**Objetivo:**

Realizar un diagnóstico de la situación actual de Raga’s Beauty Salon, conocer el modelo de negocio, segmento al que se dirige, propuesta de valor; con el propósito de brindar propuestas viables y que permita a la empresa reinventarse y potenciar sus ventas para contrarrestar el efecto de la pandemia Covid-19.

**Datos del entrevistado**

Nombre del entrevistado/a: Griselda Aguilar Pacas

Cargo que desempeña: Dueño del emprendimiento

Nombre de negocio: Raga´s Beauty Salon

Preguntas para conocer situación actual:

**GENERALIDADES**

**¿Qué áreas usted esperaría que reforzaramos más dentro de su negocio?**

 A lo mejor, quizás justo el área de ustedes, el área de marketing.

 **¿Cómo surgió la idea del negocio?**

**¿Cuánto tiempo tiene STI en el mercado?**

**¿Actualmente posee misión, visión, valores y objetivos?**

**¿Esta misión, visión, valores y objetivos se han ido actualizando con el tiempo o son los que tenían desde un incio?**

**¿Cuál es el número de capital humano con el que cuenta su organización?**

**¿Podría describirnos su estructura organizacional?**

**¿El administrador está solamente en la sucursal de Santa Elena o tiene comunicación con las 2 sucursales?**

**¿Podría definirnos el perfil de sus clientes?**

**¿Actualmente el negocio sigue operando a partir de la situación del COVID?**

**¿Qué actividades está llevando a cabo luego que se presentara esta situación?**

**¿Cuáles son las temporadas con mayor y menor demanda o que existe un mayor/menor?**

**¿Cuál es el gasto promedio del cliente por visita?**

**¿Cuál considera que es su competencia directa?**

**¿Podría mencionar algunos de sus competidores directos?**

**PRODUCTO/SERVICIO**

 **¿Podría comentarnos por qué el nombre Raga’s? ¿Tiene algún significado?**

**PRODUCTO/SERVICIO**

**Además del logo, ¿Cuenta con otro auxiliar de marca? (slogan, mascota, jingle)**

**¿Qué servicios ofrece?**

**SS Soporte a domicilio, computadoras, mtto, reparación de impresores, cableado, técnicos de zona que estaría con STI, venta de producto, parte de redes la seguridad a través de cámaras, controles de acceso,**

**¿Cuál es el servicio que tiene más demanda? Cuál es su producto/servicio estrella? Soporte técnico, compras en línea,**

**Si le pidiéramos que describiera Raga’s con una palabra ¿Cuál sería?**

**¿Cuáles considera que son los atributos de sus productos y servicios?**

**¿Cuál considera que es la personalidad de Raga’s? Persona responsable, capacitada.**

**Cuál es su target? mercado meta, publico objetivo, a quién va dirigida la marca**

**¿Cómo definiría usted a su buyer persona? Si RAGA’S fuera una persona, cómo la describirías**.

**¿Cuál es su propuesta de valor? ¿Cuál considera que es su factor o factores claves de éxito? Atención personalizada, Si obtenes ss amarrado con producto podes obtenerlo a un menor costo, Ss a domicilio, seguridad a nivel de CORONAVIRUS. Guantes, mascarillas.**

**PRECIO**

**¿Cuáles son las formas de pago que posee?**

Efectivo, Transferencia bancarias, POS.

**¿Cómo considera sus precios actuales, respecto a la competencia?**

Competitivos.

**PLAZA**

**¿Cuáles son los puntos de venta?**

Cuentan con dos sucursales, una en Santa Elena y otra en Antiguo Cuscatlán

**¿Cuáles son los canales de venta? (Físico, online) (Explicar)**

**¿Cuál es la logística utilizada para ofrecer el servicio? ¿Por orden de llegada o por citas?**

**PROMOCIÓN**

**¿Cuentan con un community manager?**

**¿Cuenta con programa de lealtad? ¿En qué consiste?**

**¿Tiene alianzas estratégicas?**

**¿Realiza promociones de venta?**

**Actualmente ¿Cuenta con alguna promoción permanente?**

**¿Cuáles son los medios tradicionales en los que se promociona?**

**¿Posee una base de datos? Existe una segmentación de su base de datos (en caso de contar con una) ¿de qué forma la manejan?**

**¿Cómo es el tono y estilo de la comunicación que utiliza con su público?** (no se hizo esta pregunta)

**¿Qué actividades lleva a cabo, con el fin de conseguir nuevos clientes? ¿Cuentan con alguna actividad para esto, o es solamente como me decía, súper personalizado todo?**

extrapolando eso, verdad, pero es otra vez del Programa de Puntos siempre me ha dicho la persona que me apoya: “Hagamos una dinámica para clientes nuevos”. No sé mucho de esto, metámosle un cupón. No, no, eso me niego, rotundamente, entonces ya me han compartido digamos esas ideas y tengo mis respuestas de porqué va en contra. La gente de cupón es más de ver precios baratos, me voy a hacer un alisado y aquí está en cinco, voy allá, pero mañana en el otro está en cuatro, me voy allá. Entonces esta gente de cupón, para mí, según un estudio una vez que le hice a varias empresas, pues funcionan más por precios. Entonces yo no quiero que me busquen tanto solo por precios, sino que quiero que vean otros atributos que son importantes entonces por eso es que no he aceptado esas estrategias como de atraer clientes y soy más de que del que está que recomiende. En marketing, yo creo que, sin saber mucho y aquí me culpo, verdad. Me corrige para mí de verdad que es la mejor recomendación es que otra gente que ya sepa lo hace, porque esto es como cuando me dicen: ¿ya probaste esto? Y yo como te lo va a recomendar si no lo he probado verdad, y no es como cuando yo ya probé algo, ya sea producto y/o servicio uno con el mayor de los gustos puede decir Si fíjate que sí estuvo bueno o por lo menos decir, fíjate que a mí no me funcionó, pero tal vez este producto a vos si te funcione. Pero hasta para poder decir eso, yo tuve que usarlo antes. Entonces creo que esa es la mejor manera de que un cliente pueda llegar. Entonces básicamente lo

**Toda la publicidad usada en redes sociales es de manera orgánica o cuenta con un paquete de Facebook o Instagram Ads?**

Sí, yo creo que en los casi 4 años creo que solo una vez he pautado

**Y, ¿esta pauta fue efectiva o no se vio el impacto de la pauta?**

No se vio porque era para contratación de personal y por error pusimos otro número de teléfono, así que llegaba a otra persona menos a nosotros, así que en la primera experiencia me fue súper mal y una puja y toda la cuestión ahí, verdad. Entonces si lo medimos en alcances, si, verdad todo el alcance, pero el resultado no fue, pero, ni siquiera podría discutírselos mucho porque fue un error de dedo entonces eso hizo que al final no hubiese resultado, pero no como tal la pauta nos sirvió, la puja no sirvió, sino que fue por otro tipo de error verdad.

**Entonces, ¿estaríamos dispuestos a implementar este tipo de procesos pautados o preferimos quedarnos como estamos actualmente?** Siempre, he tenido esa espinita y creo que tengo que descubrir si funciona o no funciona de lo contrario, no voy a poder opinar si funciona o no tengo que probarlo entonces como la primera vez que ya tuve la experiencia por el error que les digo no se pudo medir. Estoy en la apertura de volverlo hacer para finalmente poder inferir con propiedad si funciona o no funciona.

**¿Cuál es la efectividad de las promociones publicitadas? buscar nombre del indicador. (no se hizo la pregunta porque se sobreentendía a partir de la respuesta anterior)**

**Datos de Control**

Fecha: **Domingo 26 de abril**

Persona que realiza la entrevista: **Gabriela Grande**

Agradecimiento final y preguntas sobre siguiente entrevista (FODA)

**Entrevista #2**

**FODA**

**Fortalezas**

1. ¿Qué aspectos considera que su empresa hace muy bien?
2. ¿La empresa posee una ventaja competitiva que la diferencia de las demás? ¿Cuál es? o ¿Por qué considera eso?
3. ¿La empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta? ¿Por qué?
4. ¿Qué valoración tiene el uso de las redes sociales para su negocio?
5. ¿La empresa es innovadora? ¿De qué forma y en qué áreas?
6. ¿Poseen alguna ventaja respecto a:
	* Canales de distribución ☐ ¿Por qué?
	* Posicionamiento de marca ☐ ¿Por qué?
	* Recursos: ☐ ¿Por qué?
	* Localización: ☐ ¿Por qué?
	* Cultura: ☐ ¿Por qué?
	* Precio: ☐ ¿Por qué?
	* Costo: ☐ ¿Por qué?
	* Calidad: ☐ ¿Por qué?
	* Valores: ☐ ¿Por qué?
	* Otro:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Debilidades**

1. ¿En qué aspectos consideras que la empresa podría mejorar?

Poder contratar técnicos, productos es más de lo mismo, mantener un stock, tener un stock.

1. ¿Consideras importante la presencia de su Producto/Servicio/Marca en redes sociales? ¿Por qué?
2. ¿Considera que se conoce bien el mercado meta de su producto o marca?
3. ¿Poseen una base de datos alta o baja para su Producto/Servicio/Marca?
4. ¿La marca líder ha perdido participación en el mercado? Percepción
5. ¿Tiene liderazgo o prestigio en el sector en el que se mueve? percepción
6. ¿La empresa es capaz de reconocer errores y corregirlos?
7. ¿Cómo considera que es percibida la imagen de la marca? (Para el público en general, clientes y proveedores)
8. ¿Considera que su empresa es susceptible al cambio? ¿Por qué?
9. ¿Cuál es la clasificación crediticia con la que cuenta el negocio?
10. ¿Con qué recursos tecnológicos cuentan?
11. ¿Los costos de la empresa les permiten ser competitivos?

**Oportunidades**

1. ¿El mercado en el que opera tu empresa está en crecimiento? Percepción
2. ¿A qué tipo de clientes van enfocados los servicios que venden?
3. ¿Los servicios satisfacen tendencias de consumo o podrían adaptarse para hacerlo?
4. ¿Existen nuevas tecnologías o cambios en el marco regulatorio que tu empresa pueda aprovechar?
5. ¿Existe algún elemento de la competencia o del mercado que se pueda aprovechar para beneficio y que actualmente no se ha abordado?
6. ¿Han sido los primeros en adaptarse a cambios tecnológicos que los hagan más competitivos? Percepción
7. ¿Saben reaccionar y crear nuevos productos o servicios que el mercado necesita?
8. ¿Podría existir la posibilidad de aliarse con otra empresa, la cual permita realizar nuevas estrategias competitivas? ¿Cuál empresa sería?
9. ¿Han considerado la expansión a otras regiones del país?

**Amenazas**

1. ¿Qué obstáculos legales, impositivos o normativos enfrenta tu negocio?
2. ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de los productos y/o servicios que ofrece la empresa?
3. ¿Qué elementos del entorno económico, político y social pueden afectar a la empresa?
4. ¿Quiénes considera que son su competencia? ¿Son más fuerte que su empresa?
5. ¿Están entrando nuevos competidores en el sector?
6. ¿Qué barreras de entrada existen en el sector?
7. ¿Han cambiado los gustos o las necesidades de los clientes que atienden?
8. ¿Qué otros obstáculos pudieran amenazar o actualmente amenazan a la empresa?

**Datos de Control**

Fecha:

Persona que realiza la entrevista: **Gabriela Grande.**