



Nombre del alumno: Ana Guadalupe Del Ángel Vázquez

Nombre del profesor: Lic. Alejandro Cordero

Nombre del trabajo: PLAN DE NEGOCIOS EL TOSTÓN

Materia: Desarrollo empresarial

Grado: 6° Cuatrimestre

Grupo: Medicina Veterinaria

Ocosingo Chiapas a 20 de Junio de 2020.

EL TOSTÓN



INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

RAZÓN SOCIAL

Grupo el Tostón S.A DE C.V

NOMBRE COMERCIAL

EL TOSTÓN

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Una empresa dedicada a ampliar la gama de productos ofertada en el mercado

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Productos 100% mexicanos, hechos a base de Maíz, con diferentes presentaciones y diferentes técnicas de preparación, ya sean horneadas o fritas.

ESTRATEGIA COMPETITIVA

- Calidad
- Bajos precios
- Variedad

PLAN ESTRATÉGICO

MISIÓN

Deleitar a cada uno de nuestros consumidores con nuestros sabores y garantizar la mejor calidad, ofreciendo productos que cuiden de su salud.

VISIÓN

Ser una de las empresas más reconocidas a nivel nacional, así también, ser líderes en exportaciones a otros países y tener las mejores ventas a nivel nacional.

VALORES

- Calidad
- Respeto
- Honestidad
- Garantía

OBJETIVO

A corto plazo:

Mantener la producción que la empresa realice hasta la fecha y que salgan las ventas

Mediano plazo:

Incrementar las ventas y la producción de la empresa.

Largo plazo:

Llevar la empresa diferentes lugares a nivel nacional e internacional

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ANÁLISIS DE MERCADO

Se realizó el análisis dentro de la zona, y no se encontró una empresa existente que se dedicara a la producción de tostadas de ningún tipo, pero se encontró que hay tostadas en la zona que son reconocidas a nivel nacional y son más grandes, como la empresa Milpa Real o Mission.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Nuestro producto va dirigido al público en general, ya que este producto piensa en todas las familias mexicanas

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Se hizo el análisis en la zona y encontramos que la competencia es básicamente las tostadas caseras, que hacen en la misma localidad, y encontramos productos de otras empresas que reparten a nivel nacional y son muy comerciales, como las antes mencionadas.

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

FORTALEZAS

- Trabajo en equipo
- Motivación
- Comunicación
- Variedad de productos
- Conocimiento del mercado

OPORTUNIDADES

- Materias primas accesibles
- Proveedores
- Desarrollar productos nuevos
- Ofrecer empleos

DEBILIDADES

- Estabilidad económica
- Deficiencia en la estrategia de Marketing

AMENAZAS

- La competencia de tostadas caseras
- Creación de empresas que se dediquen a lo mismo
- Deslealtad por parte del personal

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

- Tener diferentes puntos de publicidad
- Tener diferentes puntos de ventas dentro de la localidad; como en pequeñas empresas
- Llegar a restaurantes, centros botaneros y bares.

PROCESO PRODUCTIVO

MATERIALES

Maíz

Aceite

Sal

Agua

EQUIPO DE PRODUCCIÓN

Horno

Cazuela

Comales

Molino

Tortillera

Tanque de gas

ESTUDIO ECONÓMICO

PLAN DE INVERSIONES INICIALES

\$108,000 CAPITAL

RENTAS:

\$4,000

Local

SUELDOS:

\$85,000

15 trabajadores con un sueldo de \$3,000 al mes c/u.

8 inversionistas con un sueldo de \$5,000 al mes c/u

MATERIA PRIMA:

\$16,000

\$4,000 a la semana

PUBLICIDAD:

\$2,000

Periódico

Volantes

RETORNO DE INVERSIÓN

INGRESOS:

\$140,000 MENSUALES

EGRESOS:

\$107,000 MENSUALES