[http://img1.blogblog.com/img/icon18_wrench_allbkg.png](http://www.blogger.com/rearrange?blogID=2103548899353271336&widgetType=CustomSearch&widgetId=CustomSearch1&action=editWidget&sectionId=main)

**Análisis Situacional (Pest-Porter-Foda)**

**Análisis Situacional**

*Empresa: Tablas Sociedad de Gastronomía y Pubs Ltda.*

**Análisis PEST**

Político: Se impuso una ley que prohíbe tener mas de un Pub con patente de discoteque por cuadra, dejando en claro que Mito Urbano se la ganó, lo que le permite mayores ganancias.

Económico: Las ganancias se clasifican por días, un ejemplo es que el día que menor cantidad tanto de consumidores como trabajadores va, es el martes, y el con mayor afluencia es el día viernes

Social: Se considera a esta empresa, con un target C1 y C2, es por esto que es visitado por actores, cantantes y bailarines de televisión, subiendo el status del local.

Tecnológico: Posee una tecnología avanzada en cuanto a maquinaria, donde destacamos cámaras de frío, gran cantidad de coolers, y maquinas fabricantes de hielo dentro del local, y sistema de Palm para facilitar el trabajo de garzones, entre otras.

**Cinco fuerzas de Porter**

Nuevos competidores: Al salir la nueva ley de patentes en Providencia, solo dos locales se quedaron con la patente de baile, Mito Urbano y Ondeground, esas patentes son intransferibles del lugar. Si analizamos la situación deberíamos tener dos discoteques, pero el local Ondregraund no trabaja como disco, sino como pub, siendo así, el único local de esas similitudes en el sector de Manuel Montt. Mientras tanto un nuevo local llega a la cuadra, siendo así por su infactuctura el local mas amenazador del barrio bohemio. El local llamado Open Blondie, que se caracteriza por su elegante diseño y nueva energía al sector histórico.

Negociación con el cliente: al ser un local único en el sector y casi en un 99% sin competencia por el grupo socioeconómico que lo frecuenta (c1 – c2). Mito Urbano se caracteriza por ser un local caro y así mismo impone los precios sin la participación de los clientes. Por supuesto que a lo largo de la noche lanza promociones para cautivar el publico, y hacer de la noche una fiesta mas entretenida. Otro punto importante, la red de pub y discoteque de la *empresa Tablas Sociedad de Gastronomía y Pubs Ltda. Es el único lugar para la distracción de el barrio Manuel Montt , que cobra entrada para el ingreso del local, y por la alta frecuencia de gente, nos podemos dar cuenta que ellos son buenos y por lo tanto cobran a su antojo.*

Productos sustitutos: Dentro de esta área podemos encontrarnos hablar de las nuevas tecnologías, Mito Urbano se caracteriza por ir a la vanguardia de las tecnologías aplicadas a un centro de eventos de estas características, maquinas de hielo, que agilizan y bajan los costos de cada trago , teniendo así una mayor guanacia por venta.

Tenemos también una sofisticada red de luces traídas desde Europa, que Hacen de Mito un lugar con las mejores luces de Latinoamérica.

También podemos hablar de productos , mito urbano se potencia junto a liquidos.cl, para lograr una perfecta carta de licores a la vanguardia de los mejores pub y restaurant de Latinoamérica

Negociación con los proveedores: como ya mencionamos el Pubs tiene una alianza con liquidos.cl entregando así los mejores productos y los preciosa mas convenientes del mercado , con una amplia responsabilidad de la botillería para entregar a tiempo los productos requeridos por el local.

Así también con los productos naturales sostienen un acuerdo con la verdulería Pedrito, en la vega central , para proveer el 100 % de los productos sin demora y sin escases de alguno.

Rivalidad entre los competidores existentes: Mito Urbano no tiene rivalidad comercial con el resto de los locales del sector , pues si la tienen sus empleados que tratan de comentar la mala calidad del otro local , produciéndose así un conflicto externo. La publicidad juega otro punto importante. Nadie como mito urbano utiliza tanto la publicidad en el sector , además para cautivar a los clientes, lleva a famosos, para mantenerlos contentos .

**Análisis FODA**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas |
| - Personal muy bien presentado.  - Alta tecnología en maquinarias de trabajo.  - Entrega motivación laboral y premios de esfuerzo.  - Buen ambiente laboral, lo que hace que se trabaje en armonía.  - Capacitaciones especializadas para cada área de trabajo. | - Buena música, lo que hace fiel al publico que concurre.  - Excelente seguridad.  - Es conocido y recomendado por turistas de todo el mundo.  - Único con patente de discoteque en el sector.  - Amplia pista de baile y sectores VIP. | - Sueldos poco equitativos.  - Las horas laborales son mayores que las permitidas.  - En horarios de salida, poca movilización.  - Poco personal masculino en algunas áreas, lo que requiere mucho esfuerzo físico femenino.  - Poco stock de productos para días concurridos. | - Sistema de onzas, no permite la conformidad del cliente.  - Pocos estacionamientos para la cantidad de consumidores.  - Mala ubicación de su segunda sucursal.  - Mala ventilación y extracción de aire.  - Concurrencia de mujeres ofreciendo servicios sexuales desprestigian el local. |