

OPCION DE GRADO I

DANIEL LEONARDO BERNATE VERA  
GABRIELA SANTAMARIA SANCHEZ  
JESSICA TATIANA PORRAS LANCHEROS

LINDA BUSTOS

10119



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL  
DE EDUCACION SUPERIOR

CUN

BOGOTA, 03 DE MAYO DE 2018

## **CONTENIDO**

### **INTRODUCCION**

#### **1. JUSTIFICACION**

#### **2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES**

#### **CUSTOMER DEVELOPMENT**

##### **2.1 STAKE HOLDERS**

##### **2.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKE HOLDERS (HIPÓTESIS)**

##### **2.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS (HIPÓTESIS)**

##### **2.4 IDENTIFICACIÓN DE LAS SOLUCIONES ACTUALES (HIPÓTESIS)**

##### **2.5 ANÁLISIS DE LAS LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES (HIPÓTESIS)**

##### **2.6 MERCADO**

##### **2.6.1 IDENTIFICACIÓN DE TAM, SAM Y TM**

#### **3. VALIDACION DEL MERCADO**

##### **3.1 FORMATO ENTREVISTA**

##### **3.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RESULTADOS.**

##### **3.2.1 VALIDACIÓN DE IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES**

##### **3.2.2 VALIDACIÓN DE LOS BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS.**

##### **3.2.3 VALIDACIÓN DE LAS LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES.**

##### **3.3 PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES**

#### **4. PROTOTIPO**

##### **4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

##### **4.2 FICHA TECNICA**

#### **5. PLANEACION ESTRATEGICA**

##### **5.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA**

##### **5.2 FUTURO PREFERIDO**

##### **5.3 OBJETIVOS**

**5.3.1 OBJETIVO GENERAL**

**5.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

**5.4 VALORES CORPORATIVOS**

**6.MACRO ENTORNO**

**6.1 PESTEL.**

**6.2. PORTER**

**7. CONCLUSIIONES**

**8. BIBLIOGRAFIA**

## **INTRODUCCION**

En el siguiente documento podremos observar los pros y los contras de las carnicerías en los sectores de Usme, Alquería y Bosa, teniendo como testigos a los ciertos carniceros de las zonas.

Observaremos y estudiaremos la opinión del vendedor y también del usuario por medio de encuestas que mostraran datos importantes del entorno, así mismo validaremos el negocio teniendo en cuenta los puntos a mejorar de acuerdo con las encuestas y verificar los aspectos, si se están mejorando, si funciona esta mejora y que tan relevante es o no para el negocio, de esta forma, daremos a conocer en nuestro proceso de investigación las opiniones positivas y negativas por parte del vendedor.

## **1. JUSTIFICACION**

En nuestro Stake Holders queremos analizar y descubrir cómo funciona el negocio de las carnicerías (famas), queremos saber quién nos está atendiendo, que productos estamos consumiendo, ¿Son de buena calidad? ¿Quién los fabrica? ¿Son manejados por personal calificado?, ya que se ha evidenciado que estos establecimientos no tienen un crecimiento mayor al lugar donde inician, es decir un barrio, teniendo en cuenta que problemas tiene para no desarrollarse y crecer en capital validaremos los puntos de mejora para prestar nuestro servicio.

## **2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT**

Queremos conocer ideas propias de los tenderos (carniceros) gente que se dedica este trabajo que para ellos es su diario vivir, investigar un poco sobre sus ventas, gustos, tiempo de dedicación, manejo del negocio y resultados, pero sobre todo “queremos saber los beneficios y falencias que estos señores” (tenderos o carniceros) ven, asimilan y aceptan en su labor diaria.

## **2.1 STAKE HOLDERS**

Dueños de negocios de carnicerías del suroccidente de bogota donde las ventas no son buenas y no hay fidelización de clientes

### **➤ VENEDORES (CARNICEROS)**

1. Incrementar mayores ingresos, ya que posiciona su (fama, tenderos o carnicerías), aumenta sus ganancias.
2. Requiere el reconocimiento de los clientes y por medio de esto atraer más clientes.
3. Incrementar sus ventas.
4. Eficacia al momento de atender
5. Mejores proveedores.

### **➤ BENEFICIOS DEL VENDEDOR (CARNICERO)**

1. Incrementaría más su capital y sus ganancias ya que por medio de ello, posiciona su carnicería al mercado y por ende llegar a más ciudades, se expandir en diversos lugares y lugar donde están ubicadas.
2. Se crearía un vínculo entre el vendedor y el consumidor por lo cual aportaría una fidelización de clientes.
3. Aumentarían sus ganancias por lo cual, desarrollaría mejor su trabajo ya que pueden aumentar su mercancía (carne).
4. Habría más cliente ya que crearía un interés hacia los consumidores.
5. Mejores lugares (mataderos) fuera o dentro de la ciudad y por ende mejor calidad de producto.

### **➤ SOLUCIONES ACTUALES**

1. Incrementar cursos de atención al cliente.
2. Ampliar locales
3. Incrementar cursos de manipulación de alimentos

### **➤ INCONFORMIDAD DE LAS SOLUCIONES ACTUALES**

1. Afectaría costo ya que no es necesariamente obligatorio
2. Mas costos, lugares no aptos
3. No habría disponibilidad del vendedor por tiempo

## **2.2 IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DEL STAKE HOLDER (HIPOTESIS)**

1. necesita mayores ingresos.
2. mejoramientos de aseo en su área de trabajo.
3. necesita incrementar su clientela.
4. necesita eficacia en su trabajo.

## **2.3 IDENTIFICACION DE LOS BENEFICIOS Y ESPECTATIVAS DEL STAKE HOLDER (HIPOTESIS)**

➤ ¿Qué pasaría si la necesidad fuera resuelta?

1. Se generaría mayor producción, mejores ventas y mayor reconocimiento.
2. Aumentaría el impacto visual para el consumidor y generaría más visitas.
3. Se triplicarían sus ventas y podría llegar a más puntos en la ciudad con una marca reconocida.
4. Se generaría un conocimiento exacto y calificado, certificación de su trabajo.

## **2.4 IDENTIFICACION DE SOLUCIONES ACTUALES (HIPOTESIS)**

➤ ¿Posibles soluciones actuales?

1. Ofreciendo un productos de buena calidad
2. Adquiriendo servicios de aseo por empresas capacitadas y dedicadas a esto.
3. Productos de calidad, ofertas fáciles de adquirir por el consumidor, atención al Cliente.
4. Cursos virtuales en entidades como el Sena, universidades o institutos de cocina.

## **2.5 INCONFORMIDAD DE LA SOLUCION ACTUAL (HIPOTESIS)**

➤ ¿Posibles inconformidades actuales?

1. Generar un alto costo en el producto “caída de ventas para el tendero”.

2. Poco presupuesto para adquirir servicios por medios de otras empresas.
3. Generar una pérdida minuciosa para el negocio.
4. No queda tiempo suficiente para capacitaciones, demasiados gastos y poca ganancia.

## **2.6 MERCADO**

### **2.6.1 IDENTIFICACION DE TAM, SAM Y TM**

#### **➤ TAM**

Tamaño del mercado (carnicerías) a nivel del país:

2.5% de negocios son relacionados con famas (carnicerías).

Sobre un censo de 261.472 establecimientos comerciales a nivel de país.

#### **➤ SAM**

#### **PSICOGRAFICAS:**

- Madrugar al matero lunes miércoles y sábado.
- En algún caso la mayor de las veces se encuentran vendedores con buena actitud y amor a su trabajo.

#### **DEMOGRAFICAS:**

- Hombres y mujeres tenderos (carniceros) de tienda de barrio estratos 1 y 2.
- **GROGRAFICAS:**
- Localidad Usme.
- Bosa.
- Barrió los Ángeles (Alquería).



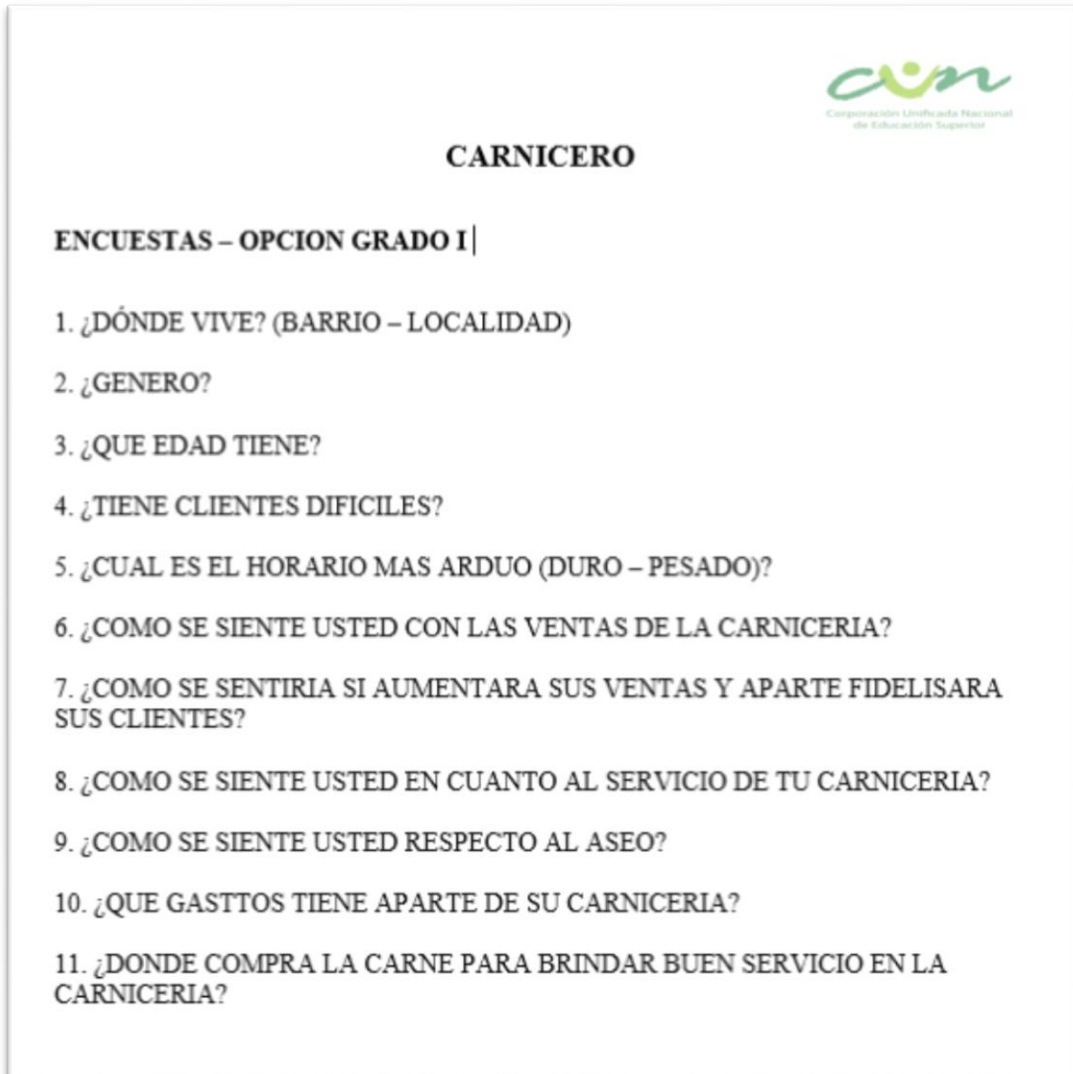
➤ **TM**


Tamaño del mercado (carnicerías) a nivel Bogotá:

De 20 negocios relacionados en la investigación El 98.7% de los establecimientos censados corresponden a microempresas con vinculación laboral igual o inferior a 10 personas (matadero Guadalupe).

### 3. VALIDACION DE MERCADO

#### 3.1 FORMATO ENTREVISTA



  
Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

**CARNICERO**

**ENCUESTAS – OPCION GRADO I |**

1. ¿DÓNDE VIVE? (BARRIO – LOCALIDAD)
2. ¿GENERO?
3. ¿QUE EDAD TIENE?
4. ¿TIENE CLIENTES DIFICILES?
5. ¿CUAL ES EL HORARIO MAS ARDUO (DURO – PESADO)?
6. ¿COMO SE SIENTE USTED CON LAS VENTAS DE LA CARNICERIA?
7. ¿COMO SE SENTIRIA SI AUMENTARA SUS VENTAS Y APARTE FIDELISARA SUS CLIENTES?
8. ¿COMO SE SIENTE USTED EN CUANTO AL SERVICIO DE TU CARNICERIA?
9. ¿COMO SE SIENTE USTED RESPECTO AL ASEO?
10. ¿QUE GASTOS TIENE APARTE DE SU CARNICERIA?
11. ¿DONDE COMPRA LA CARNE PARA BRINDAR BUEN SERVICIO EN LA CARNICERIA?

#### 3.2 ANALISIS DE LA INFORMACION RESULTADOS

Analizaremos que tan cerca o lejos estábamos de la realidad de estos negocios ( famas, carnicerías ), con esto poder si se puede implementar una opción de negocio y solucionar un problema, con una idea innovadora, en caso de que la hipótesis resulte negativa al análisis real, se replantara las hipótesis y optaremos por seguir los análisis obtenidos.

### 3.2.1 VALIDACION DE IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES

HIPOTESIS	ANÁLISIS
1.Necesitan incrementar sus ingresos	1. Si se comprobó que los dueños necesitan mas ingresos monetarios para de esa forma poder invertir mas en el negocio según las encuestas
2. requiere el reconocimiento de los clientes	2. si se comprobó que si se tiene un mayor reconocimiento por parte de los clientes van a ingresar mas usuarios gracias al voz a voz
3. aumentar sus ventas	3. si se comprobó que se necesitan aumentar sus ventas ya que las encuestas indican que hay épocas en las cuales las ventas se bajan.
4. eficacia al momento de atender	4. si se comprobó que los empleados necesitan capacitaciones para atender de una forma mas eficaz ya que muchas veces su aprendizaje es empírico.
5. mejores proveedores	5. si se comprobó que es necesario una mejora en los proveedores por que muchos de ellos no cumplen con horarios de entrega y con calidad de producto

### 3.2.2 VALIDACION DE LOS BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

HIPOTESIS	ANÁLISIS
1. Se generaría mayor producción, mejores ventas y mayor reconocimiento	1.si se comprobó que al tener mejores ingresos van a tener como mejorar su producción y / o proveedores
2.Aumentaría el impacto visual para el consumidor y generaría más visitas.	2.si se comprobó que al tener un mejor aspecto el local el usuario va a ingresar mas al establecimiento y seria su lugar predilecto para su compras de cárnicos
3.Se triplicarían sus ventas y podría llegar a más puntos en la ciudad con una marca reconocida.	3.si se comprobó que tener buenas ventas es el pilar para un crecimiento del establecimiento como cadena
4.Se generaría un conocimiento exacto y calificado, certificación de su trabajo.	4.Si se comprobó que es necesaria una educación Formal para mejorar lo empírico y que los empleados sean mas eficaces

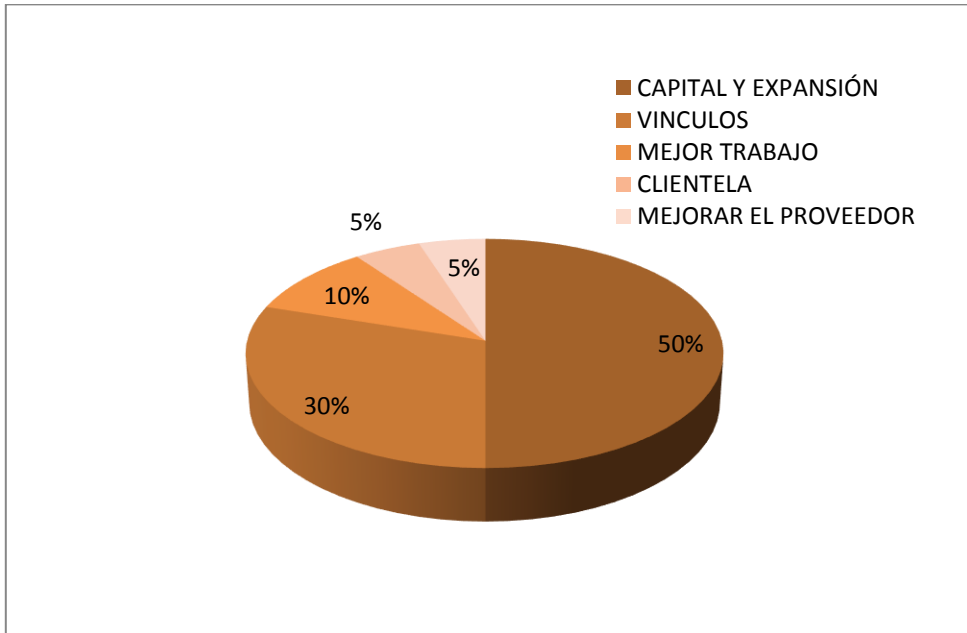
### 3.2.3 VALIDACION DE SOLUCIONES ACTUALES

HIPOTESIS	ANALISIS
Creemos que se pueden brindar posibles soluciones actuales ofreciendo productos de buena calidad	se comprobó que el consumidor se siente a gusto y satisfecho consumiendo productos de alta calidad y que resulte beneficiosos para el.
Creemos que se pueden brindar posibles soluciones adquiriendo servicios de aseo por empresas capacitadas y dedicadas a esto.	Si se comprobó que las carnicerías necesitan un mejor manejo de su higiene y para estos necesitan capacitaciones y servicios por parte de entidades encargadas de esto.
Creemos que se pueden brindar posibles soluciones adquiriendo, productos de calidad, ofertas fáciles de adquirir por el consumidor, atención al cliente.	Si se comprobó que el usuario se siente mas a gusto encontrando promociones de buena calidad y precios accesibles.
Creemos que se pueden brindar posibles soluciones adquiriendo cursos virtuales en entidades como el sena, universidades o institutos de cocina.	se comprobó que el tendero necesita capacitación en cuanto a su trabajo y también se comprueba que existen muchas entidades que se dedican a este tipos de cosas.” Sena”.

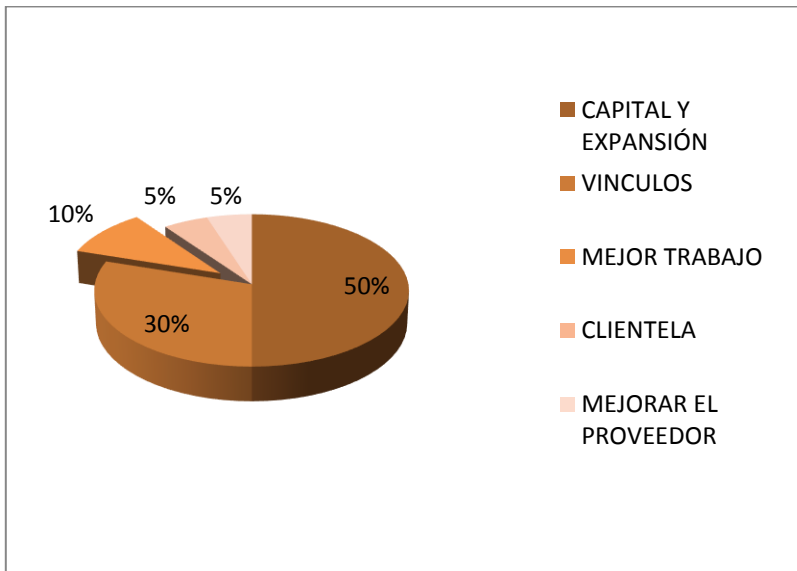
### 3.2.4 INCONFORMIDAD DE SOLUCIONES ACTUALES

HIPOTESIS	ANALISIS
Creemos que las posibles inconformidades actuales son generar un alto costo en el producto “caída de ventas para el tendero”.	si se comprobó que generar un alto costo en la buena calidad del producto produce caída en las ventas, ya que el consumidor no esta dispuesto a pagar un poco mas por algo de mas calidad.
Creemos que las posibles inconformidades actuales son ,poco presupuesto para adquirir servicios por medio de otras empresas.	si se comprobó que querer adquirir servicios por parte de otras empresas produce demasiados costos y el presupuesto no es adecuado para esto.
Creemos que las posibles inconformidades actuales son, generar una perdida minuciosa para el negocio.	Si se comprobó que las famas a diario esta generando una perdida minuciosa por causa de la economía del país.
Creemos que las posibles inconformidades actuales son, poca tiempo para capacitaciones, demasiados gastos y poca ganancia.	Si se comprobó que no queda tiempo en lo mas mínimo para adquirir capacitaciones y mejoramientos para los empleados y el dueño del negocio.

### 3.2.1 VALIDACION DE IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES

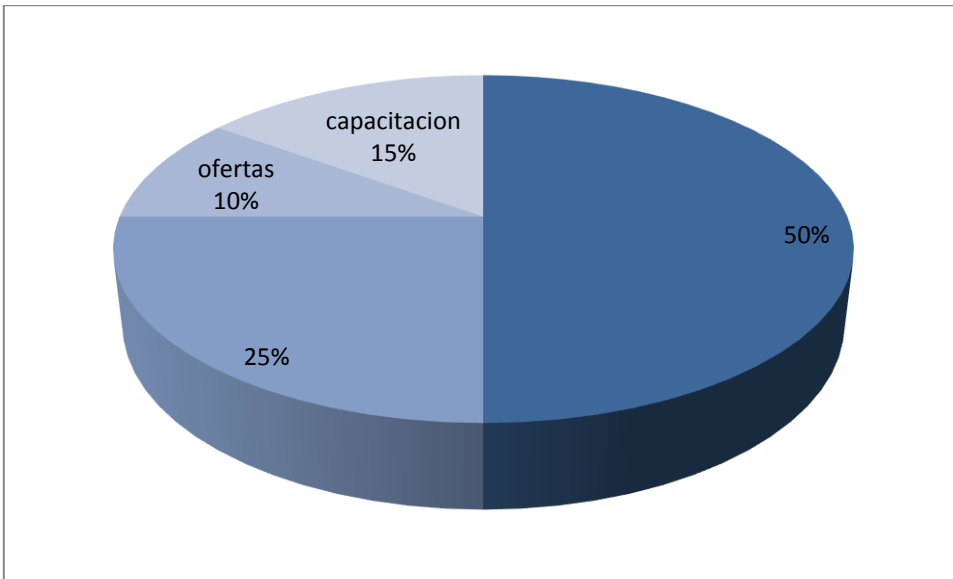


### 3.2.2 VALIDACION DE LOS BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

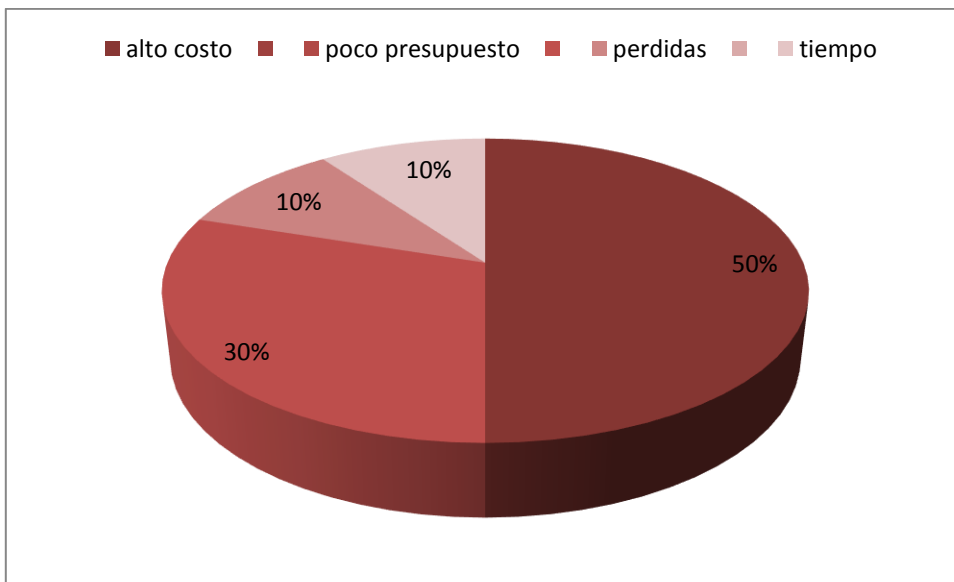




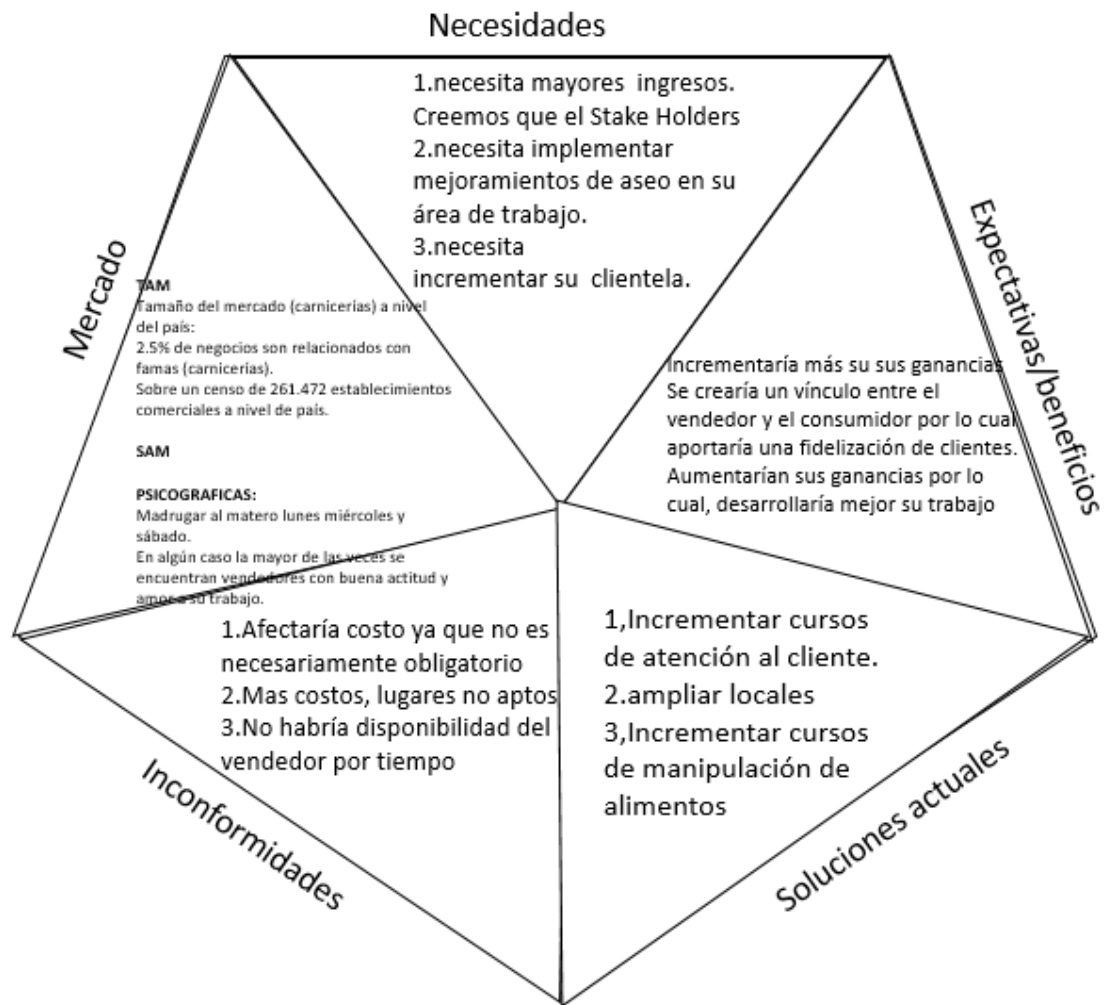
### 3.2.3 VALIDACION DE SOLUCIONES ACTUALES



### 3.2.4 VALIDACION DE SOLUCIONES ACTUALES



### 3.3 PENTAGONO



## **4. PROTOTIPO**

### **4.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO**

Paquete de servicios donde habrá un mejoramiento del establecimiento, teniendo en cuenta el aseo la buena distribución del negocio y como parte principal el conocimiento del producto y el buen servicio al cliente, con eso se tendrá un incremento sustancial en los ingresos monetarios.

### **4.2 FICHA TECNICA**

#### **- NOMBRE DEL SERVICIO**

- Sacclis s.a

#### **- USUARIOS**

- Dueños de negocios que quieren mejorar su servicio al cliente.

#### **- PROPOSITO**

- Mejora continúa en cuanto a cómo vende el producto y de esa forma obtener mayores ingresos con el punto diferenciador de una atención personalizada dependiendo de los objetivos y/o necesidades.

## **5. PLANEACION ESTRATEGICA**

### **5.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA**

Mejora los pequeños negocios a través del buen servicio hacia sus usuarios teniendo en cuenta las necesidades dando el toque innovador de lo práctico y eficaz.

### **5.2 FUTURO PREFERIDO**

Ser en el 2021 una empresa de alto reconocimiento en el mercado, en la ciudad de Bogotá y en todo el país, teniendo como clientes a pequeñas y medianas empresas en crecimiento.

### **5.3 OBJETIVOS**

#### **5.3.1 OBJETIVO GENERAL**

- Determinar un buen mejoramiento de servicio al cliente en las carnicerías de Bogotá, teniendo en cuenta el aumento de ingresos y clientes, llevando a cabo un buen manejo financiero y administrativo.

### **5.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificar las fallas o falencias en las carnicerías de Bogotá a la hora de atender a los clientes.
- Investigar estrategias de venta para incrementar el ingreso en las carnicerías de Bogotá e incrementar un buen manejo financiero.
- Encontrar un buen control interno en las carnicerías de Bogotá para mejorar falencias en las carnicerías.

### **5.4 VALORES CORPORATIVOS**

#### **- RESPETO**

- Por nuestros clientes teniendo en cuenta su opinión y brindándoles un buen servicio.

#### **- ETICA**

- Al ofrecer el servicio lo realizamos con todos los requisitos de ley para cumplir a cabalidad con el propósito de crecimiento.

#### **- CONFIANZA**

- De nuestros clientes frente al servicio brindado ya que se genera un estudio previo antes de aplicar nuestro paquete.

#### **- CALIDAD**

- En todos los aspectos de la organización para que el servicio sea idóneo y con un alto grado de satisfacción por parte de los clientes

folleto - Microsoft Word (Error de activación de productos)

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Referencias Correspondencia Revisar Vista Programador


Pegar Fuente Párrafo Estilos Edición

Times New Rom 12 A Aa

Énfasis Normal Subtítulo Cambiar estilos

Buscar Reemplazar Seleccionar

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27




### ¿POR QUÉ ES IMPOTANTE EL MEJORAMIENTO DE SERVICIO AL CONSUMIDOR?

- genera **ventas mas altas**
- tendrá **mas** reconocimiento su negocio
- su negocio será prospero
- obtendrá clientes nuevos y mejores
- **mejorara** sus relaciones personales con el consumidor
- obtendrá capacitación certificada, (en el manejo de **de** carne, atención al cliente)

Nuestro producto le ofrece la oportunidad de mejorar su negocio obteniendo **mas** clientela y brindando un servicio de calidad mejor que **cualquiera**.

### SACCLIC S.A

Es el lugar donde usted podrá saber a conciencia que le falta a su negocio para atraer **mas** consumidores y mejorar sus **ganancias**.



SACCLIC S.A  
calle 12b, **carretera** 7  
#33 3  
Bogotá, **Colombia**  
Teléfono: xxxxxxxx  
[Gabrielasantamaria3@gmail.com](mailto:Gabrielasantamaria3@gmail.com)  
[jessica.porras@cun.edu.co](mailto:jessica.porras@cun.edu.co)  
[Daniel.bermudez@cun.edu.co](mailto:Daniel.bermudez@cun.edu.co)

INSERTAR LOGOTIPO Aquí

Página: 1 de 2 Palabras: 0 Español (alfab. internacional) 70%

folleto - Microsoft Word (Error de activación de productos)

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Referencias Correspondencia Revisar Vista Programador

Pegar Fuente Párrafo Estilos Edición

Times New Rom 12 A Aa

AaBbCcL AaBbCcI AaBbCc. A Cambiar estilos

Énfasis Normal Subtítulo

Buscar Reemplazar Seleccionar

PERFIL DE LA COMPANIA

La compañía de mejoramiento en atención al cliente espera para 2020 ser pionera en servicios de mejoramiento y atención al consumidor.

Se empieza la compañía, teniendo en cuenta el y como en la primordial al consumidor, ~~todo~~ esto se observar desde diferentes tipos de vista del consumidor.

La compañía de mejoramiento y atención al cliente, brinda conocimientos, orientaciones, capacitaciones y oportunidades de crecimiento a los negocios que están dispuestos a un cambio y a generar un ingreso bastante superior, sin dejar a tras la importancia del consumidor.

Nuestra compañía se encuentra ubicada en Bogotá, Colombia. Lugar de extrema de belleza pero sobre todo de infinidad de negocios, que necesitan tomar nuevas estrategias para mejorar su capital, dando el beneficio al consumidor de manera exitosa.

Si ~~esta~~ buscando mejorar sus ingresos, brindar una atención superior a la de los demás negocio y capacitarse para lograr todo lo que siempre ~~lo~~ soñado, ~~busca~~ compañía lo ~~esta~~ esperando.

CONOZCA A NUESTROS LIDEREZ

"Dirigirá la parte de texto y fluidez ~~verbal~~, el ~~sonido~~, ~~trazar~~ al consumidor y como ~~dirigirse~~ a ~~el~~ en una manera adecuada y nos apoyara como el manejo de la corporalidad en frente del consumidor".

-Gabriela, estudiante de medio audiovisuales

"será la encargada de manejar y ~~dirigir~~ toda la parte administrativa para ~~guiar~~ por el buen camino y el mejor reconocimiento su negocio".

-Jessica, estudiante de administración

"Dirige la parte tecnológica e infra estructura del negocio, actualizando e innovando la calidad del negocio, apoyándose de recursos ecológicos".


-Daniel, estudiante de Ing. Electrónica

INFORMACION GENERAL SOBRE BENEFICIOS

La compañía ofrece un servicio certificado y de calidad a los negocios siempre teniendo en cuenta y como objetivo principal la satisfacción del consumidor:

- Consumidor satisfecho
- Crecimiento empresarial
- Reconocimiento a nivel regional
- Mejoras tecnológicas
- Capacitaciones
- Conferencias con casos del diario vivir.

Si desea obtener información sobre nuestra compañía no dude en comunicarse con nosotros\_(Bogotá).  
Tel:xxxxxxxx  
Tel:xxxxxx.



Página: 2 de 2 Palabras: 0 Español (alfab. internacional) 70%

## 6.MACRO ENTORNO

### 6.1 PESTEL

Positivo(+)	Negativo(-)
<p style="text-align: center;"><b>P</b></p> <p>Artículo 333.de la constitución política de Colombia: La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.</p>	<p style="text-align: center;"><b>P</b></p> <p>Artículo 333.de la constitución política de Colombia: La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.</p>
<p style="text-align: center;"><b>E</b></p> <p>El negocio de cebar bovinos, para la venta y compra resulta siendo bueno. En la parte de comercializar se puede observar que por partes el bovino sale mucho mas rentable “económicamente” y generara mas ganancias.</p> <p>.El país tiene mercados abiertos para la exportación de ganado en pie, para sacrificio, a países como Irak, Jordania, Líbano, Egipto y actualmente se adelantan procesos de negociación con China, Vietnam y Turquía.</p> <p>El Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) informó que se encuentra en el proceso de evaluación y de verificación sanitaria de 10.000 reses de diferentes departamentos de la costa Caribe, con el fin de realizar su exportación a Jordania.</p>	<p style="text-align: center;"><b>E</b></p> <p>Se debe tener un buen proveedor de acuerdo en la zona del piso térmico en donde nos encontremos, no cualquier bovino a guanta cualquier clima. si no se tiene conocimiento de esto se afectara la calidad de producto y disminuirá la economía del negocio.</p> <p>.La tasa de desempleo en Colombia, en el segundo mes de este año, quedó en 10,8% frente al dato del mismo periodo del 2017 cuando llegó a 10,5%. Es decir, que el desempleo subió un 0,3%.de acuerdo a esta cifra de tasa de desempleo podemos observar que sin trabajo no existe productividad en las fabricas o frigoríficos y nos generara una leve caída en la exportación del ganado.</p>
<p style="text-align: center;"><b>S</b></p> <p>el 65 % de la población es consumidora de carne, lo cual hace que consumidor busque donde adquirir su producto, en el lugar o negocio donde tenga mas confianza y se sienta a gusto con su compra.</p>	<p style="text-align: center;"><b>S</b></p> <p>No se tiene orden, conocimiento, aseo, cultura, mercancía adecuada. Todo esto y muchas mas cosas es lo que afecta al consumidor cuando llega a un negocio no solo de carnes, si no cualquier negocio; donde no exista la atención al usuario, la calidad y el orden.</p>



<b>T</b>	<b>T</b>
<p>En los últimos años se a evolucionado en la parte de las herramientas para las carnicerías. ya no se usa el tronco y el hacha, por higiene y riesgo. esta a sido remplazado por las siguientes herramientas.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>.cierra de corte</li><li>.molino eléctrico</li><li>.cuchillos de mayor duración y excelente material.</li><li>.neveras con refrigerantes mas efectivos y con ahorro de energía.</li></ul>	<p>Esta herramientas tecnológicas permiten que los negocios como las carnicerías sean mejores y efectivos a la hora de realizar sus labores, pero para adquirir estas herramientas se debe tener o hacer una buena inversión, estas herramientas tecnológicas no son económicas y son difíciles de adquirir, en este caso afectaría:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>.los ingresos de la carnicería.</li><li>.Incrementaría los recursos de la carnicería</li><li>.se podría llegar a pensar en bajar la calidad de la carne para cubrir los gastos.</li></ul>

<p><b>E:</b> A pesar de existir numerosas variedades de pastos, regularmente los ganaderos trabajan con los siguientes según el piso térmico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. En clima frío: kikuyo (<i>Pennisetum clandestinum</i>), falsa poa (<i>Holcus lanatus</i>) y festuca (<i>Festuca elatior</i>).</li> <li>. En templado: yaraguá o pasto gordura (<i>Melinis minutiflora</i>).</li> <li>. En climas cálidos todas las variedades de brachiarias (<i>decumbens</i>, <i>humidícola</i> y <i>brizantha</i>), estrella (<i>Cynodon plectostachyus</i>), pangola (<i>Digitaria decumbens</i> Stent), india o guinea (<i>Panicum maximum</i>), puntero (<i>Hyparrhenia rufa</i>) y angleton (<i>Dichanthium aristatum</i>).</li> </ul>	<p><b>E:</b> Tenga en cuenta que no hay pasto malo, porque el éxito de cebar depende de las técnicas adecuadas en el manejo de los pastos.</p> <p>De acuerdo con esto se puede observar que para tener un grupo ganadero y cebar bovinos se debe tener en cuenta en donde se va a hacer, realizar estudios de suelo y concretar si es posible hacer el criadero de bovinos, después de esto hacer los estudios respectivos para saber si el animal está en condiciones adecuadas para la venta y producción de su carne. Todo esto es lo que genera y afecta el negocio de las carnicerías por medio del medio ambiente, genera altos costos.</p>
<p><b>L:</b> Carnicerías: aquellos establecimientos dedicados a la manipulación, preparación y presentación y, en su caso, almacenamiento de carnes y despojos frescos (refrigerados o congelados), con o sin hueso, en sus diferentes modalidades (fileteado, troceado, picado, mechado y otras análogas, según se trate), así como, pero sin elaboración propia, de preparados de carne, productos cárnicos (enteros, partidos o loncheados) y otros productos de origen animal, para su venta al consumidor en las dependencias propias destinadas a dicho fin.</p> <p>En la presentación de las carnes podrán utilizarse otros productos alimenticios, siempre que los trozos o piezas de aquéllas no pierdan las características de las carnes frescas y sin adición de aditivos y condimentos. Estos establecimientos podrán expender otros productos alimenticios para los que se encuentren debidamente autorizados y contar, opcionalmente, con obrador anexo o separado de las dependencias de venta, pero cerrado al público, para el despiece y la preparación y presentación de las carnes.</p> <p>b) Carnicerías-salchicherías: los establecimientos dedicados a la actividad de carnicería, contemplada en el párrafo a), con elaboración en obrador anexo o separado de las dependencias de venta, pero cerrado al público, de preparados de carne (frescos, crudos-adobados, etc.), y embutidos de sangre entre los que se consideran las morcillas y la butifarra negra o de aquellos otros tradicionales que las</p>	<p><b>L:</b> Los establecimientos de comercio al por menor de carnes y derivados cárnicos cumplirán las siguientes condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Para su funcionamiento necesitarán una autorización expresa de la autoridad competente en la que se indique la actividad o las actividades que pueden realizar.</li> <li>b) El responsable del establecimiento o su representante legal solicitará a la autoridad competente la autorización contemplada en el párrafo anterior, y deberá aportar la documentación que le sea requerida.</li> <li>c) La autoridad competente, una vez comprobado que se cumplen los requisitos de este real decreto, procederá a la autorización de los establecimientos y notificará esta autorización a los interesados.</li> <li>d) El titular o, en su caso, el responsable del establecimiento deberá acreditar su cualificación profesional y la de las personas que van a trabajar en él. Dicha cualificación profesional</li> </ol>

<p>autoridades competentes puedan determinar y autorizar. Asimismo se incluye la actividad de salazonar tocino.</p> <p>Los productos elaborados en estos establecimientos sólo podrán ser comercializados en sus propias dependencias de venta al público y en las de sus sucursales.</p> <p>c) Carnicerías-charcuterías: los establecimientos dedicados a la actividad de carnicería, con elaboración en obrador anexo o separado de las dependencias de venta, pero cerrado al público, de productos cárnicos, otros productos de origen animal, platos cocinados cárnicos, además de los contemplados en el párrafo b).</p> <p>Los productos elaborados en estos establecimientos sólo podrán ser comercializados en sus propias dependencias de venta al público y en las de sus sucursales.</p>	<p>estará en consonancia con la actividad o las actividades que vayan a ejercerse en el establecimiento en cuestión, y se acreditará conforme a lo previsto en el Real Decreto 202/2000, de 11 de febrero, por el que se establecen las normas relativas a los manipuladores de alimentos.</p> <p>EN POCAS PALABRAS TODAS ESTA RESTRICCIONES Y MUCHAS MAS SON LAS QUE AFECTAN UNA CARNICERIA A LA HORA DE PONERLA A PRODUCIR.</p>
--	---

## 6.2. PORTER

<p><b>PODER DE NEGOCIACION DE PROVEEDORES</b></p> <p>Bajo, ya que para la carne existen una amplia cantidad en los que podemos buscar los mayores beneficios, en este caso el servicio express de los productos perecederos. Productos y empresas de aseo también hay una amplia gama de proveedores, en este caso lo importante es validar un producto que no afecte los alimentos. Con las capacitaciones hay varias empresas que prestan estos servicios allí entraríamos a validar el tiempo y calidad de las mismas</p>	<p><b>AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES</b></p> <p>Empresas de aseo que inicien con un paquete de mejora con servicio al cliente</p>	<p><b>PODER DE NEGOCIACION DE CLIENTES</b></p> <p>medio, hay empresas que brindan nuestros servicios y los negocios los pueden adquirir fácilmente, la idea es darnos a conocer y demostrar el beneficio de obtener el servicio en un solo paquete sin validar con varias empresas que puede quitar tiempo y más dinero.</p>
	<p><b>RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS EXISTENTES</b></p> <p>Empresas de aseo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- aserambiental</li> <li>- ciudad limpia</li> </ul> <p>Institutos empresariales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sena</li> <li>- instituto triangulo</li> </ul>	
	<p><b>AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS</b></p> <p>Modelos de servicio como el que se presta en los autoservicios jumbo, metro, Carulla.</p>	

## 7. CONCLUSIONES

1. pudimos entender las necesidades que sufren los tenderos y nos solo los de las carnicerías si no también de cualquier otro negocio, con esto podemos implementar nuestra idea de negocios para mejorar la calidad de muchos lugares.
2. nos pudimos dar de cuenta que la economía del país esta muy por debajo del presupuesto de los propietarios de locales y negocios y estos afecta bastante a la sociedad de vendedores y propietarios.
3. el tendero necesita ideas innovadoras y de calidad pero por falta de conocimiento y capacitación no puede tener estas ideas.
4. con un buena manejo y estudio del estado de la economía y de la parte comercial del país podemos brindar un poco mas de ayuda a los propietarios que están siendo afectados por problemas como , “productos extranjeros a precios bajos, vendedores y comercio de otros países.

## 8. BIBLIOGRAFIA

<http://www.pacoviudes.com/claves-para-ganar-clientes-y-fidelizarlos-carniceria-fina/>

<https://www.escuelaemprenderconexito.com/lo-que-mi-carnicero-sabe-de-fidelizaci%C3%B3n-de-clientes/>

<http://yoosell.net/blog/8-reglas-para-ofrecer-buen-servicio-de-atencion-al-cliente/>

<https://www.carniceriamiguelescuer.com/portfolio/calidad-y-excelencia-en-la-atencion-al-cliente/>

<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22009/Anexo.pdf>

<https://www.directoalpaladar.com/recetas-de-carnes-y-aves/seis-consejos-y-dos-trucos-para-comprar-carne-de-calidad>

<http://www.razanostra.com/calidad.asp>

