

## Generalidades

### Historia de la empresa

“Mi Carnicería”, es un emprendimiento que se dedica a la distribución de carnes, específicamente res, pollo y cerdo. El negocio, el cual actualmente es dirigido por Arturo y Cecilia, nace hace 22 años a través de la administración de Arturo y su hermano, los cuales encontraron la oportunidad de adquirir un puesto de venta de carne en el mercado, y a raíz de la dedicación de su madre, que desde siempre fue carnicera, es que ellos deciden adentrarse en este rubro. Es en ese momento que Arturo trabaja como empleado en este puesto, y en 2017, junto con su esposa, que se comienza con el local directamente propiedad de ellos, apoyándose con la familia de Cecilia en cuanto a administración, a mediados de 2018 se apertura una sucursal fuera del mercado, renovando por completo la marca, pues en sus inicios, el nombre del negocio había sido “El Torito Pinto”, pasando a renovar imagen en cuanto a logo, nombre y canales de venta, con el fin de diferenciarse de la antigua marca.

El nombre “Mi Carnicería” hace referencia a la familia, a la pertenencia a una comunidad cercana y muy de las personas, transmitiendo ese sentido de hermandad y empatía con las personas.

Actualmente, el negocio ya renovado cuenta con dos sucursales, la pionera, que está ubicada en Colón y una segunda sucursal ubicada en la 8 av. sur entre 25 y, 27 Calle Pte. Su horario de atención es: lunes, miércoles y viernes de 5:30 am a 4:00 pm, martes, jueves y sábado de 5:00 am a 6:00 pm y domingo de 5:00 am a 1:00 pm.

El perfil de los clientes a los que se dirige “Mi Carnicería” varía, pues no son las mismas personas las que visitan la sucursal Colón y las que visitan la sucursal número 2. En la primera encontramos personas empleadas, de clase baja y media-baja, que compran los productos para consumo en el hogar y se guían mucho por los precios y las ofertas que los establecimientos puedan ofrecer, con una frecuencia de compra mensual, quincenal e incluso diaria, para las personas que reciben su salario de forma diaria, muchos de estos son los mismos vendedores de los alrededores de su puesto en el mercado.

En la segunda sucursal encontramos dos nichos: Personas emprendedoras que adquieren los productos para su negocio, con una frecuencia de compra semanal, dichas personas aprecian la calidad, fresca y variedad de los productos que se ofrecen y el trato personalizado que se les brinda. También encontramos personas empleadas de clase media, que aún se encuentran estudiando un pregrado o se mantienen trabajando, con una frecuencia de compra quincenal, apreciando la calidad de los productos que les ofrecen y el buen servicio al cliente. Muchas de estas personas han heredado la costumbre de comprar en dicho establecimiento porque sus padres así lo hacían.

Se tienen segmentados a sus clientes con base a su frecuencia de compra y ticket promedio de gasto, manejando un rango promedio de ticket que ronda los \$15.00 - \$20.00. Además, la demanda se mantiene constante durante todo el año, a excepción de septiembre y octubre, que la demanda baja hasta en un 50% según mencionan los dueños (ver anexo 1).

Basándose en la calidad, fresca, limpieza y tiempo en el mercado, la competencia directa que detectan son: Super Selectos y Mak Meats.

## MISIÓN

Ser la opción número uno en Carne de Res, Cerdo y Pollo. Brindando calidad a buen precio, en nuestra ciudad y sus alrededores.

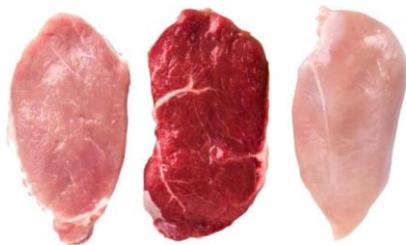
## VISIÓN

Convertirse en la productora y distribuidora más completa de Occidente de Carne de Res, Cerdo, Pollo y sus derivados; brindando la mejor calidad a precios accesibles y al alcance del cliente.

## Marketing Mix

### I. PRODUCTO

**Cerdo • Res • Pollo**  
Frescura, Calidad, Accesibilidad a Buen Precio



Servicio a Domicilio Gratis



MI CARNICERIA

Mi Carnicería se dedica a la distribución de carne, enfocándose en carne de res, carne de cerdo y pollo, además cuentan con una línea de embutidos artesanales, fabricados por ellos mismos. Detallando un poco:

**Res:** Cortes para asar, para “bistec”, para sopa, para guisar, para deshilar, hueso, tripa, pata, lengua, carne molida, hígado, etc.

**Cerdo:** Costilla, lomo, posta, chicharrones, hueso, etc.

**Pollo:** Pechuga, entrecierna, pollo entero.

**Extras:** Chorizo artesanal, longaniza artesanal, chorizo con chile artesanal, carne adobada, carne oreada.

Mi Carnicería enfoca sus esfuerzos en brindar carne fresca, limpia (en cuanto a pellejo) y adecuada a cada gusto y preferencia del cliente, vendiendo desde

piezas enteras de carne hasta filetes de todos los tamaños, siendo todo muy personalizado y de acuerdo a cada necesidad.

Cada cliente tiene sus propias preferencias, sin embargo, los productos con mayor demanda son las reses, en su mayoría cortes como el lomo y puyazo.

El éxito de los productos que distribuye Mi Carnicería, comienza desde la selección en el rastro del tipo de animal, pues de esto depende mucho la calidad de la carne que será distribuida, adquiriendo solamente reses hembras y con un peso y nivel de grasa específico. Resumiendo, sus principales atributos en: variedad, frescura y calidad. Poniéndose en los zapatos del cliente e intentando satisfacer por completo cada requerimiento que este demande.

Mi Carnicería brinda diferentes canales de comunicación de acuerdo al público que se dirija, utilizando medios digitales, como formularios de Google, Mensajes directos y WhatsApp, e incluso llamando directamente vía teléfono a los clientes mayores que no ocupan medios digitales. Transmitiendo y manejando una comunicación muy cercana con sus clientes, creando una comunidad que para ellos representa una familia, e intentando transmitir este ambiente y cultura organizacional, yendo más allá de simplemente vender un producto, creando una experiencia, asesorando y teniendo cercanía con sus públicos.

## II. PRECIO

Actualmente las formas de pago son: efectivo, tarjeta de crédito o débito y transferencia bancaria. Además, se encuentran desarrollando un sistema con plataforma de pago digital, llamado "Pago Click".

Existiendo una relación precio-calidad favorable, según mencionan sus dueños, para los consumidores, de hecho, se mencionaba que se vende mejor calidad que su principal competidor (Super Selectos) y se manejan un margen de alrededor del 30% más bajo respecto a ellos. Esto en la sucursal 2 nada más, pues en la sucursal 1 los precios están equilibrados respecto a los demás puestos, y como siempre, la calidad es superior.

Cabe mencionar que la única forma de que varíen los precios respecto al Super es cuando este pone ofertas, y nuestros consumidores son un poco sensibles a esto, una parte se dirige al Super cuando hay ofertas en este punto de venta, sin embargo, luego vuelven.

## III. PLAZA

Actualmente se cuenta con dos sucursales:

Sucursal Colón y Sucursal de la 25.

Desde antes de la pandemia se contaba con servicio a domicilio, sin embargo, este no era muy demandado, ha sido hasta ahora que se ha impulsado y explotado mucho más, siendo un servicio sin un costo adicional para el cliente, manteniendo como único requisito el mínimo de \$15.00 de compra. Además, a raíz de la pandemia se implementó un catálogo en línea, en el que podías decidir los productos que deseas y puede pedirlo vía WhatsApp. Dentro de los puntos de venta se cuenta con los vendedores, administradores y las personas que reparten por medio del servicio a domicilio.

#### IV. PROMOCIÓN

Se cuenta con una persona encargada de comunicar en medios digitales, sobre los productos en existencia y precios, además de crear un poco de contenido interesante para los usuarios, en este caso es Cecilia la que se encarga de esto, sin embargo, están planificando apoyarse de una persona más que se encargue de lleno a esto. Además, utilizan material "POP" dentro de sus instalaciones.

A lo que le apuntan mucho es a la promoción "boca a boca" siendo este de sus principales medios de promoción, pues procuran dar una atención muy personalizada y cercana con sus clientes.

Actualmente no se cuenta con ningún programa de fidelización, sin embargo, se está interesado en la implementación en alguna práctica de este estilo.

Se cuenta con ciertos descuentos internos en algunas cosas, sin embargo, esto no es comunicado a los clientes, solamente se realiza el descuento al valor total de la compra. Además, como promoción permanente cuentan con el servicio a domicilio sin cargo adicional, lo cual es muy aceptado por el público.

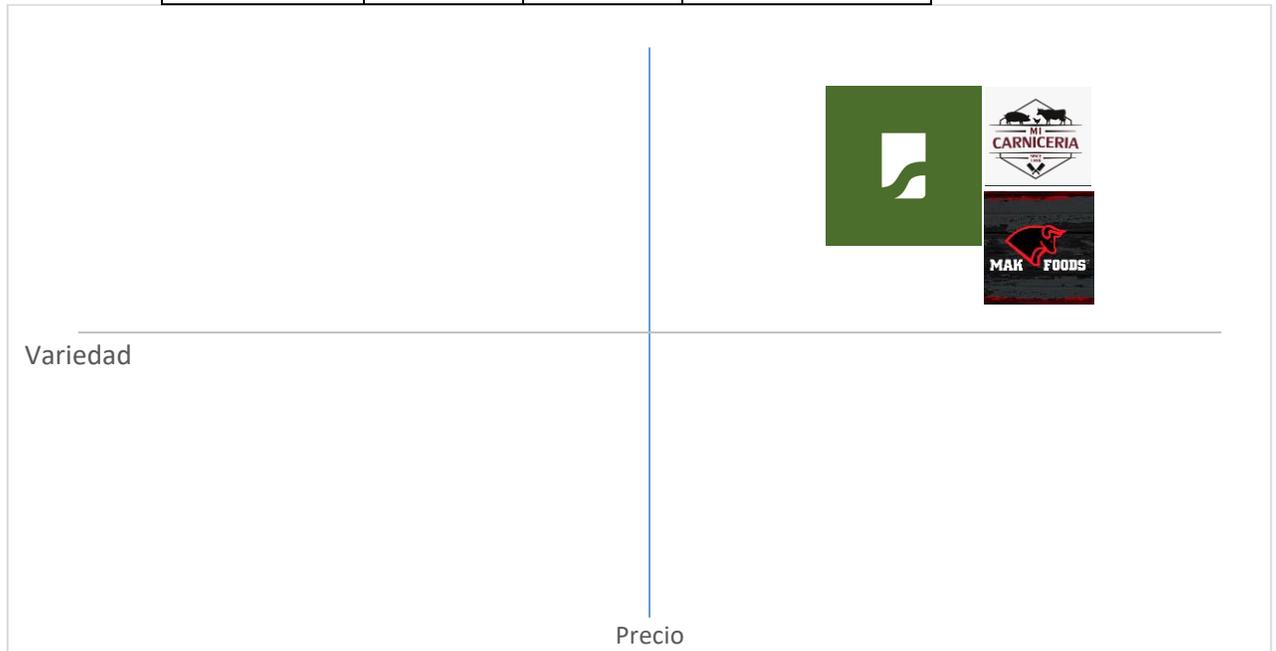
Se menciona que dentro de sus clientes hay personas que solicitan descuento y en ocasiones se les brinda, sin embargo, no es algo establecido como promoción de temporada, etc.

Se han utilizado medios como radio para promocionarse, otra forma de promoción es patrocinando torneos de fútbol, la dinámica y el acuerdo al que se llega con este tipo de alianza y patrocinio es colocar nuestra marca en las camisas de los jugadores, por ejemplo. Sin embargo, por el momento no se están realizando este tipo de promociones, pero se pretende retomarlas al reactivarse este tipo de actividades.

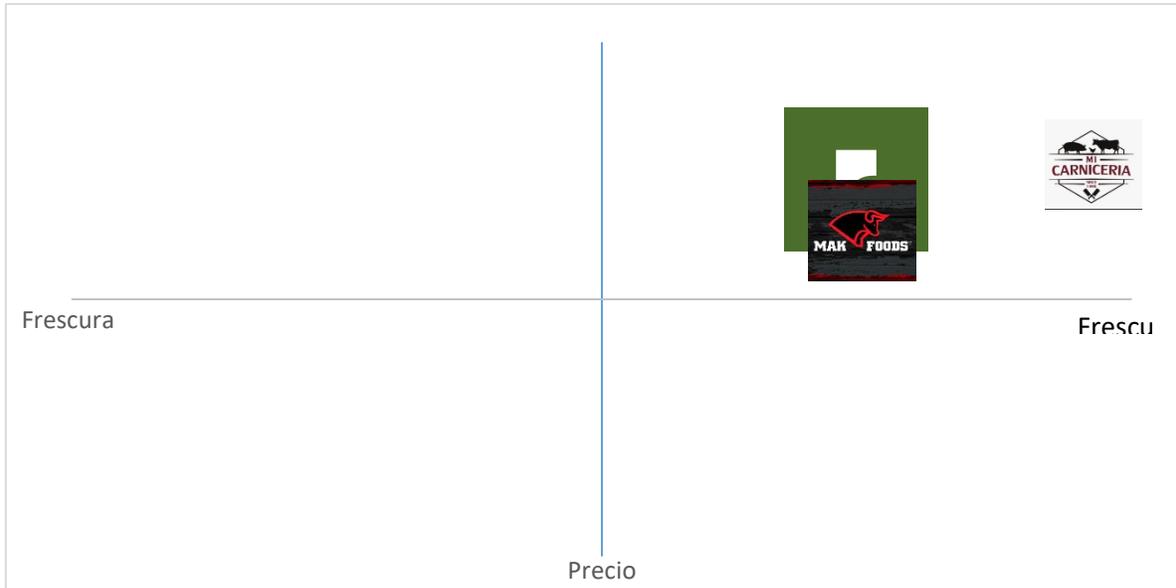
Desde que se comenzó con los formularios de Google se comenzó a guardar la base de datos que este genera de forma automática. Además, se realizan pautas publicitarias en redes sociales con el fin de engrandecer la comunidad en redes y alcanzar a más personas. Dando a conocer su marca.

Mapas de Posicionamiento

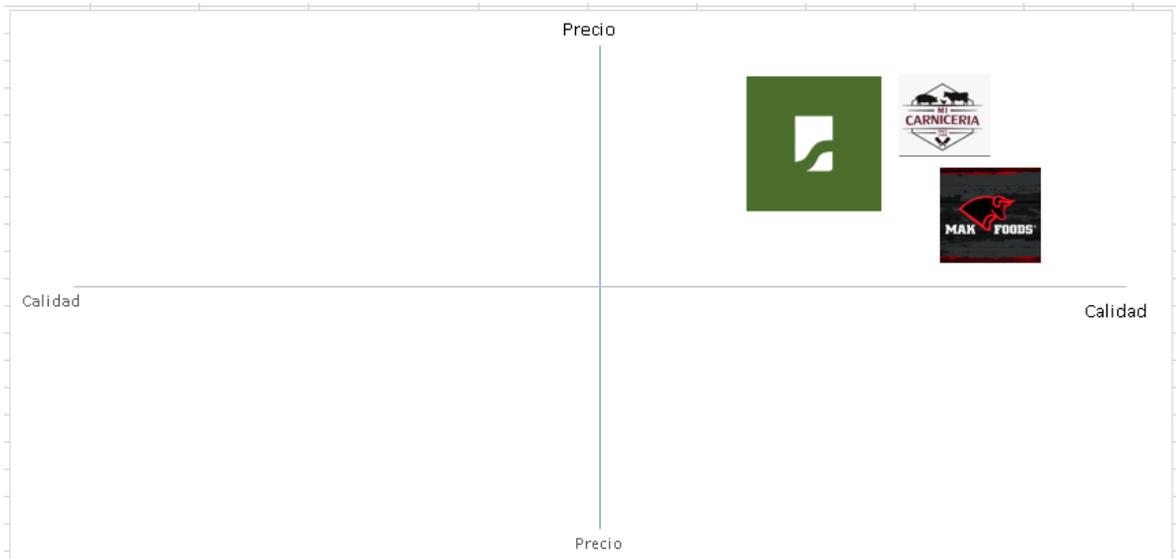
Marcas	Precio	Variedad	Tamaño estimado
Mi Carnicería	4	4	20%
Mak Meats	3	4	25%
Super Selectos	4	4	55%



Marcas	Precio	Frescura	Tamaño estimado
Mi Carnicería	4	5	20%
Mak Meats	3	4	25%
Super Selectos	4	3	55%



Marcas	Precio	Calidad	Tamaño estimado
Mi Carnicería	4	4	20%
Mak Meats	3	4	25%
Super Selectos	4	3	55%



## Propuestas de empaque



Opción 1: Butcher Paper, dicho papel es especial para carnes, se propone empacarlo de esta forma y hacer ya sea pegatinas o sello, además, agregar un sello con fecha de consumo ideal.



Opción 2: Dicha opción se encuentra en las redes sociales de la marca, parece un buen diseño, sencillo y muy bonito. Esta opción enfocada en consumidores que adquieren productos para consumo en su hogar.

Esta opción puede servir para las personas que compran cantidades mayores de carne. (PENDIENTE)



PENDIENTE