



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

FACULTAD DE NEGOCIOS Y TECNOLOGÍAS
CAMPUS IXTACZOQUITLÁN

PROGRAMA EDUCATIVO:

Licenciatura en Administración

ACTIVIDAD:

Taqueria TAKIRIN

EXPERIENCIA EDUCATIVA:

Formulación y Evaluación de proyectos

DOCENTE:

Cecilia Goytia Acevedo

PRESENTAN:

Ibáñez Domínguez Carlos
Martínez Gorgonio Alfonso
Mata Martínez Ana Laura
Ponce Quiroz Flavio César
Rivera Luna Perla Guadalupe
Tolentino Campos Martín
Velázquez Pineda Gloria Anel

IXTACZOQUITLÁN, VER. A 06 DE NOVIEMBRE DE 2025



1. Posicionamiento y ubicación de la empresa con respecto a otras

El posicionamiento de Takirin La Chimenea dentro del mercado local de Córdoba, Veracruz, se caracteriza por una percepción positiva basada en la calidad del producto, el sabor tradicional del pastor y su amplia variedad de platillos. De acuerdo con las reseñas recopiladas en Google Maps, la taquería mantiene una calificación promedio de 4.4 estrellas, superando a competidores directos como La Taquiza, con 4.2, y Triángulo's, con 3.9. Esto refleja un posicionamiento favorable dentro del segmento de comida rápida mexicana, especialmente en la categoría de tacos al pastor. Dentro del ecosistema competitivo, Takirin se distingue por ser considerado un “supermercado del taco”, debido a su gran variedad de carnes (pastor, maciza, suadero, cabeza, bistec, longaniza, tripa, entre otros), lo que le permite posicionarse por encima de establecimientos especializados únicamente en un tipo de carne o preparación.

Además, la percepción del cliente destaca elementos diferenciales como porciones abundantes, sazón de calidad y precios accesibles, características que fortalecen su posicionamiento frente a competidores consolidados como Santa Rosa 3000 o El Pastorcito Pásele Joven.

La taquería también ha logrado posicionarse como una opción confiable gracias a la mejora en su servicio, pasando de críticas por lentitud y problemas logísticos a una atención “rápida” y “amable”, según reseñas recientes. Esto ha permitido reforzar la confianza del mercado local y mejorar su posicionamiento operativo.

2. Ámbito geográfico

El ámbito geográfico de operación de Takirin La Chimenea comprende principalmente el municipio de Córdoba, Veracruz, donde actualmente funcionan dos sucursales: una matriz ubicada en Calle 15, en el centro de la ciudad, y una segunda en Pueblo Quieto.

La taquería atiende una base de clientes local y regional, dado que Córdoba recibe flujo constante de consumidores provenientes de municipios cercanos como Orizaba, Fortín, Yanga y Amatlán, quienes se trasladan por motivos laborales, educativos o recreativos. Esto amplía su ámbito geográfico más allá del municipio, permitiendo que el negocio sea reconocido en la zona centro del estado.

El servicio a domicilio que representa la mayor proporción de las ventas del negocio, permite expandir aún más el alcance geográfico, ya que cubre colonias periféricas y zonas de difícil acceso. La proyección del proyecto incluye la apertura de una tercera sucursal en un punto estratégico de la ciudad, lo que permitirá cubrir áreas aún no atendidas y fortalecer la presencia en todo el corredor Córdoba–Fortín.



Además, Córdoba se caracteriza por su ubicación privilegiada dentro de rutas comerciales entre Veracruz y Puebla, lo que favorece la afluencia de visitantes y el consumo de alimentos preparados, ampliando indirectamente el alcance geográfico de la taquería.

3. Alcance sectorial

Takirin La Chimenea pertenece al sector de alimentos y bebidas, específicamente al subsector de preparación de alimentos rápidos y servicios de taquería. Sin embargo, su alcance sectorial trasciende el concepto tradicional de taquería debido a tres elementos clave:

a) Amplia diversificación de productos

Su menú incluye tacos, tortas, burritos, especialidades árabes, matahambres y platillos gratinados, lo que le permite competir dentro de varios microsegmentos:

- Taquerías tradicionales
- Establecimientos de comida rápida
- Comida árabe-mexicana
- Platillos mixtos y premium

b) Competencia en múltiples nichos

Al ser considerado “supermercado del taco”, compite simultáneamente con:

- Taquerías de pastor
- Negocios de guisados
- Birrierías
- Restaurantes de cena rápida

Esto amplía su alcance sectorial más allá del nicho tradicional de tacos.

c) Servicios complementarios

El negocio también opera en sectores relacionados:

- Servicio a domicilio, que representa la mayoría de ventas
- Catering y taquizas para eventos
- Venta de combos familiares y paquetes nocturnos
- Potencial futuro: venta de salsas empaquetadas en tiendas locales

Con esto, el alcance sectorial se extiende hacia servicios gastronómicos complementarios y comercialización de productos derivados.