

MARKING AGENCIA 360

**EJ. Diagnostico situacional
San's Motos (C)**



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

Contenido

Introducción	3
Objetivo	3
Segmento de mercado	3
Análisis FODA.....	4
Análisis externo	5
Análisis interno	8
Análisis de servicio (Mystery Shopper)	11
Análisis de la competencia (Benchmarking).....	16
Análisis financiero	17
Conclusión	17





Introducción

El análisis situacional es una herramienta que ayuda a la empresa a saber cuál es la situación actual, con que cuenta y con que se puede reforzar ciertos puntos clave para un mejor rendimiento y aumentar la productividad, ventas y posicionamiento en el mercado.

Objetivo

El objetivo del análisis es ser una guía para MARKING, obteniendo información delicada pero necesaria para saber que estrategias implementar y los costos sean menores para el empresario.

Segmento de mercado

En esta investigación realizamos una segmentación de mercado acerca de nuestra empresa con el objetivo de conocer el perfil de nuestros clientes e identificar las necesidades de estos; así como optimizar los recursos empresariales de los departamentos de marketing, logística y toma de decisiones para la asertiva toma de decisión de implementar un nuevo servicio de chequeo de motos en San's Motos, obteniendo los siguientes resultados:

 Geográfico: Región: centro

Tamaño de la ciudad: menos de 500000 habitantes Densidad: Semi urbano

Clima: N/A

 Demográfico: Edad: 20 A 35 años Género: hombre o mujer Tamaño de la familia:

N/A Ciclo de vida familiar: N/A Escolaridad: N/A

 Psicográfico: Clase social: media

Estilo de vida: exitosa y esforzada Personalidad: extrovertida

 Conductual: Beneficios: calidad Frecuencia de uso: ocasional Nivel de lealtad: medio y alta Actitud: positivo



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. El personal está capacitado para la atención y aclaración de dudas del cliente. 2. Los integrantes que conforman el negocio son familiares, lo que hace que tengan una comunicación más eficaz. 3. Estamos ubicados en el boulevard principal y muy transitado de San Martin Texmelucan que facilita la vista y rápida identificación del negocio. 4. Facil financiamiento que permite el aumento de productos y accesorios para el negocio 5. El personal es joven y tiene una habilidad para el control y adaptación de las nuevas tecnologías de la información. 6. La relación con los vecinos es muy amena lo que facilita la buena comunicación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de mobiliario para que todos los productos estén a la vista del cliente. 2. Falta de infraestructura para el correcto y eficiente almacenamiento de los productos y accesorios. 3. Falta de un sistema tecnológico de entradas y salidas para el control del capital. 4. Falta de habilidad para la distribución correcta de productos financieros. 5. Falta de herramientas contables para la administración de recursos financieros.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. En San Martin Texmelucan la clase socioeconómica destacada es la C y C+ las cuales son las que compran motos La región de San Martin Texmelucan tiene un alto prestigio gracia a la refinería llamada PETROQUIMICA S.A de C.V. 2. Nuevas tecnologías de comunicación y redes sociales. 3. El 75% de la población total de San Martín Texmelucan es económicamente activa. 4. San Martin Texmelucan colinda con la ciudad de México lo que facilita e acceso a mejores y nuevos proveedores. 5. En San Martin Texmelucan existe una gran variedad de financieras lo que facilita prestamos con tasas de iteres muy bajo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. En la zona donde se encuentra establecido el negocio las rentas son muy elevadas. 2. La competencia tiene mejor y más infraestructura, así como mobiliario, lo que la hace más atractivo los productos y acceso. 3. Durante las festividades del municipio de San Martin Texmelucan queda obstaculizados el acceso a la avenida donde se encuentra ubicado el negocio. 4. En el boulevard Xicoténcatl el uso y estacionamiento de los vehículos obstruye la vista a San´s motos.





Análisis externo

Actualmente San's Motos cuenta con 5 trabajadores quienes para poder desempeñar sus funciones correctamente previamente son capacitados acerca del conocimiento de cada uno de los productos y accesorios que se comercializan y su manera de uso, todo con la finalidad de que les puedan ofrecer a los clientes el mejor servicio y que estos a su vez se sientan en confianza y en un ambiente de honestidad y respeto al momento de la compra o simplemente en la visita al establecimiento lo que da como resultados una motivación para que los impulse a volver y ellos mismos poco a poco vayan recomendando el establecimiento.

La refaccionaria atiende las necesidades de los clientes brindándoles un servicio de calidad, confianza y seguridad en cada uno de los productos y accesorios de moto y motoneta.

La rigen valores como el respeto, responsabilidad, honestidad y empatía que forman un ambiente agradable de trabajo y al mismo tiempo transmitimos confianza y seguridad a todos los clientes.

Mediante el análisis PESTEL el cual es una herramienta de estrategia empresarial referente a los factores externos donde se diagnostica lo que no posee San's Motos como microempresa o no puede controlar.

Fue posible obtener los siguientes resultados dentro del factor político en cual existen políticas de calidad que rigen a las diversas microempresas dedicadas al mismo giro comercial y donde cada gobierno trae una distinta forma de trabajo a la cual se deben ajustar y adaptar los diversos dueños de los micronegocios ahí establecidos por otro lado se evalúa y lleva a cabo el buen gasto de gobierno para consolidar una sociedad próspera y sustentable en beneficio de las presentes generaciones y futuras.

Al mismo tiempo se analizó el factor económico encontrando que:

En San Martín Texmelucan la clase socioeconómica destacada es la C y C+ las cuales son las que compran más productos y accesorios para motos y motonetas. El 75% de la población total se encuentra económicamente activa. Así como también existe una gran variedad de financieras lo que facilita préstamos con tasas de interés muy bajas para que todos estén al alcance de ellas.






Debido a que San Martín está rodeado de parques industriales las rentas son muy elevadas y la vida es cara en cuestión económica.

Es importante mencionar que San Martín Texmelucan tiene el 3.5% de participación de unidades económicas en el año 2016, según la estadística del



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

INEGI donde las personas ocupadas en la región tienen la siguiente participación de forma estadística:

-  Sector privado y paraestatal, 2.9% de la población
-  Manufacturas, 2.8%
-  Comercio, 3.4%
-  Servicios 6.6%
-  Resto, 2%

La población texmeluquense económicamente activa es de 57068 habitantes, de estos 37558 son hombres y 19510 son mujeres.

De acuerdo con el INEGI se registró que el ingreso de empresas establecidas en la región fue de 11,368,012.

Así mismo también se analizó el factor tecnológico donde arrojó los siguientes resultados:

Con el paso del tiempo existen nuevas tecnologías de comunicación y redes sociales que mantiene a la sociedad en constante innovación y actualización de información. Pero la parte negativa es que la maquinaria especializada para el cambio de refacciones de moto y motonetas es antigua.

En el factor social se deriva lo siguiente:

La región de San Martín Texmelucan para la gente es de fácil identificación gracias a la refinería llamada PETROQUIMICA S.A de C.V.

Una gran ventaja que posee San Martín Texmelucan es la de colindar con la ciudad de México y Puebla lo que facilita el acceso a mejores y nuevos proveedores.

Dentro de esta región existen refaccionarias que poseen infraestructura y mobiliario adecuado para el acomodo y fácil distribución de los productos y accesorios para moto y motoneta.

Durante las festividades de la ciudad de San Martín Texmelucan queda obstaculizado el acceso al boulevard donde se encuentra ubicado el micronegocio San's Motos y el estacionamiento de los vehículos obstruye la visibilidad de los negocios que ahí se encuentran.

Existen 12 templos edificados de diferentes cultos y considerados monumentos históricos, la fiesta patronal se festeja el 11 de noviembre donde se celebra a San Martín, obispo de Tours lo que arroja como resultados gran cantidad de personas externas a la ciudad, imposibilidad de tránsito libre y rápido por las calles y grandes derramas económicas a los micronegocios de esta. Otra particularidad de San Martín Texmelucan es la de poseer una fácil



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

identificación debido a la fabricación de ollas y cazuelas de barro. Así como, es el punto de intersección entre los estados de Puebla, Tlaxcala y la ciudad de México.

En el factor jurídico se encontró como resultados:

Todos los negocios establecidos en la región de San Martin Texmelucan tienen que registrarse y cumplir estrictamente con las diversas leyes como son uso de suelo, ley de sanidad, ley federal del trabajo, ley de seguridad y protección entre otras, todo con el fin de que exista un correcto orden y siempre con la finalidad de satisfacer en lo mayor posible a los clientes.

Algo muy importante de mencionar es que todos los micronegocios cuentan con todos los servicios públicos, así como con alumbramiento público.

En San Martin Texmelucan es obligatorio que todos los negocios establecidos estén al corriente acerca de los pagos de impuestos tales como IVA (Impuesto al Valor Agregado), ISR (Impuesto Sobre la Renta) e IEPS (Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios), claro dependiendo del giro comercial al que estén dirigidos.

Finalmente fue evaluado el factor ambiental en el cual se descubrió que San Martín Texmelucan presenta un clima templado subhúmedo, de humedad media, con 52% y templado subhúmedo con lluvias de 48% en verano.





Análisis interno

Por otro lado, por medio del modelo de las 7^ˆS de Mckency donde se señalan los siete factores básicos internos básicos del micronegocio. En otras palabras, que es lo que si poseemos y podemos controlar todo con el fin de mejorar día a día.

STRATEGY (Estrategia)

San's Motos se dedica a la comercialización de productos y accesorios para moto y motoneta por lo que desea ampliar sus ventas a través de anuncios publicitarios en las redes sociales, cartulinas en lugares céntricos y maniquí de exhibición.

Además de repartir tarjetas de presentación también lanza ofertas y descuentos con el objetivo de atraer a más clientes, mediante la correcta aplicación del mix marketing en los productos y accesorios que tienen la facilidad de ser comercializados ya que se ofrece al cliente, seguridad, calidad de los productos y accesorios, garantías y precios justos al igual que del servicio para que las ventas sean concluidas. Así mismo San's Motos anhela aumentar su cartera de clientes por lo que se lanzan constantemente distintas promociones al mercado en productos y accesorios generando atracción y publicidad hacia el público en general. Cabe mencionar que San's Motos cuenta con una página web la cual se mantiene en constante actualización referente a las ofertas e innovaciones ofrecidas en los productos y accesorios. Este establecimiento cuenta con distintas formas para adquirir un producto una de ellas es que con solo dejar el 30% de acuerdo con el precio de un producto o accesorio se puede dejar apartado, cabe destacar que esta tiene una durabilidad de 1 semana por lo que es conveniente liquidar el producto durante esa misma semana o lo mayor posible. Todos los productos y accesorios que ingresan y egresan tienen un registro dentro de la empresa por lo que es casi imposible que se pierda algún artículo

STRUCTURE (Estructura)

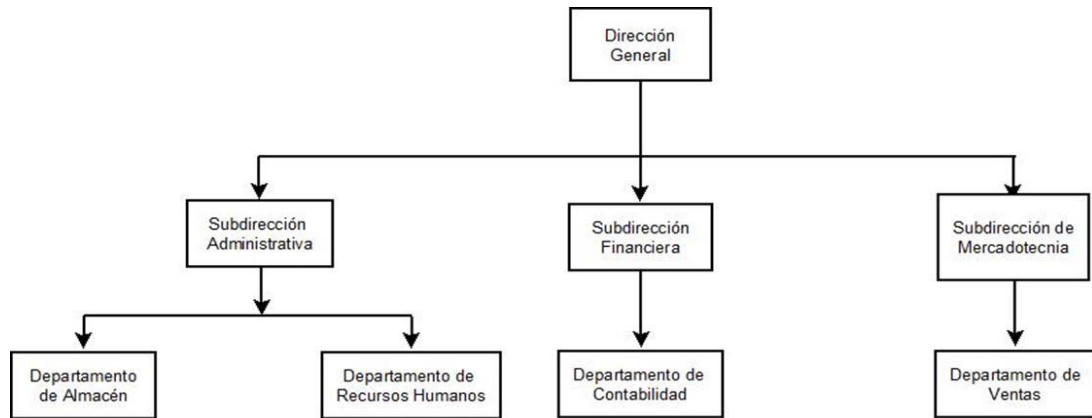
San's Motos cuenta con un organigrama el cual se muestra a continuación:

Cada empleado que se desarrolla en cada uno de los puestos es previamente capacitado y de cumplir con un perfil del puesto que se encuentra registrado en los documentos conocidos como cédulas de puesto.



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

La directora cuenta con conocimientos en proyectos significativos con la apertura de sucursales de la misma rama de comercialización de productos y accesorios ya que mensualmente se realizan inventarios.



SYSTEMS (Sistemas)

El negocio cuenta con un sistema de cómputo para poder tener mayor control sobre la administración de sus productos, sin embargo, su computadora no cuenta con un programa específico, que haga más eficaz dicha administración ya que esta no está actualizada y está deteriorada. Todos los recursos financieros son enfocados al abastecimiento de la refaccionaria y los niveles actuales en cuanto a las utilidades es del 30% como se puede observar existen pérdidas monetarias dentro del micronegocio debido a productos y accesorios extraviados. Es por ello por lo que se tiene un registro escrito de los productos y accesorios que entran y salen de la refaccionaria de acuerdo con esto se realizan los pedidos a los proveedores. También se tiene una base de datos de los clientes reales y potenciales al igual que de todos los proveedores para realizar los pedidos o mantense constantemente actualizados. Es posible medir la satisfacción de los clientes, esto se nota cuando los clientes regresan a la refaccionaria y a su vez la recomiendan con sus familiares y amigos.

El financiamiento obtenido es enfocado a la venta de los accesorios y a la compra de un local propio.

STYLE (Estilo)

Todos los integrantes que conforman esta organización influyen dentro de la toma de decisiones respecto a la refaccionaria.

San's Motos tiene como punto de personalidad el tratar a sus clientes como si fueran de la familia generando en ellos un ambiente confianza y tranquilidad.



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

STAFF (Personal)

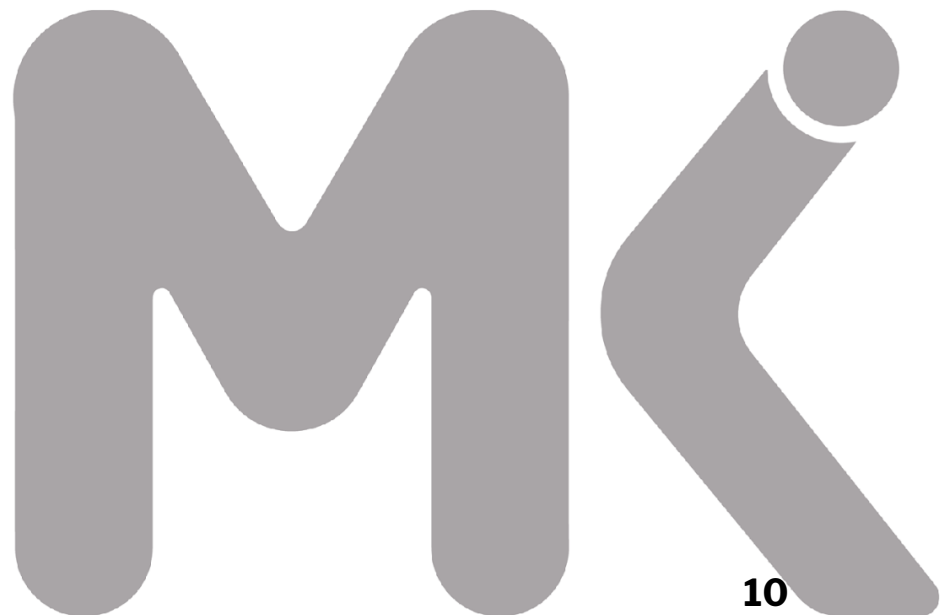
Día con día la señora Sandra Guadalupe pone a prueba los conocimientos y la eficiencia del personal con el cliente. Todo el personal que colabora en la refaccionaria tiene un rango de edad de entre 15 y 19 años, lo que hace que se les facilite el aprender o adaptarse a las nuevas tecnologías, además de que la señora afirma que son jóvenes responsables y que cumplen con eficiencia cada una de las tareas que les corresponde ya que la mayor parte de su vida han ido creciendo en un ambiente laboral así mismo todos ellos tienen una actitud positiva.

SKILLS (Habilidades)

Dentro de las habilidades se encuentra que la directora tiene una buena administración dentro de San's Motos lo que hace que exista una correcta distribución y pedidos a los proveedores ya que cuenta con un amplio conocimiento de los productos y accesorios de los cuales conoce el mercado al que van dirigidos los productos comercializados. Cuenta con las habilidades de adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos para ponerlos en práctica en la refaccionaria además de que mantiene una facilidad de palabra y convencimiento. Por lo que San's Motos tiene la capacidad de distribuir sus recursos financieros ya que el crecimiento de la organización lo avala.

SHARED VALUES (Valores compartidos)

En cuanto a los valores compartidos los colaboradores siempre atienden a los clientes de manera respetuosa y agradable lo cual genera confianza de los clientes debido a que se genera una comunicación y gran honestidad al realizar sus compras. Cabe mencionar que quien influye a gran medida en la comunicación entre el personal es la directora ya que ella es una persona respetuosa, responsable, trabajadora, perseverante, justa con sus empleados, clientes y proveedores para que exista un ambiente de armonía es ella quien pone el ejemplo a seguir es por lo que su trabajo se ve reflejado en sus colaboradores ya que mantienen una buena relación con sus clientes y al micronegocio se reinvierte en cantidades monetarias y ampliación de la cartera de clientes.





Análisis de servicio (Mystery Shopper)

En esta investigación realizamos una segmentación de mercado acerca de nuestra empresa con el objetivo de conocer el perfil de nuestros clientes e identificar las necesidades de estos; el perfil del consumidor son personas de ambos sexos que tengan una edad de 20 a 35 años y que habiten en la región de San Martín Texmelucan Pue o sus alrededores, así como que posean una moto o motoneta.

Perfil de los shopper

Se reclutaron a diversas personas con el objetivo de realizar una técnica de investigación llamada Mystery Shopper al micronegocio San's Motos para ello se solicitaron las siguientes características las cuales son:

1. Deben tener de 18 a 30 años de edad
2. Empatía: esta persona debe saber ponerse en el lugar del cliente.

Cuáles son sus necesidades, sus miedos, sus inseguridades, sus complejos y no creer que tiene que pensar igual que tú.

3. Respeto: cada persona es única y la principal característica de un personal shopper o asesor de imagen es respetarlo por lo tanto tiene que saber escuchar.

4. Cordial: debe saber relacionarse con personas de distintos ambientes culturales y sociales dado que de ahí dependerá que lo vuelvan a tomar en cuenta.

5. Buena imagen dado que de eso dependerá el grado de confianza que le brindaran.

6. No se puede estar dudando de lo que se quiera adquirir.

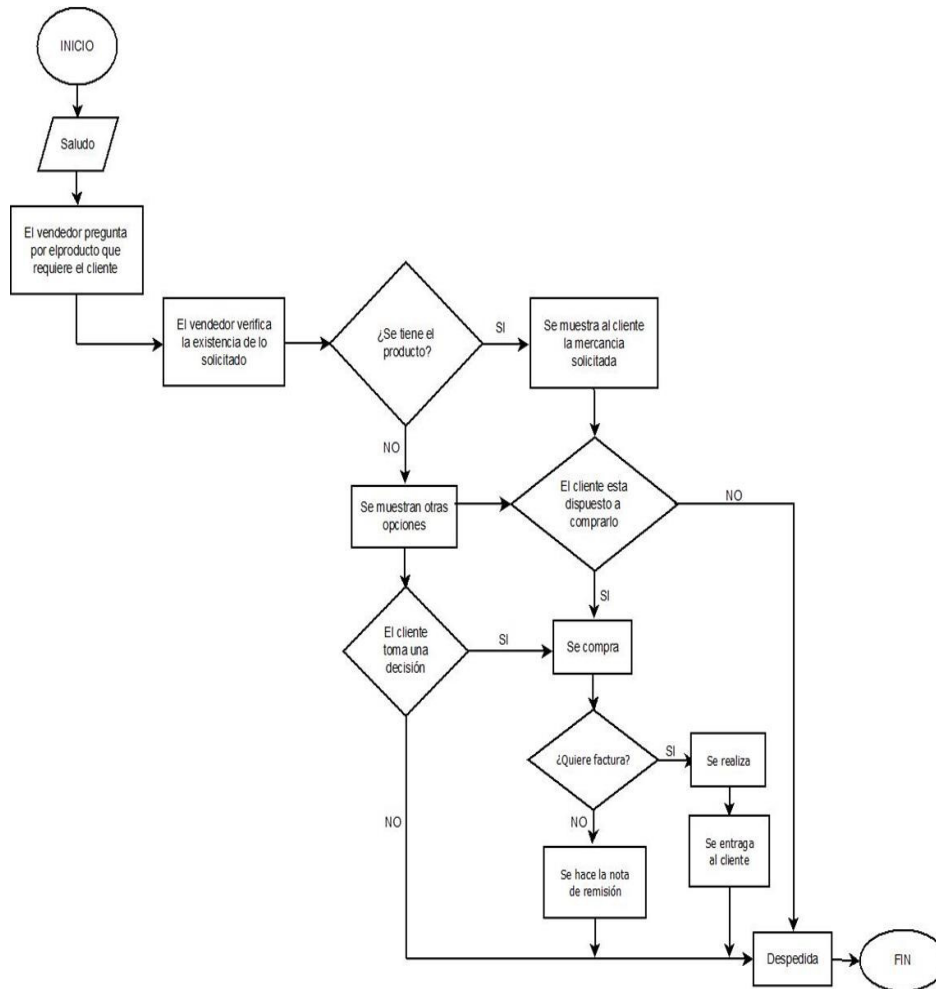
7. Habilidad para poder improvisar ante cualquier circunstancia por si surge algún inconveniente.

8. La sinceridad es un punto fundamental en este proceso ya que no puedes mentir al cliente y decirle que algo le sienta bien cuando no es cierto.





Diagrama del proceso de ventas



Instrumento de recolección de datos

Este instrumento fue diseñado con la finalidad de evaluar la calidad del servicio e imagen brindado por los trabajadores y el establecimiento de San's Motos.

El cual contiene 12 preguntas respecto al apartado de imagen, cada pregunta tiene un valor asignado del 5%, todas ellas son preguntas cerradas.

Por otro lado, contiene el apartado de la evaluación del servicio el cual contiene 10 preguntas y es evaluado conforme a la escala del liker.





Nombre del negocio: _____

Fecha de la visita: _____

Día de la semana: _____

El shopper solicitará un kit de ajuste para motor italika y orientación de como colocarlo para moto

IMAGEN

- ¿El establecimiento tiene una imagen presentable hacia el público?
- ¿El establecimiento está limpio?
- ¿La mercancía del establecimiento está en orden?
- ¿Hay alguna promoción u oferta en él?
- ¿Qué promoción u oferta hay?
- ¿Cuál es la fecha de vencimiento?
- ¿El establecimiento tiene una buena apariencia?
- ¿El logotipo de la empresa es visible al público?
- ¿Los inmuebles del establecimiento están ordenados y permiten el paso?
- ¿El empleado porta uniforme con el logotipo del negocio?
- ¿El empleado porta un gafete con su nombre?
- ¿El empleado tiene una imagen presentable al cliente?

SI	NO	
		5
		5
		5
		5

					5
					5
					5
					5
					5
					5

50

SERVICIO

Evaluar en escala de Liker del 0 al 4, tomando al 1 como insatisfecho y al 4 como completamente satisfecho en el servicio.

- ¿El empleado le recibió con respeto entre los primeros 50 seg??
- ¿El empleado lo hizo sentir cómodo dentro del establecimiento?
- ¿Cómo fue la fluidez del habla del trabajador en el proceso de venta?
- ¿El vendedor tiene conocimiento sobre los productos?
- ¿El empleado tiene los conocimientos previos de instalación de dichas piezas?
- ¿El empleado se dirigió con respeto y humildad?
- ¿El empleado le inspiró confianza en todo momento?
- ¿El servicio que dio el empleado fue lo que esperaba?
- ¿El servicio fue de calidad y original?
- ¿El proceso de venta, dentro del servicio fue de calidad?

0	1	2	3	4	
					5
					5
					5
					5
					5
					5
					5
					5
					5
					5

50
100

Nombre del empleado: _____

Nombre del shopper: _____

Nombre usado en la visita: _____

Hora de inicio de la visita : _____ AM/PM

Hora de finalización de la visita : _____ AM/PM

comentarios generales: _____



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

Resultados

Los resultados obtenidos por parte de los shoppers fueron los siguientes:

El shopper Marco Antonio Bravo Elizondo tuvo como resultado en general el 78% de resultados positivos con 30% en la imagen y 48% en el servicio.

El shopper se presentó con el nombre: Rogelio Huerta Morales.

La visita se realizó el día martes 10 de julio de 2018 en el periodo de tiempo de 03:30 PM a 04:00 PM y fue atendido por el niño (Edwin Meneses López); no presento comentarios en el cuestionario.

La shopper Violeta Hernández Gonzales obtuvo como resultado final el 71% de resultados positivos con 30% en imagen y 41% en el servicio.

La shopper se presentó con el nombre: Angélica Ramírez Contreras.

La visitare realizó el día martes 10 de julio de 2018 en el periodo de tiempo de 04:00 PM a 04:10 PM y fue atendido por la Sra. Sandra Guadalupe López Arrollo; no presento comentarios en el cuestionario.

Los resultados negativos se reflejaron en que no había ofertas fuera del negocio, el logotipo no es visible al público, el trabajador no portaba uniforme de identificación o alusivo a la marca, ni gafete que identifique su nombre y su departamento, la fluidez de habla del vendedor no es la apropiada, el proceso de venta no tuvo la suficiente calidad para el cliente, el vendedor no tiene conocimientos totales de los productos que oferta ni el conocimiento básico de la instalación de la pieza o refacción que se adquirió.

Indicadores de evaluación (variables)

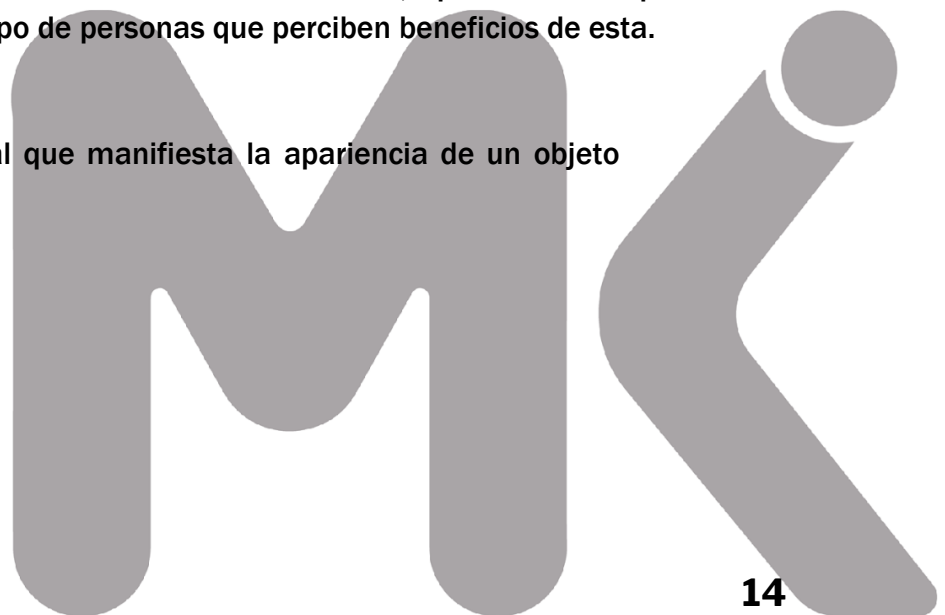
Para realizar la siguiente tabla se tomaron en cuenta distintos tipos de puntos a evaluar los cuales se dividen en dos partes que son:

Servicio

Es una actividad destinada a satisfacer una necesidad, aplicada a una persona la cual es valorada por una o un grupo de personas que perciben beneficios de esta.

Imagen

Es la representación visual que manifiesta la apariencia de un objeto real.











Formato de evaluación

SERVICIO			
	Si	No	%
Bienvenida	X		5%
Presentación y atención al cliente	X		5%
Servicio al cliente	X		5%
Mercancía en orden y a la mano		X	5%
Promociones u ofertas		X	5%
Respeto y humildad hacia los clientes	X		5%
Seguridad y fluidez por parte del vendedor		X	5%
Conocimientos básicos de los productos y accesorios	X		5%
Se brindó un servicio de calidad	X		5%
El servicio fue lo que esperaba	X		5%
TOTAL			35%
IMAGEN			
Las instalaciones estaban limpias	X		5%
El logo de la empresa se encontraba visible al público en general		X	5%
Los empleados transmitían seguridad y confianza	X		5%
Utilizaban el uniforme adecuado para desempeñar sus cargos		X	5%
Portaban un gafete con sus nombres para identificarlos		X	5%
El lugar mostraba todos los productos comercializados		X	5%
El establecimiento da una buena imagen al exterior	X		5%
Los inmuebles estaban ordenados y permitían el paso	X		5%
Los productos y accesorias se encontraban a la vista		X	5%
Le pareció adecuada el proceso de ventas	X		5%
TOTAL			25%
TOTAL GENERAL			60/100



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)












Observaciones de los mystery shopper

-  El vendedor tuvo un buen trato al cliente.
-  El vendedor no ubico fácilmente donde se encontraba el producto requerido.
-  El vendedor mostraba una buena presentación físicamente.
-  El vendedor no portaba el uniforme y no utilizaba gafete.
-  No existen promociones ni ofertas que atraigan a más y nuevos clientes.
-  El logo de la empresa no es visible, por lo que no se aprecia fácilmente.

Análisis de la competencia (Benchmarking)

Al entrar en las organizaciones "Mil motos" y "Byrsa Motos" nos dimos cuenta de que estas tienen características del servicio en mejora que la de nosotros, por lo tanto, se tienen que emplear estrategias para la competitividad y buscar el posicionamiento en el mercado

Algunas características ya antes mencionadas son:

-  Mayor infraestructura
-  Mayor mobiliario
-  Centros de cómputo
-  Productos más variados en marcas
-  Uso de códigos
-  Uniformes de los empleados
-  Más productos de motos antiguas
-  Uso de factura y/o ticket
-  Cámaras de seguridad
-  Estacionamiento para los clientes
-  Base de datos de clientes reales y potenciales





Análisis financiero

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$1,273,883	\$1,426,749	\$1,597,959	\$1,789,714	\$2,004,480
COSTO DE VENTAS	\$979,910	\$1,097,499	\$1,229,199	\$1,376,703	\$1,541,907
UTILIDAD BRUTA	\$293,973	\$329,250	\$368,760	\$413,011	\$462,572
GASTOS DE OPERACIÓN:					
Gastos de Venta	\$134,600	\$134,600	\$134,600	\$150,752	\$150,752
Gastos de Administración	\$94,600	\$94,600	\$94,600	\$105,952	\$105,952
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$64,773	\$100,050	\$139,560	\$156,307	\$205,868
Otros Productos					
Otros Gastos					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$64,773	\$100,050	\$139,560	\$156,307	\$205,868
IMPUESTOS (35%)	\$22,671	\$35,017	\$48,846	\$54,707	\$72,054
UTILIDAD NETA	\$42,102	\$65,032	\$90,714	\$101,599	\$133,814

ESTADO DE INGRESOS Y EGRESOS PROYECTADOS

Flujos de Efectivo Estimados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
SALDO ANTERIOR		\$38,768	\$84,667	\$138,790	\$550,308
VENTAS	\$1,273,883	\$1,426,749	\$1,597,959	\$1,789,714	\$2,004,480
OTROS PRODUCTOS					
OTROS SERVICIOS	\$30,000	\$33,600	\$37,632	\$42,148	\$47,206
TOTAL INGRESOS	\$1,303,883	\$1,499,117	\$1,720,258	\$1,970,652	\$2,601,993
EGRESOS					
COMPRAS DE M.P	\$923,244	\$1,034,033	\$1,158,117	\$1,297,091	\$1,452,742
GASTOS DE OPERACIÓN	\$90,000	\$116,200	\$117,800	\$108,000	\$108,000
IMPUESTOS	\$22,671	\$35,017	\$48,846	\$54,707	\$72,054
NÓMINA	\$229,200	\$229,200	\$256,704	\$256,704	\$287,508
TOTAL EGRESOS	\$1,265,115	\$1,414,451	\$1,581,467	\$1,420,344	\$1,420,344
TOTAL DE EFECTIVO DISPONIBLE		\$38,768	\$84,667	\$138,790	\$550,308

Conclusión

San's Motos tiene una administración deficiente, por lo que su competencia es más fuerte en el sentido de la atención al cliente con una diferencia del 65%, la presentación de personal con una diferencia del 75%, por lo que la competencia puede atacar de manera espontánea mediante publicidad en medios digitales y tradicionales, además de la atención de clientes en internet, pues sus redes sociales no son administradas correctamente, por lo que los leads optan por asistir con la competencia para los servicios y productos que la empresa ofrece.



EJ. Diagnostico situacional San's Motos (C)

¿Y que es todo eso que acabo de leer?

Segmento de mercado

Esta es la identificación de las personas o empresa a las que tu producto o servicio va dirigido, tomando en cuenta las características del ejemplo.

Análisis FODA

Son los aspectos más importantes a tomar dentro y fuera de tu empresa. Análisis externo

Aquí analizamos cuales son todos aquellos factores que pueden ayudarte bien son un problema para tu empresa y pueden generar ganancias o pérdidas de acuerdo a las especificaciones que se generan en el PESTLE.

Análisis interno

Es el análisis de tu empresa como tal, desde tú como jefe, hasta tus empleados y servicios.

Análisis de servicio (Mystery Shopper)

Esta es una evaluación de tus servicios, proceso de venta, atención al cliente y demás, aquí podrá ir cualquier persona como un cliente normal, pero ella evaluará todos los aspectos necesarios para mejorar internamente.

Análisis de la competencia (Benchmarking)

Analizamos tu competencia y hacemos estrategias que lleven la contra o atribuyan a tus servicios y puedas generar mejores resultados a la hora de vender y posicionarte en el mercado.

Análisis financiero

(Esta es una de las cosas más difíciles que tú como empresa nos puedes brindar) aunque es algo de lo más importante para darte resultados reales y alcanzables (esto solo lo sabemos tú y yo)

