

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM

## RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

### ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quemado) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA
2	TÍTULO DEL PROYECTO	"ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO PARA EMPRESA MEDIANA DEL SECTOR CARNICO" CASO DE ESTUDIO: CARLIMA PUNTO DE VENTA AMBALA, IBAGUÉ - TOLIMA
3	AUTOR(es)	YENIFER JARAMILLO GAITAN & LUZ ADRIANA ALVAREZ CASTANO
4	AÑO Y MES	20015 Agosto
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	<b>GUILLERMO VILLACRES CARDENAS</b>
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Este estudio busca disponer de información y herramientas confiables que permitan analizar y comprender la realidad que enfrenta la industria cárnica en Ibagué poniendo como ejemplo el caso de la tienda Carlima Ambala; así mismo convertirse en una propuesta de formulación de estrategias orientadas apoyar a la tienda a mejorar su nivel de competitividad y participación de mercado tanto en el corto como en el mediano plazo. This study seeks to provide reliable information and tools to analyze and understand the reality facing the meat industry in Ibague citing the case Carlima Ambala Store; likewise become a proposal for formulating strategies geared to support the store to improve their competitiveness and market share both in the short and medium term.
7	PALABRAS CLAVES	Estrategias, carnes, presentación, atención, clientes
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	El desarrollo del sector agropecuario de la región a través de la producción, industrialización y comercialización de bienes y servicios agropecuarios de excelente calidad.
9	TIPO DE ESTUDIO	Se refiere a la opción de grado elegida por usted: plan de negocios, trabajo aplicado, proyecto especial, proyecto institucional, ensayo, trabajo descriptivo, artículo, estudio de caso, etc.
10	OBJETIVO GENERAL	Analizar y proponer estrategias de crecimiento de corto y mediano plazo para la tienda de carnes Carlima Ambala en Ibagué
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el nivel actual de competitividad de la tienda Carlima Ambala frente a la industria comercializadora de cárnicos en Ibagué.</li> <li>• Proponer y determinar cuáles son las iniciativas de mayor viabilidad para conocer las preferencias del mercado objetivo de Carlima Ambala</li> <li>• Plantear estrategias que propendan por el crecimiento en participación del mercado de la tienda de carnes Carlima Ambala</li> </ul>

12	<b>RESUMEN GENERAL</b>	<p>El trabajo de investigación aplicado al sector de comercialización de cárnicos de la ciudad de Ibagué Tolima Colombia, desarrollado con el fin de analizar y proponer estrategias de crecimiento de corto y mediano plazo para la tienda de carnes Carlina Ambala en Ibagué. Fue desarrollado mediante una metodología descriptiva, aplicando encuestas tanto a clientes frecuentes como a clientes potenciales ubicados en la zona de influencia de la tienda. Para lo anterior se contrató a un grupo de estudiantes universitarios quienes se encargaron de abordar a los encuestados y entregar la información tal cual se recogió, ésta fue procesada y analizada utilizando como herramienta el sistema global para análisis de datos SPSS de IBM, lo que permitió identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que luego se analizaron a través de una matriz DOFA que llevó a proponer estrategias de corto y mediano plazo para la tienda de carnes objeto de estudio</p>
13	<b>CONCLUSIONES.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las encuestas personalizadas se muestran como una herramienta eficaz para conocer las preferencias de los clientes y mercado objetivo de la tienda de carnes Carlina punto de venta Ambalá.</li> <li>2. La encuesta aplicada a clientes actuales de la tienda de carnes Carlina punto de venta Ambalá muestra que estos se sienten especialmente fidelizados hacia la tienda en comparación con la competencia pues encuentran allí, un producto de calidad, buena atención, buenas técnicas y presentación de los cortes de la carne, buena presentación y buena asesoría brindada por el personal al momento de la compra; aspectos en los que la competencia tuvo muy baja calificación, lo que muestra el enfoque de diferenciación de la tienda. Sin embargo hubo algunos temas con baja calificación como la percepción en tiempo en la atención, variedad de productos encontrados en punto de venta y exhibición, variedad de productos en vitrina y los precios, en los cuales también tuvo baja calificación la competencia a excepción de los precios. Esto evidencia que la industria cárnica en Ibagué se desarrolla bajo un claro enfoque de precios en donde no se agrega mayor valor, a lo que el consumidor se adapta, pero continúa con una expectativa de mejoramiento, a lo que Carlina responde de una manera competitiva, sin embargo el factor precio sigue siendo importante para el consumidor.</li> <li>3. Al aplicar una encuesta a residentes de los conjuntos cerrados circundantes de la tienda como mercado objetivo, se complementa el anterior análisis, y lo primero que encontramos es que hay un gran potencial de consumidores que aunque en su mayoría han escuchado hablar de la tienda Carlina, solo la mitad han comprado su carne allí, situación que obedece principalmente a que los clientes prefieren comprar sus carnes en el mismo</li> </ol>

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>Aina, centro tecnológico. Consumidor y nuevos productos. Artículo: cinco campos para la innovación en el sector cárnico. (2012). en:  <a href="http://tecnoalimentalia.ainia.es/web/tecnoalimentalia/consumidor-y-nuevos-productos/-/articulos/rt64/content/cinco-campos-para-la-innovacion-en-el-sector-carnico">http://tecnoalimentalia.ainia.es/web/tecnoalimentalia/consumidor-y-nuevos-productos/-/articulos/rt64/content/cinco-campos-para-la-innovacion-en-el-sector-carnico</a>. consultado el 30 de mayo de 2013.</p> <p>At kearney. (2012). Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia. Planes de desarrollo para cuatro sectores clave de la agroindustria de Colombia. Diagnóstico del sector en el mundo y punto de partida y diagnóstico del sector en Colombia. Sector: Carne Bovina. En: <a href="http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Plan_carne_bovina.pdf">http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Plan_carne_bovina.pdf</a>. Consultado el 30 de Mayo de 2013.</p> <p>Diario Portafolio, Consumo de carne creció 52% en los últimos 10 años, 2013. En:  <a href="http://www.portafolio.co/negocios/consumo-carne-los-ultimos-anos">http://www.portafolio.co/negocios/consumo-carne-los-ultimos-anos</a>, consultado 05 de junio de 2013.</p> <p>FAO. División de Infraestructuras Rurales y Agroindustrial. (2013). Artículo: Comercialización de productos pecuarios. Carne fresca y leche. En: <a href="http://www.fao.org/ag/ags/comercializacion-agricola/comercializacion-de-productos-pecuarios/es/">http://www.fao.org/ag/ags/comercializacion-agricola/comercializacion-de-productos-pecuarios/es/</a> Consultado el 28 de Mayo de 2013.</p> <p>Finas Carnes S.A., Estudio de mercado, 2008. En: <a href="http://finascarnes.blogspot.com/2008/06/estudio-de-mercado.html">http://finascarnes.blogspot.com/2008/06/estudio-de-mercado.html</a> .Consultado 05 de junio de 2013.</p> <p>Ministerio de Salud y Protección Social. República de Colombia. Decreto número 2270 de 2012.</p> <p>Morales Vallejo, Pedro. (2012). Estadística aplicada a las Ciencias Sociales. Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos?. P.5 a la 11. En:  <a href="http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1omuestra.pdf">http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1omuestra.pdf</a>. Consultado el 04 de Junio de 2013.</p> <p>Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Departamento de Agricultura y Protección del Consumidor. Producción y Sanidad Animal. Carne y Productos Cárnicos. En:  <a href="http://www.fao.org/ag/againfo/themes/es/meat/home.html">http://www.fao.org/ag/againfo/themes/es/meat/home.html</a> Consultado el 01 de Junio de 2013.</p>
----	------------------------	--