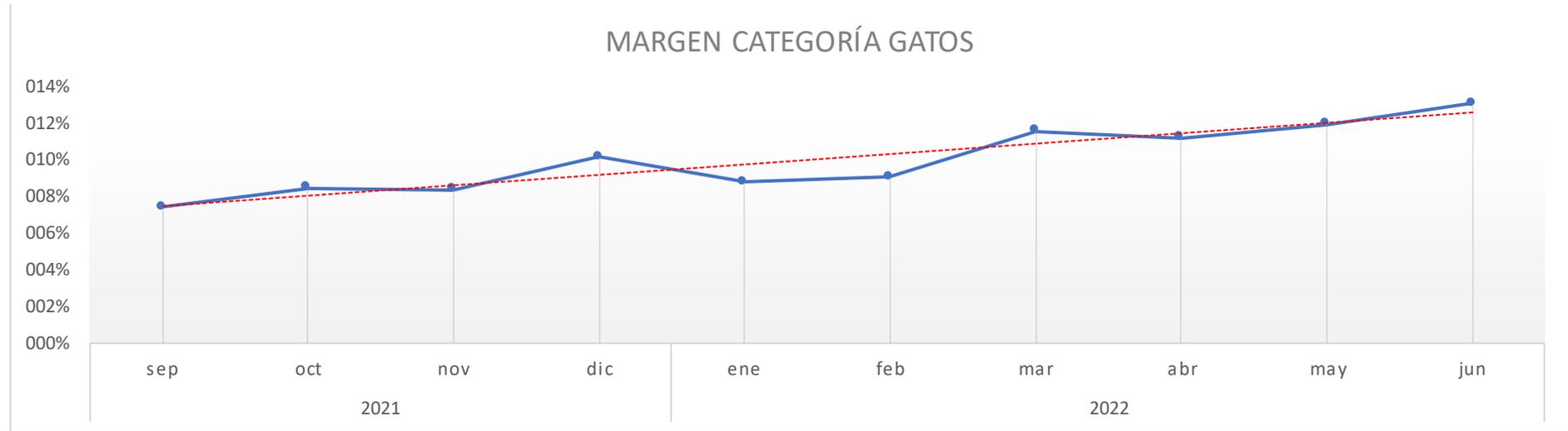


Se aprecia una leve tendencia creciente de la línea.

ANÁLISIS DE LAS LÍNEAS CATEGORÍA GATOS

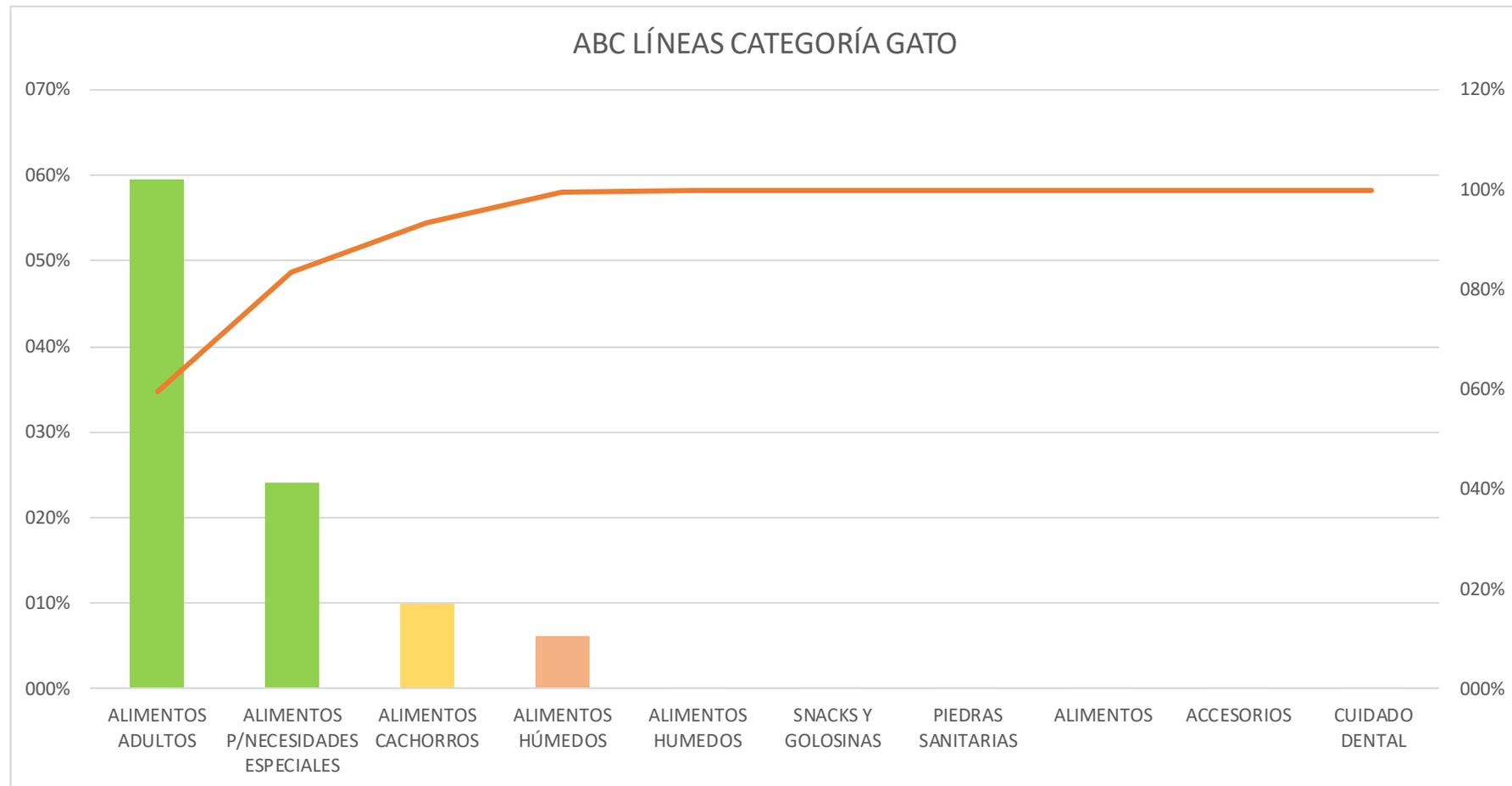
Etiquetas de fila	Suma de Margen de ganancia2	% ACUMULADO	CATEGORIA
ALIMENTOS ADULTOS	59,44%	59,44%	A
ALIMENTOS P/NECESIDADES ESPECIALES	24,06%	83,51%	A
ALIMENTOS CACHORROS	9,87%	93,38%	B
ALIMENTOS HÚMEDOS	6,12%	99,50%	CC
ALIMENTOS HUMEDOS	0,18%	99,68%	C
SNACKS Y GOLOSINAS	0,16%	99,84%	C
PIEDRAS SANITARIAS	0,10%	99,94%	C
ALIMENTOS	0,02%	99,96%	C
ACCESORIOS	0,02%	99,99%	C
CUIDADO DENTAL	0,01%	100,00%	C
Total general	100%		

SERIE DE TIEMPO DEL MÁRGEN DE LA CATEGORÍA GATOS



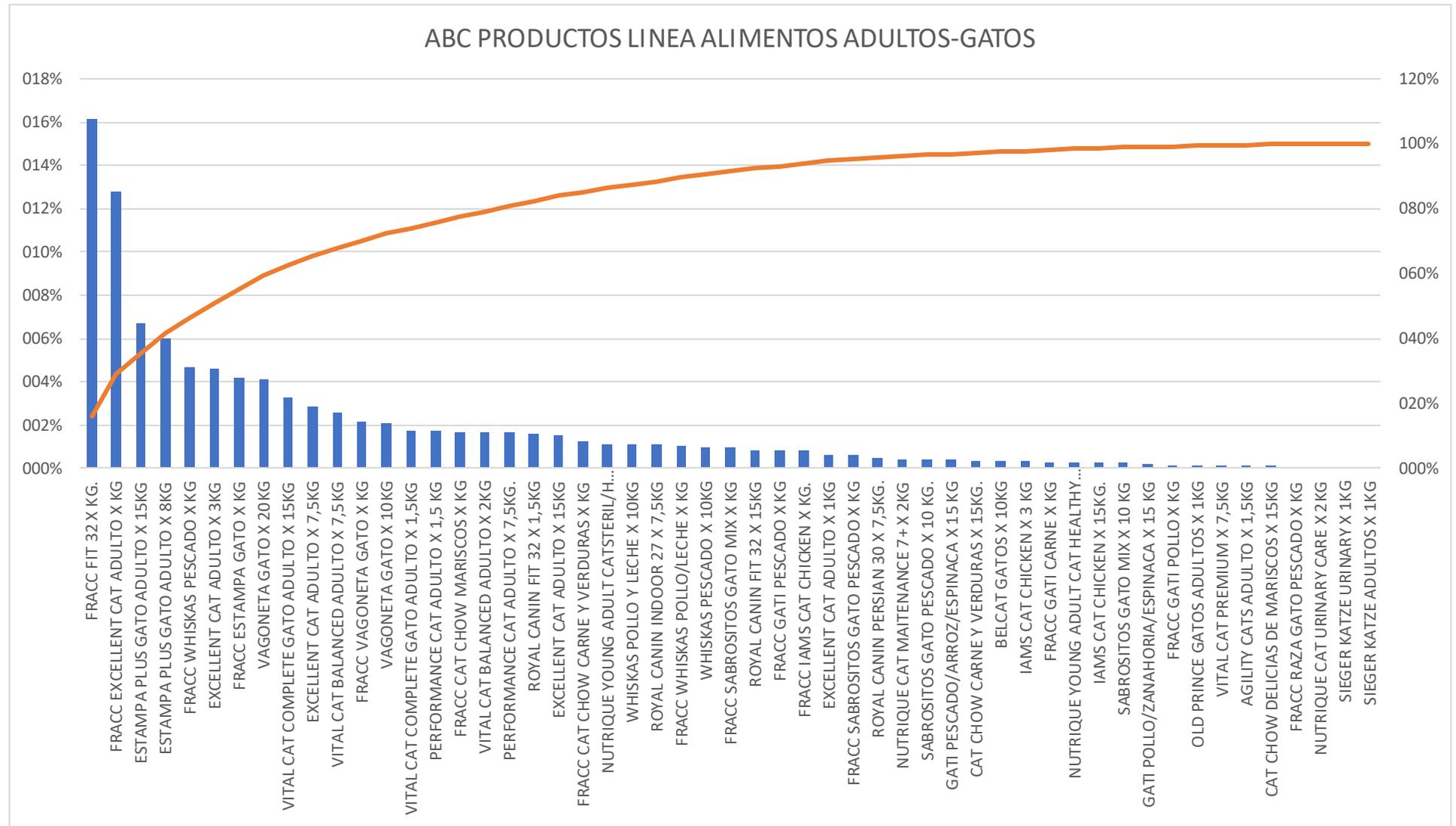
Tendencia creciente de la categoría gatos

ABC LÍNEAS GATOS



Las líneas alimentos adultos y alimentos p/necesidades especiales acumulan el 80% del margen de ventas de la categoría GATOS

ABC PRODUCTOS LÍENA ALIMENTOS ADULTOS-GATOS

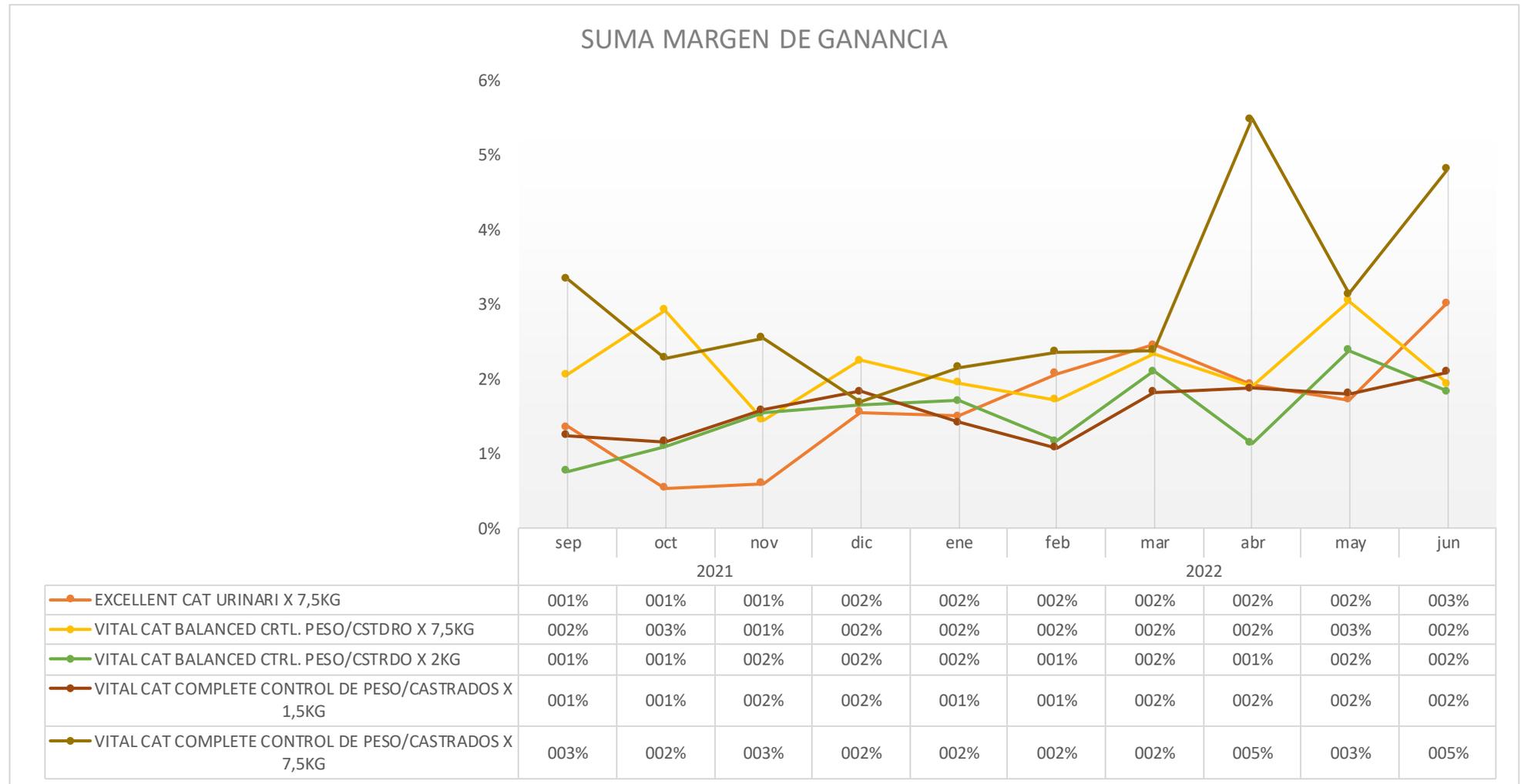


ANÁLISIS LÍNEA "ALIMENTOS ADULTOS" DE LA CATEGORÍA GATOS

Etiquetas de fila	Suma Margen ganancia2	de % de ACUMULADO	CATEGORÍA
FRACC FIT 32 X KG.	16,17%	16,17%	A
FRACC EXCELLENT CAT ADULTO X KG	12,79%	28,96%	A
ESTAMPA PLUS GATO ADULTO X 15KG	6,71%	35,67%	A
ESTAMPA PLUS GATO ADULTO X 8KG	6,04%	41,71%	A
FRACC WHISKAS PESCADO X KG	4,64%	46,36%	A
EXCELLENT CAT ADULTO X 3KG	4,62%	50,97%	A
FRACC ESTAMPA GATO X KG	4,20%	55,18%	A
VAGONETA GATO X 20KG	4,11%	59,29%	A
VITAL CAT COMPLETE GATO ADULTO X 15KG	3,25%	62,54%	A
EXCELLENT CAT ADULTO X 7,5KG	2,84%	65,38%	A
VITAL CAT BALANCED ADULTO X 7,5KG	2,60%	67,98%	A
FRACC VAGONETA GATO X KG	2,18%	70,15%	A
VAGONETA GATO X 10KG	2,10%	72,26%	A
VITAL CAT COMPLETE GATO ADULTO X 1,5KG	1,75%	74,01%	A
PERFORMANCE CAT ADULTO X 1,5 KG	1,73%	75,73%	A
FRACC CAT CHOW MARISCOS X KG	1,70%	77,43%	A
VITAL CAT BALANCED ADULTO X 2KG	1,68%	79,11%	A
PERFORMANCE CAT ADULTO X 7,5KG.	1,67%	80,78%	A

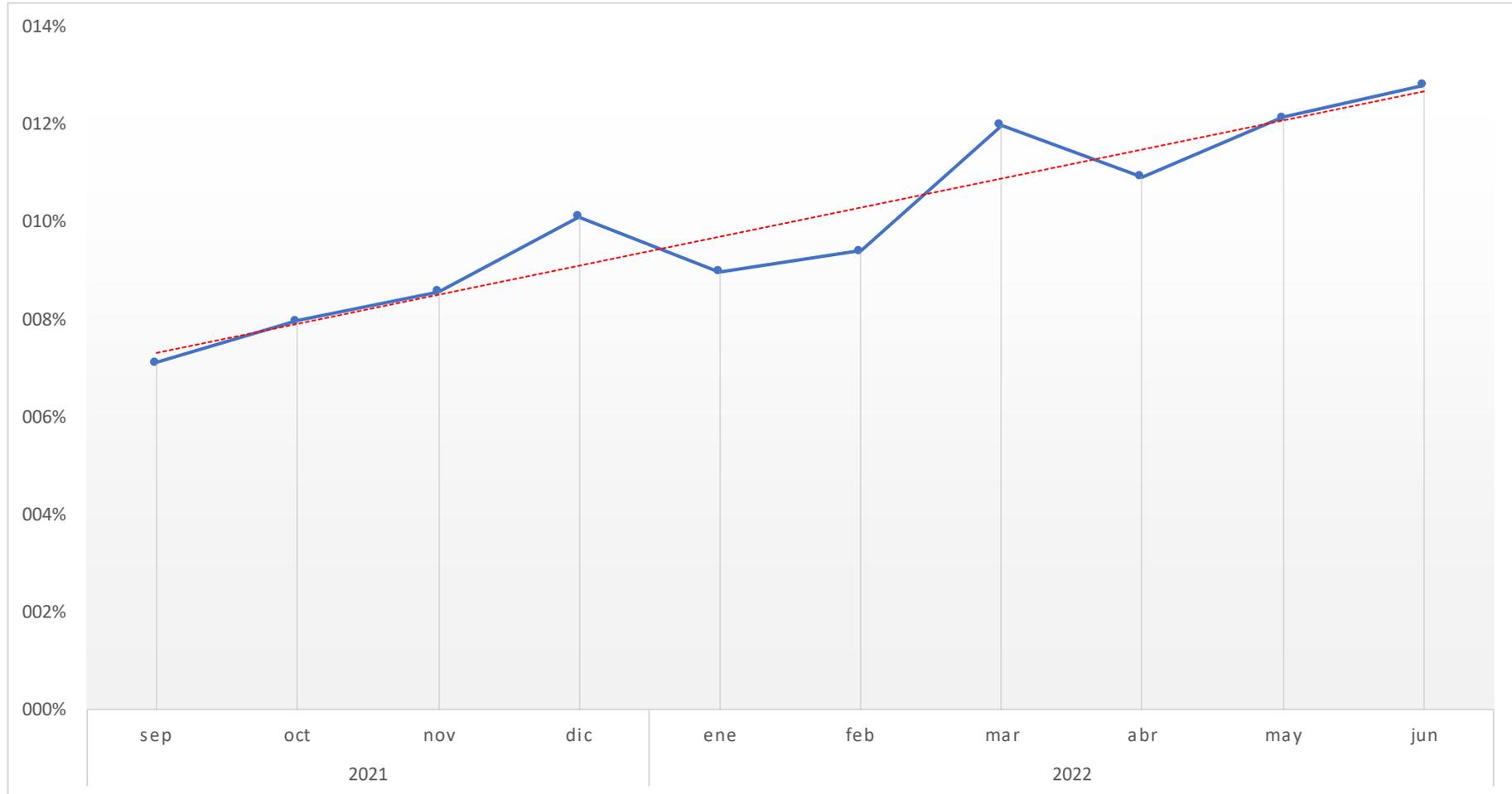
De los 53 productos ofrecidos por la línea, 18 conforman la clasificación "A" sumando el 80% del margen total de ALIMENTOS ADULTOS GATOS.

SERIE DE TIEMPO DE LOS ARTÍCULOS DESTACADOS DE LA LÍNEA ALIMENTOS ADULTOS-GATOS



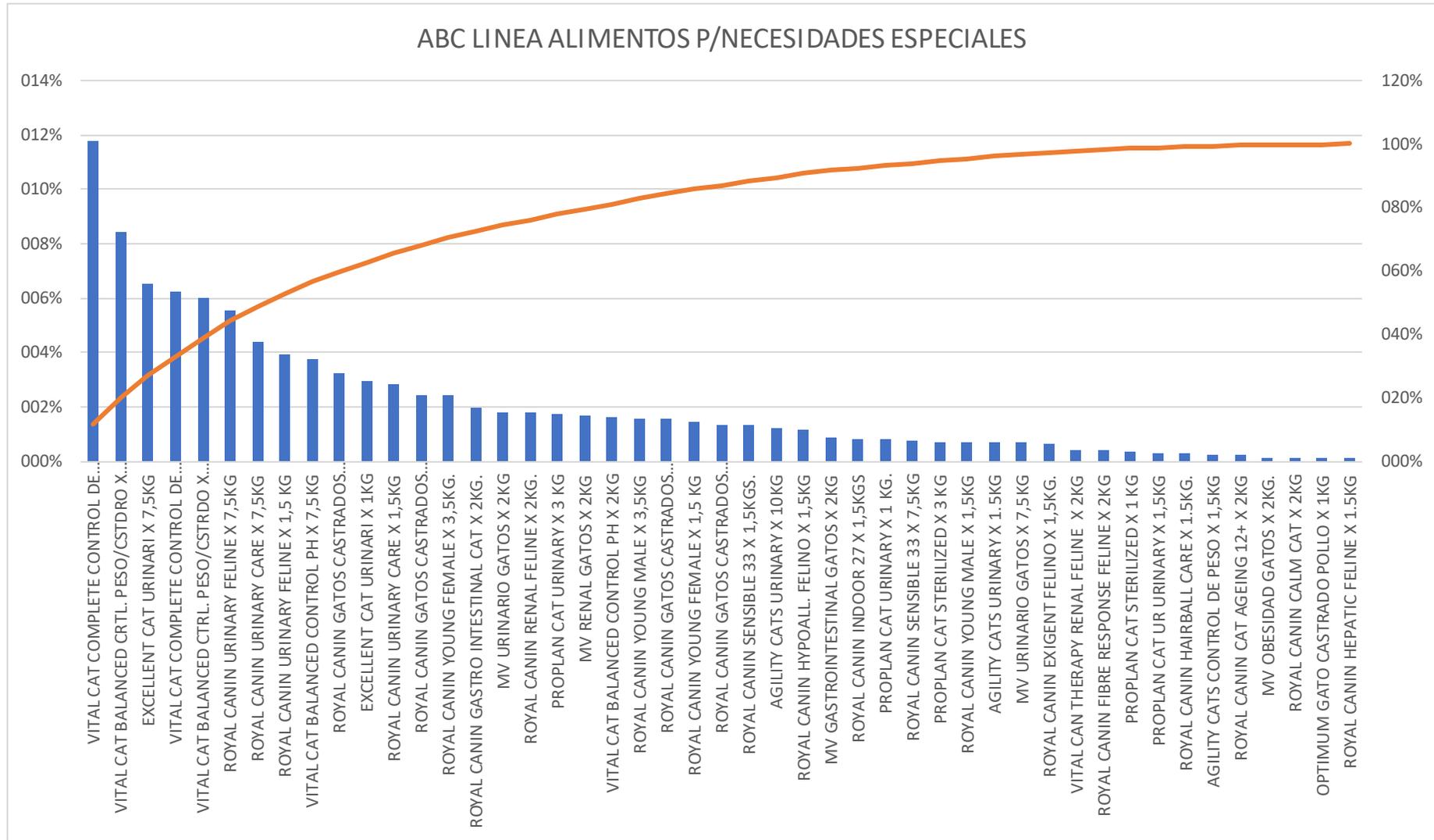
Tendencia creciente de los productos analizados, con gran relevancia de impacto sobre el margen total por parte de los productos “FRACC FIT 32 X KG” y “FRACC EXCELLENT CAT ADULTO X KG” por lo que a priori podría decirse que existe una preferencia por la compra de alimento fraccionado por parte de los consumidores de dicha línea de alimentos para adultos-gatos.

SERIE DE TIEMPO DE MARGEN DE LINEA ALIMENTOS ADULTOS-GATOS



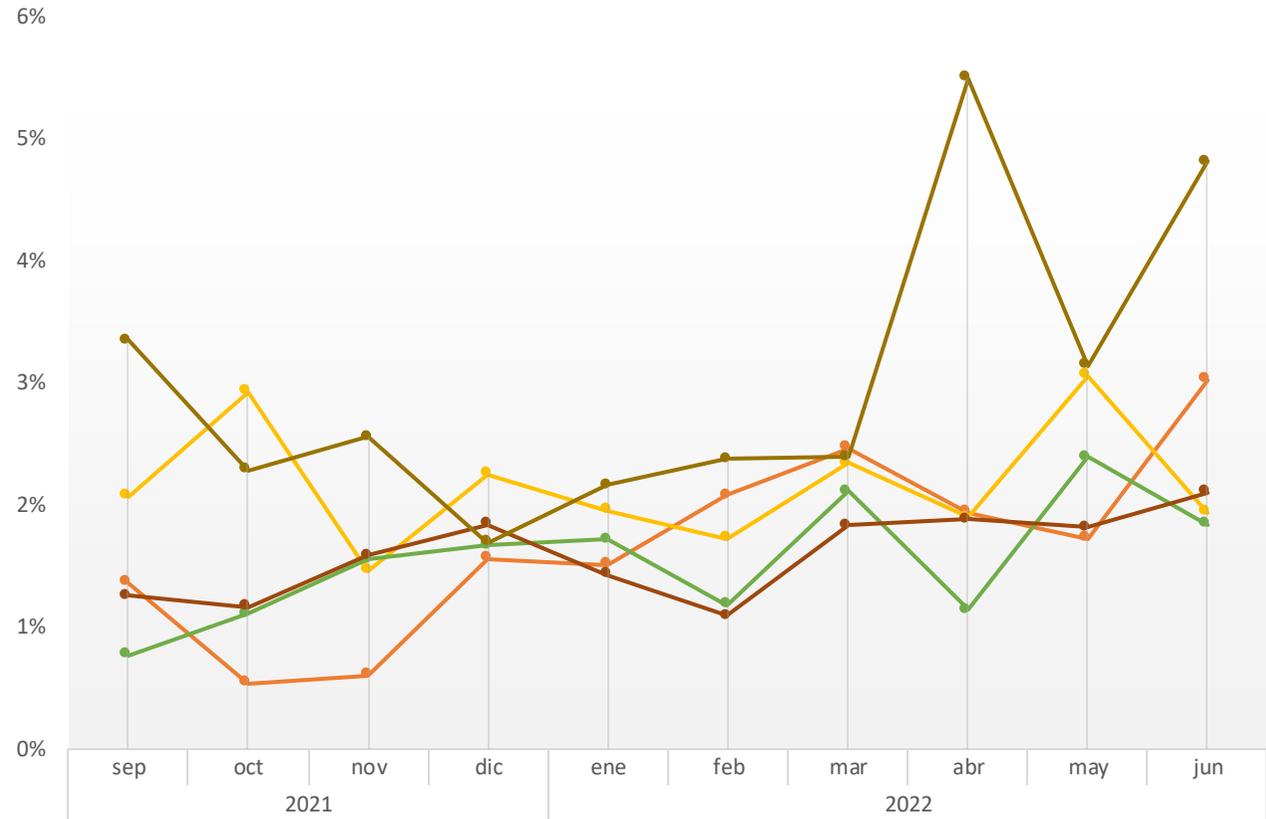
ANÁLISIS LÍNEA "ALIMENTOS P/NECESIDADES ESPECIALES" DE LA CATEGORÍA GATOS

De 47 productos a la venta, 19 acumulan el 80% del margen total de la línea.



PRODUCTOS	Margen de ganancia	% ACUMULADO	CLASIFICACIÓN
VITAL CAT COMPLETE CONTROL DE PESO/CASTRADOS X 7,5KG	11,78%	11,78%	A
VITAL CAT BALANCED CRTL. PESO/CSTDRO X 7,5KG	8,42%	20,20%	A
EXCELLENT CAT URINARI X 7,5KG	6,54%	26,74%	A
VITAL CAT COMPLETE CONTROL DE PESO/CASTRADOS X 1,5KG	6,22%	32,95%	A
VITAL CAT BALANCED CTRL. PESO/CSTRDO X 2KG	6,02%	38,97%	A
ROYAL CANIN URINARY FELINE X 7,5KG	5,52%	44,49%	A
ROYAL CANIN URINARY CARE X 7,5KG	4,38%	48,87%	A
ROYAL CANIN URINARY FELINE X 1,5 KG	3,93%	52,80%	A
VITAL CAT BALANCED CONTROL PH X 7,5KG	3,77%	56,57%	A
ROYAL CANIN GATOS CASTRADOS W.CONTROL X 7.5KG	3,24%	59,81%	A
EXCELLENT CAT URINARI X 1KG	2,92%	62,74%	A
ROYAL CANIN URINARY CARE X 1,5KG	2,85%	65,58%	A
ROYAL CANIN GATOS CASTRADOS W.CONTROL X 3KG	2,45%	68,03%	A
ROYAL CANIN YOUNG FEMALE X 3,5KG.	2,45%	70,48%	A
ROYAL CANIN GASTRO INTESTINAL CAT X 2KG.	1,99%	72,47%	A
MV URINARIO GATOS X 2KG	1,79%	74,26%	A
ROYAL CANIN RENAL FELINE X 2KG.	1,78%	76,04%	A
PROPLAN CAT URINARY X 3 KG	1,75%	77,79%	A
MV RENAL GATOS X 2KG	1,69%	79,48%	A

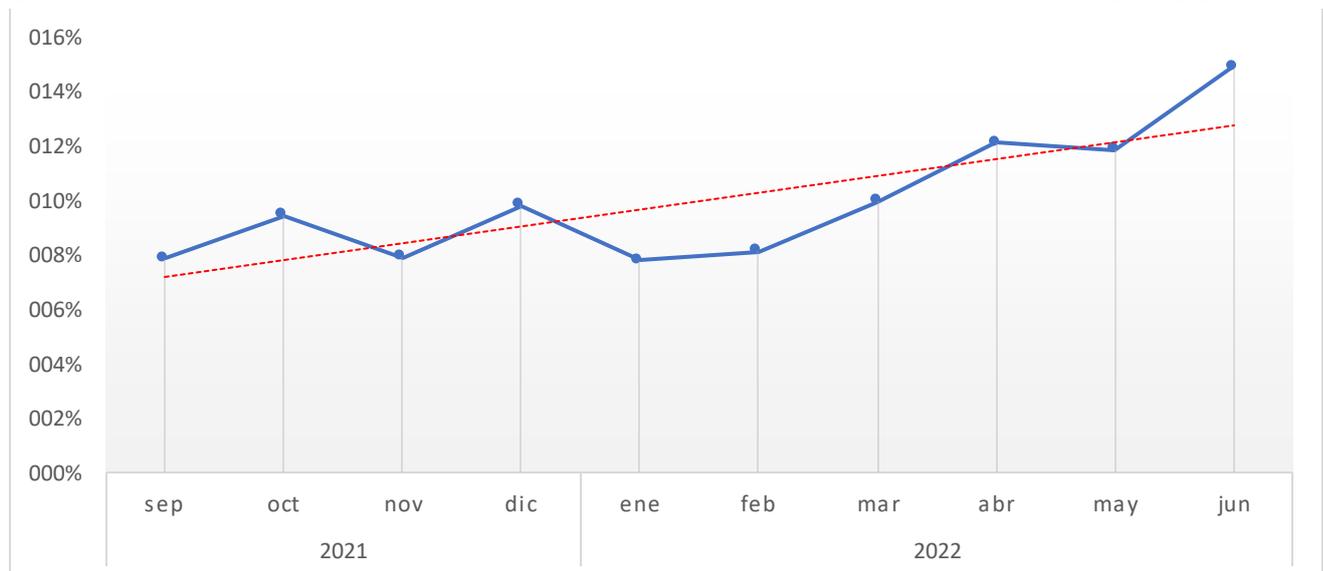
SUMA MARGEN DE GANANCIA



	2021				2022					
	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun
EXCELLENT CAT URINARI X 7,5KG	001%	001%	001%	002%	002%	002%	002%	002%	002%	003%
VITAL CAT BALANCED CRTL. PESO/CSTRDO X 7,5KG	002%	003%	001%	002%	002%	002%	002%	002%	003%	002%
VITAL CAT BALANCED CTRL. PESO/CSTRDO X 2KG	001%	001%	002%	002%	002%	001%	002%	001%	002%	002%
VITAL CAT COMPLETE CONTROL DE PESO/CASTRADOS X 1,5KG	001%	001%	002%	002%	001%	001%	002%	002%	002%	002%
VITAL CAT COMPLETE CONTROL DE PESO/CASTRADOS X 7,5KG	003%	002%	003%	002%	002%	002%	002%	005%	003%	005%

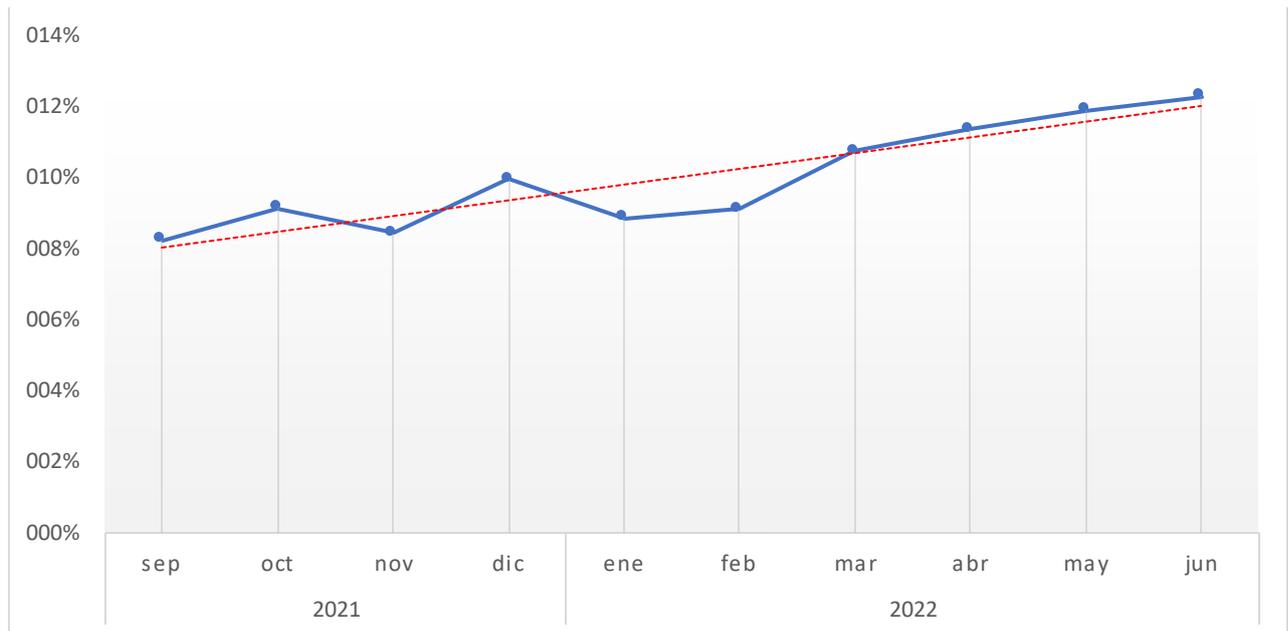
Se observa un salto abrupto del margen de ventas del producto VITAL CAN COMPLETE CONTROL DE PESO/CAST X 7,5KG en el mes de abril, a su vez se aprecia que en la misma línea se encuentra un producto con prestaciones y fines similares "VITAL CAN BALANCED CTL PESO /CAST 7,5KG" ambos productos actúan como se aprecia mediante la canibalización dado que a mediada que aumenta la venta de un producto, disminuye la del otro. Para estos productos que actúan de dicha manera, se podría recomendar, una estrategia de precios promocionados para los productos en caída, ofrecer un pack promocional para dar salida a ambos artículos. No hay que descartar que al ser productos de la misma marca quizá el fenómeno se dé por el proveedor quien proporciona según la circunstancia uno u otro producto y no tanto por criterios de clientes.

SERIE DE TIEMPO DE MARGEN DE LA LÍNEA ALIMENTOS P/NEC ESP-GATOS



Se aprecia una tendencia creciente de las ventas de la línea.

SERIE DE TIEMPO MARGEN TOTAL DE LA EMPRESA



Esta serie de tiempo agrupa todas las categorías con sus respectivas líneas de productos. Fuimos observando que, a lo largo de todos los análisis de las series de tiempo de cada línea y categoría, clasificadas según ABC como “A”, que todas ellas presentaban disminución en el margen en los meses de enero y febrero, ahora apreciamos que a nivel global de la empresa ocurre dicho fenómeno. El mismo fue consultado y se determinó que es debido en parte a que ocurre una reducción de las promociones y publicidades, sumado al efecto de que las fechas también repercuten sobre los clientes por vacaciones.

RECOMENDACIONES

Control de inventarios de Ítems clase A (Holguín, 2010)

Dado que los ítems clase A son generalmente aquellos cuyo producto (**D**emanda x **P**recio) es mayor que todos los demás ítems, debe prestarse especial atención en su control.

Sugerencias generales para el control de ítems clase A

Los ítems clase A deben concentrar la atención personalizada de la administración, con el apoyo de modelos matemáticos especializados, los cuales se constituyen en una poderosa herramienta de ayuda para la toma de decisiones. Los siguientes puntos son sugerencias generales para el control del inventario de este tipo de ítems:

- Los registros de inventario deben hacerse continuamente basados en las transacciones que vayan ocurriendo. Como generalmente el número de ítems clase A no es muy grande, el control no necesariamente debe hacerse en forma

computarizada, pudiéndose utilizar sistemas manuales basados en hojas electrónicas. Esto constituye una ventaja, por ejemplo, en las pequeñas y medianas empresas.

- Todas las transacciones de ítems clase A deben ser cuidadosamente revisadas por la administración en forma frecuente.
- La demanda debe ser cuidadosamente analizada y, aunque debe basarse en un sistema adecuado de pronósticos, debe tener la influencia personal de la administración, dependiendo del caso particular. Por ejemplo, pueden existir ítems clase A tan especiales que la administración directamente influya en su demanda futura con base en las conversaciones personales con los clientes.
- Debe existir una estrecha relación con los proveedores de ítems clase A para tratar de reducir los tiempos de entrega y su variabilidad.
- Deben revisarse los parámetros de decisión frecuentemente.
- Los tamaños de pedido Q deben determinarse mediante las mejores técnicas disponibles. Por ejemplo, en vez de asumir que Q está predeterminada, deben aplicarse métodos que optimicen esta decisión en conjunto con la determinación del punto de reorden s .

Control de inventarios de ítems clase C (Holguín, 2010)

Aunque de acuerdo con la clasificación ABC los ítems clase C son los “menos importantes”, esto no significa que su control pueda descuidarse o dejarse al azar. Debe recordarse que ellos representan el mayor número de ítems y, por lo tanto, lo que se busca es simplificar lo más posible su control y administración. Aunque los ítems clase C representan el menor valor DxP de todos, pueden eventualmente convertirse en ítems mucho más importantes, inclusive algunos en clase A. Algunas razones para explicar esto pueden ser que los ítems clase C sean:

Ítems importantes para uno o más clientes claves de la organización, como los medicamentos de EPS en una cadena de droguerías. A un cliente de una droguería le tiene sin cuidado si un ítem es A, B o C; lo que le interesa es que se le preste el servicio y que el medicamento esté disponible. Por lo tanto, como los ítems clase C son muchos, hay probabilidad de que, si no se tratan adecuadamente, se generen faltantes que afecten toda la cadena y la imagen de la empresa.

Control de ítems clase C con demanda aproximadamente estable

Aunque algunos autores sugieren no llevar registros de los ítems clase C, ni mucho menos pronosticar su demanda, la actual capacidad y versatilidad de los sistemas computacionales y de información permite hacerlo para todos los ítems sin mayor dificultad.

Ítems Clase C

Durante el análisis se observaron categorías que corresponden a la clase C y representan valores insignificantes de aporte a los márgenes de ganancia de la empresa, a su vez dentro de dichas categorías se encuentran las sub categorías o líneas que a su vez tienen su correspondiente clasificación ABC por lo que para lograr llevar de mejor manera los inventarios y reducir o eliminar aquellos que no aporten significativamente, que tengan bajos índices de rotación, y que provoquen mayores costos por mantenimiento que el beneficio de la venta, se recomienda comenzar observando el comportamiento de los últimos **productos de clase C** de las **líneas clase C** pertenecientes a las **categorías C**.

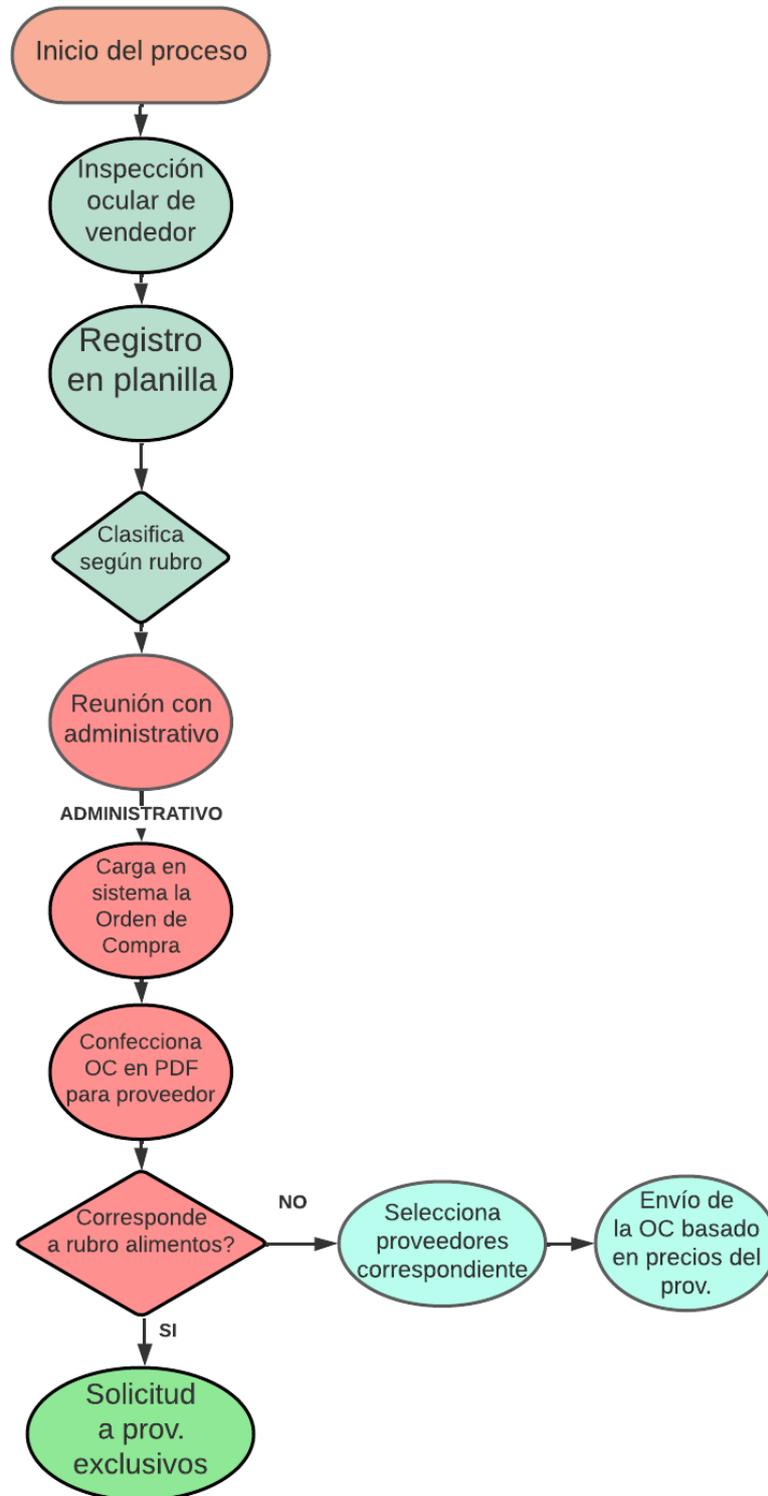
PROCESO ACTUAL DE COMPRAS

Las compras actualmente se realizan por rubro, el proceso consiste en la inspección ocular por parte de los vendedores quienes a su criterio van determinando aquellos productos faltantes.

Específicamente en el rubro alimentos, el vendedor del salón anota manualmente faltantes que detecta mediante su criterio. Posteriormente el proceso continúa con la reunión junto a un administrativo y de manera conjunta van viendo los productos a reponer, el administrativo se encarga de cargar la orden de compra en el sistema, la cual posteriormente será enviada a los proveedores respectivos en formato PDF.

En cuanto a la relación con los proveedores, en el caso de alimentos, se cuenta con proveedores exclusivos según la marca de alimento, mientras que en el resto de rubros como ser FARMACIA y ACCESORIOS los proveedores son múltiples por lo que se tiene mayor libertad a la hora de seleccionar los mismos. Cabe aclarar que existe la posibilidad de negociar precios con ciertos proveedores por volúmenes de compra, en esta circunstancia depende de las negociaciones que se logren realizar en cada operación particular.

DIAGRAMA DE FLUJO DE COMPRAS ACTUAL

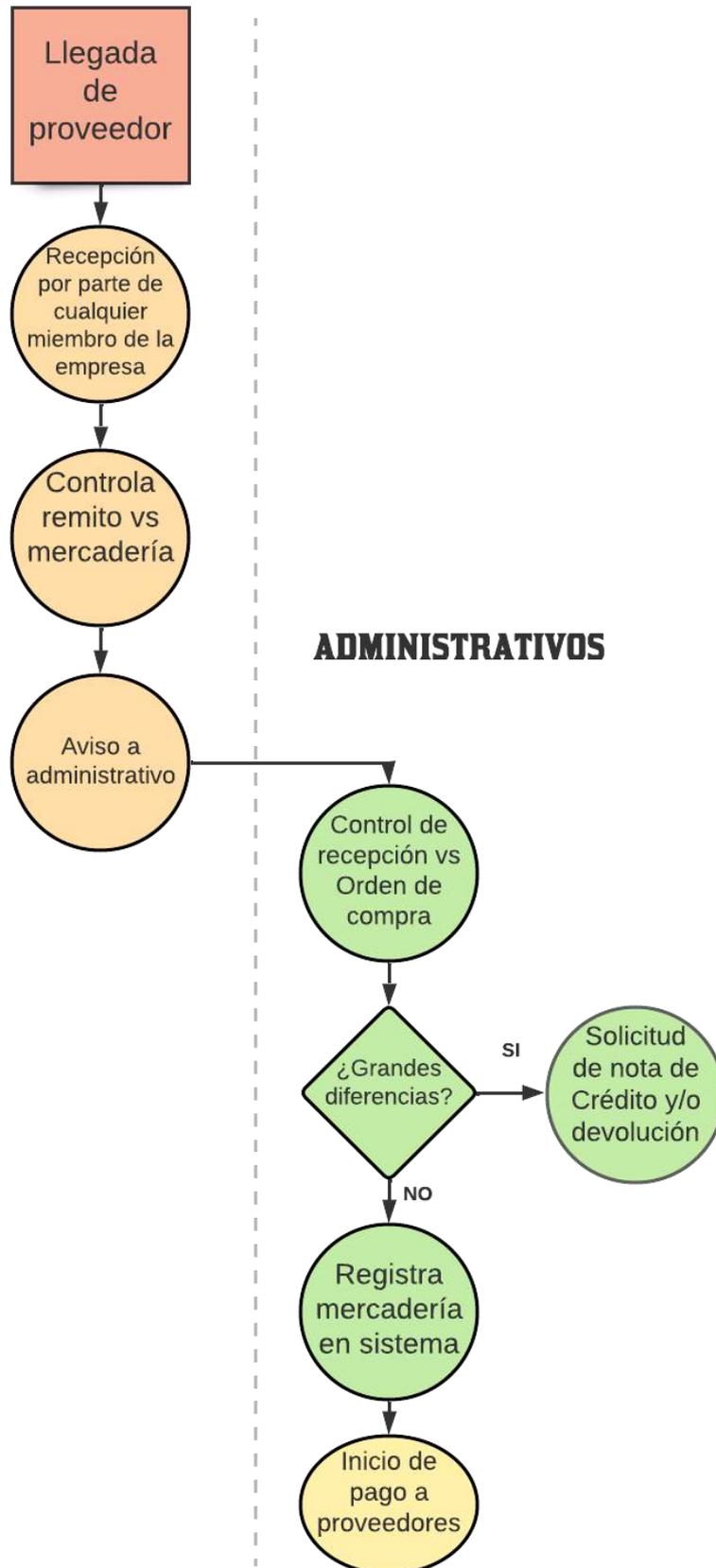


Fuente: elaboración propia

PROCESO DE RECEPCIÓN ACTUAL

Las entregas por parte del proveedor son recibidas por cualquier empleado que se encuentre disponible independientemente de su cargo quien realiza el control de remito con los productos entregados y firma la recepción al proveedor, luego son los administrativos quienes realizan la carga en sistema de los productos y comparan lo recibido contra la orden de compra. En base a las entrevistas realizadas sobre la operatoria, es frecuente que las entregas no coincidan con la orden de compra, produciéndose diferencias de todas las índoles como ser excedentes o faltantes de mercadería o entrega de productos no solicitados, por lo general dichas diferencias a no ser que sean alevosas, son aceptadas por los administrativos argumentando que de esa manera evitan mayores problemas a la hora de reclamos y pérdidas de tiempo. Una vez conformada la mercadería, se procede al pago correspondiente a los proveedores.

DIAGRAMA ACTUAL DE FLUJO DE RECEPCIÓN



Fuente: elaboración propia

PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO

Previamente se mencionó la alternativa de incorporar lectores de barras para agilizar el proceso de gestión de inventarios. A continuación, se proporciona una tentativa de cómo debería ser el proceso con la introducción y empleo del dispositivo.

Como primera medida se deben adquirir los lectores, en cuyo caso se recomienda la compra de al menos 3 lectores de barras los cuales deberán poseer conexión inalámbrica a las computadoras para aprovechar la agilidad que brinda. Un lector será de uso exclusivo del sector almacenes, mientras que los otros 2 deberán ser empleados en el sector ventas, el número requerido de lectores podrá aumentar en función del uso y necesidad para cubrir las ventas (para que no se produzcan cuellos de botella al brindar el servicio a clientes) y correcto control en depósito.

Una vez adquiridos, se deberá realizar por única vez una tarea tediosa para poder registrar correctamente todos los productos e identificarlos con su correspondiente código numérico. Esta tarea podrá simplificarse en la medida en que los proveedores puedan facilitar si es que poseen su propio listado con la descripción de los productos y los códigos numéricos.

Cabe aclarar que los códigos para que se comprenda, hacen de "DNI" del producto, por lo que cada artículo tendrá un único código, a modo de ejemplo, todos los paquetes de alimento ROYAL CANIN URINARY CARE X 1,5KG tendrán exactamente el mismo código.

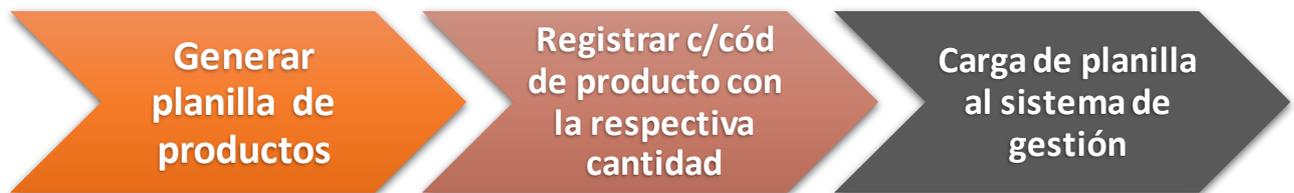
De no poder adquirir por medio de los proveedores los códigos correspondientes con las descripciones, por las características del sistema empleado, "Dragonfish Color y Talle", la manera que se propone es exportar una planilla que contenga la descripción por orden alfabético de los productos registrados en sistema, una vez exportada la planilla en Excel, se tendrá una columna con la descripción de todos los artículos, paso seguido se deberá generar una columna a la par denominada "código de barras" seguida de otra columna destinada para indicar las cantidades existentes esto con el fin de realizar un control de stock en depósito y pasar a tener correctamente contabilizadas las unidades.

Para llevar a cabo la tarea se recomienda trabajar en un día que no se atienda al público, en lo posible deberá llevarse de a dos personas una que se encargará de las lecturas y conteo manual de los productos, se recomienda que a doble control posea una planilla impresa para ir registrando en el orden correspondiente los productos del depósito (trabajar por categoría de productos) mientras que la otra persona se encontrará cerca con una notebook en la cual irá verificando la correcta asignación de los códigos con el respectivo artículo escaneado, a su vez se irán registrando las unidades totales contadas en depósito (dicho conteo podrá efectuarse ocularmente y

registrado manualmente o con la función de conteo del mismo escáner, en la práctica se elijará el método que facilite el proceso).

Terminada la tarea de registro por categoría en el depósito, se procederá al volcado de datos sobre el sistema de gestión DragonFish, de esta manera se tendrán todos los productos correctamente contados lo cual será un nuevo comienzo para la empresa, a partir de allí, se podrá confiar en la información arrojada por sistema en cuanto a las unidades existentes por producto.

ESQUEMA SIMPLIFICADO DEL REGISTRO DE CÓDIGOS



Es primordial que, a partir de dicho procedimiento, se instruya a los vendedores para que cada venta sea efectuada mediante la lectura del producto con los lectores de barras para así evitar las cargas manuales, los errores antes mencionados, agilizar el proceso de ventas, el control y correcta asignación de unidades en el sistema.

Otra recomendación es que, una vez concluida la construcción y orden del nuevo depósito, se asigne a personal exclusivo del área depósito, quien deberá contar con tareas específicamente asignadas al sector.

PROPUESTAS DE CAMBIO EN OPERATORIAS TRAS EL EMPLEO DE ESCÁNERS DE CÓDIGOS

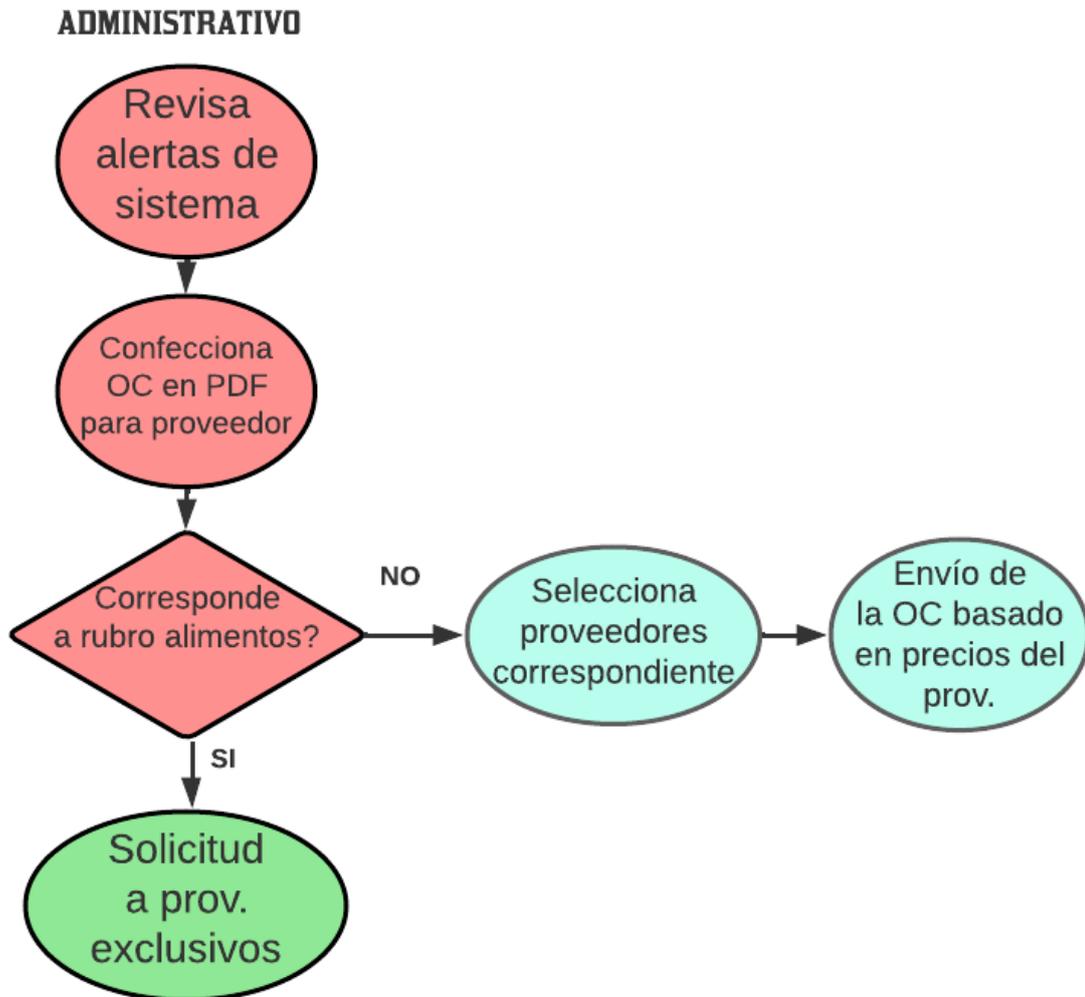
Con la incorporación de los lectores y la correcta cuantificación del stock en la empresa, corresponde que se realicen cambios en la manera en que se llevan a cabo actualmente los procesos de compras, recepción y ventas, por lo que se proponen los siguientes cambios:

Cambios en el proceso de compras

Una vez que se confíe en la información por sistema, será el mismo sistema el que de alertas ante faltantes de productos, una vez registrado el stock correctamente se contará con información relevante que será de utilidad para la elaboración de stocks mínimos, máximos y de seguridad, los cuales serán empleados para los avisos de compra por sistema. De tal forma, la solicitud ya no se generará a criterio del personal de ventas, sino que será rol del personal administrativo abocado a dicha tarea, incluso

para ciertos productos con los que se posea exclusividad de proveedor, la solicitud de compra podría generarse de manera automática.

NUEVO FLUJO DE COMPRAS



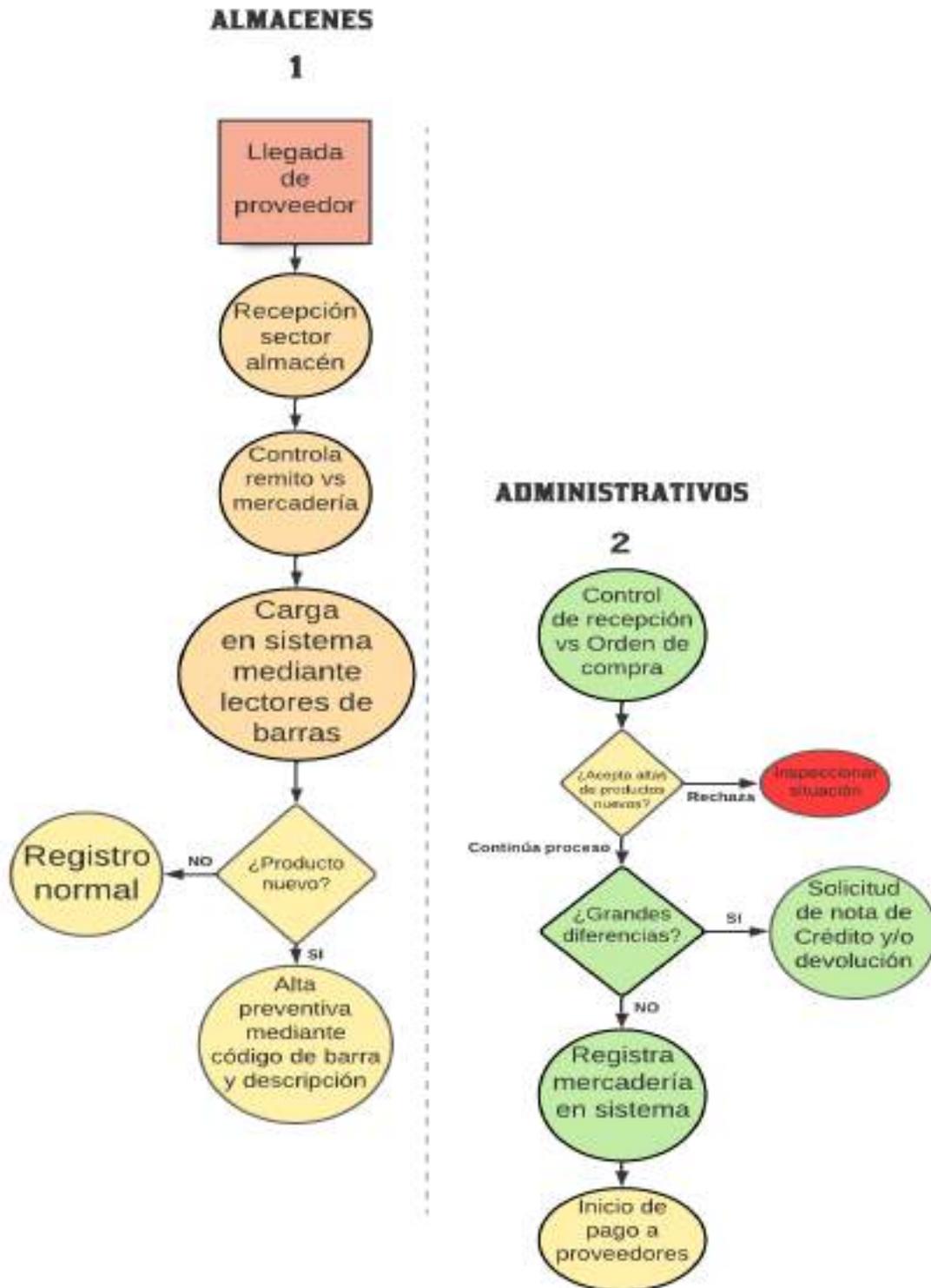
Fuente: elaboración propia

CAMBIOS EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN DE MERCADERÍA

En la actualidad cualquier miembro de la empresa realiza la recepción y aviso. Dado que el nuevo depósito se encuentra próximo a terminarse, se propone que se asigne a personal que posea experiencia manipulando los productos de forma exclusiva al área almacenes, generando un manual de funciones para dicho puesto con las responsabilidades pertinentes.

La propuesta es que la mercadería se reciba únicamente por el personal del sector almacenes, quien deberá a modo de control elaborar un alta de almacenes, registrar mediante el lector de códigos de barras los ingresos, verificar si al cargar los productos, éstos se encuentran registrados o se trata de nuevos productos, en cuyo caso deberán registrarse de manera preventiva y ser posteriormente aprobados por el sector administrativo para la carga definitiva al sistema. Posteriormente el personal administrativo verificará lo la recepción vs la orden de compra y evaluará la situación, si acepta o deberá iniciar el proceso de reclamo al proveedor.

NUEVO FLUJO RECEPCIÓN



Fuente: elaboración propia

Para la propuesta de tener personal dedicado exclusivamente al sector de almacenes a continuación se detallará un manual de funciones para el puesto.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: ENCARGADO DE ALMACÉN

NOMBRE DEL PUESTO: Encargado de Almacén
DPTO. O SECCIÓN: Almacenes
JEFE INMEDIATO: Administrativos
<p>PERFIL PROFESIONAL DEL ENCARGADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser organizado y planificado en su trabajo. • Tener un pensamiento lógico a la hora de distribuir los productos. • El personal seleccionado deberá estar motivado con el puesto asignado. • Debe saber de sistemas informáticos. • Poder trabajar bajo presión sin perder el control.
<p>OBJETIVOS DEL PUESTO: Almacenar y controlar debidamente los productos en depósito.</p>
<p>FUNCIONES Y TAREAS DEL PUESTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de mercadería con la documentación correspondiente. • Alta de almacenes de los productos recibidos. • Carga de los productos al sistema mediante el empleo de los lectores de códigos de barras. • Alta preventiva de productos que no se encuentren registrados por sistema, comunicación con administrativos. • Distribuir los productos en bodega manteniendo un orden lógico y adecuado, teniendo en cuenta tipos de alimentos, prestaciones, volúmenes, marcas, vencimientos. • Ordenar los productos de manera que sean los primeros en llegar los primeros en salir para evitar desperdicios por vencimientos, dar aviso de productos próximos a vencer para que se gestionen promociones para la venta de los mismos. • Cada cierto periodo establecido por gerencia, realizar el control de stock para verificar existencias reales vs información de stock por sistema. • Preparar los paquetes para los despachos y encomiendas, registrando las salidas mediante el empleo de los escáneres de barras. • Mantener el sector de limpio y ordenado sin obstrucciones por los pasillos, distribuir los artículos en sus respectivas estanterías. • Cumplir con las normas de seguridad. • Realizar cualquier tarea afín que le sea asignada.

Fuente: elaboración propia

OPERATORIA VENTAS

En cuanto a las ventas como previamente se hizo mención, los encargados del sector deberán emplear los lectores de barras para marcar cada producto que es vendido procurando evitar lo máximo posible la carga manual de la venta para evitar los errores humanos de tipeo y mantener un estándar de trabajo a fin de que el resto de los procesos de la empresa se mantengan eficientes y confiando en la información suministrada por sistema.

RESUMEN

El presente trabajo, se orientó a la posibilidad de establecer métodos de mayor rigurosidad a la hora de manejar todo lo referente a la gestión de inventarios, realizando mayor énfasis en aquellos productos que mayor impacto generen en las finanzas de una Pyme Tucumana dedicada al rubro mascotas.

La empresa analizada cuenta con gran trayectoria en la provincia, cuenta con más de 3500 artículos los cuales se pueden clasificar en 3 grandes categorías: alimentos balanceados, medicamentos, accesorios. Dado el volumen de inventario, el proceso de gestión de los mismos se torna una tarea compleja.

Haciendo foco en la operatoria de reposición de inventarios, se observó que ocurren inconvenientes derivados de la falta de certeza y confianza en el sistema informático, dado que, a la hora de realizar un control sobre el stock, en vez de emplear los datos brindados por el sistema, se procede a realizar una inspección ocular sobre las mercaderías a reponer.

A su vez, dichas reposiciones de los artículos, no poseen un método certero por así decirlo, sino más bien el número de unidades a reponer se basa en el criterio de los dueños según la experiencia.

Esta falta de rigurosidad a la hora de reponer inventarios deriva en diversos costos como ser, vencimiento de productos por falta de rotación, subsidios cruzados y mal asignación de los recursos.

El objetivo general fue el de proponer modelos que permitan evaluar el proceso de gestión de inventarios.

Mientras que como objetivos específicos se plantearon comprender en profundidad la operatoria de los sistemas de información empleados en la empresa; Promover la toma de decisiones basadas en datos; Identificar los subprocesos que integran el proceso de Compras y Depósito; Determinar aspectos a mejorar de la gestión de inventarios.

La metodología empleada fue bajo un enfoque de investigación mixto con diseño de triangulación concurrente (DITRIAC). Para la rama cualitativa se abordó mediante diseño de investigación acción mientras que, para la cuantitativa, mediante enfoque no experimental con diseño predictivo de corte longitudinal de tendencia.

A lo largo del estudio se trabajó con métodos cualitativos como ser entrevistas, observaciones de campo, mediante la ayuda de herramientas de Nube de Palabras, mapas cognitivos, diagramas de Ishikawa, descripciones de operaciones y diagramas de flujo actuales. Y en cuanto a la rama cuantitativa, se realizaron análisis sobre las bases de datos, empleando Pareto, series de tiempo, ABC, mapas de calor.

Mediante los estudios mencionados, finalmente se fueron realizando aportes y sugerencias con la intención de mejorar las operatorias actuales, ofreciendo mejoras en los procesos de compras, recepción y ventas mediante nuevos diagramas de flujos. La propuesta de generación de un puesto exclusivo en área almacenes con su respectivo manual de funciones, el estudio de factibilidad con la posterior implementación mediante instructivos para el empleo de escáneres de códigos de barras tanto en sectores de depósito como del salón de ventas. A su vez se hizo foco sobre aquellas categorías y líneas de productos (clasificados mediante las herramientas antes descritas), sobre las cuales se deberá llevar mayor control y mejores métodos cuantitativos para administrar dichos inventarios.

Palabras claves: Análisis Cuantitativo, Inventarios, optimización de procesos, minimización de costos, análisis de datos.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía 10° Edición*. München, Alemania: Cengage Learning.
- Ballou, R. H. (2004). *Administración de la cadena de suministros, quinta edición*. México: Pearson.
- Chase, R., & Jacobs, R. (2009). *Administración de operaciones: Producción y cadena de suministros*. México: Interamericana Editores, S.A.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2007). *Administración de costos. Contabilidad y control 5° edición*. México: Cengage Learning .
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa ,cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill Education.
- Holguín, V. (2010). *Fundamentos de control y gestión de inventarios* . Cali, Colombia: Programa Editorial Universidad del Valle.
- Intel. (27 de Marzo de 2022). *Intel.es*. Obtenido de <https://www.intel.es/content/www/es/es/analytics/what-is-data-analytics.html>
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía 15° Edición*. México: Mc Graw Hill.
- Martinez, V. F. (2016). *Administración de lo simple a lo complejo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Pluma Digital.
- Render, Stair, & Hanna. (2013). *Métodos Cuantitativos para los Negocios 11° Edición*. Prentice Hall.
- Stair, R., & Reynolds, G. (2017). *Principios de Sistemas de Información, 10° Edición*. Cruz Manca, México: Cengage Learning.