

BOLETIN INFO-119
2019

NIXFARMA

**“Márgenes por
Familia”**

QWERTY

Diciembre 2019

Introducción.

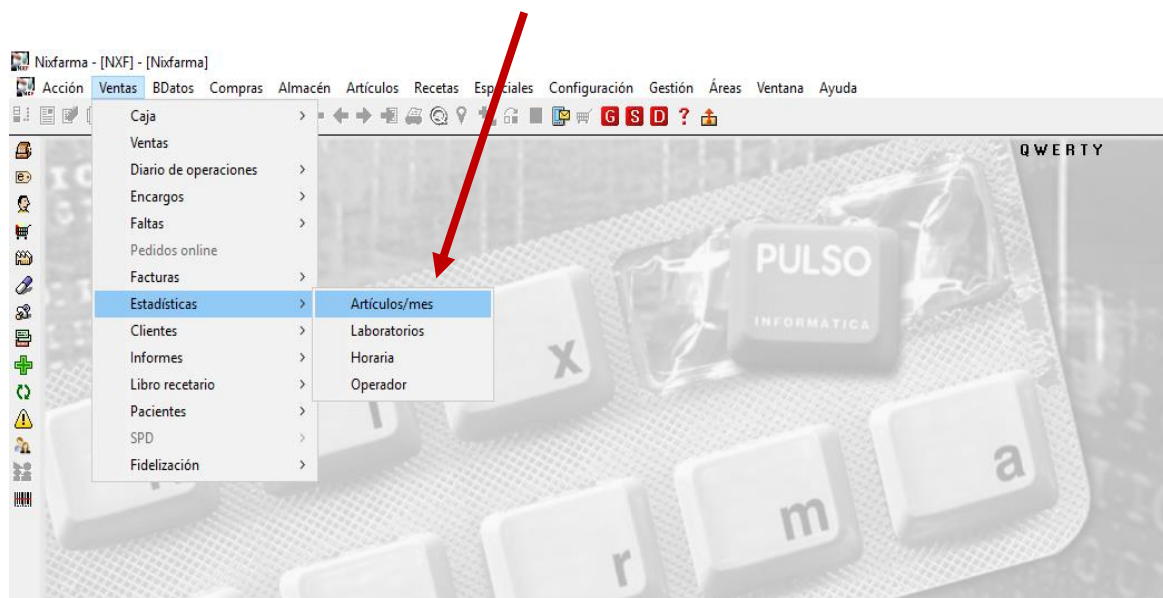
Este nuevo boletín lo enviamos muy cerca de terminar el año 2019, por ello queremos continuar analizando los procesos estadísticos que pueden ser útiles para el análisis de la evolución de la Oficina de Farmacia. El Objetivo que pretendemos en esta ocasión es que conozca y analice el margen obtenido según las ventas por familias del ejercicio actual, para que esta información le pueda servir para tomar las mejores decisiones.

De esta manera podremos saber, a parte del margen que nos deja, si estamos introduciendo bien los precios de compra en las recepciones.

Operatoria para sacar la estadística

Entramos en el selector de menú **Nixfarma**

Ventas > Estadísticas > Artículos/Mes



La selección que haremos será como en la imagen siguiente:

- **Selección** – Todos los artículos.
- **Ejercicio** – 2019.
- **Agrupado por** – Familia.

Criterios de selección

Título de la consulta:

Selección < Todos los artículos >

Artículos

Por ejercicio Por fecha

Ejercicio < 2019 >

Desde Hasta

Mes actual

Agrupado por

Familia

Precio a comparar

Precio Referencia actual

Precio M. autonómico actual

Precio Menor nacional actual

Precio Más bajo actual

Precio PVF

Precio PVFA

Sin comparar

Unidades <>0

Ventas a PVP

Agrupar cambios

Mostrar artículos

Solo pvp > precio

Solo pvp <= precio

Todos

Excluir Precios comparar cero

Presentación para informes

Mensual Trimestral

Detalle por

Unidades

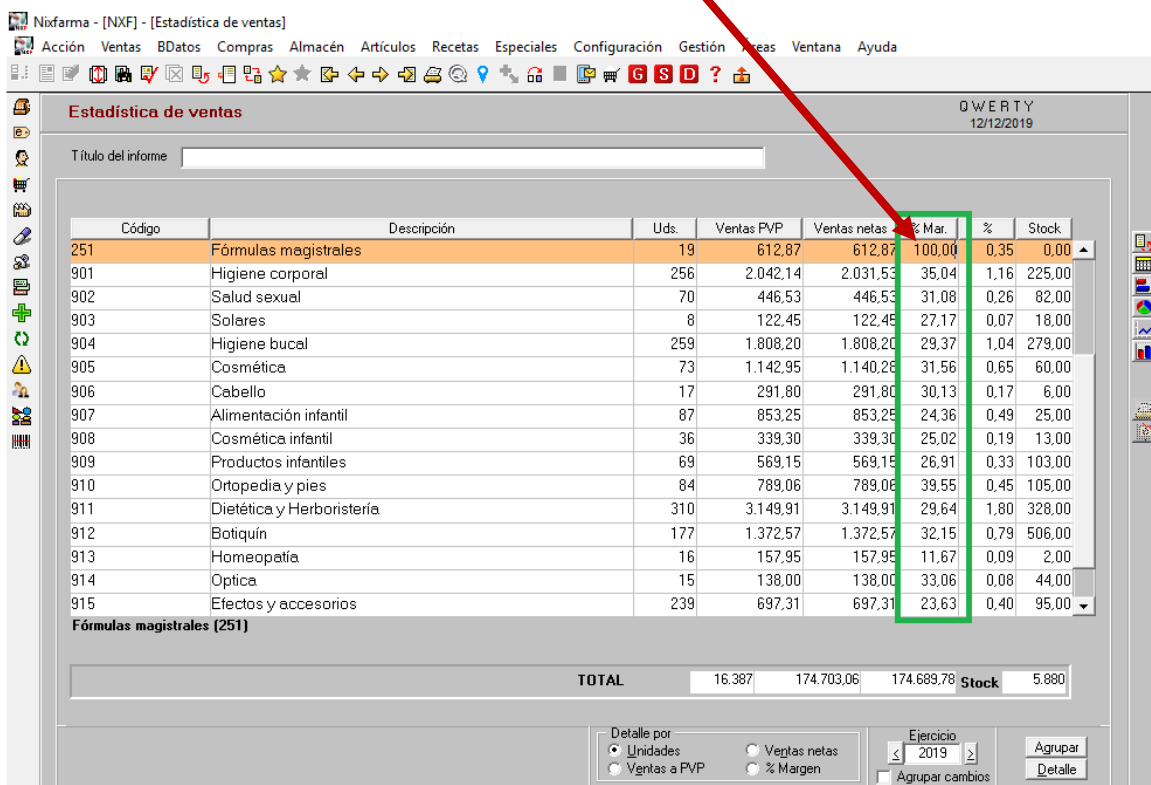
Ayuda Aceptar Cancelar

Una vez que pulsamos **Aceptar** nos saldrá el resultado de la consulta.

La información que nos ofrece es la siguiente:

- **Uds:** Unidades vendidas de esa familia.
- **Vta. PVP:** Importe de las unidades vendidas.
- **Vta. Netas:** Importe a PVP descontando los posibles descuentos realizados.
- **% Margen:** Se obtiene calculando la diferencia entre el precio de compra y el PVP.
- **%:** Representa el % de ventas respecto al resto de familias.
- **Stock:** Stock actual de todos los artículos de esa familia.

** NOTA: Si el margen que vemos es 100%, muy bajo, muy alto o incluso negativo, es porque el precio de compra de alguno de los artículos de esa familia no se ha puesto correctamente en la recepción del pedido, con lo que no se ha grabado bien en la ficha.



Nixfarma - [NXF] - [Estadística de ventas]

Acción Ventas BDatos Compras Almacén Artículos Recetas Especiales Configuración Gestión Áreas Ventana Ayuda

Estadística de ventas QWERTY 12/12/2019

Título del informe

Código	Descripción	Uds.	Ventas PVP	Ventas netas	% Mar.	%	Stock
251	Fórmulas magistrales	19	612,87	612,87	100,00	0,35	0,00
901	Higiene corporal	256	2.042,14	2.031,53	35,04	1,16	225,00
902	Salud sexual	70	446,53	446,53	31,08	0,26	82,00
903	Solares	8	122,45	122,45	27,17	0,07	18,00
904	Higiene bucal	259	1.808,20	1.808,20	29,37	1,04	279,00
905	Cosmética	73	1.142,95	1.140,28	31,56	0,65	60,00
906	Cabello	17	291,80	291,80	30,13	0,17	6,00
907	Alimentación infantil	87	853,25	853,25	24,36	0,49	25,00
908	Cosmética infantil	36	339,30	339,30	25,02	0,19	13,00
909	Productos infantiles	69	569,15	569,15	26,91	0,33	103,00
910	Ortopedia y pies	84	789,06	789,06	39,55	0,45	105,00
911	Dietética y Herboristería	310	3.149,91	3.149,91	29,64	1,80	328,00
912	Botiquín	177	1.372,57	1.372,57	32,15	0,79	506,00
913	Homeopatía	16	157,95	157,95	11,67	0,09	2,00
914	Óptica	15	138,00	138,00	33,06	0,08	44,00
915	Efectos y accesorios	239	697,31	697,31	23,63	0,40	95,00

Fórmulas magistrales (251)

TOTAL 16.387 174.703,06 174.689,78 Stock 5.880

Detalle por: Unidades Ventas netas Ventas a PVP % Margen

Ejercicio: 2019

Agrupar: Agrupar cambios

En caso de cualquier duda póngase en contacto con nosotros en el teléfono 96.362.90.62 y pida le pasen con el Departamento de Formación.



Gracias por confiar en nosotros


¡Gracias por confiar un año más en nosotros!
Nuestro compromiso para el nuevo año que entra
es seguir creciendo a tu lado.

*Todo el equipo
de Qwerty te desea*

UNA FELIZ
Navidad

Y UN PROSPERO AÑO

2020


QWERTY