

# Análisis de Cartera

## ESTUDIO MERCADO POTENCIAL EMPRESAS

- Objetivos
- Metodología
- Resultados: Ejemplo
- Toma de Decisiones

## OBJETIVOS

- Identificar y clasificar la cartera de clientes en relación a parámetros de geografía, actividad y tamaño de empresa.
- Extrapolación a la Base de Datos Axesor ( Total Universo Sociedades)
- Extracción de coeficientes de penetración que analicen la cobertura en el mercado y ayuden a planificar las acciones comerciales y de marketing

## METODOLOGÍA AXESOR

- **Entrega de Base de Datos de Clientes (Empresas)**
- **Los campos mínimos requeridos son:**
  - **Razón Social**
  - **Forma Social**
  - **Provincia**
  - **CIF**
- **El campo CIF es el más importante y con éste la identificación es máxima y se sitúa entorno al 90%.**

## METODOLOGÍA AXESOR

- La Base de Datos se somete a un proceso de identificación de Sociedades y se le asigna una clave AXESOR
- Una vez identificadas las sociedades se enriquecen con los campos económicos financieros y se agrupa la información.
- La Base total Axesor se ordena de la misma forma para poder realizar comparaciones de cuota de mercado entre grupos iguales.
- Se da una tasa de penetración por actividad y tamaño de empresa para una geografía dada y una estructura de riesgo financiero de la cartera actual de clientes.

## RESULTADOS.EJEMPLO

El 'cliente A' nos suministra un fichero de clientes con 500 registros y datos de CIF, Razón y Forma Social , Provincia ( GRANADA).  
Tras la identificación el resultado ha sido el siguiente:

### RESULTADO DE LA IDENTIFICACIÓN

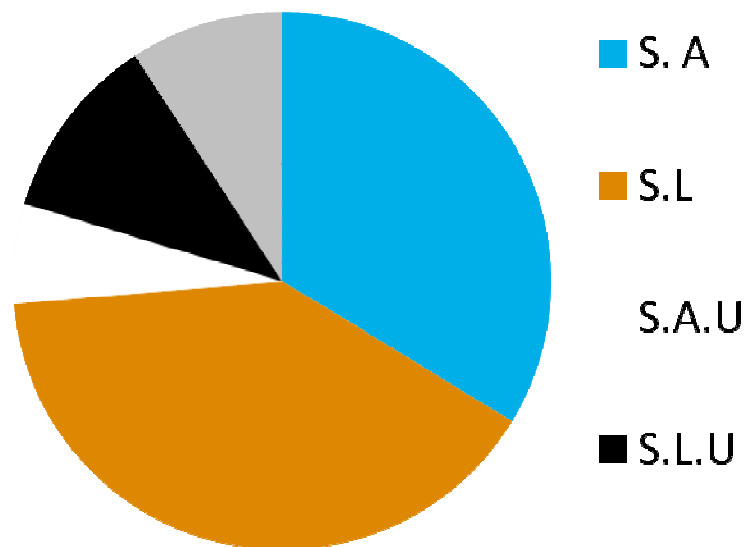
S.A	169
S.L	200
S.A.U	30
S.L.U	56
NO IDENTIFICA	46
TOTAL	500

## RESULTADOS.EJEMPLO

Tras la identificación el resultado ha sido el siguiente:

### RESULTADO DE LA IDENTIFICACIÓN REPRESENTACIÓN GRAFICA DE FORMAS SOCIALES IDENTIFICADAS

S.A	169
S.L	200
S.A.U	30
S.L.U	56
NO IDENTIFICA	46
TOTAL	500



# GESTION DEL CONOCIMIENTO

## RESULTADOS.EJEMPLO

### CLIENTES

ACTIVIDAD (CNAE 2)	TAMAÑO			TOTAL
	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	
INDUSTRIA DEL PAPEL	59	34	23	116
INDUSTRIA TEXTIL	50	34	12	96
METALURGIA	67	11	3	81
INDUSTRIA QUÍMICA	56	45	6	107
RECICLAJE	33	46	6	55

TOTAL 455

### POTENCIAL AXESOR

ACTIVIDAD (CNAE 2)	TAMAÑO			TOTAL
	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	
INDUSTRIA DEL PAPEL	345	789	234	1368
INDUSTRIA TEXTIL	349	450	320	1119
METALURGIA	457	567	125	1149
INDUSTRIA QUÍMICA	869	876	900	2645
RECICLAJE	980	700	345	2025

TOTAL AXESOR 8306

### RATIO PENETRACIÓN

ACTIVIDAD (CNAE 2)	TAMAÑO			TOTAL
	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	
INDUSTRIA DEL PAPEL	17,10%	4,31%	9,83%	8,48%
INDUSTRIA TEXTIL	14,33%	7,56%	3,75%	8,58%
METALURGIA	14,66%	1,94%	2,40%	7,05%
INDUSTRIA QUÍMICA	6,44%	5,14%	0,67%	4,05%
RECICLAJE	3,37%	2,29%	1,74%	2,72%

PENETRACIÓN 5,48%

### ANÁLISIS DE RIESGOS

RIESGO	EMPRESAS
CONFIANZA	189
PRECAUCIÓN	145
VIGILANCIA	43
CONTADO	23
SIN INFORMACIÓN	45

TOTAL AXESOR 445

## RESULTADOS.EJEMPLO

Si el cliente quiere ampliar el mercado en Málaga ( Por ejemplo), además suministramos la siguiente información.

MÁLAGA	POTENCIAL AXESOR			
ACTIVIDAD (CNAE 2)	TAMAÑO			
	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	TOTAL
INDUSTRIA DEL PAPEL	789	870	257	1916
INDUSTRIA TEXTIL	456	439	345	1240
METALURGIA	567	621	123	1311
INDUSTRIA QUÍMICA	790	900	903	2593
RECICLAJE	987	678	352	2017
TOTAL AXESOR				9077

## TOMA DE DECISIONES

**Tras el estudio de la cartera del cliente , en función de los ratios de penetración en el mercado y la estrategia de ampliación geográfica, se adquiere la Base de Datos con las características que más se adaptan al perfil de cliente y campaña que se quiere realizar.**

**Es su decisión cuantos registros y que vía va a usar de comunicación.**

## Notas:

**Este estudio es un ejemplo general básico de Mercado basado en la disposición de la Base de Datos completa axesor que permite comparar y posicionar la cartera de clientes de una forma sencilla.**

**Axesor realiza estudios más complejos basados en técnicas estadísticas , modelos de jerarquía , cluster , análisis factorial , etc que permiten profundizar de una forma más exhaustiva en la cartera de cliente.**

**También realizamos estudios de Scoring comerciales , que cuantifican el potencial de compra de un nuevo cliente.**

**Para cualquier consulta que os surja no dudéis en contactar en [infobdm@axesor.es](mailto:infobdm@axesor.es)**