



Alertas y oportunidades

[Descargar aquí pdf](#)

AI 31-07-25



A destacar

Evolución de las ventas totales

- Luego de una disminución de 2.2% de las ventas en \$ en Mayo, registraron **excelente crecimiento** de 13% en Junio y 28% en Julio para alcanzar \$150,400 en ese mes. En neto, el trimestre May-Jul registró crecimiento de 41% en \$
- En **unidades**, las ventas tuvieron crecimiento positivo en Mayo (6.4%), Junio (1%) y Julio (24%).
- El nro. de órdenes totales se incrementó de 144 en Abril a 194 en Julio

Ticket promedio

- El ticket promedio global se **incrementó** de \$739 en Abril a \$775 en Julio, a pesar de una disminución en Mayo

Margen Bruto

- El margen bruto global **se ha mantenido** entre 64% y 66% en el periodo Abril-Julio
- En el consolidado, los **productos con mayor margen bruto** son las Pillow (Hybrid 80% y Original 73%)
- En el consolidado, los **productos con menor margen bruto** a nivel global son Colchón Evolve 135X190 (56%) y Boxi Seat (60%)

Venezuela



Alertas

Evolución de Colombia y El Salvador

- El Salvador registra **crecimiento** en unidades y en valor aunque aún es un mercado muy pequeño. El **ticket promedio es muy bajo** en comparación con Colombia y Venezuela
- El **descuento** en El Salvador disminuyó de 22% en Mayo a 15% en Junio y Julio
- El **descuento** en Colombia aumentó de 24% en Abril a 28% en Julio

Concentración de las ventas

- Alta concentración de **ventas en Venezuela** (83% del valor en Julio), aunque disminuyó ligeramente comparado con Junio, gracias a mayor crecimiento de Colombia y El Salvador
- Las ventas en **Caracas** representaron 39% del total global en Julio
- Alta concentración de **ventas en \$ en la categoría Colchón**, la cual ha venido aumentando de 89% en Abril a 95% en Julio



Oportunidades

Impulsar recompra

- Impulsar **recompra en clientes existentes**, particularmente en Venezuela donde la base de clientes es numerosa, con mercadeo directo de complementos de menor ticket (pillows, seats, etc.) asociados a sus compras anteriores

Promover compra de varias unidades

- Promover **compra de complementos** en órdenes de Colombia y El Salvador a fin de incrementar el ticket promedio en esos mercados, a través de "combos" u otras estrategias de mercadeo específicamente diseñados para ese fin

Redoblar esfuerzos en diversificar

- Debido al riesgo implícito del mercado venezolano (cambio de reglas, caída brusca de poder adquisitivo, etc.) es conveniente incrementar **peso relativo de otros países**

- En Julio, Venezuela crece a **excelente tasa** (25% en \$), aunque el crecimiento es menor que en Colombia y El Salvador
- Continúa siendo el **mayor mercado**. Se registraron 519 órdenes en total en el trimestre May-Jul, de las cuales 387 pertenecen a Venezuela
- Venezuela tuvo el **mayor ticket promedio** en Julio: \$883. En El Salvador alcanzó \$404 y en Colombia \$600
- Venezuela arroja el **mayor margen bruto** según Julio (66,5%) comparado con Colombia (59%) y El Salvador (52%)
- **Fletes** representa entre 6 y 7% del valor de la venta en el último trimestre
- **Descuentos** representan entre 2 y 3% del valor de la venta en el último trimestre

Colombia

- En Colombia, el nro. de órdenes **aumentó** de 22 en Abril a 31 en Julio, mientras que el ticket promedio se **incrementó** de \$482 en Abril a \$600 en Julio
- Descuentos representan 25,12% en Junio

El Salvador

- El nro. de órdenes en El Salvador se **incrementó** de 11 en Abril a 16 en Julio, mientras que el ticket promedio **disminuyó** significativamente de Abril (\$566) a Julio (\$404)

tu servicio experto en
Inteligencia de Negocios
a un click

tudata.NOW



© 2025. All rights reserved.