**ANÁLISIS DE TENDENCIA DEL NEGOCIO**

**1. Visión General de Ventas Totales**

* El negocio ha generado **$39,854,875.32** en ingresos totales.
* Esto demuestra que hay un buen flujo de ventas, pero hay que ver cómo se comporta en el tiempo para entender si está creciendo o bajando.

**2. Tendencia de Ventas en el Tiempo**

* Se ve una tendencia clara de caída en los ingresos a lo largo del año.
* En enero se vendió **$6,673,099.74**, pero en diciembre bajó a **$1,184,601.15**.
* Esta caída se debe a: ¿Menos clientes? ¿Menos frecuencia de compra? ¿Precios más bajos?
* En los meses donde se presenta una caída de las ventas, se podría implementar unas estrategias como promociones o productos nuevos.

**3. Rendimiento por Departamento**

* El Departamento 4 es el que más vende, con **$37M** en ventas, lo que indica que es el área más fuerte del negocio.
* Hay departamentos con ventas muy bajas, como el Departamento 7, que apenas genera **$376K**.
* ¿Vale la pena mantener los que venden poco o necesitan otra estrategia?

**4. Distribución de Ventas por Sección**

* La Sección 24 es la más fuerte, con **$20M** en ventas, y junto con la Sección 123 ($8.6M), representan la mayor parte del negocio.
* Hay secciones que venden muy poco, como la Sección 16, con apenas **$251K**.
* ¿Qué hace que las secciones fuertes vendan tanto? ¿Se debe replicar esto en las más débiles?

**5. Productos más vendidos en cantidad**

* **Bananas, fresas y espinacas** son los productos más vendidos en cantidad.
* La tendencia muestra una preferencia por **productos orgánicos.**
* Los clientes buscan **frescura y calidad**, así que el enfoque en **productos saludables** es una ventaja competitiva.

**6. Productos que generan más ingresos**

* **Bolsa de Bananas Orgánicas** es el producto con más ingresos **($4.8M),** seguido de **Fresas Orgánicas ($3.4M).**
* No siempre lo más vendido es lo que más dinero deja, lo que indica que el precio influye mucho en la rentabilidad.
* ¿Si un producto vende mucho, pero deja poco dinero, se deben de ajustar los precios o costos?
* ¿Se deben promocionar los productos más rentables en temporadas bajas?

**7. Clientes que más compran**

* El cliente que más ha comprado solo ha gastado **$4,784.44.**
* No hay un cliente que realmente sea dominante, lo que indica que el negocio se basa en muchos clientes con **compras pequeñas.**
* ¿Se genera una oportunidad de fidelización?

**8. Compra media por cliente**

* Promedio de compra por cliente: **$219.10.**
* Esto significa que cada cliente, en promedio, ha gastado esta cantidad durante el año.
* ¿Se debería incentivar que los clientes compren más seguido o en mayor cantidad?
* ¿Se deben aplicar descuentos por volumen o membresías para aumentar su gasto?

**9. Número total de pedidos**

* **2,060,188** pedidos en total.
* Esto muestra que el negocio tiene un alto volumen de transacciones, aunque **cada pedido no es muy alto en valor.**
* ¿Se deben optimizar costos logísticos, debido a la cantidad de transacciones pequeñas?

**10. Valor promedio por pedido**

* Cada pedido vale en promedio **$19.35.**
* Esto confirma que los clientes **hacen compras pequeñas y posiblemente recurrentes.**
* ¿Se podrían ofrecer promociones como "compra 3 y lleva 1 gratis" para aumentar el valor del ticket de compra?
* ¿Al implementar estrategias de 31venta cruzada (productos complementarios en la misma compra), haría que aumentara el valor de la compra?