**Buenos días, mi nombre es Gabriela Grande, me encuentro realizando una investigación para determinar la situación actual de My Circle, solicito su permiso para grabar la entrevista.**

**Datos de entrevistado: Dannis Flores.**

**Fortalezas**

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

*Realmente actualmente Conectar a socias con clientes y viceversa, darle al cliente lo que quiere y que quede satisfecho con nuestros servicios.*

1. ¿La empresa posee una ventaja competitiva que la diferencia de las demás?

*Por el momento no* ¿Por qué considera eso?

*porque mi trabajo desde que fundé esta idea y esta empresa ha sido sistematizarla y automatizarla y sin la página web y sin la aplicación no puedo, es decir, incluso todavía trabajo para ver de qué forma podemos automatizar para que el negocio trabaje solo, es decir, que no haya tanto personal atrás de nosotros, si obviamente tienen que haber verdad, pero eso es todo, somos una rent a car más literalmente, ese mensaje estamos dando únicamente por mantenernos a flote.*

1. ¿La empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta?

*No*

¿Por qué?

*Creo que hemos tenido bastantes fracasos al seleccionar y al trabajar con agencias publicitarias y no hacerlo nosotros mismos, o sea no capacitarnos que es lo que estoy haciendo yo, y eso, o sea, la forma en cómo nos comunicamos creo que está mal.*

1. ¿La empresa está haciendo uso de las redes sociales?

*Si*

¿Qué valoración tiene de esa acción?

*A partir de enero lo estamos haciendo nosotros, como te repito únicamente segmentamos desde la fan page a modo de vender que es lo que quiero completamente cambiar y Marketplace que es la herramienta que nos ha servido para vender.*

1. ¿La empresa es innovadora?

*El sistema, el modelo de negocios sí. Porque no hay nadie más que sea como nosotros, no tenemos limitaciones al momento del crecimiento de la empresa, porque no necesitamos invertir para poderle dar, cubrir una demanda de dos mil clientes. Claro tenemos que trabajar para conseguir esos dos mil vehículos, o sea podemos no limitarnos.*

¿De qué forma y en qué áreas?

*Es innovadora en el modelo de negocios, en cuanto a economía colaborativa, donde buscamos una red de socios para que podamos abastecer nuestra demanda de servicio, e innovadora pues porque por lo menos en Latinoamérica no existe el mismo modelo de negocio, es algo nuevo es un servicio activo, pero con una forma diferente.*

¿Poseen alguna ventaja respecto a:

* 1. Canales de distribución  *No, ninguna.* ¿Por qué? *Porque estamos vendiendo el servicio como tal, una rent a car más.*
  2. Posicionamiento de marca  *Malo, no hemos hecho buen branding.* ¿Por qué?
  3. Recursos:  *No necesitamos mayor cosa que una computadora y teléfono* ¿Por qué?
  4. Localización:  *Necesitamos tener socios en San Miguel y Santa Ana pero no es necesario tener oficinas, solamente tener socios que estén allá y obviamente automatizar la aplicación para que el cliente que esté buscando vehículo se entienda con los socios que estén allá, que es en lo que estoy trabajando* ¿Por qué?
  5. Cultura:  No, la verdad no. ¿Por qué?
  6. Precio:  *Fíjate que en cuanto a precio somos competitivos, pero las grandes empresas, las multinacionales que son : HERTZ, AVIS, ALAMO, BUDGET, te venden su servicio como alquiler diario por $8.00 aunque al final vos pagues $30.00 de seguro por día, pero eso llama la atención para el cliente* ¿Por qué?
  7. Costo:  *Vaya mira, eso fue una de las cosas por las que no terminé mi modelo de negocios, delimitar mis costos por servicio por vehículo entregado, es decir, ahorita s’i ya lo podemos hacer.* ¿*Por qué? Porque invertimos $20 a la semana de publicidad y esos $20.00 nosotros entregamos 20 carros por decirte algo, ese es nuestro costo claro, costos no fijos sino costos variables. Porque los costos fijos tenemos que meter el sueldo de Gaby y demás verdad.*
  8. Calidad:  *Pues eso depende de cada socio, debemos de poder controlar a los socios, con la app si se va a poder hacer, prácticamente estoy atado a la app.*
  9. Valores:  *Si están definidos pero no están inculcados, ni entre nosotros ni mucho menos entre los socios, que si debemos hacer llegar ese mensaje.*
  10. Otro: *Nuestro modelo de negocio.*

**Debilidades**

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

*En que no damos el mensaje correcto, o sea no comunicamos lo que debe de ser, no nos vendemos como la empresa tecnológica que somos sino como una rent a car nada más, es como que Uber se estuviera promocionando para hacer viajes nada más.*

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

*No saber comunicar.*

1. ¿Consideras importante la presencia de su Marca en redes sociales?

*Sí* ¿Por qué? *Porque es súper necesario.*

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

*Si se tienen que alterar los procesos, en el aspecto de mayor inversión y muchos factores verdad.*

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

*No.*

1. ¿Poseen una base de datos alta o baja para Marca?

*No, es baja.*

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

*Fíjate que según los análisis que yo estaba haciendo de este tipo de empresa todo lo contrario ya ni segmenta en redes sociales ni en google debido a que su tráfico web es orgánico.*

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

*No*

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

*Sí, sólo Donald no.*

1. ¿Cómo considera que es percibida la imagen de la marca? *Algo desconfiable por ser nuevo verdad.*  (Para el público en general, clientes y proveedores)
2. ¿Considera que su empresa es susceptible al cambio?

*Sí*

1. ¿Posee un mal crédito para préstamo?

*Sí*

1. ¿Poseen sistemas tecnológicos obsoletos?

*Sí, no manejan data de clientes ni nada.*

1. ¿Los costos de la empresa les permiten ser competitivos?
2. ¿Qué se debería mejorar?

*Sistematizar y automatizar la aplicación*

**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?

Eso se me ha hecho bien difícil investigarlo fíjate, de hecho, tenía esa pequeña duda, debido a que estas empresas grandes ya no están invirtiendo en eso.

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

*Al perfil del cliente que visite el país, al más lejano y a salvadoreños que se les ha en determinado momento arruinado su vehículo.*

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

*Pues mira, eso depende del socio también, muchos clientes quedan fascinados con el servicio que se les brinda, uno porque se les entrega el vehículo en la zona en la que ellos necesitan, y dos la amabilidad del socio verdad, pero como es inmedible e incalculable saber eso a menos que el cliente se queje o nos felicite nos damos cuenta.*

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

*Según lo que yo he investigado hasta el momento nosotros somos una empresa como te repito tecnológica y hasta el momento no hay forma de que nosotros debamos, no hay una ley que nos rija, no tenemos que pagar impuestos, únicamente trabajando de lleno con la aplicación y la página web únicamente lo que podrían controlar seria el 10% de renta entrando el dinero al banco. Literalmente nosotros no vendemos, no somos una rent a car, sino que únicamente conectamos y movemos el mercado.*

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

*Únicamente el conocimiento de otras personas. La experiencia verdad*

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

*Al parecer sí, y en Centroamérica hay solo cuatro empresas con nuestro modelo de negocio, y en el mundo Mexico, Argentina, EEUU, y nosotros en El Salvador, solo 4.*

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

Sí, chofer, seguridad privada.

1. ¿Podría existir la posibilidad de aliarse con otra empresa, la cual permita realizar nuevas estrategias competitivas? Para nosotros seg’un lo que hemos estudiado ahorita son hoteles, aseguradoras y talleres. ¿Cuál empresa sería?
2. ¿Han considerado la expansión a otros mercados (otros países)?

Definitivamente s’i.

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

**Amenazas**

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

*Ninguno*

1. ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro

o de los productos y/o servicios que ofrece la empresa?

D;ia a dia

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

*Ninguno, a menos que Donald se meta a la política*

1. ¿Quiénes considera que son su competencia?

*Todos los que tienen presencia digital, y los que rankean en google*

¿Son más fuerte que su empresa?

*Sí*

1. ¿Están entrando nuevos competidores en el sector?

*No se*

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

*No hay ninguna barrera, simplemente tu aseguras un carro y lo podés empezar a alquilar con tus amigos, y ya estás en el mercado de alquiler de carros. Y es por eso uno de los pilares que nosotros estamos aprovechando, que hay mucha gente que hace eso y solo únicamente queremos apoyarlos de forma más innovadora*

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

*Sí, podría ser los modelos de los vehículos, más que todo los recientes, que el pago sea más fácil y la documentación.*

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

*Aprobación de los socios era mi mayor obstáculo cuando comencé, es decir, que por ser algo nuevo me dieran la confianza de alquilar su vehículo, ya pasamos esa barrera gracias a Dios estamos bien.*