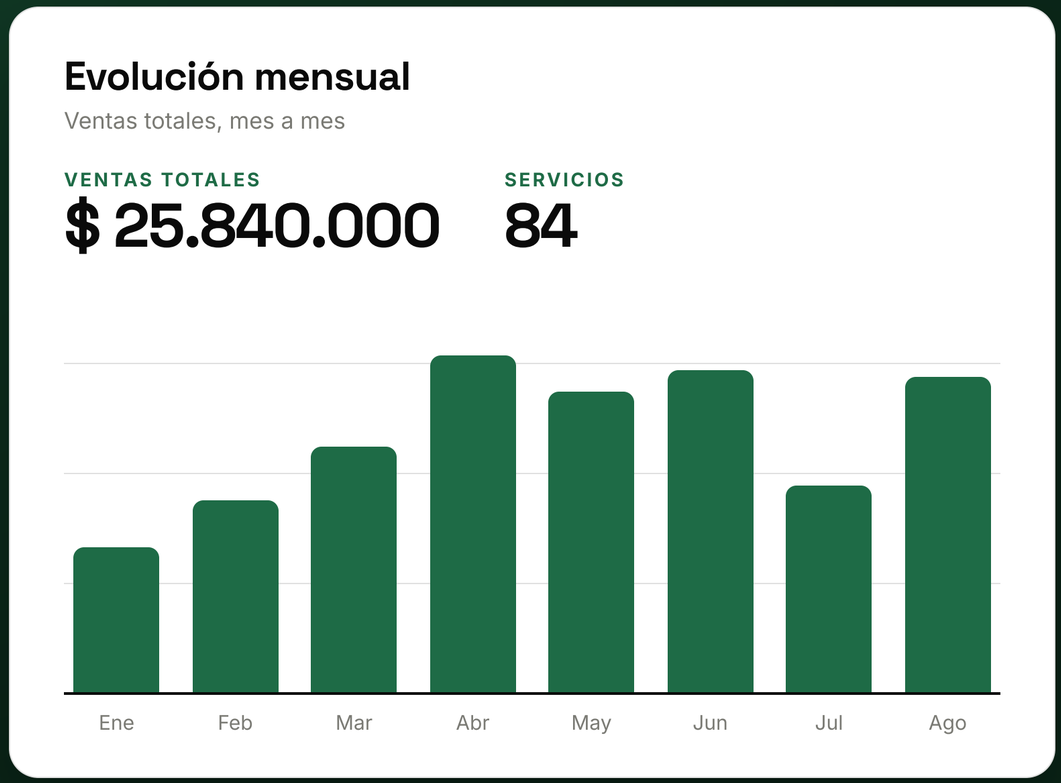
CASO DE USO · VALMAT LIMPIEZA

Panel de análisis de ventas

Ver el negocio en un solo lugar, sin armar la cuenta a mano cada vez que surge una pregunta. Construido con el mismo Excel que la empresa ya usaba.

Análisis de ventas · Datos · Informes



Cifras ficticias con fines de exposición

Diseñado y desarrollado por **Rodrigo Naranjo Sanna** para Valmat Limpieza

EL PUNTO DE PARTIDA

Un Excel de ventas, convertido en respuestas.

Una empresa de limpieza de Tucumán cargaba cada servicio en un Excel. Cada pregunta nueva implicaba abrir la planilla y sumar columnas a mano.

> No hizo falta cambiar la forma de trabajar: el panel lee el mismo Excel que ya usaban y lo convierte en un tablero de control.

EL PANEL, EN CINCO SECCIONES

1. **Evolución mensual**
   Ventas totales y cantidad de servicios, mes a mes.
2. **Por categoría**
   Qué se vende y el ticket promedio de cada servicio.
3. **Por zona**
   Dónde se concentran las ventas, para decidir la cobertura.
4. **Cobros y adelantos**
   Cuánto se cobra como seña al confirmar cada servicio.
5. **Proyección de cierre**
   Tres escenarios para el cierre del año, sin cuenta manual.

EVOLUCIÓN MENSUAL

El mes a mes, siempre a la vista.

Cada barra es la venta real del mes. Arriba, el total del período y la cantidad de servicios, sin abrir la planilla.

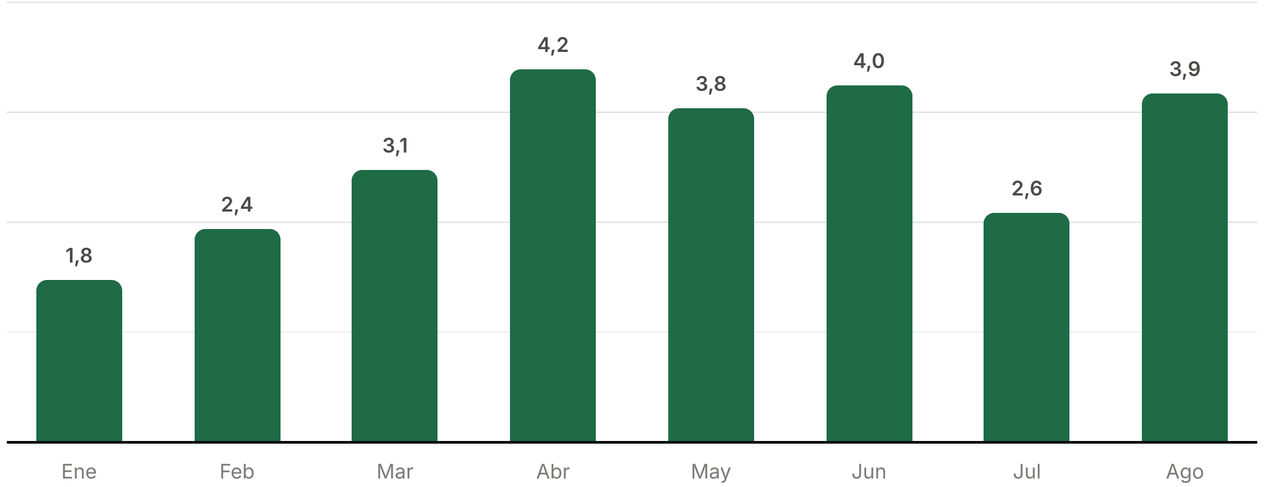
Cifras ficticias con fines de exposición

Evolución mensual

Ventas totales, mes a mes · en millones de pesos

VENTAS TOTALES
$ 25.840.000

SERVICIOS
84

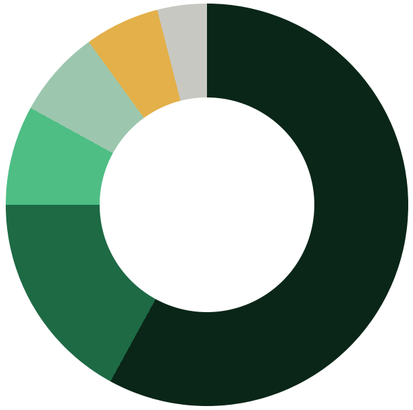


EL MIX Y EL MAPA

Qué se vende y dónde.

Por categoría

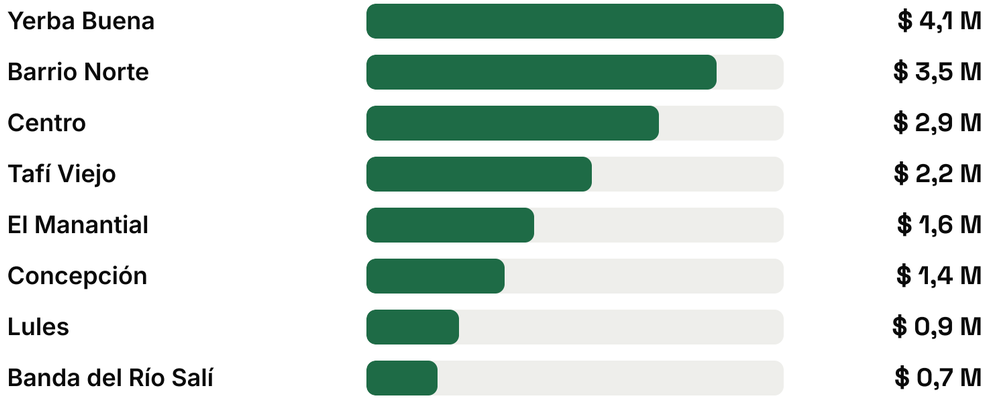
Participación y ticket promedio: limpiar una casa y un edificio no son comparables.



SERVICIO	PART.	SERV.	TICKET
Final de obra	58 %	29	$ 516.800
Tapizados	17 %	25	$ 175.700
Vidrios	8 %	12	$ 172.300
Limpieza integral	7 %	4	$ 452.000
Alfombras	6 %	11	$ 141.000
Pisos	4 %	3	$ 344.500

Por zona

Ranking de zonas por ventas acumuladas, para decidir dónde reforzar la cobertura.



Cifras y zonas ficticias con fines de exposición

ASÍ QUEDARÍA CON EL EXCEL ORDENADO

Un cambio chico en la carga, un salto en la información.

SIMULACIÓN · CATEGORÍAS

Hoy aparecen en la lista cosas que no son servicios, como «Sin clasificar» o «Saldo pendiente». Separadas, y con las más chicas agrupadas, el mix se lee claro.

HOY
10 en la lista

→

ORDENADO
6 categorías reales

Final de obra	$ 14.990.000	**Tapizados**	$ 4.390.000
Vidrios	$ 2.070.000	**Limpieza integral**	$ 1.810.000
Alfombras	$ 1.550.000	**Otros**	$ 1.030.000

SIMULACIÓN · ZONAS

Hoy el campo Zona mezcla barrios con countries, direcciones y comercios. Cargando solo la zona, de una lista fija, el mapa de ventas queda limpio.

ZONAS CONFIRMADAS
8 barrios

+

SIN ZONA CLARA
26 servicios

Yerba Buena	$ 4.120.000	**Barrio Norte**	$ 3.460.000
Centro	$ 2.880.000	**Tafí Viejo**	$ 2.210.000
Sin zona clara	$ 8.530.000	**Resto**	$ 4.640.000

Alcanza con elegir la categoría y la zona de una lista desplegable, en lugar de escribirlas a mano.

Cifras ficticias

LO QUE ENTRA Y LO QUE VIENE

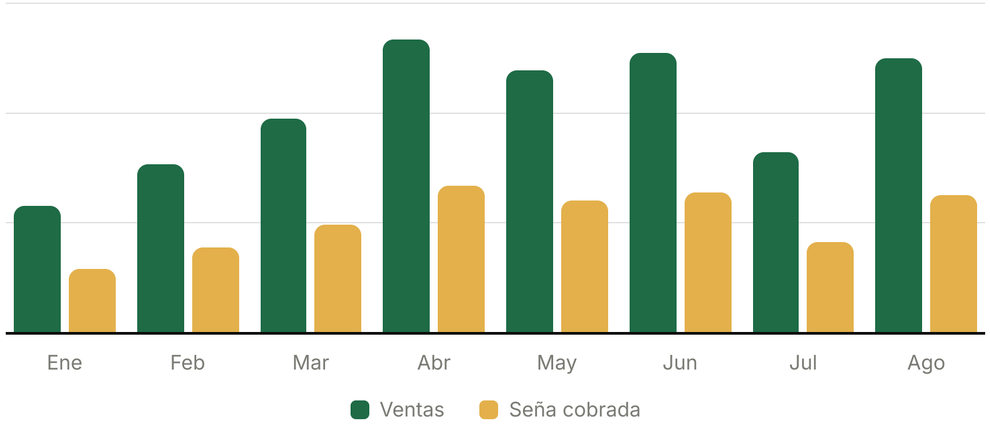
Cuánto entra por adelantado y dónde termina el año.

Cobros y adelantos

Qué parte de cada venta se cobra como seña al confirmar, mes a mes.

COBRADO COMO SEÑA

50 %



Proyección de cierre

8 meses reales ($ 25.840.000) y 4 por delante. Tres ritmos posibles, multiplicados por los meses que faltan.

BASE	TENDENCIA	OPTIMISTA
$ 38,8 M	$ 39,9 M	$ 42,1 M
Ritmo: $ 3,23 M por mes	Ritmo: $ 3,52 M por mes	Ritmo: $ 4,06 M por mes

1. **Partimos de los meses reales**
   Solo los meses ya cargados: lo único confirmado.
2. **Tres ritmos posibles**
   Promedio de todos los meses, de los últimos tres y de los tres mejores.
3. **Por los meses que faltan**
   Una proyección lineal, fácil de revisar.

Cifras ficticias con fines de exposición

DE DATOS A DECISIONES

Cada sección responde una pregunta del negocio.

DESEMPEÑO

¿Cómo venimos?

Ventas mes a mes, con el total y la cantidad de servicios siempre a la vista.

MIX

¿Qué vendemos?

Participación de cada servicio y su ticket promedio.

COBERTURA

¿Dónde vendemos?

Ranking de zonas, para decidir dónde reforzar.

CAJA

¿Cuánto entra antes?

El peso de las señas en cada venta, mes a mes.

PROYECCIÓN

¿Cómo cerramos el año?

Tres escenarios a partir del ritmo real de ventas.

TIEMPO

¿Cuánto se ahorra?

Lo que antes era abrir el Excel y sumar columnas, ahora es inmediato.

INFORMES MENSUALES

Todos los meses, un informe con sus números.

1. **Ventas del mes**
   Total vendido y cantidad de servicios, contra los meses anteriores.
2. **Mix por categoría**
   Qué servicios crecieron o cayeron y cómo se mueve el ticket.
3. **Zonas**
   Dónde se vendió más y qué zonas conviene reforzar.
4. **Cobros y señas**
   Cuánto se cobró por adelantado y qué saldos quedan pendientes.
5. **Proyección de cierre**
   Los tres escenarios de fin de año, recalculados con el mes nuevo.
6. **Alertas**
   Meses por debajo del ritmo, categorías que caen y datos a corregir.

> Mes a mes, con el mismo criterio: cada informe se compara con el anterior y muestra dónde conviene actuar primero.

QUÉ MÁS SE PODRÍA MEDIR

Unas pocas columnas más, indicadores nuevos.

INDICADOR	QUÉ RESPONDE	QUÉ HABRÍA QUE CARGAR
Origen de las ventas	¿De dónde vienen los clientes y qué canal vende más?	Canal: Instagram, web, WhatsApp, Google, recomendación
Presupuestos que se cierran	De cada 10 presupuestos, ¿cuántos se convierten en venta?	Una fila por presupuesto, con su estado
Clientes que vuelven	¿Qué parte de las ventas viene de clientes que ya contrataron?	Cliente escrito siempre igual, o un código
Tipo de cliente	¿Cuánto se vende a hogares, empresas, consorcios o constructoras?	Tipo de cliente, de una lista
Anticipación	¿Con cuántos días reservan? Ayuda a planificar las cuadrillas.	Fecha de contacto, además de la del servicio
Días de cobro	¿Cuánto tarda en entrar el saldo después del trabajo?	Fecha de cobro del saldo

CASO DE USO · VALMAT LIMPIEZA

¿Tu negocio necesita algo así?

Si tus ventas viven en un Excel y cada pregunta implica armar la cuenta a mano, lo charlamos sin compromiso.

RNS | Naranjo Sanna
CONTABLE Y GESTIÓN

Proyecto	**Panel de análisis de ventas**
Cliente	**Valmat Limpieza**
Diseño y desarrollo	**Rodrigo Naranjo Sanna**
WhatsApp	**381 200 3838**
Correo	**naranjosannarodrigo@gmail.com**

Escaneá el código para escribirme por WhatsApp.