

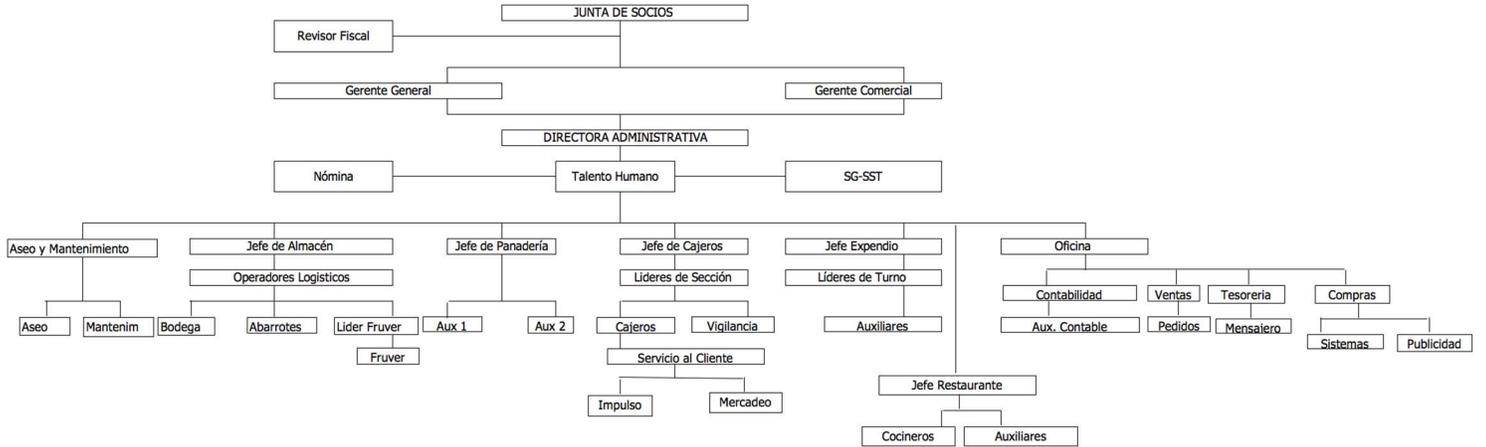
Anexos

Anexo A. Tipos de Retailers de Alimentos

Característica	Supermercado tradicional	Supercenter	Hipermercado	Warehouse club	Almacén de conveniencia
% Alimentos	70 - 90	30 - 40	60 - 70	60	90
Tamaño (m2)	2000 - 4500	14000 - 20000	9000 - 28000	9000 - 14000	180 - 280
SKU's (000)s	20 - 30	100 - 150	40 - 60	20	2 - 3
Variedad	Promedio	Amplia	Promedio	Amplia	Reducida
Surtido	Promedio	Profundo	Profundo	Superficial	Superficial
Lineas cajas	6-10	20 - 30	40 - 60	10 -15	1 - 2
Precios	Promedio	Bajos	Bajos	Bajos	Altos

Fuente: Levy, Michael & Weitz, Barton A. Retailing Management. Fifth Edition. 2004

Anexo B. Organigrama



Anexo C. Resultados Entrevista Semiestructurada a Profundidad (Directivos).

N	DIRECTORA ADMINISTRATIVA	SOCIO 1	SOCIO 2
1	Es una familia, que brinda el mejor servicio	Servicio y atención al cliente, tener bien a los empleados. Tratamos de hacer lo mejor y lo más transparentes	Esencia de trabajo
2	(1) El Cliente, Los objetivos de los socios, Bienestar de la Organización	Honestidad, transparencia, rectitud. (Todo se basa en eso. y son iguales de importantes)	(1) Orientar, (2) delegar y (3) respetar
3	Ser el mejor supermercado a nivel regional, sabemos que somos los mejores de Faca.	La visión ya la hicimos, en esta edad se dedica a cuidar. Seguir creciendo, tenemos un almacén bien organizado. No es una prioridad. Hay otras prioridades. Vamos a donde nos lleve la economía	Estoy satisfecho, se cumplieron las metas, quiero hacerme un lado, lo dejaría en manos de quien quede. Proyección en estabilidad, sostenibilidad, crecer de acuerdo a la realidad de la vida
4	Eliminar reclamos, fallas en el sistema o humanos	Reducir el restaurante. La falla es en personal, Los empleados no tienen conciencia, Cumplir horario y recibe su sueldo.	Las fallas no dependen directamente de mí, Corregir lo que no funciona
5	Calidad, cercanía al cliente, estamos pendientes de sus necesidades	Servicio al cliente, que el cliente es valorado. Que el empleado lo salude. Aumentar la parte digital y domicilios. Según el tipo de cliente.	Confort, comodidad, servicio. Portafolio, cercanía, escucha al cliente. Familiaridad, Satisfacción Cliente, empleado.
6	Que el cliente sienta la necesidad de estar aquí, abordar nuevas generaciones	Hacer que los empleados quieran su negocio. Crecer, siempre	Aceptar el cambio, los pasos se van dando, modernizar

7	Proveedores, contamos con ellos, son cercanos por diferentes canales, promociones.	550 proveedores, relación cordial, negocio gana gana. La negociación con un proveedor responde a variables.	La Familia, el cliente. Con el Proveedor el poder de negociación es según el comportamiento del mercado y las temporadas. Tener empleados contentos, sentido de pertenencia, construir Familia.
8	La estrategia es capacitar atención y servicio al cliente	Sí, con los empleados se puede direccionar. Es difícil cumplirlo, tocaría repetirlo todos los días.	Se identifican los que quieren aportar a la empresa, se hace equipo con ellos.
9	Prestar el mejor servicio, economía, calidad. Puede ser llamativa para los jóvenes para que también los empleados la asuman de corazón.	Servicio, con empleados y clientes. Hay que cambiar la misión.	Misión comercial, estabilidad, sostenibilidad y estabilidad a las familias.
10	Precios, y se reacciona revisando márgenes y hablando con los proveedores	Quien más lo hace crecer a uno es la competencia. Retos	Sistematización, modernización y eso no quiere decir que reemplaza puestos de trabajo.

Anexo D. Comparativo de Precios

PRODUCTO	Mercacentro	Colsubsidio	Ara	Zapotoca
ARROZ DIANA 500g	\$ 1.590	\$ 1.700	\$ 1.490	\$ 1.600
LECHE DESLACTOSADA ALPINA 1.3 L 6 UNIDADES	\$ 19.000	\$ 22.200	\$ 19.000	\$ 21.900
PAPA PASTUSA 500g	\$ 490	\$ 400	\$ 654	\$ 480
PAPEL HIGIENICO 12 ROLLOS	\$ 11.250	\$ 12.190	\$ 9.900	\$ 11.600
CHATAS (CARNE DE RES) 500g	\$ 9.500	\$ 14.940	\$ 9.500	\$ 10.690
Total	\$ 41.830	\$ 51.430	\$ 40.544	\$ 46.270

Anexo E. Posicionamiento en buscadores.

Google

Mercacentro

Todos Maps Imágenes Noticias Videos Más Preferencias Herramientas

Cerca de 250,000 resultados (0.56 segundos)

mercacentro.com › corporativo ▾

Inicio - Supermercados Mercacentro ::. Calidad, Variedad y ...

El supermercado de los Tolimenses. **Mercacentro** es de Todos...es de AQUÍ. Contamos con 15 puntos de venta en Ibagué y 1 en El Espinal.

Trabaja con Nosotros Trabaja con Nosotros. Inicio>; Trabaja con Nosotros ...	Puntos de venta y horarios Saltar al contenido. Supermercados Mercacentro ...
Domicilios Domicilios. Inicio>; Domicilios. RECUERDA QUE: EL ...	Nuestra Historia 4 en la Avenida Guabinal, calle 51-53, zona de mayor proyección y ...

[Más resultados de mercacentro.com »](#)

www.facebook.com › ... › Grocery Store ▾

Mercacentro - Home | Facebook

Mercacentro, Ibagué. 57830 likes · 3913 talking about this · 677 were here. **Mercacentro** es la cadena de supermercados más importante del Tolima,...

m.facebook.com › MERCACENTRO ▾

Mercacentro - Inicio | Facebook

Mercacentro es la cadena de supermercados más importante del Tolima, nacimos en Ibagué hace 30 años y somos el centro de la economía. Buscamos ...

www.mercacentrosas.com ▾

Mercacentro SAS

10. Productos propios de Restaurante. 1,400. Productos de supermercado. **Mercacentro**. ©2020 - **MERCACENTRO** SAS. Conversations. typing... Conversations.