



PRE-ESTUDIO
Auditorias de Marketing
PROMÁLAGA



ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PARTICIPANTES

Del estudio realizado a los participantes de la plataforma www.auditoriamarketing.es podemos señalar que en Málaga nos encontramos con **un grupo maduro de empresarios y emprendedores cuya edad media se sitúa en torno a los 37 años**, destacando los 34 como la edad que más se repite. Señalar que el empresario más joven tiene 23 años mientras que el más veterano tiene 60 años.

Por sexo, existen **54 hombres y 23 mujeres** en puestos de dirección de los proyectos y empresas participantes en la plataforma.

Con respecto a los estudios realizados nos encontramos que **el 71% del total tienen una licenciatura, los que han cursado bachillerato y/o formación profesional son 22% del total de promotores, mientras que un 7% de los promotores tienen el graduado escolar.**

Por actividad las empresas que conforman el estudio **se dedican principalmente al sector servicios**, incidiendo en los siguientes sectores:

- Hostelería y turismo
- Asesoría y consultoría a empresas
- Comercio
- Nuevas Tecnologías

Estas sociedades y proyectos han creado 736 puestos de trabajos. Solo en Málaga se han generado 24,18% de estos puestos de trabajo.

La media de trabajadores de las empresas malagueñas es de **3 trabajadores** mientras que la media del total de participantes de la plataforma ha sido de 9.

Nos encontramos que solamente **el 73% de las empresas han definido su misión empresarial, y el 65 % también han definido su visión**



El 33% tiene su marca registrada aunque el 94% poseen una marca, incidiendo en que hay un 6% de empresas que no tienen una marca corporativa con la que identificarse y diferenciarse de su competencia.

Sobre qué **tipo de empresa** han sido las participantes, **el 78% son micropymes**, lo que coincide con la media de 3 trabajadores, **el 15% son pequeñas y un 5% medianas**, lo que también coinciden con la estadísticas generales de que el 98% de las empresas son pymes.

El 52% de los participantes ofrecen a sus clientes servicios, seguidos de un **31% que ofrece a la par servicios y productos**.

La mayoría de las empresas **se mueven dentro del mercado provincial y regional, solo el 16% trabaja de manera local**.

En relación a la red de ventas observamos que **el 88% de empresas no tienen red de ventas**.

La puntuación media sobre la **implantación de marketing en las empresas es del 51%**, lo que nos indica que la mayoría hace algún tipo de actuación pero no planificada, coordinada o controlada para conseguir los objetivos planteados ya que como puntos resumen adosado a esta puntuación:

- **52% no conoce o calcula el punto de equilibrio** de su proyecto o empresa
- **Solo se planifica a corto plazo**
- **El 65% no hace acciones de fidelización** de sus actuales o anteriores clientes
- **Solo el 12% tiene o trabaja de forma externa con un departamento de marketing**
- **Carecen de un plan de marketing, 91%**
- **Únicamente el 38% realiza alguna acción de marketing 2.0** siendo la mayoría sin planificar