



Los Libertadores  
Institución Universitaria



Trabajo de investigación

Análisis para la recomendación de estrategias que fortalezcan la competitividad del RODEO CALLE 170 en busca de sus sostenibilidad económica



Trabajo de investigación

Análisis para la recomendación de estrategias que fortalezcan la competitividad del RODEO CALLE 170 en busca de sus sostenibilidad económica

Investigadores: John Jairo Murcia Medina

Diana Patricia Arévalo Gómez

## PRESENTACION

Somos John Jairo Murcia medina y Diana Patricia Arévalo Gómez, estudiantes de la Fundación Universitaria Los Libertadores, del seminario de grado “herramientas para la gestión estratégica de las empresas turísticas colombianas”. A continuación nosotros les presentaremos un documento en el cual podrán encontrar la situación actual del establecimiento gastronómico Hamburguesas Del Rodeo CLL 170 Basádonos en la búsqueda de su sostenibilidad Económica; Nos Apoyaremos en que uno de los investigadores ( John Jairo Murcia Medina) es el administrador de punto del establecimiento Hamburguesas Del Rodeo CLL 170 y así podremos evidenciar y brindarles una información verídica acerca de los problemas que ocurren y por qué en dicho establecimiento no han logrado incrementar sus ventas.

De esta manera partiremos de las ventajas y desventajas que posee el punto como por ejemplo su entorno, el mercado al que le apunta, su competencia directa e indirecta, todo esto con la mirada que se le dará tanto interior y exterior ya que tendremos la posibilidad de visitar y conocer el entorno que maneja el administrador y sus empleados abarcando las debilidades y fortalezas de dicho establecimiento.

## INTRODUCCION

El documento que a continuación presentaremos trata del análisis de la situación actual de Hamburguesas del Rodeo CLL 170 en el marco económico, teniendo en cuenta su posicionamiento del nicho de mercado frente a la competencia, su estabilidad interna (clima laboral y capacitación del recurso humano), y la implementación de estrategias para mejorar estándares de calidad y promoción , ya que las situaciones que encontramos se basan en los problemas internos que el administrador ha encontrado en el diario a diario de la parte operativa , RRHH, mercadeo y logística de hamburguesas del rodeo CLL 170 .

Comenzaremos por mostrarles el porque nos enfocamos en la sostenibilidad económica, para esto aplicaremos los conocimientos adquiridos durante el seminario acerca sostenibilidad, competitividad y herramientas estratégicas de gestión empresarial por ejemplo sabemos que basándonos en la sostenibilidad buscamos satisfacer las necesidades ya sea de una población, de un mercado, de una sociedad, eso si sin pasar por encima de otros o perjudicándolos, la idea es formar un equilibrio una equidad en todas las partes que abarca la palabra sostenibilidad ; ya enfocándonos más en la parte de sostenibilidad económica lo que queremos es mostrarles cómo afecta la falta de capacitación ,la promoción y estrategias de ventas que necesita una empresa para posicionarse y así ofrecer una sustentabilidad a la parte financiera y económica de la empresa.

Con esta pequeña introducción los invitamos a ver el desarrollo y formulación para que en un futuro la empresa se beneficie de dichas estrategias que se pretenden proponer mas adelante, para esto seguiremos paso a paso las situaciones que se presentan basándonos en el informe vivencial de nuestro compañero investigador y administrador del punto de Hamburguesas Del Rodeo CLL170.

## DESCRIPCION DEL PROBLEMA

De acuerdo con la situación actual de hamburguesas del rodeo calle 170, podemos encontrar que:

- Debido a las bajas ventas y poca afluencia de clientes, se evidencia que no hay unas estrategias encaminadas a la promoción y publicidad del punto.
- Poca afluencia de clientes entre los días lunes y jueves.
- El desinterés de los empleados por un alto sentido de pertenencia hacia este punto.
- Falta de capacitación de el personal.

Por lo anterior mencionado se sugiere la implementación de herramientas que permitan, el incremento en las ventas y un mejor servicio de atención al cliente. Cabe mencionar que este sector en el que se encuentra el establecimiento es bastante ventajoso y competitivo ya que al ver el área en el que se encuentra ubicada es un sector 100 %<sup>i</sup> residencial, esto nos permitirá llevar a cabo una propuesta adecuada ala hora de que del Rodeo Implemente las estrategias recomendadas; para esto se tendrá en cuenta las siguientes características que encierran el entorno social yb el entorno interno en el que se encuentra este establecimiento.

- Por su dirección: Cra. 58 # 169A-55 podemos destacar que es una zona residencial donde se podría promocionar en todos los conjuntos residenciales de su alrededor por medio de fletes que le den la posibilidad a las personas de ver que productos y beneficios ofrecen, en comparación con otros establecimientos de comidas rápidas.
- Por otro lado se encontró que para ayudar una mayor acaparamiento de clientes en los días de lunes a jueves se debe implementar ciertas promociones q hagan fidelizar los cliente y combos agradables para un diario a diario de los clientes de hamburguesas del rodeo cll 170.
- Y por otro lado la falta de capacitación, presenta grandes inconvenientes ala hora de ver un sentido de pertenencia de los empleados frente a su lugar de trabajo lo cual se ve reflejado a la hora de una solución frente a una queja de un cliente o el buen manejo de los suministros del establecimiento.

## FORMULACION DEL PROBLEMA

La baja competitividad del Rodeo CLL 170 se debe a la falla de estrategias para la promoción y publicidad en el sector y la falta de estándares con respecto a la calidad y servicio de atención al cliente.

## JUSTIFICACION

Debido a que la gran competencia de las diferentes empresas de comidas rápidas en el mercado y la apertura de nuevas cadenas extranjeras a la capital Bogotá dedicadas a la preparación de comida rápida<sup>1</sup> es importante conocer el posicionamiento y competitividad de el rodeo CLL170 en el sector para poder establecer estrategias de mercadeo para impulsar sus ventas, mejorar su imagen y publicidad, mejorar los problemas internos por medio capacitaciones y estándares que le permitan a los empleados brindar una excelente atención al cliente y un buen manejo quejas y reclamos.

---

<sup>1</sup><http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>

## OBJETIVO GENERAL

- Realizar unAnálisis para la recomendación de estrategias que fortalezcan la competitividad del RODEO CALLE 170 en busca de sus sostenibilidad económica

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer estrategias promocionales y publicitarias que le permitan aumentar las ventas al establecimiento y le permitan fortalecer el área de domicilios posicionando a hamburguesas del RODEO CALLE 170 como el mejor restaurante de comidas rápidas del sector.
- Aplicar la metodología descriptiva para analizar la situación actual en cuanto a su posicionamiento, competitividad y clima laboral del RODEO CALLE 170.
- Crear herramientas para el mejoramiento del servicio de atención al cliente con estándares de calidad.

## MARCO LEGAL

2

- CAMARA Y COMERCIO: para solicitar el número de identificación tributaria.
- DIAN: solicitud del RUT (REGISTRO UNICO TRIBUTARIO). Se pueden realizar los siguientes trámites:

### NORMATIVIDAD:

- DECRETO 921 DE 1997

Por el cual se expide la regulación de bebidas alcohólicas en el espacio público de las zonas en las que su consumo y expendio tiene un fuerte impacto sobre la convivencia.

El Alcalde Mayor de Santa Fe de Bogotá, D.C., en uso de sus atribuciones legales y en particular las que le confieren los artículos 9 y 111 del Código Nacional de Policía, y el artículo 35 del Decreto – Ley 1421 de 1993.

- DECRETO 469 DE 2003

“POR EL CUAL SE REVISA EL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE BOGOTÁ D.C.”

### EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, especialmente de las conferidas por el artículo 12 de la ley 810 de 2003 y el artículo 25 de la Ley 388 de 1997.

- DECRETO 043 DE 2006

“POR EL CUAL SE DICTAN DISPOSICIONES PARA PREVENIR RIESGOS EN LOS LUGARES DONDE SE PRESENTEN AGLOMERACIONES DE PÚBLICO”

### EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ DC

En ejercicio de las funciones previstas en los artículos 35° del Decreto

Ley 1421 de 1993, 188° del Código de Policía de Bogotá y 15° del Decreto

Distrital 332 de 2004, previa consulta a la Comisión Operativa del Sistema

Distrital para la prevención y atención de emergencias.

---

<sup>2</sup> [camara.ccb.org.co/categoria/pasoscrearempresa](http://camara.ccb.org.co/categoria/pasoscrearempresa).

- CERTIFICADO DE SANIDAD: este certificado no tiene ningún costo y es otorgado por el instituto municipal de Salud de la ciudad, después de haber realizado una visita técnica.
- DECRETO 1036

## MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006

### EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial de las conferidas por el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, el artículo 49 de la Ley 300 de 1996 y los artículos 1, 2 y 3 de la Ley 1101 de 2006

PAZ Y SALVO DE DERECHOS DE AUTOR DE SAYCO Y ACINPRO: se expidió en la oficina de la ventanilla única de la cámara de Comercio de Bogotá.

CONDICIONES DE SEGURIDAD: certificado que expide el cuerpo de Bomberos y el valor fue asignado por el funcionario encargado de la visita técnica.

## MARCO TEORICO

### BREVE HISTORIA DE LOS RESTAURANTES DE COMIDAS RAPIDAS

El concepto comida rápida <sup>3</sup>(del inglés conocido también como fast food) es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros) o a pie de calle. El ejemplo de locales más extendido a nivel mundial, es la multinacional McDonald's.

Ya en la antigua Roma se servía en puestos callejeros panes planos con olivas o el falafel en el Medio Oriente. En la India se acostumbra desde muy antiguo a servir comida callejera, algunas pueden ser las pakoras, el Vadapav, el PapriChaata, el Bhelpuri, el Panipuri y el DahiVada.

A mediados del siglo XX un empresario de la alimentación en Estados Unidos denominado Gerry Thomas comercializa por primera vez lo que se denomina comida preparada (TV dinner) con este invento, una persona sin mayores esfuerzos se encuentra en pocos minutos con un plato preparado en casa. Se hizo muy popular casquete en los establecimientos de conveniencia y por esta razón se le conoce también al alimento preparado como 'alimento de conveniencia'. A finales de los años 1990 empiezan a aparecer movimientos en contra de la 'fast food' y denuncian algunos aspectos acerca de la poca información, el alto contenido de grasas, azúcares y calorías de algunos de sus alimentos (aparece acuñado el término comida chatarra o comida basura).

### COMIDAS RAPIDAS

Para ampliar un poco más nuestro conocimiento acerca del establecimiento que estamos observando, vamos a empezar por mencionar que es y cómo empezó a funcionar los restaurantes de comidas rápidas.

Las comidas rápidas o también denominadas comida basura se caracterizan por su rapidez de preparación y por qué en sus ingredientes no poseen ciertas características nutritivas que aporte al ser humano a una buena alimentación, ya en cuanto a las características que posee un restaurante de comidas rápidas podemos resaltar las siguientes:

---

<sup>3</sup><http://diariodegastronomia.com/blogs/cocina-e-historia/9582-el-primer-restaurante-de-comida-rapida.html>

□<sup>4</sup> Por lo general, son lugares en los que se espera una cola para ser atendidos y así realizar un pedido con lo que se desea comer..

□ Otra de las características comunes es que, por norma general, se sirven alimentos en los cuales no se hace necesaria la utilización de cubiertos en su ingesta. Los más comunes son hamburguesas, pizzas y sándwich

□ Como tercer punto podemos destacar la falta de servicio de mesas, si optamos por comer en el propio restaurante. Aunque sí suele haber empleados encargados de la recogida y limpieza del local.<sup>2</sup>

## SOSTENIBILIDAD

Como ya se ha venido observando la sostenibilidad surge de ver la problemática en la que se encuentra el planeta, debido a las consecuencias del mal manejo de los recursos ;debido a esto ha surgido la implementación del llamado desarrollo sostenible que busca cubrir las necesidades futuras, para esto no solo abarca la parte ambiental sino que busca abarcar 3 partes para encontrar un equilibrio en cualquier parte de nuestras vidas( en la comunidad ,las empresas ,los países, Etc....)

### ENFOQUES SOBRE DESARROLLO SOSTENIBLE



Esquema extraído de Art desarrollo

sostenible: <http://greenworldthink.blogspot.com/p/la-educacion-ambiental-y-la.html>.

<sup>5</sup>Para que exista un equilibrio en una empresa también tiene que existir estos 3 pilares uno el económico que genere y le brinde una estabilidad y rentabilidad económica y financiera, un sociocultural que busque una estabilidad en pro de la sociedad y uno ambiental que vaya

<sup>4</sup>2.sergio hernandezorobio,comida basura, <http://suite101.net/article/comida-basura-un-peligro-a14851>

<sup>5</sup><http://www.revista.unam.mx/vol.10/num7/art42/int42.htm>

en pro del aprovechamiento sostenible de los recursos, de la biodiversidad; siempre y cuando uno este entrelazado del otro.

## SOTENIBILIDAD ECONOMICA

Como mencionamos anteriormente la sostenibilidad económica abarca la parte de la rentabilidad económica y financiera de la empresa, es decir la actividad que se promueva va en pro de la sostenibilidad tanto ambiental como social.

## METODOLOGIA

En nuestra investigación estudiamos cada uno de los métodos de investigación y llegamos a la conclusión que para iniciar aplicaremos el método de la investigación descriptivo<sup>6</sup> ya que daremos ciertas características que le permitirán a hamburguesas del Rodeo CLL170 observar la situación actual en cuanto a su posicionamiento, competitividad, clima laboral del punto y poder diseñar estrategias que ayuden a la sostenibilidad económica por medio de recursos que promocionen el establecimiento generando un mayor flujo de ventas y un optimo manejo de atención al cliente , por lo que pretendemos correlacionar los conceptos que hemos venido estudiando para poder entender mejor la situaciones y a donde queremos llegar con hamburguesas del rodeo CLL170 .

Partiendo de lo que busca la sostenibilidad económica queremos saber cuál es la viabilidad de que este punto de servicio incremente sus ventas y así pueda brindarle a su comunidad unas promociones y servicios que los hagan preferir por encima de su competencia y así obtener el equilibrio que mencionábamos anteriormente para así llegar a una sustentabilidad económica de esta empresa pero dirigiéndonos en busca del desarrollo sostenible para todos.

Para esto se le dará a conocer a esta empresa las fallas que están teniendo para que así ellos implementen las correspondientes estrategias y capacitaciones para que obtengan un incremento en sus ventas mejorando la rentabilidad de este establecimiento

---

<sup>6</sup> Fundamentos de metodología de la investigación / Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio ; revisoras técnicas, Isabel García Espejo, Susana Limón Cano

## **5 FUERZAS DE PORTER**

### **1. Amenaza de entrada de nuevos competidores:**

Los nuevos competidores pues no son tan nuevos como es el caso del corral, mc mc donals, burgen King y presto, el cual son nuestra competencia directa y los cuales manejan combos pequeños a precios pequeños con adiciones gratis, por ende las personas escogen el lugar para comer donde le den cosas gratis al mismo tiempo.

### **2. Poder de negociación de los Clientes:**

Hamburguesas Del Rodeo le será más difícil competir en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, ya son acreditados y tengan un numero de locales ya sean propios o arrendamientos que constantemente están en la guerra del precio, campañas publicitarias agresivas, valores agregados incontrolables, ect.

### **3. Rivalidad entre los competidores:**

Competidores Del Rodeo son directamente el Corral, MC Donals, Burguer King y Presto, los cuales ya están en el ranking de las empresas gastronómicas con más utilidades y ventas en el 2010, igualmente estas empresas sacan al mercado combos pequeños a un precio determinado y también por promociones y publicidad agresiva.

### **4. Poder de negociación de los proveedores:**

Hace referencia a la capacidad que tengo para negociar con los proveedores, lo aconsejable seria casarse con dos o más proveedores, constancia en los pedidos para que así haya reducción en los precios y más oportunidad de financiación por parte de la empresa a la que le vamos a negociar.

Este análisis del poder nos permite poder diseñar estrategias encaminadas al bajo costo, acuerdo crediticios. Oportunidades de capacitación y negociación.

El análisis del poder de negociación de los proveedores, nos permite diseñar estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos con nuestros proveedores o, en todo caso, estrategias que nos permitan adquirirlos o tener un mayor control sobre ellos.

### **5. Amenaza de productos sustitutos:**

Se observa que algunas personas no consumen hamburguesas de carnes, El Corral 100% por eso la hamburguesas que se están sacando en El Rodeo de pollo tanto procesado como natural, al igual que los perros calientes.

## MATRIZ DE BCG

Productos y/o servicios con mayor competitividad y menos favorables dentro de la empresa.

Los Servicios que ofrecen hamburguesas del rodeo son:

- Menús de comida rápida
- Menús de comida a la parrilla
- Salón de fiestas infantiles
- Parques infantiles
- Café expreso
- Domicilios

Esquema BCG de los productos de Hamburguesas Del Rodeo.

<p><b>PRODUCTO VACA LECHERA:</b></p>  <p>7</p>	<p><b>PRODUCTO ESTRELLA:</b>menús de comidas rápidas</p>  <p><b>RODEO ESPECIAL</b></p>
<p><b>PRODUCTO PERRO:</b> Perro caliente</p>  <p>8</p>	<p><b>PRODUCTO INTERROGANTE:</b></p>  <p>9</p>

<sup>7</sup> [http://mi-alimentacion-gaby.blogspot.com/2011\\_04\\_01\\_archive.html](http://mi-alimentacion-gaby.blogspot.com/2011_04_01_archive.html)

<sup>8</sup> [posts/offtopic/12822079.R/Los-Perros-calientes-hot-dog-panchos.html](http://posts/offtopic/12822079.R/Los-Perros-calientes-hot-dog-panchos.html)

--	--

**ESTRELLA:** Este producto tiene un gran crecimiento y también una gran participación en el restaurante, es el producto de la carta que presenta una mayor demanda por parte de los consumidores, por lo tanto genera la mayor rentabilidad para EL RODEO CLL 170. Se le brinda una mayor atención para potenciar el producto.

**PREGUNTA:** Este producto es de gran crecimiento pero poca participación. Aunque el mercado objetivo del restaurante es la comida RAPIDA se oferta y se queda, pero la participación ha venido bajando significativamente.

**VACA:** es un producto de poca participación porque no es costumbre almorzar con una ensalada, además no genera mucho gasto en producto.

**PERRO:** Este producto es de poco crecimiento pues el producto no es muy promocionado, tampoco de gran participación además no aporta ingresos importantes al punto.

## FALLAS

### 1. DE MERCADEO

- Descuido a la hora de fidelizar a los clientes, faltan programas o estrategias que le permitan a del rodeo calle 170 fidelizar sus clientes, de esta manera evitara que se vayan con la competencia.

## PROPUESTA

- Crear programas, promociones, membresías, incentivos que le den a sus clientes beneficios que los harán sentir sensaciones agradables haciéndolos volver con cada compra que realicen.
- Bonos que sean redimibles con la siguiente compra.
- Cortesías aplicando un producto gancho.

### 2. PUBLICIDAD

#### CAPTAR NUEVOS CLIENTES

El rodeo calle 170 no tiene establecido, el como atraer nuevos clientes por lo que se puede identificar un error hacia la parte de publicidad.

## PROPUESTA

Por medio de la fidelización de nuestros clientes, crear estrategias que le permitan a del rodeo calle 170 crecer en su base de datos de clientes ; por ejemplo un gancho para atraer mas clientes llevaran nuevos dándole beneficios tanto a sus clientes (fidelización ) y a su nuevo cliente (atracción de nuevos clientes).

### 3. SERVICIO AL CLIENTE

- Del rodeo no tiene un concepto claro de este departamento y de las funciones que trae el servicio al cliente, por lo que se limitan a que la atención al cliente es únicamente quejas y reclamos, por lo que vemos empleados que van a atender clientes con problemas y por ende en estado de sobresalto. Esto genera en del rodeo trabajadores de servicio mal preparados a la hora de encararse a un cliente, desmotivados y sin espíritu de servicio.
- Del rodeo no tiene como prioridad este departamento por lo que logramos evidenciar que no es un área bien dotada de recursos, y esta bien desmotivada por sus empleados como para sus clientes.

## PROPUESTA

- Realizar capacitaciones , por especialistas en el área de servicio al cliente que le permitan a la compañía tener un concepto claro de el significado de servicio con calidad tratando temas como :
  - Errores que no se deben cometer en el servicio.
  - Principios de un profesional a la hora de dar un servicio
  - Aptitudes y actitudes para el servicio.
  - Valores agregados al servicio

De esta manera hamburguesas del rodeo obtendrían una estructura clara de como fidelizar sus clientes por medio no solo de productos de alta calidad, si no, con un servicio apropiado que haga de este un plus a la hora de escogerlo por encima de otros establecimientos de comidas rápidas.

- Independientemente de que tan rentables sean las ventas de el establecimiento , todos los puntos de servicio deben recibir los mismos beneficios , del rodeo calle 170 no recibe la misma atención que otros puntos como el de la calle 127, o el de la avenida Boyacá estos puntos son principales y reciben toda la atención , por lo que se evidencia empleados altamente capacitados ,estrategias de clínicas de ventas , estrategias de publicidad y promoción de sus productos que les permiten fidelizar y atraer nuevos clientes.

## ANALISIS DOFA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Del Rodeo CLL 170 esta ubicado estratégicamente en la entrada principal del centro comercial.	Crecimiento constante del sector de la CLL 170 de comidas rápidas
Menú variado para los gustos y costumbres de la personas.	Participación de la feria gastronómica del centro comercial.
Bajo costo en la adquisición de la materia prima	Aumento de población en el sector, por el gran numero de conjuntos contruidos y en contruccion,
Controles y certificaciones de gestiones de la calidad, higiene y salubridad.	Nts – TS 004 Que habla sobre la normatividad de bares y restaurantes, cas de banquetes
Del Rodeo CLL 171 cuenta con un local de dos pisos y un salón descubierto al aire libre.	Alianzas estratégicas o asociatividad con empresas del sector de la calle 170 Boyacá y autopista norte.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Falta de capacitación del personal en áreas de producción y servicio al cliente.	Llegada de compañías extranjeras y apertura de nuevos locales de las compañías nacionales de comidas rápidas en el sector de la calle 170. en sector de comidas rápidas
% de empleados inconformes , que proporcionan mal servicio	Precios más bajos de la competencia.
Precios más altos que la competencia.	Competencia informal
No cuenta con una promoción que llame la atención de los clientes del sector y transeúntes de la CLL 170.	Políticas del centro comercial que no permitan el uso publicidad con respecto a los canales de distribución. (Entrega de volantes, la vaca Anita disfrazada, ni utilización de las áreas aledañas al c.c para promocionar el Rodeo CLL 170.
Falta de tecnología que brinden valor agregado al punto (WIFI , y localizadores)	La calidad de vida y costumbres de comer de la población de la CLL 170.

## ANALISS DOFA

### Factores internos de éxito:

Para hamburguesas del Rodeo CLL 170 podemos observar que en sus factores de éxito interno como los son las fortalezas y debilidades se debe establecer estrategias para la gestión administrativa interna del local en el cual abarquen los temas que impiden un mejor proceso de toda la cadena productiva hasta que se llega al consumidor final y con esto el mejorar la atención servicio al cliente, la preparación de los productos y la competitividad que tiene Del Rodeo CLL 170 en el sector. Analizando la ventajas que tienes Del Rodeo CLL 170 en el centro comercial y a sus alrededores con respecto a su competencia, cuenta con una infraestructura amplia de dos pisos el cual puede perfectamente atender eventos de un promedio de persona que estaría entre los 25 y 30 personas, se encuentra ubicada al en la entrada principal del centro comercial y al frente de la 170, por ende El Rodeo CLL 170 es el primer local el cual las personas residentes y transeúntes observaran en primera media a nuestro negocio y seria la primera opción para poder comer.

El rodeo no solo se caracteriza por tener hamburguesas de 100 % carne si no que ofrece una oferta gastronómica que va desde carnes en posta a la parrilla, filetes de pechuga, pescados y ensaladas, además de ofrecer postres. <sup>10</sup>Ya que Rodríguez Uberlandia (hamburguesas del rodeo) es una de la pymes mas reconocidas del sector de la industria gastronómica, sus entandares de gestión de calidad e higiene están formalmente legalizados y evaluado por el ministerio de salud y diferentes dependencias que determinan y certifican la calidad de los productos, de los equipos y procedimientos de la fabricación de los alimentos. Hay un factor importante el cual no solo la calidad y la marca son factores determinantes para que nuestra demanda sea mayor a las de los demás establecimientos, este factor afecta la posibilidad de poder negociar con el cliente y el es bajo precio y las ofertas de la competencia. Para Del Rodeo CLL 170le será más difícil competir en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, que ya estén acreditados y que constantemente estén en la guerra del precio, campañas publicitarias agresivas, valores agregados incontrolables, ect.

---

<sup>10</sup><http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-cadenas-de-comida-rapida-de-Colombia.html>

## Factores externos de éxito:

Para hamburguesas del Rodeo CLL 170 podemos observar que en sus factores de éxito externo como los son las oportunidades y amenazas se puede analizar que el crecimiento constante de la población del sector de la calle 170 lo que comprende la avenida Boyacá y autopista norte en ambas direcciones oriente y occidente es un factor clave para poder atacar ese mercado potencial con publicidad, mercadeo y así poder volver ese mercado en un punto de partida inicial y al que primero tendremos que atacar y posicionarnos y volverlo nuestro mercado objetivo. Pero a si mismo al haber este gran crecimiento de la demanda, el crecimiento de la oferta es incontrolable ya que cada vez aparecen más restaurantes de diferentes tipos de comida que suplen la misma necesidad del cliente el cual es comer pero con una variedad de opciones para escoger. La participación en ferias es de gran importancia para muchas empresas ya que el lugar donde tendrán un contacto directo con el cliente, además donde podrán poner los productos a disposición y así se va generando un marketing Voz A Voz, un marketing relaciona entre otros. Por estas razones es importante que Del Rodeo CLL 170 participe en la Feria gastronómica del centro comercial por el cual seria la puerta de entrada para aquellos clientes que no saben o no reconocen a hamburguesas del rodeo. Siendo esta una gran vitrina para que los diferentes residentes del sector tengas en sus manos publicidad de los productos que se ofrecen, el servicio a domicilio que existe y la oferta gastronómica el cual pueden degustar. Es importante que en el centro comercial haya asociatividad siempre y cuando estas alianzas no afecten la operación de los demás establecimientos gastronómicos por que ya que al tener esa capacidad de asociarse con una compañía sin importar su tamaño y su competitividad las dos partes obtendrán beneficios, crecimiento económico y sostenibilidad, igualmente no haya una competencia desleal al reducir los precios el cual afecte primero que todo la calidad y el poder de negociación con el cliente.

## CONCLUSIONES

Tras realizar el análisis de la situación actual del Rodeo CLL 170 se puede rescatar factores que generan una estabilidad posicional favorecida dentro de la competencia del sector ya que como la oferta gastronómica que brinda el punto abarca diferentes tipos de costumbres o culturas a la hora de comer, por ende el ambiente, la comodidad y lo acogedor del salón son características que complementan la toma de decisión del cliente ya que puede degustar platos a la carta, ensaladas, parrilla y lógicamente hamburguesas de 100 % carne y de pollo.

Basándonos en que en el sector es muy poca la afluencia de personas que almuerzan fuera de sus casas; ya que no es una zona empresarial si no en su gran amplitud en residencial; se le puede apostar y generar inversión al área de domicilios que es una de la principales fuente de ingreso de ventas del punto y por el cual se le debe realizar un seguimiento para cubrir zonas periféricas donde no haya publicidad del rodeo y establecer estrategias para dar a conocer nuestros productos y lógicamente nuestro servicio de Domicilios con la entrega de volantes y publicidad por internet. Es posible analizar la propuesta de que gracias a que Rodeo CLL 170 infraestructura de dos pisos, silletería y mesas para mas de 40 puestos es un establecimiento en donde se puede gestionar eventos empresariales y familiares dentro del mismo local teniendo una ventaja competitiva como es el salón descubierto al aire libre amoblado con mesas con parasoles y silla en madera el cual le da un toque de campestre al local y así mismo al centro comercial.

Existen muchos clientes en el sector que prefieren lo que les genera confianza y calidad y además de que muchos de ellos son clientes fieles al rodeo, pero uno de los factores en los que se tiene una preocupación respecto a estos clientes y los que pertenecen a nuestro mercado potencial se ha visto influenciado por el precio de la competencia que cada vez es mayor en numero de cadenas y establecimientos gastronómicos que llegan al sector, además de las promociones de sus producto a un precio muy bajo por el cual genera competencia desleal y un posible decrecimiento de la demanda.

Por otro lado vemos que el clima laboral dentro del punto no es muy buena ya que por un lado se esta generando plusvalía debido a que se esta retirando personal por las ventas tan bajas de los últimos meses y por ende la reducción de nomina, el acoso laboral constante por aumentar las venta.

## RECOMENDACIONES

- Evaluar procesos internos de la compañía del rodeo en todos los puntos de servicio y estandarizar dichos procedimientos para esto se debe:
  - Reunión con todos los administradores y jefes de operación para que en cada establecimiento se maneje las mismas políticas, estándares , clínicas de ventas , estrategias de promoción y publicidad.
  - Rotación de todo el personal por periodos no muy largos que le permitan a los empleados tener un cross training identificándolas fortalezas y oportunidades de los establecimientos del rodeo bien posicionados.
- Evaluar el desempeño de los administradores ya que ellos son el ejemplo a seguir de sus empleados de esta manera se podrá detectar y corregir posibles errores que estén cometiendo a la hora de enfrentar una posible queja o de saber que medidas correctivas tiene en sus toma de decisiones.
- Identificar estándares o indicadores de calidad en el servicio y marketing ,para evaluarlos y así determinar como se encuentra del rodeo calle 170 frente a sus competidores ( si la compañía del rodeo no lo posee se debe establecer dichos indicadores )
- Evaluar el sistema de contratación para así tener claro que personas son idóneas en las áreas que esta fallando el punto ( publicidad , promoción ,servicio al cliente)
- Implementar sistema de capacitaciones formales dedicadas al conocimiento puntual de los departamentos con fallas, se sugiere capacitaciones con relación en :
  - ◆ Capacitación sobre productos y servicios del rodeo.
  - ◆ Capacitación en atención a clientes y su debido manejo.
  - ◆ Capacitación de manipulación de alimentos.
  - ◆ Capacitación de desarrollo personal manejo de estrés entre otros.(Este ultimo es de gran importancia ya que de la importancia que e le de a su RRHH la compañía obtendrá un personal mas dedicado y obtendrá un equilibrio en la sostenibilidad de la empresa)

## BIBLIOGRAFIA

- 
1. <http://webidu.idu.gov.co:9090/jspui/handle/123456789/49/browse?type=spatial&order=ASC&rpp=20&value=CALLE+170+SECTOR>
  2. <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>
  3. [camara.ccb.org.co/categoria/pasoscrearempresa](http://camara.ccb.org.co/categoria/pasoscrearempresa).
  4. <http://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/Ranking-cadenas-de-comida-rapida-de-Colombia.html>
  5. Fundamentos de metodología de la investigación / Roberto Hernández Sampieri,
  6. Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio ; revisoras técnicas, Isabel García Espejo,
  7. Susana Limón Cano
  8. [.http://www.bogotaturismo.gov.co/ciudad/sectores/norte.php](http://www.bogotaturismo.gov.co/ciudad/sectores/norte.php)
  9. [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
  10. <http://www.eldiariomontanes.es/20091017/sociedad/cantabria-mesa/restaurantes-tematicos-novedoso-hosteleria-20091017.html>