



**PROFESOR: LUIS ANGEL FLORES**

**ALUMNA: GRISELDA JAQUELINE ORANTES SOSA**

**TEMA: ENSAYO**

**FECHA DE ENTREGA 23/JULIO/2023**

**NOMBRE DE LA EMPRESA: EL BUEN GUSTO**

## Introducción

Es importante reconocer la importancia de la alimentación para el ser humano. Esta importancia no solo yace en sus principales funcionalidades, que son alimentar y fomentar la evolución del ser humano a través del paso del tiempo, sino también por la connotación que tiene a nivel social: la capacidad de desarrollar relaciones sociales entre consumidores y preparadores. Todo esto visto como un conjunto, es la razón por la cual se han presentado diferentes modelos de negocio en torno a la alimentación a través del paso del tiempo. Uno de los sectores que se ha desarrollado, producto de esta importancia para el ser humano, es el de comida callejera informal, que ha surgido dada la necesidad del ser humano de alimentarse cuando hay limitación de tiempo, por conveniencia o antojos, y también por necesidad de algunos otros de buscar alternativas económicas ante la ausencia de alternativas de empleo formal. Alrededor de 2.6 millones de personas consumen comida callejera al menos una vez al día, y para muchos es su fuente de alimentación diaria. Los países en vía de desarrollo son fiel ejemplo de este modelo de negocio, solo en Latinoamérica este mercado generó aproximadamente 127.000 millones de dólares. Los países desarrollados también se han visto influenciados por el mercado de la comida callejera, con tendencia a estar más regulados y estructurados bajo los altamente conocidos “food trucks”.

Taquería el buen gusto es una microempresa lucrativa de tipo servicio y su finalidad es económica externa ya que su producción se basa en brindar un servicio al cliente satisfaciendo sus necesidades. Según su forma jurídica es una microempresa IRL de carácter familiar, siendo una sola persona la dueña o la responsable de los recursos financieros, económicos, humanos y materiales con los que cuenta dicha taquería.

Es una taquería que se encuentra en San Francisco Pujilic, fundada en 2023 por él. Nace con la pequeña idea de querer mejorar la economía del núcleo familiar y que tan solo se tenía pensado mantener el negocio por un tiempo sin imaginar que podría ser algo factible y exitoso no solo para la familia sino para la sociedad ya que antes en el lugar no había mucha comercialización de alimentos.

En los ayeres solo se vendían taquitos de azada y se comenzó por comercializar teniendo una buena aceptación de sus productos por la sociedad y siendo una de las primeras en ese tiempo cada vez se fue estructurando mejor en todos los sentidos, por lo mismo de ser beneficiados por los clientes taquitos taquería el buen gusto fue ubicada en frente de la primaria Benito juarez garcia, para desde entonces se establece todos los días pero solo por las noches. con la mejoría de las ventas se decidió por innovar al integrar nuevas especialidades de taquitos que son azada, pastor, chorizo. Como ya se mencionó con el paso del tiempo taquería el buen gusto ha sabido permanecer en el gusto de la sociedad, debido a que siempre ha empleado los estándares de calidad e higiene más adecuados y a pesar de que actualmente existe ya más competencia sigue siendo una de las mejores taquerías de la región.

## **Desarrollo**

A lo largo de este estudio de factibilidad se ha logrado determinar los diferentes factores que influyen en la viabilidad de la taquería el buen gusto planteada en este proyecto, y bajo cuáles combinaciones de estos mismos es posible tener un proyecto factible para el mercado. A través del estudio de fuentes primarias se logró establecer que existe un público que tiene un comportamiento de consumo de comidas rápidas con recurrencia mensual, y que estaría dispuesto a incluir dentro de su dieta los tacos. De igual manera el estudio de mercado permitió identificar las localidades donde se concentran las principales taquerías, evidenciando una mayor densidad de estas en la localidad. En lo que corresponde al perfil del consumidor, se identificó que, pese a la oferta gastronómica variada de tacos a lo largo de las diferentes zonas, existe una necesidad de encontrar una propuesta que le garantice al comensal un producto de calidad, con buenas prácticas de manufactura y con un precio justo. El estudio financiero permitió establecer, bajo los diferentes modelamientos de escenarios planteados y frente a los indicadores de decisión, que es necesario realizar ajustes en la propuesta base de la taquería, dado que la TIR obtenida para este caso es menor a la tasa de oportunidad del mercado de retail de alimentos. De igual manera se encontró que el estado de resultado es sensible frente a cambios del precio y la cantidad de comensales que ingresan a la taquería, por tal razón son las principales variables por monitorear. A manera de finalización en cuanto a la financiación del proyecto, es posible concluir que en la medida en que el componente de deuda aumenta, los indicadores de decisión tienden a mostrar el proyecto más atractivo para los inversionistas, lo cual se debe a que el costo de la deuda es menor al costo de la financiación vía patrimonio.

## **Conclusión**

Luego de la investigación, planteamiento de soluciones, caminos a seguir y posibles desenlaces, podemos llegar a la conclusión de que es de vital importancia para un negocio, sea cual sea, seguir lineamientos de imagen corporativa que lo lleven a tener impacto real en sus clientes, generando retención de marca, identidad, identificación y, en pocas palabras, éxito comercial.

Finalmente, es pertinente hacer unas recomendaciones relevantes para el buen funcionamiento del negocio a futuro. Por ejemplo, es probable que, en el mediano plazo, la empresa deba evaluar la opción de conseguir financiación bancaria para facilitar la expansión de manera más rápida, lo cual también fomentaría el posicionamiento de la cadena y generaría más clientes y por ende, mayores ingresos. Por otra parte, en cuanto a estrategias de mercadeo, es de vital importancia tener en cuenta que la publicidad más importante es la previa al lanzamiento de la taquería, esto debido a que se debe dar a conocer el nombre, buscar posicionamiento y generar expectativa. Es recomendable, que, tras el lanzamiento, se siga promocionando, especialmente en redes sociales, donde se genera mayor alcance a menor costo.