**Fortalezas**

1. ¿Qué cosas son las que su empresa hace muy bien?

Tiempos de respuesta rápidos, respuesta a garantías y evaluación de problemas con clientes existentes sin costo adicional, asesoría y retroalimentación por teléfono en todo momento.

1. ¿La empresa posee una ventaja competitiva que la diferencia de las demás? No

¿Cuál es? ¿Por qué considera eso? Porque ha sido una marca que ha estado abandonada y en pausa todo este tiempo, lo cual ha ocasionado la pérdida de clientes, redes sociales y posicionamiento.

1. ¿La empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta? Tiene potencial de crecimiento ¿Por qué? Por tener en su cartera de clientes empresas medianamente reconocidas y el trayecto que tiene en el mercado
2. ¿La empresa está haciendo uso de las redes sociales? No, en lo absoluto. ¿Qué valoración tiene de esa acción?
3. ¿La empresa es innovadora? No ¿De qué forma y en qué áreas?
4. ¿Poseen alguna ventaja respecto a:
	1. Canales de distribución [x]  ¿Por qué? Porque tiene socios activos que se mantienen en constante movimiento en pro de tener una mayor y mejor cobertura, además posee proyectos para aumentar sus canales de distribución e implementar el comercio en línea.
	2. Posicionamiento de marca [ ]  ¿Por qué? En este momento se está intentando fortalecer y reposicionar la marca.
	3. Recursos: [ ]  ¿Por qué?
	4. Localización: [x]  ¿Por qué? Oficinas céntricas y cobertura a nivel de país prácticamente.
	5. Cultura: [ ]  ¿Por qué?
	6. Precio: [ ]  ¿Por qué?
	7. Costo: [ ]  ¿Por qué?
	8. Calidad: [ ]  ¿Por qué?
	9. Valores: [ ]  ¿Por qué?
	10. Otro:

**Debilidades**

1. ¿En qué aspectos consideras que la empresa está fallando?

Mala organización y orden administrativo, no trabajo de marca ni publicidad, personal técnico deficiente y nada motivado.

1. ¿Cuáles son las razones detrás de esas fallas?

No seguimiento y orden por parte de directivos, no existen procesos establecidos para las áreas, poca dedicación y poco trabajo, nada de control y seguimiento, nada de planeación, todo surge al día a día, nada de base contable ni financiera.

1. ¿Consideras importante la presencia de su Producto/Servicio/Marca en redes sociales? Sí

¿Por qué? Para posicionarse, crear una comunidad y atraer nuevos clientes.

1. ¿Los objetivos planteados pueden asumirse sin afectar otros procesos?

De hecho, no existen objetivos plasmados ni planteados, todo marcha según el día a día.

1. ¿Considera que se conoce bien el mercado meta de su producto o marca?

Se conoce bastante bien, gracias al trayecto ya recorrido de la marca.

1. ¿Poseen una base de datos alta o baja para su Producto/Servicio/Marca?

Baja

1. ¿La marca líder ha perdido participación en el mercado?

Lo desconozco

¿Tiene liderazgo o prestigio en el sector en el que se mueve?

No, nos perciben como de mala calidad y muy informal. Aprovechando esto a su favor.

1. ¿La empresa es capaz de reconocer errores y corregirlos?

Medianamente

1. ¿Cómo considera que es percibida la imagen de la marca?

Como informal, desorganizada, precios bajos y baja calidad.

1. ¿Considera que su empresa es susceptible al cambio?

Sí, mucho.

1. ¿Posee un mal crédito para préstamo?

No.

1. ¿Poseen sistemas tecnológicos obsoletos?

Sí, de hecho no se manejan tecnologías más que Excel y herramientas súper básicas.

1. ¿Los costos de la empresa les permiten ser competitivos?

Hasta cierto punto.

1. ¿Qué se debería mejorar?

La planificación, organización y control, lo que conlleva y trae consigo la reestructuración de recursos de todo tipo y redirección de esfuerzos.

**NOTA: El éxito depende de la calidad de información y del aporte del equipo gestor…**

**Oportunidades**

1. ¿El mercado en el que opera tu empresa está en crecimiento?

Sí.

1. ¿A qué tipo de clientes van enfocados los productos que venden?

Empresas de tipo residencial, personas que trabajan desde casa, emprendimientos y organizaciones grandes ya establecidas.

1. ¿Los productos satisfacen tendencias de consumo o podrían adaptarse para hacerlo?

Son productos bastante estáticos, sin embargo, hasta cierto punto se producen pequeños cambios que innovan.

1. ¿Existen nuevas tecnologías o cambios en el marco regulatorio que tu empresa puede aprovechar?

Sí, aplicación de sistemas que ayuden el manejo y control tanto de clientes como de organización interna.

1. ¿Existe algún elemento de la competencia o del mercado que se pueda aprovechar para beneficio y que actualmente no se ha abordado?

Sí, los créditos con nuestros proveedores, actualmente y hasta hace tres meses se ha gestionado y fue aprobado el crédito con uno de los proveedores, se debe aplicar en más sitios y aprovecharlo.

La oportunidad que existe de publicitarse en medios digitales y el prestigio que puede darnos el trabajar con empresas ya establecidas.

La oportunidad de brindar un excelente servicio para de esta forma poder ser recomendados e utilizar el boca a boca.

1. ¿Han sido los primeros en adaptarse a cambios tecnológicos que los hagan más competitivos?

Se proyecta esto, sin embargo, aún no se ha implementado.

1. ¿Saben reaccionar y crear nuevos productos o servicios que el mercado necesita?

Se tiene la capacidad, sin embargo, no se ha trabajado.

1. ¿Podría existir la posibilidad de aliarse con otra empresa, la cual permita realizar nuevas estrategias competitivas? Sí ¿Cuál empresa sería? Empresas de fontanería, construcción. Subcontratación de técnicos especialistas en equipos más complejos. Subcontratación de personas que nos apoyen en temas de consultoría en cuanto a temas eléctricos.
2. ¿Han considerado la expansión a otros mercados (otros países)?

No

1. ¿Se han visto beneficiados por las nuevas regulaciones de los Tratados de Libre Comercio?

No, hemos recibido el apoyo por parte de BANDESAL.

**Amenazas**

1. ¿Qué obstáculos legales, impositivos o normativos enfrenta tu negocio?

Falta de contabilidad formal actualizada a la fecha, por tanto, existe la posibilidad de una auditoría y salir mal evaluados. Falta de contratos de trabajo para sus empleados, falta de seguridad industrial implementada en cuanto al equipo técnico, no existencia de contratos comerciales con clientes.

1. ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de los productos y/o servicios que ofrece la empresa?

No.

1. ¿Qué elementos del entorno económico, político y social pueden afectar a la empresa?

El entorno político es crítico en nuestro país, lo que genera poca inversión extranjera, devaluación de negocios, etc. Además, la amenaza latente del COVID-19, con la que actualmente vivimos.

1. ¿Quiénes considera que son su competencia?

Aire Frio, Siaces, Grupo Zero y todas estas empresas pequeñas que se dedican a la instalación, reparación, suministro y servicios básicos de reparación de equipos de hasta 5 toneladas, cámaras refrigerantes, etc.

 ¿Son más fuerte que su empresa?

Sí, poseen más clientes y mejor posicionamiento en cuanto a marca.

1. ¿Están entrando nuevos competidores en el sector?

Sí, hay bastantes personas que de forma individual brindan servicio y tienen estrategias como precios bajos, en ese segmento sí, está creándose competencia.

1. ¿Qué barreras de entrada existen en el sector?

No existen barreras difíciles de romper. Papeleo básico legal, nada de permisos especiales, etc.

1. ¿Han cambiado los gustos o las necesidades de los clientes que atienden?

No en gran medida, cosas básicas como bioseguridad e higiene, más frecuencia de mantenimientos para servicios. Además, ha reducido la demanda en cuanto a empresas grandes ya que muchas se encuentran en home office.

1. ¿Qué otros obstáculos pudieran amenazar o actualmente amenazan a la empresa?

Sepas de la pandemia, no mejora de economía, liquidación de empresa por parte de socios, falta de capital de inversión, pérdida de grandes clientes por nuevas políticas y medidas implementadas, falta de personal comprometido y capacitado. Marca no registrada ni patentada.