

**Mi Universidad**

*Nombre del Alumno:*

*Karla Sofia Tovar Albores*

*Dario Antonio Hernandez Meza*

*Nombre del tema:*

*Parcial: tercera uidad*

*Nombre de la Materia: Taller del enprendedor*

*Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería*

*Cuatrimestre: Noveno*

# Tacos la Lic



# Eslogan

- ▶ La Lic.: Experiencia en tacos, licenciada en sabor



# Descripción de la empresa

## ► Taquería La Lic

“Tacos con título en sabor”

En La Lic no sólo sabemos de tacos, tenemos maestría en antojos y doctorado en sazón. Somos esa taquería que te habla de tú, pero cocina como toda una licenciada en lo bueno: tortillas recién hechas, carnes al punto, salsas que respetan y un ambiente que sabe a barrio, a hogar... y a puro taco chingón.

Desde el clásico pastor con su piña al centro, hasta el succulento suadero



# Localización

- ▶ Boulevard de Comitán de Domínguez



# Paginas oficiales



[Tacos\\_la.Lic](https://www.instagram.com/Tacos_laLic)



Tacos la Lic



Consulta nuestro  
menú

# Misión

- ▶ Brindar a nuestros clientes una experiencia gastronómica única a través de tacos preparados con ingredientes frescos, recetas tradicionales y un servicio cálido y eficiente. En La Lic, combinamos sabor, calidad y un ambiente acogedor que hace sentir como en casa a cada comensal.

# Visión

- ▶ Consolidarnos como una de las taquerías favoritas de la región, reconocida por su autenticidad, atención al detalle y ambiente distintivo. Queremos expandir nuestro concepto para llevar el sabor y la esencia de La Lic a más comunidades, manteniendo siempre el compromiso con la excelencia y la tradición.

# Valores

- ▶ 1. Calidad: Usamos ingredientes frescos y procesos cuidadosos para garantizar el mejor sabor en cada taco.
- ▶ 2. Tradición: Respetamos y celebramos las recetas mexicanas que han pasado de generación en generación.
- ▶ 3. Pasión: Amamos lo que hacemos y eso se refleja en cada platillo que servimos.
- ▶ 4. Respeto: Valoramos a nuestros clientes, colaboradores y proveedores, fomentando un trato digno y profesional.
- ▶ 5. Innovación: Buscamos constantemente nuevas formas de sorprender a nuestros comensales sin perder nuestra esencia.
- ▶ 6. Identidad: En La Lic, nos enorgullece ser diferentes, únicos, y ofrecer una experiencia con personalidad propia.

# Justificación

La creación de la taquería “La Lic” surge de la necesidad de ofrecer una propuesta gastronómica innovadora que combine el sabor auténtico de la comida mexicana con una identidad única, fresca y con carácter. El nombre “La Lic” hace alusión de forma creativa a una figura femenina profesional como una licenciada lo que transmite elegancia, confianza y autoridad, pero al mismo tiempo cercanía y simpatía, características que buscamos reflejar en el servicio y la atención al cliente.

En un mercado saturado de negocios similares, “La Lic” destaca por su concepto original, donde cada taco es preparado con ingredientes frescos, recetas tradicionales y un toque distintivo que hace del comer una experiencia memorable, además, el nombre es fácil de recordar, genera curiosidad y tiene potencial para posicionarse como una marca con identidad propia.

La taquería no solo busca satisfacer el paladar de los clientes, sino también brindar un espacio agradable, con personalidad, en el que las personas puedan disfrutar de buena comida, excelente atención y un ambiente con estilo. Ya sea por el concepto, la decoración o el menú, “La Lic” está pensada para ser una taquería que mezcle lo tradicional con lo moderno, lo popular con lo profesional, haciendo que cada visita sea especial.

# FODA

## Fortalezas

- Nombre original y distintivo, que genera curiosidad e identidad de marca.
- Concepto temático único (por ejemplo, relacionado con enfermería), lo cual puede atraer a un público específico.
- Ingredientes frescos y buena calidad en sus productos, lo cual fomenta la lealtad de los clientes.
- Buena ubicación.
- Atención amable y rápida, generando una buena experiencia del cliente.

## Oportunidades

- Expansión del concepto temático con decoración, nombres de tacos creativos.
- Promociones para estudiantes o trabajadores de la salud, aprovechando el nombre “La Lic”.
- Presencia en redes sociales para atraer a un público joven.
- Alianzas con eventos escolares, universitarios o de salud para promoción y ventas.

## **Debilidades**

- ° Poca experiencia en el manejo de negocios gastronómicos, si es un emprendimiento nuevo.
- ° Limitado presupuesto para marketing y expansión.
- ° Menú reducido o falta de variedad, lo que podría disminuir el interés en clientes habituales.
- ° Dependencia de un solo local o zona geográfica.

## **Amenazas**

- ° Alta competencia en el sector de taquerías en muchas regiones.
- ° Incremento en los precios de los insumos (carne, tortilla, gas).
- ° Cambios en regulaciones de salubridad que podrían afectar pequeños negocios.
- ° Malas reseñas o comentarios en redes sociales que pueden afectar la reputación rápidamente.

# Objetivos

## Corto plazo

- Establecer una base de clientes leales mediante promociones, atención al cliente y calidad en los productos.
- Dar a conocer la marca “La Lic” en redes sociales y en la zona local con estrategias de marketing atractivas.
- Mantener altos estándares de higiene y presentación, aprovechando la temática profesional del nombre.
- Optimizar los procesos operativos, como tiempos de preparación y servicio.
- Lograr un punto de equilibrio financiero cubriendo costos fijos y variables.—

## Mediano Plazo

- Consolidarse como una taquería reconocida en la zona por su concepto único y calidad.
- Incluir nuevos productos en el menú, como opciones vegetarianas o especiales de temporada.
- Implementar un sistema de pedidos en línea y entregas a domicilio.
- Capacitar continuamente al personal en atención al cliente, manejo higiénico y cocina.
- Aumentar las ganancias en un 30% respecto al primer año.

## Largo Plazo

- Expandir la taquería “La Lic” a nuevas ubicaciones o franquiciar el concepto.
- Posicionarse como una marca distintiva en el sector de comida rápida mexicana.
- Crear una identidad corporativa sólida, incluyendo productos de marca como salsas, camisetas o utensilios.
- Desarrollar programas de responsabilidad social, como donar alimentos o apoyar a estudiantes de enfermería (en relación con el nombre).
- Obtener certificaciones de calidad y sostenibilidad en la operación del negocio.

# Segmento del mercado

- ▶ En el corto plazo el segmento del mercado elegido es el de la población de Comitán de Domínguez, cuya edad fluctúa entre los 15 a 59 años; 27.6% mujeres y 29,12% hombres

# Características del segmento del mercado

- ▶ Turistas, ya que visitan a Comitán por su gastronomía
- ▶ Estudiantes de enfermería, ya que la taquería cuenta con un ambiente relacionado con enfermería
- ▶ Por accesibilidad de precio
- ▶ Personas en general por el sabor único

# Consumo aparente

1 vez por semana	10,476	4	41,904
2 veces por semana	20,000	8	160,000
1 vez por mes	50,000	1	50,000
Ocasional	23,000		23,000

Consumo mensual aparente 274,904

# Organigrama

## ORGANIGRAMA DE UNA TAQUERRÍA



## Gerente General (o Dueño)

- ▶ - Supervisa la operación total del negocio.
- ▶ - Toma decisiones estratégicas (compras, precios, promociones).
- ▶ - Administra los recursos financieros y humanos.
- ▶ - Se encarga de relaciones con proveedores y autoridades.

## Subgerente

- ▶ - Apoya al gerente en tareas administrativas y operativas.
- ▶ - Supervisa al personal de atención al cliente y caja.
- ▶ - Resuelve conflictos entre empleados o con clientes.
- ▶ - Controla el inventario en áreas como bebidas o suministros.

## Garroteros

- ▶ - Retiran platos y utensilios de las mesas.
- ▶ - Ayudan a limpiar y montar mesas.
- ▶ - Apoyan a meseros en momentos de alta demanda.

## Meseros

- ▶ - Atienden a los clientes en mesas: toman pedidos, sirven comida.
- ▶ - Conocen el menú y hacen recomendaciones.
- ▶ - Cobran en mesa si es necesario y recogen propinas.
- ▶ - Mantienen su estación ordenada y limpia.

## Personal de Limpieza

- ▶ - Mantiene limpias las instalaciones (baños, comedor, cocina).
- ▶ - Asegura la higiene en pisos, mesas, sillas, etc.
- ▶ - Apoya en limpieza profunda fuera del horario de servicio.

## Encargado de Bebidas (Cantinerero o Refresquero)

- ▶ - Prepara y sirve bebidas (refrescos, aguas frescas, cervezas).
- ▶ - Controla el stock de bebidas.
- ▶ - Mantiene limpia su área de trabajo.

## Cajeros

- ▶ - Cobran a los clientes (efectivo, tarjeta, apps).
- ▶ - Generan tickets y controlan ventas.
- ▶ - Manejan la caja chica y cierran corte de caja.

## Jefe de Cocina

- ▶ - Organiza y dirige al personal de cocina.
- ▶ - Controla la calidad e higiene de los alimentos.
- ▶ - Planea la producción diaria y supervisa la preparación.
- ▶ - Asegura que los pedidos salgan correctamente y a tiempo.

## Taqueros

- ▶ - Cocinan y arman los tacos.
- ▶ - Manejan el trompo, la plancha o parrilla.
- ▶ - Preparan tortillas y calientan ingredientes.
- ▶ - Mantienen limpieza y orden en su estación.

## Ayudantes de Cocina

- ▶ - Pican ingredientes, preparan salsas, pelan, lavan.
- ▶ - Ayudan a los taqueros en horas pico.
- ▶ - Limpian y organizan utensilios de cocina.

## Lavalozas

- ▶ - Lava platos, ollas, cuchillos y utensilios.
- ▶ - Asegura la disponibilidad de utensilios limpios.
- ▶ - Organiza y almacena correctamente lo lavado.

## Encuesta de Satisfacción del Cliente – Taquería la lic

1. ¿Con qué frecuencia visitas nuestra taquería?

- Primera vez
- Ocasionalmente (1-2 veces al mes)
- Frecuentemente (1 vez por semana o más)

2. ¿Qué te pareció la atención del personal?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

3. ¿Cómo calificas el sabor de nuestros tacos y alimentos?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

4. ¿Cómo encontraste la limpieza del lugar?

- Muy limpio
- Aceptable
- Sucio

5. ¿Los precios te parecen...?

- Muy accesibles
- Justos
- Caros

6. ¿Cuál es tu taco o platillo favorito en nuestra taquería?

---

7. ¿Hay algo que te gustaría que mejoráramos?

---

8. ¿Recomendarías nuestra taquería a otros?

- Sí
- No
- Tal vez

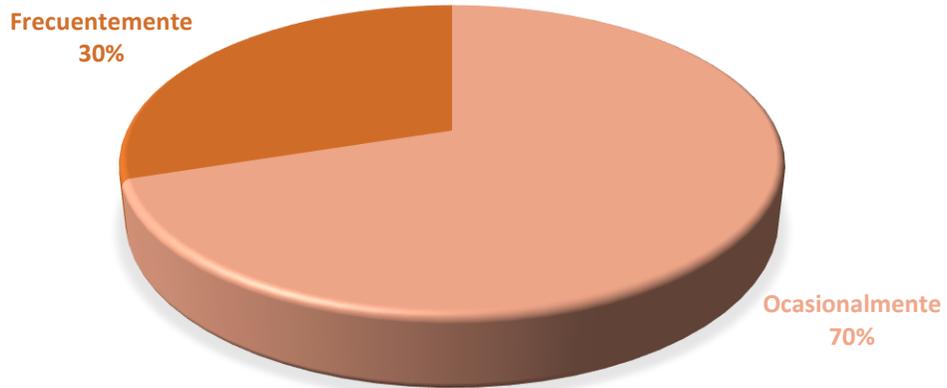
9. ¿Te gustaría que agregáramos algún nuevo platillo o servicio?

---

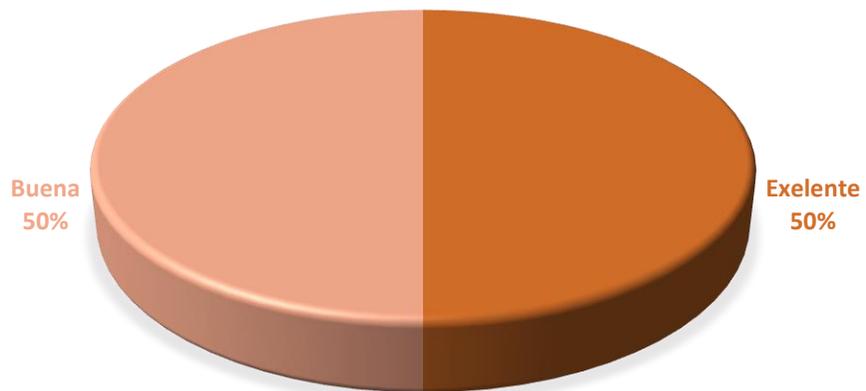
10. ¿Deseas dejar algún comentario adicional?

---

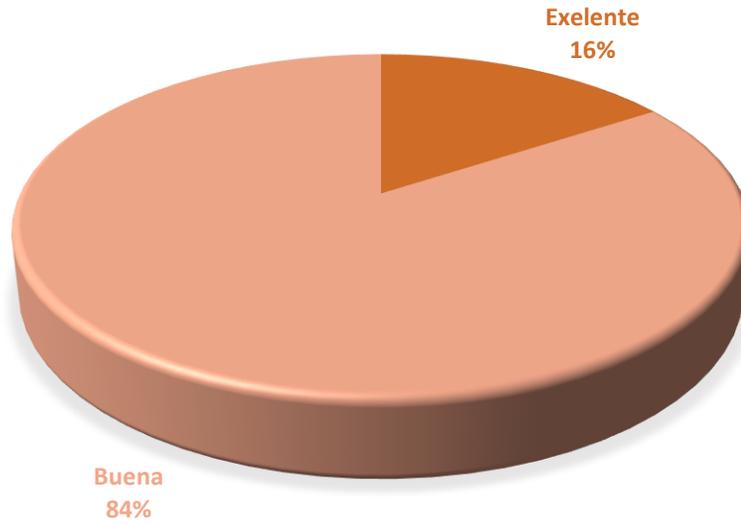
### CON QUE FRECUENCIA VISITAS NUESTRA TAQUERIA



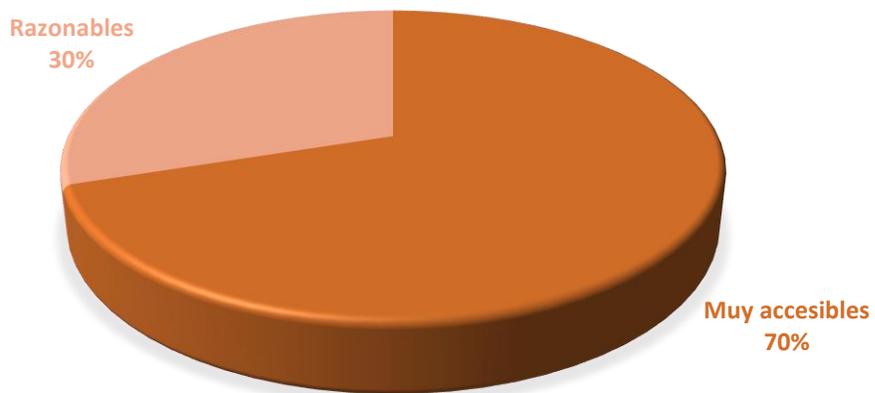
### COMO CALIFICARÍAS LA CALIDAD DE LOS TOCOS Y DEMAS ALIMENTOS



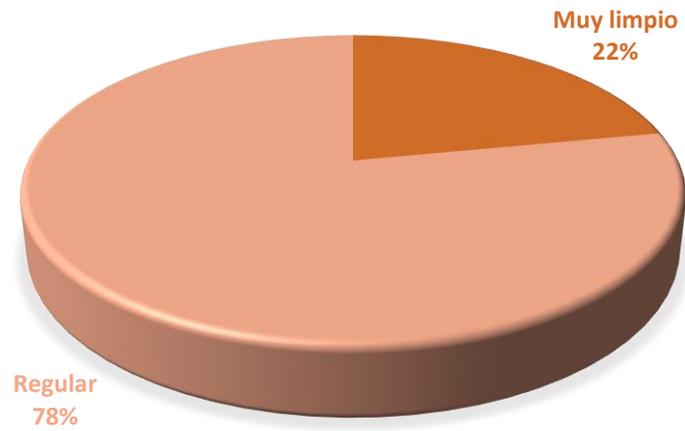
## CÓMO CALIFICARÍAS LA ATENCIÓN DEL PERSONAL



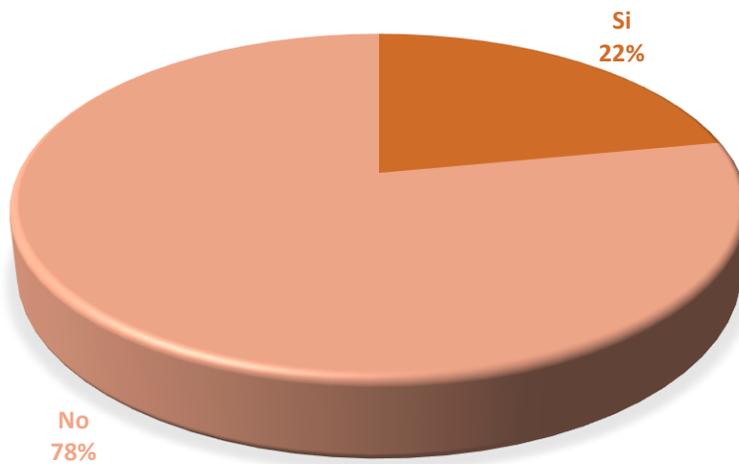
## QUÉ OPINAS SOBRE LOS PRECIOS DE NUESTROS PRODUCTOS



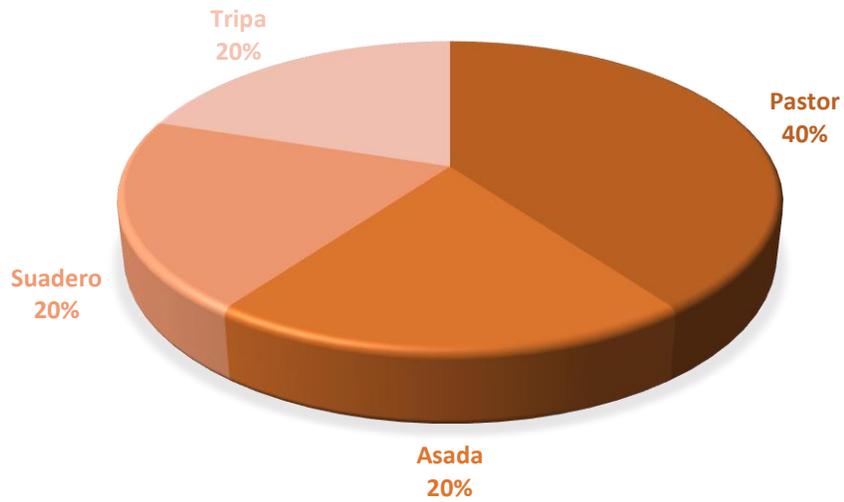
### QUÉ TAN LIMPIO CONSIDERAS QUE ESTÁ EL ESTABLECIMIENTO



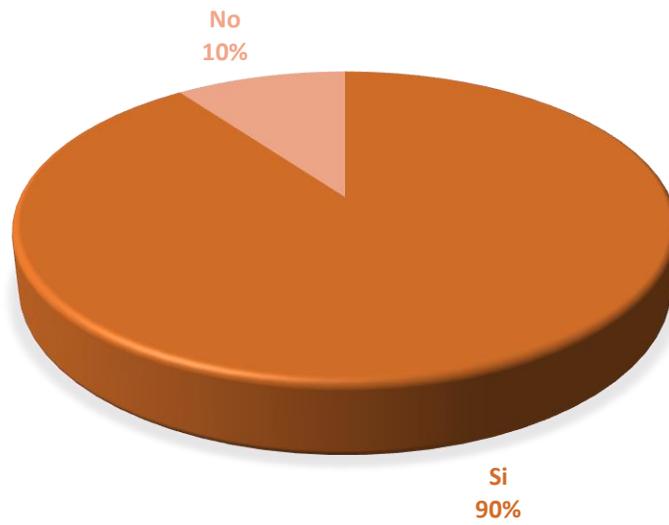
### RECIBISTE TU PEDIDO EN UN TIEMPO ADECUADO



## QUÉ TIPO DE TACOS SON TUS FAVORITOS EN NUESTRA TAQUERÍA



## RECOMENDARÍAS NUESTRA TAQUERÍA A TUS AMIGOS O FAMILIARES



El desarrollo del proyecto de la empresa de tacos La Lic representa la consolidación de una propuesta gastronómica enfocada en ofrecer productos de alta calidad, con un enfoque innovador, accesible y culturalmente auténtico. A lo largo del proceso de planeación, se han establecido las bases sólidas para el funcionamiento exitoso del negocio, contemplando aspectos clave como la misión, visión, análisis FODA, estrategia de marketing, estructura organizacional y proyecciones financieras. La Lic no solo busca posicionarse como una taquería tradicional, sino como una marca con identidad propia que conecta con sus clientes a través del sabor, la atención personalizada y una experiencia única. Gracias a su enfoque en la calidad de los ingredientes, la higiene, y el servicio al cliente, esta empresa tiene el potencial de destacar en un mercado competitivo y fidelizar a una clientela diversa. Asimismo, el proyecto demuestra viabilidad económica y social, al generar empleos, fomentar el consumo local y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado gastronómico. Se concluye que La Lic es un proyecto con proyección a corto, mediano y largo plazo, capaz de crecer, diversificarse y convertirse en un referente dentro del ámbito de la comida rápida tradicional mexicana.

En resumen, La Lic no solo es una taquería, sino una oportunidad de negocio con identidad, sabor y propósito, lista para conquistar el paladar y el corazón de sus consumidores.