AGUSTÍN GONZÁLEZ

HERRAMIENTA GRATUITA DE ANÁLISIS

Análisis estratégico de tu negocio

Centro Ejemplo · DEMOSTRACIÓN

Bienestar y salud

MI OBJETIVO

Mejorar el margen sin ampliar las horas de trabajo.

Conecta clientes, rentabilidad y oportunidades. Llévate un informe personalizado con prioridades y un plan de 30 días.

Fecha del informe: 2026-11-07

agustingonzalez.es

Tu negocio, con perspectiva.

CENTRO EJEMPLO · DEMOSTRACIÓN

Datos ficticios para mostrar el diseño. No describen un negocio real.

Mi objetivo

Mejorar el margen sin ampliar las horas de trabajo.

Tu prioridad

Oferta · Compara tres productos o servicios anotando precio, costes directos y tiempo total dedicado.

Análisis orientativo basado en tus respuestas. Las conclusiones son hipótesis para comprobar; no sustituyen una auditoría profesional.

LO QUE CONVIENE CONSERVAR

Todavía faltan evidencias para señalar una fortaleza. Empieza por contrastar las prioridades.

UNA PRIMERA LECTURA DE TUS CIFRAS

Diferencia mensual declarada

2200,00 €

Ingresos mensuales aproximados, sin impuestos (opcional): 12000 EUR

Costes mensuales totales estimados (opcional): 9800 EUR

Ingresos menos costes que has indicado. No es beneficio neto verificado: comprueba que incluyes todos los costes y usas el mismo periodo y moneda.

CÓMO INTERPRETAR ESTE INFORME

Las recomendaciones combinan tus respuestas mediante criterios definidos. Tus notas se conservan como contexto; no se realiza investigación externa ni interpretación automática de texto libre. No se garantizan ventas ni resultados.

Tu modelo de negocio, en una página

Síntesis de tu autoevaluación. Abre cada área para revisar sus evidencias.

01 / Priorizar

Negocio

¿Tus ingresos pueden continuar si falla tu principal servicio o canal?

02 / Priorizar

Clientes

¿Sabes cuántos clientes vuelven y con qué frecuencia?

03 / Priorizar

Mercado

¿Tus clientes reconocen una diferencia concreta por la que elegirte?

04 / Priorizar

Oferta

¿Conoces el margen y el tiempo que deja cada producto o servicio?

05 / Priorizar

Marca

¿Tu web explica en pocos segundos a quién ayudas y cómo?

06 / Priorizar

Equipo

¿Los procesos que se repiten están documentados de forma sencilla?

07 / Priorizar

Oportunidades

¿Tienes identificados posibles aliados que complementen tu negocio?

08 / Priorizar

Captación y ventas

¿Sabes qué canal te trae clientes rentables, además de visitas?

09 / Priorizar

Rentabilidad

¿Conoces tus costes fijos, variables y el mínimo que necesitas vender?

Lo que revelan tus respuestas en conjunto

Antes de ampliar la oferta, aclara qué deja cada venta.

Has indicado incertidumbre sobre margen y costes o precio. Más facturación podría ocultar trabajo o costes que todavía no estás midiendo.

Por qué aparece:
¿Conoces el margen y el tiempo que deja cada producto o servicio? Aún no
¿Conoces tus costes fijos, variables y el mínimo que necesitas vender? Aún no
¿Tu precio cubre el trabajo completo y los costes necesarios? Aún no

Cómo comprobarlo: Calcula el resultado de tres ventas reales incluyendo todos sus tiempos y costes.
Qué medir: Contribución por venta y horas dedicadas.

Crecer puede aumentar tu carga antes que tu margen.

La capacidad de atender más demanda y la autonomía del negocio aparecen poco resueltas. Captar más podría trasladar el cuello de botella a tu agenda.

Por qué aparece:
¿Puedes atender más demanda sin deteriorar la calidad o sumar muchas horas? Aún no
¿El negocio puede funcionar una semana sin tu presencia constante? Aún no

Cómo comprobarlo: Documenta o delega una tarea y mide el tiempo liberado antes de ampliar la captación.
Qué medir: Horas por entrega y capacidad disponible.

Lo que revelan tus respuestas en conjunto

Tu diferenciación necesita llegar a la conversación comercial.

La diferencia que percibe el cliente y la claridad de la web necesitan trabajo. Conviene contrastar la promesa antes de aumentar la visibilidad.

Por qué aparece:
¿Tus clientes reconocen una diferencia concreta por la que elegirte? Aún no
¿Tu web explica en pocos segundos a quién ayudas y cómo? Aún no

Cómo comprobarlo: Entrevista a cinco clientes y prueba un mensaje que refleje sus razones reales para elegirte.
Qué medir: Comprensión de la propuesta y consultas cualificadas.

Captar más no compensa por sí solo la falta de seguimiento.

Has señalado dificultades en la repetición o seguimiento y en la medición de captación. Podría haber una fuga de oportunidades antes de necesitar más publicidad.

Por qué aparece:
¿Sabes cuántos clientes vuelven y con qué frecuencia? Aún no
¿Tienes un seguimiento útil después de cada compra o servicio? Aún no
¿Sabes qué canal te trae clientes rentables, además de visitas? Aún no

Cómo comprobarlo: Revisa diez clientes recientes y prueba un seguimiento útil con su permiso.
Qué medir: Repetición de compra y respuestas al seguimiento.

Lo que revelan tus respuestas en conjunto

Una alianza puede ser una prueba de crecimiento con recursos compartidos.

Has detectado necesidades complementarias, pero aún falta concretar aliados o validar la oferta. Es una oportunidad por explorar, no una demanda demostrada.

Por qué aparece:
¿Has detectado una necesidad recurrente que hoy no estás resolviendo? Sí, lo tengo claro
¿Tienes identificados posibles aliados que complementen tu negocio? Aún no
¿Has validado alguna oferta complementaria que tus clientes necesiten? En parte

Cómo comprobarlo: Habla con un posible aliado y valida una propuesta pequeña con cinco clientes.
Qué medir: Interés real, coste del piloto y compras o compromisos obtenidos.

Tres próximos pasos

01 / OFERTA · PRIORIZAR

¿Conoces el margen y el tiempo que deja cada producto o servicio?

Aún no

> **Acción**
>
> Compara tres productos o servicios anotando precio, costes directos y tiempo total dedicado.

02 / RENTABILIDAD · PRIORIZAR

¿Conoces tus costes fijos, variables y el mínimo que necesitas vender?

Aún no

> **Acción**
>
> Separa costes fijos y variables y estima el mínimo de ventas que cubre ambos.

03 / NEGOCIO · PRIORIZAR

¿Tus ingresos pueden continuar si falla tu principal servicio o canal?

Aún no

> **Acción**
>
> Identifica de dónde llegaron tus últimos ingresos y qué alternativa podrías probar si la fuente principal se detuviera.

Plan de trabajo de 30 días

Días 1-7 · Entender

Compara tres productos o servicios anotando precio, costes directos y tiempo total dedicado.

Días 8-14 · Probar

Calcula el resultado de tres ventas reales incluyendo todos sus tiempos y costes.

Días 15-30 · Decidir

Reserva un momento dentro de 30 días para revisar qué probaste, qué aprendiste y qué vas a ajustar.

TU COMPROMISO PARA LOS PRÓXIMOS 30 DÍAS

Acción: Compara tres productos o servicios anotando precio, costes directos y tiempo total dedicado.

Responsable: Yo

Una conversación con propósito

Podemos contrastar tus prioridades, explorar alianzas y valorar un primer paso que encaje con tu negocio.

agustingonzalez.es/para-tu-negocio/

Tus respuestas, área por área

NEGOCIO

¿Tienes un objetivo concreto para los próximos 90 días?

Sí, lo tengo claro

¿Tus ingresos pueden continuar si falla tu principal servicio o canal?

Aún no

¿El negocio puede funcionar una semana sin tu presencia constante?

Aún no

CLIENTES

¿Sabes cuántos clientes vuelven y con qué frecuencia?

Aún no

¿Has preguntado a tus clientes qué valoran y qué mejorarían?

Sí, lo tengo claro

¿Tienes un seguimiento útil después de cada compra o servicio?

Aún no

> **Contexto que has aportado**
> Datos ficticios para mostrar el diseño. No describen un negocio real.

MERCADO

¿Puedes describir a tu cliente prioritario y su necesidad principal?

Sí, lo tengo claro

¿Sabes qué alternativas compara ese cliente antes de elegirte?

En parte

¿Tus clientes reconocen una diferencia concreta por la que elegirte?

Aún no

Tus respuestas, área por área

OFERTA

¿Conoces el margen y el tiempo que deja cada producto o servicio?

Aún no

¿Puedes atender más demanda sin deteriorar la calidad o sumar muchas horas?

Aún no

¿Has validado alguna oferta complementaria que tus clientes necesiten?

En parte

MARCA

¿Tu web explica en pocos segundos a quién ayudas y cómo?

Aún no

¿Muestras pruebas reales que ayudan a confiar en tu negocio?

Sí, lo tengo claro

¿Es sencillo contactarte y sabes qué consultas llegan desde tu web?

En parte

EQUIPO

¿Cada tarea clave tiene una persona responsable y criterios claros?

En parte

¿Los procesos que se repiten están documentados de forma sencilla?

Aún no

¿Reservas tiempo para mejorar el negocio, además de atender el día a día?

Sí, lo tengo claro

Tus respuestas, área por área

OPORTUNIDADES

¿Has detectado una necesidad recurrente que hoy no estás resolviendo?

Sí, lo tengo claro

¿Tienes identificados posibles aliados que complementen tu negocio?

Aún no

¿Pruebas las ideas a pequeña escala antes de comprometer recursos?

En parte

CAPTACIÓN Y VENTAS

¿Sabes qué canal te trae clientes rentables, además de visitas?

Aún no

¿Mides cuántas consultas se convierten en ventas y por qué se pierden?

En parte

¿Tu mejor cliente y tu mensaje comercial están definidos con ejemplos reales?

Sí, lo tengo claro

RENTABILIDAD

¿Conoces tus costes fijos, variables y el mínimo que necesitas vender?

Aún no

¿Revisas los ingresos recurrentes y la dependencia de pocos clientes?

En parte

¿Tu precio cubre el trabajo completo y los costes necesarios?

Aún no

Tus respuestas se quedan en este navegador. Solo las compartes si decides enviarlas.