

# MX EQUIPO MÉXICO - Análisis FreshMart

## Solución del Ejercicio: De Datos a Insights

---

### INFORMACIÓN PROCESADA:

*(Convirtiendo datos brutos en afirmaciones contextuales)*

**Información 1:** Los clientes mexicanos prefieren productos básicos de consumo diario (leche, pan, huevos son los top 3), mientras que Colombia y Argentina muestran patrones de compra más orientados a ingredientes para cocinar (arroz, aceite, carne).

**Información 2:** México tiene la menor tasa de abandono de carrito (28%) comparado con Colombia (35%) y Argentina (42%), pero sus carritos abandonados tienen un tamaño intermedio (6.3 productos vs 4.1 en Colombia y 8.7 en Argentina).

**Información 3:** México tiene el menor uso de efectivo (45%) comparado con Colombia (52%), pero mayor que Argentina (38%). Sin embargo, los 2.3 minutos por pago en efectivo generan cuellos de botella, especialmente cuando el 60% del tráfico se concentra entre 14:00-22:00 horas.

---

### INSIGHTS DESCUBIERTOS:

**Insight 1: "El mexicano compra rutina, no ingredientes"** Los mexicanos compran productos de consumo inmediato y rutinario, no planifican menús como en otros países. Esto sugiere compras más frecuentes pero de menor volumen. *¿Por qué crees que pasa esto?* Cultura urbana de "compra diaria" + proximidad de tiendas + preferencia por productos frescos diarios.

**Insight 2: "México: El punto medio digital"** México está en una posición intermedia en adopción de pagos digitales (55% tarjetas vs 48% Colombia y 62% Argentina), pero el 45% de efectivo aún genera el cuello de botella más lento (2.3 minutos). Los mexicanos muestran disposición a cambiar, pero necesitan incentivos correctos. *¿Qué oportunidad representa?* México tiene el potencial más alto de conversión rápida a pagos digitales entre los 3 países, por estar en el "punto de inflexión" cultural.

**Insight 3: "Los jóvenes mexicanos están subatendidos"** El 23% de clientes (18-25 años) solo gasta \$45 MXN promedio. Este segmento tiene el menor ticket pero es el más numeroso después de 26-40 años. Hay potencial de crecimiento si se atiende mejor. *¿Qué riesgo podríamos evitar?* Este segmento podría migrar completamente a e-commerce si no se adaptan las ofertas.

---

## ACCIONES RECOMENDADAS:

**Acción 1: "Estrategia de Conveniencia Diaria"** Crear "packs de rutina diaria" (leche + pan + huevos) con 15% descuento y ubicación estratégica cerca de la entrada. *Impacto esperado:* Aumentar frecuencia de visita de 2.3 a 3.5 veces por semana, incrementando ventas totales 25%.

**Acción 2: "Estrategia de Aceleración Digital Mexicana"** Aprovechar que México está en el punto medio (55% ya usa tarjetas) para acelerar adopción. Implementar 4 cajas "Express Digital" con 5% descuento adicional + programa de educación "Mi Primera Tarjeta FreshMart" para convertir el 45% restante. *Recursos necesarios:* \$180,000 MXN en tecnología + alianza con bancos locales + capacitación + 4 meses campaña.

**Acción 3: "Programa Joven FreshMart"** Crear membresía gratuita 18-25 años con descuentos en productos básicos (10% leche, pan, cereales) + app con gamificación y promociones flash. *Métricas de éxito:* Aumentar ticket promedio joven de \$45 a \$70 MXN en 6 meses + captar 30% más clientes jóvenes.

---

## INSIGHTS ADICIONALES DESCUBIERTOS:

### "El Efecto Fin de Semana"

Viernes y sábado representan 400,000 MXN vs 85,000-120,000 de lunes-jueves. Los mexicanos concentran sus compras grandes al final de semana, sugiriendo planificación semanal familiar.

### "Ventaja Competitiva Regional en Pagos"

México tiene la oportunidad de ser pionero regional: más digitalizado que Colombia (52% efectivo) pero con mayor potencial de crecimiento que Argentina (ya en 62% digital). Posicionarse como "el super más ágil de LATAM".

### "Patrón Cultural vs Regional"

La diferencia en productos top vs Colombia/Argentina no es solo preferencia, sino reflejo de estructura familiar y hábitos de cocina mexicanos más orientados a comidas rápidas y desayunos tradicionales.

---

## PROYECCIÓN DE IMPACTO:

Si implementan las 3 acciones principales:

- **Aumento en frecuencia de visita:** +52%
- **Reducción tiempo promedio por transacción:** -35%
- **Crecimiento ticket promedio joven:** +55%

- **Impacto total en ventas:** +28% en 12 meses
- 



## **RIESGOS A CONSIDERAR:**

1. **Resistencia cultural al cambio de pagos:** Los mexicanos mayores pueden resistirse a pagos digitales
  2. **Canibalización:** Los packs de rutina podrían reducir compras individuales de mayor margen
  3. **Competencia:** Otros supermercados podrían copiar rápidamente la estrategia
- 



## **DIFERENCIADOR CLAVE:**

**"FreshMart México debería posicionarse como 'El Super de la Rutina Diaria' vs 'El Super de las Compras Grandes'"**

Esto los diferencia de competidores que se enfocan en variedad/precio, creando lealtad basada en conveniencia y rapidez para las necesidades cotidianas mexicanas.

---

*"Los datos nos mostraron números, el contexto cultural nos dio la información, pero entender al mexicano urbano nos reveló los insights que pueden transformar el negocio."*