



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL SUR
Ocosingo, Chiapas
Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootenia

SUSHIS “MAKÍ MANÍA”



Presenta
Noremy Abigail Trujillo Sánchez
María Fernanda Santiz Gutiérrez

Introducción

Este proyecto aborda los aspectos fundamentales de crear un negocio, detallando cada paso importante del proceso. Desde la idea inicial hasta el crecimiento sostenible, cada fase se examina de manera clara y práctica. Comenzamos con la identificación de oportunidades de mercado, un paso esencial que implica investigar y entender las necesidades y deseos de los consumidores, así como identificar nichos desatendidos. Este análisis de mercado es clave para desarrollar una propuesta de valor que se destaque frente a la competencia.

Filosofía organizacional

Misión

Ofrecer nuestros servicios de alta calidad conservando siempre el sabor en cada uno de nuestros platillos para promover una experiencia gastronómica única a todos nuestros clientes

Visión

convertirse en un servicio eficiente de buena calidad, cuidando siempre el bienestar y calidad de cada uno de nuestros productos para lograr ser reconocidos por nuestra autenticidad, creatividad, y excelencia en cada uno de nuestros servicios

Objetivos:

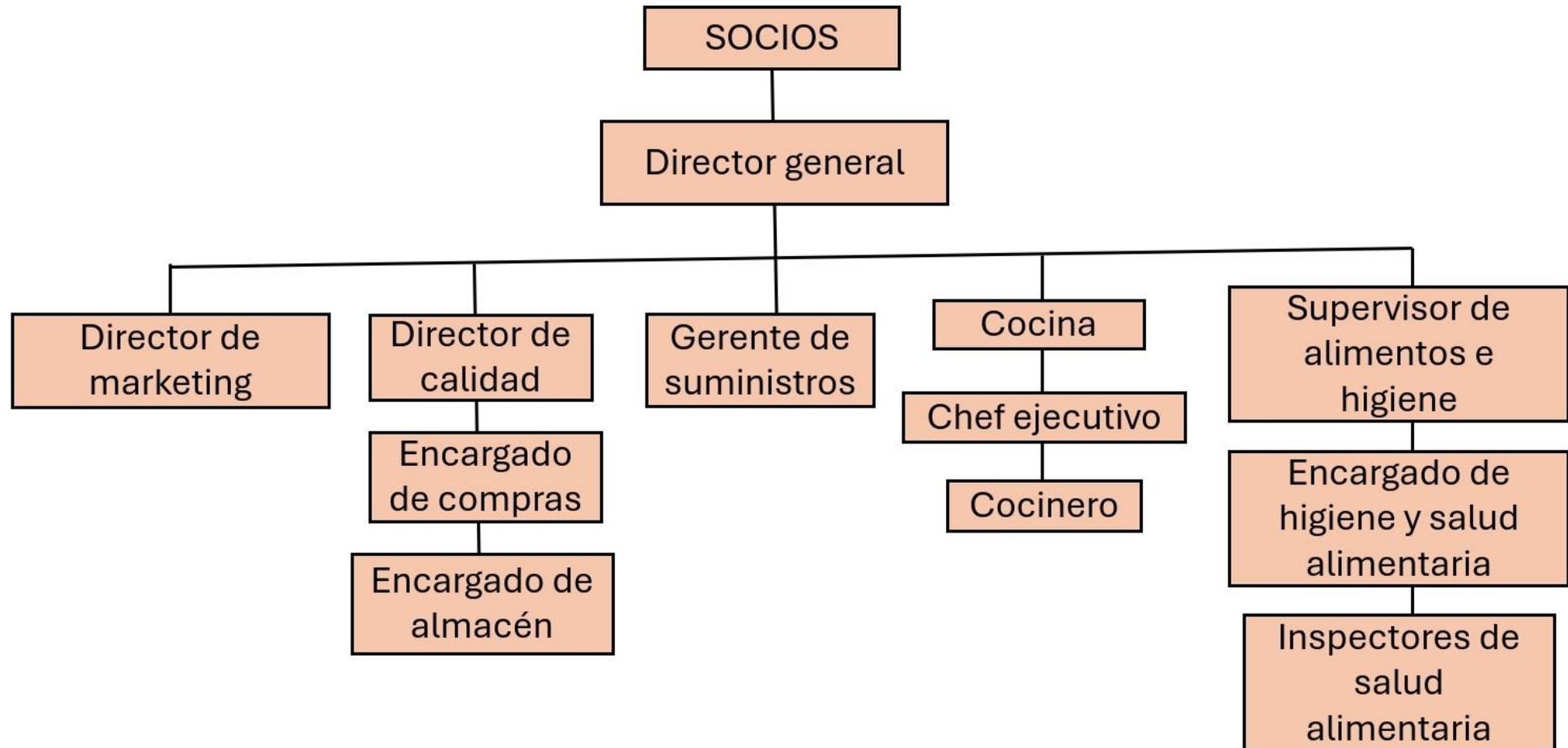
Satisfacer el paladar del cliente

Incrementar la presencia de nuestros productos

Valores:

- Respeto
- Honestidad
- Solidaridad
- Igualdad
- Transparencia
- Compromiso

Organigrama



FODA

Fortaleza

- servicio a domicilio
- Tener un buen trabajo en equipo
- Tener buenos recursos económicos
- Variedad de productos

Debilidades

- Perder la calidad de los productos
- Costos ajustados
- Desconocimientos de nuestros productos
- No tener un plan tallado
- Recursos limitados

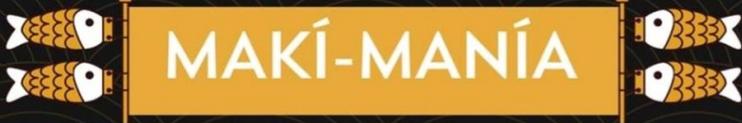
Oportunidades

- Tener buena reseña hacia los clientes
- Que nuestros productos sean conocidos
- Tener más clientes
- Mejorar nuestros alimentos

Amenazas

- Competencia en el mercado
- Riesgo de contaminación
- Cambió de menú diario
- Falta de suministro

Menú



EXTRAS



- Papas a la francesa \$40
- Boules (6 piezas) \$60
- Guacamole \$30
- Domplin (3 piezas) \$50

SALSAS

- Chipotle
- Mango habanero
- Tampico
- Habanero negro
- Aderezo de ajo

* “ ROLLITOS (10 PIEZOS)

- ✦ Queso Philadelphia
- ✦ Algas
- Aguacate
- Empanizado
- Camarón empanado
- Natural
- Camarón a temperatura
- Al gusto
- Salmón
- Champiñones
- Pollo
- Tocino
- Zanahoria
- Tocino
- Por dentro ● Por fuera

BEBIDAS

- Tapioca \$40
- Fuze-Tea \$18
- Arizona \$20
- Coca-cola \$20
- Boing \$16



 Maki_mania_oco
 Tel. 919-150-13-16  919-180-20-21

Servicio a domicilio gratis en zonas centrales

Metodología



Creación del logotipo
“placer y felicidad a la puerta de tu casa”

metodo de investigacion
MAKI-MANÍA

Sexo _____ Edad _____

Nos comprometemos a servirle la mejor atención y servicio para satisfacer su paladar y lograr brindarle una mejor experiencia. Le pedimos que responda de la manera más honesta.

- ¿Qué es lo que busca en una comida rápida?
A) Calidad B) Rapidez C) Precios
- ¿Le gustaría que agregáramos más productos a nuestro menú? Si su respuesta es sí ¿Qué productos?
A) Mar y tierra B) Tradicional C) Otro especifique _____
- ¿Cuántas veces a la semana consume Makis?
A) 1 vez a la semana b) 2 veces a la semana C) Mas de 3 veces a la semana
- ¿Esta satisfecho con el servicio a domicilio? Si su respuesta es no especifique
A) Si B) No ¿Por qué? _____
- ¿Qué le parece nuestro producto?
A) Excelente B) Bueno C) Malo
- ¿Cuál es la mejor parte de la empresa?
A) La comida B) El servicio C) La atención
- ¿Crees que el precio del producto es adecuado a lo que recibió?
A) Si B) No Especifique: _____
- ¿Recomendarías nuestro producto con sus amigos y familiares?
A) si B) no ¿Por qué? _____
- ¿Cómo calificaría la presentación de nuestro producto?
A) Excelente B) Bueno C) Malo
- ¿Cómo se enteró de nuestro producto?
A) Recomendaciones B) Redes sociales C) Publicidad D) Otro _____

Agradecemos su atención y su tiempo para responder
¡Muchas gracias!

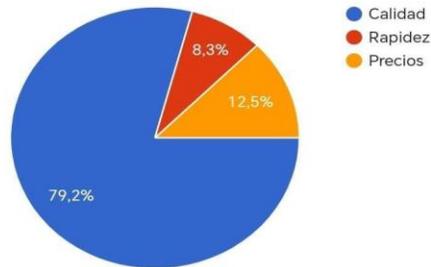
Encuesta en línea



Publicidad en las redes

Análisis e interpretación

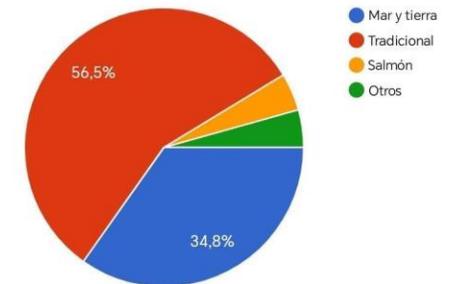
¿Qué es lo que busca en una comida rápida?



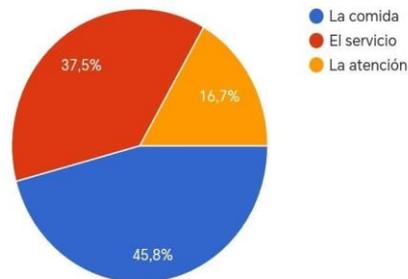
El 79,2% de los encuestados buscan la calidad en la comida rápida, el 8,3% buscan rapidez y el 12,5% buscan los precios.

El 56,5% decidieron los sushis tradicionales y el 34,8% mar y tierra

¿Le gustaría que agregáramos mas productos a nuestro menú? Si su respuesta es sí ¿Qué productos?



¿Cuál es la mejor parte de la empresa?

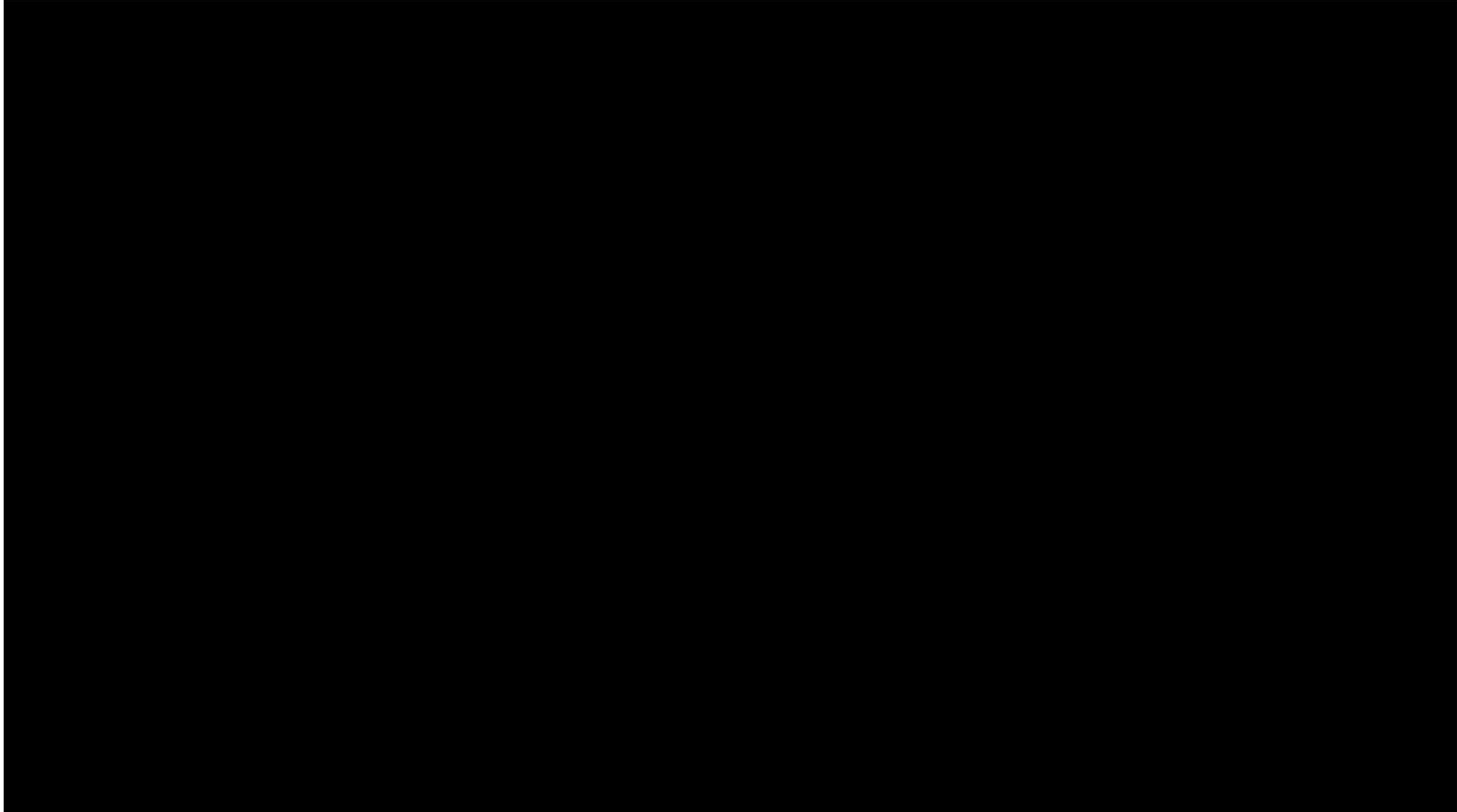


El 45,8% buscan la comida, 37,5% buscan el servicio y el 16,7% la atención.

Recomendaciones

Los datos muestran un patrón que a beneficio para nuestra organización es preferible dar un menú extendido a la sociedad que no pueda consumir mariscos así ellos puedan crear su propio sushi, dando un buen servicio y satisfacer a las personas en general con el buen gusto de la comida. Nuestra empresa como objetivo principal es satisfacer a la comunidad con nuestro producto y poder ser reconocidos.

Anexó



Conclusión

En resumen, este ensayo ofrece una guía completa y práctica para la creación de un negocio, desde la idea hasta la implementación y el crecimiento. Al entender los desafíos y oportunidades en cada etapa del emprendimiento, los futuros empresarios pueden aumentar sus posibilidades de éxito y contribuir al dinamismo y la innovación en la economía.

Referencia

Video promocional <https://www.facebook.com/share/v/SszxN8C9nvj7Vh3v/?mibextid=KsPBc6>

Redes sociales: Facebook e Instagram

Maki_mania_oco Encuesta digital

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf5s8LQ9Y_HmDTgVReu5w3bgD1lrCA85GjfBbmyYRv2nSkm6w/viewform?usp=sf_link