



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



Análisis FODA de Taquería Takirin “La Chimenea”

1. Análisis Interno

Fortalezas (F)

1. Alta calidad del producto y sabor reconocido, especialmente los tacos al pastor, que cuentan con reseñas positivas en Google Maps y son descritos como “de los mejores de la zona”.
2. Amplia variedad de productos, que permite competir en múltiples nichos (tacos tradicionales, árabes, gringas, matahambres, platillos gratinados).
3. Porciones abundantes y precios accesibles, percibidos como de alto valor por los clientes.
4. Dos sucursales en operación con personal capacitado y procesos estandarizados.
5. Servicio a domicilio consolidado, que representa la mayor parte de las ventas y amplía el alcance geográfico.
6. Base sólida de clientes fieles y reputación digital favorable (calificación 4.4).
7. Procesos optimizados gracias al programa gubernamental “Modernízate” de la Secretaría de Turismo.
8. Organización interna sólida, con turnos bien definidos, organigrama amplio y roles delimitados.
9. Capacidad de producción constante sin cuellos de botella, incluso en horas pico.
10. Identidad visual fuerte y reconocible, basada en colores cálidos y logotipo distintivo.

Debilidades (D)

1. Dependencia del servicio a domicilio, lo que incrementa la presión sobre la logística y la calidad en entrega.
2. Historial previo de problemas logísticos como entregas tardías y pedidos fríos, aunque ya corregidos, aún pueden influir en la percepción del cliente.
3. Falta de maquinaria automatizada, lo que genera tiempos prolongados en el empaquetado de salsas y complementos.
4. Limitaciones de espacio en las sucursales actuales, lo que dificulta integrar áreas como oficinas o salas de eventos.
5. Procesos manuales en algunas áreas claves, especialmente en empaquetado y control de porciones.
6. Escasa diversificación en canales de publicidad, ya que depende casi exclusivamente de redes sociales.
7. Competencia interna fuerte con negocios posicionados en pastor y especialidades (Santa Rosa 3000, El Pastorcito).



2. Análisis Externo

Oportunidades (O)

1. Alto consumo regional de antojitos mexicanos, con un mercado potencial de más de 81,000 habitantes consumidores de tacos solo en Córdoba.
2. Apertura de una nueva sucursal en zona estratégica, lo que ampliará cobertura y disminuirá saturación de la matriz.
3. Posibilidad de implementar maquinaria de automatización que agilice el empaquetado y estandarice porciones.
4. Expansión como franquicia a mediano plazo, dada la consistencia operativa actual.
5. Participación de plataformas digitales para ampliar el mercado sin necesidad de infraestructura física adicional.
6. Tendencia creciente hacia el delivery, que favorece a negocios ya posicionados en este servicio.
7. Oportunidad de alianzas con proveedores locales, productores y comercios regionales.
8. Uso de empaques biodegradables que agregan valor ecológico y fortalecen la imagen del negocio.
9. Potencial para ofrecer servicios de catering, taquizas y renta de espacio para eventos.
10. Capacidad de diferenciación mediante promociones, combos grupales y fidelización.

Amenazas (A)

1. Competencia directa y especializada, como Santa Rosa 3000, Taquero Mucho, El Pastorcito y Triángulo's, que tienen fuerte presencia en Córdoba.
2. Competencia indirecta con alto reconocimiento, como Taquería San José o birrierías de renombre.
3. Promociones agresivas de la competencia, como 2x1 en tacos o venta por kilo.
4. Variación en tiempos de entrega por saturación, que puede afectar la percepción de calidad en clientes de delivery.
5. Incremento de costos de insumos esenciales (carne, tortillas, gas LP).
6. Dependencia de plataformas externas, cuyos costos y comisiones pueden reducir márgenes.
7. Riesgos sanitarios y regulatorios, que exigen cumplimiento constante con COFEPRIS, STPS y SAT.
8. Exigencias crecientes de higiene, inocuidad y rapidez por parte del consumidor.

El análisis evidencia que Takirin tiene un posicionamiento fuerte, sustentado en la calidad del sabor, variedad de productos y fidelidad de los clientes. Sus debilidades se relacionan principalmente con la logística de domicilio y la falta de automatización, pero ambas tienen solución dentro de las **estrategias ya planteadas.**



MATRIZ FODA CRUZADO

1. Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

Estrategias FO	Fortalezas involucradas	Oportunidades aprovechadas
FO1. Expansión acelerada mediante nueva sucursal.	F1, F2, F3, F6	O2
FO2. Fortalecer el servicio a domicilio para dominar la región.	F5	O1, O6
FO3. Crear productos derivados (salsas y guarniciones envasadas).	F1, F2	O9
FO4. Automatizar procesos usando la organización interna sólida.	F4, F8, F9	O3
FO5. Posicionar la marca como referencia estatal en tacos al pastor.	F1, F6, F10	O1, O4



2. Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

Estrategias DO	Debilidades a superar	Oportunidades utilizadas
DO1. Automatizar empaquetado para eliminar fallas logísticas.	D1, D2, D3	O3
DO2. Fortalecer presencia digital y diversificar publicidad.	D6	O1, O7
DO3. Optimizar distribución con nueva sucursal.	D1, D4	O2
DO4. Implementar fichas técnicas y control de porciones.	D5	O3
DO5. Ampliar promociones y servicios complementarios.	D6	O10



3. Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

Estrategias FA	Fortalezas a utilizar	Amenazas a enfrentar
FA1. Resaltar sabor para neutralizar promociones agresivas.	F1, F3	A3
FA2. Consolidar reputación digital para competir con líderes.	F6	A1, A2
FA3. Mantener estándares de higiene ante regulaciones sanitarias.	F7, F8	A7, A8
FA4. Usar variedad del menú para enfrentar mercado saturado.	F2	A1, A2
FA5. Reforzar fidelización para minimizar impacto de nuevos competidores.	F3, F10	A3, A1



4. Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

Estrategias DA	Debilidades a minimizar	Amenazas externas
DA1. Implementar tecnología para reducir riesgo logístico.	D1, D2	A1, A3
DA2. Capacitación para mejorar rapidez y eficiencia.	D5	A1, A2
DA3. Campañas profesionales para combatir similitud entre taquerías.	D6	A1, A2
DA4. Control de costos ante incrementos en insumos.	D1	A5
DA5. Incentivar consumo en local para reducir dependencia del delivery.	D1	A6