

## **DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.**

**El Baratico es una empresa comercial, la cual ofrece, comercializar productos de consumo masivo y/o productos de la canasta básica propios de un supermercado, donde los clientes encuentran gran variedad de productos, en un ambiente amplio y confortable, con una atención cordial y precios bajos.**

*Nos dedicamos a la venta de productos de consumo masivo y de la canasta básica. Como empresa nos enfocamos en ofrecer una gran variedad de productos a precios bajos, en un ambiente amplio y confortable para nuestros clientes, y con una atención cordial por parte de nuestro personal. Como empresa buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes y proporcionarles una experiencia de compra agradable y accesible, manteniendo precios competitivos en el mercado.*

## **MISIÓN**

**Ofrecer los mejores productos de la canasta familiar en calidad y variedad a los mejores precios, generando una excelente experiencia a la hora de adquirirlos, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.**

*Como supermercado nos comprometemos a proporcionar a nuestros clientes una amplia variedad de productos de alta calidad que son esenciales para las necesidades diarias de sus hogares, como alimentos básicos, productos de higiene personal y productos de limpieza. Además, nos esforzaremos por ofrecer estos productos a precios competitivos para garantizar que sean accesibles para la mayoría de nuestros clientes. Al hacer esto, como supermercado buscamos generar una experiencia de compra positiva para nuestros clientes al brindarles productos de alta calidad a precios razonables.*

## **VISIÓN**

**Convertirnos en el supermercado referente en nuestra comunidad, ofreciendo una amplia variedad de productos de calidad, brindando un servicio excepcional y personalizado a nuestros clientes. Queremos mejorar la calidad de vida de nuestra población, satisfaciendo sus necesidades básicas y ofreciendo productos innovadores que promuevan hábitos de vida saludables. Aspiramos a ser un supermercado líder en nuestra zona, generando empleo y promoviendo el desarrollo económico y social de la región.**

*La visión expresa el deseo de la organización de convertirnos en el supermercado de referencia en nuestra comunidad, ofreciendo una amplia variedad de productos de calidad y brindando un servicio excepcional y personalizado a nuestros clientes. Además, buscamos mejorar la calidad de vida de la población, satisfaciendo sus necesidades básicas y ofreciendo productos innovadores que promuevan hábitos de vida saludables. Como organización aspiramos a ser líderes en la zona, generando empleo*

*y promoviendo el desarrollo económico y social de la región. En resumen, la visión se enfoca en la excelencia en productos y servicios, la satisfacción del cliente y el impacto positivo en la comunidad y el entorno económico y social.*

## **VALORES:**

- 1. Excelencia:** Compromiso con la calidad en todos los aspectos del negocio, desde la selección de productos hasta el servicio al cliente.

*Este valor se refiere al compromiso de la empresa con la calidad en todos los aspectos de nuestro negocio, desde la selección de productos hasta el servicio al cliente. Como empresa nos esforzamos por ofrecer productos y servicios de alta calidad y nos comprometemos a mejorar continuamente para mantener su excelencia.*

- 2. Responsabilidad:** Compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social en las operaciones del negocio.

*Este valor se refiere al compromiso de la empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad social en sus operaciones comerciales. Como empresa nos preocupamos por minimizar su impacto en el medio ambiente y por contribuir a la comunidad de manera positiva.*

- 3. Servicio al cliente:** Enfoque en la satisfacción del cliente y en brindar una experiencia de compra agradable y sin problemas.

*Este valor se refiere al enfoque de la empresa en la satisfacción del cliente y en brindar una experiencia de compra agradable y sin problemas. Como empresa nos esforzamos por ofrecer un servicio al cliente excepcional y nos preocupamos por las necesidades y expectativas de nuestros clientes.*

- 4. Innovación:** Compromiso con la mejora continua y la innovación para ofrecer productos y servicios únicos y de alta calidad.

*Este valor se refiere al compromiso de la empresa con la mejora continua y la innovación para ofrecer productos y servicios únicos y de alta calidad. Como empresa nos esforzamos por mantenernos a la vanguardia de su industria y por ser innovadora en sus productos y servicios.*

- 5. Trabajo en equipo:** Colaboración y cooperación entre los empleados para lograr objetivos comunes y proporcionar un excelente servicio al cliente.

*Este valor se refiere a la colaboración y cooperación entre los empleados de la empresa para lograr objetivos comunes y proporcionar un excelente servicio al cliente. La empresa se esfuerza por*

*fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y apoya a sus empleados para que trabajen juntos como un equipo.*

Estos valores son importantes porque guían el comportamiento y las decisiones de nuestra empresa, y también nos ayudan a construir una cultura empresarial positiva y sólida. Estos valores ayudan a nuestra empresa a mantenerse enfocada en nuestros objetivos y en el cumplimiento de las expectativas de todos nuestros clientes y de la comunidad en general.

## **OBJETIVOS**

- **Objetivo 1: Aumentar las ventas en un 20% en los próximos 3 años.**

*Este objetivo puede ser alcanzado a través de diversas estrategias, una sería ampliar la gama de productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes locales. Al ofrecer más opciones de productos, podemos atraer a un mayor número de clientes y aumentar las ventas en general. Además, al proporcionar productos que sean específicos y relevantes para nuestros clientes podemos mejorar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad.*

*También implementar un programa de fidelización para atraer y retener clientes. Al ofrecer recompensas o incentivos a nuestros clientes existentes, podemos fomentar la lealtad y la repetición de compra, lo que puede contribuir significativamente al aumento de las ventas a largo plazo. Al mismo tiempo, atraer nuevos clientes puede ser un desafío, y un programa de fidelización bien diseñado y ejecutado puede ayudar a atraer a nuevos clientes y retener a los existentes.*

- **Objetivo 2: Mejorar la eficiencia operativa reduciendo los costos en un 10% en los próximos 3 años.**

*Tiene como finalidad aumentar la rentabilidad del supermercado mediante la optimización de sus procesos internos y la reducción de los gastos operativos. Esto nos permitiría a nosotros como empresa mejorar nuestra posición competitiva y tener un mayor margen para invertir en otras áreas, como el marketing y la expansión del negocio.*

*Para lograr este objetivo, se establecen dos metas específicas: evaluar los procesos actuales y buscar oportunidades de mejora en la gestión de inventario y logística, e implementar tecnologías avanzadas de punto de venta y automatización de procesos. La primera meta se enfoca en identificar áreas de mejora en los procesos existentes para optimizar el uso de los recursos, mientras que la segunda se centra en la adopción de tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia y reducir los errores humanos.*

*Al alcanzar estas metas, nuestro supermercado tendría la capacidad de operar de manera más eficiente y con costos más bajos, lo que permitirá que nuestra empresa sea más competitiva y rentable en el mercado.*

- **Objetivo 3: Aumentar la presencia en línea y expandir el alcance geográfico.**

*Para lograr esto, hemos establecido dos metas específicas. La primera es desarrollar un sitio web y una aplicación móvil para nuestro supermercado, lo que permitirá que nuestros clientes puedan realizar compras en línea y acceder a información sobre productos, nuestras ofertas y promociones. La segunda meta es implementar estrategias de marketing digital para atraer a nuevos clientes de áreas cercanas. Esto incluirá técnicas como la optimización de motores de búsqueda, publicidad en línea y marketing en redes sociales para llegar a un público más amplio y aumentar la visibilidad de la marca del supermercado. En conjunto, estas metas buscan ayudar al supermercado a expandir su presencia en línea y atraer a más clientes de áreas geográficas más amplias.*

- **Objetivo 4: Mejorar la calidad de servicios para una mejor satisfacción de nuestros clientes.**

*Se han establecido dos metas para alcanzar este objetivo. La primera meta es capacitar al personal en atención al cliente y servicio al cliente. Esto significa que el personal del supermercado recibirá formación y entrenamiento para mejorar su capacidad de atención al cliente y ofrecer un servicio excepcional. La segunda meta es implementar sistemas de retroalimentación y seguimiento para medir la satisfacción del cliente y abordar cualquier problema. Esto implica establecer canales de comunicación con los clientes para recibir comentarios y sugerencias y así poder mejorar la calidad del servicio en el futuro. Al lograr este objetivo y sus metas, se espera mejorar la imagen del supermercado y atraer a más clientes satisfechos.*

- **Objetivo 5: Ser un modelo de empresa social y responsable**

*El objetivo 5 se enfoca en que nosotros como supermercado asumamos una responsabilidad social y ambiental, y que actuemos como un modelo de empresa socialmente responsable. Esto significa que el supermercado no solo busca maximizar sus beneficios, sino también hacer una contribución positiva a la comunidad y al medio ambiente.*

*Para lograr este objetivo, podemos establecer relaciones sólidas con proveedores locales, lo que no solo ayuda a impulsar la economía local, sino que también reduce la huella de carbono asociada con el transporte de los productos. Asimismo, podemos implementar prácticas de sostenibilidad, como el uso de energías renovables, la reducción de emisiones de carbono, el reciclaje y la gestión responsable de los residuos, entre otros.*

*Además, como supermercado podemos comprometernos con la responsabilidad social corporativa, como, por ejemplo, apoyando iniciativas que promuevan la inclusión social, la educación y la salud. También podemos implementar prácticas laborales justas y éticas, y ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo para nuestros empleados. En resumen, el objetivo 5 busca que como supermercado nos preocupemos por el bienestar de la comunidad y del medio ambiente, y actuemos de manera responsable y ética en todos los aspectos de nuestro negocio.*

## **ESTRATEGIAS**

### **1. Enfoque en productos locales y de alta calidad**

*La estrategia de enfoque en productos locales y de alta calidad implica centrarse en poder ofrecer productos únicos y de alta calidad en marcas que no se encuentran fácilmente en otras tiendas de la zona. Al enfocarnos en productos locales, el supermercado puede establecer relaciones cercanas con los proveedores y apoyar la economía local. Esto también permite una experiencia de compra más auténtica para nuestros clientes y podría ayudar al supermercado a destacar por nuestro compromiso con la sostenibilidad y el comercio justo.*

*Esta estrategia tiene como objetivo crear una ventaja competitiva para nuestro supermercado al ofrecer productos exclusivos que satisfagan las necesidades y preferencias de nuestros clientes locales. Al hacerlo, como supermercado podemos atraer y retener clientes leales que buscan productos de buenas marcas y con conciencia social. Además, el enfoque en productos locales puede ayudar a reducir los costos de transporte y logística, lo que podría ayudar a reducir los precios para los clientes y mejorar la rentabilidad del negocio.*

### **2. Precios competitivos:**

*La estrategia 2 se enfoca en ofrecer precios competitivos y atractivos para nuestros clientes. Aunque nuestro supermercado no pueda competir con los precios de grandes cadenas, podemos ofrecer precios competitivos en ciertos productos locales o en compras grandes. Esta estrategia busca atraer a los clientes que valoran la calidad y la experiencia de compra personalizada, pero que también son sensibles al precio. Además, la implementación de programas de lealtad nos puede ayudar a fidelizar a nuestros clientes y motivarlos a comprar más productos en el supermercado. Con esta estrategia, nuestro supermercado puede ganar una ventaja competitiva al ofrecer una experiencia de compra atractiva y precios competitivos en productos específicos.*

### **3. Servicio excepcional:**

*La estrategia 3 se enfoca en mejorar la calidad del servicio al cliente como una forma de diferenciarnos de la competencia y generar una ventaja competitiva. Ofrecer un servicio excepcional puede generar una experiencia positiva para nuestros clientes, lo que puede hacer que regresen y recomienden nuestro negocio a otros. La capacitación de nuestros empleados es clave para garantizar un servicio amable y atento, y puede incluir el aprendizaje de habilidades de comunicación y resolución de problemas. Ofrecer servicios adicionales como entrega a domicilio o asesoramiento sobre productos también puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar la satisfacción y lealtad del mismo. En resumen, la estrategia 3 se enfoca en la importancia de crear una experiencia satisfactoria para nuestros clientes, lo que puede ser una poderosa herramienta para atraer y retener clientes.*

### **4. Estrategia omnicanal:**

*La estrategia omnicanal se refiere a la integración de diferentes canales de venta para mejorar la experiencia del cliente y aumentar las oportunidades de venta. En este caso, la estrategia implica la creación de una tienda en línea y la implementación de entregas a domicilio para complementar la venta en la tienda física. Esto significa que nuestro cliente tendrá la opción de comprar en línea y recibir sus productos en casa, lo que puede ser conveniente para aquellos clientes que no pueden visitar la tienda física por diversas razones. También se menciona la presencia en redes sociales para interactuar con los clientes y promocionar los productos, lo que puede ayudar a crear una relación más cercana y de confianza con los clientes. En resumen, la estrategia omnicanal busca ofrecer una experiencia de compra integral y conveniente para nuestros clientes, al mismo tiempo que se expande el alcance de nuestro negocio.*

### **5. Diferenciación por categoría de productos:**

*La estrategia de diferenciación por categoría de productos consiste en especializarse en ciertos tipos de productos para crear una ventaja competitiva y establecernos como la tienda de referencia en este campo. Por ejemplo, podríamos enfocarnos en productos orgánicos, veganos o para personas con necesidades dietéticas específicas.*

## ANÁLISIS FODA

### Fortalezas

**La variedad de productos de primera necesidad** es crucial, ya que los clientes buscan encontrar todo lo que necesitan en un solo lugar. Esto también ayuda a fidelizar a los clientes, ya que si encuentran todo lo que necesitan en nuestro supermercado, es menos probable que se vayan a la competencia.

**El personal capacitado** es una ventaja importante, ya que los empleados bien entrenados pueden brindar un mejor servicio al cliente y resolver problemas de manera efectiva. Esto también puede aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la reputación de la tienda.

**El manejo de precios del mercado** es importante para ser competitivos y atraer a los clientes. Si los precios son razonables y atractivos, es más probable que los clientes elijan nuestro supermercado en lugar de la competencia.

**La buena ubicación** es otra ventaja importante, ya que esto puede atraer a más clientes y aumentar la visibilidad del supermercado. También puede ser conveniente para los clientes, especialmente si está ubicado cerca de su casa o lugar de trabajo.

**Los horarios flexibles** son una ventaja importante para los clientes ocupados que no tienen tiempo para hacer compras durante el día. Si el supermercado ofrece horarios de apertura y cierre amplios, esto puede atraer a más clientes y aumentar las ventas.

**La buena imagen ante el cliente y los proveedores** puede aumentar la confianza en el supermercado y mejorar las relaciones con los proveedores, lo que puede llevar a precios más competitivos y una mejor selección de productos.

**La calidad en el servicio** es una ventaja importante ya que los clientes buscan ser tratados con respeto y amabilidad. Un buen servicio al cliente puede aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la reputación del supermercado.

### Oportunidades

**-Aumento en la demanda de productos:** Si la demanda de productos aumenta, el supermercado tendrá la oportunidad de aumentar nuestras ventas y mejorar nuestra rentabilidad. Además, puede ser una oportunidad para expandir la variedad de productos y atraer a nuevos clientes.

**- Los costos operativos pueden ser menores que los de supermercados más grandes:** Al ser un supermercado más pequeño, es posible que los costos operativos sean menores en comparación con

los supermercados más grandes. Esto puede ser una ventaja competitiva para ofrecer precios más competitivos o para mejorar en marcas de productos y servicios ofrecidos.

- **Poca competencia:** Si hay poca competencia en la zona, nuestro supermercado puede tener una oportunidad de aumentar la cuota de mercado y consolidarse como el referente en la zona.

- **La adopción de tecnología para mejorar la gestión y venta de productos:** La adopción de tecnología como la implementación de un sitio web y una aplicación móvil como se mencionaba anteriormente, puede ser una oportunidad para mejorar la experiencia de nuestro cliente y llegar a un público más amplio. También puede ser una oportunidad para mejorar la eficiencia en la gestión de los productos y el inventario.

-**Atracción de nuevos clientes:** Esto podría lograrse a través de la implementación de nuevas estrategias de publicidad, la ampliación de la variedad de productos, la mejora del servicio al cliente, la adopción de tecnología para mejorar la experiencia del cliente o la oferta de promociones especiales para atraer a nuevos clientes. En general, la atracción de nuevos clientes puede conducir a un aumento de las ventas y a un crecimiento de nuestro negocio en el largo plazo.

## **Debilidades**

El **tamaño reducido del negocio** puede limitar la variedad de productos que se pueden ofrecer en comparación con supermercados más grandes. Por otro lado, la falta de un **parqueo amplio** puede ser un obstáculo para los clientes que desean visitar nuestro supermercado y puede reducir el número de visitas que recibe nuestro negocio. Estas debilidades pueden limitar el crecimiento y el rendimiento a largo plazo de nuestro supermercado.

## **Amenazas**

Las amenazas para un supermercado incluyen la **aparición de nuevos** negocios en la zona que podrían aumentar la competencia, lo que puede resultar en una disminución en la participación de mercado y en las ganancias. Además, **la fluctuación en los precios de los productos** puede afectar la rentabilidad del negocio, ya que los márgenes de beneficio pueden ser muy ajustados. **La posibilidad de cambios en la regulación gubernamental o en la política económica** también puede tener un impacto negativo en el negocio, como aumentos en los impuestos o en los costos de operación. Finalmente, **el acceso limitado a recursos financieros** puede dificultar la inversión en publicidad y marketing para aumentar la visibilidad y la atracción de nuevos clientes, lo que puede afectar la capacidad del negocio para crecer y expandirse.



