



# **UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**CATEDRATICO: MALAQUIAS GARCIA PEREZ**

**MATERIA: PLAN DE NEGOCIOS**

**ALUMNO: SILVESTRE MELINA PEREZ ESTRADA**

**CUATRIMESTRE: 7TO.**

**CARRERA: CONTADURIA**

**TEMA: INVESTIGACION DE MERCADOS**

**FECHA: 11 DE DICIEMBRE DEL 2021**

## INDICE DE CONTENIDO

### Contenido

<b>B. UBICACIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>C. DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....</b>	<b>4</b>
<b>D. DESCRIPCION GENERAL DE LA EMPRESA.....</b>	<b>4</b>
<b>E. MISION.....</b>	<b>5</b>
<b>F. VISION.....</b>	<b>5</b>
<b>G. OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA.....</b>	<b>5</b>
<b>H. FACTORES CLAVES DE ÉXITO.....</b>	<b>6</b>
<b>I. ANALISIS FODA.....</b>	<b>6</b>
<b>J. MERCADOTECIA E IMAGEN.....</b>	<b>6</b>
<b>K. INVESTIGACION DE MERCADOS.....</b>	<b>7</b>
<b>L. ANALISIS DE MERCADO.....</b>	<b>7</b>
<b>M. MERCADO POTENCIAL.....</b>	<b>7</b>
<b>N. MERCADO META.....</b>	<b>8</b>
<b>O. PRECIO.....</b>	<b>8</b>
<b>P. POLITICAS DE PRECIO.....</b>	<b>8</b>
<b>Q. ESTRATEGIAS DE INTRODUCCION AL MERCADO.....</b>	<b>8</b>
<b>R. PUBLICIDAD Y PROMOCION.....</b>	<b>8</b>
<b>S. ANÁLISIS DEL PERFIL DEL CARGO.....</b>	<b>9</b>
<b>T. CAPTACIÓN DE POSIBLES CANDIDATOS.....</b>	<b>9</b>
<b>U. DEFINICIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.....</b>	<b>9</b>
<b>V. ORGANIGRAMA.....</b>	<b>10</b>

## INTRODUCCION

EN ESTA ACTIVIDAD SE REALIZA SE REALIZA LA INVESTIGACION DE MERCADO DE LA EMPRESA ANTERIOR AL QUE SE TRABAJO EN MI CASO ES EL RESTAURANTE "EL PATO MOJADO"

SE MENCIONA LA UBICACIÓN, QUE OFRECE, EN QUE LO DIFERENCIA DE OTRAS EMPRESAS Y COMO PUEDE MEJORAR PARA OBTENER MAS PRODUCCION Y QUE CONOZCAN MAS A LA EMPRESA.

EL ANÁLISIS DEL PERFIL DEL CARGO, LOS CANDIDATOS, DEFINICIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES Y POR ULTIMO SE REALIZA EL ORGANIGRAMA. ESTO AYUDA A LA EMPRESA A CONOCER MÁS CÓMO FUNCIONA, COMO SE DIVIDE EL EQUIPO Y EL CARGO DE CADA UNO, HAY QUE TENER EN CUENTA ESTOS ASPECTOS PARA PODER GENERAR BUENOS INGRESOS, SABEMOS QUE ENTRE MAS OBTENGA GANANCIAS LA EMPRESA, TAMBIÉN LE IRA BIEN AL EMPLEADO, DE LA MISMA MANERA EN EL CASO DEL DUEÑO, POR ESO HAY QUE DAR LO MEJOR DE SÍ.

A CONTINUACION SE ABORDA MAS SOBRE ESTA ACTIVIDAD.

## B. UBICACIÓN

“El pato mojado” localizado en el pueblo de Bachajon, Chilón, Chiapas.

## C. DESCRIPCION DE LA EMPRESA

Ofrece ricas botanas, cuenta con una variedad de platillos de marisco acompañadas de una rica bebida, con precios accesibles para toda la familia.

también se cuenta con postres para los niños.

## D. DESCRIPCION GENERAL DE LA EMPRESA

Restaurant de mariscos “el pato mojado”

comienza las labores con un clima fresco con un sol brillante y lleno de vida.

tiene a la venta platillos de marisco

-ensalada de marisco	\$50.00 y \$100.00
-torta de macabil	\$50.00 y \$100.00
-camarón al natural	\$60 y \$120.00
-camarón al mojo de ajo	\$60.00 y \$120.00
-camarón empanizado	\$65.00 y \$120.00
-camarón en agua chile	\$65.00 y \$130

ofrece bebidas y postres

horario de servicio

9 am – 6 pm

de lunes a domingo

reservación y pedidos a los números:

9191516501

9191709362

## **E. MISION**

Satisfacer la necesidad de los clientes, para los que quieran pasar un momento agradable con su familia, amigos o pareja.

que de una buena calidad de servicio y precios accesibles a toda la población de esta región.

## **F. VISION**

Ser uno de los mejores restaurantes de esta región, ofreciendo servicio de calidad, con precios bajos y con un buen ambiente.

objetivos generales de la empresa.

## **G. OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA**

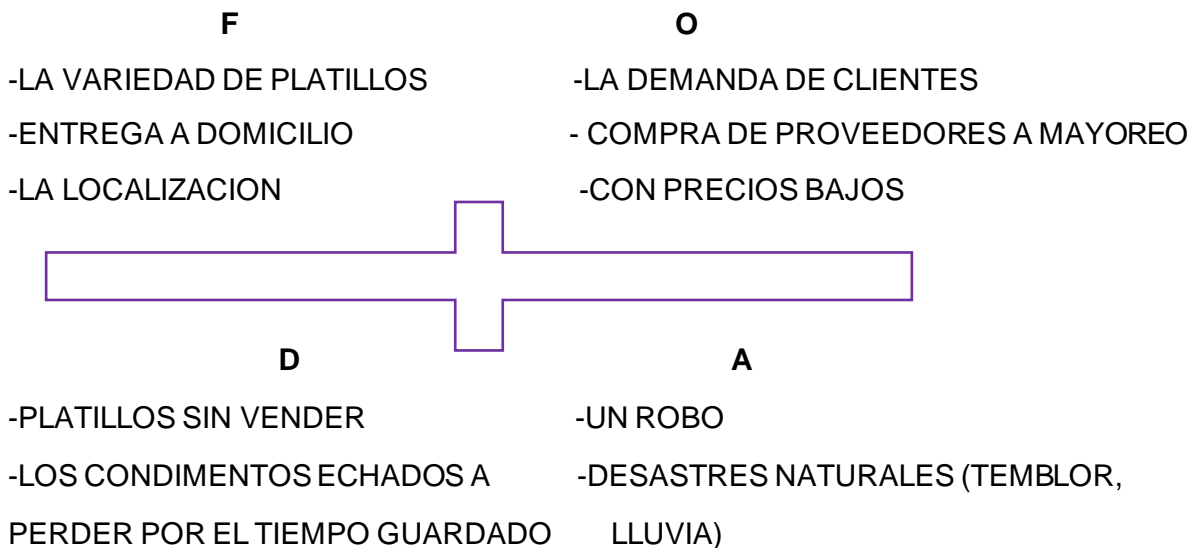
“EL PATO MOJADO” es un restaurant ubicado en el pueblo de Bachajon, conocida por los patillos de marisco que ofrece, se cuenta solo con un local en esta zona, inicio hace 4 años, se cuenta con 2 turnos uno en la mañana y en la tarde en cada turno se cuenta con 2 meseros, 2 cocineros y 1 de limpieza.

laboran de lunes a domingo.

## H. FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- los personales siempre reciben con amabilidad
- se cuenta con varios personales para estar siempre atento a los clientes
- es promocionado en la radio
- los dueños son conocidos en el pueblo

## I. ANALISIS FODA



## J. MERCADOTECIA E IMAGEN

Este restaurant se diferencia entre las demás por la atención que se le da al cliente, ellos pueden elegir la música que desean escuchar o conectar su celular con los dispositivos.

no solo ofrece botanas, si no también postres si es que llevan niños, además ellos preparan tacos, tortas, chalupas para quienes no le gusten los mariscos.

para las personas que no toman, se cuenta con jugos, licuados o aguas preparadas.

también se renta el local, para cuando alguien lo quiera alquilar para una fiesta, graduación o bautizo.

lo que yo propongo es que haya un estacionamiento, porque muchas veces los clientes se estacionan enfrente y los vecinos que viven enfrente les estorba cuando quieren entrar a su casa.

también se pueden hacer preguntas para los clientes para así saber que les agrada, que No y que anoten sugerencias.

## **K. INVESTIGACION DE MERCADOS**

Se investiga quienes son los que consumen estos platillos y son los adolescentes o los adultos cuando celebran algún día importante.

## **I. ANALISIS DE MERCADO**

En este caso, al menos en esta zona este restaurant no tiene competencia, porque nadie vende mariscos, solo comidas.

en el caso de otros municipios si hay, pero en algunos casos gente de otros municipios vienen a consumir en este restaurant.

## **M. MERCADO POTENCIAL**

Hay gente adulta y más mujeres que aún no consumen esto, porque piensan que solo llegan a tomar y no es así, ya que también preparan antojitos y ofrecen bebidas sin alcohol.

## **N. MERCADO META**

Los que más llegan a consumir son gente mayor de 18 años y muchas de las veces son profesores, cuando no había pandemia cada fin de semana se juntaban y llegaban; ya no se ve mucho eso, pero son más gente adulta que llega, los precios no son elevados, pero no toda la población sabe eso y creen que es un lugar caro.

Si dieran a conocer sus precios, pueda que más gente vaya y que mencionen que también ofrecen otras bebidas.

## **O. PRECIO**

Así como vuelvo a repetir los precios no son elevados, así que es un lugar accesible para todos.

## **P. POLITICAS DE PRECIO**

Este es el precio que se le da a los platillos, hay que tener en consideración con que se compran los insumos, para poder darle precio y se logren ganancias, porque en este caso si el precio es muy bajo, pero los productos comprados son caros, entonces no hay producción ni ganancias, por eso hay que tener en cuenta a qué precio se va a ofrecer para que la población lo pueda consumir sin problemas.

## **Q. ESTRATEGIAS DE INTRODUCCION AL MERCADO**

Lo que se puede hacer, para que más personas conozcan el lugar es la promoción del producto.

## **R. PUBLICIDAD Y PROMOCION**

Yo sugiero que proporcionar en la radio está bien, porque estamos en un pueblo y es lo que más usa las personas adultas.



en el caso de los jóvenes sería por las redes sociales como Facebook, creando una página, por WhatsApp subiendo estados. estas pequeñas cosas ayudaran a lograr que más personas conozcan este lugar y lleguen a consumir.

## **S. ANÁLISIS DEL PERFIL DEL CARGO**

En este apartado se mencionan los nombres de los que forman el equipo, en cargo que tienen cada uno, que es lo que hacen y la función de cada uno.

## **T. CAPTACIÓN DE POSIBLES CANDIDATOS**

Se mencionan los siguientes miembros que forman el equipo: Ángel, Miguel, Milagro, Jesús, Carlos, Norma, Fredy, Antonia y Francisco.

## **U. DEFINICIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

Jesús: Es el encargado de limpieza, su función es que mantenga limpio el lugar

Carlos: Es el encargado de comprar los insumos, su responsabilidad es que siempre este al pendiente de los ingredientes que se vaya a necesitar

Ángel: Es el que se encargado de entregar pedidos, su función es ir a la casa del cliente a entregar su pedido y que sea a buen tiempo.

Miguel: Es el encargo de servir a los clientes, su responsabilidad es que el cliente esté bien atendido y satisfascan al cliente.

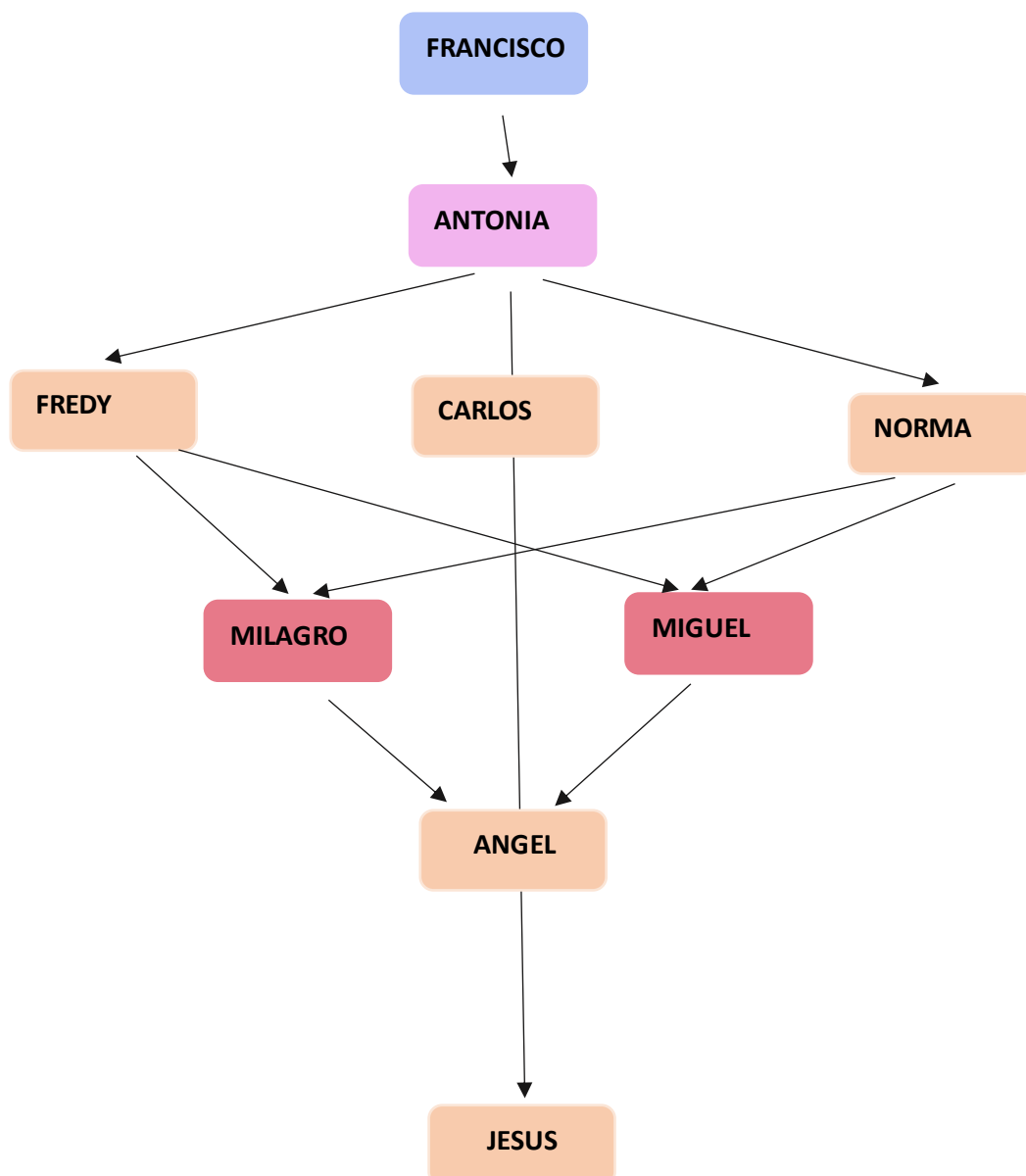
Milagro: Es el encargo de servir a los clientes, su responsabilidad es que el cliente esté bien atendido y satisfascan al cliente.

Fredy: Es el que se encarga de ayudar a la cocinera, para que logren preparar las comidas.

Norma: Es el que se encarga de ayudar a la cocinera, para que logren preparar las comidas. Antonia: Es la que se encarga de preparar los pedidos de los clientes, su función es satisfacer al cliente.

Francisco: Es el dueño del local y se encarga de que sus trabajadores logren satisfacer a los clientes.

## V. ORGANIGRAMA



## **CONCLUSION**

CONCLUYENDO CON ESTA ACTIVIDAD A MÍ ME AYUDO EN SABER EN COMO FORMULAR UN PLAN DE NEGOCIOS, CUALES SON LOS PUNTOS Y COMO SE LLEVA A CABO. YO DESCONOCÍA SOBRE ESTO, PERO GRACIAS A ESTA ACTIVIDAD AHORA SE VARIAS DEFINICIONES QUE YO DESCONOCÍA. CADA PERSONA QUE CONFORMA CADA EQUIPO DE TRABAJO ES IMPORTANTE, CADA UNO TIENE SU PUESTO Y LA FUNCIÓN QUE DEBE REALIZAR, SIN ESTAS MANOS DE OBRA NO SE PODRÍA LOGRAR EL PRODUCTO FINAL. ASÍ QUE TODOS LOS EMPRENDEDORES DEBERÍAN CONOCER MAS SOBRE ESTOS TEMAS, PARA PODER LLEVARLAS A CABO DE MANERA ADECUADA Y LOGRAR BUENOS BENEFICIOS DENTRO DE LA EMPRESA, PARA PODER GENERAR INGRESOS ALTOS.

FUENTES BIBLIOGRAFICAS:

FORMATO UDS