

TORTILLAS EXPRESS

ANGEL DIAZ LAURA BRILLIT

MUÑOZ ACONCHA MARTHA LILIANA

PEREZ LINA MARCELA

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO INTERNACIONAL**



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

ASESOR

MANUEL MÉNDEZ PINZÓN

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES**

BOGOTA D.C

17-MAYO-2017

1. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo es sobre la idea de negocio Tortillas express que es una empresa de producción y ventas de tortillas rellenas con distintos ingredientes nutritivos y de calidad que podrían llegar a remplazar alguna comida.

La importancia de la empresa es el bienestar general de la sociedad que se debe a su papel en el aumento de la productividad. Así, si comparamos los niveles de vida actuales, nuestro producto va enfocado a la satisfacción de los consumidores, con ello podemos tomar una buena posición en el mercado nacional ya que son saludables y nutritivas. Nuestra empresa se caracteriza por la calidad y variedad de nuestros productos.

Gracias a la investigación de mercados que hicimos pudimos evidenciar que las tortillas rellenas competirían con otros alimentos por los que la gente optaba en sus horas para alimentarse y tendría una buena acogida por parte de gran público

Estas tortillas estarían definidas para un mercado objetivo como lo son los estudiantes y trabajadores del centro de la capital del país y que viven un ritmo de vida agitado y necesitan alimentarse rápidamente, pero con alimentos nutritivos y balanceados a un precio accesible para las personas.

Esperamos con nuestra empresa estar posicionados en el mercado en lo que corre del año 2017 para así crear nuevas tiendas en diferentes partes del país y lograr posicionarnos en el mercado nacional siendo reconocidos por la calidad y el sabor de nuestras tortillas rellenas buscando generar confianza en nuestros clientes y lograr que ellos se fidelicen con nosotros y prefieran nuestro productos antes que otros

2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATÉGICA

2.1 Descripción de la idea de negocio

Nuestra empresa es TORTILLAS EXPRESS y está enfocada hacia la venta y producción de tortillas con alto porcentaje alimenticio para toda clase de personas.

Estas tortillas vendrán en distintos tamaños y sabores pasando desde los de sal, dulces, y vegetarianos optimizando al máximo los recursos y teniendo responsabilidad social con el medio ambiente.

2.2 Identidad estratégica

Somos una empresa dedicada a la elaboración de tortillas y buscamos satisfacer las necesidades de nuestros consumidores con nuestro producto de excelente calidad trabajando con esfuerzo y dedicación cada día para que nuestros clientes se sientan satisfechos.

2.3 Futuro Preferido

Para el año 2020 ser una empresa considerada en el mercado de alimentos preparados como una de las mejores por sus altos estándares de calidad, higiene, y así lograr el crecimiento de nuestra empresa para cumplir las exigencias de la sociedad para una alimentación saludable, creando valor para nuestros accionistas y colaboradores y así mismo el reconocimiento nacional de nuestras tortillas rellenas.

2.4 Objetivo General

Nuestra empresa tiene como objetivo alcanzar el reconocimiento nacional con un alto reconocimiento en el área alimenticia, teniendo variedades de sabores para que los consumidores tengan de donde escoger, y ubicación en diferentes sedes alrededor de Bogotá brindando el mejor servicio a la comunidad.

2.5 Objetivos Específicos

- Proporcionar un servicio con calidad donde los clientes puedan escoger diferentes tortillas, según sus gustos y preferencias.
-
- Formular políticas y estrategias competitivas a mediano y largo plazo para asegurar el éxito de nuestra empresa.
- Llevar a cabo una planificación y control de la producción a fin de mantener y mejorar la calidad de nuestro producto.
- Llegar a un alto grado de reconocimiento en Bogotá.

2.6 Valores

Introducción:

Nuestra empresa tiene un comportamiento que nos identifica por medio de unos valores que representan la parte interna de la empresa. Estos valores son fundamentales en nuestra organización son lo que somos y como nos caracterizamos como empresa

Responsabilidad: encargarse de las consecuencias de las cosas que se hacen dentro de la empresa y en su entorno, responder por el trabajo que se encarga cada uno de los miembros de la empresa para así lograr los objetivos.

Pasión: los miembros de nuestra empresa son personas que hacen su trabajo con mucha dedicación y con una actitud positiva para así lograr los objetivos de la empresa.

Puntualidad: cumplir con las obligaciones en el tiempo establecido respetando el tiempo de los más miembros de la empresa y también de nuestros clientes para así poder lograr lo establecido por la empresa.

Honestidad: hacer las cosas con transparencia y claridad cumpliendo con las responsabilidades asignadas en el uso de los recursos materiales y financieros y así cumplir las normas sociales y las leyes.

Solidaridad: tener una disponibilidad de ayudar a los demás compañeros cuando lo necesiten, trabajar juntos todos los que conforman la empresa para así logra la misión y encaminar hacia el logro de la visión.

Equidad: cada miembro de la empresa tendrá lo que le corresponde según criterios ciertos y razonables.

Conclusiones:

Con estos valores podemos ver que nuestra empresa y los miembros están capacitados y tienen claro lo que se quiere lograr y como lograrlo por medio de los valores que se crearon por la empresa para la parte exterior de la empresa.

2.7 Análisis de PESTEL

Introducción:

Con este análisis queremos saber si el entorno de Colombia es viable para nuestra empresa totillas express, también como estar organizada políticamente, como es su economía, también su parte social, las tecnologías que hay, si tienen una ecología y por último la forma legal.

POLÍTICO	ECONÓMICO	SOCIAL
<ul style="list-style-type: none">• La variedad de los impuestos y nuevos impuestos.• Eliminación de ayudas por causa de la corrupción y las crisis económicas.	<ul style="list-style-type: none">• Elevación de intereses por productos o servicios.	<ul style="list-style-type: none">• La preocupación por los aspectos del diseño y la marca, ya que estas serán lo importante.• El desempleo afecta lo social porque la población se ve

		afectada económicamente.
TECNOLOGÍA <ul style="list-style-type: none"> • Las tecnologías de la información y la comunicación (TICS). • Desarrollos tecnológicos que promueven niveles de producción. 	ECOLOGÍA <ul style="list-style-type: none"> • Preocupación por el calentamiento global. • Reciclaje de los residuos. 	LEGAL <ul style="list-style-type: none"> • Leyes de salud y seguridad laboral. • Licencias o leyes sobre el empleo.

Conclusiones:

Nuestro país es viable en algunos aspectos como lo son en la forma ambiente ya que se reciclan los residuos y así no generar desperdicios y contaminación a nuestro país, también en la tecnología ha avanzado nuestro país con las tecnologías de información y comunicación que nos ayudan a comunicarnos más rápido con nuestros clientes y que ellos sepan de nuestra empresa no solo con publicidad física sino también con publicidad virtual, Colombia debe mejorar en la corrupción y las crisis económicas haciendo las cosas con transparencia, nuestra empresa ayudara en la parte del desempleo ya que necesitamos empleados para que sea parte de nuestra empresa.

2.8 Análisis de Porter

1. **Rivalidad entre competidores:** para tortillas express la competencia se encuentra en un nivel medio, ya que no hay muchas empresas establecidas cuyo producto sean las tortillas rellenas, pero nuestra competencia son empresas muy bien

establecidas, identificadas por la gran calidad y sabor de sus productos, nuestro competidor más cercano es crepes and waffles, no tienen el mismo producto, pero es algo similar, son una empresa con una fuerte trayectoria y están muy bien posicionados en el mercado, otros competidores son la neta mexican food, cuyo producto es más al estilo mexicano.

2. **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** la entrada de tortillas express al mercado puede ser un reto teniendo en cuenta todos los recursos que implica crear una empresa además de la competencia que tenemos, algunos factores son la calidad, el sabor y la fidelidad de los clientes
3. **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** existe una gran variedad de productos sustitutos a nivel nacional y a nivel mundial, como lo son los tacos y los crepes, que son distinguidos por su calidad, sabor y precio y que además tienen una gran trascendencia, para que nuestra empresa crezca, debemos mantener nuestro sabor casero y la variedad de tortillas como los son las veganas, dulces, agridulces, etc...
4. **Poder de negociación de los proveedores:** para nuestra empresa los proveedores no tienen un poder de negociación alto ya que los productos necesarios para la elaboración de la tortilla, son comunes y se dan en nuestro país como lo son las carnes, los condimentos, las verduras, etc...
5. **Poder de negociación de los consumidores:** nuestros consumidores tienen un gran poder de negociación ya que, son nuestra fuente de ingresos, al comprar en mayor cantidad se les disminuyen los costos.



Villalobos James (2012), coyuntura económica, Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter

2.9 Análisis DOFA

Introducción:

Con este análisis DOFA buscamos identificar con mayor facilidad el estado en el que se encuentra nuestra empresa y así crear estrategias que nos ayuden a disminuir o eliminar nuestras amenazas y debilidades como organización e incrementar nuestras fortalezas y oportunidades

<p style="text-align: center;">FODA</p> <p style="text-align: center;">TORTILLAS EXPRESS</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Ampliación de los productos.• Mercado flexible.• Oportunidad de desarrollo.• Reconocimiento a nivel nacional.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Crecimiento de la competencia.• Competencia desleal.• Productos sustitutos.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Domicilio en fechas especiales.• El cliente puede escoger la tortilla rellena a su gusto.• Son tortillas caseras.• Son accesible a todo público.• Pueden suplementar cualquier comida del día.	<p style="text-align: center;">FO</p> <ul style="list-style-type: none">• Ofrece gran variedad en los productos para obtener un buen desarrollo y crecimiento como empresa.• Capacitar a los empleados en el servicio al cliente, para que nuestros	<p style="text-align: center;">FA</p> <ul style="list-style-type: none">• Tratar de mantener la calidad y el sabor para que nuestros productos sean distinguidos.• Con nuestros domicilios en fechas especiales crecería el número de clientes y le creceríamos más que la competencia.

	<p>clientes estén a gusto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con la competencia débil, nuestra empresa tiene una ventaja, para obtener más clientes. 	
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos financieros limitados. • Ventas no fijas. • Poca publicidad. • Sin experiencia en el mercado virtual. • Al aumentar la producción se hace compleja la distribución. 	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Invertir en la publicidad, ya que eso nos genera más clientes. • Utilizar las promociones como una herramienta para dar a conocer nuestro producto. • Ampliar nuestra cartera de productos para más ingresos y más clientes. • Contratar personal capacitado para mejorar la distribución. 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal capacitado para enfrentar los problemas administrativos y económicos de la empresa. • Reducir al máximo el margen de pérdidas para mejorar los recursos financieros. • Mantener estándares de calidad, sabor y servicio que nos permitan mantener la fidelidad de nuestros clientes.

Conclusión

Nuestra empresa cuenta con grandes atributos que a su vez son sus fortalezas como la de suplementar cualquier comida y ser accesibles a todas las personas, pero contamos con una amenaza importante que son los productos sustitutos ya que nuestra empresa podría quedar en desventaja frente a otras organizaciones.

En cuanto a nuestras desventajas contamos con poca publicidad y experiencia en los medios, pero gracias a que las redes sociales son un gran medio de difusión podríamos aprovechar esto y así lograr reconocimiento si mantenemos nuestros estándares de calidad

2.10 Cadena de valor

Introducción:

Esto lo realizamos para identificar y organizar las áreas de la empresa y especificar lo que maneja cada una, con el objeto de conocer esta y crear estrategias para mejorar los procesos de servicio, producción, etc., nos sirve también para identificar las ventajas que tiene nuestra empresa y así fortalecerlas.

Infraestructura	Contamos con una cede ubicada en el centro de Bogotá			
Recursos humanos	Trabajadores altamente capacitados, especialmente madres cabeza de hogar, cuentan con recursos para mejorar su calidad de vida.			
Desarrollo tecnológico	La empresa cuenta con la maquinaria necesaria para la elaboración del producto que nos permita una atención mucho más eficaz			
<p data-bbox="126 741 337 772">Logística interna</p> <ul data-bbox="126 930 386 1423" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="126 930 386 1014">• Manipulación de los alimentos <li data-bbox="126 1171 386 1255">• Almacenamiento de los alimentos <li data-bbox="126 1339 386 1423">• Control de inventarios 	<p data-bbox="467 741 630 772">operaciones</p> <ul data-bbox="467 909 678 1608" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="467 909 678 1045">• Preparación de los alimentos <li data-bbox="467 1129 678 1213">• presentación del producto <li data-bbox="467 1297 678 1381">• limpieza y aseo <li data-bbox="467 1465 678 1608">• control de preparación y calidad 	<p data-bbox="743 741 954 772">logística externa</p> <ul data-bbox="743 909 987 1549" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="743 909 987 1045">• procedimiento para los pedidos <li data-bbox="743 1129 987 1266">• entrega y atención de los pedidos <li data-bbox="743 1297 987 1381">• nivel del servicio <li data-bbox="743 1465 987 1549">• mantenimiento y limpieza 	<p data-bbox="1076 741 1214 772">Marketing</p> <ul data-bbox="1060 909 1279 1329" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1060 909 1279 1108">• publicidad (redes sociales, pagina web) <li data-bbox="1060 1182 1279 1213">• promociones <li data-bbox="1060 1297 1279 1329">• ganchos 	<p data-bbox="1360 741 1498 772">Post venta</p> <ul data-bbox="1352 909 1555 1329" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1352 909 1555 1150">• Base de datos para el control de nuestros clientes <li data-bbox="1352 1234 1555 1329">• Buzón de sugerencias

2.11 Estrategia competitiva

Por medio de una base de datos estaremos monitoreando a nuestros clientes y así mismo estaremos manejando nuestros inventarios para tener en cuenta a la hora de realizar un pedido

Realizaremos publicidad por medio de redes sociales ya que este es el mejor medio de comunicación para darnos a conocer y lograr reconocimiento y recordación.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 Objetivos del Estudio de Mercados

- Identificar el consumo de comida rápida en las personas actualmente.
- Conocer las preferencias a la hora de consumir tortillas.
- Reconocer si las tortillas pueden suplir alguna comida del día.
- Saber en qué horarios sería más fuerte el consumo de las tortillas.
- Analizar el consumo de comida saludable.
- Deducir qué tipo de servicio le agrada al cliente.
- Detallar los gustos de nuestros clientes en cuanto a las bebidas para acompañar las tortillas.

3.2 Definición del mercado objetivo

El mercado que pensamos alcanzar con nuestra empresa son los estudiantes de las distintas universidades y trabajadores del centro histórico de la capital que por la falta de tiempo tienen o prefieren consumir alguna comida que sea rápida, pero con la ventaja de que nuestras tortillas los alimenten, estas son accesibles para todas las personas ya que son económicas.

3.3 Metodología de Investigación

La metodología que seleccionamos fue la encuesta ya que es más fácil identificar las preferencias que tiene los consumidores y poderlos satisfacer en esa necesidad.

La encuesta que utilizamos para nuestra empresa tortillas express consta de 20 preguntas las cuales se hicieron del modo de selección múltiple, 6 de esas preguntas fueron con más de una respuesta y las demás de una sola respuesta. Se encuestaron 101 personas en la cual 45 fueron mujeres y 56 fueron hombres. Con las preguntas que hicimos en la encuesta queríamos saber los rangos de las edades de las personas que más comen tortillas rellenas, las preferencias del consumidor sobre qué tipo de tortilla prefiere y el relleno con que ingredientes, también el presupuesto que ellos poseen para comprar la tortilla y el tiempo que disponga el consumidos a la hora de comer algo.

Con este método queremos llegar al punto de saber cómo quiere el consumido el producto como lo quiere y en dónde lo quiere.

3.4 Análisis de Investigación

Esta encuesta fue realizada a 101 personas de edades entre 15 y más de 59 años, por medio de redes sociales, con el objetivo de identificar la viabilidad de nuestro producto, también mediante esta queremos reconocer las preferencias de nuestros clientes, sobre las bebidas de acompañamiento, la atención que les gustaría recibir, la ubicación en la que querrían encontrar el punto de venta, el precio que estarían dispuestos a pagar, y así poder ofrecerles el mejor producto, en el lugar indicado, con el mejor precio y la mejor atención.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos del Plan de Marketing

- Consolidar un nivel de satisfacción y fidelización de nuestros clientes con nuestras tortillas rellenas
- Aumentar los niveles de ventas de nuestras tortillas
- Realizar apertura de tiendas en las principales ciudades del país
- Trabajar con profesionalidad en cada una de las áreas de nuestra empresa
- Ser reconocidos por nuestros clientes como una de las mejores empresas productoras de tortillas a nivel de calidad y sabor.

- Desarrollar estrategias para generar una mayor producción y competitividad en el mercado.
- Cumplir con nuestros clientes mejorando cada vez más la calidad y el servicio de nuestras tortillas.
- calidad de vida de nuestros empleados

4.2 Estrategia de producto

Nuestras tortillas express vienen en distintos tamaños, por lo que son rellenas están envueltas, los clientes eligen los ingredientes que quieren consumir, si estás van a ser consumidas en el lugar serán presentadas en un plato con su respetiva decoración y si se van a consumir fuera del local estás se empacaran en bolsas de aluminio contramarcadas con la información de nuestra empresa.

Nuestra empresa tiene el enfoque hacia la calidad de nuestros productos con un alto grado de satisfacción del cliente usando todas las normas de higiene en el proceso de preparación ejemplo de ello es en el personal usando tapabocas, guantes, cabello totalmente recogido y cubierto con gorro, así mismo el aseo de estos antes de iniciar el proceso de preparación de los alimentos. También dispone de un ambiente de trabajo adecuado para lograr la conformidad con los requisitos del servicio. La empresa ha dispuesto una serie de recursos que garantizan unas condiciones higiénico-sanitarias y de trabajo óptimas. Nuestros productos son empacados con un tipo de material reciclable muy completo que ayuda al medio ambiente, también se contara con una inspección diaria antes de empezar a preparar los productos y que todos estén en buen estado y totalmente desinfectados antes de ser usados para la preparación de nuestros productos.

Nuestro producto tiene unas características técnicas que son:

Usos:

Producto listo para consumir. Después de calentarse acompañar con guacamole o con diferentes salsas

Vida útil:

un (1) día(s) sin refrigeración

Ingredientes:

Lechuga, queso, jamón, pepperoni, champiñones, tomate, tortilla de maíz, tortilla integral, salsas, carne, pollo o mixta y para personas que no les agrade tanto las tortillas de sal les tenemos tortillas dulces, sus ingredientes son: frutas (mango, fresa, piña), arequipe, crema de leche o leche condensada.

También nuestro producto tiene unas características organolépticas que nos van a permitir visualizarlo saber cómo es su sabor y su olor:

Sabor: El sabor que se obtiene depende del ingrediente principal que sea seleccionado por el cliente siendo este agradable al gusto ya que es agradable al paladar

Textura: la textura del producto sin importar el ingrediente principal que elija el cliente la textura va a ser crocante.

Olor: el olor es agradable ya que sin importar el ingrediente principal el aroma es dulce o de sal como lo prefiera el cliente.

Color: el producto cuenta con varios colores ya que lleva varios ingredientes y salsas todos de distintos colores; amarillo, rojo, verde, blanco.

La estrategia de nuestro producto es que tenemos tortillas rellenas para las personas que son vegetarianas y también nuestros clientes pueden escoger los ingredientes que deseen en su tortilla rellena.

Tortilla mixta



Tortilla vegetariana



4.2.1 Estrategia de marca

Nuestra marca es TORTILLAS EXPRESS nosotros escogimos ese nombre para identificarnos como una empresa eficiente a la hora de entregar el producto y en servicio.

Nuestro slogan es DELICIOSA TRADICIÓN A TÚ ALCANCE ya que es cacera y su precio se ajusta al bolsillo de los clientes.

Los colores de nuestro logotipo son el amarillo que es el que capta la atención y estimula el apetito y un ambiente agradable, el verde es el color de lo saludable y como el amarillo el verde también estimula el apetito



4.2.2 Estrategia de empaque

Las tortillas serán empacadas en bolsas de aluminio, estas bolsas son aptas para la conservación de los alimentos y es fácil de usar para que haya un menor desperdicio de los alimentos, la bolsa en su exterior estará estampada con la marca, el logo y slogan de la empresa. El tamaño de la bolsa es mediano y entra perfectamente el producto.



4.2.3 Estrategia de servicio postventa

Después de prestar el servicio los empleados deben ser amables y agradecer por la compra, se contará con un buzón de sugerencias y una base de datos que nos sirva para hacer encuestas telefónicas del producto, en el caso de los domicilios (en fechas especiales) se llamará a verificar la entrega del producto y se evaluara, todo esto con el propósito de mejorar cada vez más y tener en cuenta a nuestros clientes.

4.3 Precio

Introducción:

El precio de las tortillas rellenas es accesible para todo tipo de cliente, la tortilla rellena mixta es más cara ya que sus ingredientes como la carne y el pollo tienen más alto costo

que los ingredientes de la tortilla rellena vegetariana que es más nutritiva y por eso la hace más económica.

Mixta:

$$\$6200 * 25\% = \$7812$$

Vegetariana:

$$\$5500 * 26\% = \$6930$$

Los miércoles se hará una promoción que será pague una tortilla y lleve la otra a mitad de precio (pueden ser productos iguales o si son productos diferentes se pagara completo el producto de mayor valor)

4.4 Estrategia de publicidad

La publicidad se realizará por medio de las redes sociales diariamente, ya que es un medio de comunicación eficaz que nos da a conocer información muy rápidamente generando resultados positivos para nuestra empresa

Por medio de estas redes sociales se darán bonos de descuentos o promociones para llamar la atención y dar a conocer nuestras tortillas rellenas

4.4.1 Plan de medios

A través de las redes sociales como Facebook, twitter e Instagram se crearan unos bonos de descuentos que solo se podrán redimir el día que corresponde a la promoción, estos bonos saldrán cada semana por medio de las redes sociales anteriormente y se podrá encontrar las promociones que se encuentran vigentes en nuestra tienda o los próximos descuentos

Vamos a hacer pautas comerciales en radio figurando en ella 10 veces diarias y dando a conocer nuestro producto

Realizaremos pautas comerciales en televisión figurando en ella 5 veces diarias

4.5 Estrategias de promoción

Nos vamos a dar a conocer mediante bonos de descuento en las redes sociales y radio, cupones en el periódico, comerciales de 2x1 en televisión, y happy hours difundiendo nuestra página en las redes.

4.6 Estrategia de Distribución

Nuestra empresa tortillas express cuenta con proveedores directos que nos ahorran dinero y tiempo ya que disminuimos el canal de distribución, la central de abastos nos abastece a precios más bajos

Vamos a estar ubicados en un local cerrado que nos permita que las personas conozcan nuestra marca y nuestros productos caracterizados por la calidad y sabor de nuestras tortillas

4.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

Tortillas rellenas mixtas

AÑO	ENERO			FEBRERO		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$7.800	265	\$2.067.000	\$7.800	270	\$2.108.340
2018	\$8.000	369	\$2.952.268	\$8.000	413	\$3.306.540
2019	\$8.200	1592	\$13.052.676	\$8.200	1974	\$16.185.319
AÑO	MARZO			ABRIL		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$7.800	276	\$2.150.507	\$7.800	281	\$2.193.517
2018	\$8.000	422	\$3.372.671	\$8.000	472	\$3.777.391
2019	\$8.200	2013	\$16.509.025	\$8.200	2496	\$20.471.191

AÑO	MAYO			JUNIO		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$7.800	287	\$2.237.387	\$7.800	293	\$2.282.135
2018	\$8.000	482	\$3.852.939	\$8.000	539	\$4.315.292
2019	\$8.200	2546	\$20.880.615	\$8.200	3158	\$25.891.963
AÑO	JULIO			AGOSTO		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$7.800	298	\$2.327.778	\$7.800	304	\$2.374.333
2018	\$8.000	550	\$4.401.598	\$8.000	616	\$4.929.790
2019	\$8.200	3221	\$26.409.802	\$8.200	3994	\$32.748.154
AÑO	SEPTIEMBRE			OCTUBRE		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$7.800	310	\$2.421.820	\$7.800	317	\$2.470.256
2018	\$8.000	629	\$5.028.385	\$8.000	704	\$5.631.792
2019	\$8.200	4074	\$33.403.117	\$8.200	5051	\$41.419.866
AÑO	NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$7.800	323	\$2.519.661	\$7.800	329	\$2.570.055
2018	\$8.000	718	\$5.744.427	\$8.000	804	\$6.433.759
2019	\$8.200	5152	\$42.248.263	\$8.200	6389	\$52.387.846

Tortillas rellenas vegetarianas

AÑO	ENERO			FEBRERO		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$6.900	216	\$1.490.400	\$6.900	220	\$1.520.208
2018	\$7.100	301	\$2.135.660	\$7.100	337	\$2.391.939
2019	\$7.300	1297	\$9.471.450	\$7.300	1609	\$11.744.598
AÑO	MARZO			ABRIL		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$6.900	225	\$1.550.612	\$6.900	229	\$1.581.624
2018	\$7.100	344	\$2.439.777	\$7.100	385	\$2.732.551
2019	\$7.300	1641	\$11.979.490	\$7.300	2035	\$14.854.567
AÑO	MAYO			JUNIO		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$6.900	234	\$1.613.257	\$6.900	238	\$1.645.522
2018	\$7.100	393	\$2.787.202	\$7.100	440	\$3.121.666
2019	\$7.300	2076	\$15.151.658	\$7.300	2574	\$18.788.056
AÑO	JULIO			AGOSTO		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$6.900	243	\$1.678.432	\$6.900	248	\$1.712.001
2018	\$7.100	448	\$3.184.099	\$7.100	502	\$3.566.191

2019	\$7.300	2625	\$19.163.818	\$7.300	3255	\$23.763.134
AÑO	SEPTIEMBRE			OCTUBRE		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$6.900	253	\$1.746.241	\$6.900	258	\$1.781.166
2018	\$7.100	512	\$3.637.515	\$7.100	574	\$4.074.017
2019	\$7.300	3320	\$24.238.397	\$7.300	4117	\$30.055.612
AÑO	NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	PRECIO UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
2017	\$6.900	263	\$1.816.789	\$6.900	269	\$1.853.125
2018	\$7.100	585	\$4.155.497	\$7.100	656	\$4.654.157
2019	\$7.300	4200	\$30.656.724	\$7.300	5207	\$38.014.338

La proyección de ventas de nuestra empresa tortillas expresas lo enfocamos en los años 2017, 2018 y 2019 en la cual cada año nuestro producto va aumentar el precio de \$200 ya que cada año los ingredientes que vamos a necesitar para nuestro producto aumentan de precio y así mismo la canasta familiar aumenta, tenemos dos tipos de tortillas rellenas que son las mixtas y las vegetarianas con esta proyección vemos hay más consumidores de tortillas rellenas mixta que vegetarianas, cada año aumenta las cantidades que vamos a vender por el reconocimiento y nuestra calidad en el producto y en el servicio.

5. CONCLUSIONES

- La empresa tiene una gran ventaja al tratar un producto que es nutritivo de fácil acceso y que además trata de ser muy tradicional, esto les brinda a nuestros clientes una mayor satisfacción a la hora del consumo
- La empresa quiere mejorar el servicio al cliente y diferenciarse por la atención con sus clientes, para esto se busca mantener un servicio post-venta que no solo nos ayude a mantener una buena relación con nuestros clientes y fidelizarlos, si no que nos permita mediante esto obtener un mejor producto
- Las redes sociales serán una importante fuente de publicidad para nuestra empresa, ya que estaremos ubicados en el centro de la ciudad, lo que indica la alta presencia de estudiantes universitarios, para lograr llegar a ellos es necesario utilizar estos medios, ya que hacen parte de su diario vivir.
- La empresa ofrece un producto que sirve para suplementar alguna comida por su valor nutritivo, esto lo hicimos pensando en que las personas ahora no tienen suficiente tiempo para comer y necesitan algo ligero, que alimente y que sea además económico.

Cibergrafía

.

5 fuerzas de porter: Villalobos. James (2012) coyuntura económica, Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter. Perú. Recuperado de:
<http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>.