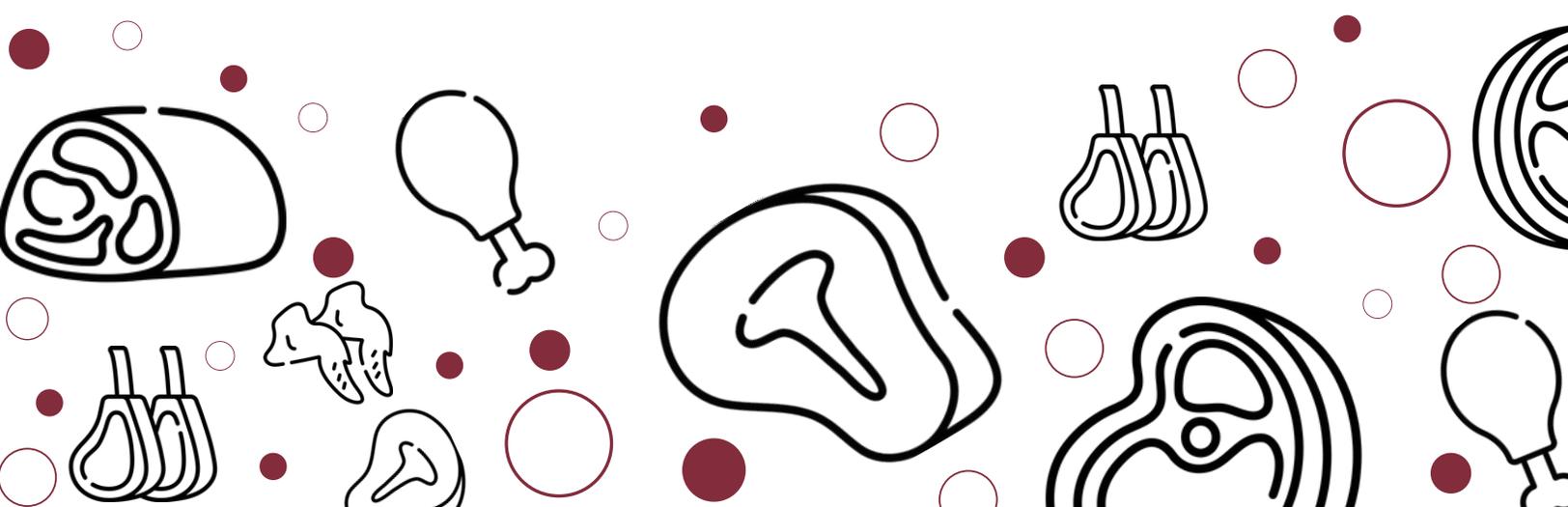
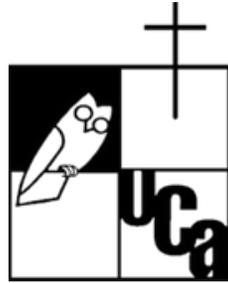




# *Mi Carnicería*



# UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA JOSÉ SIMEÓN CAÑAS



## Quinto Avance marca "Mi Carnicería"

Catedrático: Diego Tovar

Presentado por:

- |  |          |
|--|----------|
| • María Gabriela Grande Cobar          | 00253513 |
| • Francisco José Marroquín Martínez    | 00200816 |
| • Flor de María Mezquita Dubón         | 00194614 |
| • Katherine Gisselle Quijano Rubio     | 00181116 |
| • Carlos Alejandro Rodríguez Gutiérrez | 00214713 |
| • Ivania Marisol Valencia Rivera       | 00050314 |
| • Daniela María Vaquerano Hernández    | 00205415 |

Materia: Plan de Mercadeo II

Sección: 01

Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador

# INDICE

---

<b>8.0</b>	<b>Estrategias de Plaza</b>	<b>4</b>
8.1	Canales de distribución	4
8.2	Estrategias de distribución y ubicación de las sucursales	6
8.3	Merchandising	9

<b>9.0</b>	<b>Promoción de ventas</b>	<b>17</b>
9.1	Promociones temporales	17
9.2	Programa de Fidelización	36

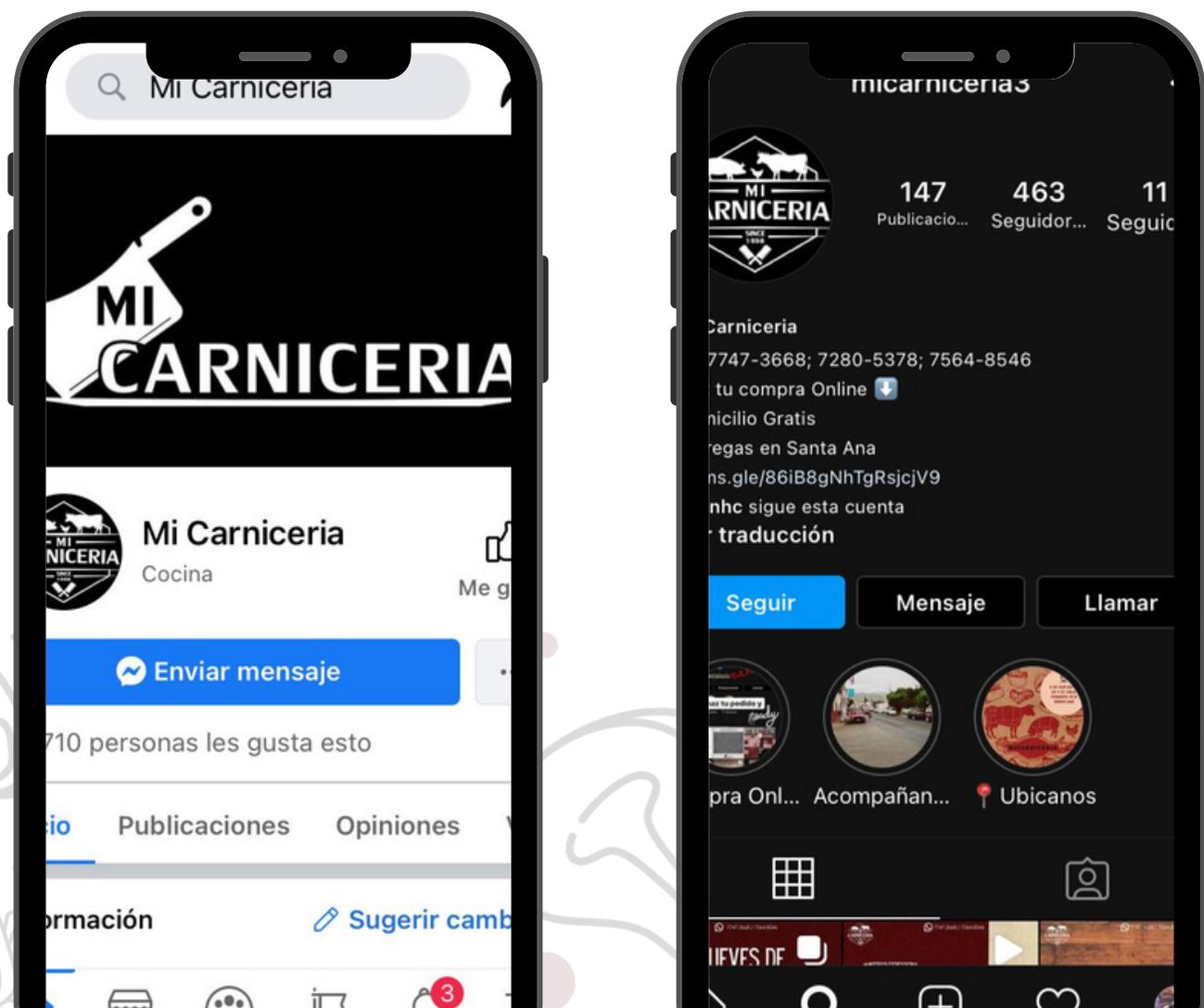


# 8.0 ESTRATEGIAS DE PLAZA

## 8.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Se identifica que Mi Carnicería posee un canal de distribución Directo lo que implica que se encargan de hacer llegar directamente los productos a los consumidores por medio de sus dos puntos de venta: Mercado Colón y 8av Sur entre 25 y, 27 Calle Pte #3 B, Santa Ana.

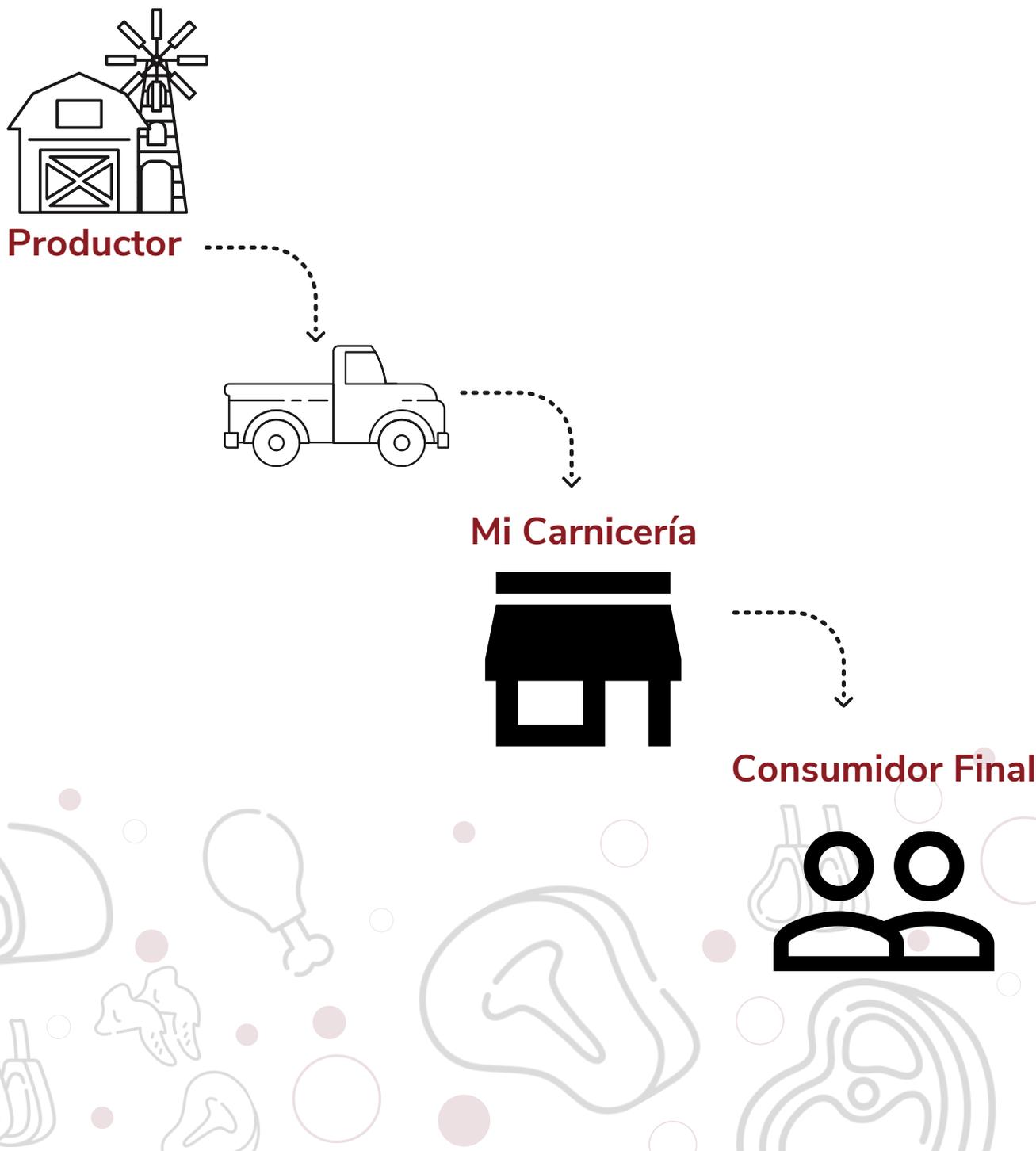
Mantienen una comunicación y un trato con los clientes de forma directa por medio de su servicio personalizado en el local, el servicio a domicilio que brindan y sus canales digitales (Redes Sociales, WhatsApp y el Formulario de Google) con la finalidad de ofrecerles una experiencia de compra que supere sus expectativas.



A través de sus redes sociales los clientes pueden solicitar sus pedidos para retirarlos de manera personal en el punto de venta de su elección o para solicitar el servicio a domicilio, brindando cobertura de este último en todo Santa Ana, y en algunas ocasiones desplazándose en zonas diversas del país como Santa Tecla, entre otros.

A continuación se ilustra el proceso de distribución que utiliza Mi Carnicería:

### Proceso de distribución







## Estrategias de distribución

Mi Carnicería actualmente no cuenta con estrategias de distribución debido a que se encargan de hacer llegar sus productos a los consumidores sin utilizar intermediarios.

## Estrategias y propuestas enfocadas a la comercialización de productos

### Estrategia de plaza o distribución

#### Objetivo

Aumentar la participación de mercado un 10% para el año 2021

#### Estrategia

Distribuir los productos en nuevos puntos de venta como mini superes, super tiendas, comerciales, entre otros, para llegar a un mayor número de clientes, utilizando como base la propuesta del nuevo diseño del empaquetado para diferenciarse de la competencia en los nuevos canales de venta.

Se utilizará la distribución **Selectiva**, escogiendo los puntos de venta en los que se considera que se obtendrá un mejor desempeño, además esto conformaría un canal corto, debido a la presencia de solo un distribuidor.



## Estrategia de Entrega a domicilio

### Objetivo

Aumentar un 15% el alcance del servicio a domicilio.

### Estrategia

Mi Carnicería ya cuenta con un servicio de delivery propio, pero los tiempos de espera pueden llegar a ser hasta de 24 horas. Por ello se recomienda hacer uso de un canal indirecto utilizando aplicaciones de delivery como Hugo App y Pedilo SV abarcando mayor parte del territorio nacional y disminuyendo los tiempos de entrega, además de ampliar los métodos de pago disponibles para los consumidores.

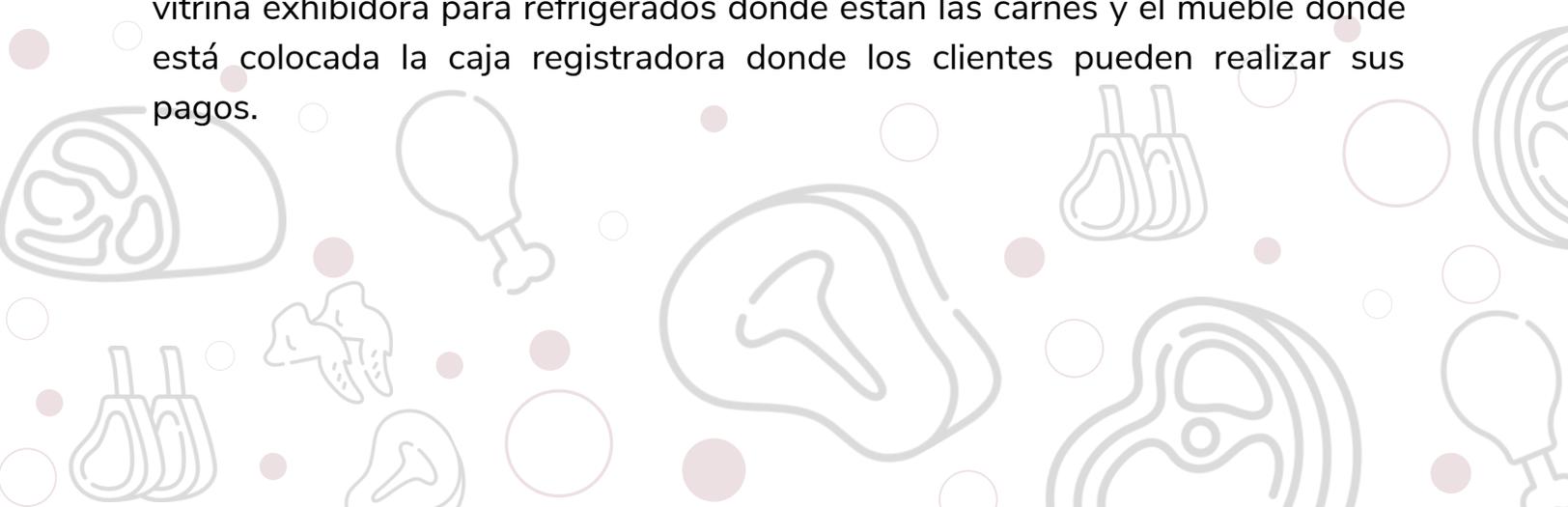
Nuevamente se haría uso de la distribución **Selectiva**, al escoger los intermediarios más convenientes para la marca.

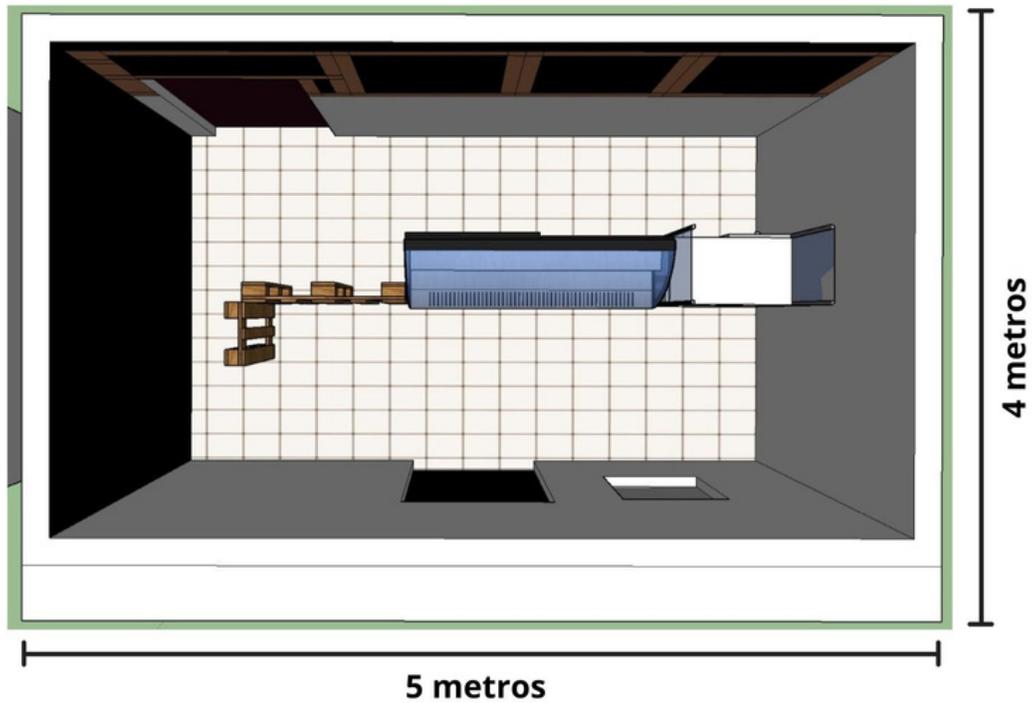
## 8.2 MERCHANDISING

### Distribución actual de la sucursal #2

#### Layout

El local de **Mi Carnicería** ubicado sobre la Octava Calle consta de 5 metros de frente y 4 metros de fondo, dentro de él, únicamente se encuentran 3 muebles, una baranda que divide las zonas a las que el cliente no puede ingresar, una vitrina exhibidora para refrigerados donde están las carnes y el mueble donde está colocada la caja registradora donde los clientes pueden realizar sus pagos.





## Fachada

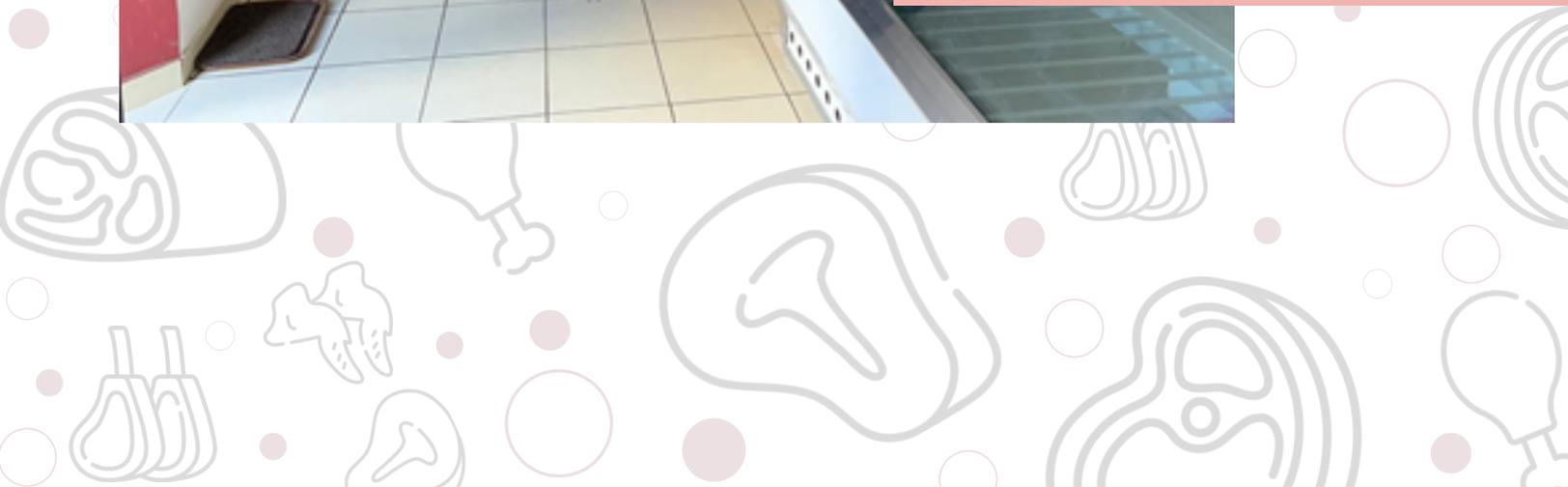
Esta consta de un letrero en el que las personas que pasen cerca del punto de venta aprecien y observen “Mi Carnicería”, una puerta de hierro en color negro, una ventana con enrejado; la fachada esta pintada en la parte inferior y el contorno de la puerta con color ocre, mientras que la parte superior es de color blanco.



## Interior del Punto de Venta

Dentro del punto de venta se puede observar la pared izquierda de color negro con la imagen de un pollo, una vaca y un cerdo; dichas imágenes tienen divisiones con los respectivos cortes de los animales, además de las imágenes se agrega un letrero que dice “Mi Carnicería”.

En la pared trasera se aprecia un menú en negro, decorado con madera en su contorno y en el cual escriben con “tiza” los precios y tipos de cortes que tienen; para la pared derecha y la inicial solo están pintadas de blanco sin ninguna decoración

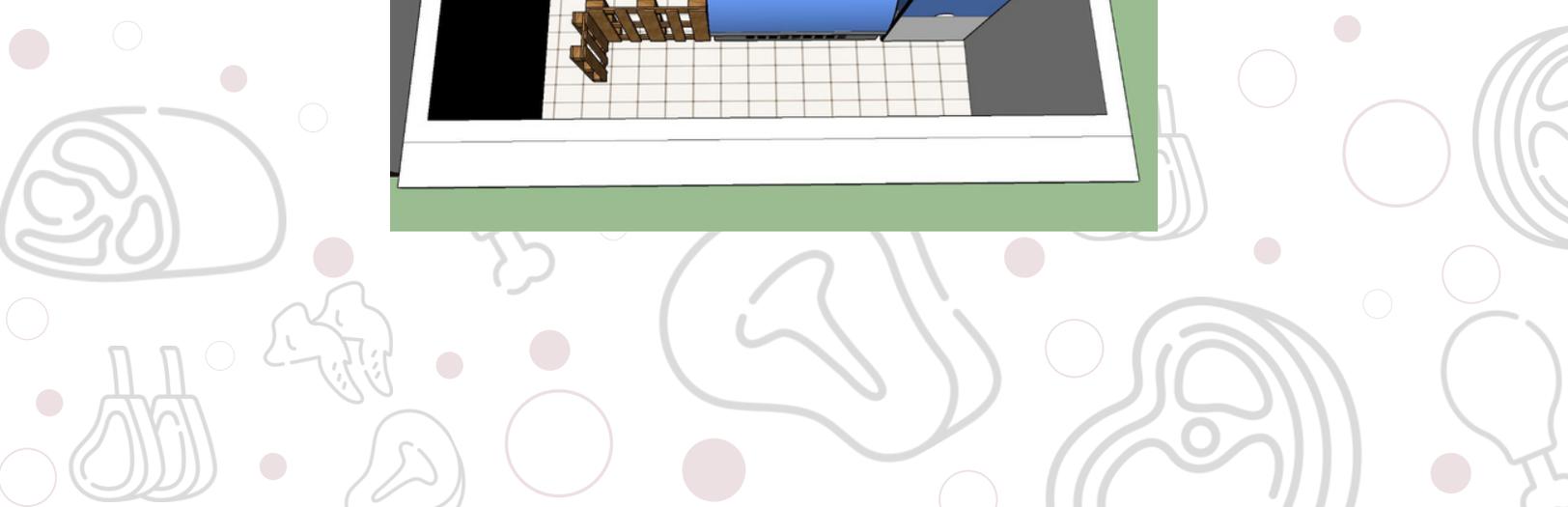
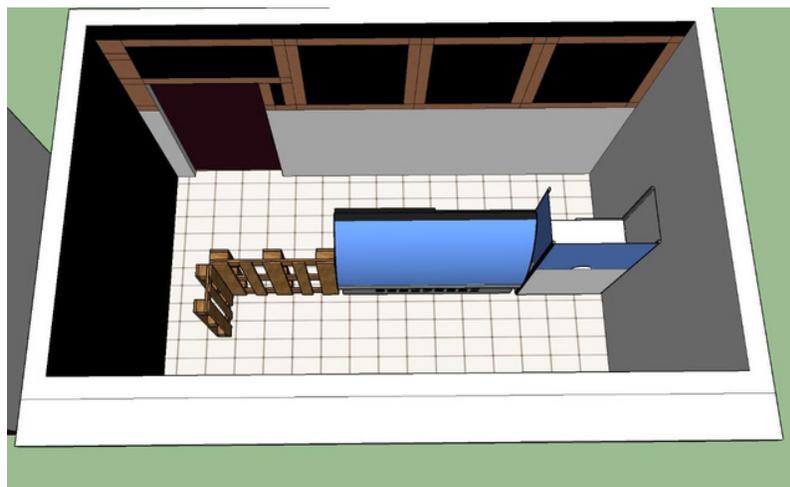
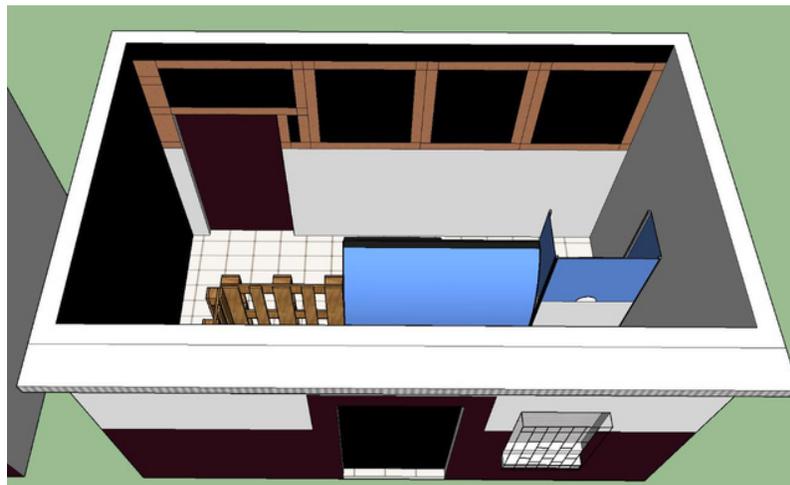




La caja y la vitrina exhibidora son de color blanco y no cuentan con ningun distintivo, la varanda divisora es de madera (tipo pallet) y esta en su color natural.



## Plano 3D del local (Elaboración propia)



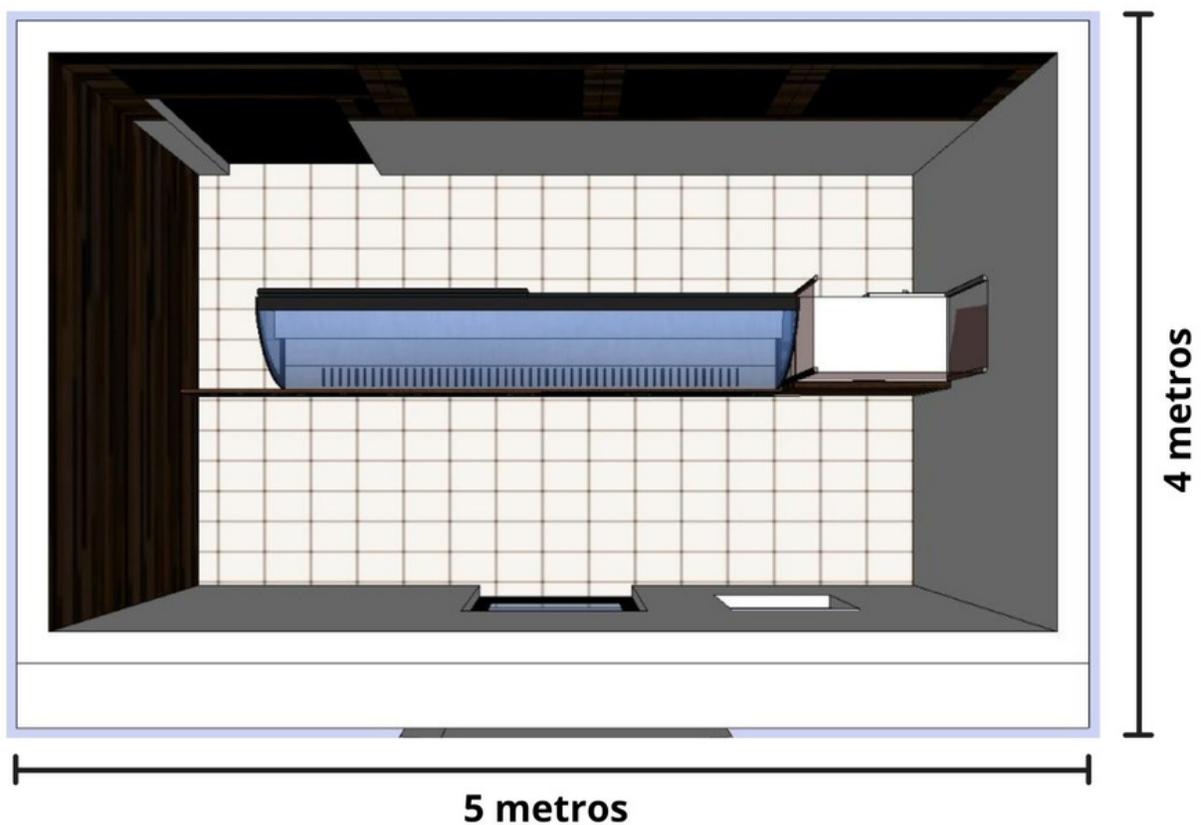
## Propuesta de Merchandising

### Objetivo

Reforzar la identidad de marca de Mi Carnicería para generar mayor rentabilidad, a través del reconocimiento por parte de los posibles consumidores, ejecutando el merchandising visual y de gestión, para potenciar la compra de los diferentes productos en el punto de venta durante el período que comprende del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2021.

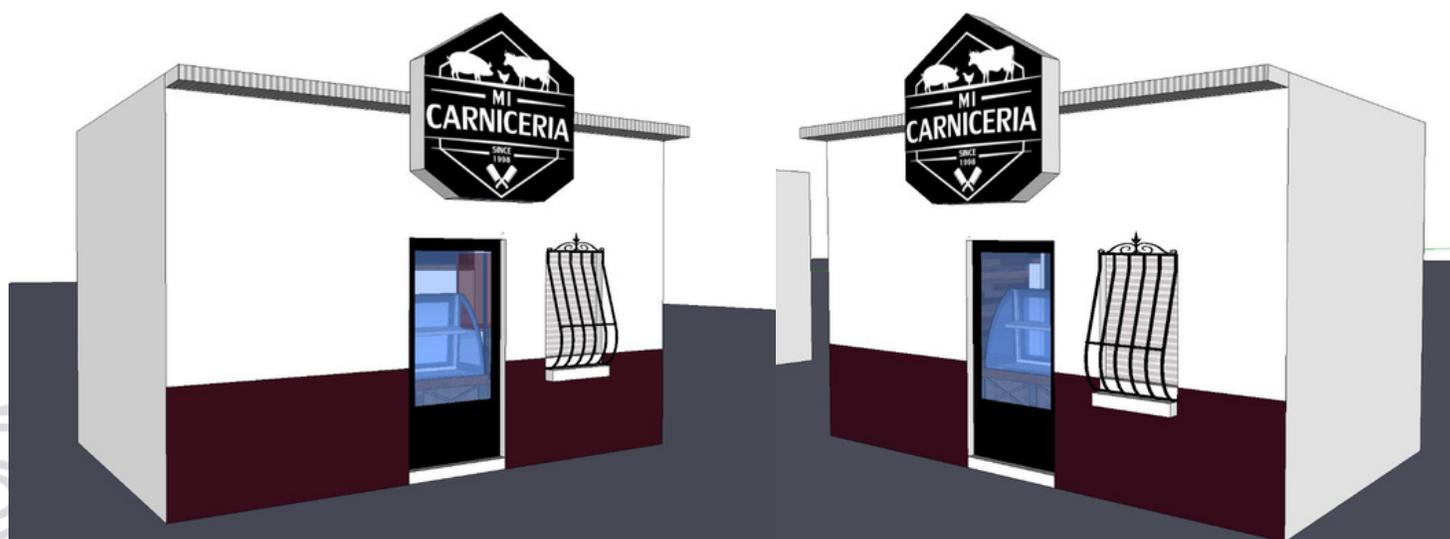
### Layout

Debido a que es un local ya construido no se pueden modificar las medidas por lo que se sugiere hacer únicamente la redistribución y utilizar la caja con la que ya cuenta, la vitrina exhibidora de refrigerados debe ser reemplazada por una más grande y la baranda divisora sería eliminada.



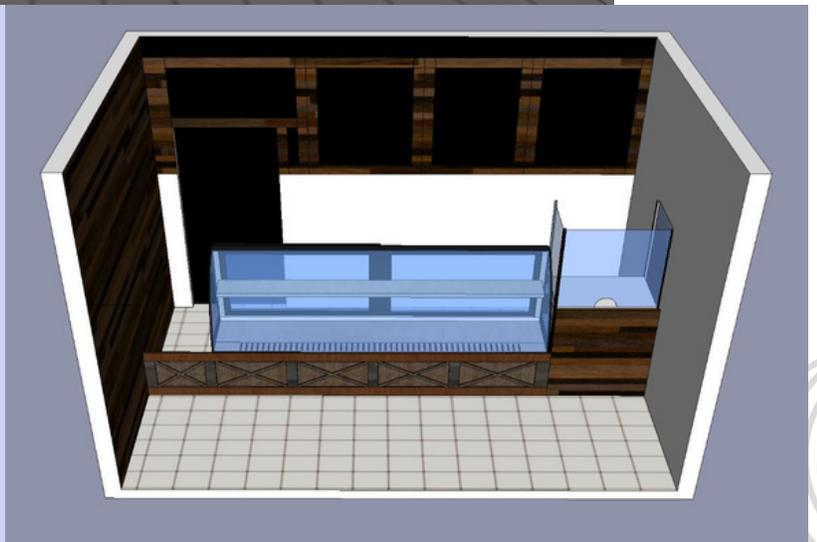
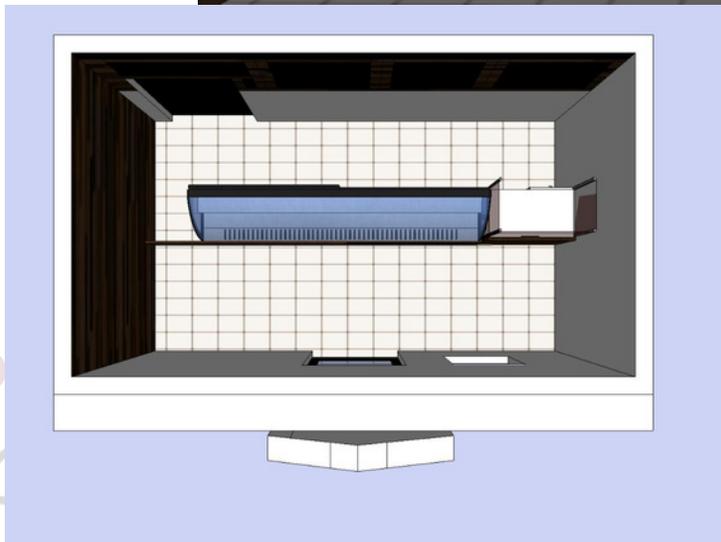
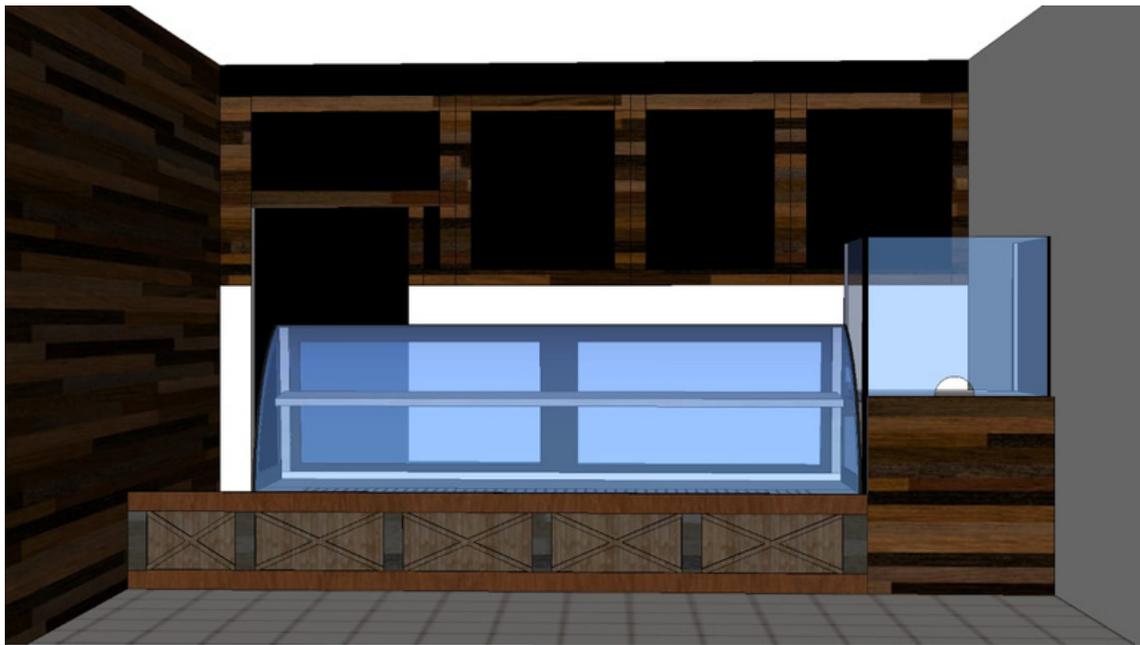
## Fachada

Se mantiene el color ocre en la parte inferior pero se retira del contorno de la tienda, en la parte de arriba se mantiene el color blanco, la puerta se cambia por una de vidrio y el enrejado de la ventana se cambia a uno con estilo más "colonial", se retira las letras que dicen "Mi Carnicería" y se agrega un rótulo con luz con el propio logo de la marca .



## Interior del Punto de Venta

La pared izquierda deja de ser negra y se agrega una pared revestida de madera en lugar de ella, se mantiene la parte inferior de las pizarras y se le agrega el mismo estilo de madera que se utilizó en la pared derecha, la vitrina exhibidora y la caja también son revestidas con madera, para que todo vaya sobre un mismo concepto.



# 9.0

# PROMOCIONES DE VENTAS

## 9.1 PROMOCIONES TEMPORALES

### La Vaquita Regalona

#### Objetivo

Aumentar el número de clientes en un 10% de forma semestral para el año 2021.

#### Descripción

La vaquita regalona consiste en un rompecabezas de las siluetas de la vaca, el cerdo y el pollo, los cuales están seccionados en cada parte de los que se extraen los cortes de la carne, al reverso se encontrará el premio y se irá descartando la pieza del juego conforme aparezca el mismo.

#### Implementación

La promoción de “La Vaquita Regalona” se llevará a cabo durante dos períodos específicos en el año:

- El primero de ellos se realizará en marzo, período en el cual hay una reducción en las ventas por festividades religiosas (Cuaresma y Semana Santa) que normalmente se desarrollan en este tiempo, por lo que esto permitirá contrarrestar la baja demanda.
- El segundo se llevará a cabo en el mes de septiembre con el propósito de incrementar las ventas de la empresa, siendo este un momento identificado por ellos en el que hay poca demanda de productos y la adopción de esta medida generará mayores ingresos.

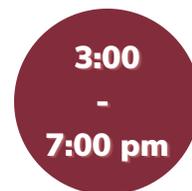
Se establecerán franjas horarias para implementar dicha promoción:



**Rompecabezas de pollo**



**Rompecabezas de cerdo**



**Rompecabezas de vaca**

### Lista de premios sugerida

La lista está dividida en dos categorías:

#### Promocionales:

- Delantales
- Destapador
- Tupper
- Taza
- Vales de descuentos
- Squeeze
- Bolsas de compra reutilizables

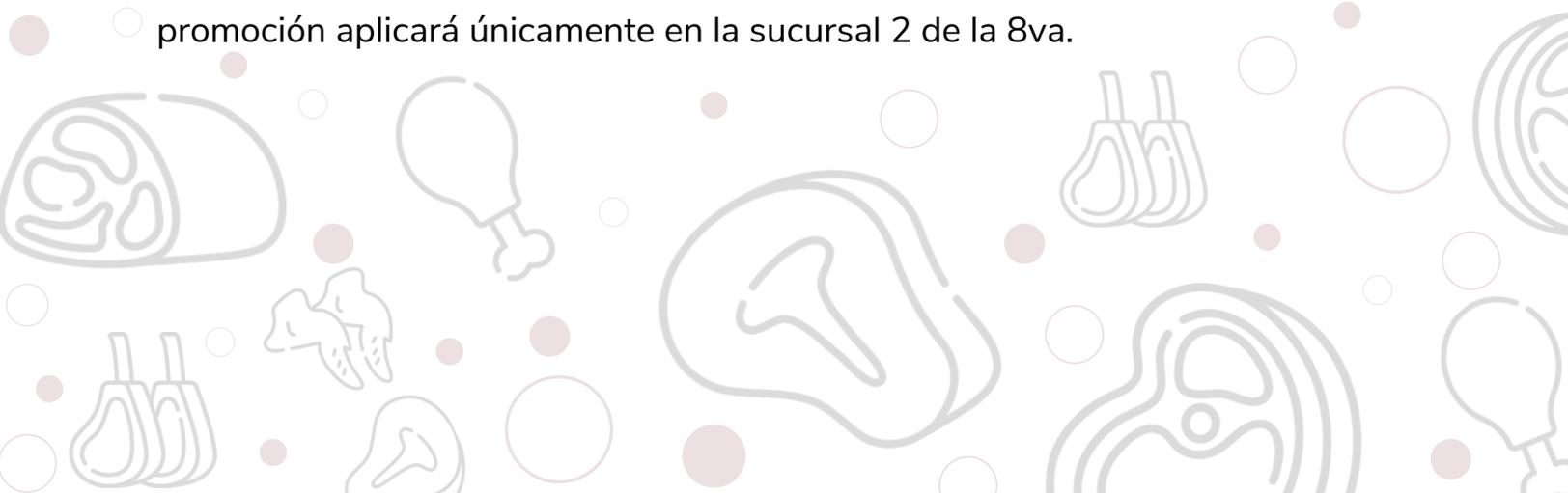
#### Premios especiales:

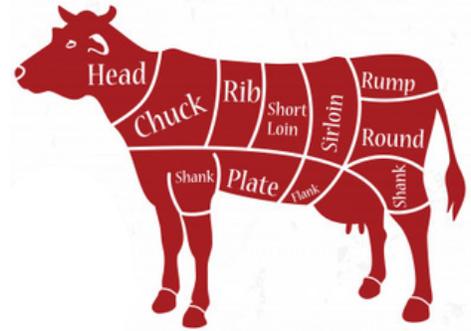
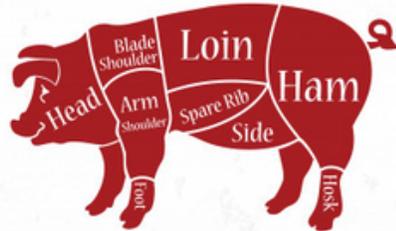
- Tabla de madera
- Set de vasos
- Set de cuchillos
- Ventilador de torre
- Vajilla
- Bocina

Los premios se irán rotando entre las distintas partes del rompecabezas conforme se desarrolle la dinámica con la finalidad de que las personas sean premiadas de forma justa y transparente.

### Dinámica de la promoción

Por compras mayores a \$10, el cliente tendrá la oportunidad de participar una sola vez, seleccionando la pieza del rompecabezas que más llame su atención correspondiente al animal según el horario en el que visite el local. La promoción aplicará únicamente en la sucursal 2 de la 8va.





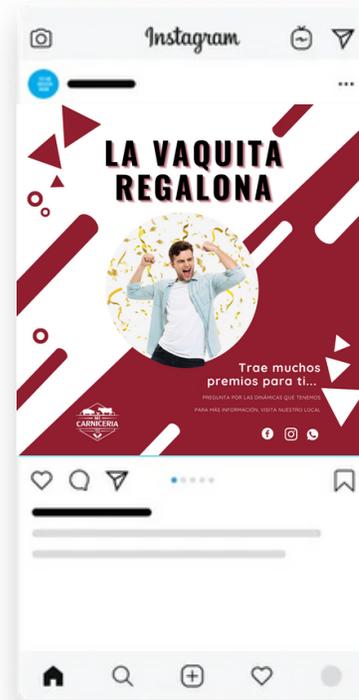
## Ejemplo gráfico de rompecabezas

Piezas gráficas

Afiche e implementación



## Post para redes sociales



## Recursos a utilizar

### Materiales:

- Rompecabezas de formica
- Promocionales
- Inversión en premios especiales
- Decoración en el punto de venta

### Humanos:

- Perifoneo estacionario
- Empleados

### Digitales:

- Pieza gráfica
- Pauta publicitaria (se segmentará específicamente en el área de Santa Ana)

## Medios

La promoción se comunicará por diversos medios para alcanzar un número amplio de personas:

- Redes sociales
- Perifoneo estacionario
- Publicidad en el punto de venta

## Kits Carnes con Sabor

### Objetivo

Aumentar en un 5% el nivel de ventas de los productos (carnes adobadas) añadidos recientemente para el año 2021.

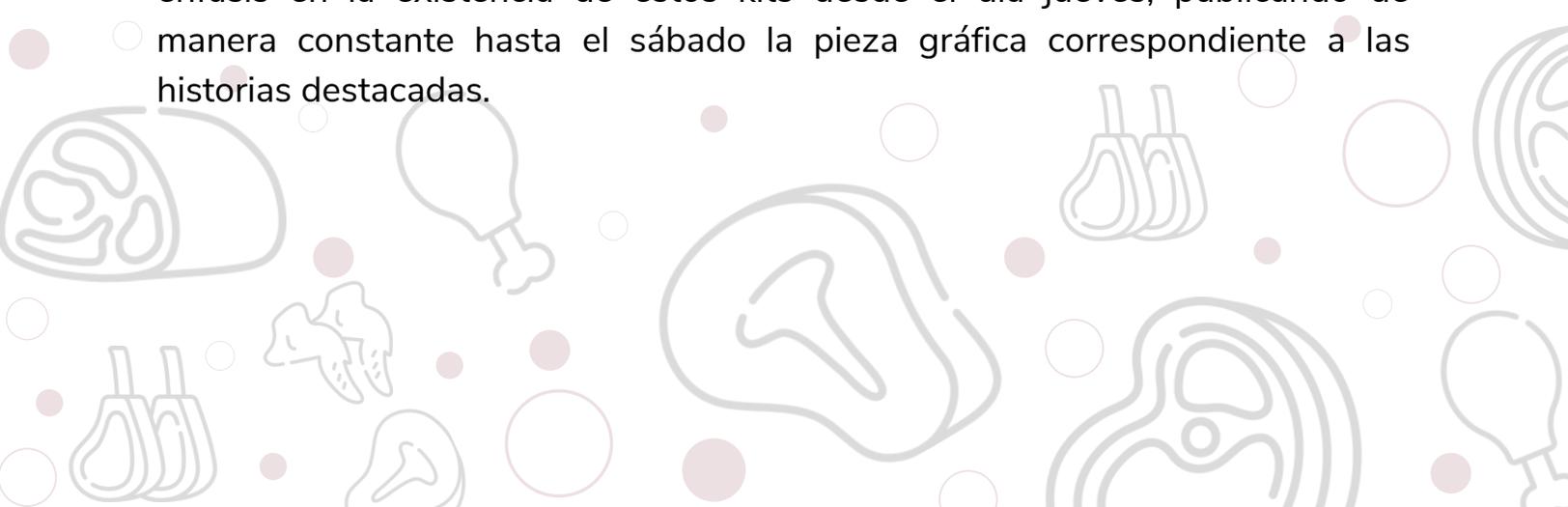
### Descripción

Se ofrecerán los fines de semana kits que contienen una variedad de cortes de las carnes adobadas con las que cuenta Mi Carnicería, para que sean utilizadas en celebraciones o salidas de fines de semana.

### Implementación

La promoción se aplicará los días sábado de los meses de mayo, agosto y diciembre en la sucursal de la 8ta.

Se hará publicidad por medio de las redes sociales de la marca, haciendo énfasis en la existencia de estos kits desde el día jueves, publicando de manera constante hasta el sábado la pieza gráfica correspondiente a las historias destacadas.



## Dinámica de la promoción

Se contará con 4 tipos de kits, 3 de ellos contienen diferentes cantidades de la variedad de cortes de carnes adobadas, dependiendo del número de personas para las que se necesite y uno especialmente pensado para los amantes del fútbol, ideal para compartir con amigos y familia en el cual los clientes podrán escoger a su gusto las carnes que desean incluir en este.

Los kits serán:

🍖🍖🍖 Kit “El Básico” (8-10 personas)



🍖🍖🍖 Kit “Fin de Semana” (15-18 personas)



 Kit "Muuucho Sabor" (25-28 personas)



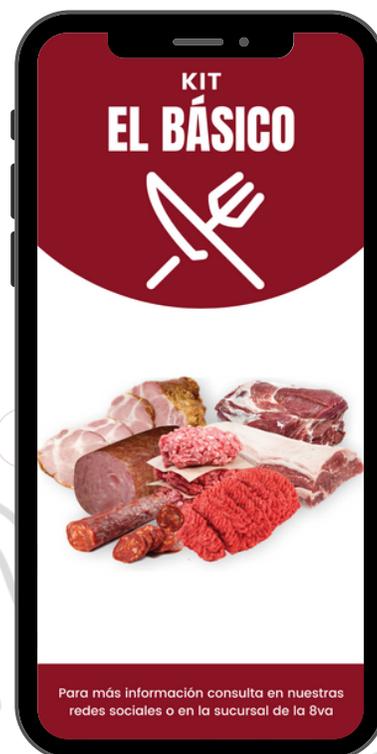
 Kit "Parrillada Futbolera"



Los precios de los Kits quedan a discreción de la marca emprendedora

Piezas gráficas

Historias destacadas







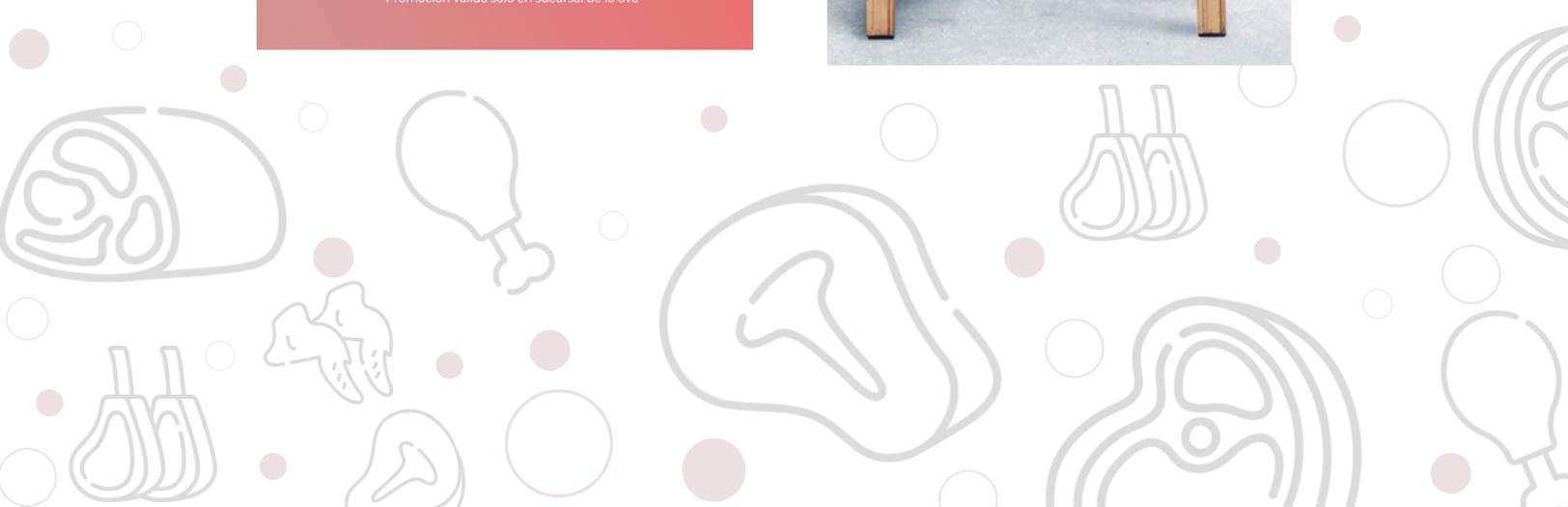
Post en redes sociales



# Flyer



# Afiche promocional





## Implementación

- Dicha promoción se implementará todos los últimos lunes del primer trimestre del 2021.
- La promoción será válida únicamente por compras en la tienda.
- La cantidad de libras mínimas para obtener la regalía queda a discreción de la marca.
- La cantidad de libras que se brindarán como regalía queda a discreción de la marca.

## Dinámica de la promoción

Los lunes de la promoción los clientes obtendrán como regalía por su compra de "X" libras de carne de pollo, "Y" libras de alitas gratis.

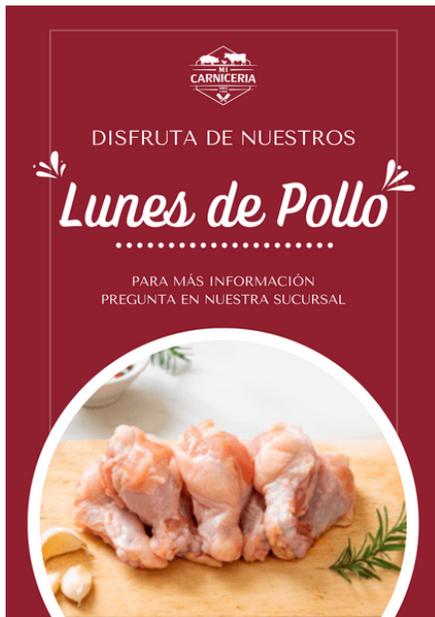
Se colocará un afiche en la parte externa de las tiendas que recuerde y estimule a los consumidores a disfrutar la promoción de los lunes.

## Piezas gráficas

### Post en redes sociales



## Afiche promocional



## Recursos a utilizar

### Materiales:

- Afiche promocional

### Humanos:

- Empleados

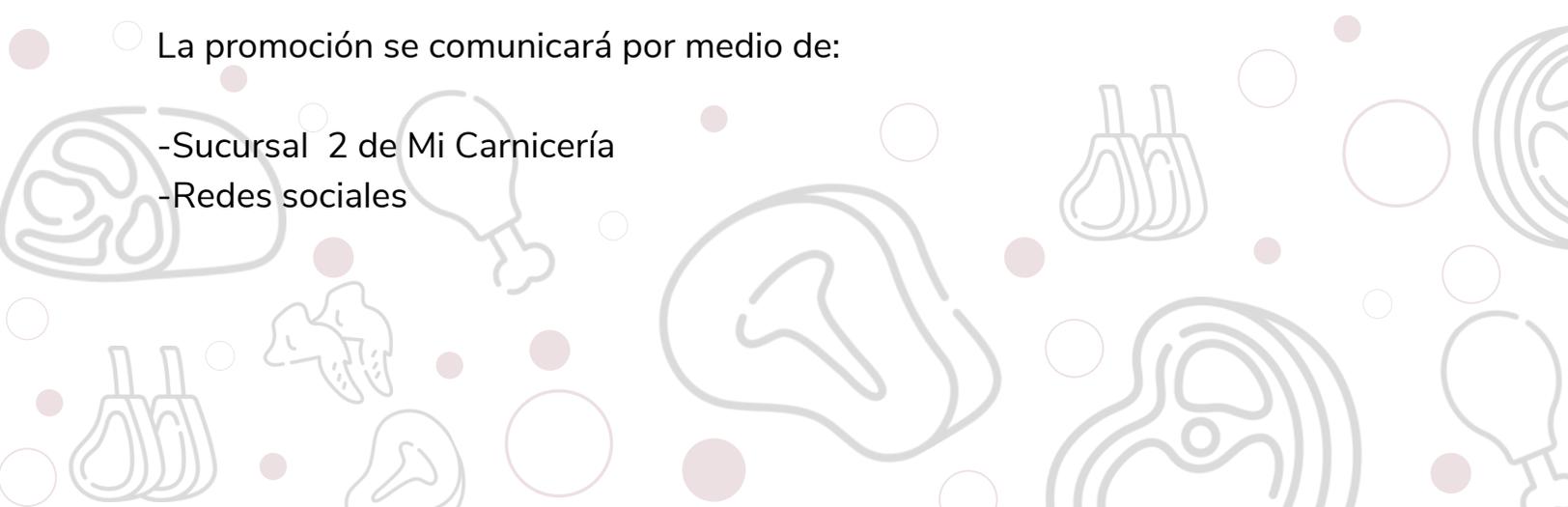
### Digitales:

- Piezas gráficas
- Pauta publicitaria

## Medios

La promoción se comunicará por medio de:

- Sucursal 2 de Mi Carnicería
- Redes sociales



# Black Meat Weekend

## Objetivo

- Reforzar el posicionamiento de marca para el mes de noviembre del año 2021.

## Descripción

Inspirado en el Black Friday, Black Meat Weekend consistirá en un fin de semana completo lleno de grandes descuentos en todos los cortes de carnes que Mi Carnicería ofrece al público.

## Implementación

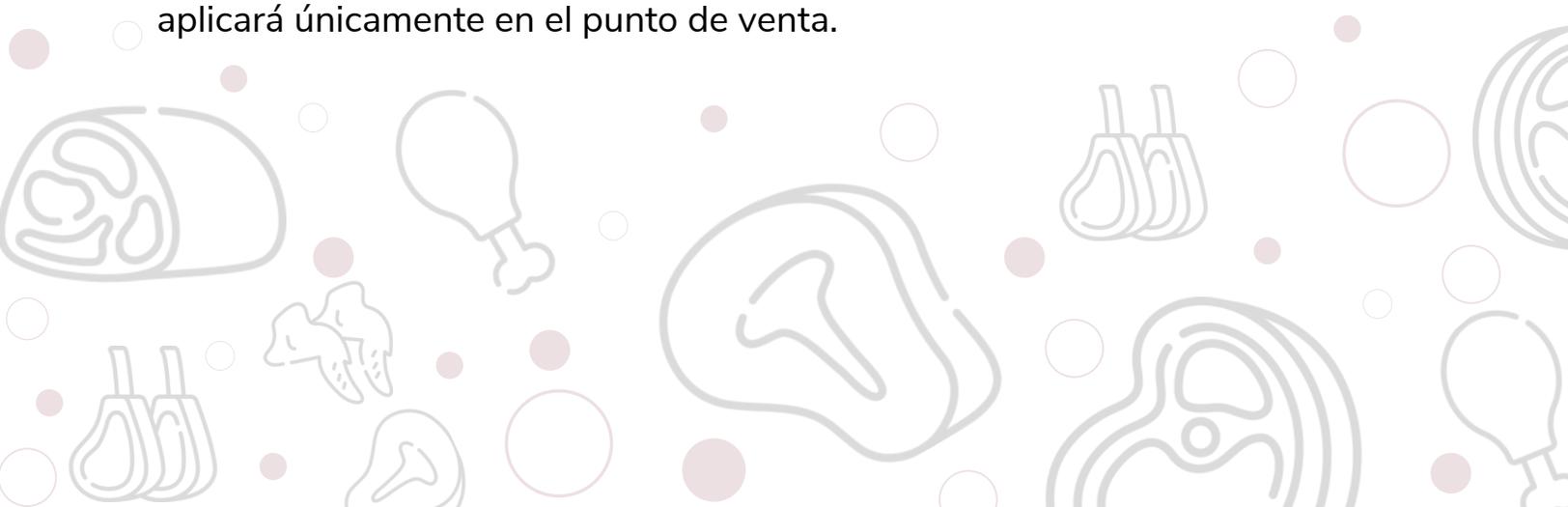
La promoción se llevará a cabo el último fin de semana del mes de noviembre del siguiente año.

Para poder desarrollar esta estrategia se anticipará el volumen de carnes necesarias, abasteciendo la sucursal ubicada en octava avenida sur entre la 25 y 27 calle poniente #3 B.

La aplicación de los porcentajes de descuento queda a discreción de los dueños de la marca.

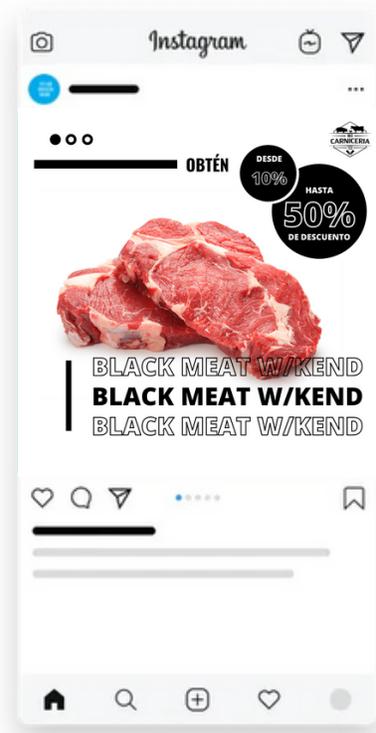
## Dinámica de la promoción

Se aplicarán diferentes descuentos que van desde 10% hasta 50% sobre el precio original de todos los productos de Mi Carnicería. La promoción se aplicará únicamente en el punto de venta.



# Piezas gráficas

## Carrusel en redes sociales



## Afiche promocional



## Recursos a utilizar

### Materiales:

- Afiche promocional

### Humanos:

- Empleados de sucursal

### Digitales:

- Piezas gráficas
- Pauta publicitaria

## Medios

- Punto de venta
- Redes sociales





## Presupuesto

### PRESUPUESTO

Concepto	Unidades	Precio Unitario	Precio Total
<b>Promoción 1: "La vaquita Regalona"</b>			
Rompecabezas de formica	3	\$25,00	\$75,00
Perifoneo estacionario (4 horas en cada fecha)	8	\$12,50	\$100,00
Pauta en redes sociales	2	\$5,00	\$10,00
Globos Personalizados	100	\$0,07	\$7,00
Papel Crespón	15	\$0,27	\$4,05
Pegamento	1	\$1,48	\$1,48
Tirro	1	\$0,61	\$0,61
Delantales	6	\$3,50	\$21,00
Destapador	10	\$1,00	\$10,00
Tupper	10	\$0,50	\$5,00
Taza	8	\$2,75	\$22,00
Vales de descuentos (Impresión)	10	\$0,10	\$1,00
Squeeze	12	\$1,25	\$15,00
Bolsas de compra reutilizables	8	\$1,00	\$8,00
Tabla de madera	4	\$3,00	\$12,00
Set de vasos	6	\$5,50	\$33,00
Set de cuchillos	4	\$8,00	\$32,00
Ventilador de torre	2	\$15,00	\$30,00
Vajilla	2	\$10,00	\$20,00
Bocina Bluetooth	2	\$6,00	\$12,00

## Presupuesto

### PRESUPUESTO

Concepto	Unidades	Precio Unitario	Precio Total
<b>Promoción 2: "Kits de Carne con Sabor "</b>			
Flyers	100	\$0,10	\$10,00
Afiche promocional	2	\$1,00	\$2,00
Pauta en redes sociales	13	\$2,00	\$26,00
<b>Promoción 3: "Lunes de Pollo"</b>			
Afiche promocional	2	\$1,00	\$2,00
Pauta en redes sociales	3	\$2,00	\$6,00
<b>Promoción 4: "Black Meat Weekend"</b>			
Afiche promocional	1	\$1,00	\$1,00
Pauta publicitaria	1	\$15,00	\$15,00
<b>Sub total</b>			<b>\$481,14</b>
Imprevistos 3%			\$14,43
<b>TOTAL</b>			<b>\$495,57</b>



## 9.2 PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN



# MEAT POINTS

Meat Points es un programa para nuestros clientes más leales, dentro del cual premiamos su fidelidad, amor y conexión con el negocio, ofreciéndoles una variedad de beneficios y recompensas que los haga sentir especiales.

Consistirá en una acumulación de puntos por compras los cuales serán canjeables únicamente en la sucursal 2 de la marca por una variedad de premios que la persona puede seleccionar entre otros beneficios adicionales solo para ellos.

Se le brindará una tarjeta de cliente Meat Point en donde se encontrará y asignará un código para identificarlos y llevar su registro en la base de datos de la empresa.

### ¿Cómo puedes acumular puntos?

Con Meat Points puedes acumular puntos por cada libra de carne que compres:

- 3 puntos por cada libra de carne de res
- 2 puntos por cada libra de carne de cerdo
- 1 punto por cada libra de pollo

Entre más puntos acumules, mejores premios podrás obtener.

## Canje de puntos (catálogo de productos)

- Destapador (20 puntos)
- Delantales (35 puntos)
- Pinzas (40 puntos)
- Tablas de madera (50 puntos)
- Set de 6 individuales de mesa (60 puntos)
- Kit de adobos (70 puntos)
- Set de cuchillos (90 puntos)
- Ventilador (100 puntos)
- Set parrillero (150 puntos)
- Vajilla (400 puntos)
- Mini parrilla (3,000 puntos)

## Beneficios adicionales

- Descuento del 15% el día de su cumpleaños al presentar su DUI y su tarjeta.
- Delivery por menos de \$15 dólares (monto mínimo) una vez al mes al contar con 100 puntos.
- 2 x 1 en carnes al afiliar a un familiar o conocido (aplica únicamente el día que se realice)

## Metodología

Se llevará un registro de los clientes afiliados al programa en una base de datos de Excel con número de registro, nombre y datos personales del cliente, cada transacción que realice al presentar su tarjeta obtendrá puntos que se irán sumando y acumulando.

## Requisitos

- Por frecuencia de compra: 8 veces al mes.
- Inscripción al programa

Me parece que puede quedar con compras de tres veces al mes, 8 es mucho

## ¿Cómo puede inscribirse?

- Acercarse a la sucursal.
- Llenar solicitud con los datos personales del cliente.

## ¿Cómo se pueden canjear los puntos?

- El afiliado podrá conocer su totalidad de puntos cuando desee al realizar la compra en la sucursal de Mi Carnicería.
- Los premios serán canjeables en el establecimiento.
- Cada premio tendrá diferente valor equivalente en puntos.
- Los puntos no son transferibles y son únicamente canjeables en la sucursal 2.

¿Cómo se lleva el control de los puntos que se tienen?

## Canales de comunicación

- Redes sociales.
- Punto de venta

## Tarjeta de Cliente Meat Points



**MEAT POINTS**

**#145980**