



Universidad del sureste



Nombre de la materia: taller del emprendedor

Catedrático: Víctor Salas

Carrera: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Grado: 9º cuatrimestre

Alumno: Daniel Juárez Bravo

Fecha de realización: 10/julio/2020

Objetivo de marketing.

Corto plazo (6 meses):

Lograr que el producto sea conocido en el entorno de la producción de carne en mi localidad así mismo vender un cordero a la semana o conforme a la demanda ir aumentando la producción.

Mediano plazo (1 año):

Lograr la distribución de la carne fresca en las carnicerías de mi localidad y empezar proyecto de la construcción de un restaurante.

Largo plazo (3 años):

Seguir en el mercado ahora con una carnicería propia del mismo negocio y un restaurante referido a distintos platos hechos a base de la carne de cordero.

Consumo aparente:

Hemos elegido dirigirnos a los restaurantes y carnicerías donde comercializan con distintos tipos de cortes de carne de variedad de animales.

Así también personas que les encanta degustar de comida típica mexicana hecha con carne animal cuya edad fluctúa de 18 a 30 años.

En el área de mi localidad Tapachula Chiapas tenemos clientes potenciales de los siguientes tipos de empresa:

- Carnicerías particulares.
- Carnicerías populares en Tapachula
- Personas que consumen la comida tradicional

Consumo aparente para comida preparada con carne de cordero:

El consumo es de 250 personas que consumirán 1 vez por semana

Demanda potencial.

Corto plazo:

Para que la empresa sea rentable tiene que cubrir un mínimo del 60% del mercado con la venta de comida preparada.

Mediano plazo:

Para el crecimiento de 40% de la empresa necesitamos emplear la venta de carne fresca al mercado individual o a otros establecimientos.

Largo plazo:

Para crecer de manera exponencial tendría que salir el negocio a los municipios aledaños al nuestro así aumentar ganancias y crecimiento en el mercado.

Participación de la competencia en el mercado.

Nombre del competidor	Ubicación	Principal ventaja	Acciones para posicionarse
Carnicería el jarocho	Tapachula Chiapas	Años de servicio, popularidad, varias sucursales	Calidad de la carne, venta de la carne de cordero fresca cortes nuevos.
Carnicería su carne	Tapachula Chiapas	Sucursales varias, tiempo de servicio, popularidad media	Calidad en la carne, venta de carne de cordero en distintos cortes
Carnicerías particulares	Tapachula Chiapas	Fidelidad de los clientes, popularidad las colonias cerca.	Venta de carne de calidad, producción propia, carne de cordero en distintos cortes
Restaurante venta de barbacoa	Tapachula Chiapas	Popularidad, años de servicio, fidelidad de los clientes.	Producción propia, platillos varios con carne de cordero.

Distribución y punto de venta.

Satisfacción de una necesidad:

Comida mexicana muy famosa y común dentro de nuestra cultura con un buen sabor y preparado con higiene de por medio servida y preparada lista para comerse.

Satisfacción de un deseo:

Satisfacer el deseo del cliente de comer un buen platillo a base de cordero siendo acá en Tapachula muy difícil de conseguir.

Solución a un problema:

Facilitar el consumo de alimentos preparados a base de la carne de cordero dentro de mi localidad ahorrando así la necesidad de salir a lugares fuera de la ciudad para poder consumir uno de estos alimentos.

Sistema de distribución y punto de venta.

Al inicio no habrá distribución el fin es darnos a conocer por medio de la venta local e ir agarrando fuerza en cuanto a calidad y buena sazón. Al darnos a conocer la distribución sería cada semana a carnicerías locales o servicio a domicilio en cuanto a pedido de comida.

¿Por qué elegir este sistema?

Es la manera más sencilla y económica de empezar para darnos a conocer de manera correcta y así mismo progresar conforme a los ingresos.

Diseño del proceso.

Venta local – servicio de comida a domicilio – venta a las carnicerías locales – venta a las carnicerías populares de la localidad.

Responsable de cada paso de la cadena de distribución.

Matanza del ternero.

Cocineras.

repartidores.

Surtidores.