

ANEXO 1. MATRIZ DE COMPETENCIA

MATRIZ COMPETENCIA												
COMPETIDOR	DIRECTO	INDIRECTO	PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIOS	PRESENCIA OFFLINE	PRESENCIA ONLINE	ESTRATEGIA	WEB	MEDIOS SOCIALES	OBJETIVOS	PERFIL DE CLIENTE	VENTAJA COMPETITIVA
Arroz paisa el original	X		Arroz Paisa Tradicional acompañado con variedad de complementos como carne, pollo asado, costillas de cerdo, altas, carne, verduras salteadas.	0.000-45.000	Si	N/A	Abarcar al cliente por medios tradicionales de promocion como son los puntos de venta en posiciones estrategicas y la promocion boca a boca. Se enfocan en establecer una buena relacion con el cliente a traves de la calidad de sus productos y de su servicio a traves de domicilio o en el punto de venta	https://arrozpaisa.info/	N/A	Creer a nivel regional y nacional, satisfacer las necesidades de los clientes e incluir una pagina web.	clientes de las diferentes zonas en busqueda de productos con buena relacion "precio-calidad" y ademas servidos en gran cantidad. Clientes entre estrato 2-4, con familia y que estan acoplados a pedir por aplicaciones o domicilios directos.	La ventaja competitiva es la variedad de puntos que tiene la marca a nivel nacional, esto brinda confianza a los consumidores ademas de que logra posicionar la marca en el mercado y tener una mayor cobertura del mismo.
El gran Arroz paisa	X		arroz paisa tradicional acompañado con variedad de complementos como carne, pollo asado, costillas de cerdo, altas, carne, verduras salteadas.	6.500-32.000	Si	Si	Generar contenido a traves de la red social facebook, compartiendo promociones, apertura de nuevos puntos e intruyendo todos los seguidores la variedad que presenta su menu. Tambien busca expandirse en varios sectores de bogota para posicionar la marca y acapar mayor parte del mercado.	N/A	Facebook y YouTube	Generar un crecimiento evidente gracias a las redes sociales como lo son facebook y youtube.	clientes de las diferentes zonas en busqueda de productos con buena relacion "precio-calidad" y ademas servidos en gran cantidad. Clientes entre estrato 2-4, con familia y que estan acoplados a pedir por aplicaciones o domicilios directos.	Al ser la unica al desarrollar contenido web tiene un acercamiento con los consumidores, entendi mejor sus necesidades y asi mismo puede desarrollar promociones de formas mas eficiente
PPC		X	Pizzas, Pollo, Hamburguesa pastas y sopas, todas son vendidas individualmente o en combos, adicional a eso cuentan con una variedad de complementos como: papa salda, arepas, frijoles y platano maduro	9.000-60.000	Si	Si	Generar contenido a traves de facebook e instagram, publicando promociones y combos especiales, dando un aviso al cliente de nuevos puntos en la ciudad y buscando expandirse aun mas, para tener mucho mas mercado.	https://www.ppe.com.co/	Instagram y Facebook	Seguir siendo, una de las empresas de comidas rapidas preferidas de los bogotanos, gracias a sus bajos precios y excelentes promociones.	Clientes que usualmente tienen familia, son entre estrato 3-5, buscan una opcion economica y de muy buena calidad. Que cuenten con gran variedad para toda la familia	La ventaja competitiva que tiene PPC con respecto al resto de restaurantes es su gran variedad de comida en su menú, puedes encontrar comida rapida como al mismo tiempo algo saludable y tambien los denominados "corrientasos", esto les permite tener un mercado muy amplio.
Arizona tex-mex		X	platos tipicos mexicanos complementado con productos a la parrilla	15.000-38.000	Si	N/A	Ofrecer un gran servicio en tienda y a traves de domicilios, buscando transmitir la experiencia de consumir comida mexicana en bogotá.	N/A	N/A	Aumentar el numero de restaurantes en la ciudad de bogotá y lograr impulsar la red social de instagram, para asi poder atraer muchos mas clientes y darle un crecimiento a la marca	Clientes de diferentes zonas de la ciudad que estan entre los estratos 3-4, estos clientes buscan lo mas similar a tener una experiencia gastronomica mexicana.	La ventaja de este restaurante es brindarle al cliente una oportunidad de conocer un poco mas a fondo, la cultura mexicana y su gastronomia en primera mano.
Sopas de mamá y postres de la abuela		X	Sus productos son: Entradas para picar como: Empanadas, chorizo, arepas etc. También cuentan con distintos almuerzos como lo son: carnes, pollos, pescados, bandejas paisas, distintos arroces, ensaldas, pastas, comida mexicana, sopas típicas y por ultimo cuentan con complementos como lo son: Postres.	7.000-37.000	Si	Si	Aprovechar el enorme posicionamiento que ya generaron por tener un gran periodo de vida en el mercado utilizando las redes sociales como medio para cautivar a nuevos clientes, dandoles a conocer lo bueno y sano que es comer un plato típico en la ciudad.	http://www.sopasypostres-mrg.com	Instagram, Facebook y LinkedIn	Incrementar de forma significativa su presencia online, aprovechando las nuevas tecnologías para mantener vivo el negocio tradicional de la empresa.	Clientes tradicionales que buscan de un plato típico en la ciudad, probar diferentes platos nacionales les encanta, son personas que estan entre estratos 3 y 5 y usualmente son muy familiares.	La ventaja que tiene sopas de mamá y postres de la abuela, es su antigüedad en el mercado, esto les permite ser un rival fuerte en el área de la gastronomía, adicional a eso su oferta de platos típicos es muy bien aceptada, teniendo en cuenta que el cliente siempre busca que la calidad y el precio vayan de la mano.
MUY		X	Sus productos son platos personalizados para cada cliente, estos platos se crean a base de arroz, granos, proteína, salsa y dos acompañamientos, tienen distintos tipos de arroces, así como también mucha variedad en los demás ítems.	7.900-25.000	Si	Si	Utilizar al 100% el mercado digital en distintas plataformas, buscando mediante estas obtener muchos clientes, publicando promociones y dando a mostrar su oferta de valor, lo cual es lo que hace único a este restaurante.	https://home.muy.com.co/	Instagram, Facebook y LinkedIn	Aumentar de forma eficiente las ventas online, las cuales son su mayor prioridad, buscando expandirse a otras redes sociales como por ejemplo: youtube y twitter.	Clientes que son en su mayoría jóvenes adultos, estas personas estan entre estratos 3-5 y les encanta tener una experiencia a la hora de comer, buscan su satisfacción en tener el privilegio de armar su plato.	Esta es la única competencia que le brinda al consumidor la oportunidad de personalizar sus platos con distintos ingredientes, esta es su ventaja competitiva, poderle brindar a un cliente o al consumidor la opción de sentir que ese plato lo preparo él, da la sensación de que siempre va a ser de un gran sabor.