

INFORME FINAL DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

Comercializadora Romo S.A.S

2025

CONTENIDO

- a. RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA Y DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE SUS CLIENTES ACTUALES.
- b. EVALUACIÓN DE ÁREAS FUNCIONALES
- c. CLIMA DE TRABAJO.
- d. LIDERAZGO
- e. Anexo

Business Model Canvas 2025

a) Reseña Histórica de la Empresa y descripción del perfil de sus clientes actuales:

Misión

Brindar soluciones energéticas mediante equipos electrógenos y sistemas fotovoltaicos a precios accesibles que garanticen el suministro de energía eléctrica de calidad.

Visión

Ser la empresa comercializadora de soluciones eléctricas, con mayor cobertura a nivel nacional, reconocida por sus clientes en la excelencia en el servicio, el conocimiento, el respaldo y la experiencia del talento humano a su disposición.

Objetivos corporativos

- Abrir nuevos mercados con la diversificación de productos comercializados por la empresa.
- Aumentar la rentabilidad de la empresa.
- Ofertar productos diferenciados de acuerdo a las necesidades del mercado.
- Generar a través de la experiencia del talento humano nuevas estrategias.
- Mejoras continuas a los procesos organizativos.
- Desarrollar competencias en los trabajadores.

EL MERCADO QUE ATIENDE

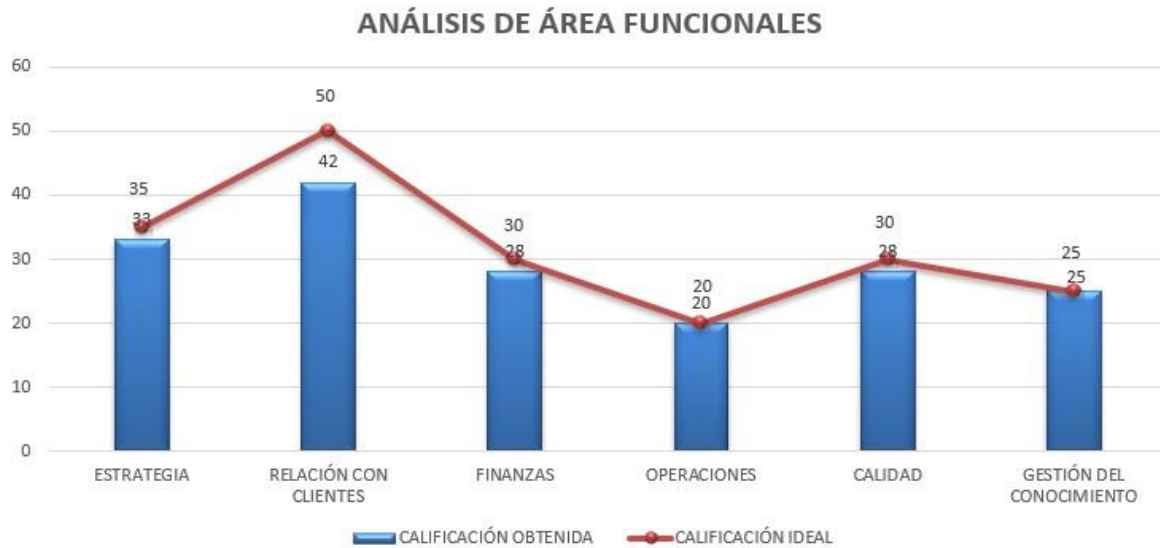
Mercado institucional y nacional.

EL PERFIL DE LOS CLIENTES.

Tienen una alta experiencia en el mercado y cuentan con importantes clientes a nivel nacional como:



b) Evaluación de Áreas Funcionales:



Qué encontramos:

Estrategia: La empresa tiene una base estratégica aceptable pero no se alcanza el nivel deseado. Se recomienda fortalecer el enfoque en planificación a largo plazo, alineación con la visión y análisis competitivo.

Relación con clientes: Es el área con mejor desempeño. Se nota un esfuerzo por conectar con los clientes, pero se puede mejorar la fidelización.

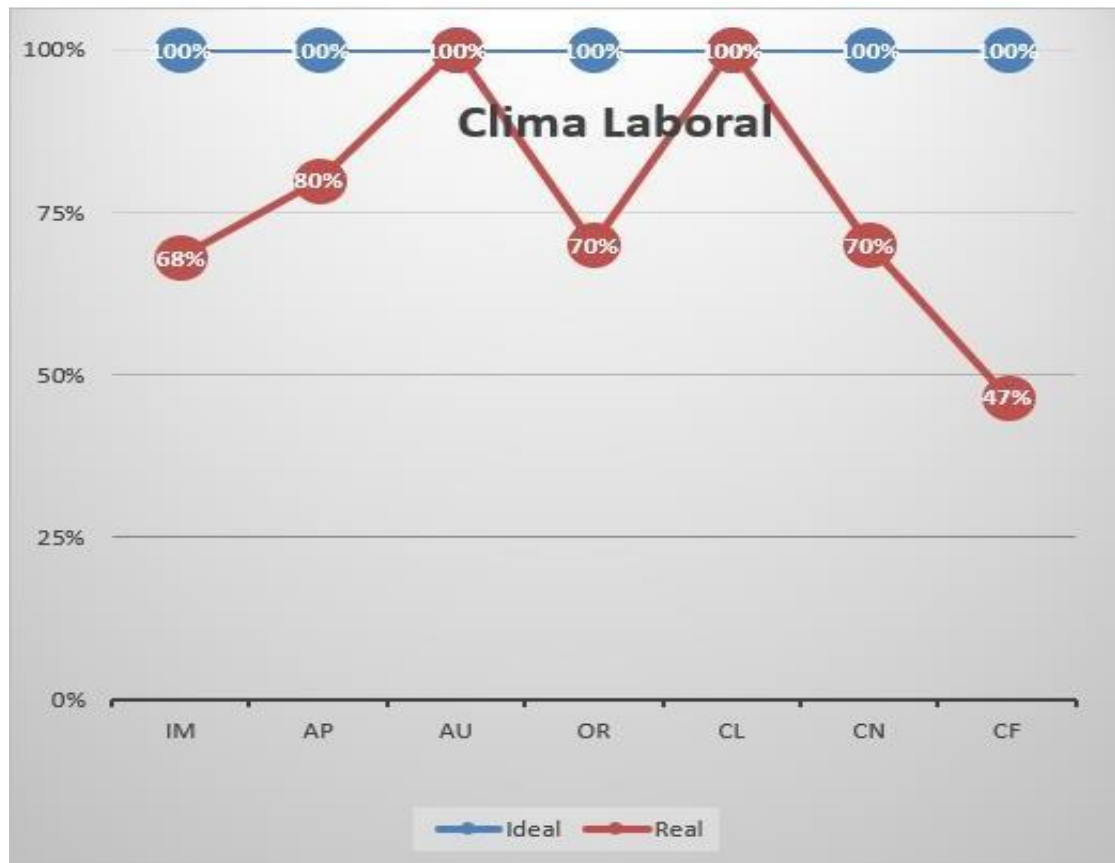
Finanzas: Se sugiere implementar herramientas financieras y mejorar la toma de decisiones basada en datos.

Operaciones: Se sugiere optimizar recursos y automatizar tareas claves.

Calidad: La empresa mantiene estándares de calidad aceptables.

Gestión del conocimiento: Se recomienda fortalecer la capacitación interna, los procesos de retroalimentación y el uso de TIC.

c) Clima de Trabajo:

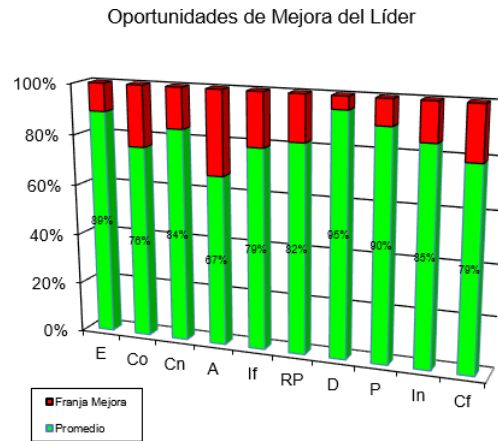
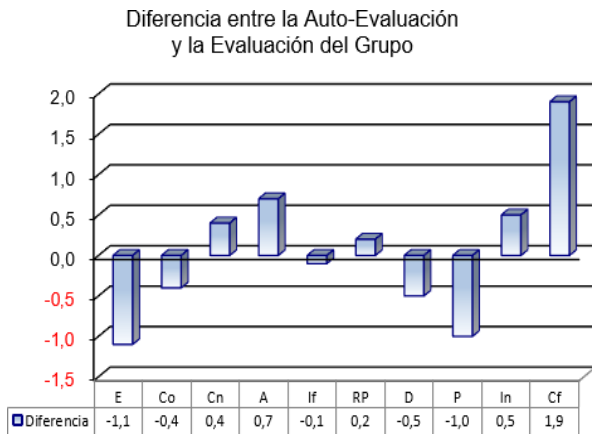


Qué encontramos:

Categorías: Implicación, Apoyo, Autonomía, Organización, Claridad, Control y/o Comodidad:

Debido a la infraestructura en los interiores de la empresa se siente mucho calor y su poca iluminación en algunas áreas que son puntos específicos en los interiores de la compañía, afecta directamente el rendimiento y el ánimo del equipo.

d) Liderazgo:



Qué encontramos:

Variables: Estrategia, Comunicación, Conocimiento, Aprendizaje, Influencia, Relaciones Personales, Delegación, Prioridades, Integridad y/o Confiabilidad.






En la estrategia y en las prioridades el jefe debe de tener más en cuenta los puntos de vista que proponen los empleados y aplicarlos como estrategias productivas para poder tener una mejoría en el funcionamiento de la empresa.

Firma del empresario, la cual certifica que el Informe de Diagnóstico de su empresa le fue entregado y explicado por parte del Consultor al finalizar la etapa de Diagnóstico:


Fecha: 21/07/2025 Firma del Consultor: *Vanessa Varela Torres & Dublan Angulo O.*



Modelo de Negocio CANVAS (LIENZO)

Compañía: COMERCIALIZADORA ROMO S.A.S Diseñado por: VARELA - ANGULO Fecha: 07/07/2025

<p>SEGMENTO DE CLIENTES </p> <p>Nuestro principal segmento de clientes son todo tipo de personas, de diferentes sexos, Ejecutivos de pymes y empresas del sector publico.</p>	<p>ACTIVIDADES O PROCESOS CLAVE </p> <p>Venta, Servicio Asesoría, Posventa. Facturación, Distribución.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR </p> <p>Nuestros clientes son la esencia de nuestra empresa, la calidad nos hace diferentes en el mercado, generamos bienestar y satisfacción. Esto basado con un personal altamente capacitado, servicio técnico de asesoría, accesibilidad a los demás servicios y respaldo posventa.</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTE </p> <p>Buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a través de los siguientes beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Captación o adquisición de clientes. • Retención de Clientes • Fidelización de clientes. • Rentabilidad de clientes • Estimulación de las ventas (venta sugestiva). • Aumento en la participación en las compras del cliente y se construyen a través de la asistencia personalizada, y asesoría. 	<p>ALIANZAS CLAVES </p> <p>La alianza estratégica es mundial de filtros, distribuidora nissan y fuan hengshan motor oeo Itda karol teniendo la como proveedor. Clientes: nuestra razón de ser. Personal idóneo y calificado, nos permiten cumplir con nuestra propuesta de valor, servicio y asesoría, para generar bienestar y satisfacción</p>
---	--	---	---	--

<p>RECURSOS CLAVE </p> <p>Recursos: Físicos: sede ubicada en la ciudad de barranquilla, usamos esto como vitrina para promocionar nuestros productos. Económicos: buena rentabilidad, por lo cual los socios están a gusto y con la idea de diversificar la inversión con las utilidades obtenidas. Humano: buen equipo de trabajo, personas muy profesionales. CAPACIDADES: Capacidad Financiera. Niveles de endeudamiento bajos, estabilidad en costos, habilidad para competir más que con precios con calidad. Capacidad Competitiva: Excelente atención al cliente, servicio de asesoría personalizado, respaldo posventa. Capacidad de talento humano. Experiencia técnica, profesional, conocimiento del negocio, estabilidad laboral, motivación, remuneración, índice de desempeño, Capacidad Tecnológica. Facilidad en trámites, capacidad de los procesos técnicos, tiempos oportunos de respuesta, Capacidad de gestión. Imagen corporativa, responsabilidad social, fácil adaptabilidad a condiciones cambiantes, comunicación y control. TICs. Tenemos tecnología de punta, que se ve traducido en una mejor prestación de los servicios.</p>
--

<p>CANALES </p> <p>Ventas: Atención telefónica, visitas comerciales, redes sociales, correos electrónicos, seguimiento a cotizaciones y ventas efectivas, PQR's. Compra: Pagina Web, atención telefónica, correos electrónicos.</p>

<p>ESTRUCTURA DE COSTOS </p> <p>Inventario (repuestos, filtro, plantas electricas y paneles solares), sede principal</p>	<p>FUENTES DE INGRESOS </p> <p>El 100% de los ingresos recibidos en la empresa es por la venta de repuestos, y filtros. Estos ingresos se perciben a través de efectivo, transferencia, tarjetas debito y credito.</p>
--	--