



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



**ESTUDIO DE MERCADO
FASE II: TACONTENTO**

**CATEDRÁTICO:
ING. IND. FRANCISCO ERNESTO QUIJANO POLANCO**

**INSTRUCTORA:
BR. MARÍA DE LOS ÁNGELES TORRES ZAPATA**

INTEGRANTES	CARNET
BARRERA CASTILLO, CARLOS EDUARDO	BC14001
CASTRO FUENTES, ALEJANDRO STEVEN	CF14010
FLORES RAMÍREZ, CRISTIAN EVERARDO	FR15001
GONZÁLEZ ORTEGA, SILVIA RAQUEL	GO13004
MURGAS RIVERA, JOHN EMMANUEL	MR08024
QUINTANILLA MONZÓN, EDGAR ALAM	QM13001

SANTA ANA, SANTA ANA 02 DE DICIEMBRE DEL 2021





Índice.

INTRODUCCIÓN.....	4
■ ESTUDIO PREVIO	5
■ ANÁLISIS DE LA OFERTA	6
2.1. Perspectivas del sector.	6
2.2. Empresas competidoras y su distribución aproximada en el sector.....	6
2.3. Características de los principales competidores.	8
2.4. Presencia física y digital.	9
2.5. Nivel de participación de mercado.	10
■ COMERCIALIZACIÓN.....	12
3.1. Biografía Del Producto/Servicio.....	12
3.2. Generalidades.....	12
3.3. Servicios Básicos	13
3.4. Servicios Adicionales	13
3.5. Análisis FODA	14
3.5.1. Conclusiones Del Análisis FODA (Estrategias CAME-DAFO).....	19
3.6. Servicios Sustitutivos.....	24
■ ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN.....	32
4.1. Introducción	32
4.2. Análisis De Los Proveedores	33
■ PROMOCIÓN.....	35
5.1. Consideraciones	35
5.2. Objetivos Iniciales	35





5.3.	Metas Iniciales	36
5.4.	Cobertura	38
5.5.	Participación Aproximada	38
■	PUBLICIDAD	39
6.1.	Canales de promoción.....	39
6.1.1.	Medios convencionales.....	39
6.1.2.	Medios no convencionales.....	39
6.2.	Herramientas De Promoción.....	39
6.3.	Calendarización	40
6.4.	Matriz De Costos	41
6.5.	Publicidad para la nueva sucursal	41
6.5.1.	Canales	41
6.5.2.	Redes sociales.....	41
6.5.3.	Herramientas de promoción.....	42
6.5.4.	Matriz De Costos Para Nueva Sucursal.....	43
6.5.5.	Diseño De Publicidad Sobre Los Productos De Tacontento	43
■	FUENTE DE INFORMACIÓN	44
7.1.	Fuentes De Información Primaria.....	44
■	CONCLUSIONES	45
■	BIBLIOGRAFIA	46
■	ANEXOS	47





INTRODUCCIÓN

La innovación y el constante cambio dentro de la industria de productos y servicios hacen que los creadores de las estrategias de marketing tengan un gran reto para idear la correcta y así mantener a los clientes que ya se posee y fidelizarlos, así como también el alcance para captar más público con el fin de elevar los niveles de producción y las ventas de la empresa. Con el presente estudio de investigación se pretende brindar una propuesta de nuevas estrategias de marketing para la empresas Tacontento con base en la 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.





ESTUDIO PREVIO

Anteriormente, se desarrolló la Etapa de Estudio de Mercado (denominada Fase I) dirigida al producto Tacos de Birria y Burritos XL en la cual se analizaron diferentes factores de interés para determinar el grado de conocimiento y la aceptación de los productos por los usuarios. Se obtuvieron diversas conclusiones, entre ellas la conclusión que actualmente, el servicio necesita una campaña de Remarketing, puesto que posee una demanda débil según el estudio realizado a 345 personas del municipio de Juayúa, departamento de Sonsonate.

En esta etapa, se retoman las conclusiones de la Etapa del Estudio de Mercado y se toman como base para dar inicio a una segunda investigación, orientada a desarrollar la campaña de Remarketing al servicio de la manera más adecuada posible, teniendo en cuenta consideraciones como los competidores, los proveedores, el análisis de factores internos como externos del servicio, y sobre todo se desarrollará la promoción del servicio a través de una planificada lista de actividades calendarizadas. Además de idear la posibilidad de promocionar la apertura del nuevo local de Tacontento en Sonsonate.

Además, se tomará en cuenta la matriz de costos para realizar la campaña de publicidad y poder cumplir con la cobertura propuesta.





ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el siguiente apartado se expone un análisis del sector, es decir, un análisis de la competencia en la zona donde se llevará a cabo el proyecto de apertura de una nueva sucursal de Tacontento, se expondrá la distribución a la que pertenecen las empresas, así como el porcentaje de participación que tienen en el mercado de la zona de Sonsonate, con productos similares o sustitutos al nuestro.

2.1. Perspectivas del sector.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) anunció su proyección de crecimiento para la economía salvadoreña en 2021, ubicándola en 9%, respaldando de esta forma al pronóstico realizado por el Banco Central de Reserva en agosto pasado.

En su pronóstico anterior, divulgado en abril de 2021, el FMI proyectó un crecimiento económico de 4.2% para El Salvador; sin embargo, los distintos indicadores económicos han mostrado un comportamiento mejor de lo esperado en lo que va del año, lo que contribuyó a la mejora en el pronóstico. El crecimiento de 9% permitirá al país recuperar e incluso superar el nivel de producción existente previo a la pandemia por COVID-19.

En el caso del sector comercio se espera un crecimiento igualmente favorable que permita el desarrollo económico y por ende el aumento en la demanda de servicios de comida, por lo que se considera favorable la apertura de una nueva sucursal en el sector occidental del país.

2.2. Empresas competidoras y su distribución aproximada en el sector.

Los competidores directos son aquellos que ofrecen productos y servicios similares a los que ofrece la empresa Tacontento en la zona que estamos analizando, mientras que los indirectos son aquellos establecimientos que ofrecen productos y servicios sustitutos a los que ofrece la empresa Tacontento. En los siguientes cuadros se muestran dichas empresas.

EMPRESA	COMPETIDOR	DIRECCIÓN
El Zócalo "Cocina Mexicana"	Directo	Sobre Bulevar Vidri y carretera a Acajutla.

Tabla 1: Competidores directos de TACONTENTO





Básicamente solo se cuenta con una sola empresa como competidor directo en la zona de Sonsonate, se trata de la empresa El Zócalo “Cocina Mexicana”, la cual ofrece en su menú diversas variedades de platillos mexicanos.

En siguiente cuadro se muestran los competidores indirectos en la zona.

EMPRESA	COMPETIDOR	DIRECCION
Restaurante Chicken & Steak	Indirecto	Entre bulevar Las Palmeras y 5a calle oriente, Sonsonate.
La Pampa Argentina	Indirecto	Sobre bulevar Las Palmeras y 3a calle oriente, Sonsonate.
La Casona - Vía Férrea Sonsonate	Indirecto	8a avenida sur y 2a calle oriente, Sonsonate.
The Corner Sonsonate	Indirecto	1a calle oriente y 20 avenida norte, Sonsonate.
Simmer Down Larista Plaza	Indirecto	entre bulevar Vidri y carretera a Acajutla, Sonsonate.
Pupuseria Las Delicias de El Salvador	Indirecto	9a avenida norte y 7a calle oriente, Sonsonate.
Cinnamon	Indirecto	6a avenida norte y 3a calle oriente, Sonsonate.
EL REY DE LA CARNE	Indirecto	8a avenida norte y 3a calle oriente, Sonsonate.
Restaurante Rincon Marino	Indirecto	Bulevar Las Palmeras y 3a calle, Sonsonate.
Restaurant & Lounge Other Side	Indirecto	Sobre 10a avenida Norte y 9a calle oriente, Sonsonate.
El Tepeyac	Indirecto	Sobre carretera Acajutla, Sonsonate.
Restaurante Pizza Hut Sonsonate.	Indirecto	Sobre avenida Pedro Ramírez de Quiñones, Sonsonate.
PANNA & POMODORO	Indirecto	Sobre bulevar Las Palmeras y 3a calle oriente, Sonsonate.
Restaurante Doña Laura	Indirecto	Sobre el BLVD las Palmeras, Sonsonate.
Los Pibes Restaurant	Indirecto	Sobre 10a avenida Norte, Sonsonate.
Chepe Nachos Y Mas	Indirecto	6 avenida Sur, Sonsonate
Restaurante y Pupuseria "El Tiaquiz" 3	Indirecto	Final 10 Av. NTE. Col. Monterio. Locales Esmeralda #6, Sonsonate.
Parrillada El Uruguayo	Indirecto	C. Acaxual 2, Sonsonate.
Merendero Ágape	Indirecto	Blvd. Las Palmeras, Sonsonate.

Tabla 2: Competidores indirectos de TACONTENTO





2.3. Características de los principales competidores.

Para el caso, hemos centralizado el análisis en las empresas que se dedican al rubro de servicios de alimentos en la zona de Sonsonate, específicamente en los restaurantes que ofrecen productos similares o sustitutivos a los que ofrece la empresa Tacontento, para lo que hemos identificado en el sector a tres grupos de negocios de comida: restaurantes de comida rápida, restaurante de especialidades y restaurantes de comida mexicana.

EMPRESA	PRODUCTOS QUE OFRECEN
Restaurante Chiken & Steak	Carnes y mariscos
La Pampa Argentina	Carnes, mariscos, desayunos típicos y una amplia gama de platillos típicos.
La Casona - Vía Férrea Sonsonate	Hamburguesas, pizzas, tortas de carne y postres.
The Corner Sonsonate	Costillas de cerdo, alitas y nachos.
Simmer Down Larista Plaza	Pizzas, hamburguesas y postres.
Pupuseria Las Delicias de El Salvador	Pupusas.
Cinnamon	Pizzas.
EL REY DE LA CARNE	Carnes y mariscos.
Restaurante Rincon Marino	Mariscos y carnes.
Restaurant & Lounge Other Side	Sándwich, hamburguesas y papas fritas.
El Tepeyac	Carnes, enchiladas, postres.
Restaurante Pizza Hut Sonsonate.	Pizzas y postres
PANNA & POMODORO	Pizzas, postres y café.
Restaurante Doña Laura	Carnes, pupusas, platos típicos.
Los Pibes Restaurant	Carne asada, platos típicos de la zona.
Chepe Nachos Y Mas	Nachos, burritos, sopa de tortilla, pozole, tacos.
Restaurante y Pupuseria "El Tiaquiz" 3	Pupusas, sopas típicas, panes rellenos, canoas y variedad de platillos típicos de la zona.
Parrillada El Uruguayo	Carnes a la parrilla.
Merendero Ágape	Almuerzos típicos, pupusas y cenas típicas.
El Zócalo "Cocina Mexicana"	Tacos, burritos, enchiladas y tortas mexicanas.

Tabla 3: Productos Ofrecidos por competidores de TACONTENTO.

Es de suma importancia mencionar, que, aunque algunos de estos establecimientos de comida ofrecen algunos platillos de gastronomía mexicana, o relacionados de alguna manera a esta, no enfocan su promoción en ese sentido, lo que es beneficioso para el proyecto de implementación de una nueva sucursal de Tacontento en la ciudad de Sonsonate.





2.4. Presencia física y digital.

- **Presencia Física:** esta se encuentra presente en los locales ubicados en Sonsonate, cuya dirección se encuentra en la primera tabla de este apartado donde se definen los competidores directos e indirectos.
- **Presencia Digital:** se encuentran presentes en las principales redes sociales que son utilizadas por la mayoría de las personas, especialmente en Facebook, a excepción de La Pampa y Pizza Hut que poseen sus propias páginas web.

EMPRESA	PRESENCIA DIGITAL
Restaurante Chiken & Steak	https://www.facebook.com/Restaurantechickenandsteak
La Pampa Argentina	https://restauranteslapampa.com/sucursales/sonsonate/
La Casona - Vía Férrea Sonsonate	https://www.facebook.com/CafeLaCasonaGranViaFerreaSonsonate/
The Corner Sonsonate	https://www.facebook.com/THECORNERSONSONATE/
Simmer Down Larista Plaza	https://www.facebook.com/SimmerDownSonsonate/
Pupuseria Las Delicias de El Salvador	https://www.facebook.com/Pupuseria-Las-delicias-de-El-Salvador-104491564634190/
Cinnamon	https://www.facebook.com/Cinnamoncafesonsonate/
EL REY DE LA CARNE	https://www.facebook.com/El-Rey-De-La-Carne-Sonsonate-2026582820732303/
Restaurante Rincon Marino	https://www.facebook.com/RinconMarinoElSalvador/
Restaurant & Lounge Other Side	Sin presencia digital en redes sociales, solamente ubicación en Google Maps.
El Tepeyac	https://www.facebook.com/ElTepeyacRestaurante/
Restaurante Pizza Hut Sonsonate.	https://www.pizzahut.com.sv/tiendas
PANNA & POMODORO	https://www.facebook.com/PYPIZZERIA/
Restaurante Doña Laura	https://www.facebook.com/RestaurantDonaLaura/
Los Pibes Restaurant	https://www.top-rated.online/cities/Sonsonate/place/p/1627673/Los+Pibes+Restaurant
Chepe Nachos Y Mas	https://www.facebook.com/Chepe-Nachos-y-M%C3%A1s-1624156727889066/
Restaurante y Pupuseria "El Tiaquiz" 3	https://www.facebook.com/restypupuseriaeltiaquiz/
Parrillada El Uruguayo	https://www.facebook.com/EIUruguayoRubenAlonso/
Merendero Ágape	https://www.facebook.com/merendero.agapeelsalvador/
El Zócalo "Cocina Mexicana"	https://www.facebook.com/elzocalo.sv/

Tabla 4: Presencia Digital de competidores de TACONTENTO.



2.5. Nivel de participación de mercado.

Para llevar a cabo este análisis se empleará la siguiente matriz de participación, con el fin de determinar el porcentaje de participación de cada uno de los competidores de Tacontento en la zona del municipio de Sonsonate.

Nº	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos Competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos con los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similar	0 - 0.5%
2	Grandes	Algunos	Similar	0 - 0.5%
3	Grandes	Uno	Similar	0.5% - 5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0.5% - 5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0.5% - 5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10% - 15%
7	Pequeños	Muchos	Similar	5% - 10%
8	Pequeños	Algunos	Similar	10% - 15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10% - 15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20% - 30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30% - 50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40% - 80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin Competencia	80% -100%

Tabla 5: Matriz de Participación.

En siguiente cuadro se mostrará la evaluación de cada competidor por cada uno de los criterios de la matriz anterior con su respectivo porcentaje de participación en el mercado.





EMPRESA	¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Qué tantos Competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos con los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
Restaurante Chiken & Steak	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
La Pampa Argentina	Pequeños	Muchos	Similares	5% - 10%
La Casona - Vía Férrea Sonsonate	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
The Corner Sonsonate	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Simmer Down Larista Plaza	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Pupuseria Las Delicias de El Salvador	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Cinnamon	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
EL REY DE LA CARNE	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Restaurante Rincon Marino	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Restaurant & Lounge Other Side	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
El Tepeyac	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Restaurante Pizza Hut Sonsonate.	Pequeños	Muchos	Similares	5% - 10%
PANNA & POMODORO	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Restaurante Doña Laura	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Los Pibes Restaurant	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Chepe Nachos Y Mas	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Restaurante y Pupuseria "El Tiaquiz" 3	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Parrillada El Uruguayo	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
Merendero Ágape	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%
El Zócalo "Cocina Mexicana"	Grandes	Muchos	Similares	0 - 0.5%

Tabla 6: Matriz de Participación Competidores de TACONTENTO.





COMERCIALIZACIÓN

3.1. Biografía Del Producto/Servicio

Tacontento, es restaurante de comida mexicana, denominada coloquialmente en el país como taquería, ubicada en la ciudad de Juayúa, Sonsonate que nació en el año 2018 con la idea de ofrecer y cautivar a la población con antojitos mexicanos, ya que a la población estaba interesado en esta gastronomía y no había casi ningún restaurante que supliera esta necesidad de la población de degustar de estos platillos es así como nace la idea de su propietaria Karla Lizama y su familia, 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.

Este restaurante ha tenido el privilegio de haber participado en distintos festivales gastronómicos para dar a conocer sus productos que en su mayoría predomina la comida mexicana. 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.

3.2. Generalidades

TACONTENTO es una empresa de comida en la cual 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; a su vez acepta diferentes tipos 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.





También se ha tomado en cuenta la reciente crisis sanitaria que vive el país y el mundo entero con el COVID-19 y todas sus cepas, por ende, se han tomado medidas en el local con el objetivo de prevenir enfermedades y que los clientes se sientan más a gusto teniendo estas normas de bioseguridad, sino también se han creado diversas normas y protocolos de bioseguridad a la hora de preparar los alimentos y así mismo cuidar a los empleados de cualquier posibilidad de transmisión del virus.

3.3. Servicios Básicos

El servicio principal radica en proporcionar comida mexicana (Tacos, Burritos, Gringas, Quesadillas, Súper Burritos, Tortas, Nachos, Hamburguesas (Normales y Especiales), Alitas, Costillas, Chicharrones, Boquitas.) a buen precio, accesible a todo el público de Juayúa y alrededores. Este restaurante posee una ventaja sobre sus competidores directos e indirectos el cual es tener servicio a domicilio por medio de su número telefónico puede pedir y degustar los productos comestibles que ofrece esta empresa a sus clientes.

3.4. Servicios Adicionales

TACONTENTO es un restaurante especializado en comida mexicana y con el fin de dar múltiples opciones en la hora de pago y de cómo pedir la comida da diferentes opciones a sus usuarios con fin de hacer más accesible y fácil disfrutar los diversos productos que el restaurante ofrece entre las cuales están:

- 1) Puede ir directamente a la tienda localizada y hacer sus compras.
- 2) Puede ponerse en contacto con el restaurante por medio de su número telefónico o vía mensajería de WhatsApp y revisar los productos que ofrece, hacer su pedido e ir a recogerlo más tarde o
- 3) El restaurante también posee servicio a domicilio, el usuario puede solicitarlo.





3.5. Análisis FODA

TACONTENTO como cualquier otro servicio de comida que se inserta en el mercado posee características que los distinguen del resto de servicios similares. Una de sus características propias es innovar con las diferentes opciones de menú con las que ofrecerle al público y que además en Juayúa los restaurantes con temática mexicano apenas si están siendo explorados por tanto es unas opciones innovadoras para el mercado de Juayúa pues ofrece una opción a este tipo de consumibles.

Sin embargo, así como esta característica la hace única, también posee deficiencias. Es importante entonces, reconocer cuáles de sus características se consideran fortalezas y cuáles de ellas se catalogan como debilidades, así como reconocer las oportunidades de crecimiento y desarrollo o las amenazas de estancamiento que el entorno ofrece.

Para tal situación se presenta un análisis FODA, ilustrado en la imagen siguiente y detallado en las tablas anexas a este.





FORTALEZAS

- Buen ambiente familiar.
- Conocimiento del mercado.
- Buena calidad del producto final.
- Excelentes precios.
- Procesos técnicos y administrativos de calidad.
- Características especiales del producto que se oferta.
- Se cuenta con servicio a domicilio en municipio de Juayúa, Salcoatitán y La Majada

OPORTUNIDADES

- Competencia débil.
- Necesidad del producto.
- Mejor calidad respecto a la competencia.
- Tendencias favorables en el mercado.
- Preferencia de los clientes respecto a otro tipo de comida.
- Proveedores que nos ayudan a diversificar los productos que ofrecemos



DEBILIDADES

- Salarios bajos.
- Falta de capacitación en algunas áreas del trabajo a realizar.
- Mala situación financiera.
- Deficientes habilidades gerenciales.
- Poca capacidad de acceso a créditos.

AMENAZAS

- Aumento de precio de insumos por temporadas.
- Tendencias desfavorables en el mercado.
- Pandemia por COVID-19.

Imagen 1: Análisis FODA



Criterio FODA	Característica	Detalle
FORTALEZAS	Buen ambiente familiar	Como se sabe al elegir al momento un restaurante para comer un ambiente familiar en donde el usuario pueda sentirse cómodo como en casa es importante para el usuario.
	Entretenimiento.	Esto es importante brindarle al cliente entretenimiento variado para darle un plus y se sienta animado a venir siempre que sea posible.
	Conocimiento del mercado.	Conocer el mercado es importante pues solo de esta manera se puede satisfacer las necesidades de nuestro público objetivo y de este modo servir mejor a los usuarios.
	Buena calidad del producto final	Es de vital importancia darles a los clientes productos de calidad pues esto afecta el sabor y el cliente queda satisfecho que ha consumido algo de buena claridad.
	Excelentes precios	El precio es importante para atraer a los clientes es por eso de gran importancia tener precios competitivos en el mercado claro dejando siempre un margen de ganancia.
	Procesos técnicos y administrativos de calidad	Sobre los procesos de los alimentos es importante el correcto manejo de este para conservar sus propiedades de calidad y por esto mismo hay normas de salubridad y de procesos asegurando que el resultado final este asegurado.
	Características especiales del producto que se oferta.	Como se ha mencionado los productos como se manejan en el restaurante no se puede encontrar fácilmente en la zona.

Tabla 7: Análisis FODA: Fortalezas.





Criterio FODA	Característica	Detalle
OPORTUNIDADES	Competencia débil	Como se ha mostrado en esta área los restaurantes no hay muchos que sean nuestros competidores directos lo cual nos da la ventaja de ser pioneros en esto y de innovar en el mercado en donde se ofrece el producto.
	Necesidad del producto	Se hizo un estudio y se pudo determinar que la población de Juayúa necesitaba un restaurante en donde pudiera encontrar comida mexicana como una alternativa diferente a lo que en ese momento era lo común.
	Mejor calidad respecto a la competencia	Con respecto al escasa competencia en el mercado la calidad de los materiales utilizados y la preparación de estas mismas es una gran fortaleza por lo cual sus clientes lo eligen día tras día.
	Tendencias favorables en el mercado	En el mercado ha sido bien recibida la propuesta de un restaurante de comida mexicana aún el medio debido a que se ve como algo novedoso con respecto a los demás restaurantes de la zona
	Preferencia de los clientes respecto a otro tipo de comida	Los clientes están aburridos de la comida tradicional así que al existir la opción de comida mexicana los clientes prefieren esta sobre otras.
	Proveedores que nos ayudan a diversificar los productos que ofrecemos.	Gracias a la gran cantidad de proveedores existentes se ha podido encontrar a los mejores y gracias a la gran variedad de estos productos se ha podido crear una gran cantidad de productos finales para el cliente.

Tabla 8: Análisis FODA: Oportunidades.





Criterio FODA	Característica	Detalle
DEBILIDADES	Salarios bajos.	TACONTENTO es una empresa joven y que está formando su camino en el mercado esto implica que los salarios de los empleados no sean los mejores y posiblemente en otros lugares se les pueda pagar más haciendo que abandonen la empresa.
	Falta de capacitación en algunas áreas del trabajo a realizar.	Como es una empresa con poco tiempo en el mercado algunas cosas no quedan claras en ciertas áreas y hay dificultades
	Mala situación financiera	Con la reciente pandemia que nos azota y la cantidad de tiempo en confinamiento en donde las empresas que se dedican al sector de comida y similares se vieron seriamente afectados debido que no podían tener clientes en sus instalaciones y aun ahora lo cual significo perdidas de oportunidad.
	Capital de trabajo mal utilizado ya que a veces solo alcanza para volver a invertir.	Las malas decisiones financieras pueden tener un efecto a largo plazo pues no hay un buen desempeño de la inversión, o sea, el ROI está muy bajo y apenas se sale con los gastos.
	Deficientes habilidades gerenciales.	Hay fallas en la toma de decisiones en la gerencia que pueden provocar efectivos negativos en la parte financiera e imagen de la empresa.

Tabla 9: Análisis FODA: Debilidades.





Criterio FODA	Característica	Detalle
AMENAZAS	Aumento de precio de insumos por temporadas	Como es bien sabido hay ciertos productos que aumento su precio por temporadas tal es el caso de la carne lo cual es difícil mantener siempre los precios y reducen el margen de ganancia.
	Tendencias desfavorables en el mercado	El mercado en el sector es difícil pues los clientes son muy demandantes y a veces tiene gustos muy diversos por lo cual complacerlos a todos resulta imposible.
	Pandemia.	La pandemia ha jugado un factor importante en los últimos tiempos y ha afectado grandemente al restaurante obligando cambiar las estrategias y la forma en cómo se venían haciendo las cosas obligando comprar material extra para la salubridad.

Tabla 10: Análisis FODA: Amenazas.

3.5.1. Conclusiones Del Análisis FODA (Estrategias CAME-DAFO)

La clave para poder sacarle el máximo provecho a una Análisis FODA es que se identifiquen cuáles son las metas que se quieren alcanzar, estipulando un plazo (corto, mediano o largo) y planteando una serie de actividades que contribuyan a cumplir las metas a través de determinadas estrategias, las cuales pueden ser:





- Estrategia de reorientación: tiene como fin, corregir alguna debilidad o carencia aprovechando una oportunidad.
- Estrategia de supervivencia: tiene como objetivo contribuir a resistir los posibles efectos negativos de una o varias amenazas, de la manera más óptima para minimizar los daños causados por una debilidad.
- Estrategia ofensiva: busca obtener el máximo beneficio de una oportunidad a través del uso de una fortaleza.
- Estrategia defensiva: ocurre cuando se está preparado para afrontar las amenazas mediante las fortalezas.

En la siguiente tabla se direcciona la definición de las metas y la planificación de las actividades para alcanzarlas, a través de las estrategias listadas anteriormente.

DAFO-CAME		FACTORES EXTERNOS	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES INTERNOS	DEBILIDADES	CORREGIR DEBILIDADES	AFRONTAR AMENAZAS
		Estrategia de reorientación: Tomar decisiones de acuerdo a la nueva realidad.	Estrategia de supervivencia: Conocer limitaciones y minimizar el impacto.
	FORTALEZAS	EXPLOTAR OPORTUNIDADES	MANTENER FORTALEZAS
		Estrategia ofensiva: Potenciar y aprovechar en aquello que somos mejores que el resto	Estrategia defensiva: considerar todos los posibles escenarios de riesgo y tener un plan de emergencia

Tabla 11: Tabla Análisis DAFO-CAME.





3.5.2 APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DEL ANALISIS CAME-DAFO

DEBILIDAD A CORREGIR	OPORTUNIDAD A EXPLOTAR	SOLUCIÓN: TOMAR DECISIONES DE ACUERDO A LA NUEVA REALIDAD
Salarios bajos	Competencia débil.	Crear publicidad que resalte sobre la competencia.
Falta de capacitación en algunas áreas del trabajo a realizar	Mejor calidad respecto a la competencia.	Tener una capacitación y una red integrada entre nuestro9s proveedores para obtener productos a ben precio y de la mejor calidad.
	Proveedores que nos ayudan a diversificar los productos que ofrecemos	
Mala situación financiera.	Necesidad del producto	Aprovechar la necesidad del mercado que quiere estos productos para consumo creando publicidad para llegar a más personas.
	Preferencia de los clientes respecto a otro tipo de comida	
	Tendencias favorables en el mercado	

DEBILIDAD A CORREGIR	AMENAZA A AFRONTAR	SOLUCIÓN: CONOCER LIMITACIONES Y MINIMIZAR EL IMPACTO.
Salarios bajos	Tendencias desfavorables en el mercado.	Entender que la situación financiera no permite dar mayores salarios gracias a las diferentes temporadas de ventas.
Falta de capacitación en algunas áreas del trabajo a realizar	Aumento de precio de insumos por temporadas.	No tener experiencia en ciertos ámbitos implica correr riesgos se debe trabajar precios incluso que dejen cierto margen de ganancia en épocas de insumos caros.
Mala situación financiera.	Pandemia	La pandemia ha complicado y ha aumentado costos y resistencia a personas a visitar al lugar de forma física, por eso la importancia de crear publicidad remarcando la entrega a domicilio y buen precio.





OPORTUNIDAD A EXPLOTAR	FORTALEZA(S) A MANTENER	SOLUCIÓN: POTENCIAR AQUELLO EN LO QUE SOMOS MEJORES QUE EL RESTO
Competencia débil.	Buen ambiente familiar	Crear publicidad por medio de redes sociales mostrando el ambiente y las ventajas de las instalaciones y remarcar que también se cuenta con servicio a domicilio.
	Entretenimiento	
	Se cuenta con servicio a domicilio en municipio de Juayúa y alrededores.	
Necesidad del producto.	Conocimiento del mercado	Estar continuamente atento de las necesidades del mercado tal como se ha hecho hasta ahora.
Mejor calidad respecto a la competencia.	Buena calidad del producto final.	Mantener la calidad como hasta ahora y vigilar de cerca la calidad de los competidores en la zona,
Tendencias favorables en el mercado	Excelentes precios	Aprovechar el buen recibimiento en el mercado de los productos hacer eco de ello y expandir por medio de publicidad a nuevos clientes.
Preferencia de los clientes respecto a otro tipo de comida	Procesos técnicos y administrativos de calidad.	Mantener los procesos de permiten mantener el estándar de calidad y tener controles de calidad para disminuir la variabilidad de la misma, así como manuales con operaciones estandarizadas.
Proveedores que nos ayudan a diversificar los productos que ofrecemos	Características especiales del producto que se oferta	Tener una estrecha relación con los proveedores para conseguir los mejores productos del mercado así asegurando la calidad de los productos finales que se entregaran a los clientes o consumidores.





AMENAZA A AFRONTAR	FORTALEZA(S) A MANTENER	SOLUCIÓN: CONSIDERAR TODOS LOS POSIBLES ESCENARIOS DE RIESGO Y TENER UN PLAN DE EMERGENCIA.
Pandemia.	Se cuenta con servicio a domicilio en municipio de Juayúa, Salcoatitán y La Majada.	Tener en cuenta una nueva ola de la pandemia y estar preparados por ellos darle un buen realce en la publicidad al servicio en línea y a los métodos de salubridad en los alimentos que se ocupan.
	Procesos técnicos y administrativos de calidad.	
	Buena calidad del producto final.	
Tendencias desfavorables en el mercado.	Buen ambiente familiar	Estar preparados para las temporadas bajar y tener capital de trabajo que permita estar en funcionamiento operativo durante épocas que se registran estas temporadas, así también identificarlas para tomarlas en cuenta en el futuro próximo.
	Entretenimiento.	
	Conocimiento del mercado.	
	Excelentes precios.	
Aumento de precio de insumos por temporadas.	Características especiales del producto que se oferta.	<p>Tener un respaldo en caja chica que nos permite tener cierta holgura para cuando haya gastos no pronosticados y así poder comprar cuando sea necesario, así mismo identificar en que temporadas los productos pueden sufrir aumento de precios.</p> <p>Esto con el fin de comparar los mismos productos de la misma calidad para que el producto final que se le entrega al cliente no se vea comprometido.</p>





3.6. Servicios Sustitutivos

TACONTENTO se ha definido como una empresa que se desarrolla en el sector de servicios de alimentos preparados en este caso de comida mexicana en el municipio de Juayúa y alrededores dando a la población nunca nueva opción en donde ir a disfrutar diferente con respecto a los demás competidores de la zona que ofrecen comida tradicional propia del país. Sin embargo, el servicio es innovador en el municipio de Juayúa porque casi ningún otro restaurante de comida ofrece los mismos productos que TACONTENTO ofrece en sus menús a cara dar público y tampoco tan variado. Aun así, como todo servicio que se introduce en el mercado posee servicios similares, entonces, se consideran servicios sustitutivos para tiendacercasv.com los listados a continuación:

➤ **Restaurante Chicken & Steak**

Carnes y mariscos Toda una tradición en Sonsonate desde 1996, con especialidad en carnes, mariscos y pollo, atención fina y personalizada, en un ambiente exclusivo, Restaurante De Estilo Familiar, Asador Carretera a San Salvador, boulevard las Palmeras, frente a gasolinera uno, 503 Sonzacate, El Salvador

➤ **La Pampa Argentina**

Carnes, mariscos, desayunos típicos y una amplia gama de platillos típicos, Restaurantes La Pampa es el restaurante de Sonsonate ha brindado un excelente servicio y exquisita comida desde 1987.

Primer Restaurante abre sus puertas en el año de 1987, en San Salvador. Debido a que la parrilla a la vista del público constituía parte importante del formato de negocio “Steak House”, se buscó darle una apariencia arquitectónica rústica al estilo de cabaña de madera. Dicho restaurante contaba con una capacidad para atender a 120 personas bajo el modelo de servicio denominado Restaurante “full service”.





➤ **La Casona - Vía Férrea Sonsonate**

Se localiza en Fenadesal, 8 Avenida Sur, Sonsonate, Sonsonate, El Salvador, Puedes disfrutar de deliciosos platos fuertes, entradas, bebidas heladas, entre otros. Tienen un menú extenso en nuestro restaurante y diferentes snacks en nuestros coffee shops. Hamburguesas, pizzas, tortas de carne y postres

➤ **The Corner Sonsonate**

Se localiza en 1 Calle Oriente Colonia Angélica #10 7 Sonsonate, 503 Sonsonate, El Salvador, Somos un restaurante con servicio de karaoke, nos caracterizamos por ser exclusivos nos reservamos el derecho de admisión 2 áreas diferentes. Tienen los platillos de Costillas de cerdo, alitas y nachos

➤ **Simmer Down Larista Plaza**

Simmer Down Larista Plaza se encuentra en Departamento de Sonsonate. Esta empresa se desempeña en la siguiente industria y tienen diferentes platillos como los siguientes: Pizza. Pizzas, hamburguesas y postres

➤ **Pupuseria Las Delicias de El Salvador**

La pupuseria las delicias de El Salvador es un lugar de Consumo en el lugar · Para llevar, tienen servicio de Entrega a domicilio , entre los platillos son Pupusas, 8 Avenida Norte, Sonsonate, **Teléfono:** 7449 1417

➤ **Cinnamon**

Es un restaurante que lleva la comida rápida un paso a delante convirtiendo lo ya conocido en nuevas experiencias Incluyendo nuevos sabores a los platillos clásicos, Pizzas, su número de contacto es 76396892, posee el servicio de envío gratis, se ubica en Restaurante La Ballena playa los cubanos Sonsonate Dalí Restaurant Frente a colegio Centro América, col.14 de Diciembre





➤ **El Rey De La Carne**

Entre los platillos que tiene el restaurante tiene un gran variedad de Carnes Importadas a precios accesibles, tienen servicio de Delivery y el número de contacto es el 7636-8644 tiene platillos los cuales son; carnes ,mariscos ,Sonsonate ,almuerzos ,cenar, Carnes y mariscos.

➤ **Restaurante Rincón Marino**

El restaurante tiene un gran ambiente y diversidad de platillos, disfruta de un ambiente familiar y de exquisitos platillos de mariscos, carnes, pizzas artesanales y muchos otros platillos que tienen en el menú.

El restaurante cuenta con un amplio paqueo y unas instalaciones perfectas para pasar un buen momento con 4 pantallas donde se puede disfrutar de los mejores partidos en conjunto de deliciosa comida y bebidas. Mariscos y carnes.

Aceptan tarjeta de crédito

Puntos del banco Cuscatlán

Pagos por BIITCOIN

ESTA UBICADO SOBRE

BOULEVAR LAS PALMERAS

➤ **Restaurant & Lounge Other Side**

Es un restaurante reciente en la zona en la cual se especializa o es conocido por sus Sándwich, hamburguesas y papas fritas.

➤ **El Tepeyac**

Se ubica en la Carretera hacia Acajutla, frente al Colegio San Francisco de Asís, Sonsonate, Sonsonate, El Salvador, entre los diferentes platillos de los que tienen en su menú se pueden encontrar lo que son Carnes, enchiladas, postres, teléfono 2450-4201, Facebook de la empresa:

facebook.com/Restaurante-el-tepeyac-511154538..





➤ **Restaurante Pizza Hut Sonsonate**

Es parte de la prestigiosa cadena de pizzas y es una empresa de Servicios de comida a domicilio, Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas, Pizzas y postres, se ubica en Pizza Hut Food Court Metrocentro Sonsonate se encuentra en Centro Comercial Metrocentro, Sonsonate, El Salvador, Departamento de Sonsonate. Puede contactar a Pizza Hut Food Court Metrocentro Sonsonate por teléfono al 2450 3791.

➤ **PANNA & POMODORO**

Panna & Pomodoro se encuentra en Departamento de Sonsonate, y comenzó a operar en el año 15/2/18. Esta empresa se desempeña en la siguiente industria: Restaurantes. Pizzas, postres y café. Teléfono: 2451 1000

➤ **Restaurante Doña Laura**

Nombre está dedicado a la persona más amada y recordada por su Fundador y presidente Padre Flavián Mucci, su madre Doña Laura Gaglini de Mucci.

Restaurante Doña Laura abrió sus puertas en el año de 1994, ofreciendo desde entonces una atención personalizada y exquisita comida a la carta que puede disfrutar en desayunos, almuerzos y cenas, los cuales puede acompañar de postres y bebidas de su elección.

Puede disfrutar de cómodas y confortables instalaciones. Cuenta con el lugar y espacio en donde puede disfrutar sus mejores momentos, celebraciones, reuniones y toda fecha especial para compartir y festejar en familia, con compañeros o entre amigos.

➤ **Los Pibes Restaurant**

Este restaurante se encuentra ubicado en la 10 ave. 6-6 Sonsonate, Sonsonate, 503, El Salvador, servicio de Consumo en el lugar, Para llevar Carne asada, platos típicos de la zona. Pizza, Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas El número de teléfono de Los Pibes Restaurant es 7017 5350.





➤ **Chepe Nachos Y Mas**

Este restaurante se encuentra ubicado en la 6ta. Av. Sur. Entre pasaje 3 y 4 calle principal casa doble planta Sonsonate, El Salvador tiene platillos como los son los Nachos, tacos. n Chepe Nachos y Más te espera con más de 25 platillos exquisitos | Tacos, burritos, tortas, quesadillas, nachos, pozole, sopa de tortilla, gringas, costilla BBQ, churrasquito y mucho más.

🕒 Horario: De 4:30pm a 10:00pm.

➤ **Restaurante y Pupuseria "El Tiaquiz" 3**

Es un restaurante que ofrece distintas especialidades de pupusas y comida a la carta, en donde puedes disfrutar con amigos y familiares. Pupusas, sopas típicas, panes rellenos, canoas y variedad de platillos típicos de la zona. Disponibles en: tiene e servicio en PediloSV, goEAT, HUGO.

Tienen la más grande variedad en pupusas, de 6am a 10:30pm.

Se ubican en Barrio El Ángel, calle Obispo Marroquín, contiguo a Almacén su número de contacto es el número Tropigas. - Tel. 2497-6166.

Se ubica en la Col. Monterio, locales Esmeralda #6, final 10a av. Nte. Tel. 7809-6999 en el cual tiene su WhatsApp.

➤ **Parrillada El Uruguayo**

Parrillada "El Uruguayo" es un negocio familiar donde puede gustar de ricas parrilladas de: carne, costilla y pollo, con el toque exquisito de Uruguay esperando que sea del gusto de todos, serán atendidos por su propietario el ex futbolista y ahora director técnico el profesor Ruben Alonso y su familia, estan ubicados en la calle acaxual de la colonia sensunapan #2, esquina opuesta al seguro social de Sonsonate, contiguo a la ceiba de respectiva colonia Carnes a la parrilla.

➤ **Merendero Ágape**

Merendero Ágape te ofrece una variedad de platillos y antojitos típicos salvadoreños Almuerzos típicos, pupusas y cenas típicas.





Considerando que el servicio Tacontento fue lanzado hace alrededor de poco de más de 2 años, y que cuenta con una peculiaridad bastante grande, para la población de Juayúa ha significado una herramienta útil y da nuevas opciones a la población para consumir alimentos. Sin embargo, ILC sabe que su servicio es innovador y por lo tanto está consciente de las ventajas y desventajas que posee lanzar un servicio completamente nuevo al mercado; anteriormente en el Análisis FODA, se consideró todo referente a la pandemia que ha sido de buen manera implementar los servicios a domicilios para permanecer activos en el mercado y facilitándole a los clientes para aquellos que no quieren salir de casa, esto da una ventaja sobre los competidores que no poseen dicho servicio necesario para la población y la situación actual en la que se vive.

Analizaremos el ciclo de vida del servicio, tomando en cuenta para la Introducción y Crecimiento hechos y datos reales que indican que se encuentran en tales etapas.

Análisis Del Precio (Por Producto)

Debido a que el servicio de “Tacontento” es una empresa con el objetivo de ganar dinero, pero cual, **¿Cuál es la ganancia que deja el servicio de brindar comida mexicana?**

Para responder esta pregunta basta analizar la estrategia que utiliza la empresa de Tacontento la cual sus ganancias son debidas a la venta de productos de comida mexicana, la cual a sus productos el aumento es un cierto porcentaje a los costos que conllevan hacerlo lo cual puede ser de un 35% o más pues no queda claro cuál es el margen de ganancia de cada uno.

En el caso del restaurante Tacontento hay una gran variedad de platillos en el cual el cliente puede elegir que van desde el precio de \$2.00 hasta \$5.75 lo cual da un gran margen de opciones de acuerdo a las necesidades del cliente y la capacidad económica a de los consumidores.

Aquí están los precios y cantidades de los productos que se analizan en el caso de este proyecto lo cuales son los productos de tacos de birria y los burritos XL.





PRODUCTOS O SERVICIOS	CANTIDAD	PRECIO
Tacos de birria	Orden de 3 unidades	\$4.50
Burritos XL	1	\$5.50
Quesabirrias	Orden de 3 unidades	\$5.00

Tabla 12: Precios de TACONTENTO.

CICLO DE VIDA DEL SERVICIO.

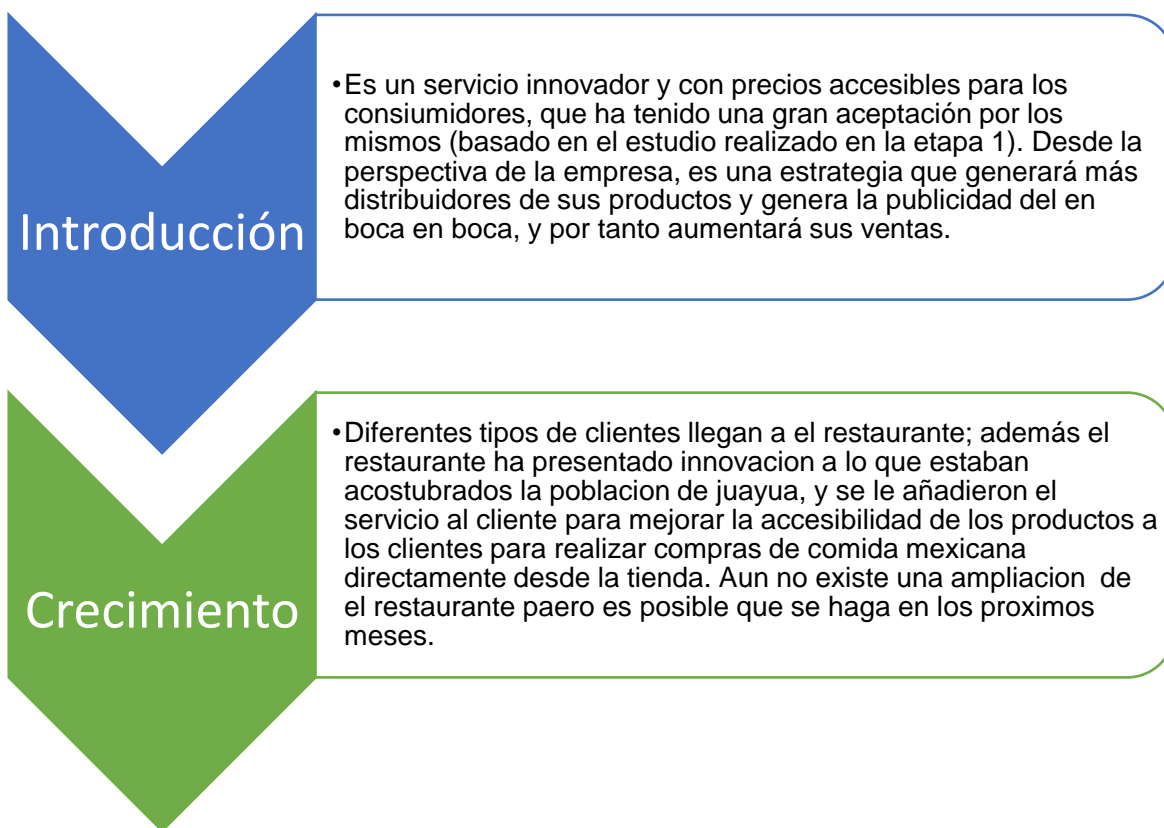


Imagen 2: Ciclo de Vida del Producto





3.9 CONSIDERACIONES PARA EL “NUEVO NORMAL”

El Salvador como los demás países del mundo, se ha visto en la necesidad de hacer uso de la tecnología para llevar a cabo las actividades de la vida cotidiana, como estudiar e impartir clases, trabajar, desarrollar proyectos, hacer compras desde casa, entre otras situaciones que si bien se desarrollaban antes de la crisis provocada por la Pandemia de COVID-19 ahora se realizan con más frecuencia.

En ese sentido, el restaurante Tacontento ayuda a la población a llevar a cabo la actividad de “comprar los productos de comida mexicana”. Sin embargo, esta acción puede seguir desarrollándose a través de las redes sociales de la misma en donde están posteados los productos o por medio de WhatsApp para encargar los productos y lograrlos pedir al restaurante, sin la condición de la modalidad virtual ocasionada por la pandemia, es decir, a pesar que el servicio fue desarrollado en época en donde todavía no estaba en la pandemia, su creación radica en facilitar la actividad de comprar, actividad que se seguirá llevando a cabo cuando esta situación pase a la historia.

Por tanto, existen dos escenarios clave para el servicio:

1. Que la población siga visitando al local físico a consumir los productos y disfrutar del lugar.
2. Que la población se acostumbre a una vida en la que el uso del servicio a domicilio por medio de las redes sociales sea indispensable y utilice este servicio para realizar compras a menudo.

Para cualquiera de las dos situaciones, el restaurante Tacontento debe estar preparado y tenerlas en cuenta, puesto que como la prestigiosa y empresa en auge que es, debe mantenerse en constante innovación tanto en productos como en servicios, y éste en específico debe estar a la vanguardia de los avances y desarrollo por parte de otros restaurantes en Juayúa de los servicios que esta empresa da.





ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN

4.1. Introducción

La distribución es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado. La distribución es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien.

La distribución de comida para el restaurante TACONTENTO es por medio de varios canales de distribución que comprenden los siguientes aspectos:

- Venta exclusiva de comida mexicana en el local ubicado en el Municipio de Juayúa, Sonsonate El Salvador donde los clientes llegan consumen su comida favorita; como también tiene la opción para llevar.
- También está habilitada la opción de Delivery o servicio a domicilio propio del restaurante para todas aquellas personas o clientes que no pueden llegar al local a consumir o a retirar, cabe destacar que los alimentos se llevan hasta la puerta de la casa, lugar de trabajo o un punto de encuentro de la elección de los clientes por un pequeño costo adicional según distancia. La cobertura del servicio a domicilio comprende los municipios Juayúa, San José de la Majada y Salcoatitán del departamento de Sonsonate.
- Cabe mencionar también que TACONTENTO tiene presencia en redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram para promocionar sus comidas y llegar a más compradores además de contar con número de teléfono para llamadas para que los clientes contacten con el restaurante y ordenen su comida. Cuando ordenan por medio de las redes sociales, número de teléfono se les pide nombre de las personas que van a recibir la comida, número de teléfono si viene al caso más la dirección donde quiere que se lleve; posteriormente se manda al Delivery de Tacontento para hacer las entregas.





4.2. Análisis De Los Proveedores

Tener buenos proveedores para restaurantes es casi tan importante como tener las mejores comidas. Ambas cosas van de la mano, pues la calidad de la materia prima, así como su precio y disponibilidad, son fundamentales en el éxito de la oferta gastronómica.

Sobre todo, los buenos proveedores se convierten en socios y aliados de las empresas para desarrollar eficientemente sus procesos de producción. Asimismo, ayudan a que la empresa alcance el objetivo de lograr la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

Para poder hacer un análisis objetivo de proveedores nos basamos en varios aspectos abarcando puntos como calidad de las materias primas para la elaboración de las comidas, las condiciones económicas esto relacionado a precios, plazo de entregas, ofertas, descuentos, ubicación de los proveedores, etc.

Los proveedores que suministran materias primas para la elaboración de los menús variados del restaurante se encuentran los siguientes:

- **Industrias La Constancia:** Cabe mencionar que esta empresa con presencia y cobertura en todo El Salvador como también siendo una marca mundial es el mejor proveedor de bebidas para TACONTENTO debido a la numerosa cantidad de ítems que tiene como cervezas, jugos, bebidas carbonatadas, etc. con los mejores precios para sus clientes, calidad, plazos de entrega requeridos por el restaurante además de suministrar cámaras de refrigeración para el almacenaje de sus productos. También es de suma importancia mencionar que industrias la constancia da opciones de pago a sus clientes, hace descuentos por volúmenes de compras, etc.
- **Súper selectos y despensa familiar:** Sin duda es la mejor opción para la obtención de materias primas como carnes, aves, vegetales frescos, condimentos, harinas y todos los ingredientes necesarios para la preparación de las comidas mexicanas de TACONTENTO, además de la calidad que ofrece a sus clientes, precios, ubicación cerca del restaurante lo hacen la mejor opción para proveer los principales ingredientes.





- **Quesos de oriente:** Es el único y principal proveedor de lácteos para la elaboración del menú del restaurante además de contar con servicio a domicilio para sus clientes, buenos precios y productos de calidad, buena ubicación, etc.

- **Tortisal:** Cabe mencionar que es una de las mejores empresas que hay referente a la producción de productos de taquería como tortillas, harinas, panes para torta, etc. Requeridos para la elaboración del menú de TACONTENTO. Lo distinguen la calidad de los productos que vende a sus clientes, buenos precios, tiempos de entrega requeridos por el restaurante, etc.

- **Vendedores locales en Mercado Municipal de Juayúa:** con el fin de apoyar la economía local de Juayúa TACONTENTO elije sus frutas, verduras, hierbas aromáticas y especias del mercado municipal de Juayúa.





PROMOCIÓN

5.1. Consideraciones

La promoción de un producto es importante para una empresa y vital para un emprendimiento. TACONTENTO se plantea la introducción al mercado de dos nuevos productos. Los Burritos XL y tacos de birria.

El burrito 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.

Los tacos de birria son 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.

Ambos productos son altamente virales en redes sociales, ya que la comida es un tema que siempre ha generado interés.

Debido al problema de localidad, solo puede alcanzarse a distribuir a personas que habiten en un área de 2 km a la redonda y personas que visitan el corredor turístico “Ruta de las Flores”.

Se busca hacer una estrategia de reconocimiento de los tacos de birria y los burritos XL, por lo que el canal de las redes sociales resultará de los más efectivos.

5.2. Objetivos Iniciales

- Aumentar el reconocimiento de la marca y el negocio.
- Promover la venta de los productos tacos de birria y burritos XL
- Apertura de un nuevo local en Sonsonate





5.3. Metas Iniciales

Este apartado muestra las metas esperadas de personas alcanzadas en los primeros 6 meses de aplicación del plan de promoción con objetivo de reconocimiento en un mercado ideal.

Metas de reconocimiento esperadas para los primeros 6 meses del año 2022				
Mes	Forma de promoción	Alcance estimado en redes (al día)	Gasto diario (en dólares)	Estrategia de promoción
Enero	Promoción de historias de FB e IG	1.6k-4.7k	1	Reconocimiento de marca.
Febrero	Promoción de publicaciones de FB	680-2k	1	Posicionamiento de marca
Marzo	Promoción de historias de FB e IG	1.6k-4.7k	1	Reconocimiento de marca.
Abril	Promoción de publicaciones de FB e IG	680-2k	1	Posicionamiento de marca
Mayo	Promoción de historias de FB e IG	1.6k-4.7k	1	Reconocimiento de marca.
Junio	Promoción de publicaciones de FB e IG	680-2k	1	Posicionamiento de marca

Tabla 13: Metas de reconocimiento esperadas para los primeros 6 meses del año 2022.





- Mes de Enero: Se propone promocionar las historias en Facebook e Instagram ya que son redes donde el público objetivo pasa la mayor parte del día. Se propone un presupuesto de un dólar diario ya que el área que puede abarcar un restaurante es reducida. Con este presupuesto se consiguen las metas establecidas en Facebook ADS.
- Mes de Febrero: Es importante no solo ser un restaurante cuando estamos en una cultura de información. El negocio debe tener una presencia establecida en redes sociales. Ya que estas en realidad no son canales de venta activos. Se propone generar contenido para que la gente esté interesada y tener la marca en boca de todos. Las publicaciones tienen que promocionarse por que Facebook tiene un alcance orgánico muy pobre.
- Mes de Marzo: Se vuelve a la estrategia de promoción de historias, para que se vaya asentando la marca en la mente de los posibles clientes.
- Mes de Abril: Continúa la estrategia de publicaciones para crear una presencia en línea y posiblemente generar una comunidad.
- Mes de Mayo: Reconocimiento de marca a través de historias, para este punto buena parte de nuestro público objetivo debería reconocer nuestra marca.
- Mes de Junio: Se posiciona la marca como un referente en la ruta de las flores. Se comienza a ver una comunidad asentada en redes sociales. Esta comunidad es una forma muy buena de generar posibles clientes. Cada una de estas personas que sigue la red social está de acuerdo con tus objetivos y le agrada la idea de la marca.





5.4. Cobertura

Debido a la localidad del restaurante y a los resultados obtenidos de las encuestas. Los lugares donde mejor funcionarán nuestras promociones serán la ciudad de Juayúa y la ciudad de Sonsonate. Tomando un radio de 2 km a partir de las instalaciones. Esto según estudios que corroboran que la gente solo asiste con frecuencia a restaurantes que estén a menos de 2 km de ellos.

Con respecto al objetivo de reconocimiento de la marca, se tomará todo el departamento de Sonsonate. Esto con el fin de reducir costos de alcance en las redes sociales.

5.5. Participación Aproximada

Tomando en cuenta la participación de los demás competidores del sector y el único competidor directo de TACONTENTO podemos estimar que la participación de la empresa dentro del sector comercial oscila entre 10% y 30% ya que tiene demasiados productos sustitutos lo cual interviene mucho en los clientes a la hora de elegir la comida.





PUBLICIDAD

Tacontento posee presencia en redes sociales, que resulta ser el medio de comunicación más usado por nuestro público objetivo. Por lo tanto, se deben potenciar estos canales con estrategias de reconocimiento de marca.

6.1. Canales de promoción.

6.1.1. Medios convencionales

Contamos con redes sociales como lo son Facebook e Instagram, incentivando al cliente a que compre nuestros productos en cuestión de una llamada o mensaje directo, subiendo post diariamente mostrando nuestros platillos e instalaciones.

6.1.2. Medios no convencionales

Publicidad en el punto de venta con tarjetas de presentación, patrocinio en fiestas patronales del municipio, hojas volantes, entre otros.

6.2. Herramientas De Promoción

Herramientas de promoción de ventas utilizadas de forma conjunta.		
Herramientas de promoción	Segmento de cliente	Objetivos a alcanzar
Exhibición de productos y hojas de información en punto de compra (hojas volantes y tarjetas de presentación)	Consumidor final	Apoyar la marca y publicitar el producto
Demostraciones del producto en punto de compra		Atraer la atención hacia un producto, mediante la demostración y así poder incentivar a que el cliente realice su compra
Muestras gratis en los puntos de compra		Lograr que un cliente potencial pruebe el producto
Exhibición de los platillos en redes sociales		Lograr que el cliente conozca la marca

Tabla 14: Herramientas de promoción de ventas utilizadas de forma conjunta.



6.3. Calendarización

A continuación, se muestra las fechas establecidas para las actividades que se ejecutarán.

Nombre de la tarea	Duración	Comienzo	Fin
Creación de campañas	3 días	3/1/2022	5/1/2022
Poner a andar los anuncios	25 días	6/1/2022	31/1/2022
Revisar presupuesto	1 día	5/1/2022	7/1/2022
Controlar anuncios	1 día	13/1/2022	13/1/2022
Creación de publicaciones para redes sociales mes enero	5 días	6/1/2022	10/1/2022
Revisión de anuncios	1 día	20/1/2022	20/1/2022
Publicación en redes sociales	20 días	13/1/2022	31/1/2022
Creación de campañas para engagement	3 días	1/2/2022	3/2/2022
Inicio de anuncios de engagement	16 días	7/2/2022	28/2/2022
Revisión de presupuesto de anuncios	1 día	4/2/2022	4/2/2022
Controlar anuncios	1 día	14/2/2022	14/2/2022
Creación de publicaciones para redes sociales mes febrero	5 días	7/2/2022	11/2/2022
Revisión de anuncios	1 día	21/2/2022	21/2/2022
Publicación en redes sociales	15 días	14/2/2022	28/2/2022
Creación de campañas	3 días	1/3/2022	3/3/2022
Poner a andar los anuncios	28 días	4/3/2022	31/3/2022
Revisar presupuesto	1 día	4/3/2022	4/3/2022
Controlar anuncios	1 día	7/3/2022	7/3/2022
Creación de publicaciones para redes sociales mes marzo	5 días	7/3/2022	11/3/2022
Revisión de anuncios	1 día	14/3/2022	14/3/2022
Publicación en redes sociales	20 días	14/3/2022	31/3/2022
Creación de campañas	3 días	1/4/2022	5/4/2022
Poner a andar los anuncios	28 días	6/4/2022	30/4/2022
Revisar presupuesto	1 día	5/4/2022	5/4/2022
Controlar anuncios	1 día	13/4/2022	13/4/2022
Creación de publicaciones para redes sociales mes abril	5 días	6/4/2022	12/4/2022
Revisión de anuncios	1 día	18/4/2022	18/4/2022
Publicación en redes sociales	17 días	13/4/2022	30/4/2022
Creación de campañas	3 días	2/5/2022	4/5/2022
Poner a andar los anuncios	27 días	5/5/2022	31/5/2022
Revisar presupuesto	1 día	5/5/2022	5/5/2022
Controlar anuncios	1 día	13/5/2022	13/5/2022
Creación de publicaciones para redes sociales mes mayo	5 días	2/5/2022	6/5/2022
Revisión de anuncios	1 día	20/5/2022	20/5/2022
Publicación en redes sociales	20 días	9/5/2022	31/5/2022
Creación de campañas	3 días	1/6/2022	7/6/2022
Poner a andar los anuncios	23 días	8/6/2022	30/6/2022
Revisar presupuesto	1 día	6/6/2022	6/6/2022
Controlar anuncios	1 día	14/6/2022	14/6/2022
Creación de publicaciones para redes sociales mes junio	5 días	6/6/2022	10/6/2022
Revisión de anuncios	1 día	20/6/2022	20/6/2022
Publicación en redes sociales	18 días	13/6/2022	30/6/2022

Tabla 15: Calendarización.





6.4. Matriz De Costos

La tabla que se muestra a continuación es el costo aproximado de todas las actividades del plan de promoción.

Nombre de la tarea	Costo por pago inicial	Costo mensual	Costo total
Anuncios en Facebook	\$0.00	\$30.00	\$180.00
Creación de post para redes	\$0.00	\$ 80.00	\$480.00
Compra de flyers	\$ -	\$ 15.00	\$90.00
Muestras de productos	\$ 125.00	\$ 30.00	\$ 305.00
Total			\$1,055.00

Tabla 16: Matriz de Costo

6.5. Publicidad para la nueva sucursal

6.5.1. Canales

Para expandir el negocio se pretende crear una nueva sucursal, por lo tanto, se debe utilizar canales publicitarios así promover la venta de productos y servicios como la ubicación de la nueva sucursal ya que la publicidad es un proceso de comunicación masivo

6.5.2. Redes sociales



Facebook: Se utilizará esta red social para dar a conocer aún más el negocio y sus diferentes ubicaciones, así como sus productos y servicios, debido a que hoy en día la mayor parte de la población cuenta con una cuenta en esta red social



Instagram: Se utilizará este medio para realizar publicidad, ya que combina imagen y video y se obtiene a un bajo costo, así dar a conocer las distintas sucursales



Publicidad impresa

Se utilizará esta publicidad ya que se mantiene por tiempo considerable y puede darse a conocer a todo tipo de personas

6.5.3. Herramientas de promoción

Facebook Business Manager: A través de esta herramienta se puede promocionar la página del negocio, así como publicaciones a través del “Publico inteligente” el cual se basa en los detalles del negocio y personas que coinciden con intereses para mejores resultados.

Los precios varían dependiendo de los días que desean y de las personas que se deseen alcanzar.

Instagram Business: Crear un perfil de negocios, el cual solo puede ser creador cuando ya se posee una página en Facebook para dar a conocer el negocio y promocionar publicaciones las cuales proporcionan información sobre las publicaciones que obtuvieron un mejor rendimiento

Banner, afiches: Su cobertura es más amplia, y se informa sobre promociones o eventos

Volantes: Parece un método antiguo, pero es muy eficaz, ya que puede entregarse a la gente cercana con el mano a mano o incluso puerta por puerta, para que las personas puedan interesarse en el negocio y visualizar la ubicación más cercana.





6.5.4. Matriz De Costos Para Nueva Sucursal

MEDIO PUBLICITARIO	DETALLE	COSTO
Facebook	Publicidad durante 5 días	\$10.00
Instagram	Publicidad para historias durante 5 días	\$10.00
Afiches, volantes, banner	Publicidad para distribuirla en diferentes lugares de Juayúa	\$150 dólares

6.5.5. Diseño De Publicidad Sobre Los Productos De Tacontento





FUENTE DE INFORMACIÓN

7.1. 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.
- **Estudio Previo Fase I:** Con base en las conclusiones de la fase I se diseñó el análisis de la Fase II, ya que se da la pauta para una estrategia de marketing más agresivo y la posibilidad de la apertura de una nueva Sucursal en la ciudad de Sonsonate.
- **Observación directa:** Para el desarrollo de la investigación se ha utilizado la observación del comportamiento de factores como “tendencia y uso de redes sociales”, “franquicias, restaurantes o cadenas que poseen el producto o productos similares” y “publicidad encontrada en redes sociales por el equipo investigador”.



CONCLUSIONES

El servicio de TACONTENTO debe aprovechar la nueva normalidad para acelerar su etapa de crecimiento en el mercado, ya que funge como estrategia de la expansión de su cobertura dentro del mercado Juayúa y la apertura de un nuevo local en la ciudad de Sonsonate para aumentar las ventas de sus productos. Además posee una fuerte ventaja competitiva: LA INNOVACIÓN y LOS POCOS RIVALES QUE OFRECEN PRODUCTOS IGUALES.

Los servicios sustitutivos a TACONTENTO pueden llegar a desarrollar las funciones que les hacen falta para cumplir con todas las características de éste; por tanto, el servicio debe estar en constante RENOVACIÓN para mantenerse a la vanguardia de sus competidores, ofreciendo un servicio de calidad para los paladares más finos de todo Juayúa y Sonsonate, así como también aprovechar el bajo nivel de competencia directa para ganar más público y fidelizar a los que ya se posee a través de los distintos medios de promoción, por ejemplo haciendo giveaways, cooperando con marcas locales y explotando el talento de creatividad de su equipo de publicidad y promoción.

La publicidad del servicio debe ser desarrollada haciendo uso del marketing estratégico, de estrategias que permitan fortalecerlo y desarrollarlo a largo plazo, a fin que el servicio sea conocido por todos los salvadoreños y lo utilicen en situaciones de emergencia como la conocida Pandemia de COVID-19. No obstante, el trabajo no finaliza con la campaña de Remarketing, se deben evaluar y controlar los resultados de las metodologías aplicadas, y decidir si se continúa en la misma línea de acción o si se debe plantear una segunda alternativa para revitalizar la demanda del servicio, para así hacer la apertura del nuevo local en la ciudad de Sonsonate.





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

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

ESPECIALIDADES

Orden de nachos.....	\$4.25
(Queso derretido con carne a tu eleccion)	
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)	

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)	

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: DISEÑO DE FLYERS



ANEXO 4: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TACONTENTO		
	REDES SOCIALES	
	FACEBOOK	https://www.facebook.com/TacontentoJuayua
	INSTAGRAM	https://www.instagram.com/tacontentojuayua/?hl=es
	WHATSAPP	+503 7850-8990
	TELEFONO FIJO	2469-2771





ANEXO 5: CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, ETAPA ACTUAL

CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

