



Comercial Zahr

Presentación Final

IN6004-1 Gestión Integral de Negocios

Integrantes:

Fernanda Alvarado
Sofía Estay
Joaquín Lamarca

Emprendedora: Sandra Lavagnino

Profesores:

William Baeza
Constanza Imperatore

Auxiliares:

Camila Olguín
Francisca Peña

Agenda

1 Diagnóstico de la empresa

2 Propuesta Comercial

3 Propuestas de Marketing Digital

4 Propuestas de Control de Gestión

5 Aprendizajes

PRINCIPALES DIAGNÓSTICOS



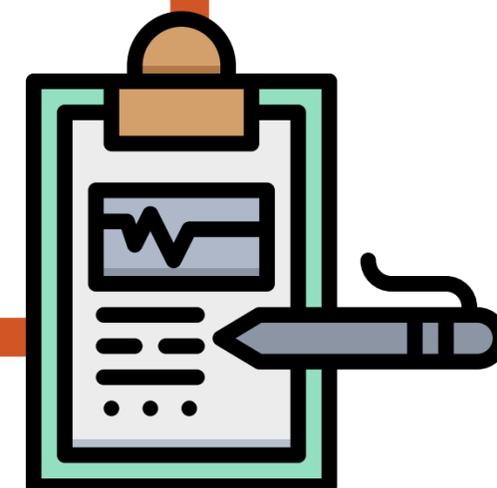
- Empresa y mercado esta teniendo fluctuaciones por el contexto pandémico que se está viviendo, por lo que es muy importante que la empresa se prepare para posibles caídas del mercado.
- Resulta relevante que la empresa sea capaz de desarrollar sus ventas online, pues si no lo hace pronto, podría ser demasiado tarde y muy difícil entrar.



PRINCIPALES DIAGNÓSTICOS



- Se observan dificultades con la gestión del inventario dado que el local tiene un espacio reducido y no cuenta con bodega.
- Existe poca claridad de cuales son los márgenes operacionales y utilidades que genera la empresa.



Objetivos Estratégicos

- Hacer crecer el negocio debido a la venta de buenos productos y una atención personalizada.
- Crecer en la venta online sin dejar el negocio físico.

1

2

3

4

5

Propuestas de mejora

1

Estrategía Comercial

2

Estrategia de digitalización y marketing

3

Control de gestión



1

2

3

4

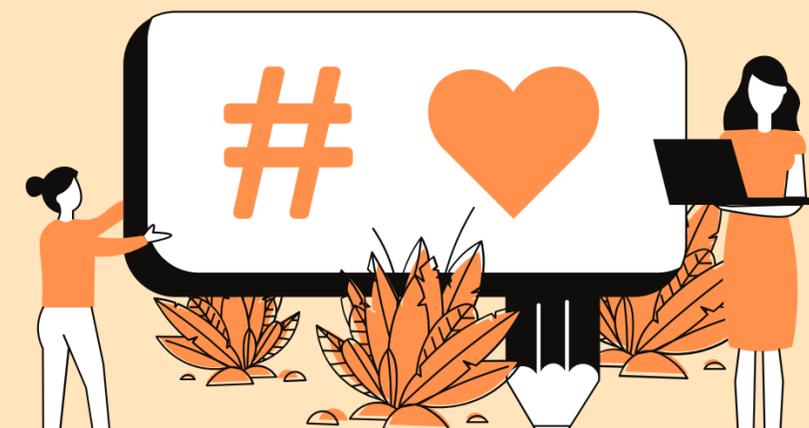
5

Propuestas de mejora

Estrategia comercial y de marketing

De manera de mantener a la empresa competitiva, se propone como objetivo general de esta propuesta:

Aumentar en un 20% la rentabilidad de la empresa, en el plazo de 6 meses.



Propuestas de mejora

Estrategia comercial y de marketing

Plan de rentabilización mediante una serie de hitos:

- Fijar precios de manera de manejar los márgenes y la utilidad del negocio
- Realizar un análisis del mix dispuesto en la vitrina del negocio
- Crear packs de productos
- Analizar factibilidad de incorporar ofertas el término de temporada
- Analizar la factibilidad de incorporar un programa de fidelización



1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera			
Perspectiva Cliente			
Perspectiva de Proceso			
Aprendizaje y crecimiento			

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar las ganancias del negocio		
Perspectiva Cliente	Nuevo segmento o aumento de clientes Fidelización de clientes		
Perspectiva de Proceso	Mejoras en el catálogo de productos Menor tiempo para tomar decisiones		
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar las ganancias del negocio		
Perspectiva Cliente	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">Nuevo segmento o aumento de clientes</div> <div style="text-align: center;">Fidelización de clientes</div> </div>		
Perspectiva de Proceso	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">Mejoras en el catálogo de productos</div> <div style="text-align: center;">Menor tiempo para tomar decisiones</div> </div>		
Aprendizaje y crecimiento	<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Nueva adquisición de herramientas</p> </div> <div style="text-align: center;"> </div> </div>		

1

2

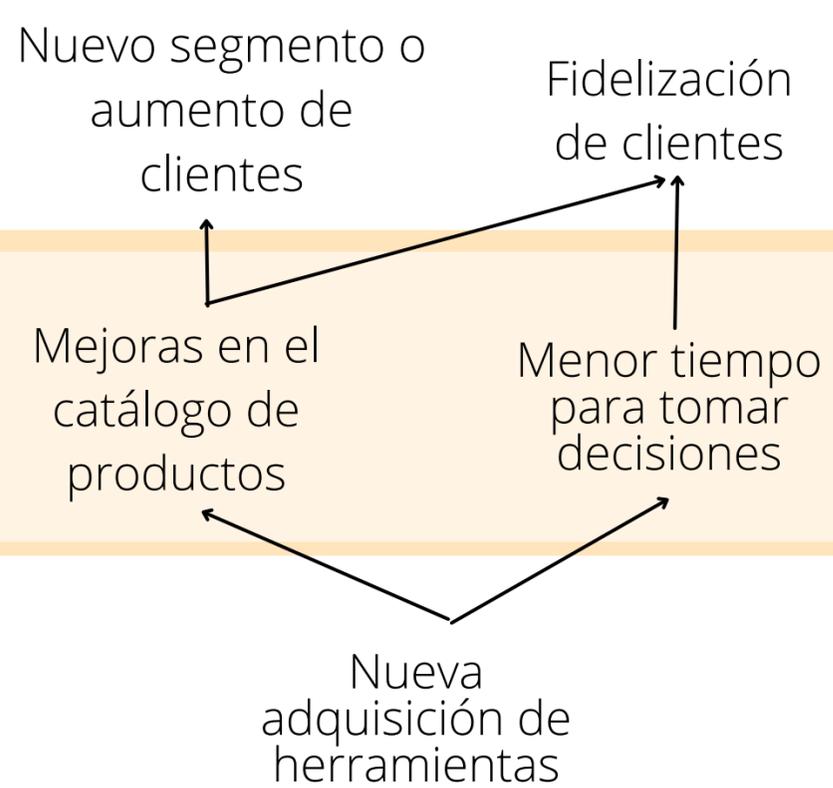
3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar las ganancias del negocio		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Fidelización de clientes</p>		
Perspectiva de Proceso	<p>Mejoras en el catálogo de productos</p> <p>Menor tiempo para tomar decisiones</p>		
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas		



1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar las ganancias del negocio		
Perspectiva Cliente	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">Nuevo segmento o aumento de clientes</div> <div style="text-align: center;">Fidelización de clientes</div> </div>		
Perspectiva de Proceso	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">Mejoras en el catálogo de productos</div> <div style="text-align: center;">Menor tiempo para tomar decisiones</div> </div>		
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas		

1

2

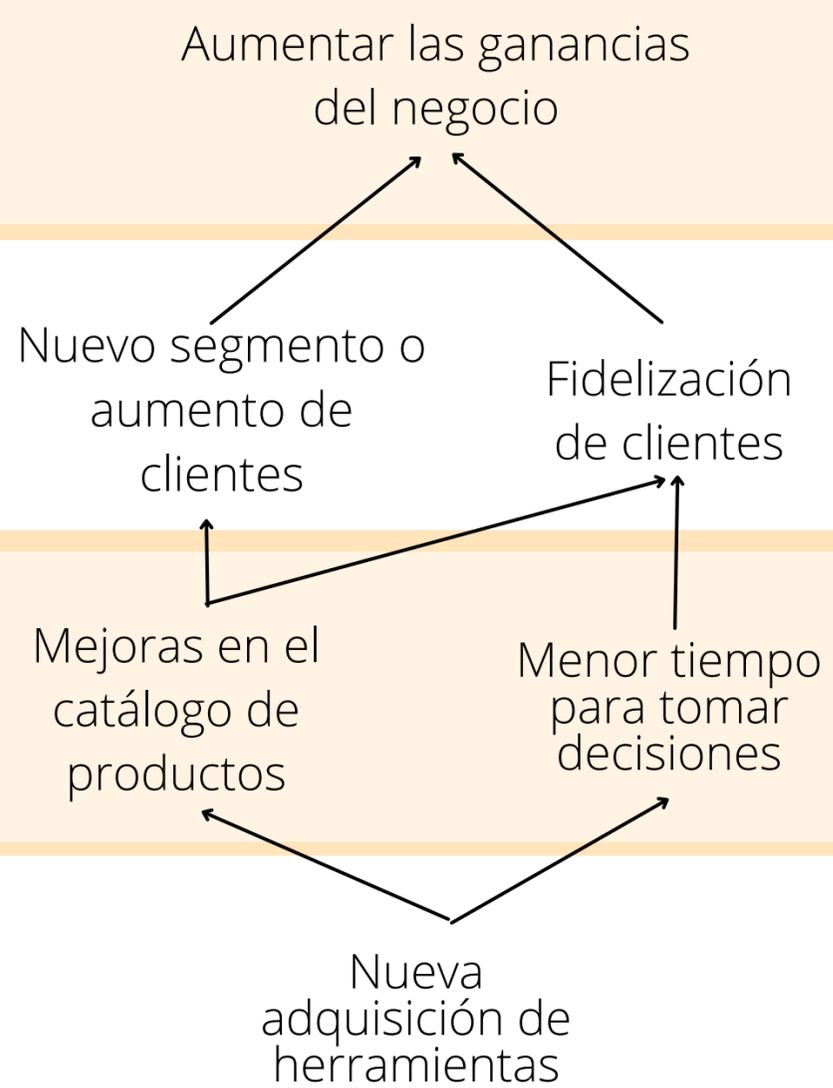
3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar las ganancias del negocio		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Fidelización de clientes</p>		
Perspectiva de Proceso	<p>Mejoras en el catálogo de productos</p> <p>Menor tiempo para tomar decisiones</p>		
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas	Tiempo de capacitación de empleados	5 horas de capacitación mensual



1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar las ganancias del negocio		
Perspectiva Cliente			
Perspectiva de Proceso			
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas		
		% de productos que están por debajo del margen promedio	30% productos debajo del margen promedio
		Tiempo de reacción ante disminución de rentabilidad de productos	Promedio mensual máximo de 3 días hábiles
		Tiempo de capacitación de empleados	5 horas de capacitación mensual

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar las ganancias del negocio		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Fidelización de clientes</p>	NPS mensual para compradores online	9 mínimo , medido mediante mail después de recibido el producto
Perspectiva de Proceso	<p>Mejoras en el catálogo de productos</p> <p>Menor tiempo para tomar decisiones</p>	Índice de satisfacción de clientes presenciales (escala de 1 a 5) mensual	Mínimo 4 , medido mediante encuesta después de la compra
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas	% de productos que están por debajo del margen promedio	30% productos debajo del margen promedio
		Tiempo de reacción ante disminución de rentabilidad de productos	Promedio mensual máximo de 3 días hábiles
		Tiempo de capacitación de empleados	5 horas de capacitación mensual

1

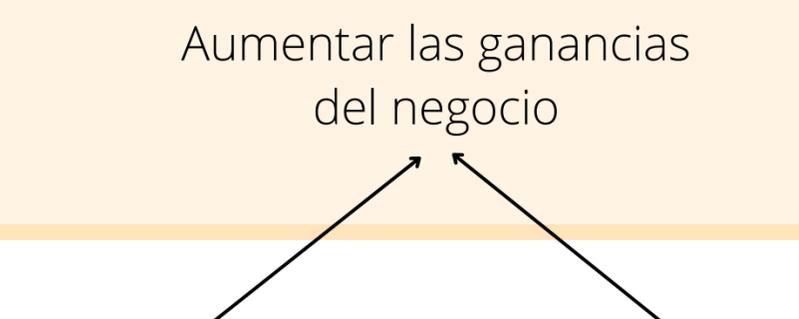
2

3

4

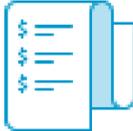
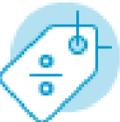
5

Propuesta de mejora: Estrategia comercial y de marketing

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	 <p>Aumentar las ganancias del negocio</p>	Margen operacional neto	40% mínimo
		Margen de utilidad neto	45% mínimo
Perspectiva Cliente	 <p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Fidelización de clientes</p>	NPS mensual para compradores online	9 mínimo , medido mediante mail después de recibido el producto
		Índice de satisfacción de clientes presenciales (escala de 1 a 5) mensual	Mínimo 4 , medido mediante encuesta después de la compra
Perspectiva de Proceso	 <p>Mejoras en el catálogo de productos</p> <p>Menor tiempo para tomar decisiones</p>	% de productos que están por debajo del margen promedio	30% productos debajo del margen promedio
		Tiempo de reacción ante disminución de rentabilidad de productos	Promedio mensual máximo de 3 días hábiles
Aprendizaje y crecimiento	 <p>Nueva adquisición de herramientas</p>	Tiempo de capacitación de empleados	5 horas de capacitación mensual

Visualización Propuesta de mejora: Estrategia Comercial y de marketing

Mis Productos

 Tipo de Producto	 Productos	 Stock	 Kits
 Lista de Precios	 Descuento		

Mis Clientes

 Cliente
 Programa de Puntos

Programa de Puntos

¿Quieres partir un programa de Puntos para tus cliente?	Si <input type="checkbox"/>
¿Como deseas llamar tu programa de puntos?	Puntos Zahr
¿Por cada cuantos Peso Chileno ganas un punto?	1000
¿El programa de puntos se activara para todos tus clientes?	Si <input type="checkbox"/>
¿Los clientes "Empresa" acumularán puntos?	Si <input type="checkbox"/>
¿Cual será el limite de puntos acumulados por cliente? (0 ilimitado)	0
¿Cual será el limite de puntos acumulados por venta? (0 ilimitado)	0
Para poder canjear puntos, ¿Cual será el minimo de puntos requeridos?	50
¿Que tipo de documento deseas utilizar cuando el canje no requiera pago adicional? (100% des...)	Sin definir <input type="checkbox"/>
¿Acumular puntos en ventas que tienen descuento?	Si <input type="checkbox"/>
¿Glosas acumulan puntos?	Si <input type="checkbox"/>

1

2

3

4

5

Visualización Propuesta de mejora: Estrategia Comercial y de marketing

Mis Productos

 Tipo de Producto	 Productos	 Stock	 Kits
 Lista de Precios	 Descuento		

Mis Clientes

 Cliente
 Programa de Puntos

Crea un cliente

Modifica un cliente



Cliente (1039 de 1039)

Buscar

JONATHAN FUENTES MESINA

ABIGAIL AGUIRRE

ADA VILLANUEVA

ADELA VASQUEZ

ADELIA CHANDIA

ADELIA GOMEZ

ADELPHOS SERVICIOS INTEGRALES Y CIA LTDA

ADMINISTRADORA DE SUPERMERCADOS EXPRESS LTDA

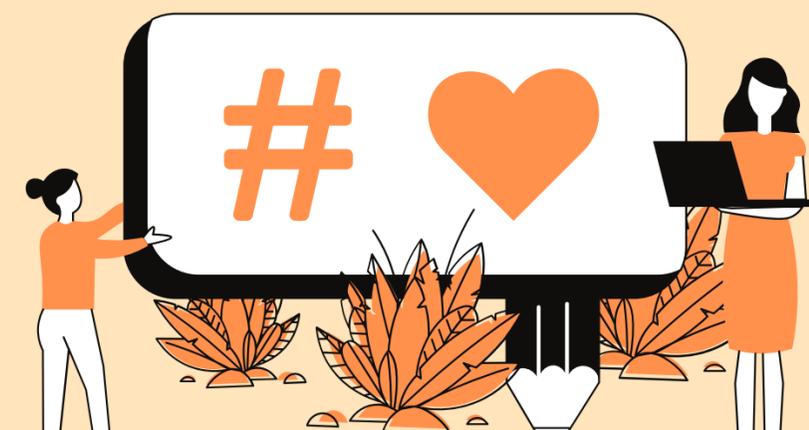
ADMINISTRADORA DE SUPERMERCADOS HIPER LIMITADA

Propuestas de mejora

Estrategia de digitalización y marketing digital

De manera de mantener a la empresa competitiva, se propone como objetivo general de esta propuesta:

aumentar en un 70% las ventas mensuales que se realizan mediante canales digitales, en un plazo de 4 meses.



Propuestas de mejora

Estrategia de digitalización y marketing digital

Plan que refuerce la venta mediante canales de e-commerce propios y externos:



Estrategia para
aumentar la
venta por
Mercado Libre



Creación de un
sitio web para
generar ventas
online



Implementación
de un plan de
Marketing Digital

Propuestas de mejora

Estrategia de digitalización y marketing digital

Hitos más relevantes:

- Crear una cuenta de Mercado Libre a nombre de Comercial Zahr.
- Crear una página web de Comercial Zahr, que cuente con venta online y cobertura nacional de despacho.
- Implementar campañas de tráfico y conversión en Mercado Libre.
- Implementar campaña de marketing digital a través de Facebook Ads.



1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera			
Perspectiva Cliente			
Perspectiva de Proceso			
Aprendizaje y crecimiento			

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online		
Perspectiva Cliente	Nuevo segmento o aumento de clientes	Posicionamiento de la marca	
Perspectiva de Proceso	Mejora en canal de venta	Mejor experiencia de compra	
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas	Capacidad de atender el cliente sin asistencia	

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Posicionamiento de la marca</p>		
Perspectiva de Proceso	<p>Mejora en canal de venta</p> <p>Mejor experiencia de compra</p>		
Aprendizaje y crecimiento	<p>Nueva adquisición de herramientas</p> <p>Capacidad de atender el cliente sin asistencia</p>		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Posicionamiento de la marca</p>		
Perspectiva de Proceso	<p>Mejora en canal de venta</p> <p>Mejor experiencia de compra</p>		
Aprendizaje y crecimiento	<p>Nueva adquisición de herramientas</p> <p>Capacidad de atender el cliente sin asistencia</p>		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Posicionamiento de la marca</p>		
Perspectiva de Proceso	<p>Mejora en canal de venta</p> <p>Mejor experiencia de compra</p>		
Aprendizaje y crecimiento	<p>Nueva adquisición de herramientas</p> <p>Capacidad de atender el cliente sin asistencia</p>		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Posicionamiento de la marca</p>		
Perspectiva de Proceso	<p>Mejora en canal de venta</p> <p>Mejor experiencia de compra</p>		
Aprendizaje y crecimiento	<p>Nueva adquisición de herramientas</p> <p>Capacidad de atender el cliente sin asistencia</p>	<p>Capacidad de empleados de gestionar ventas online sin ayuda de terceros</p> <p>Tiempo de capacitación mensual respecto a procesos relacionados</p>	<p>90% de las operaciones son realizadas de manera autónoma</p> <p>10 horas iniciales, más 5 horas en caso de mejora en el sistema</p>

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Posicionamiento de la marca</p>		
Perspectiva de Proceso	<p>Mejora en canal de venta</p> <p>Mejor experiencia de compra</p>	Tasa de conversión sitio web	1% tasa de conversión mensual
Aprendizaje y crecimiento	<p>Nueva adquisición de herramientas</p> <p>Capacidad de atender el cliente sin asistencia</p>	Satisfacción de los clientes	Máximo un 10% de reclamos en las ventas mensuales
		Capacidad de empleados de gestionar ventas online sin ayuda de terceros	90% de las operaciones son realizadas de manera autónoma
		Tiempo de capacitación mensual respecto a procesos relacionados	10 horas iniciales, más 5 horas en caso de mejora en el sistema

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online		
Perspectiva Cliente	<p>Nuevo segmento o aumento de clientes</p> <p>Posicionamiento de la marca</p>	Tasa de rebote del sitio web	Máximo 50%
Perspectiva de Proceso	<p>Mejora en canal de venta</p> <p>Mejor experiencia de compra</p>	Tráfico mensual (visitas totales)	8.000 mensuales
Aprendizaje y crecimiento	<p>Nueva adquisición de herramientas</p> <p>Capacidad de atender el cliente sin asistencia</p>	Tasa de conversión sitio web	1% tasa de conversión mensual
		Satisfacción de los clientes	Máximo un 10% de reclamos en las ventas mensuales
		Capacidad de empleados de gestionar ventas online sin ayuda de terceros	90% de las operaciones son realizadas de manera autónoma
		Tiempo de capacitación mensual respecto a procesos relacionados	10 horas iniciales, más 5 horas en caso de mejora en el sistema

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar ventas generadas mediante canales online	Ventas por canales online mensuales	\$5.000.000 de ingreso por ventas online en 4 meses.
		Crecimiento de las ventas mensuales mediante canales online	15% de crecimiento mensual
Perspectiva Cliente	Nuevo segmento o aumento de clientes Posicionamiento de la marca	Tasa de rebote del sitio web	Máximo 50%
		Tráfico mensual (visitas totales)	8.000 mensuales
Perspectiva de Proceso	Mejora en canal de venta Mejor experiencia de compra	Tasa de conversión sitio web	1% tasa de conversión mensual
		Satisfacción de los clientes	Máximo un 10% de reclamos en las ventas mensuales
Aprendizaje y crecimiento	Nueva adquisición de herramientas Capacidad de atender el cliente sin asistencia	Capacidad de empleados de gestionar ventas online sin ayuda de terceros	90% de las operaciones son realizadas de manera autónoma
		Tiempo de capacitación mensual respecto a procesos relacionados	10 horas iniciales, más 5 horas en caso de mejora en el sistema

1

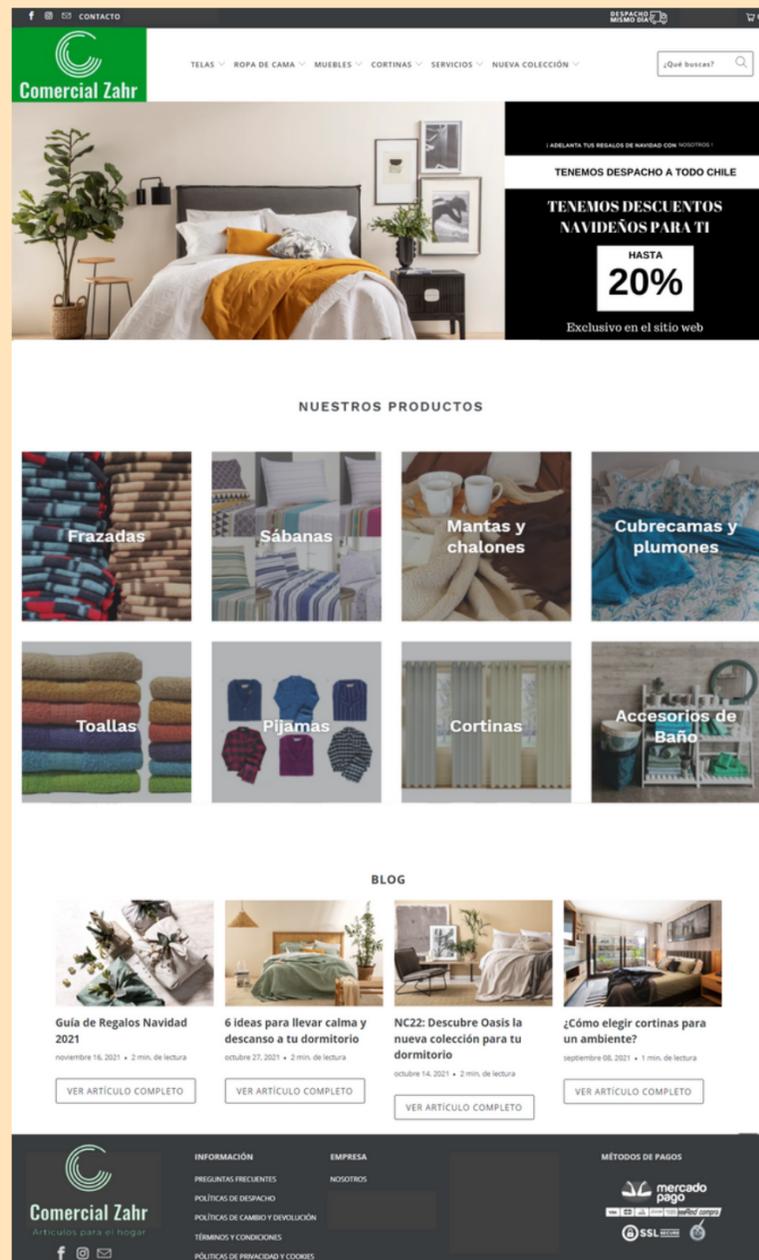
2

3

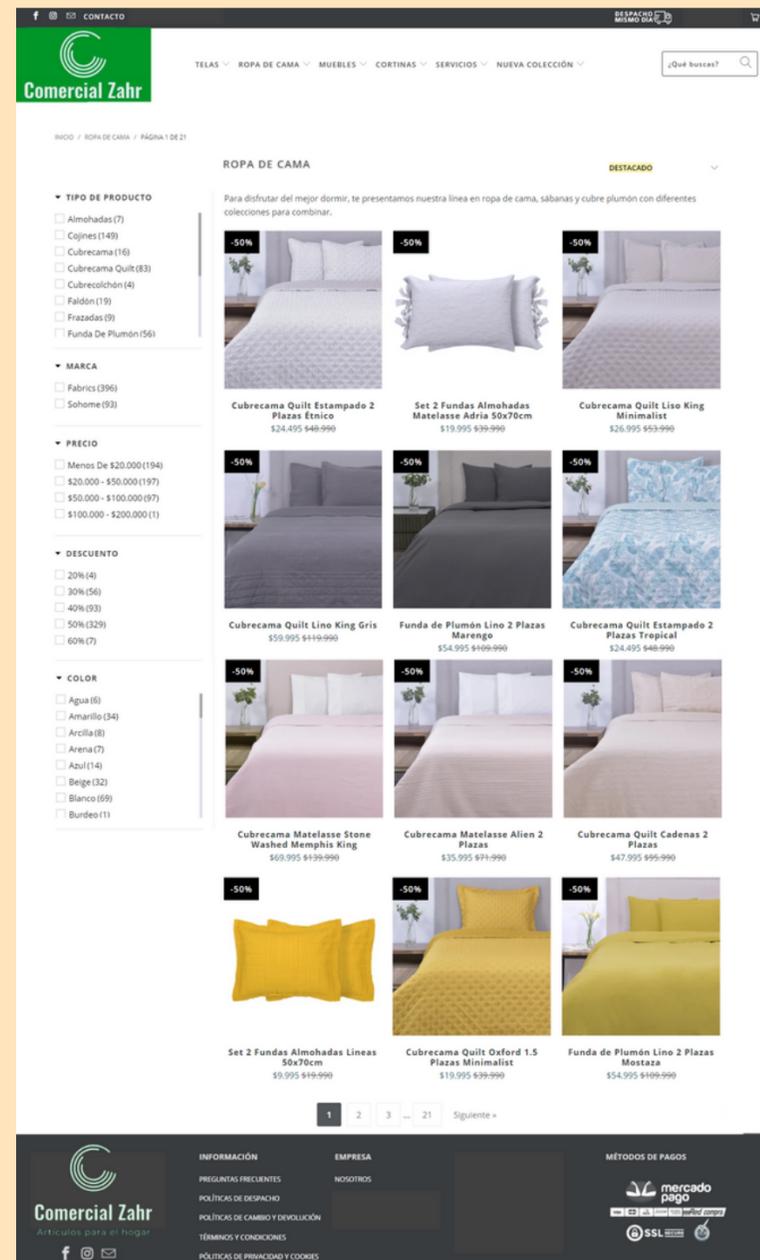
4

5

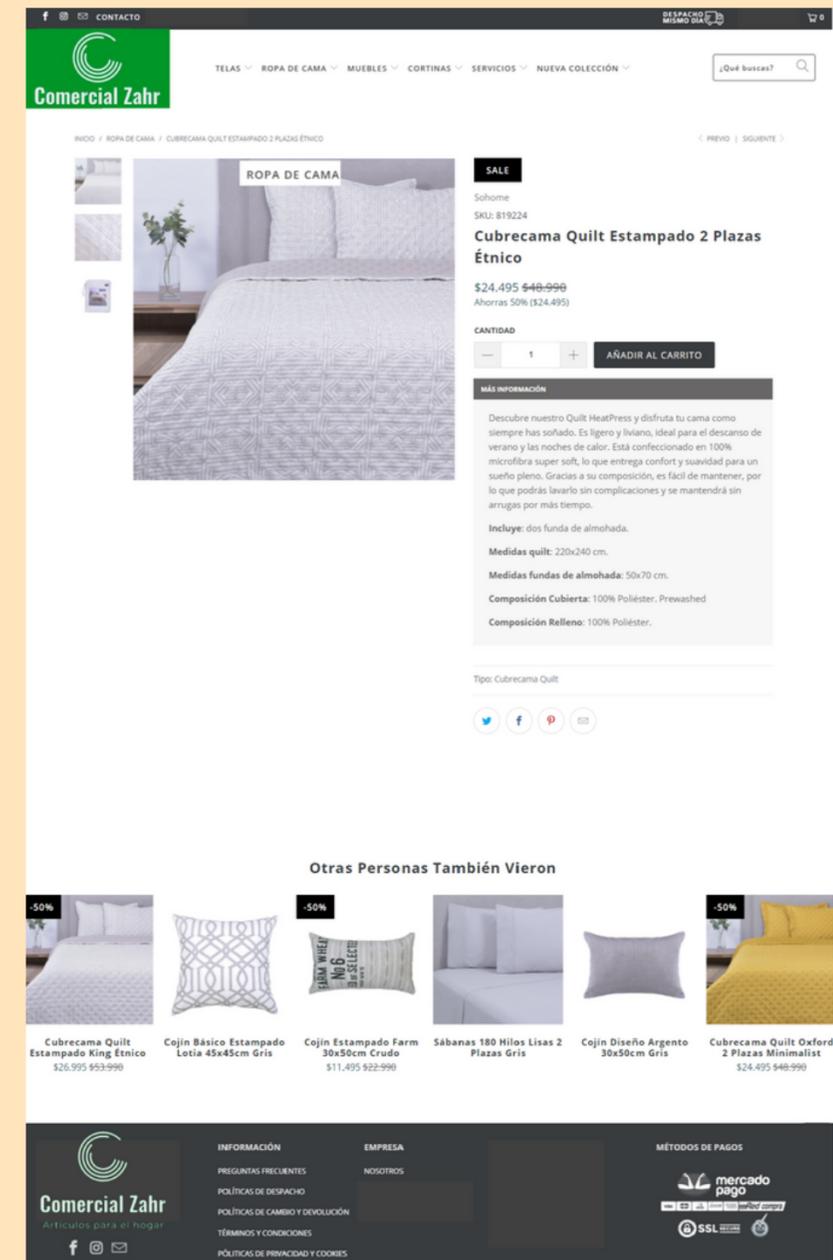
Visualización Propuesta de mejora: Digitalización y marketing digital



Inicio



Categoría



Vista de productos

Análisis de la inversión de Propuesta de mejora:

Digitalización y marketing digital

1. Dominio (anual)	\$10.000
2. Hosting (anual)	\$60.000
3. Woocommerce/Shopify (anual)	\$55.000
4. Diseño (pago único)	\$1.080.000

Inversión inicial: \$1.205.000

Análisis de la inversión de Propuesta de mejora:

Digitalización y marketing digital

1. Dominio (anual)	\$10.000
2. Hosting (anual)	\$60.000
3. Woocommerce/Shopify (anual)	\$55.000
4. Diseño (pago único)	\$1.080.000

Inversión inicial: \$1.205.000

Ticket de compra promedio: \$18.000

Utilidad promedio: \$10.800

Análisis de la inversión de Propuesta de mejora:

Digitalización y marketing digital

1. Dominio (anual)	\$10.000
2. Hosting (anual)	\$60.000
3. Woocommerce/Shopify (anual)	\$55.000
4. Diseño (pago único)	\$1.080.000

Inversión inicial: \$1.205.000

Ticket de compra promedio: \$18.000

Utilidad promedio: \$10.800

Recuperación de la inversión con 111 compras anuales (9 mensuales).

Propuestas de mejora

Control de gestión

- Implementar herramientas digitales que permitan tener un mejor manejo del negocio.
- Capacitar a la administración de la empresa respecto al uso e interpretación del dashboard, de manera que sea una herramienta efectiva en la toma de decisiones.



1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera			
Perspectiva Cliente			
Perspectiva de Proceso			
Aprendizaje y crecimiento			

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio		
Perspectiva Cliente	Ofrecer servicios de calidad Posicionamiento de la marca		
Perspectiva de Proceso	Optimizar procesos internos y mejorar su calidad		
Aprendizaje y crecimiento	Conocer la situación actual del negocio Uso de herramientas personalizables de control de gestión		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio		
Perspectiva Cliente	Ofrecer servicios de calidad Posicionamiento de la marca		
Perspectiva de Proceso	Optimizar procesos internos y mejorar su calidad		
Aprendizaje y crecimiento	Conocer la situación actual del negocio Uso de herramientas personalizables de control de gestión		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio		
Perspectiva Cliente	Ofrecer servicios de calidad Posicionamiento de la marca		
Perspectiva de Proceso	Optimizar procesos internos y mejorar su calidad		
Aprendizaje y crecimiento	Conocer la situación actual del negocio Uso de herramientas personalizables de control de gestión		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio		
Perspectiva Cliente	Ofrecer servicios de calidad Posicionamiento de la marca		
Perspectiva de Proceso	Optimizar procesos internos y mejorar su calidad		
Aprendizaje y crecimiento	Conocer la situación actual del negocio Uso de herramientas personalizables de control de gestión		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio		
Perspectiva Cliente	Ofrecer servicios de calidad Posicionamiento de la marca		
Perspectiva de Proceso	Optimizar procesos internos y mejorar su calidad		
Aprendizaje y crecimiento	Conocer la situación actual del negocio Uso de herramientas personalizables de control de gestión	Frecuencia diaria de visitas al dashboard	Mínimo 1 visita

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio		
Perspectiva Cliente	Ofrecer servicios de calidad Posicionamiento de la marca		
Perspectiva de Proceso	Optimizar procesos internos y mejorar su calidad	Tiempo de preparación de pedidos online	Máximo 1 día hábil
		Quiebres de stock mensuales de productos de alta rotación	Máximo 1 quiebre de stock
Aprendizaje y crecimiento	Conocer la situación actual del negocio Uso de herramientas personalizables de control de gestión	Frecuencia diaria de visitas al dashboard	Mínimo 1 visita

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio		
Perspectiva Cliente	Ofrecer servicios de calidad	NPS semestral para compradores online	9 mínimo , medido mediante mail después de recibido el producto
	Posicionamiento de la marca	Índice de satisfacción de clientes presenciales (escala de 1 a 5)	Mínimo 4 , medido mediante encuesta después de la compra
Perspectiva de Proceso	Optimizar procesos internos y mejorar su calidad	Tiempo de preparación de pedidos online	Máximo 1 día hábil
		Quiebres de stock mensuales de productos de alta rotación	Máximo 1 quiebre de stock
Aprendizaje y crecimiento	Conocer la situación actual del negocio	Frecuencia diaria de visitas al dashboard	Mínimo 1 visita
	Uso de herramientas personalizables de control de gestión		

1

2

3

4

5

Propuesta de mejora: Control de gestión

Perspectiva	Objetivos	Métricas	Metas
Perspectiva Financiera	Aumentar la rentabilidad del negocio	Rentabilidad trimestral	40% mínimo
Perspectiva Cliente		NPS semestral para compradores online	9 mínimo , medido mediante mail después de recibido el producto
		Índice de satisfacción de clientes presenciales (escala de 1 a 5)	Mínimo 4 , medido mediante encuesta después de la compra
Perspectiva de Proceso		Tiempo de preparación de pedidos online	Máximo 1 día hábil
		Quiebres de stock mensuales de productos de alta rotación	Máximo 1 quiebre de stock
Aprendizaje y crecimiento		Frecuencia diaria de visitas al dashboard	Mínimo 1 visita

1

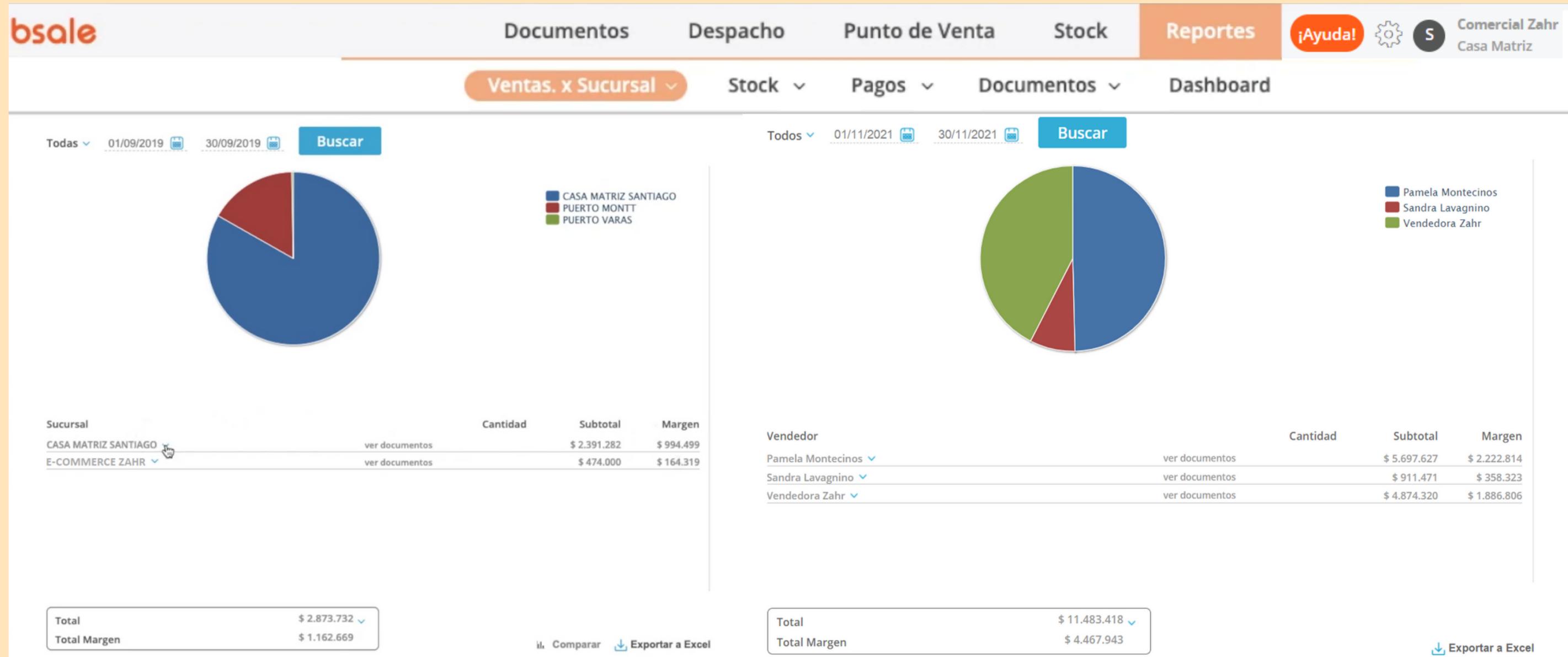
2

3

4

5

Visualización Propuesta de mejora: Control de gestión



Ventas por sucursal

Ventas por trabajadora

1

2

3

4

5

Visualización Propuesta de mejora: Control de gestión



Ventas por producto

Ventas por cliente

1

2

3

4

5

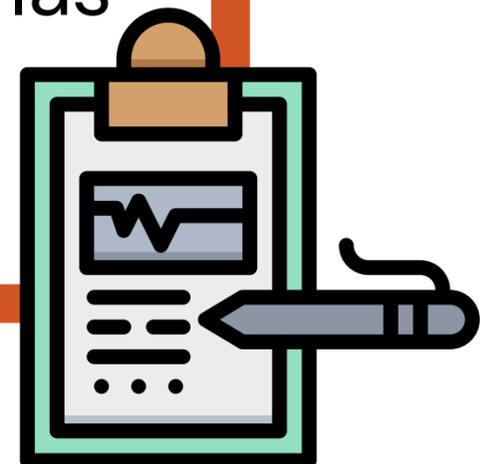
Entrega Propuesta de mejora:



Aprendizajes



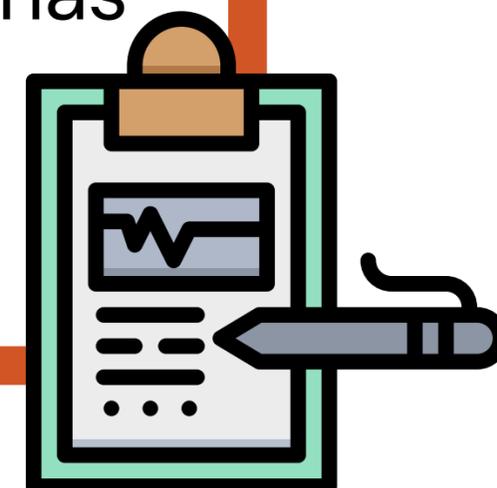
- Cada localidad tiene sus propias lógicas de compras, costumbres y cultura. Y en particular, Comercial Zahr ocupa muy bien esa ventaja.
- Incluso los locales más tradicionales pueden encontrar un segmento de mercado en las plataformas digitales, el cual muchas veces no se incursiona por miedo al fracaso o por las limitaciones tecnológicas del comerciante



Aprendizajes



- ¡¡¡La forma de relacionarse es muy importante!!! el equipo aprendió a comunicar de manera más clara y efectiva, de tal forma de entregar la información solicitada y los pedidos a su contraparte
- Las relaciones laborales basadas en la confianza y otros valores claramente definidos en la cultura organizacional, logran muchas veces un trabajo muy fructífero



1

2

3

4

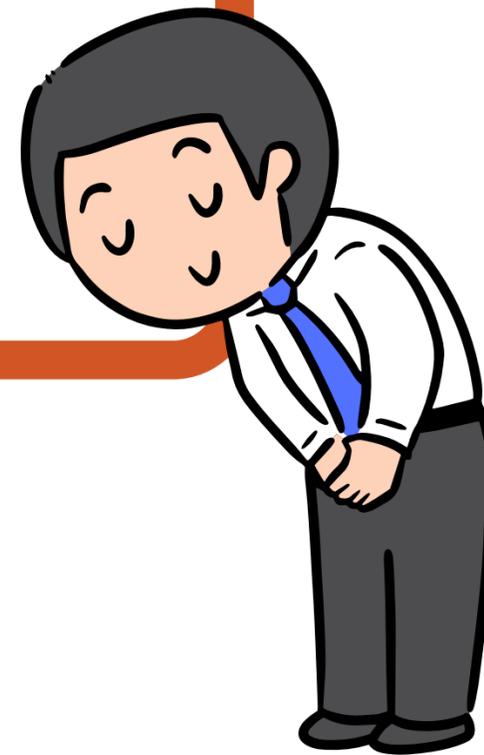
5

Agradecimientos



- Agradecemos a Sandra, Pamela y Rosa, por su buena disposición, empatía y cercanía.

Ha sido un placer trabajar con usted Sandra.



1

2

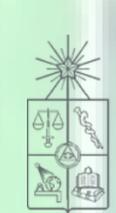
3

4

5



THANK YOU



Comercial Zahr

Presentación de diagnóstico

IN6004-1 Gestión Integral de Negocios

Integrantes: Fernanda Alvarado
Sofía Estay
Joaquín Lamarca

Emprendedora: Sandra Lavagnino

Profesores: William Baeza
Constanza Imperatore

Auxiliares: Camila Olguín
Francisca Peña