



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
INGENIERÍA INDUSTRIAL
MERCADEO - CICLO II – 2021

ESTUDIO DE MERCADO:
TACONTO



CATEDRÁTICO:
ING. IND. FRANCISCO ERNESTO QUIJANO POLANCO

INSTRUCTORA:
BR. MARÍA DE LOS ÁNGELES TORRES ZAPATA

INTEGRANTES

BARRERA CASTILLO, CARLOS EDUARDO
CASTRO FUENTES, ALEJANDRO STEVEN
FLORES RAMÍREZ, CRISTIAN EVERARDO
GONZÁLEZ ORTEGA, SILVIA RAQUEL
MURGAS RIVERA, JOHN EMMANUEL
QUINTANILLA MONZÓN, EDGAR ALAM

CARNET

BC14001
CF14010
FR15001
GO13004
MR08024
QM13001

SANTA ANA, SANTA ANA 06 DE NOVIEMBRE DEL 2021





Índice.

INTRODUCCIÓN.....	4
■ PRODUCTO/ SERVICIO ELEGIDO	5
1.1. Descripción Del Producto.....	5
■ PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	6
2.1. Descripción Breve De La Empresa Tacontento.....	6
2.2. Historia.....	7
2.3. Clasificación CIIU Y Clasificación CLAES De Tacontento	8
2.3.1. Clasificación CIIU.....	8
2.3.2. Clasificación CLAES	8
2.4. Gestión Estratégica	9
2.4.1. Misión.....	9
2.4.2. Visión	9
2.4.3. Valores.....	9
2.5. Cartera De Productos	10
■ OBJETIVOS.....	11
■ DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA	12
■ CONTEXTO ECONOMICO SECTORIAL	13
■ CONTEXTO SOCIO-DEMOGRÁFICO ACTUAL	15
■ INFRAESTRUCTURA VIAL, URBANA Y CONECTIVIDAD	16
7.1. Infraestructuras de transporte.....	16
7.2. Infraestructura de comunicación.....	17
7.3. Infraestructuras urbanas.....	17





7.4.	Infraestructuras comerciales, agrícolas o industriales	18
■	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	19
8.1.	Comportamiento de la demanda	19
8.2.	Economía de población objetivo.....	20
8.3.	Distribución de la población económicamente activa (PEA).	24
8.4.	Identificación y evaluación de los segmentos de mercado.	24
8.4.1.	Segmentación geográfica.....	24
8.4.2.	Tasa media de crecimiento poblacional.....	25
8.4.3.	Segmentación demográfica.	25
8.4.4.	Tamaño de mercado.....	26
■	RECOLECCIÓN DE DATOS	27
9.1.	Definición Del Universo Y La Muestra.....	27
9.2.	Técnica De Recolección De Datos	28
9.2.1.	Encuestas Web.....	28
■	FUENTE DE INFORMACIÓN	29
10.1.	Fuentes De Información Primaria	29
10.1.1.	Diseño metodológico de la encuesta y tipos de preguntas.....	30
10.2.	Tratamiento De Los Datos Y Análisis De Resultados	33
■	CONCLUSIONES.....	54
■	BIBLIOGRAFIA	56
■	ANEXOS	57





INTRODUCCIÓN

Con el presente estudio de investigación se pretende obtener información relevante acerca del comportamiento de los consumidores de platillos de comida mexicana en la ciudad de Juayúa, así como en los municipios aledaños del departamento de Sonsonate, se realizó un estudio de mercado con la finalidad de conocer la viabilidad de la introducción de un nuevo producto en diferentes horarios de atención al cliente, así como también se busca investigar la factibilidad de la implementación de una nueva sucursal en la ciudad de Sonsonate.

De acuerdo a los estudios realizados tanto en el ámbito económico sectorial, la infraestructura, el análisis de la demanda, así como la obtención de datos directos en el municipio de Juayúa del departamento de Sonsonate, pudimos constatar y predecir el comportamiento del mercado en la zona, también se pudo constatar que es el sector privado relacionado al turismo y comercio en la zona el que ejerce la mayor actividad económica, por medio de empresas cuyo control y orientación se realiza en función de los consumidores, los cuales tienen la libertad de escoger los productos y servicios en el mercado que satisfagan por completo sus necesidades.

Con el deseo de validar la objetividad de esta investigación para la empresa Tacontento se ha tomado a bien incorporar a este documento los enlaces a los respectivos formularios que permitieron llevar a cabo la recolección de los datos con los que se logró llegar a las conclusiones plasmadas en este documento.





■ PRODUCTO/ SERVICIO ELEGIDO

- **COMIDA MEXICANA Y SERVICIO AL CLIENTE.**

1.1. Descripción Del Producto

- **Tacos de Birria** es un plato a base de carne de carnero estrictamente (aunque en algunas regiones se prepara con carne de chivo y en algunas partes del norte, con carne de res), adobado con una preparación a base de algunos tipos de chiles, condimentos y sal. Con el jugo que resulta de su cocimiento se prepara una salsa o consomé a base de tomate
- **Burritos XL:** consiste en una tortilla de harina de trigo enrollada en forma cilíndrica rellena de diversos ingredientes y que se suele acompañar de frijoles refritos.

INGREDIENTES				
Nº	Recurso material	Detalle	Cantidad	Unidad
1	Tortillas	Harina de trigo	1	Unidad
2	Carne	Posta negra	6	onzas
3	Quesillo	Nicaragüense	0.13	onzas
4	Lechuga	Verde	0.206	libras
5	Tomate	Rojo	2.55	onzas
6	Cebolla	Blanca	1.05	onzas
7	Cilantro	Complemento	0.2	onzas
8	Aguacate	Mexicano	2.05	onzas
9	Mayonesa	Premium mayonnaise	4	gramos
10	Salsa roja	Dulce	1.45	onzas
11	Salsa verde	Picante	1.45	onzas

Otros productos de menor demanda: gringas, quesadillas, Nachos, Hamburguesas (Normales y Especiales), Alitas, Costillas, Chicharrones, Boquitas, Tacos de birria (viernes, sábado y domingo).





■ PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

2.1. Descripción Breve De La Empresa Tacontento

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA TACONTENTO	
Nombre de la empresa	Tacontento
Actividad o giro	Productos alimenticios
Condición jurídica	Persona natural
Facturación anual	\$9,600 dólares anuales
Localización	Juayúa, Sonsonate
Instalación (m^2)	67.23 m^2
Personal	Cuenta con 3 empleados temporales y la propietaria haciendo un total de 4 personas.
Productos	Tacos, tortas, gringas, taquiza, burritos, hamburguesas.
Logo	The logo features a cartoon-style taco character with a mustache, wearing a sombrero and holding two chili peppers. The word "TACCONTENTO" is written in a stylized font above the taco.





2.2. Historia

Tacontento, es restaurante de comida mexicana, denominada coloquialmente en el país como taquería, ubicada en la ciudad de Juayúa, Sonsonate que nace en el año 2018 con la idea de su propietaria Karla Lizama con el fin de complacer a los paladares más exigentes de la población de Juayúa inicialmente, además en los posteriores años tuvo como objetivo incrementar el posicionamiento que este tiene en el mercado, utilizando técnicas de comercialización que mejoren sus servicios y, por lo tanto, la generación de más y mejores empleos con mayores ingresos económicos para beneficio de todas las personas relacionadas directa o indirectamente del área y la cadena productiva y de suministros a la cual pertenece, expandiéndose así su área de servicio a San José La Majada y Salcoatitán.

Ha participado en distintos festivales gastronómicos para dar a conocer sus productos que en su mayoría predomina la comida mexica. Con el apoyo de Instituciones tales como la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE, ha logrado posicionarse como uno de los emprendimientos más fuertes de la zona, tanto productivamente, como de comercialización, que implica su inclusión en la cadena de turismo, esto abre la posibilidad de éxito en el negocio.

Su principal giro es la manufactura de comida mexicana, en un ambiente familiar y acogedor dentro del casco urbano de Juayúa, cuenta con servicio a domicilio para el área de Juayúa, San José La Majada y Salcoatitán; a su vez acepta diferentes tipo de pago: efectivo, pago contra entrega, tarjetas de crédito y débito y con la implementación de Bitcoin, como moneda de curso legal, aceptan pagos en esta modalidad.





2.3. Clasificación CIIU Y Clasificación CLAES De Tacontento

2.3.1. Clasificación CIIU

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	DIVISIÓN	DESCRIPCIÓN	GRUPO	DESCRIPCIÓN	CLASE	DESCRIPCIÓN
I	Alojamiento y servicios de comida	56	Actividades de servicios de comidas y bebidas	561	Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas	5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas

2.3.2. Clasificación CLAES

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	DIVISIÓN	DESCRIPCIÓN	GRUPO	DESCRIPCIÓN	CLASE	DESCRIPCIÓN	SUBCLASE	DESCRIPCIÓN
I	Alojamiento y servicios de comida	56	Actividades de servicios de comidas y bebidas	561	Actividades de restaurantes, cafeterías y servicio móvil de comidas	5610	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	5610004	Venta de tacos y otros alimentos similares preparados para consumo inmediato





2.4. Gestión Estratégica

2.4.1. Misión

Ofrecer alimentos utilizando ingredientes de primera calidad, técnicas y procesos acompañado de un entorno íntegro, creado por la composición de nuestras instalaciones y empleados para disfrutar juntos momentos especiales.

2.4.2. Visión

Ser líder de la gastronomía mexicana a nivel nacional, en la innovación, fusión y presentación de platillos a través de un trabajo en equipo con una planificación y organización adecuada.

2.4.3. Valores

- **Compromiso:** Cumplir con lo que se ofrece.
- **Innovación:** Satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciendo combinaciones innovadoras.
- **Calidad:** Ofrecemos productos y servicios de calidad superior.
- **Responsabilidad:** Nos entregamos en todo lo que hacemos.
- **Puntualidad:** Cumplimos con el tiempo que establecemos con nuestros clientes.





2.5. Cartera De Productos

Entre lo que más destaca de su variado menú tiene sus indiscutibles carnes de RES, POLLO, PASTOR Y MIXTO

- Tacos
- Gringas
- Quesadillas
- Súper Burritos
- Tortas
- Nachos
- Hamburguesas (Normales y Especiales)
- Alitas
- Costillas
- Chicharrones
- Boquitas de a \$1
- Tacos de birria (Viernes, Sábado y domingo)



Imagen 1: Código QR para
Menú de Tacontento



The menu features a central cartoon character of a taco with arms and legs, wearing a sombrero and holding a margarita glass. The background is red with the word "TACCONTENTO" in large green letters.

ENTRADITAS

- Orden de guacamole \$2.25
(Guacamole y frijoles con tortilla o nachos)
- Plato de costilla \$4.00
(Costilla ahumada con BBQ y tortillas)
- Orden de papas fritas \$2.00
- Orden de alitas \$3.00
- Orden de chicharrones \$3.75
(Acompañado de frijoles y tortilla)
- Sopa de tortilla \$2.50

ESPECIALIDADES

- Orden de nachos \$4.00
(Queso derretido con carne a tu elección)
- Super burrito \$4.25
(Res, Pollo, Pastor o Mixto)
- Orden de quesadillas \$2.75
(3 tortillas con queso derretido)
- Orden de Gringas \$3.75
(2 tortillas con queso derretido y carne)

TORTAS

- Hamburguesa + papas \$5.00
(Carne, tocino y queso derretido)
- Torta de carne \$3.50
(Res, Pastor o Pollo con queso derretido)
- Torta mixta \$3.75
(Pollo y Carne con queso derretido)
- Torta Cubana \$3.75
(Jamón y Tocino con queso derretido)

TACOS

- Tacos de Res, Pollo, Pastor o Mixtos
- Orden de 3 tacos \$3.00
- Orden de 4 tacos \$3.75
- Orden de 5 tacos \$4.50
- Taquiza \$14.00
(16 Tacos, 4 de cada especialidad)

Imagen 2: Menú de Tacontento.





OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la factibilidad de la introducción de lunes a domingo de los productos Tacos de Birria y Burritos XL del restaurante Tacontento en la ciudad de Juayúa en el departamento de Sonsonate, así como la apertura de una nueva sucursal en la ciudad de Sonsonate.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el contexto económico, así como la tasa de crecimiento del sector para probar la factibilidad de los proyectos de la empresa Tacontento en la ciudad de Juayúa y Sonsonate.
- Analizar las infraestructuras de transporte, comunicación, urbanas, comerciales, agrícolas o industriales que permitan la interacción con los clientes, proveedores y la empresa.
- Analizar el comportamiento de la demanda y los segmentos de mercado que hagan factible la implementación de los proyectos.
- Elaborar una herramienta que permita la recolección de datos tipo encuesta para su posterior análisis y obtención de conclusiones.





■ DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA

El estudio de mercado para Tacontento se llevará a cabo en el departamento de Sonsonate, municipio de Juayúa, El Salvador específicamente en la final avenida Daniel cordón Sur #39 o también sobre el Boulevard las palmeras y 7^a Calle. Además, forma parte del recorrido turístico denominado "Ruta de las Flores", en el occidente del país. Según el censo oficial de 2007, tiene una población de 24.465 habitantes.

Los municipios de Sonsonate son:

1. Acajutla
2. Armenia
3. Caluco
4. Cuisnahuat
5. Izalco
6. Juayúa
7. Nahuizalco
8. Nahulingo
9. Salcoatitán
10. San Antonio del Monte
11. San Julián
12. Santa Catarina Masahuat
13. Santa Isabel Ishuatán
14. Santo Domingo de Guzmán
15. Sonsonate
16. Sonzacate



El negocio está dirigido a un rango de 15 a 50 años, hombres y mujeres (En su mayoría estudiantes, emprendedores y padres que desean salir a comer en familia).

Las ventajas sobre la ubicación son:

- Zona comercial
- Acceso seguro
- Área urbana de Juayúa





CONTEXTO

SECTORIAL

ECONOMICO

El estudio se basó en los datos obtenidos por el sitio oficial del BCR sobre el IVAE del país nos centramos en el sector al que pertenece la empresa y podemos observar las siguientes tendencias.

Comercio, Transporte y Almacenamiento, Actividades de Alojamiento y de Servicio de Comidas

IVAE Seria desestacionalizada			
MES	2018	2019	2020
Enero	111.18	114.57	117.6
Febrero	109	113.18	118.41
Marzo	114.55	115.98	105.25
Abrial	113.2	116.07	76.76
Mayo	112.55	116.27	76.35
Junio	111.34	114.5	90.81
Julio	112.24	115.52	92.52
Agosto	112.64	116.75	97.73
Septiembre	112.85	114.49	104.61
Octubre	112.17	114.44	109.45
Noviembre	112.85	116.31	108.99
Diciembre	112.61	117	112.49

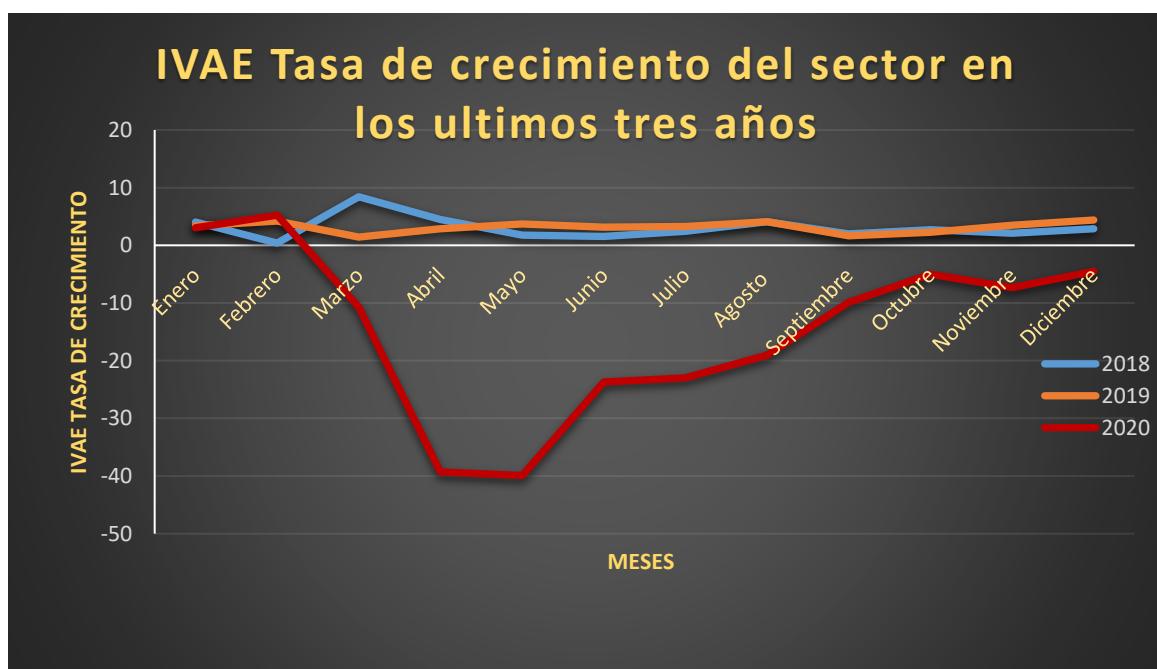
La tabla siguiente se muestra la tasa de crecimiento por año en el sector comercio y ventas de comida en los últimos tres años, cabe mencionar que hay una disminución considerable en el crecimiento del sector en el año 2020, la causa de esta estrepitosa caída es debido a los efectos de la pandemia en el sector, sin embargo, según las últimas proyecciones se tiene una mejora para el año 2021, ya que todos los establecimientos han reanudado sus servicios, así como la implementación de otros métodos que permiten llevar el producto al cliente, con lo





que se puede observar incluso en los últimos meses del año 2020 una recuperación en el sector.

IVAE Tasa de crecimiento mensual en el sector			
MES	2018	2019	2020
Enero	4.06	3.39	3.03
Febrero	0.39	4.18	5.23
Marzo	8.42	1.43	-10.73
Abril	4.5	2.87	-39.31
Mayo	1.76	3.72	-39.92
Junio	1.55	3.16	-23.69
Julio	2.45	3.28	-23
Agosto	4.1	4.11	-19.02
Septiembre	1.97	1.64	-9.88
Octubre	2.71	2.27	-4.99
Noviembre	2.09	3.46	-7.32
Diciembre	2.89	4.39	-4.51





Se puede observar la estrepitosa caída en el año 2020 y una leve recuperación a finales de ese mismo año, con lo que podemos deducir que el sector está en una etapa de recuperación y crecimiento

■ CONTEXTO SOCIO-DEMOGRÁFICO ACTUAL

Personas del municipio de Juayúa, región de 103.1 km², densidad de 24,465.

EDADES (en años)	POBLACIÓN POR EDAD
0 A 14	123,328
15 A 29	127,628
30 A 44	94,828
45 A 59	67,629



■ INFRAESTRUCTURA VIAL, URBANA Y CONECTIVIDAD

7.1. Infraestructuras de transporte.

En el siguiente cuadro se muestra la infraestructura de transporte que comunica el municipio de Juayúa con el resto de municipios del departamento de Sonsonate.

Municipio	Carretera	Distancia	Tiempo	Ruta de autobús
Sonsonate	CA-8	20.6 km	31 min	249
Acajutla	Carretera a Acajutla	39.4 km	51 min	252, 249
Armenia	CA-8 y CA-12S	50.8 km	59 min	803, 249
Caluco	CA-12S y RN-12W	33.5 km	47 min	53-A, 249
Cuisnahuat	Carretera del Litoral y CA-8	55.7 KM	1 h 21 min	219, 249
Izalco	CA 12S y RN-12W	30.7 km	43 min	53-A, 249
Nahuizalco	Ruta De Las Flores/CA-8	12.5 km	21 min	53-D, 249
Nahuingo	CA-8	25.8 km	46 min	53-C, 249
Salcoatitan	RN 12W	3 km	8 min	249
San Antonio del Monte	CA-8	21.3 km	39 min	53-C, 249
San Julián	Carretera a Acajutla y CA-8	36.3 km	54 min	260, 249
Santa Catarina Masahuat	RN 12W	8.8 km	22 min	430, 249
Santa Isabel Ishuatán	Carretera del Litoral y CA-8	60.7 km	1 h 22 min	272, 249
Santo Domingo de Guzmán	RN 12W	25.2 km	46 min	246-A, 249
Sonzacate	CA-8	21.3 km	36 min	53-B, 249





7.2. Infraestructura de comunicación.

La infraestructura de comunicaciones para el crecimiento de empresas de alimentación y bebidas se entiende mejor como la tecnología, los productos y las conexiones de red que permiten la transmisión de comunicaciones. En el siguiente cuadro se muestra la infraestructura de comunicación a internet del municipio de Juayúa proporcionada por las diferentes empresas de comunicación en la región.

OPERADOR	COBERTURA
Claro	3G y 4G
Tigo	2G y 4G
Movistar	4G

Cabe mencionar que también se cuenta con la cobertura de las diferentes radios difusoras y del canal 8 de Sonsonate. Medios que permiten la divulgación de comerciales.

7.3. Infraestructuras urbanas.

Juayúa queda establecido mediante una derivación breve por la sinuosa RN-12 a partir de un núcleo urbano con nivel de conectividad alto (Salcoatitán) que está en un eje de la red centroamericana (CA-8); y el acceso al otro núcleo urbano del municipio, San José La Majada, supone un recorrido más largo por la RN-12, a partir de Salcoatitán en la CA-8 o a partir de la CA-12 en el tramo Sonsonate-Santa Ana.

INFRAESTRUCTURA	ASPECTO	DESCRIPCION
Red de electricidad	Energética	Servicio de electricidad, distribuidor CLESA.
Red de combustible	Energética	Gasolinera DLS
Red de agua potable	Sanitaria	Servicio de agua potable, distribuidor ANDA.
Red de drenaje	Sanitaria	Servicio de drenaje de aguas negras, distribuidor ANDA.
Recolección de desechos sólidos	Sanitaria	Servicio de recolección de desechos sólidos brindado por la alcaldía municipal.
Principal vía de tránsito terrestre	Transporte	RN 12W
De uso	Recreación	Parque Central





7.4. Infraestructuras comerciales, agrícolas o industriales.

El municipio de Juayúa se encuentra ubicado en la ruta de las flores por lo que se está en una zona turística cuyo rubro principal es el comercio, se muestra en el siguiente cuadro las distintas estructuras comerciales, agrícolas o industriales circundantes.

INFRAESTRUCTURA	CLASIFICACION	MAPA
Súper Selectos Juayúa Banco Credomatic Vista Los Volcanes Hotel y Restaurante Bourbon Hostal Hotel Juayúa Hostal Elena Juayúa Hotel Finca Los Planes Lemon & Cheese Pupuseria Esmeralda Café la Cabaña K Prichos Café Panes Yoli Restaurante y Café Candilejas Olguis Juayúa La Lupita Kika La Nana Restaurante Las Antorchas Krazy Engineer's Ruta de las Flores Delicias de México Finca el Recreo Finca Los Planes	Comercial	
	Agrícola	





ANÁLISIS DE LA DEMANDA

8.1. Comportamiento de la demanda

Debido a la situación actual provocada por la pandemia de Covid-19 se presentó en el 2020 un decrecimiento de los negocios de comida de todo el país , lo que provocó el cierre de mucho de estos pero a partir de septiembre del mismo año, se resucito a este rubro económico dedicado a restaurantes, pues de nuevo y poco apoco la gente comenzó a llegar a los establecimientos y de en ese momento en adelante ha ido en aumento la demanda de estos productos, en cuanto a las medidas de bioseguridad se implementan todas desde las mascarillas para el personal que atienda el público hasta el implemento de alcohol gel en la entrada para que los clientes se sientan más seguras.

Este fenómeno, es solamente una muestra del gran cambio que El Salvador está experimentando con la situación, actualmente la población ha vuelto implementar la modalidad de ir a los establecimientos para ir comprar comida afuera de casa y también asistiendo a tiendas de conveniencia y supermercados.

En este sentido, para esta sección es importante conocer el gasto medio mensual, trimestral y anual del consumidor habitante de la región a estudiar en esta investigación de mercado. Dado que el servicio de “Tacontento” es un restaurante de comida mexicana que permite a sus usuarios la compra de productos alimenticios y de conveniencia con mayor facilidad el gasto medio mensual de los pobladores.

En el siguiente cuadro se muestran los productos con mayor demanda en la empresa Tacontento, así como grafico producto cantidad de los mismos.

Productos o servicios	Cantidad por año.			Total
	2019	2020	2021	
Tacos de res	1,800	1,890	1,984	5,674
Tortas de res	1,890	1,984	2,084	5,958
Burritos XL	1,440	1,512	1,588	4,540





8.2. Economía de población objetivo

A continuación, se muestran los datos de los principales gastos en los diferentes sectores a acompañados de las necesidades básicas de los hogares situados en Juayúa, así como también se le mostraran gráficos de la población económicamente activa así también como salarios de estos.

GASTOS PROMEDIO MENSUALES POR HOGAR			
Sector	Necesidades Básicas	Monto	Total
Producto/Servicio	Agua	\$ 8.55	\$ 121.52
	Energía Eléctrica	\$ 17.27	
	Gas Propano	\$ 6.50	
	Gasolina/Diésel	\$ 12.71	
	Leña	\$ 7.00	
	Teléfono móvil	\$ 9.50	
	Teléfono fijo	\$ 9.75	
	Televisión/cable o satelital	\$ 17.99	
	Internet Residencial	\$ 25.00	
	Pago de vigilancia	\$ 7.25	
Educación	Educación	\$ 75.45	\$ 75.45
Salud	Salud	\$ 235.21	\$ 235.21
Alimentación (Canasta Básica)	Hogar Rural	\$ 115.40	\$ 309.03
	Hogar Urbano	\$ 193.63	

Fuente: Defensoría del consumidor, (2017). *MONITOREO DEL CONSUMO EN EL SALVADOR*.





El Salvador: Salario promedio mensual (Dólares) de los ocupados, por sexo, según rama de actividad económica EHPM – 2019.

Salarios	Promedio	Hombres	Mujeres
	\$ 344.29	373.40	306.11

Tomado de Encuesta de Hogares EHPM 2019

Según el PLAN DE DESARROLLO TERRITORIAL PARA LA REGIÓN DE SONSONATE hecho en el 2008 (ESTUDIOS, 2008) “Es probable que los índices anteriores de desempleo y participación laboral se deban al bajo porcentaje de hogares que reciben remesas. Los salarios mensuales en promedio alcanzan los \$96.40 y el ingreso familiar mensual es \$299.20; ambos se ubican en el segundo lugar de la Región”.

El municipio de Juayúa cuenta con una población de 10,100 habitantes, Municipio con nivel de conectividad MEDIO. Este nivel corresponde a dos situaciones: distancias largas con mejor calidad del acceso, y distancias cortas con peor calidad, o a un caso intermedio entre ambas.



INFORMACION TERRITORIAL BASICA DEL MUNICIPIO DE JUAYUA		
Municipio de Juayúa	Descripción	Información de Referencia
		Región de Sonsonate
	Superficie	1,695.56 km ²
	% de Planicies	39.89%

Fuente: Información Diagnóstico, Segundo informe del PDT de la Región de Sonsonate





Casi el 32% de su población habita en áreas urbanas. A pesar de su accidentado marco físico, es la segunda unidad territorial más densamente poblada de la Región con aproximadamente $445 \frac{habs}{Km^2}$. La Unidad Territorial pertenece al SIBASI de Sonsonate.

El 29% de la población de 15 y más años es analfabeta, lo cual impacta la capacidad para poder aprender. El promedio de años de escolaridad es de 4 años para este segmento poblacional, o sea 1 año menos que los promedios nacional y regional. Un 74% de los niños en edad de parvularia no asiste a la escuela porque los padres no quieren o por considerarlo peligroso. 38% de los niños en edad para educación básica no asisten porque lo consideran muy caro. Más de un 23% % de los niños en edad para asistir a básica o media no quiere hacerlo, y un 50% de los niños en edad para educación media no asiste por razones económicas (muy caro o necesita trabajar).

En el Mapa de Pobreza de 2004, el municipio de Juayúa aparecía con un nivel bajo de pobreza extrema, o sea la situación más favorable en términos relativos; lo que indica que ninguno de los municipios de esta Unidad Territorial (Sonsonate) figuraba con un nivel severo de pobreza extrema, que es la situación más desfavorable. Un 23% de la fuerza laboral no contaba con ningún año de escolaridad. En contraste el 25% poseía 7 a 12 años de estudio y un 5% de la población contaba con un nivel de educación universitario o técnico. La Unidad Territorial posee la tasa más alta de participación laboral (63%) de la Región (59%) para personas 15 y más años. Adicionalmente, cuenta con el menor nivel de desempleo (6%) en relación al promedio regional (8%) para este grupo poblacional. No obstante, el subempleo urbano es el segundo más alto de la Región alcanzando un 43%.





Según la proyección de DIGESTYC para 2006, Juayúa; se estimaban 35% habitantes para el área urbana y 65% para el área rural. Se considera que su ritmo de crecimiento fue similar al de los otros municipios de la Unidad Territorial (aproximadamente 2%) aunque en el área urbana fue mayor.

Más de una quinta parte (21%) de la población adulta en 2004 era analfabeta. Se presenta un marcado contraste entre los porcentajes de personas que no sabían leer o escribir en el área urbana (9%) y la rural (31%). Nuevamente, se distingue un marcado contraste entre los niveles de educación de en el área urbana frente a el área rural.

Juayúa figura entre los municipios de la Región con menos pobreza en el 2004. El 12.5% de la población se encontraba en condiciones de pobreza extrema y el 34.3% no logró cubrir la canasta básica ampliada. El ingreso familiar superó el promedio regional. Así mismo, los niveles de desempleo para personas de 15+ años también fueron menores a los de la Región (5%), y el desempleo para jóvenes (5%) fue el menor del conjunto regional.

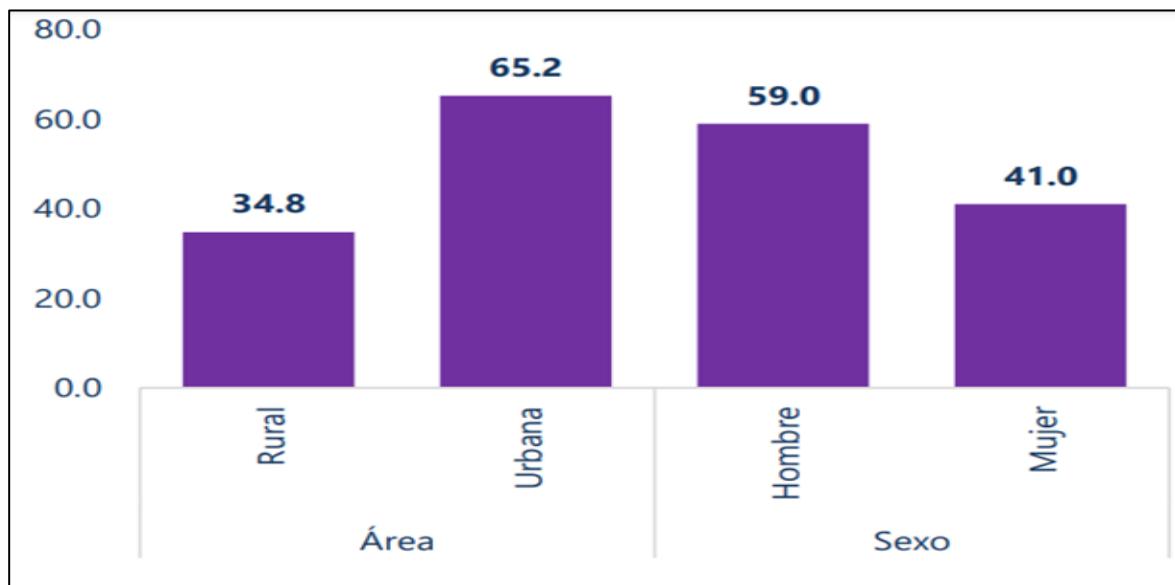
Las condiciones anteriores han sido posibles en parte por una efectiva promoción por el Comité de Turismo el cual ha logrado generar un exitoso Festival Gastronómico. En 2004 un 21% se ocupaban en actividades de servicios (financieros, domésticos, gobierno, etc.), y el 18% en el comercio. Entre 1998 y 2005 se produjo la apertura de 225 nuevos establecimientos comerciales, 8 financieros, y 4 restaurantes y hoteles, entre otros establecimientos, según el Directorio de Establecimientos de la DIGESTYC en 2005.

El 35% de la población en 2004 se ocupó en actividades agropecuarias. En 2004 los establecimientos más grandes del municipio eran 3 beneficios (La Majada, Los Reyes y el 98) que en conjunto registraban 308 empleados. El 98% de los establecimientos tenían entre 1 y 10 empleados y el 1% tenían entre 11 y 50. Entre estos dos grupos se generó el 68% y 11% de los empleos, respectivamente.





8.3. Distribución de la población económicamente activa (PEA).



Fuente: Tomado de Encuesta de Hogares EHPM_2019

8.4. Identificación y evaluación de los segmentos de mercado.

8.4.1. Segmentación geográfica.

En la siguiente tabla se muestra la población (Hombres y Mujeres) del municipio de Juayúa del departamento de Sonsonate.

AÑO 2021		
EDADES (en años)	POBLACIÓN POR EDAD	PORCENTAJE
0 A 14	2639	26,13%
15 A 29	2731	27,04%
30 A 44	2028	20,08%
45 A 59	1445	14,31%
60 A 74	880	8,71%
75 A 89	353	3,50%
90 EN ADELANTE	24	0,24%
TOTAL	10100	100,00%

Tabla. Territorio del municipio de Juayúa, departamento de Sonsonate





8.4.2. Tasa media de crecimiento poblacional.

TASAS MEDIAS ANUALES DE CRECIMIENTO POBLACIONAL 2019-2021		
1	Juayúa	2%

Tabla de crecimiento medio anual de Juayúa departamento de Sonsonate.

8.4.3. Segmentación demográfica.

Para la presente investigación se han considerado dos grupos de interés tomando en cuenta que los usuarios del servicio “Tacontento”, deben ser personas mayores de edad según el manual de Términos y condiciones del servicio brindado por la empresa y mencionado en la fase 1 de esta investigación. Por lo tanto, la investigación se realizará a los grupos “Juventud” y “Adultos” del municipio de Juayúa departamento de Sonsonate, para los cuales se presenta la siguiente segmentación demográfica.

Población "Juventud" de Juayúa por segmentos		
Segmentos	Total	%
De 15 a 29 años	2,731	100%
Total	2,731	100.00

Población “Juventud” de Juayúa por segmentos.

Población "Adultos" Juayúa por segmentos		
Segmentos	Total	%
De 30 a 44 años	2,028	58.39%
De 45 a 59 años	1,445	41.61%
TOTAL	3,473	100%

Población “Adultos” de Juayúa por segmentos.



8.4.4. Tamaño de mercado

La siguiente tabla muestra la comparación entre la población que conforman los segmentos a estudiar.

TAMAÑO DEL MERCADO		
AÑO 2021		
EDADES	POBLACIÓN POR EDAD	PORCENTAJE
15 A 29 AÑOS	2731	44,02%
30 A 44 AÑOS	2028	32,69%
45 A 59	1445	23,29%
TOTAL	6204	100,00%

Tamaño de Mercado 2021.

Dada esta información de población, se determina que el tamaño de mercado a estudiar es de 6204 personas, entre hombres y mujeres de edades comprendidas entre 15 y 59 años. Este dato será de vital importancia en la siguiente sección de este documento, en el que se hará la determinación de la muestra a estudiar y se recopilarán datos reales a través de una encuesta en línea desarrollada en Google Forms.





RECOLECCIÓN DE DATOS

9.1. Definición Del Universo Y La Muestra

El universo de estudio son las personas entre 15 y 69 años de edad, pertenecientes al departamento de Sonsonate, municipio de Juayúa, que se han detallado anteriormente. La totalidad de personas son 6,204; debido a que el Universo es quasi infinito, se utilizara un modelo matemático para calcular una muestra representativa de nuestro mercado meta. Cuando la población es menor a 10,000 unidades el universo de estudio se cataloga como finito, entonces el modelo matemático para calcular la muestra es el siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra que se desea determinar

Z: Grado de confianza que va a poner, en obtener resultados seguros o adecuados en el procedimiento de determinar un tamaño de muestra que sea representativa. Entre más grande es el grado de confianza, más grande será la muestra.

E: es el nivel de precisión y está referido a la precisión con que se considera que los resultados obtenidos se pueden generalizar. Por lo general se recomienda trabajar con un 5% de precisión.

Q: Porcentaje de posibilidad de que el resultado de la investigación sea negativo. Por lo general se recomienda que sea el 50%.

P: Porcentaje de posibilidad de que el resultado de la investigación sea afirmativo. Por lo general se toma como el 50%.

N: es el tamaño del Universo estudiado

Lo anterior, conduce a determinar los valores de cada variable para la determinación del tamaño mínimo de la muestra que se desea determinar:





VARIABLE	VALOR
Z	Para un 94%, por tabla se obtiene 1.88
E	0.05
Q	0.5
P	0.5
N	6204

Tabla de valores para la determinación de la muestra.

$$n = \frac{(1.88)^2 (0.5)(0.5)(6204)}{(0.05^2)(6204 - 1) + (0.5)(0.5)(6204)}$$

$$n = 334.44$$

La muestra se aproxima al valor entero superior siguiente, en el caso particular a 335; lo que indica que el mínimo valor de la muestra debe ser 335 personas.

9.2. Técnica De Recolección De Datos

9.2.1. Encuestas Web

Las encuestas web son una de las herramientas más importantes para recopilar información de valor sobre cualquier área profesional. En la actualidad realizar una encuesta web es un proceso fácil y al alcance de todos gracias a diversas herramientas tecnológicas, por lo que en este artículo te presentaremos todo lo que debes tener en cuenta para poder empezar a crear las tuyas de forma fácil y rápida.

Las encuestas web o encuestas por Internet son un método de recopilación de datos en el que se envían cuestionarios a una muestra de encuestados y éstos pueden responder esta herramienta a través de la red.





La razón principal del crecimiento visto en la implementación de las encuestas web es que son más económicas y tienen un gran alcance. A los encuestados se les pueden enviar encuestas web a través de diversos medios, como el correo electrónico, incrustarse en una página de internet, distribuirla en redes sociales, etc. Por ello, se considera también un tipo de encuesta auto administrado en la que no tiene que participar el investigador de forma presencial. Además, permiten el uso de la recopilación de datos multimedia, funciones avanzadas como saltos lógicos y ramificaciones, etc.

FUENTE DE INFORMACIÓN

10.1. Fuentes De Información Primaria

Aportan información de primera mano, aplicando las distintas técnicas de investigación existentes:

- **Entrevistas:** Como corporación encargada del estudio de mercado, se mantuvo una reunión con la propietaria de la empresa para que hablara un poco de su empresa y que rumbo tomaría el estudio; dando como resultado el conocimiento la expansión de los días de servicio de los tacos de Birria, ya que actualmente solo están disponibles de viernes a domingo, por lo cual queda a la tarea averiguar si es viable o no introducir los otros cuatro días o al menos un día extra. Así también, la introducción de los Burritos XL en esta modalidad y por último, y el más ambicioso, que tan viable es abrir otro local en Sonsonate.
- **Encuesta o cuestionarios:** Se diseñó una encuesta dirigida al sector del casco urbano de Juayúa para conocer la opinión de los consumidores y potenciales consumidores de comida mexicana del sector.





10.1.1. Diseño metodológico de la encuesta y tipos de preguntas

La encuesta consta de dos secciones, las cuales fueron divididas con el propósito de captar a dos tipos de clientes: los potenciales y los consumidores frecuentes.

Sección 1: Orientada a generalidades, potenciales clientes y clientes frecuentes.

Nº	PREGUNTA	PRÓPOSITO	TIPO DE PREGUNTA
1	Edad del encuestado	“Para conocer el impacto que genera el producto en las diferentes generaciones es necesario conocer la edad y determinar a qué generación pertenecen los encuestados, para poder presentar la estrategia que se adapta más al público objetivo”	De identificación
2	Sexo	“Para saber si nuestro estudio de mercado genera impacto en la mayoría de la población es de suma importancia conocer el género al cual pertenecen los encuestados.”	De identificación
3	¿Cuál es su ocupación?	“Para saber si nuestro estudio de mercado genera impacto en el sector de la población es de suma importancia conocer el área de trabajo al cual pertenecen los encuestados, ya que dará lineamientos para la colocación de precios de productos.”	De identificación
4	¿Le gusta la comida Mexicana?	“Para identificar si el encuestado tiene el perfil para aplicar las encuestas del estudio de mercado”	De identificación
5	¿Conoce los burritos XL y los tacos de birria?	“Para identificar si el encuestado tiene el perfil para aplicar las encuestas del estudio de mercado”	De identificación

Si las respuestas de las preguntas 4 y 5, ambas fueron no se acaba la encuesta y se cataloga como al encuestante como un potencial cliente ya que carece de conocimiento del producto y hace que se pregunte ¿qué se puede llegar a hacer para captar la atención de esos clientes





con los productos que se poseen?; en caso contrario se cataloga como un cliente frecuente y pasa a la sección 2 de la encuesta.

Sección 2: Orientada a clientes frecuentes y fidelización de los mismos.

Nº	PREGUNTA	PRÓPOSITO	TIPO DE PREGUNTA
6	¿Consumes burritos XL?	“Con esta pregunta se conoce si la persona consume el producto”	De acción
7	¿Consumes tacos de birria?	“Con esta pregunta se conoce si la persona consume el producto”	De acción
8	¿Considera adecuado el precio de los tacos de birria y los burritos XL?	“Se realizó con el fin de conocer la satisfacción en cuanto al precio de los productos”	De opinión
9	Si su respuesta anterior es no ¿Cuánto considera que es el precio justo de venta de los tacos de birria y burritos XL?	“Se quiere conocer cuánto es el precio que las personas están dispuestas a dar por el producto”	De opinión
10	¿Con qué frecuencia consume los burritos XL cuando consume en el restaurante?	“Se quiere conocer sobre el número de veces o cada cuánto la persona consume el producto”	De acción
11	¿Con qué frecuencia consume los tacos de birria?	“Se quiere conocer sobre el número de veces o cada cuánto la persona consume el producto”	De acción
12	¿Consideras que nuestro horario de preparación de los burritos xl y tacos de birrias es adecuado?	“Se realizó con el fin de conocer si el horario es accesible para la mayoría de las personas”	De opinión
13	¿Te gustaría que amplíáramos los horarios de preparación de los tacos de birria y burritos xl?	“Se quiere saber si se deben adecuar los horarios para que los clientes asistan al negocio”	De opinión





Nº	PREGUNTA	PRÓPOSITO	TIPO DE PREGUNTA
14	¿Le gustaría que el restaurante ofreciera en el menú los burritos XL y los tacos de birria de lunes a domingo?	“Se realizó para saber la satisfacción de uno de los productos ”	De opinión
15	¿Qué días consumiría los tacos de birria y los burritos XL al prepararlos de lunes a domingo? (puede seleccionar varias opciones)	“Se realizó con el fin de conocer los días en los cuales las personas pueden consumir productos en específico”	De intención
16	¿Cuál es el ingrediente base que a usted le gusta de los tacos de birria y burritos XL?	“Se necesita saber si se debe realizar cambios en los ingredientes en uno de los productos”	De intención
17	¿Qué aspectos considera importantes en un platillo mexicano de burritos XL y tacos de birria?	“Se desea conocer los aspectos que a las personas les parece importantes u realizar mejoras si se requiere”	De opinión
18	¿Qué tipo de ambiente le agrada para comer en un restaurante?	“Se quiere conocer el ambiente que mejor le parece al cliente”	De opinión
19	¿Con qué frecuencia asiste al restaurante Tacontento?	“Se desea saber cada cuánto los clientes asisten al restaurante”	De acción
20	¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?	“se desea conocer sobre los elementos que hacen que los clientes escojan un restaurantes sobre otros”	De opinión
21	¿Le gustaría que Tacontento apertura nueva sucursal de comida Mexicana en Sonsonate?	“Ser realizado para conocer si es factible la expansión del restaurante”	De opinión



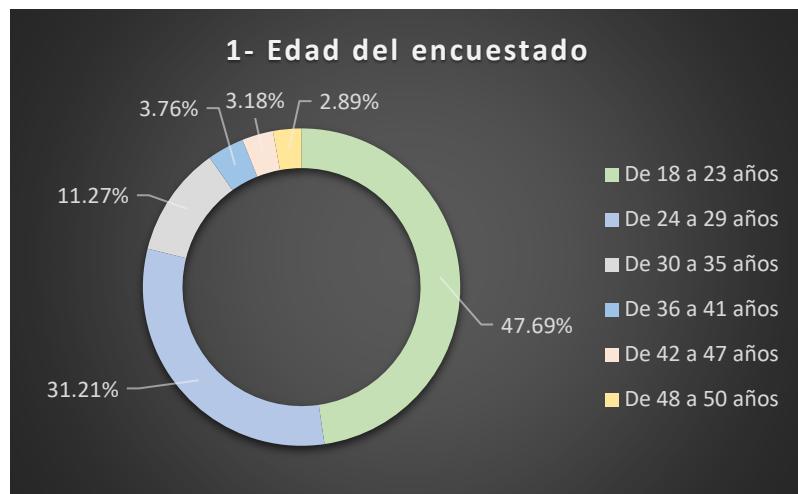


10.2. Tratamiento De Los Datos Y Análisis De Resultados

Sección 1: Orientada a generalidades, potenciales clientes y clientes frecuentes.

Pregunta 1

1- Edad del encuestado		
Rango	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 23 años	165	47.69%
De 24 a 29 años	108	31.21%
De 30 a 35 años	39	11.27%
De 36 a 41 años	13	3.76%
De 42 a 47 años	11	3.18%
De 48 a 50 años	10	2.89%
Total	346	100.00%



Análisis: se puede observar en la gráfica los porcentajes de la edad de los encuestados quedan de la siguiente manera 47.69% de personas andan entre los 18 y 23 años según el rango de edad que se tomó en la encuesta la mayoría pertenece a esta edad y se podría decir que conoce la comida mexicana, los burritos XL y los tacos de birria que era el objetivo primordial de la encuesta. Igualmente pero en menor porcentaje quedan distribuidos las siguientes edades 31.21% de las personas andan entre 24 a 29 años de edad que es un porcentaje alto también de la población encuestada; tanto este rango como el anterior son personas jóvenes que conocen, consumen la comida mexicana.

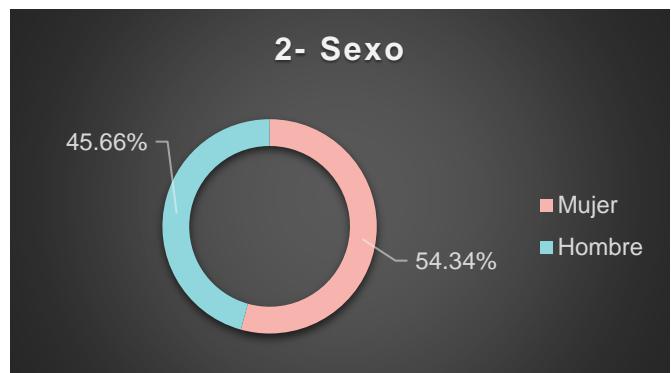
Posteriormente vienen los rango de edades de 30 a 35 años con un porcentaje de 11.27%, de 36 a 41 años andan en 3.76%, de 42 a 47 años con 3.18% y finalmente en rango de edad más avanzada es de 2.89% para personas de 48 a 50 años.





Pregunta 2

2- Sexo		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	188	54.34%
Hombre	158	45.66%
Total	346	100.00%



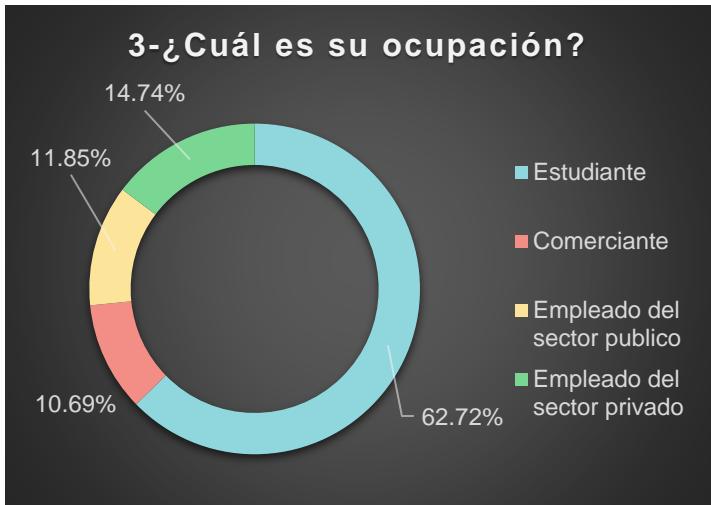
Análisis: Referente al sexo de personas encuestadas los porcentajes son casi parejos se podría decir que ambos géneros conocen los burritos XL y los tacos de birria como también conocen la comida mexicana, quedando distribuidos los porcentajes de la siguiente manera; 54.34% para las mujeres que sería la mayoría y con un 45.66% para los hombres.





Pregunta 3

3-¿Cuál es su ocupación?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	217	62.72%
Comerciante	37	10.69%
Empleado del sector público	41	11.85%
Empleado del sector privado	51	14.74%
Total	346	100.00%



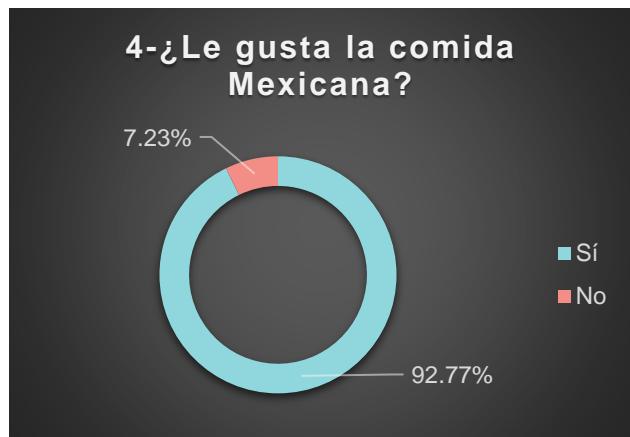
Análisis: Sé quería también conocer de las personas encuestadas que conocen la comida mexicana y los productos tacos de birria y burritos XL cuál es su ocupación para sacar un análisis mejor de mercado quedando distribuidos los datos de la siguiente manera; un 62.72% para estudiantes concretándose en la primera pregunta que si la mayoría de personas encuestadas anda en rango de edad joven; y en menor porcentaje para los que trabajan en empresa privada con 14.74%; 11.85% para empleado del sector público y 10.69% para comerciantes.





Pregunta 4

4-¿Le gusta la comida Mexicana?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	321	92.77%
No	25	7.23%
Total	346	100.00%



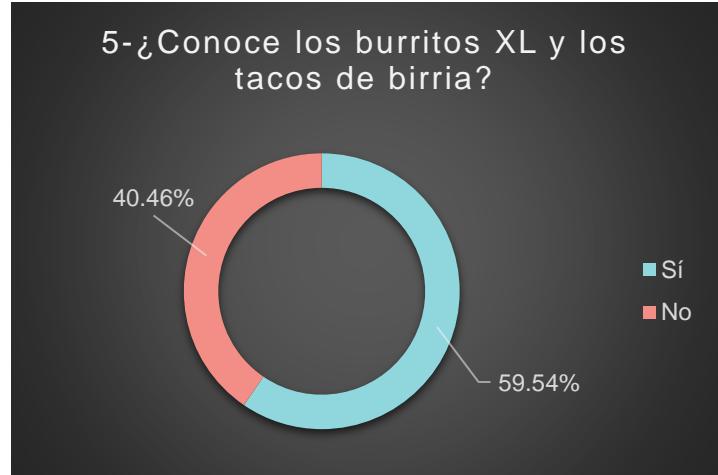
Análisis: Un objetivo clave para la muestra de encuestados que se paso era que estos conocieran la comida mexicana ya que allí radica el objeto de estudio de mercado para el restaurante Tacontento; quedando distribuidos los porcentajes de la siguiente manera con 92.77% para personas que si les gusta la comida mexicana, y con 7.23% para personas que no les gusta.





Pregunta 5

5-¿Conoce los burritos XL y los tacos de birria?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	206	59.54%
No	140	40.46%
Total	346	100.00%



Análisis: Si conocían la comida mexicana era muy probable que conocieran los productos en estudio que son los tacos de birria y los burritos XL; y así se logró la mayor parte de la población encuestada conocen estos productos que ofrece Tacontento quedando distribuidos los porcentajes de la siguiente manera 59.54% de personas encuestadas que votaron por que si conocen los tacos de birria y los burritos XL, y quedando un 40.46% de la población encuestada con que no conocen esos producto sacando como conclusión aquí que a la mayoría de personas si les gusta la comida mexicana y conocen estos productos ya sea porque son platillos del menú, y que ya los han probado.

También hay un porcentaje considerablemente grande que si le gusta la comida mexicana y no los conocen por ende puede ser porque prefieren otro menú de comida mexicana, han consumido en otros restaurantes.

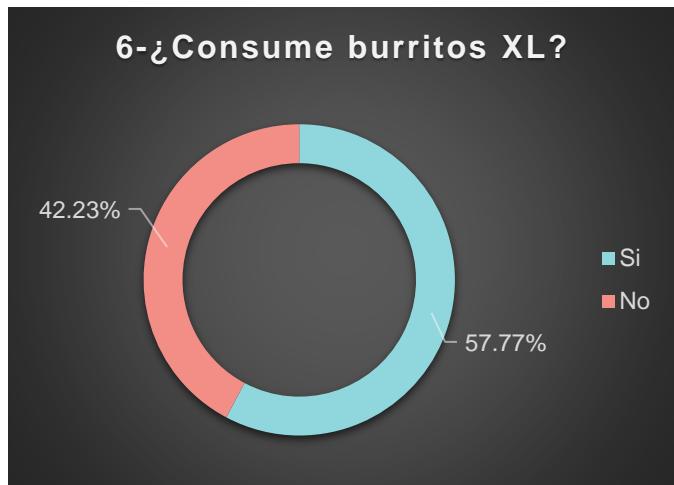




Sección 2: Orientada a clientes frecuentes y fidelización de los mismos.

Pregunta 6

6-¿Consume burritos XL?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Si	119	57.77%
No	87	42.23%
Total	206	100.00%



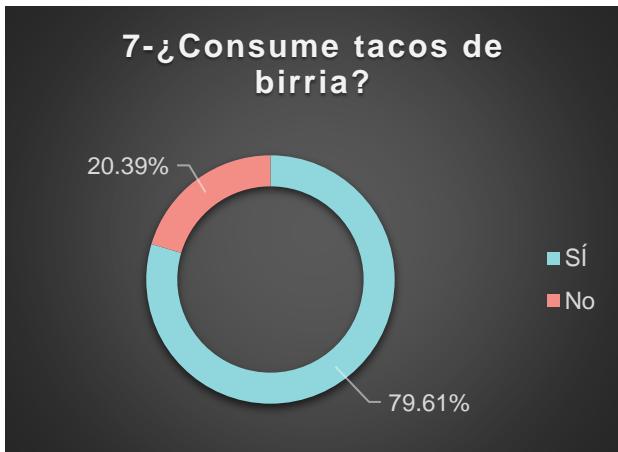
Análisis: Se necesitaba conocer sobre la población encuestada los hábitos de consumo de este producto en estudio para así poder sacar una respuesta certera a un objetivo que hemos trazado el cual es ampliar a más los días que se sirve este menú en Tacontento quedando distribuidos los porcentajes de la siguiente manera con 57.77% de la población que si los consume y quedando un 42.23% de la población que no los consume.





Pregunta 7

7-¿Consumе tacos de birria?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	164	79.61%
No	42	20.39%
Total	206	100.00%



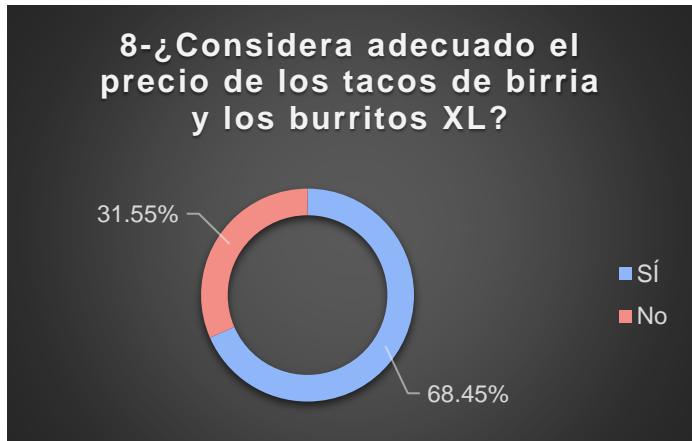
Análisis: Para el caso de los hábitos de consumo los tacos de birria la mayor parte de la población encuestada votó porque si quedando distribuidos los porcentajes de la siguiente manera con 79.61% que si los consumen y 20.39% que no los consumen. Se podría sacar de análisis acá que a buena parte de la población encuestada les gusta más los tacos de birria y por ende los consumen más con respecto a los burritos XL.





Pregunta 8

8-¿Considera adecuado el precio de los tacos de birria y los burritos XL?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	141	68.45%
No	65	31.55%
Total	206	100.00%



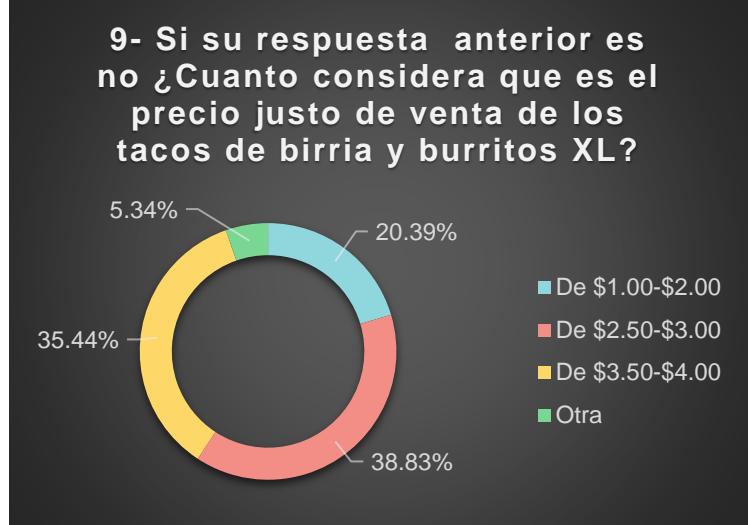
Análisis: El precio establecido para los tacos de Birria es \$4.50 la orden de 3 y las quesabirrias (tacos de birria doblados con queso) es de \$5.00 la orden de 3, cada orden con su respectivo caldo y el burrito XL con un precio de \$5.50, por lo cual la población encuestada dijo estar de acuerdo con los precios en un 68.45%; mientras que el 31.55% se siente insatisfecho por dichos precios.





Pregunta 9

9- Si su respuesta anterior es no ¿Cuánto considera que es el precio justo de venta de los tacos de birria y burritos XL?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
De \$1.00-\$2.00	42	20.39%
De \$2.50-\$3.00	80	38.83%
De \$3.50-\$4.00	73	35.44%
Otra	11	5.34%
Total	206	100.00%



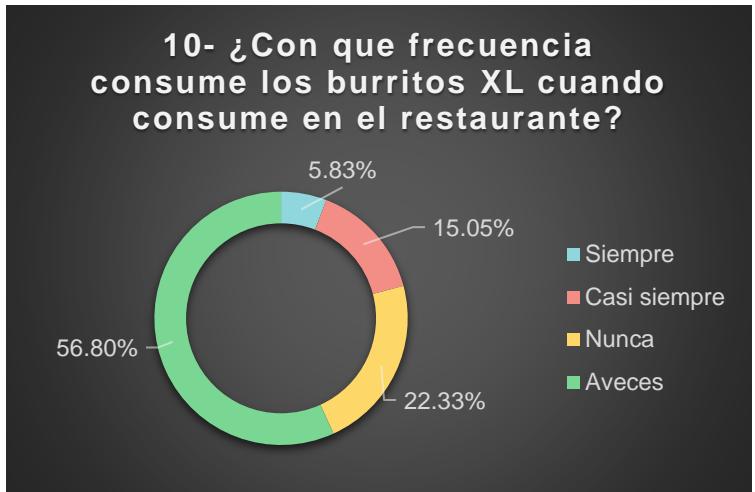
Análisis: En cuanto a la desconformidad de precios se preguntó a los encuestados cual para ellos es un precio justo con el producto, lo cual concentra la mayoría entre \$2.50 hasta los \$4.00 o inclusive precios superiores, lo cual concentra un 79.61% de todos los encuestados, dejando así un 20.39% que considera que el precio justo es inferior a \$2.50.





Pregunta 10

10- ¿Con que frecuencia consume los burritos XL cuando consume en el restaurante?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	5.83%
Casi siempre	31	15.05%
Nunca	46	22.33%
A veces	117	56.80%
Total	206	100.00%



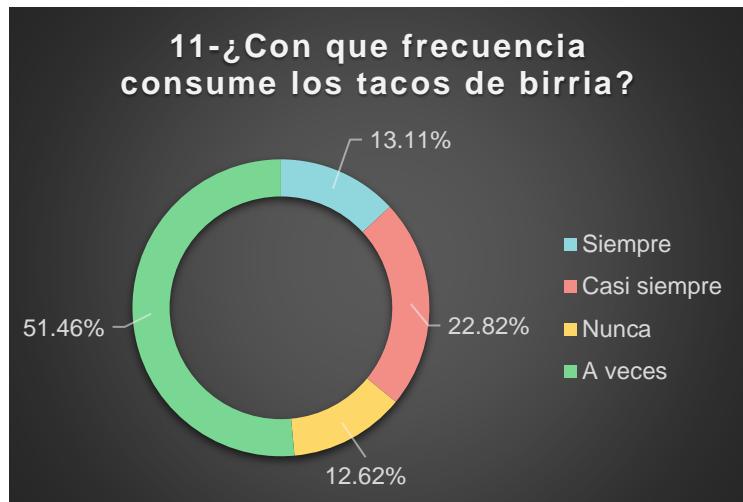
Análisis: La amplia gama de comida mexicana que ofrece Tacontento fue difícil para los encuestados determinar que tantas veces consumían Burritos XL, contando con la frecuencia de a veces tenemos 117 personas que representan el 56.80%, algunas personas expresaron que nunca han consumido Burritos XL con un total de 22.33%; por otro lado las frecuencias de siempre y casi siempre obtuvieron un porcentaje de 5.83% y 15.05% respectivamente.





Pregunta 11

11-¿Con que frecuencia consume los tacos de birria?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	27	13.11%
Casi siempre	47	22.82%
Nunca	26	12.62%
A veces	106	51.46%
Total	206	100.00%

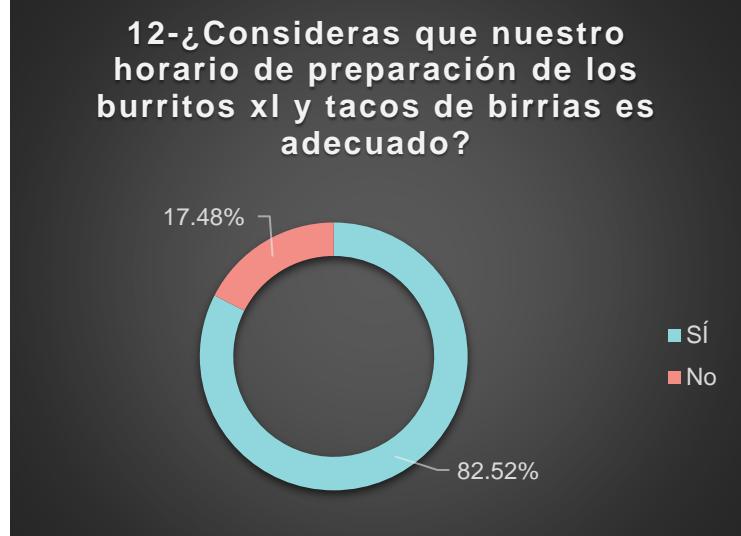


Análisis: La amplia gama de comida mexicana que ofrece Tacontento fue difícil para los encuestados determinar que tantas veces consumían Tacos de Birria, contando con la frecuencia de a veces tenemos 106 personas que representan el 51.46%, algunas personas expresaron que casi siempre han consumido Tacos de Birrias con un total de 22.82%; por otro lado las frecuencias de siempre y nunca obtuvieron un porcentaje de 13.11% y 12.62% respectivamente.



Pregunta 12

12-¿Consideras que nuestro horario de preparación de los burritos xl y tacos de birrias es adecuado?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	170	82.52%
No	36	17.48%
Total	206	100.00%



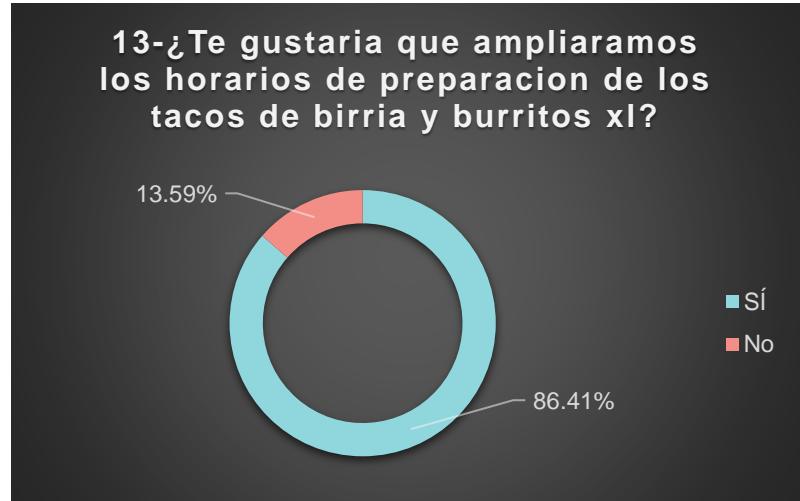
Análisis: Un 82.52% de las personas encuestadas opinan que el horario de preparación de tacos de Birria y Burritos XL se ajusta a las necesidades y deseos propios, recordando que son seasonal products ya que no están disponibles todos los días en el menú del restaurante; mientras que un 17.48% opinó que no está de acuerdo con estos horarios.





Pregunta 13

13-¿Te gustaría que ampliáramos los horarios de preparación de los tacos de birria y burritos xl?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	178	86.41%
No	28	13.59%
Total	206	100.00%



Análisis: Un 86.41% de las personas encuestadas opinan que el horario de preparación de tacos de Birria y Burritos XL debe ampliarse para solventar las necesidades y deseos propios, recordando que son seasonal products podrían convertirse en daily products dentro del menú del restaurante; mientras que un 13.57% opinó que no está de acuerdo con esta afirmación.



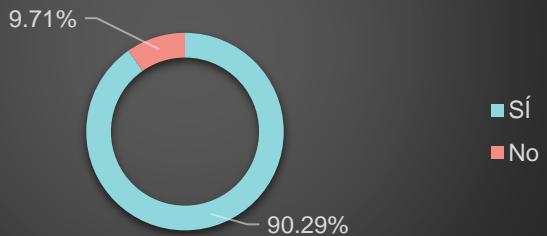


Pregunta 14

14- ¿Le gustaría que el restaurante ofreciera en el menú los burritos XL y los tacos de birria de lunes a domingo?

Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	186	90.29%
No	20	9.71%
Total	206	100.00%

14- ¿Le gustaría que el restaurante ofreciera en el menú los burritos XL y los tacos de birria de lunes a domingo?



Análisis: Un 90.29% de las personas encuestadas opinan que Los tacos de Birria y los burritos XL deberían ser daily products dentro del menú del restaurante; mientras que un 9.71% opinó que no está de acuerdo con esta afirmación.

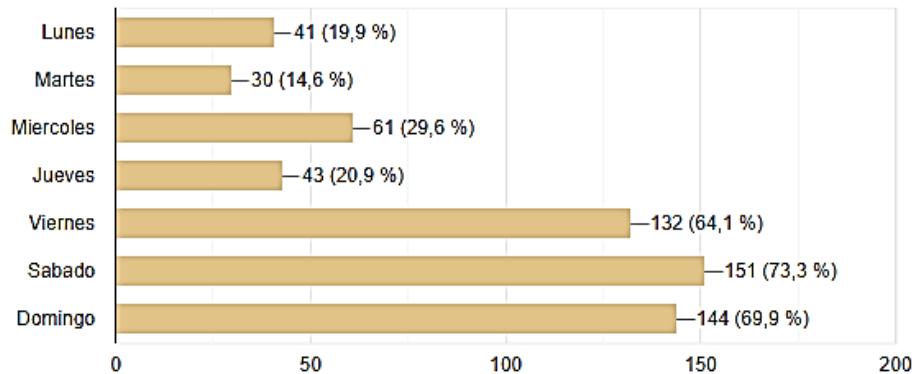




Pregunta 15

15- ¿Qué días consumiría los tacos de birria y los burritos XL al prepararlos de lunes a domingo?(puede seleccionar varias opciones)

206 respuestas



Análisis: Tacontento ofrece los tacos de Birria en horario especial de Viernes a Domingo, ya que es cuando se reciben mayor demanda; este ítem estaba enfocado a conocer el hábito de consumo de los tacos de birria entre los días Lunes y Viernes, el que mayor votación tuvó fue miércoles dando una pauta así para poder aperturar ese día como uno extra para poder servir dicho producto, sin dejar de lado los días Viernes, Sábado y Domingo.



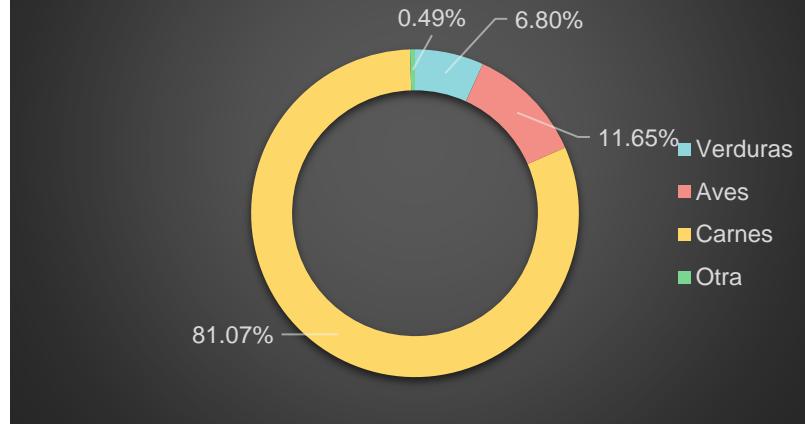


Pregunta 16

16- ¿Cuál es el ingrediente base que a usted le gusta de los tacos de birria y burritos XL?

Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Verduras	14	6.80%
Aves	24	11.65%
Carnes	167	81.07%
Otra	1	0.49%
Total	206	100.00%

16- ¿Cuál es el ingrediente base que a usted le gusta de los tacos de birria y burritos XL?



Análisis: El propósito del ítem fue conocer cuál es el principal ingrediente base en la preparación de los productos antes mencionados, obviando el caldo de los tacos de birria y las tortillas de harina, más de las tres cuartas partes de los encuestados, precisamente el 81.07% dijeron que las carnes son el principal ingrediente de los tacos de Birria y los Burritos XL, seguido de un 11.65% que opinó que las aves son el principal ingrediente de los productos, añadiendo al análisis un 6.80% expresó que los vegetales son lo primordial en la preparación y menos del 1% expreso una respuesta distinta a las expuestas.



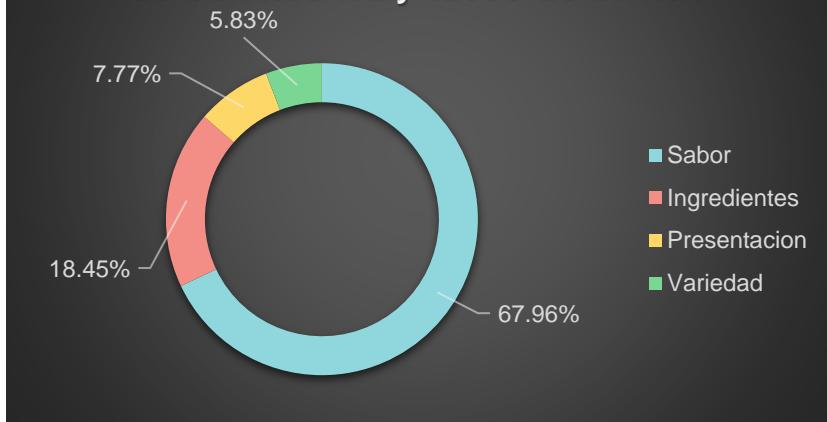


Pregunta 17

17- ¿Qué aspectos considera importantes en un platillo mexicano de burritos XL y tacos de birria?

Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	140	67.96%
Ingredientes	38	18.45%
Presentación	16	7.77%
Variedad	12	5.83%
Total	206	100.00%

17- ¿Qué aspectos considera importantes en un platillo mexicano de burritos XL y tacos de birria?

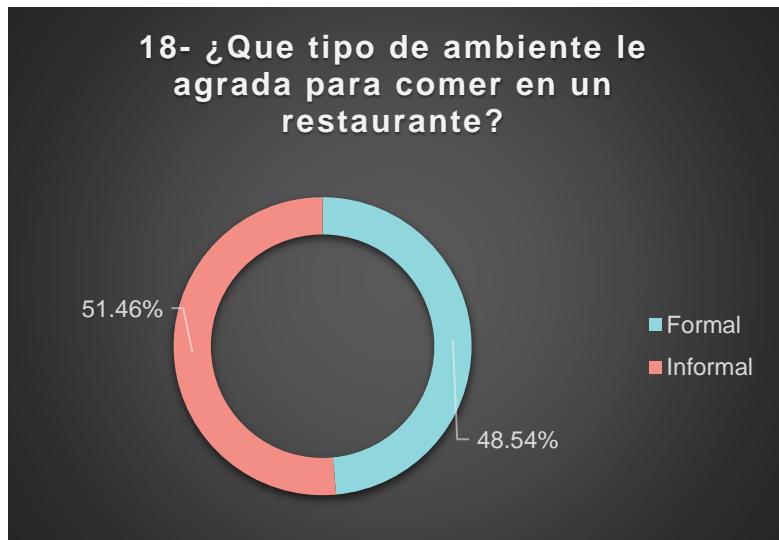


Análisis: Conocer los aspectos importantes que los encuestados tienen acerca de los platillos que se proponen, los encuestados opinan que el sabor es el principal aspecto en la preparación, presentación y consumo de Burritos XL y Tacos de birria, lo respalda un 67.96%, que representa un poco más de las dos terceras partes de los encuestados; la parte restante se divide en 18.45% que opinó que los Ingredientes en general, 7.77% cree que la presentación infiere en los aspectos mientras que un 5.83% expresó que la variedad en el menú ofrecido es de suma importancia.



Pregunta 18

18- ¿Qué tipo de ambiente le agrada para comer en un restaurante?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Formal	100	48.54%
Informal	106	51.46%
Total	206	100.00%



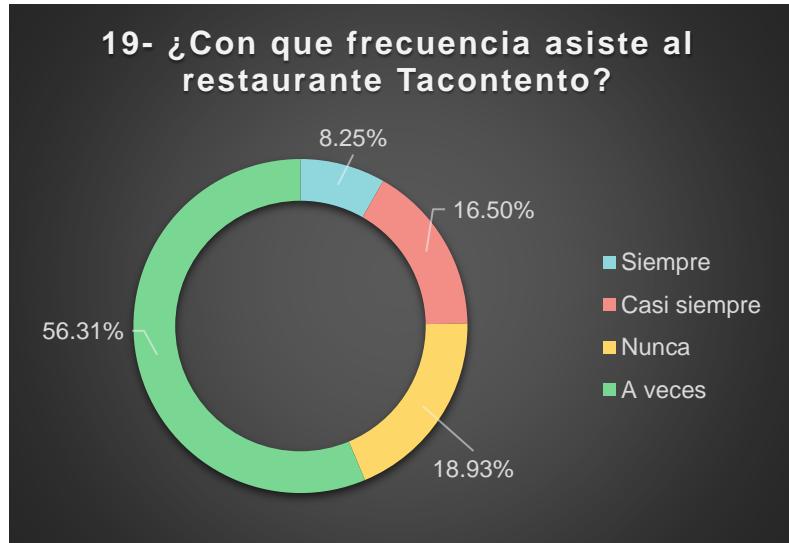
Análisis: Para adecuar el local a las necesidades y deseos de los consumidores la pregunta se enfocó en si preferían un ambiente formal; local amplio, iluminación adecuada, ambiente familiar, música moderada y lugar acogedor o si preferían algo informal, luces de discoteca, local para departir con amigos, karaoke y un pequeño bar; a lo que 51.46% estuvo de acuerdo con la propuesta informal, mientras de 48.54% eligió un ambiente formal.





Pregunta 19

19- ¿Con que frecuencia asiste al restaurante Tacontento?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	17	8.25%
Casi siempre	34	16.50%
Nunca	39	18.93%
A veces	116	56.31%
Total	206	100.00%



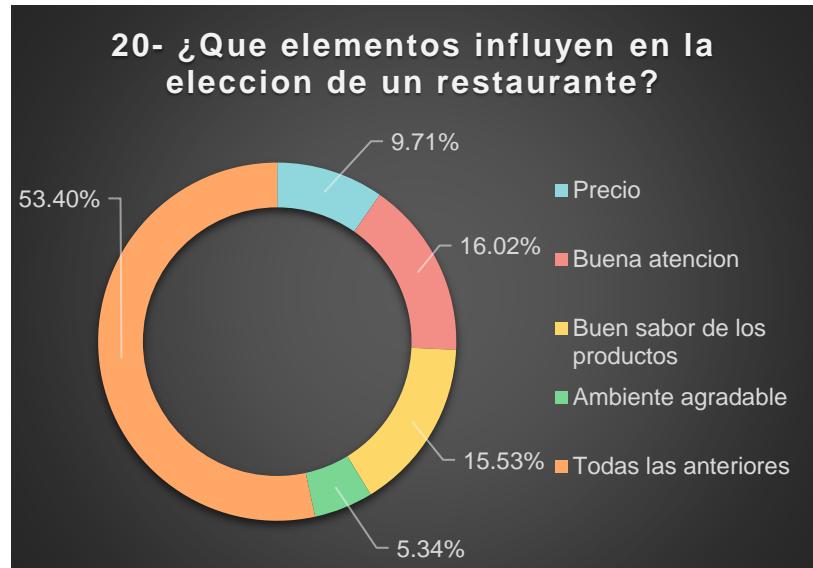
Análisis: La frecuencia con la que una persona visita un local habla muy bien del establecimiento que opera dentro de este, las personas que visitan Tacontento tienen una distribución de 56.31% que a veces lo visitan, seguido de 18.93% que nunca visita el local, por su parte el 16.50% casi siempre visita el local y un 8.25% que los visita siempre que puede. Dentro del 18.93% que nunca visita el local puede ser porque pide con servicio delivery o pasa a recoger su producto pero no permanece dentro del local, en adición, la pandemia por COVID-19 influye en que las personas tengan este comportamiento.





Pregunta 20

20- ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Precio	20	9.71%
Buena atención	33	16.02%
Buen sabor de los productos	32	15.53%
Ambiente agradable	11	5.34%
Todas las anteriores	110	53.40%
Total	206	100.00%



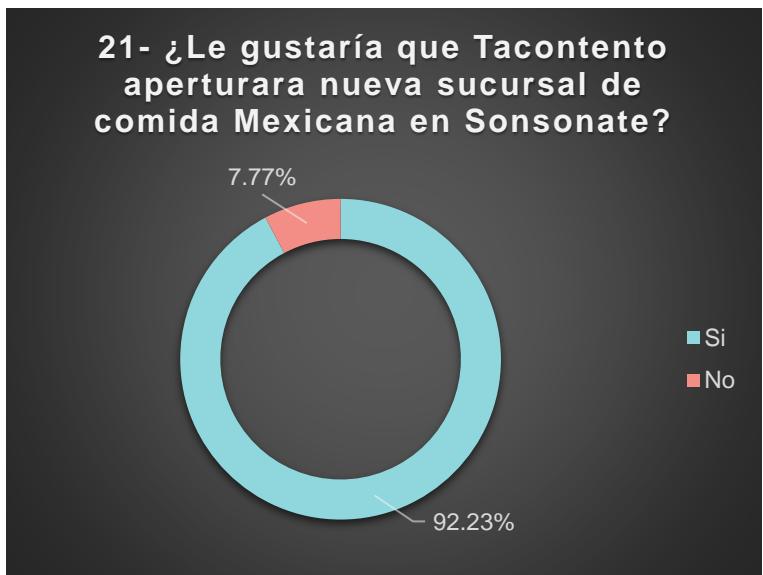
Análisis: Al momento de la elección de un restaurante para departir tiempo con las personas, la mayoría de la población coincide que los factores a considerar son el precio de los productos, la buena atención que brinda el establecimiento, el sazón o sabor que distingue al restaurante de otro, el ambiente acogedor o agradable dentro del mismo, o inclusive, la combinación de todos ellos; los encuestados se distribuyeron en 9.71% para el precio, un 16.02% por la buena atención, el buen sabor de los productos con un 15.53%, la atmosfera o ambiente tuvo un 5.34% y la mayor parte considero que la combinación de todos estos factores claves para elección de un restaurante para departir con las personas que desean con un 53.40%.





Pregunta 21

21- ¿Le gustaría que Tacontento aperturara nueva sucursal de comida Mexicana en Sonsonate?		
Parámetro	Frecuencia	Porcentaje
Si	190	92.23%
No	16	7.77%
Total	206	100.00%



Análisis: Un punto clave para el crecimiento económico es la apertura de nuevos puntos de atención en diferentes puntos estratégicos o de vital importancia, con el propósito de conocer la opinión de los encuestados acerca de la apertura de un nuevo local de Tacontento en Sonsonate la pregunta contundente, que pone la piedra angular, para poder un estudio de factibilidad sobre la consideración de abrir otro punto de venta, los encuestados opinan que si quisieran un nuevo punto de servicio con un porcentaje de aceptación de 92.23%, mientras el resto, 7.77% opina que no. Esto abre paso para las conclusiones póstumas a esta investigación.





CONCLUSIONES

Al realizar el estudio de mercado que permitió conocer la factibilidad de la introducción de lunes a domingo de los productos Tacos de Birria y Burritos XL del restaurante Tacontento en la ciudad de Juayúa en el departamento de Sonsonate, así como la apertura de una nueva sucursal en la ciudad de Sonsonate, se tiene que:

- No es conveniente la introducción de los Tacos de Birria y Burritos XL en el menú diario del restaurante, ya que no tendrían el mismo impacto; sin embargo, se puede determinar por la muestra encuestada que un 29.6% de la población encuestada consumiría los productos en un día miércoles, lo cual puede aperturar un día extra para estos productos luego de que se haga el debido estudio de costo-beneficio propuesto a la gerencia.
- El análisis del contexto económico, así como la tasa de crecimiento del sector ayuda a la factibilidad de los proyectos de la empresa Tacontento en la ciudad de Juayúa y Sonsonate, ya que al encontrarse dentro de la zona turística de la Ruta de las Flores puede sacar ventaja sobre sus competidores dentro del rubro de comida mexicana, dado a su amplia variedad de productos de primera calidad que ofrecen y los caracteriza; para un análisis más exhaustivo se recomienda un FODA para la empresa y un análisis PESTEL, para lograr aperturar el nuevo local.
- Así también el analizar las infraestructuras de transporte, comunicación, urbanas, comerciales, agrícolas o industriales que permitan la interacción con los clientes, proveedores y la empresa, ha sido clave para determinar la expansión de la empresa dentro del mercado ya establecido y el potencial mercado, abarcando la mayor sección de mercado del sector juvenil y adulto del sector de la Ruta de Las Flores, sin dejar de lado el comportamiento de la demanda y los segmentos de mercado que hagan factible la implementación de los proyectos, así como mantener el crecimiento en ventas del 20% que la empresa ha presentado en los 3 años de funcionamiento.



- A partir de la recolección de datos tipo encuesta y de su posterior análisis se obtienen las siguientes conclusiones: la aceptación de la población para la apertura de un nuevo local en la ciudad de Sonsonate, ofreciendo primeramente los platillos básicos del menú y poco a poco ir agregando los productos estrellas del restaurante.





BIBLIOGRAFIA

- <https://www.municipiosdeelsalvador.com/sonsonate/municipios-de-sonsonate>
- <http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/clasificadoresv2/Clasificadores/Index/1?tipo=1#>
- <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/?cdr=175&lang=es>
- Defensoría del consumidor. (2017). *MONITOREO DEL CONSUMO EN EL SALVADOR*.
<https://www.defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2017/12/monitoreo.pdf>.
- DIGESTYC, D. G. (2019). *Encuesta de Hogares 2019*. Ministerio de Economía, Gobierno de la República de El Salvador Dirección General de Estadística y Censos.
- ESTUDIOS, P. Y. (Mayo 2008). *PLAN DE DESARROLLO TERRITORIAL PARA LA REGIÓN DE SONSONATE*. Sonsonate: ESTUDIOS, PROYECTOS Y PLANIFICACIÓN S.A. (EPYPSA) .
- Plan de Negocios Tacontento 2019





ANEXOS

ANEXO 1: FOTOGRAFIAS DE CATALOGO DE PRODUCTOS



Imagen 1: Productos terminados ofrecidos en Tacontento; Súper Burritos, Quesadillas, Tacos y Hamburguesas.



Imagen 2: Tacos de Birria, ofrecidos por Tacontento de Viernes a Domingo.





Imagen 3: Nachos y Tacos de Res.



Imagen 4: Hamburguesas especiales.





ANEXO 2: MENÚ ACTUALIZADO, DEBIDO AL INCREMENTO EN EL PRECIO DE LOS INSUMOS

TACONTEXTO

ENTRADITAS

Orden de guacamole.....	\$2.50
(Guacamole y frijoles con tortilla o nachos)	
Plato de costilla.....	\$4.00
(Costilla ahumada con BBQ y tortilla)	
Orden de papas fritas.....	\$2.00
Orden de alitas.....	\$3.50
(6 alitas con BBQ o Búfalo)	
Orden de chicharrones.....	\$3.75
(Acompañado de frijoles y tortilla)	
Sopa de tortilla.....	\$3.00

TORTAS

Hamburguesa con papas.....	\$5.00
(Carne, Tocino y queso derretido)	
Hamburguesa Especial.....	\$5.75
(Con Huevo aguacate y jalapeños)	
Torta de carne.....	\$3.75
(Res, Pollo o Pastor con queso derretido)	
Torta mixta.....	\$4.00
(Pollo y Carne con queso derretido)	
Torta Cubana.....	\$4.00
(Jamón y Tocino con queso derretido)	

ESPECIALIDADES

Orden de nachos.....	\$4.25
(Queso derretido con carne a tu elección)	
Super Burrito.....	\$4.50
(Res, Pollo, Pastor o Mixto)	
Orden de quesadillas.....	\$3.00
(3 tortillas con queso derretido)	
Orden de gringas.....	\$4.00
(2 tortillas con queso derretido y carne)	

TACOS

Tacos de Res , Pollo, Pastor
o Mixtos

Orden de 3 tacos.....	\$3.00
Orden de 4 tacos.....	\$4.00
Orden de 5 tacos.....	\$5.00
Taquiza de 16 tacos.....	\$14.00





ANEXO 3: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TACONTENTO	
 The logo for TaContento features a cartoon-style taco with a face, wearing a sombrero and holding a chili pepper. The word "TACONTENTO" is written in a stylized font above the taco.	REDES SOCIALES
FACEBOOK	https://www.facebook.com/TacontentoJuayua
INSTAGRAM	https://www.instagram.com/tacontentojuayua/?hl=es
WHATSAPP	+503 7850-8990
TELEFONO FIJO	2469-2771

