


# Document 3: Example Insights Library (By Industry)

## Retail (Tiendas, Boutiques)

### Insight Type 1: Product Performance

HALLAZGO: Análisis de Margen por Categoría

Categoría	Ventas	Margen	Margen\$
Ropa Mujer	42%	18%	\$756k
Accesorios	15%	45%	\$675k 
Ropa Hombre	28%	22%	\$616k
Calzado	15%	15%	\$225k




INSIGHT: Los accesorios son solo 15% de ventas pero generan casi tanto margen como ropa de mujer.

ACCIÓN: Aumentar espacio de exhibición de accesorios en 20% y reducir inventario de calzado.

VALOR ESTIMADO: +\$200k mensuales con mismo espacio.

### Insight Type 2: Seasonal Patterns

HALLAZGO: Ventas por Día de Semana (Promedio 3 meses)

Lun: \$480k (±15%)	
Mar: \$420k (±12%)	
Mié: \$450k (±18%)	
Jue: \$890k (±8%)	
Vie: \$920k (±10%)	
Sáb: \$1.1M (±6%)	
Dom: \$380k (±25%)	

INSIGHT: Jueves-Sábado son 65% de ventas semanales. Martes y domingo tienen alta variabilidad.

ACCIÓN:

- Reducir staff lunes-miércoles
- Concentrar restock para jueves
- Probar promoción "martes de descuentos para clientes frecuentes"

## Restaurants/Cafés

### Insight Type 1: Menu Optimization

#### HALLAZGO: Rentabilidad por Ítem de Menú

Producto	Pedidos	Margen	Margen\$	
Café Especial	145	68%	\$98k	★
Sándwich Premium	89	35%	\$31k	
Almuerzo del Día	234	18%	\$42k	
Pastelería	67	55%	\$37k	★
Ensaladas	34	22%	\$7k	

INSIGHT: Cada café especial genera más ganancia que 2.3 almuerzos del día.

#### ACCIÓN:

- Entrenar staff para sugerir café especial con cada orden
- Reducir porciones del almuerzo del día (está muy ajustado)
- Aumentar promoción de pastelería como "pareja perfecta" del café

### Insight Type 2: Table Turnover

#### HALLAZGO: Tiempo Promedio por Mesa

Horario	Mesas	Minutos	Rotación/Día	
08:00-11:00	8	25min	2.4	★
11:00-14:00	12	68min	1.1	
14:00-17:00	5	45min	1.3	
17:00-20:00	9	52min	1.2	

INSIGHT: El horario de almuerzo (11-14) tiene tiempo de mesa 2.7x más alto que desayuno, pero solo 50% más de mesas.

#### ACCIÓN:

- Implementar "menú express" con compromiso de entrega en 20min
- Pre-preparar componentes del almuerzo para agilizar
- Sistema de pre-pedido via WhatsApp para oficinistas

VALOR ESTIMADO: +15 mesas/día = +\$350k mensuales

Services (Peluquerías, Talleres, etc.)

### Insight Type 1: Customer Lifetime Value

#### HALLAZGO: Segmentación de Clientes (últimos 6 meses)

Segmento	Clientes	Ticket	Visitas/Mes	Valor	
Leales (5+ visitas)	23	\$35k	2.1	\$1.6M	★

Regulares (2-4)	47	\$28k	1.2	\$1.6M	★
Ocasionales (1)	89	\$32k	0.17	\$480k	

INSIGHT: 23 clientes leales generan tanto como 47 regulares, y 3.3x más que 89 ocasionales.

#### ACCIÓN:

- Programa de fidelidad para clientes con 3+ visitas
- Llamada personal cuando cliente leal falta más de 45 días
- Incentivo "trae un amigo" para convertir ocasionales en regulares

RIESGO: Si pierdes 5 clientes leales = necesitas 35 nuevos ocasionales para compensar.

## Insight Type 2: Service Mix

### HALLAZGO: Servicios por Rentabilidad

Servicio	Cantidad	Duración	\$/Hora	Margen	
Corte hombre	145	25min	\$52k	65%	★
Corte mujer	89	35min	\$48k	58%	★
Tinte completo	23	90min	\$39k	35%	
Peinado evento	12	60min	\$44k	42%	

INSIGHT: Los cortes simples generan más valor por hora de silla que los servicios elaborados.

#### ACCIÓN:

- Aumentar precio de tinte completo o reducir tiempo
- Ofrecer "corte express" en horarios bajos con descuento
- Track si tintes traen clientes que después son recurrentes