

Informe de Conclusiones Analíticas

Resumen

Este documento sintetiza los hallazgos clave del análisis comercial realizado, destacando los riesgos estratégicos y oportunidades identificadas. Presenta evidencias cuantitativas y recomendaciones accionables para la mejora del desempeño comercial.

1 Resumen Ejecutivo

- El negocio generó **39.854.875,32 MXN** en ingresos durante 2023
- Se observa una **tendencia decreciente significativa** (82 % de caída)
- Alta concentración en el **Departamento 4** (93 % de ingresos)
- **Ticket medio bajo**: 19,34 MXN por pedido

2 Hallazgos Clave

2.1 Tendencia Decreciente de Ingresos

Cuadro 1: Evolución Mensual de Ingresos

Mes	Ingresos (MXN)
Enero 2023	6.673.099,74
Febrero 2023	4.945.202,53
Marzo 2023	4.725.676,75
Abril 2023	3.994.824,12
Mayo 2023	3.626.726,78
Junio 2023	3.125.001,00
Julio 2023	2.937.364,05
Agosto 2023	2.533.350,46
Septiembre 2023	2.343.858,92
Octubre 2023	2.127.269,84
Noviembre 2023	1.637.899,98
Diciembre 2023	1.184.601,15

Principales causas identificadas:

- Estacionalidad no gestionada adecuadamente
- Posible saturación del mercado objetivo
- Falta de promociones estratégicas en segundo semestre

2.2 Concentración de Ingresos

Cuadro 2: Distribución por Departamento

Departamento	Porcentaje de Ingresos
4	92,8 %
16	3,8 %
20	2,4 %
7	0,9 %

Riesgos asociados:

- Vulnerabilidad ante cambios en demanda del Departamento 4
- Desequilibrio en asignación de recursos
- Oportunidades perdidas en otros departamentos

2.3 Análisis de Productos

Cuadro 3: Top 5 Productos por Ingresos

#	Producto	Ingresos (MXN)	% Total
1	Bolsa de Bananas Orgánicas	4.842.937,05	12,2 %
2	Fresas Orgánicas	3.439.459,41	8,6 %
3	Banana	2.583.340,20	6,5 %
4	Frambuesas Orgánicas	2.032.919,25	5,1 %
5	Aguacate Hass Orgánico	1.977.873,03	5,0 %

Observaciones clave:

- Los 5 productos principales generan 37,4 % de los ingresos totales
- Todos son productos orgánicos (dependencia del segmento premium)
- Baja rotación de nuevos productos en top positions

2.4 Comportamiento de Clientes

Insights:

- Alta frecuencia de compra pero bajo valor por transacción
- Oportunidad para estrategias de upselling/cross-selling
- Base de clientes amplia pero poca diferenciación en hábitos de compra

Cuadro 4: Métricas de Clientes

Métrica	Valor
Compra media por cliente	219,09 MXN
Valor promedio por pedido	19,34 MXN
Total de pedidos	2.060.188
Clientes únicos	181.903
Pedidos por cliente (avg)	11,3

3 Recomendaciones Estratégicas

3.1 Incremento del Ticket Medio

Recomendación: Implementar estrategias para aumentar el valor promedio por transacción:

- Sistema de recomendaciones en punto de venta (físico y digital)
- Paquetes promocionales (bundles) de productos complementarios
- Programas de fidelización con beneficios escalables

3.2 Diversificación de la Oferta

Recomendación: Ampliar la variedad de productos:

- Desarrollo de productos no orgánicos con mejor margen
- Introducción estratégica de nuevas categorías
- Rotación controlada de productos estacionales

3.3 Gestión de la Tendencia Decreciente

Recomendación: Implementar medidas correctivas:

- Análisis de causas raíz (grupos focales, datos de competencia)
- Plan de marketing estacional con promociones tácticas
- Revisión de precios y estrategia de valor percibido

3.4 Optimización de Mix de Productos

Recomendación: Mejorar la rentabilidad del portafolio:

- Análisis ABC de contribución marginal por producto
- Rediseño de planogramas según rentabilidad
- Estrategias de merchandising para productos de alto margen

4 Plan de Acción

Cuadro 5: Hoja de Ruta Recomendada

Acción	Descripción	Plazo	Responsable
Análisis de canibalización	Evaluar impacto de productos orgánicos en resto del portafolio	Corto	Análisis Comercial
Programa pilotos upselling	Implementar en 5 tiendas de prueba	Medio	Marketing/Mercadeo
Rediseño planogramas	Optimizar ubicación por margen y rotación	Medio	Trade Marketing
Nuevo mix productos	Introducir 3 nuevas líneas no orgánicas	Largo	Desarrollo Producto