



UNIVERSIDAD VERACRUZANA

FACULTAD DE NEGOCIOS Y TECNOLOGÍAS

FORMULACION Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

CECILIA GOYTIA ACEVEDO

**P.E. ADMINISTRACIÓN
GRUPO 701-A**

**ESTUDIO DE MERCADO
PIZZAS Y ALITAS CDMX**

PRESENTA

**CABRERA BUSTILLO ADOLFO
CHACÓN SOSA ÁNGEL ESTEBAN
DOMÍNGUEZ RIVAS SAMANTHA
DOMÍNGUEZ SALAZAR BRYAN
ESCUTIA SANTAMARÍA VIANEY
MERINO JUÁREZ AMAYRANI**

**06 DE OCTUBRE, 2025
IXTACZOQUITLÁN, VER.**

ANÁLISIS DEL MERCADO

Familias y jóvenes que buscan diversidad de comida urbana para consumir tanto dentro del establecimiento como en sus hogares o a cualquier lugar que deseen gracias al servicio a domicilio con el que cuenta el negocio.

SEGMENTACION DEL MERCADO

SEGMENTO DE MERCADO: Clientes que eligen la pizzería para celebraciones informales y encuentros sociales.

- **OCASIÓN DE USO:** Este segmento incluye a personas que buscan disfrutar de una pizza durante reuniones sociales, celebraciones informales como cumpleaños, reuniones con amigos, noches de película, o incluso durante el almuerzo o cena de trabajo de manera casual. El consumo de pizza en estos momentos está asociado con la comodidad y la convivencia en un ambiente relajado.
- **CARACTERISTICAS :** Son personas que prefieren comidas compartidas, rápidas y sabrosas en situaciones donde la socialización es clave. En ocasiones, prefieren pedir a domicilio para disfrutar de una pizza mientras pasan tiempo en casa o en reuniones informales fuera de casa (como en oficinas, universidades, o espacios comunes). La pizzería se convierte en el lugar perfecto para celebrar ocasiones sin necesidad de formalidad.

GRUPO DE INETERES PARA OBTENER EL TAMAÑO DEL MERCADO				
Edad	Masculino	Femenino	Total	porcentaje
12 a 17 años	1838	1956	3794	167%
18 a 24 años	2,015	2,069	4,084	180%
25 a 29 años	1,299	1,446	2,745	121%
30 a 34 años	1,207	1,438	2,645	116%
35 a 39 años	1,173	1,387	2,56	113%
40 a 44 años	1368	1137	2505	110%
45 a 49 años	1221	1070	2291	101%
50 a 54 años	1182	935	2117	93%
			22,741	1.000%

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA “PIZZA CDMX”

Una pizzería que ofrece servicio en restaurante y a domicilio decide enfocar su estrategia en el siguiente mercado objetivo.

- **EDAD:** “La edad público ideal para el negocio que hemos decidido tomar es de entre 16 a 50 años”.

En nuestra pizzería, hemos seleccionado el rango de edad de 16 a 50 años para nuestra segmentación de clientes. Este grupo abarca a adolescentes, jóvenes adultos y adultos de mediana edad, cada uno con hábitos y preferencias específicas en cuanto al consumo de comida rápida.

- **ESTADO CIVIL:** “Solteros, Parejas y Familias con Hijos”

En la pizzería, sabemos que cada cliente tiene necesidades y preferencias distintas, por eso hemos identificado tres grupos principales a los que nos dirigimos: solteros, parejas y familias con hijos. Pensamos en los solteros porque suelen buscar opciones rápidas y accesibles, ideales para disfrutar solos o pedir a domicilio.

También nos enfocamos en las parejas, quienes prefieren compartir una experiencia agradable, con promociones especiales y un ambiente acogedor. Por último, consideramos a las familias con hijos, ya que buscan porciones grandes, menús infantiles y un espacio cómodo para disfrutar juntos.

- **OCUPACION:** “Estudiantes universitarios y jóvenes Trabajadores”

Hemos identificado que los estudiantes universitarios y los jóvenes trabajadores representan el segmento de clientes con mayor potencial de consumo. Esta decisión se basa en varios factores clave que influyen en sus hábitos de alimentación, estilo de vida y poder adquisitivo.

Los estudiantes universitarios y jóvenes trabajadores suelen tener una vida dinámica, con horarios ocupados que les dificultan prepararse sus propios alimentos.

- **INGRESOS:** “\$8,000 a \$20,000 MXN mensuales”

Al definir nuestro público objetivo, hemos considerado que muchos estudiantes universitarios aún no tienen ingresos propios o cuentan con empleos de medio tiempo. Sin embargo, una gran parte de ellos recibe apoyo financiero de sus padres, lo que les permite destinar parte de su dinero a salidas a comer o pedir comida a domicilio.

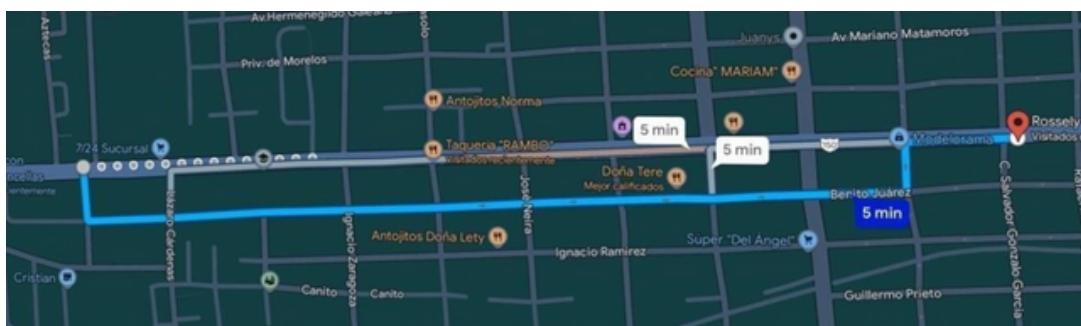
Los jóvenes trabajadores representan un segmento clave para nuestra pizzería debido a sus hábitos de consumo, estilo de vida y poder adquisitivo. Este grupo, que se encuentra en sus primeros años de vida laboral, tiene una disposición alta para gastar en comida fuera de casa o a domicilio, lo que los convierte en clientes ideales para nuestro negocio.

2.3.2. COMPETENCIA (DIRECTA E INDIRECTA)

DIRECTA

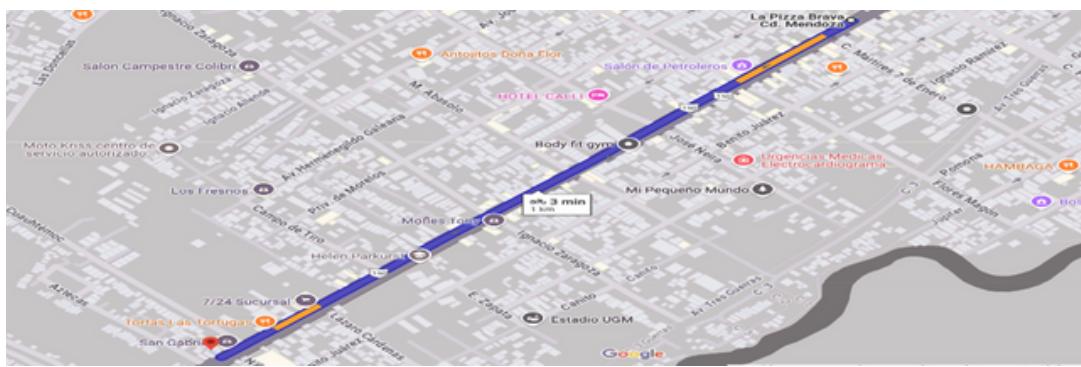
- **PIZZAS ROSSELY**

Pizzas Rossely es un lugar donde se pueden encontrar diversas opciones de pizza. Su ambiente es adecuado para quienes buscan algo para comer en distintos momentos del día pues el establecimiento se encuentra adecuado para comer en familia o con amigos. Cuenta con servicio a domicilio y suele tardar unos 30 minutos en llegar hasta el domicilio del cliente. Ofrece paquetes y tiene sucursales en Acultzingo, Cd. Mendoza y Nogales.



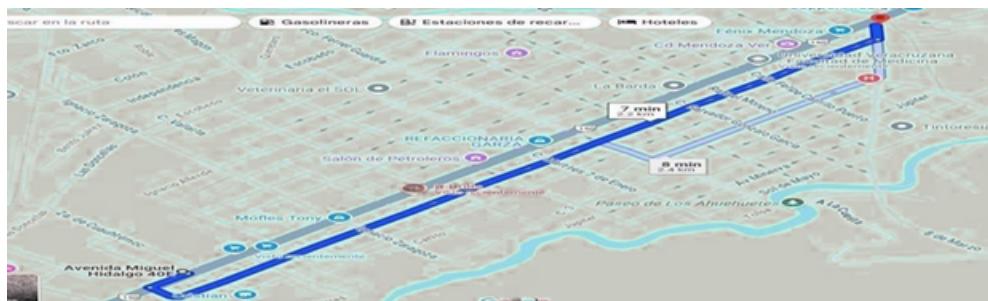
- **LA PIZZA BRAVA**

La pizza brava se considera competencia directa para el negocio de pizzas y alitas cdmx ya que se encuentra a menos de 1 kilómetros (aproximadamente 3 mn.) de nuestro establecimiento, ofreciendo una variedad de pizzas, además cabe destacar que ofrece paquetes y combos únicamente de pizzas y sus rangos de precios son de \$199 su paquete mas pequeño hasta \$399 el paquete mas extenso.



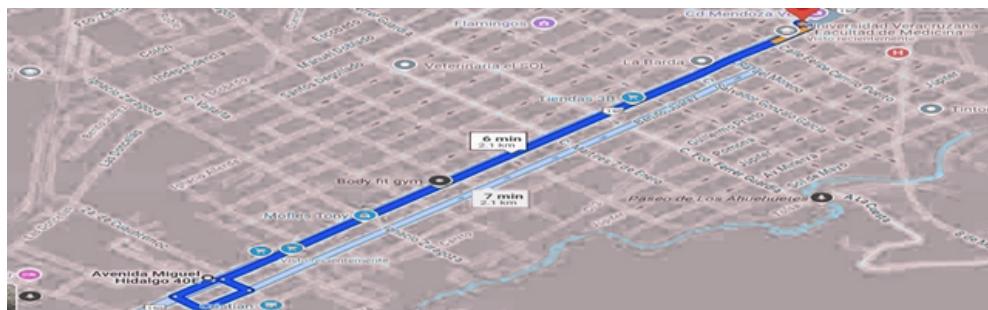
- **PIZZAS Y ALITAS ESTACION WING**

Estación Wing es un establecimiento que ofrece los mismos servicios que nuestro establecimiento como combos de alitas con pizza y producto similares el cual estar como nuestra competencia directa ya que de igual forma cuenta con envío a domicilio y se encuentra a tan solo 2.3 kilómetros de nuestro establecimiento. Actualmente solo cuenta con una sucursal en la zona Mendoza-Nogales.



• RULIZ PIZZA

Nuestra tercera competencia directa es Ruliz pizza ya que al investigar nos damos cuenta que está dirigido al mismo segmento de mercado y cuenta con establecimiento y envío a domicilio. Ofreciendo paquetes y combos de alitas, pizzas pastas y snacks siendo sus principales productos. Además tomando en cuenta su localización está a 2.1 kilómetros de nuestro establecimiento por lo cual se considera competencia directa.



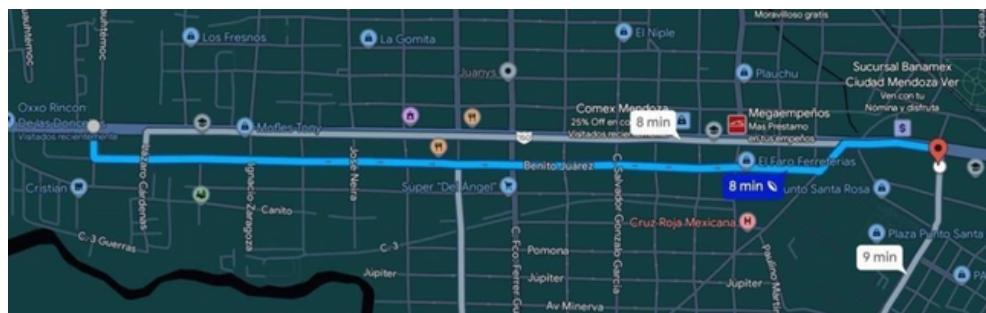
• PIZZAS ROGER

Pizzas Roger es nuestra cuarta competencia directa ya a pesar de que tienen las distancia en ubicación de 3.3 kilómetros de distancia cuenta mas 3 establecimiento en la zona de Orizaba-Córdoba y ofrece promociones de pizzas siendo una competencia directa para nuestro establecimiento de igual forma ofrece envío a domicilio a grandes distancias de Mendoza como maltara o el encinar.



• PIZZA ROLL.

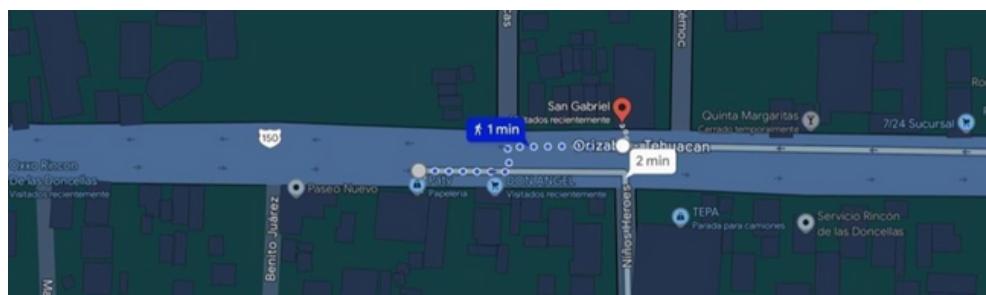
Se elaboran pizzas, alitas, hamburguesas, sushi, pastas, postres, ramen, ensaladas, entre otros productos. Su horario de atención es a partir de las 14:00 hrs. Cuenta con una ubicación clave ya que se encuentra a un costado de la Escuela Esfuerzo Obrero. Se encuentra a 2.3 kilómetros de “Pizzas y Alitas CDMX”. Por otra parte, también tiene servicio a domicilio y un establecimiento para comer en familia, aunque también es un espacio reducido.



INDIRECTA

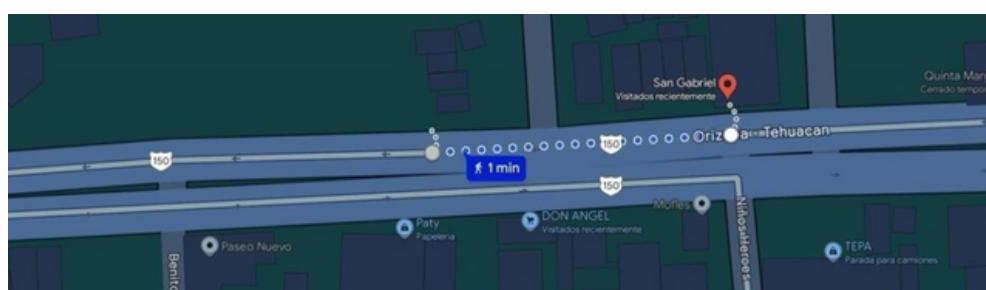
• LA PANTERA.

Se dedica a la venta de productos como hamburguesas, hot-dogs, sincronizadas y trenzas. El horario de trabajo es de 19:00 hrs a 00:00 hrs. Puede llegar a ser una alternativa para algunas personas por cuestiones como la distancia o el tiempo, pues este negocio es un carrito de comida así que se considera más rápida la atención a clientes y la entrega de sus productos. Se encuentra a una distancia aproximadamente de 180 metros.



• PAPAS DOÑA GUERA.

Venta de papas fritas, a la francesa, plátanos fritos y nachos. Suele ser una alternativa en caso de que las personas quieran ir comiendo sus alimentos al momento de caminar, ir en automóvil o transporte público.



OBJETIVO ESPECÍFICOS

OBJETIVO 1. Incursionar en el medio digital para la promoción y publicidad del negocio en un plazo aproximado de 4 meses

OBJETIVO 2. Atraer nuevos clientes. Aumentar los clientes en un 25% en un plazo aproximado de 4 meses

OBJETIVO 3. Fidelizar a los clientes: Mediante dinámicas esperando que el 32% de nuevos clientes se vuelvan recurrentes.

OBJETIVO 4. Incrementar las ventas: de nuestros principales productos en un 20% en los próximos 8 meses.

ELABORACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIA

- Creación de páginas web y vincularla con la fanpage.
- Promoción de la página en distintos medios de comunicación.
- Difundir promociones y paquetes en el sitio web y fanpage.
- Aprovechar las funciones de Facebook para tener un registro en nuestra base de datos.
- Programa de recompensas para clientes frecuentes.
- Dinámicas semanales para generar engagement en redes sociales.
- Optimización de combos estrella con estrategias de venta cruzada.
- Realizar actividades con la comunidad de Facebook para aumentar la interacción.
- Campañas de publicidad pagada en redes sociales enfocadas en los productos estrella.

PLAN DE ACCIÓN

1.1. CREACIÓN DE PÁGINAS WEB Y VINCULARLA CON LA FANPAGE

1.1.1. Presentación del negocio mediante la foto de perfil y portada atractiva al público y clientes.

1.1.2. Agregar la información sobre el establecimiento, tales como ubicación, giro del negocio y el menú.

1.1.3. Compartir el link de la página con clientes, familiares y amigos para que ellos comiencen a distribuirlo con diversas personas

1.2. PROMOCIÓN DE LA PÁGINA EN DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.2.1. Publicaciones de los productos del negocio en días en los que nuestro público objetivo se encuentre más activo (de 3 a 4 publicaciones por semana).

1.2.2. Hacer difusión de la página con los clientes y grupos de Facebook de la zona.

1.2.3. Realizar 2 videos por semana sobre la preparación de los productos estrella del negocio.

1.2.4. Creación de memes, publicaciones y videos graciosos y atractivos para nuestro público.

2.1. DIFUNDIR PROMOCIONES Y PAQUETES EN EL SITIO WEB Y FANPAGE

- 2.1.1. Subir videos de la preparación productos estrella cada fin de semana
- 2.1.2. Publicar en nuestra página de Facebook promociones de nuestros productos en días específicos.
- 2.1.3. Difusión de códigos QR que lleven a nuestra página en lugares como “Plaza Santa Rosa”

2.2. APROVECHAR LAS FUNCIONES DE FACEBOOK PARA TENER UN REGISTRO EN NUESTRA BASE DE DATOS

- 2.2.1. Llevar una base de datos en la que se registren nuestros nuevos clientes
- 2.2.2. Llevar registro de “compartidos” de nuestras publicaciones
- 2.2.3. Hacer uso de los anuncios en feed y reels.

3.1. PROGRAMA DE RECOMPENSAS PARA CLIENTES FRECUENTE

- 3.1.1. Implementar una tarjeta digital (o física) donde por cada compra mayor a \$150 MXN se acumula un sello. Al juntar 5 sellos, el cliente recibe un producto gratuito (por ejemplo, 10 alitas o una bebida de cortesía).

3.2. DINÁMICAS SEMANALES PARA ENGAGEMENT EN REDES SOCIALES

- 3.2.1. Crear una base de datos en Facebook Messenger o WhatsApp Business para enviar cupones personalizados de recompensas a quienes han visitado el negocio más de tres vez.
- 3.2.2. Promover las reseñas en redes sociales, especialmente en Facebook con testimonios o fotos de clientes frecuentes que ya han recibido sus premios.
- 3.2.3. Dinámicas semanales para engagement en redes sociales como mínimo torneos de sabores preferidos de las especialidades.

3.3. REALIZAR ACTIVIDADES CON LA COMUNIDAD DE FACEBOOK PARA AUMENTAR LA INTERACCIÓN

- 3.2.2 : Crear concursos mensuales como “La primer persona en subir una foto de tu pizza en nuestro establecimiento gana una gratis”, fomentando la interacción y alcance orgánicos de los clientes.
- 3.2.3 : Crear la dinámica "cliente del mes", reconociendo a quien haya interactuado más con las publicaciones o haya hecho más pedidos.

4.1. OPTIMIZACIÓN DE COMBOS ESTRELLA CON ESTRATEGIAS DE VENTA CRUZADA

- 4.1.1 : Rediseñar los combos estrella (como el Combo 1 de pizza y alitas) incluyendo una bebida o postre con descuento.
- 4.1.2 : Usar carteles físicos y publicaciones en redes sociales con diseños atractivos (por ejemplo: “Combo 1: el favorito de Nogales”) para destacar el combo en el punto de venta y redes sociales.

4.1.3 :Ofrecer un “combo familiar” solo disponible ciertosdías de la semana integrando productos estrella en mayor cantidad a un precio preferente.

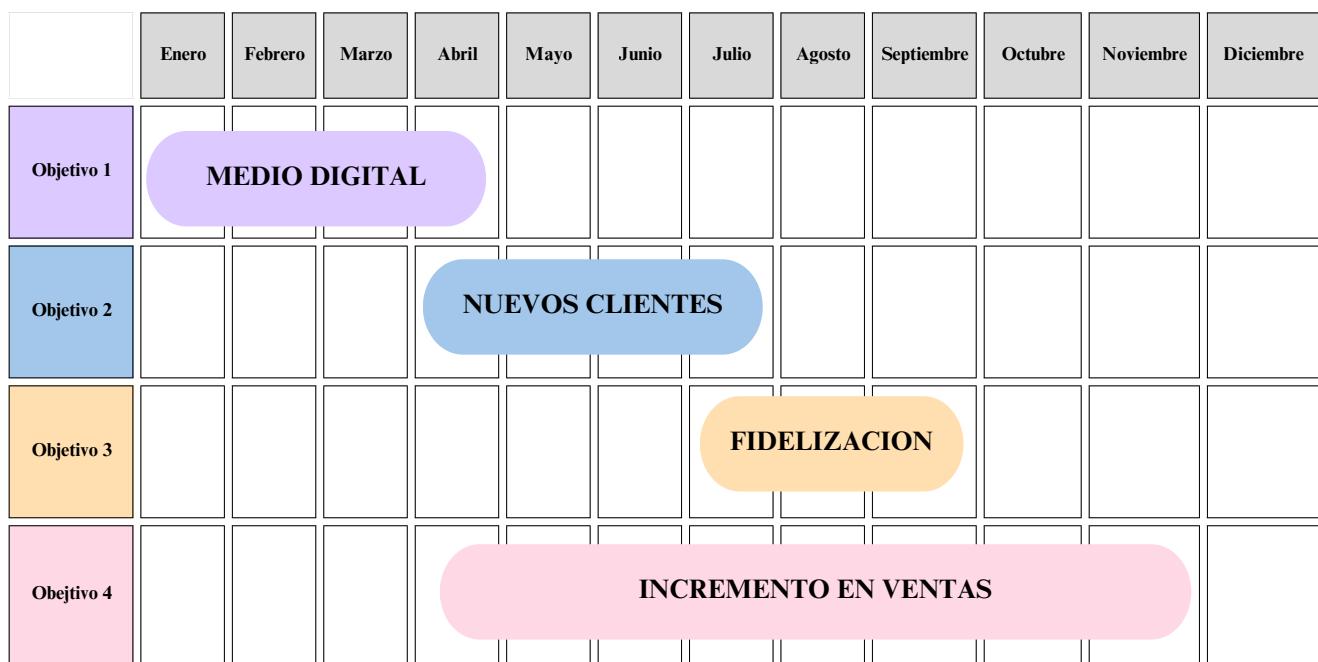
CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD PAGADA EN REDES SOCIALES ENFOCADAS EN LOS PRODUCTOS ESTRELLA

4.2.1. Diseñar campañas pagadas en Facebook segmentadas a jóvenes trabajadores y estudiantes del área, con promociones limitadas (ejemplo “ combo estrella 2x1 solo este fin de semana”).

4.2.2. Realizar videos cortos mostrando la preparación de las alitas y pizzas con enfoque sensorial, ideales para promocionar vía reels y stories.

4.2.3. Colocar códigos QR en los folletos del establecimiento que llevan directamente al menú digital del sitio web con una promoción exclusiva para quienes acceden desde ahí.

DIAGRAMA DE GANTT



Herramienta de gestión de proyectos “Pizzas y Alitas CDMX”

- **OBJETIVO 1.** Incursionar en el medio digital para la promoción y publicidad del negocio en un plazo aproximado de 4 meses
- **OBJETIVO 2.** Atraer nuevos clientes. Aumentar los clientes en un 25% en un plazo aproximado de 4 meses
- **OBJETIVO 3.** Fidelizar a los clientes: Mediante dinámicas esperando que el 32% de nuevos clientes se vuelvan recurrentes.
- **OBJETIVO 4.** Incrementar las ventas: de nuestros principales productos en un 20% en los próximos 8 meses

IMAGEN COMERCIAL

LOGO

A continuación, se presenta el logo con el cual contaba Pizzas y Alitas CDMX antes de presentar las propuestas hacia el dueño del establecimiento. Se puede notar que cuenta con elementos muy saturados tanto en color (degradado) como en elementos gráficos, lo que dificulta la impresión en diversos materiales y expansiones en lonas o playeras.



PROPUESTA Y/O OPCIONES DE MEJORA

Se platicó con el dueño de Pizzas y Alitas CDMX, el señor Henrry, para descubrir que era lo que buscaba compartir a sus clientes y posibles clientes. Se optó por una combinación de colores relacionados a la comida (tomando en cuenta la teoría del color en marketing) como lo es el color naranja, blanco y negro.

Realizamos 3 propuestas de logo, intentando cumplir con las expectativas del señor Henrry.



PROPUESTA 1. Un estilo minimalista, elegante y fácil de recordar. Se realizó con la finalidad de ofrecer una imagen sencilla, manteniendo la esencia de las alas, por dos principales razones: la primera el sentimentalismo y la segunda para recordar el producto estrella (alitas), implementando colores como blanco, negro y naranja.



PROPUESTA 2. Tomamos en cuenta los mismos colores, se utilizó la tipografía "Tan New York", "Tan Buster" y "Loubag", dentro igual forma se eligió una alita de pollo como imagen representativa, pero aún no lograba reflejar por completo lo que se buscaba.



PROPUESTA 3. Se optó por una estilo moderno y vanguardista, manteniendo los colores principales: negro, blanco y hematita roja (#CE5645). Se aprecia una rebanada de pizza y una ala normal, ambas dan un guiño hacia el paquete estrella y el sentimentalismo que se buscaba mantener sobre la historia de juventud de parte del dueño.

Utilizamos dos tipografías "StrechPro" y "Sideware"



ALTERNATIVA DE PROPUESTA 3. Se optó por desarrollar una alternativa a la propuesta número 3, ya que se tiene contemplado crear merch y esta opción facilita la integración del logotipo en los diferentes productos. Por otro lado, funciona perfectamente como marca de agua en publicaciones de imágenes o videos dentro de la fanpage.

Afortunadamente, de las tres opciones presentadas, el dueño eligió la propuesta número 3, ya que cumplía con lo que buscaba: un diseño sencillo, con una esencia única y fácil de recordar.

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

En el contexto actual, contar con una presencia digital sólida es indispensable para cualquier negocio, especialmente para aquellos que buscan expandir sus canales de venta y fortalecer su marca. Pizzas y Alitas CDMX, con su crecimiento constante, ha identificado la necesidad de establecer su propio sitio web. Para ello, se llevó a cabo un análisis comparativo entre diversos proveedores de servicios de hosting y dominio, con el objetivo de elegir la opción más eficiente, accesible y funcional.

En la siguiente tabla comparativa se muestra las posibles opciones de los diferentes tipo, precios y beneficios de Hosting y dominios.

TABLA COMPRATIVA DE HOSTING

Empresa	Plan más económico (precio sin descuento)	Plan más barato (con descuento)	Plan más caro (precio sin descuento)	Plan más barato (con descuento)	Incluye (paquete más completo)	Incluye (paquete más económico)
HostGator	\$3,636.00 MXN	\$20.00 MXN	\$12,006.00 MXN	\$69.00 MXN	<p>Incluye lo del paquete económico agregando:</p> <ul style="list-style-type: none"> - soporte prioritario -2.5x veces más visitas -ideal para proyectos con mucho tráfico y tiendas en línea 	<ul style="list-style-type: none"> -Hosting para dominio -Alojamiento administrado para WordPress -Dominio gratis -CDN gratis Tu sitio web rápido y estable -almacenamiento SSD -Creador de sitios con múltiples plantillas .Migración gratis e ilimitada -Certificado SSL gratis -Cuentas de correo ilimitada -Backups diarios
GoDaddy	\$199.99 MXN	\$119.99MXN	\$429.99MXN	\$249.99 MXN	<p>Incluye lo del paquete económico agregando:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crea y envía campañas de email marketing a 500 usuarios al mes -Crea contenido rápidamente con GoDaddy Studio -Permite que los clientes reserven citas y eventos -Crea y programa publicaciones ilimitadas con el asistente de calendario -Crea y envía campañas de email marketing a 25,000 usuarios al mes -Enumera los productos y servicios -Configura opciones de pago múltiples -Opciones de envío flexibles -Crea descuentos y promociones 	<ul style="list-style-type: none"> -Cuenta un dominio personalizado -Herramientas de edición de sitios web fáciles de usar -Escritura y creación de contenido con IA para ahorrar tiempo -Entérate de tu rendimiento con los análisis del sitio -Correo profesional gratis -conéctate con los clientes mediante un chat en vivo y formulario de contacto -Ayuda a proteger la información confidencial con un SSL
Weblium	Gratis	Gratis	\$8.25 USD	\$8.25 USD	<p>Incluye lo del paquete económico agregando:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Herramientas SEO y de marketing -Sin banners Weblium -Código personalizado 	<ul style="list-style-type: none"> -1000 páginas -Certificado SSL gratuito -Alojamiento de Google Cloud -Productos en la tienda (10 000 artículos en la versión pro) -Número de versiones del sitio (100 en la versión pro) -Blog (14 días en la versión gratuita) -Multi-idioma (14 días en la versión gratuita) -Ancho de banda -Almacenamiento
Hostinger	\$159.99 MXN	\$44.99 MXN	\$492.99 MXN	\$140.99 MXN	<p>Incluye lo del paquete económico agregando:</p> <ul style="list-style-type: none"> -CDN gratis -Dirección IP dedicada -Soporte prioritario 	<ul style="list-style-type: none"> -Sitios web -Hosting administrado para WordPress -GB de SSD -Creador de sitios web Hostinger -Dominio gratis (MX\$ 176.99) -Migración gratis automática de sitios web gratis -Buzones gratis durante 1 año -SSL gratis e ilimitado -Copias de seguridad -WooCommerce
Odoo	Mex\$ 0	Mex\$ 0	Mex\$ 340	Mex\$ 274	<ul style="list-style-type: none"> -Todas las aplicaciones -Odoo Online / Odoo.sh** / On-premise -Odoo Studio -Múltiples empresas -API externa 	<ul style="list-style-type: none"> -Solo para una aplicación, usuarios ilimitados -Odoo Online

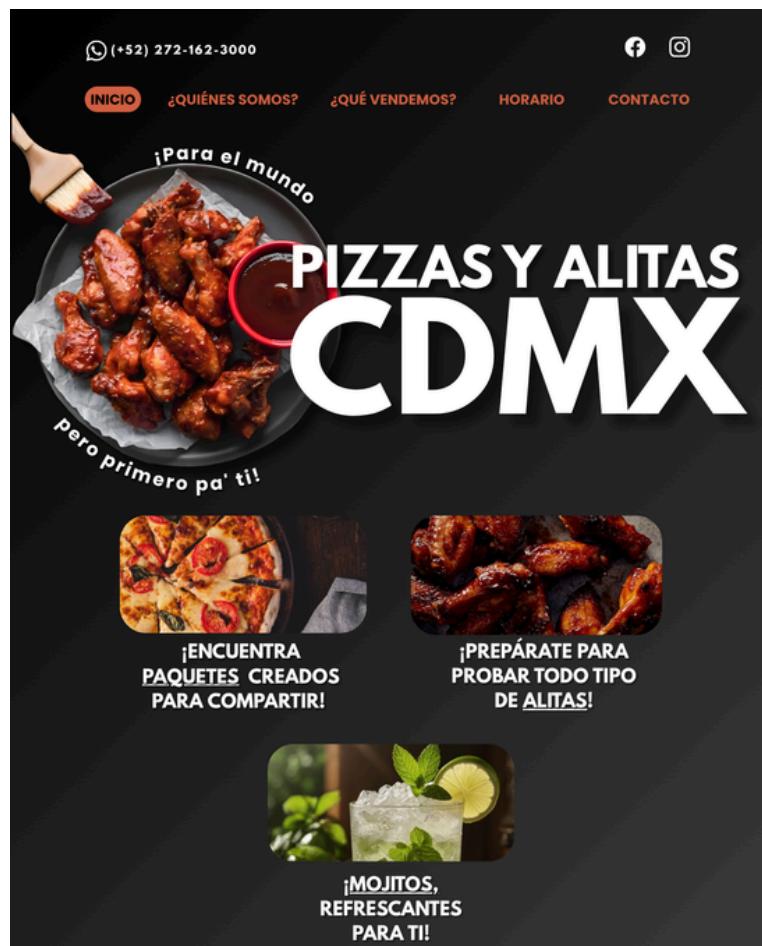
NOMBRES DE DOMINIO

- <https://pizzasyalitascdmx2024.com/>

DISEÑO DE PÁGINA WEB

Se realizó un borrador del sitio web para poder ubicar distintas pestañas de navegación, teniendo una idea clara, tomando un estilo minimalista y agradable a la vista de los visitantes.

Asimismo, se creó un eslogan: “Para el mundo, pero primero pa’ ti”, el cual refleja la cercanía y trato personalizado que se busca mantener con los clientes. Al mismo tiempo, transmite la idea de crecer y expandirse, sin perder la esencia que los caracteriza.



MISIÓN
Brindar una experiencia de sabor auténtico y casero en pizzas, alitas y comida urbana, con ingredientes frescos y atención cercana, priorizando la comodidad de nuestros clientes a través de un servicio presencia y a domicilio siendo confiable.

VISIÓN
Lograr convertirnos en un negocio de comida urbana reconocido en la región de Ciudad Mendoza-Nogales por la variedad, calidad y excelente sazón de nuestros productos, destacando por nuestra atención cercana al cliente y entrega de productos rápida consolidando nuestra presencia y posicionamiento en el mercado local en el año 2028.

(+52) 272-162-3000

CDMX
pizzas y altas

INICIO ¿QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ VENDEMOS?** HORARIO CONTACTO

¡ENCUENTRA LA MEJOR COMIDA URBANA DE LA ZONA!

PAQUETES

PIZZAS

ALITAS

BEBIDAS

PASTAS

POSTRES

(+52) 272-162-3000

CDMX
pizzas y altas

INICIO ¿QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ VENDEMOS?** HORARIO CONTACTO

PAQUETES

20 ALITAS + 1 PIZZA MEDIANA \$250	30 ALITAS + 2 PIZZAS MEDIANAS \$375
20 ALITAS + 2 PIZZAS MEDIANAS \$310	40 ALITAS + 2 PIZZAS MEDIANAS \$435
10 ALITAS + PAPAS FRITAS \$120	300 GR BONELESS + NACHOS \$110
LASAÑA 400 GR + COCA-COLA 600 ML \$100	

ALITAS

10 ALITAS - 1 SALSA \$90	30 ALITAS - 3 SALSAS \$250
20 ALITAS - 2 SALSAS \$170	40 ALITAS - 4 SALSAS \$310
50 ALITAS - 5 SALSAS \$380	

SALSAS

(+52) 272-162-3000 CDMX pizzas y altas f i

INICIO QUIÉNES SOMOS? ¿QUÉ VENDEMOS? HORARIO CONTACTO

BEBIDAS

AZULITOS MOJITOS FRUTOS ROJOS SODA ITALIANA	CON ALCOHOL \$70 SIN ALCOHOL \$60
BOING VIDRIO 354 ML \$16	BOING LATA 340 ML \$19
LULÚ 354 ML \$15	COCA - COLA 3 LITROS \$50
COCA - COLA 600 ML \$25	COCA - COLA 1.75 LITROS \$110
PEPSI 2.5 LITROS \$40	SIDERAL 2 LITROS \$32
PEÑAFIEL 2 LITROS \$32	AGUA NATURAL 600 ML \$15
AGUA MINERAL \$23	

(+52) 272-162-3000 CDMX pizzas y altas f i

INICIO QUIÉNES SOMOS? ¿QUÉ VENDEMOS? HORARIO CONTACTO

(+52) 272-162-3000

CDMX
pizzas y alitas

INICIO ¿QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ VENDEMOS?** HORARIO CONTACTO

PASTAS

LASAÑA BOLOÑESA 400 GR
\$80

LASAÑA BOLOÑESA 900 GR
\$190

SPAGHETTI A LA BOLOÑESA
\$50

SPAGHETTI CON CHAMPIÓN
\$50

(+52) 272-162-3000

CDMX
pizzas y alitas

INICIO ¿QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ VENDEMOS?** HORARIO CONTACTO

POSTRES

CARLOTA
\$35
(FRESAS, FRUTOS ROJOS,
MORA AZUL, LIMÓN)

DURAZNOS CON CREMA
\$35

(+52) 272-162-3000

CDMX
pizzas y alitas

INICIO ¿QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ VENDEMOS?** HORARIO CONTACTO

**14:00 HRS
HASTA
23:00 HRS**

AV. HIDALGO #40A UNIDAD
HABITACIONAL OJO ZARCO,
NOGALES, VER.

CDMX PIZZAS Y ALITAS

(+52) 272-162-3000

CDMX
pizzas y alitas

INICIO ¿QUIÉNES SOMOS? **¿QUÉ VENDEMOS?** HORARIO CONTACTO

PIZZAS Y ALITAS **CDMX**

¡Para el mundo, pero primero pa' ti!

CDMX PIZZAS Y ALITAS

PROCESO DE ELECCIÓN DE PLAN

Tras realizar un análisis comparativo de diversos proveedores de servicios de hosting y dominio, Pizzas y Alitas CDMX optó por contratar el servicio de HostGator, seleccionando específicamente el plan personal con una duración de un año, por un costo total de \$292 MXN. Esta decisión se sustentó en diversos factores clave que se alinean con los objetivos operativos y comerciales del negocio.

HostGator

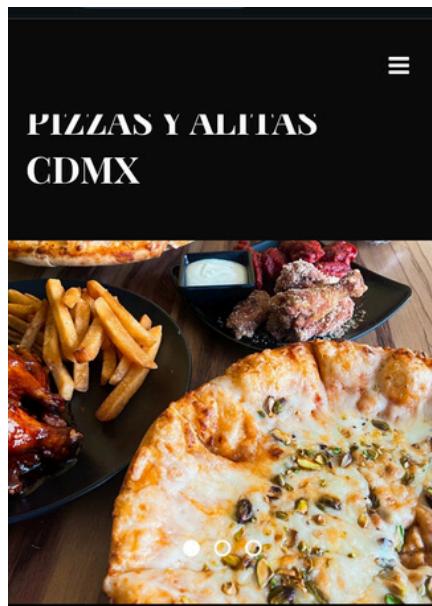
Entre los principales beneficios y ventajas que motivaron la elección de HostGator se encuentran los siguientes:

- **RELACIÓN COSTO - BENEFICIO:** El plan personal ofrecido por HostGator presenta una de las tarifas más accesibles del mercado, sin comprometer la calidad del servicio. Por un monto asequible, se obtiene un paquete completo que cubre las necesidades básicas de una empresa en crecimiento.
- **DOMINIO GRATUITO DURANTE UN AÑO:** Este beneficio permite reducir los costos iniciales de implementación del sitio web, lo cual es fundamental para un negocio en etapa de consolidación como Pizzas y Alitas CDMX.
- **ALMACENAMIENTO Y ANCHO DE BANDA SUFICIENTES:** El plan incluye almacenamiento adecuado y transferencia de datos suficiente para un sitio web empresarial con tráfico moderado, lo cual es ideal para gestionar pedidos en línea, menús digitales y contacto directo con los clientes.
- **CERTIFICADO SSL INCLUIDO:** La seguridad es un aspecto esencial en la experiencia digital. HostGator ofrece el certificado SSL sin costo adicional, garantizando una conexión segura para los usuarios y generando mayor confianza en el sitio.
- **FACILIDAD DE USO Y SOPORTE TECNICO A ESPAÑOL:** HostGator cuenta con una plataforma intuitiva, así como atención al cliente en español disponible 24/7, lo cual facilita el proceso de configuración, mantenimiento y solución de incidencias técnicas sin necesidad de conocimientos avanzados.
- **ESCALABILIDAD:** En caso de que el negocio crezca y aumenten sus necesidades digitales, HostGator permite migrar fácilmente a planes superiores sin complicaciones, lo cual brinda una proyección a futuro favorable.

DISEÑO FINAL DE PÁGINA WEB

Por desgracia, el borrador del sitio web no fue apto para el navegador en celular, en las pruebas que se realizaron nos percatamos que aparecía a la mitad la información o las pestanas se mostraba en la parte inferior del celular.

El diseño final es apto y cómodo para navegar con facilidad, se mantuvo el fondo negro y los colores naranja y blanco para los textos.



PIZZAS Y ALITAS CDMX

Horario

Lunes - Martes 02:00pm – 12:00am
Miércoles Closed
Jueves - Domingo 02:00pm – 12:00am

[Inicio](#) [Menú](#)
[Sobre](#) [Contacto](#)

Pizzas y Alitas CDMX

© 2025 Pizzas y Alitas CDMX



Horario comercial

Lunes - Martes	02:00pm - 12:00am
Miércoles	Closed
Jueves - Domingo	02:00pm - 12:00am

Dirección

Nogales, Veracruz MX

Teléfono

[2721623000](#)

E-mail

pizzasyalitascdmx@gmail.com



Piedra Gacha
Nogales Ampliar el mapa
Rancho El Cortijo (Reserva Ecológica)
Huíloapan de Cuauhtémoc
AQUILES SERDAN
VISTA HERMOSA
Google Datos del mapa ©2025 Google, INEGI Condiciones

Síguenos



Misión

Brindar una experiencia de sabor auténtico y casero en pizzas, alitas y comida urbana, con ingredientes frescos y atención cercana, priorizando la comodidad de nuestros clientes a través de un servicio presencial y a domicilio siendo confiable.



Visión

Lograr convertirnos en un negocio de comida urbana reconocido en la región de Ciudad Mendoza-Nogales por la variedad, calidad y excelente sabor de nuestros productos, destacando por nuestra atención cercana al cliente y entrega de productos rápida consolidando nuestra presencia y posicionamiento en el mercado local en el año 2028.



[Inicio](#) [Menú](#)
[Sobre](#) [Contacto](#)

Pizzas y Alitas CDMX

© 2025 Pizzas y Alitas CDMX

REDES SOCIALES

CREACIÓN DE FANPAGE

Pizzas y Alitas CDMX ya contaba con un perfil profesional en redes sociales; sin embargo, este se encontraba completamente inactivo. Por ello, se optó por crear una nueva fanpage activa y visualmente atractiva, con publicaciones constantes que mostraran sus productos y promociones. Esta fue creada el 24 de abril de 2025.

Como parte del relanzamiento, se llevó a cabo una sesión fotográfica de los productos, destacando la calidad y variedad del menú. Para la foto de portada, se eligió una imagen que muestra diversas pizzas, acompañada del nombre del establecimiento, su eslogan y los datos de contacto.

En cuanto a la foto de perfil, se decidió utilizar la primera versión del logotipo del negocio, con el objetivo de fortalecer su identidad visual y lograr que sea fácilmente recordado por la comunidad y los nuevos visitantes de la página.

