GeoBooker

BIBLIOTECA DE NEGOCIOS · DOCUMENTO 02

Radiografía del negocio

Cómo diagnosticar el estado actual de un negocio

Diagnóstico

Edición profesional · Agosto 2026 · geobooker.com.mx

REVISIÓN EDITORIAL

Muchos negocios quieren vender más, pero no siempre saben que problema deben resolver primero. A veces el problema falta de claridad en la oferta.

Este documento ayuda a revisar el estado actual de un negocio antes de tomar decisiones costosas o improvisadas.

1. Idea Central

Diagnosticar un negocio significa observarlo con orden para entender que está funcionando, que está fallando y que debe atenderse primero.

Un diagnóstico no busca culpar. Busca claridad.

Antes de invertir en publicidad, abrir otra sucursal, contratar personal, bajar precios o cambiar de giro, conviene responder una pregunta básica:

> **¿Qué parte del negocio necesita mejorar con mayor urgencia y que evidencia tengo para saberlo?**

Sin diagnóstico, el negocio puede gastar energía en síntomas y no en causas.

2. Para quién Sirve

Este documento sirve para:

- Dueños de negocios locales.
- Encargados de operación.
- Emprendedores que ya empezaron a vender.
- Negocios familiares.
- Profesionistas independientes.
- Comercios con baja visibilidad.
- Negocios que quieren contratar publicidad.
- Equipos que sienten que trabajan mucho pero avanzan poco.

También sirve para personas que desean evaluar si su negocio está listo para crecer.

3. El Error Más Común

El error más común es diagnosticar con emociones y no con evidencia.

Ejemplos:

- "No vendemos porque la gente no tiene dinero."
- "Necesitamos publicidad."
- "El equipo no quiere trabajar."
- "La competencia nos copio."

- "El problema es la ubicación."

Estas frases pueden tener algo de verdad, pero no son diagnóstico. Son interpretaciones iniciales.

Un diagnóstico profesional pregunta:

- ¿Qué datos tenemos?
- ¿Qué ha cambiado?
- ¿Qué dicen los clientes?
- ¿Qué parte del proceso falla?
- ¿Dónde se pierde dinero?
- ¿Dónde se pierde confianza?
- ¿Dónde se pierde tiempo?
- ¿Qué podemos comprobar?

4. Las Seis Áreas Del Diagnóstico Geobooker

Para revisar un negocio de forma simple, proponemos seis áreas.

1. Oferta

Que vendes, a quién, por qué te eligen y qué tan clara es tu propuesta.

2. Cliente

Quien compra, quien pregunta, quien vuelve, quien se pierde y quien recomienda.

3. Operación

Cómo funciona el negocio por dentro: procesos, tiempos, personal, inventario, entregas y calidad.

4. Finanzas

Ingresos, costos, margen, flujo, precios y gastos.

5. Visibilidad

Cómo te encuentran: buscadores, mapas, redes, recomendaciones, anuncios y presencia local.

6. Reputación

Que confianza genera el negocio: reseñas, quejas, cumplimiento, atención y postventa.

Estas seis áreas permiten ordenar la conversación. Un negocio puede tener ventas, pero mala operación. Puede tener buena reputación, pero baja visibilidad. Puede tener muchos clientes, pero mal margen.

5. Diagnóstico Rápido En Una Página

Califica cada área del 1 al 5.

1 significa: área crítica.

5 significa: área fuerte y controlada.

Área	Pregunta guía	Calificación
Oferta	¿El cliente entiende rápidamente que vendemos y por qué elegirnos?	/ 5
Cliente	¿Sabemos quienes son nuestros mejores clientes y por qué compran?	/ 5
Operación	¿Entregamos con calidad, tiempo y consistencia?	/ 5
Finanzas	¿Conocemos costos, margen y flujo de efectivo?	/ 5
Visibilidad	¿Nos encuentran fácilmente en búsquedas locales?	/ 5
Reputación	¿Generamos confianza antes, durante y después de vender?	/ 5

Resultado

Suma total:

/ 30

Interpretación:

- 6 a 12 puntos: el negocio necesita orden urgente antes de crecer.
- 13 a 20 puntos: el negocio funciona, pero tiene áreas débiles claras.
- 21 a 26 puntos: el negocio tiene base saludable y puede optimizar.
- 27 a 30 puntos: el negocio está fuerte, pero debe mantener seguimiento.

Esta herramienta no sustituye un diagnóstico profesional. Sirve para iniciar una conversación ordenada.

6. Área 1: Oferta

La oferta responde tres preguntas:

1. ¿Qué vendes?
2. ¿A quién le sirve?
3. ¿Por qué deberían elegirte?

Un negocio puede fallar no porque su producto sea malo, sino porque su oferta no está clara.

Senales De Problema

- La descripción del negocio es genérica.
- El menu, catalogo o servicio no se entiende rápido.
- El negocio ofrece demasiadas cosas sin prioridad.
- El cliente no percibe diferencia frente a la competencia.

Preguntas De Diagnóstico

- ¿Cuál es nuestro producto o servicio principal?
- ¿Cuál es el producto o servicio más rentable?
- ¿Cuál atrae más clientes?
- ¿Cuál genera más quejas?
- ¿Qué frase explica mejor lo que hacemos?
- ¿Si un cliente nos encuentra en Geobooker, entenderá nuestra oferta en menos de 10 segundos?

Acción Recomendada

Escribe una frase simple:

> **Ayudamos a**
>
> ---
>
> **a resolver**
>
> ---
>
> **mediante**
>
> ---
>
> **.**

Ejemplo:

> **Ayudamos a conductores de la zona a resolver fallas mecanicas comunes mediante diagnóstico rápido, servicio preventivo y reparaciones claras.**

7. Área 2: Cliente

No todos los clientes tienen el mismo valor para el negocio. Algunos compran una vez, otros vuelven, otros recomiendan y otros consumen muchos recursos.

Diagnosticar clientes significa entender quienes sostienen realmente el negocio.

Senales De Problema

- No sabes de dónde vienen tus mejores clientes.

- No sabes que servicio compran más.

- No tienes registro de contactos.
- No haces seguimiento.
- Confundes seguidores con clientes.

Preguntas De Diagnóstico

- ¿Quiénes son nuestros mejores clientes?
- ¿Qué tienen en común?
- ¿De que colonia, ciudad o zona vienen?
- ¿Qué problema buscan resolver?
- ¿Cómo nos encontraron?
- ¿Por qué vuelven?
- ¿Por qué dejan de comprar?

Acción Recomendada

Haz una lista de tus últimos 20 clientes y marca:

- Que compraron.
- Cómo llegaron.
- Si volverían.
- Si recomendarían.
- Que problema resolvieron.

Esto vale más que muchas suposiciones.

8. Área 3: Operación

La operación es la forma en que el negocio cumple lo que promete.

Publicidad sin buena operación puede aumentar problemas. Si llegan más clientes pero el negocio no puede atenderlos bien, crecen las quejas.

Senales De Problema

- Retrasos frecuentes.
- Errores repetidos.
- Inventario desordenado.
- Falta de responsables.
- Calidad inconsistente.
- El dueño resuelve todo.
- El equipo no sabe prioridades.

Preguntas De Diagnóstico

- ¿Dónde se pierde más tiempo?
- ¿Qué tarea depende demasiado de una sola persona?
- ¿Qué errores se repiten?
- ¿Qué parte del servicio genera más quejas?
- ¿Qué promesa hacemos al cliente que no siempre cumplimos?

Acción Recomendada

Elige un proceso crítico y dibújalo en pasos.

Ejemplo para pedido:

1. Cliente pregunta.
2. Se confirma disponibilidad.
3. Se cotiza.
4. Cliente acepta.
5. Se prepara.
6. Se entrega.
7. Se da seguimiento.

Después marca en qué paso se pierden tiempo, dinero o confianza.

9. Área 4: Finanzas

Un negocio puede vender y aun así estar en riesgo si no entiende sus costos.

Las finanzas básicas no son solo contabilidad. Son la capacidad de saber si lo que vendes deja suficiente margen para sostener el negocio.

Senales De Problema

- No sabes cuánto cuesta realmente entregar tu producto o servicio.
- Mezclas dinero personal y dinero del negocio.
- No sabes margen por producto.
- Vendes mucho, pero no queda efectivo.
- Das descuentos sin calcular impacto.
- No separas impuestos, renta, nomina, inventario o reinversión.

Preguntas De Diagnóstico

- ¿Cuánto vendimos este mes?
- ¿Cuánto costo vender eso?

- ¿Cuánto quedo realmente?

- ¿Qué gasto crecio sin control?
- ¿Qué deuda o compromiso viene pronto?
- ¿Tenemos flujo para operar el siguiente mes?

Acción Recomendada

Haz una tabla mensual simple:

Concepto	Monto
Ingresos totales	
Costo directo	
Gastos fijos	
Gastos variables	
Deudas/pagos pendientes	
Dinero disponible	

No necesitas empezar perfecto. Necesitas empezar a ver.

10. Área 5: Visibilidad

La visibilidad responde a una pregunta:

> **¿cuando alguien cercano necesita lo que vendo, tengo posibilidad real de aparecer?**

Muchos negocios dependen solo de conocidos, redes sociales o paso peatonal. Eso puede funcionar, pero limita crecimiento.

Senales De Problema

- El negocio no aparece en mapas o directorios.
- Los datos están incompletos.
- No hay fotos claras.
- La categoría es incorrecta.
- El teléfono o horario no están actualizados.
- No se sabe que productos o servicios ofrece.
- No se mide cuantos clientes llegan por búsqueda.

Preguntas De Diagnóstico

- ¿Mi ficha tiene nombre, categoría, horario, teléfono y ubicación correctos?
- ¿Mis fotos generan confianza?
- ¿Mi descripción explica que vendo?
- ¿Tengo palabras que coinciden con cómo busca la gente?
- ¿Estoy usando Geobooker para mejorar mi presencia local?

Acción Recomendada En Geobooker

1. Busca tu negocio.
2. Revisa si aparece.
3. Reclama o registra el negocio.
4. Actualiza datos.
5. Elige categoría correcta.
6. Agrega descripción clara.
7. Revisa oportunidades de publicidad si la operación ya puede responder.

11. Área 6: Reputación

La reputación es confianza acumulada.

No se construye solo con publicidad. Se construye con cumplimiento, atención, claridad, respuesta a problemas y consistencia.

Senales De Problema

- Quejas repetidas.
- Reseñas sin responder.
- Promesas incumplidas.
- Mala comunicación.
- Clientes que no vuelven.
- Equipo que no sabe manejar reclamos.
- Falta de postventa.

Preguntas De Diagnóstico

- ¿Qué quejas se repiten?
- ¿Respondemos con claridad?
- ¿Pedimos retroalimentación?
- ¿Sabemos por qué se pierde un cliente?
- ¿Hay seguimiento después de vender?

- ¿Qué tan fácil es confiar en nosotros antes de comprar?

Acción Recomendada

Toma las últimas cinco quejas o molestias y clasificalas:

- Problema de producto.
- Problema de tiempo.
- Problema de atención.
- Problema de precio.
- Problema de comunicación.
- Problema de expectativa.

Después define una acción concreta para la categoría más repetida.

12. Matriz De Prioridad

No todo debe corregirse al mismo tiempo.

Usa esta matriz:

Problema	Impacto	Urgencia	Facilidad	Prioridad
Ejemplo: datos incorrectos en ficha	Alta	Alta	Alta	1
Ejemplo: costos no calculados	Alta	Alta	Media	2
Ejemplo: fotos antiguas	Media	Media	Alta	3

Califica cada problema:

- Impacto: alto, medio o bajo.
- Urgencia: alta, media o baja.
- Facilidad: alta, media o baja.

Empieza por problemas de alto impacto, alta urgencia y alta facilidad.

13. Errores Comunes Al Diagnosticar

- Diagnosticar solo desde la opinion del dueño.
- Confundir ventas con utilidad.
- Creer que publicidad resuelve cualquier problema.
- No escuchar al cliente.
- No revisar datos.
- Intentar cambiar todo al mismo tiempo.

- No escribir acuerdos.

- Medir cosas que no conectan con decisiones.

14. Checklist De Diagnóstico

- La oferta principal está clara.
- El negocio sabe quienes son sus mejores clientes.
- Hay datos básicos de ventas y costos.
- Los procesos principales están identificados.
- Los datos públicos del negocio están actualizados.
- El negocio aparece correctamente en búsquedas locales.
- Las quejas se revisan y clasifican.
- Hay responsables para acciones de mejora.
- Se revisa avance cada semana.
- Se evita comprar publicidad antes de corregir fallas graves de operación.

15. Preguntas De Reflexion

1. ¿Qué problema se repite más en mi negocio?
2. ¿Qué evidencia tengo de ese problema?
3. ¿Qué área está más débil: oferta, cliente, operación, finanzas, visibilidad o reputación?
4. ¿Qué cambio pequeño podría mejorar el negocio esta semana?
5. ¿Qué decisión he postergado por falta de datos?
6. ¿Qué dice el cliente que yo no estoy escuchando?
7. ¿Qué promesa hago que no siempre puedo cumplir?
8. ¿Qué información pública de mi negocio debo actualizar hoy?

16. Acción Recomendada En Geobooker

Antes de contratar publicidad o iniciar una campaña, revisa si tu negocio está preparado para recibir más atención.

Acciones sugeridas:

1. Busca tu negocio en Geobooker.
2. Reclama o registra tu ficha.
3. Actualiza nombre, categoría, teléfono, horario y ubicación.
4. Revisa si tu descripción responde qué vendes y para quién.
5. Identifica que búsquedas deberían encontrarte.
6. Si tu operación está lista, explora opciones de visibilidad local.

La visibilidad funciona mejor cuando el negocio ya puede cumplir lo que promete.

17. Cierre

Diagnosticar no es criticar. Diagnosticar es cuidar el negocio con inteligencia.

Un diagnóstico simple puede evitar gastos innecesarios, decisiones impulsivas y frustración. También puede mostrar oportunidades que estaban escondidas.

El negocio que aprende a observarse con honestidad tiene más posibilidades de mejorar que el negocio que solo reacciona a la urgencia.

18. Aviso Editorial Y Legal

Este documento es educativo e informativo. No constituye asesoría legal, fiscal, contable, financiera, laboral ni profesional personalizada.

Las decisiones especificas deben revisarse con especialistas calificados según el país, industria, regulación y condiciones particulares del negocio.

El contenido podrá consultarse dentro de la PWA de Geobooker y descargarse en PDF cuando exista versión publicada. Su modificación, venta, redistribución comercial o uso como obra derivada requiere autorización expresa de Geobooker.

Lleva Geobooker contigo.

Descubre negocios cercanos, administra tu perfil, consulta la Biblioteca y continúa tomando decisiones con mayor criterio desde tu teléfono.

Google Play
Descargar para Android

App Store
Descargar para iPhone

geobooker.com.mx/download