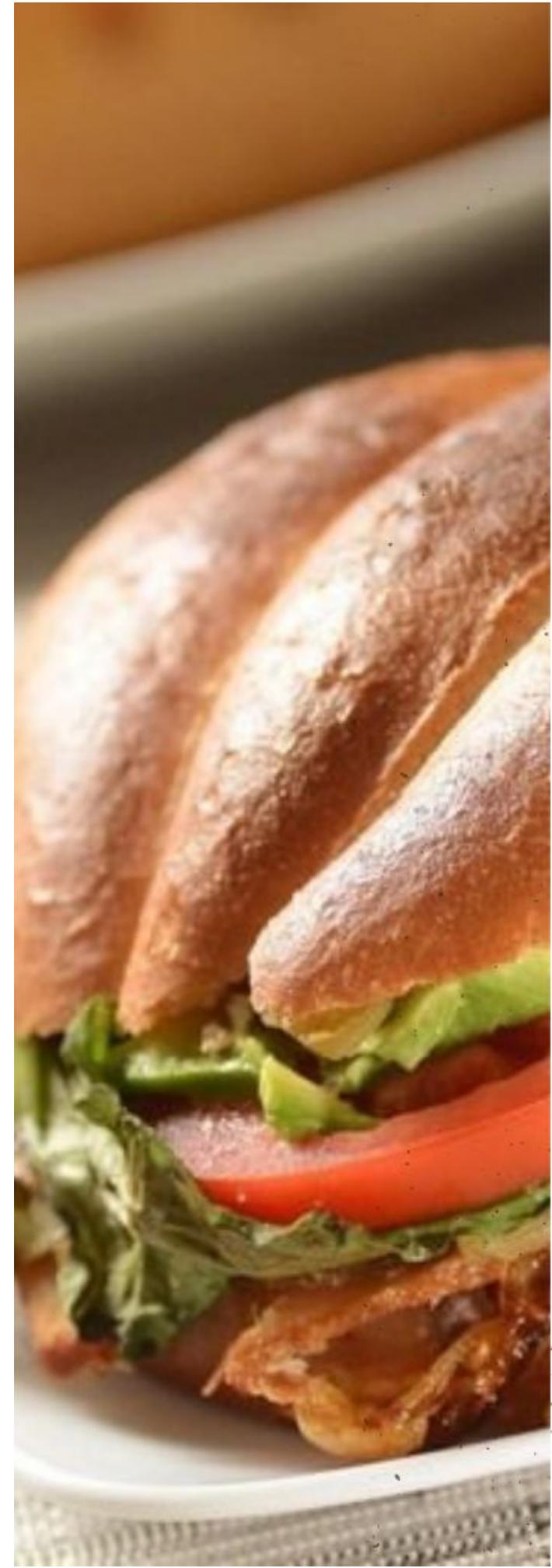




A Torta  
Madre

PLAN DE  
**MERCADOTECNIA**

**AGOSTO-  
DICIEMBRE  
2018**



# ÍNDICE

## A TORTA MADRE

Bienvvenida.....	03
Logo.....	04
Políticas.....	05
Antecedentes.....	07
Misión, Visión y Valores.....	08
Planeación Estratégica.....	09
Producto.....	09
Análisis del Segmento de Mercado.....	12
Plaza.....	13
Creación del menú y producto.....	15
Análisis de la encuesta.....	16
Menú.....	19
Análisis de la Competencia.....	20
Análisis de los Factores.....	21
Promoción.....	23
Precio.....	26
Costos.....	27
Personal.....	29
Proceso.....	30
Packaging.....	32
Presentación.....	33
FODA.....	34
Cruces FODA.....	35
Modelo de Negocios.....	38
Explicación CANVAS.....	39



# BIENVENIDOS

“A Torta Madre” busca crear una experiencia única para el paladar de sus clientes a través de los sabores y texturas de nuestros productos. Nos enfocamos en brindarle a nuestro cliente diversión, relajación y originalidad.

Con nuestras tortas de alta calidad y precios únicos, disfrutarás del mejor local y los servicios que brinda, junto con nuestro personal, el cual te proporcionará una excelente atención.

Te transportaremos a un lugar lleno de folclor y minimalismo para que disfrutes al máximo una exquisita comida.

Desde el 2018 nuestras tortas han sido y siempre serán de la mejor calidad, con un sabor único y con un precio “A torta madre”.

Nuestra pasión es conseguir los mejores ingredientes para así proporcionar un producto de la más alta calidad, brindando un excelente servicio, en un fantástico lugar.

Nuestra felicidad es hacer tortas, pero nuestra pasión es hacer feliz el paladar de nuestro cliente.



A Torta  
Madre



Al Corle  
Madre!



# Políticas

## **Con nuestro equipo:**

1. Participar en TODAS las actividades por escrito que se tengan que entregar de tarea para el profesor.
1. No faltar a las clases para mantenernos al día con las entregas del equipo. (En caso de faltar, cada quien es responsable de ponerse al día con el equipo, para saber cuál será su trabajo a realizar para reponer su falta en la clase).
2. Estar atentos a la fecha de entrega de los trabajos y entregarlos siempre con calidad y en tiempo.
3. No faltar a las juntas de equipo y llegar a tiempo.
4. Todos serán igualmente responsables y harán su mayor esfuerzo para conseguir lo necesario (capital, patrocinadores, materiales, ventas, etc.) para la feria.
5. Todos tendremos tolerancia y respeto en torno a las a las ideas que de los integrantes para un buen desarrollo del equipo.
6. Tener un trato justo y honesto con respecto al trabajo en equipo.
7. Buscar siempre el bienestar y lo mejor para la trayectoria y el resultado final del proyecto.
8. Mantener un ambiente de participación activo donde todos proporcionen nuevas ideas, las cuales serán escuchadas.
9. Todas las ideas serán escuchadas con respeto y serán tomadas en consideración a la hora de tomar una decisión.
10. Se establecerán metas y objetivos que sean realistas y con fecha límite.

## **Con nuestros proveedores y patrocinadores:**

1. Mantener siempre las condiciones establecidas con nuestros proveedores.
2. Tener siempre presentes a nuestros proveedores al utilizar sus nombres como representación de nuestros productos.
3. Brindarles todo el patrocinio acordado y si es posible incluir más.
4. Que los productos que nosotros ofrezcamos a los clientes siempre sean de su agrado.
5. Dar una buena imagen de las marcas patrocinadoras hacia nuestros clientes en todo momento.



### **Con nuestros clientes**

1. Proveerles siempre nuestros productos hechos al momento y con los productos de mejor calidad.
2. Contar con reglamento de higiene para la elaboración de nuestros productos y dentro de nuestra cocina
3. Ofrecer promociones antes de la feria y durante la feria.
4. Promover “A Torta Madre” por todos los medios posibles para que nuestra propuesta y productos lleguen a donde estén
5. Que nuestra imagen sea de su agrado y se sientan apegada a ella.
6. Establecer un precio justo conforme al costo del producto.
7. Crear una imagen única y diferente en comparación a los otros stands,
8. Fomentar una cultura para la protección del medio ambiente.  
Brindarle la mejor atención al cliente.



## A N T E C E D E N T E S

*Hace unos pocos años dos jóvenes con pasados y orígenes opuestos disfrutaron de una experiencia gastronómica que los llevaría a fundar un establecimiento único, en el cual se puede gozar un platillo típico mexicano de sabor inigualable, rodeado de la gente que quieres, olvidar lo que pasa alrededor y concentrarse en el momento que realmente importa; el presente.*

*El joven Pedro de Monterrey llegó a la ciudad de Querétaro, con miedo y poco entusiasmo, se le hacía innecesario el cambio de estado sin embargo esa había sido la decisión de sus papás.*

*Una escuela nueva, nuevos amigos, un estilo de vida diferente y el mayor temor: no lograr sentirse como en casa. Todo parecía ir mal hasta que conoció a Santiago un joven queretano, que compartía sus ideales sobre cómo ver la vida, pero sobre todo el amor por la comida y por pasar un buen momento rodeado de la gente que quieres.*

*Al principio llegar a un equilibrio gastronómico parecía un reto para la amistad, los dos tenían preferencias de sabores, palabras, tonos y acentos diferentes. Cada día parecía una constante competencia sobre que gastronomía era mejor.*

*Esta competencia continuó hasta que un día, ambos llevaban una torta para comer y aunque parecieran diferentes las dos habían sido creadas alrededor de la misma base: el lograr disfrutar de un platillo típico, conformado por ingredientes de alta calidad. Fue cuando decidieron intercambiar sus tortas y darle una verdadera oportunidad a opinión del otro, y sobre todo aceptarla. Para su sorpresa los dos quedaron encantados por los diferentes sabores que habían probado, y fue entonces cuando se propusieron compartir esta experiencia con todas las personas que pudieran... el proyecto consistía en abrir un local donde la gastronomía típica de dos estados se fusionaran en el platillo de un país, donde la gente se sintiera a gusto y "como en casa", donde se pudiera olvidar el pasado, dejarse de preocupar por el futuro y comenzar a disfrutar más el presente.*

*Desde ese momento comenzó la historia de "A Torta Madre". Ese lugar en el cual todas las personas son bienvenidas a no sólo disfrutar de una deliciosa torta si no que a vivir toda una experiencia gastronómica rodeado de la gente cercana o de nuevos amigos. "A Torta Madre" te invita a formar parte de su familia, el lugar donde los sabores se fusionan, los buenos ratos se pasan con la gente querida y se logra apreciar lo que realmente importa; el presente.*


## *Misión*

Dejar satisfechos a todos los clientes y conseguir el primer lugar en cualquiera todas las categorías de la feria de mercadotecnia del semestre Agosto-Diciembre 2018.



## *Visión*

Ser el stand con el mejor servicio y un producto de calidad con un sabor excepcional a nuestro cliente, que se sienta cómodo al comprar una torta en “A torta madre”.



## *Valores*

Los valores con los que “A torta madre” se guía son:

- Respeto
- Tolerancia
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Honestidad
- Lealtad



# Planeación Estratégica

“A torta madre” busca desarrollar un producto innovador para un mercado existente. Para ello es importante realizar un análisis de los factores que afectan al mercado, la competencia y el producto en sí. De esta forma se podrá definir, a través de una planeación estratégica, las estrategias de venta y de promoción para conseguir con éxito que nuestro producto entre en el mercado.



A diario todas las personas experimentan el “hambre”. Esta necesidad es satisfecha a través de distintos alimentos y gracias a la cultura gastronómica de México, las personas que se encuentran en dicho territorio tienen una inmensa variedad de opciones para satisfacer dicha necesidad. Una comida típica mexicana son las famosas tortas, compuestas típicamente por un pan , conocido como telera, partido a la mitad y relleno de distintos ingredientes.

Nuestra torta se diferencia del resto por tener el mejor sazón, los mejores acompañamientos, la mejor presentación y las mejores promociones. Con diferentes ideas y puntos de vista, nace “A Torta Madre”, un puesto de comida que no sólo ofrece una deliciosa torta, si no que toda una experiencia a través de su sabor.

“A Torta Madre” cuenta con tres tipos de tortas diferentes, las cuales son la *torta de carnitas*, la *torta surtida* y la *torta de pierna (preparada al delicioso estilo noreste)*, representando la gastronomía tradicional de México, la cual se ha fusionado con otras costumbres y estilos adquiridos con la modernidad. La elección de los tipos de tortas se basaron en dos regiones de México, una inspirada en el Centro y la otra representando el Norte del país.

Nuestro producto es muy sencillo de preparar y sus ingredientes de conseguir. El increíble descuento de la compra de su famosa salsa verde, las carnitas, las carnitas con cuerito y el agua de limón y pepino fue conseguido con nuestro socio estratégico “El Hotel Mirage”. Por otro lado, la carne de pierna cocinada al estilo noreste fue comprada en “Carnicerías San Juan”. Quisimos introducirnos más en el mercado y por ende, uno de nuestros postres es una galleta de chispas de chocolate casera, que vende una estudiante de profesional del Tecnológico de Monterrey.



Para el día de la feria, todos nuestros ingredientes estarán listos para servir, con excepción del aguacate, que será cortado al momento para mantener su frescura. Para agilizar nuestro servicio, sólo necesitaremos tener todo caliente. Usaremos una estufa eléctrica para mantener la proteína a buena temperatura y el pan estará recién preparado para que nuestro cliente disfrute de la sensación crujiente.

La **torta de carnitas** es bastante común en la región Centro del país. Específicamente se puede conseguir en distintos puestos o restaurantes mexicanos alrededor de San Juan del Río o Querétaro; en cambio, **la torta de pierna es típica de la región del Norte**, es fácil encontrarla en Monterrey o Chihuahua, en diversos puestos alrededor de la ciudad y muy comúnmente afuera de los estadios de fútbol.



Las tortas de “A Torta Madre” son preparadas en el momento para que el cliente pueda disfrutar de la combinación de sabores y texturas. Nuestro producto será vendido en combos con la única diferencia del tipo torta. Cada combo se compone por una torta, que consta de una crujiente telera, la proteína a escoger, con opción de añadirle: mayonesa, aguacate, chicharrón, lechuga, pico de gallo y/o salsa verde, se dará también un “side”/guarnición de rajas, una botella de 350 ml de agua de limón con pepino y chia, una galleta de chispas de chocolate y un postre sorpresa.

# ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE MERCADO

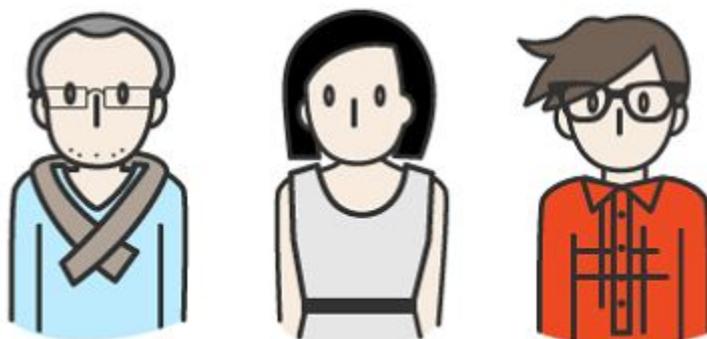
*Análisis del segmento de mercado*

El producto se puede comercializar dentro del Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro, siendo necesarios distintos utensilios y herramientas para la correcta preparación de las tortas, como pueden ser una plancha eléctrica y una mesa de apoyo para el empaque de las mismas.

Su introducción al mercado sería a través de una propuesta B2C debido a que el negocio es el que está ofreciendo directamente el producto final a los clientes o consumidores. Se busca implementar estrategias de marketing digital para que tanto los estudiantes como trabajadores puedan identificar el producto que se ofrece, además de las promociones que podrían existir.

El nicho de mercado es un grupo de personas que tienen los mismos intereses y buscan satisfacer una necesidad en común, a través de un producto destinado a cubrir dicha necesidad de un nicho en específico. “A Torta Madre” en esta feria de mercadotecnia estará enfocada en los hombres y mujeres “millennials” o generaciones “Y” y “Z”; de acuerdo a la Encuesta Intercensal en el 2015 el 25.7% (30.6 millones) de la población total del país tenían de 15 a 29 años. De acuerdo a nuestra capacidad de producción hemos encontrado varias empresas automovilísticas de Querétaro, las cuales debido a sus necesidades y capacidad económica para la adquisición de los combos que serán ofrecidos por “A Torta Madre” serán consideradas un micro nicho de mercado.

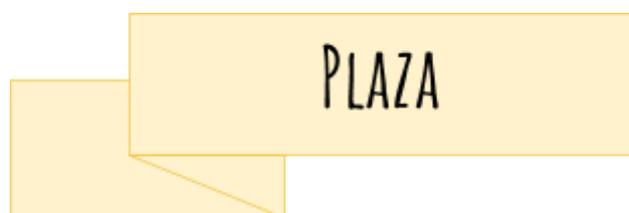




## TIPOS DE GENERACIONES

Gracias a que el campus cuenta con un gran número de personas las cuales tienen la necesidad diaria de satisfacer su hambre, la ubicación podría potencializar las ventas del producto.

El negocio está formado por estudiantes de carrera, de entre 19 y 21 años, los cuales buscan ofrecer una experiencia increíble al paladar de sus clientes utilizando sus sabores; y es por ello que el nombre es “A TORTA MADRE”, inspirado en nuestro lema “*Haremos feliz a tu paladar*”.



Ya que se define el nicho de mercado, se debe hacer una segmentación para determinar la Plaza: Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro.



## *Segmentación Geográfica:*



Según datos del INEGI en el 2015 , la ciudad de Querétaro, Querétaro tenía una población 2,038,372 habitantes, de esta cantidad solamente escogeremos a jóvenes de una determinada edad (15 a 29 años) ya que así se podrá satisfacer las necesidades de manera más específica, debido al ambiente de competencia. La feria de mercadotecnia se llevará a cabo en el Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro ubicado en la zona urbana de la ciudad, el día 13 de Noviembre de 2018. Este dato impactará en la asistencia a la feria de mercadotecnia, ya que según el INEGI el 70% de la población queretana está ubicada en dicha zona.

## *Segmentación Demográfica:*



De acuerdo a la variable demográfica se puede ver que la población del estado de Querétaro es casi igual con un porcentaje de 51.3% mujeres y un porcentaje de 48.7% hombres. Según la investigación realizada previamente se puede concluir que hay estudiantes dentro de la universidad que forman parte de la generación, la cual representa una gran parte de posibles consumidores de “A Torta Madre”. El nivel socio-económico de los potenciales clientes son de clase media “C”, clase media alta “C+”, y clase alta “A/B”.

## *Segmentación Psicográfica:*



Buscamos implementar la experiencia multisensorial, no será únicamente la acción de comprar y comer la torta. Sino se busca a través de la ubicación y diseño del stand poder crear un ambiente divertido y juvenil para todos los clientes que buscan algo diferente. Nuestra imagen expresa un ambiente relajado es por eso que queremos que nuestros clientes solamente enfocados en disfrutar de su deliciosa comida y relajarse un rato.



## *Segmentación por Beneficios:*



Se puede ubicar en el momento en el que los clientes reflejan que les gusta recibir algo a cambio por consumir cualquiera de nuestros productos. Por medio de las preventas se podrá ofrecer al cliente un postre especial, demostrando a todos los clientes que al consumir un producto de “A Torta Madre” obtienen beneficios extras.

## **CREACIÓN DEL MENÚ Y EL PRODUCTO** *Creación del menú y el producto*

Una vez definido el nicho de mercado, se decidió realizar una encuesta por medio de redes sociales, para lograr conocer los gustos y preferencias del mismo. De esta forma será más sencillo y efectivo seleccionar las estrategias que serán implementadas para llamar su atención y que se conviertan en clientes.

Conociendo a nuestro mercado meta, nos enfocamos en sus preferencias y gustos para poder crear un producto que satisficiera sus necesidades, de esta manera contamos con la seguridad de que nuestro producto y menú final contarán con la aprobación del consumidor.

# Análisis de encuestas realizadas

Del 12 al 16 de octubre del 2018. 60 respuesta evaluadas para evaluar nuestro mercado.

## ¿Qué es una buena torta?

PEDIMOS QUE DESCRIBIERAN LA TORTA IDEAL EN TRES PALABRAS Y LA MAYORÍA USO LAS SIGUIENTES PALABRAS:

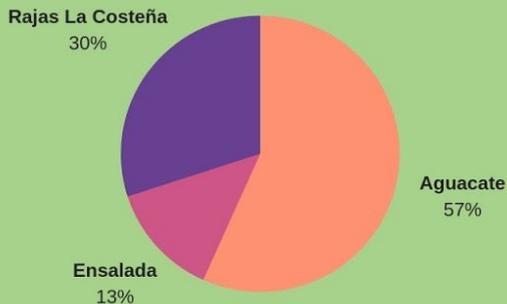
SABOR  
TAMAÑO  
BARATO

## Ingredientes esenciales para una torta

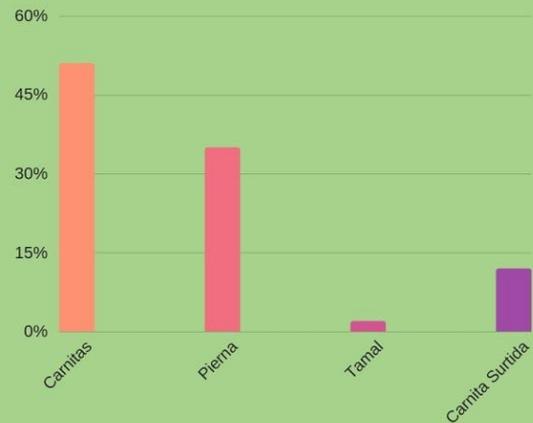
que nuestro mercado espera



## Guarniciones de una torta



## Torta que más se antoja:



100%

DE NUESTRO  
MERCADO BUSCA  
UNA TORTA  
CALIENTE

## Salsas y extras en preferencia:



## Mayores disgustos al comprar comida fuera

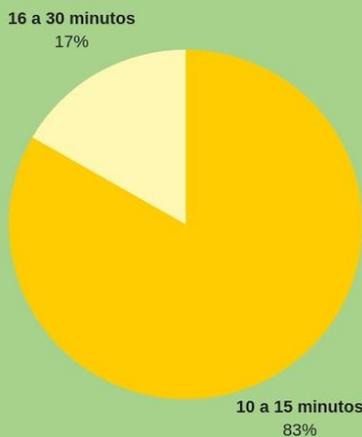
- LA LARGA ESPERA 
- HIGIENE 
- DISEÑO PARA COMER 
- MALA IMAGEN
- TRATO AL CLIENTE 

¿QUÉ ES LO QUE EL MERCADO ESPERA DE NOSOTROS?

## La feria de MERCAS ES:

Comida de calidad  
Competencia entre alumnos  
Innovación

Para nuestro mercado un tiempo de espera razonable es:



Decepciones que nuestros futuros clientes han vivido en la feria:

- LA COMIDA NO ES LO QUE ELLOS ESPERABAN
- PRECIOS ALTOS
- TIEMPO DE ESPERA LARGO
- CUPONES SIN VALOR
- MALA COMBINACIÓN EN COMBOS

Describir nuestro combo nos ayudó a definir los precios que el mercado está dispuesto a pagar:



## La presentación de nuestro producto para nuestro mercado

### ¿IMPORTA?

El 100% de nuestros encuestados afirmó que, la presentación es esencial para que compren y disfruten nuestro producto.



Toda esta información nos ayudó a tener una visión más amplia de lo que busca el cliente y se obtuvo la siguiente información:

- Lo más importante fue saber de que serían nuestras tortas, dimos 4 opciones de tortas: carnitas, pierna, surtida y tamal. Al momento de recibir las respuestas los porcentajes marcaron un 50% carnitas, 35% pierna, 14% surtida y 3% tamal, por lo cual decidimos hacer 3 tipos de tortas (carnitas, surtida y pierna) para así satisfacer a todos los clientes.
- Cuando preguntamos qué era lo que a las personas no les gustaba de la feria de mercadotecnia, un gran porcentaje pusieron la misma respuesta “alimentos fríos”, por lo cual “A Torta Madre” ofrecerá sus alimentos 100% calientes.
- De las 3 guarniciones que ofrecimos (aguacate, rajas y ensalada), un 57% de las personas votaron por aguacate, un 30% rajas y el resto ensalada, por lo cual decidimos incluir en la torta una gran porción de aguacate y de guarnición un acompañamiento de rajas “La Costeña”.
- Para las salsas y extras de acompañamiento para la torta, les dimos a nuestros clientes las siguientes opciones: salsa roja, salsa verde, pico de gallo y limones. Al ver las respuestas de nuestra encuesta nos dimos cuenta que a la gente casi no les gusta la salsa roja, por lo tanto nuestros extras serán salsa verde, pico de gallo y limones.
- Uno de nuestros puntos más importantes fue saber que es lo que a la gente no les gustaba de la feria de merca, las respuestas que más se repetían fueron: larga espera, mala higiene, mala imagen y mal trato al cliente.
- Enfocándonos en el tiempo de espera para recibir el producto, preguntamos a la gente rangos de tiempo que estarían dispuestas a esperar por la entrega de su torta, nuestros rangos fueron: 10 a 15 min y 16 a 30 min, la gente quiere un servicio rápido y viendo las respuestas, nuestro tiempo de entrega tiene que ser de 10 a 15 minutos máximo.
- Finalmente pero no menos importante, fue tomar la decisión para fijar el costo de nuestro producto. Establecimos los siguientes precios: \$80, \$100 y \$120. La mayoría de la gente al ver los costos votaron por \$80 y \$100, por lo que decidimos vender nuestras preventas en \$85 y nuestras ventas en \$100.

Con todo esto llegamos a la conclusión de que si queremos que nuestro producto se venda bien, tenemos que dar comida con un sazón especial, con un buen combo, en una linda presentación, con un tiempo corto de espera y a un buen precio.

# MENÚ

## ARMA TU COMBO

1. Torta de carnitas      2. Torta de pierna estilo nortea
3. Torta de surtida (carnitas con cueritos)

**\*Con o sin:\***

Mayonesa, aguacate, lechuga, pico de gallo y salsa verde.



**INCLUYE**



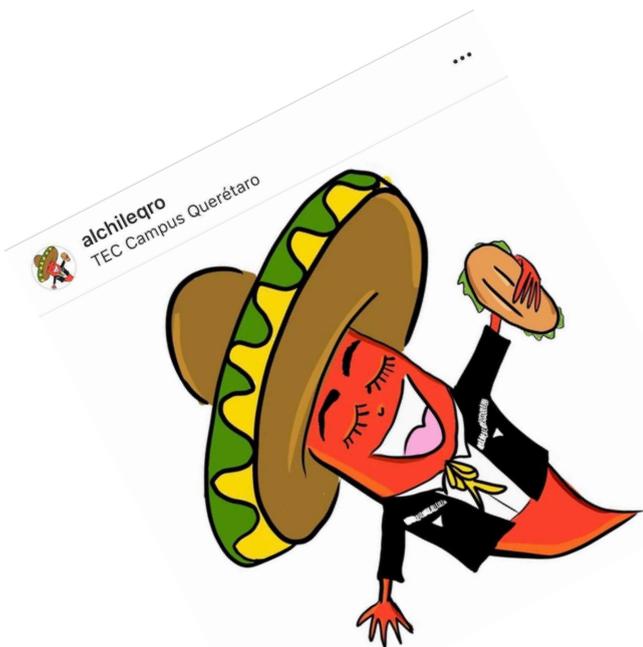
- Side de rajas
- Agua refrescante de limón con pepino
- Galleta de chispa de chocolate
- Delicioso postre sorpresa

A Torta Madre

# ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

*Análisis de la competencia*

El tipo de competencia encontrada fuera del campus es principalmente Tortas La Güera. Este negocio queretano ha encontrado en los estudiantes del Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro su nicho de mercado, teniendo 2 sucursales ubicadas muy cerca a la institución. Este negocio es un clásico para todas las personas de la institución tanto estudiantes como profesores y otros trabajadores. Ya que tortas la güera proporciona un buen producto, confianza y una buena actitud de los trabajadores hacia los clientes, consideramos que es nuestra competencia más fuerte fuera de la feria de merca. La competencia interna principalmente serían los equipos que participan en la feria, ya que a grandes rasgos ofrecemos “el mismo producto”... tortas.





# ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DE LOS FACTORES

*Análisis y definición de los factores*

1

## DEMOGRÁFICOS

- **Sexo:** Se venderá nuestro producto tanto a hombres como a mujeres.
- **Nacionalidad:** Mayormente a mexicanos, pero en el Tec de Monterrey hay muchos estudiantes que vienen de fuera o por un intercambio.
- **Edad:** Nuestro nicho de mercado son las generaciones “Y” y “Z”, que abarca edades de 13 a 33 años.
- **Ubicación geográfica:** Personas viviendo en Querétaro.
- **Población:** Personas de la ciudad de Querétaro y sus alrededores.

2

## ECONÓMICOS

El factor económico es uno muy importante a considerar, ya que basados en el podemos fijar el precio de nuestros productos. Nuestro mercado meta es uno que está en la clase económica media-alta. Tenemos en cuenta que el precio de nuestros productos no puede incrementar a pesar de la inflación que está teniendo nuestro país.

3

## SOCIALES

Uno de los factores más importantes para dar a conocer nuestro nombre y producto. Para poder definir este factor es importante definir (cómo, cuándo y dónde) nuestros clientes esperan nuestro producto. La feria de mercadotecnia se llevará a cabo el día 13 de noviembre, a partir de las 11 am afuera del salón de congresos del Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro. Las redes sociales al ser el medio con más alcance, es por esto que tomaremos ventaja de estas para promocionar “A torta madre”, nuestra principal red social fue Intagram.



## 4

### TECNOLÓGICOS

Estamos en una época en la cual los avances tecnológicos son algo que está transformando al mundo, queremos aprovechar dichos avances para la creación de nuestros productos. Nosotros utilizamos esta tecnología para poder investigar en internet los distintos tipos de torta que existen, los diferentes tipos de factores, los objetivos SMART, las diferentes estrategias de MKT, entre muchas otras cosas para estar completamente bien informados. También utilizamos las redes sociales como Instagram en nuestro caso para darnos a conocer de una manera más amplia y poder hacer nuestra rifa de un Iphone XS para así generar ingresos económicos.

## 5

### POLÍTICOS

Al ser una feria de mercadotecnia, es necesario buscar patrocinadores para así lograr tener un apoyo económico. Se debe tener una responsabilidad y un compromiso con los patrocinadores, el equipo debe estar al tanto de los reglamentos y acuerdos que se tengan con las empresas o establecimientos. El nombre, platillos y diseño del stand serán únicamente nuestros. El stand estará siendo regulado por maestros, jueces y directores del campus. Al saber esto, nos apegamos completamente a los reglamentos del código de ética del Tecnológico de Monterrey y a los reglamentos que se encuentran en la página de la feria de mercadotecnia 2018.

## 6

### LEGALES

Sabemos que todo lo que creemos en nuestro stand debe ser propio desde las ideas hasta la entrega del producto final. Como equipo estamos enterados que está completamente prohibido el uso de gas, los elementos no reciclables, stands que no cumplan con las medidas, etc. Nosotros nos apegamos a las reglas basadas en los siguientes reglamentos:

- <http://sitios.itesm.mx/va/reglamentos/RGA.pdf>
- <https://feriadelatorta.weebly.com/>



## PROMOCIÓN

Promocionar el producto es la estrategia más importante para que nuestro producto tenga éxito en el mercado.

La publicidad anticipada es importante para que nuestro mercado sepa que vamos a sacar un producto que les llame la atención y así generar ventas.

### **Estrategias de Venta**

- 1) Se hará una rifa de un iPhone Xs para dar a conocer “A torta madre” y generar ingresos para poder adquirir todo lo material y la comida que necesitamos.
- 2) Conseguimos el patrocinio de una marca lujosa de coches conocida mundialmente, llamada BMW, dicha empresa automovilística nos prestara un coche deportivo y que a cualquier persona le gustaría tener, un I8. Esto le dará a nuestro stand gran status dentro de la competencia.
- 3) Para dar a conocer nuestro producto decidimos diseñar y colocar posters creativos donde incluiremos información acerca de la feria y de nuestros distintos tipos de tortas. Estos serán colocados en diferentes partes del campus (ruido, pasillo de la amistad, prepa Tec y pasillos de profesional). Estos posters también serán publicados de manera digital en nuestra página de Instagram para así lograr un mayor alcance de publicidad.
- 4) Se hará una degustación de nuestras tortas el día martes 30 de Octubre en profesional y el día miércoles 31 de Octubre en preparatoria, con esto se espera generar que los alumnos nos compren preventas.

5) En cada venta ofreceremos distintos beneficios y descuentos que fueron dados por los distintos patrocinadores:

- Un combo “**A torta madre**”: Bebida, torta, side y dos postres.
- Descuento del 10% en suplementos alimenticios “**Herbalife**”.
- Un cupcake gratis de “**El liston de María**”.
- Una limonada gratis en “**La Laborcilla**”.
- Dos clases gratis en el spin club “**Troop**”.
- Un 10% en tu compra total con **@\_romelia\_official**.
- Un paquete de churros chipotle y un agua fresca de pepino y limón gratis, en “**Artesana**”.
- El 55% de descuento en tu primera mensualidad en el fitness center “**Sano**”.





FERIA DE LA TORTA 2018  
NOVIEMBRE 13

# ¡A TORTA MADRE!

*¡Haremos feliz a tu paladar!*

PREVENTA DE BOLETOS

DEL 25 DE OCTUBRE AL 12 DE NOVIEMBRE  
EN TEC DE MONTERREY CAMPUS QRO

Compra un boleto  
"A Torta Madre" que te incluye:

1. Un combo "A Torta Madre".
2. Un cupcake gratis de "El Listón de María".
3. Dos clases gratis en el spin club "Troop".
4. Una limonada en "La Laborcilla".
5. El 55 % de descuento en tu primera mensualidad en el fitness center "Sano"

¡Y MUCHO MÁS!

Búscanos en instagram para más información:  
[@atortamadreQRO](https://www.instagram.com/atortamadreQRO)



## PRECIO

“A torta madre” no solo te ofrece una torta, te ofrece comodidad al momento de comprar tu torta, te ofrece un empaque de muy buena calidad y reutilizable, un envase que podrás usar día a día, dos deliciosos postres y un stand de gran calidad. \$85 las preventas y \$100 pesos la venta, mientras que nuestra competencia vende sus preventas en \$70 y sus ventas en \$85-\$90. Con esto “A torta madre” demuestra que es una empresa de alta calidad que ofrece un producto de excelencia. Esto se verá respaldado en su totalidad con nuestra deliciosa degustación.

- El empaque
- Los envases para el agua
- Servilletas
- Postres
- Materia prima







## PERSONAL

El personal dentro de la elaboración del producto es clave en cuanto a la calidad que va a tener el producto terminado. Cuando el personal hace un error en la producción del producto, su calidad disminuye es decir que ellos son la base de calidad del producto son los creadores del mismo. Hoy en día el personal tiene un gran valor estratégico dentro de la producción y comercialización del producto, si tenemos empleados motivados y en consonancia con la misión, visión y valores de la organización, serán creadores de valor para la empresa y se esforzará por que la experiencia de nuestros clientes sea satisfactoria.

Para todo el personal que estará operando en “A Torta Madre” que mejor que conseguirles algo que se les vea “ATM”. Nuestra vestimenta será una mezcla perfecta entre algo relajado y cómodo pero sin perder su formalidad. Contaremos todos con pantalones blancos de mezclilla junto con una playera color azul y nuestro delantal que contiene a todos nuestros patrocinadores dentro de él, le agregamos un toque más cómodo al incluir gorras para todos y contendrán el logo de nuestra empresa, estas también ayudan con la higiene de nuestro local para no tener inconvenientes con cabello en el área de elaboración de nuestras tortas. Para finalizar todos tendremos tenis blancos lo cual le agrega un poco de formalidad a nuestra vestimenta.

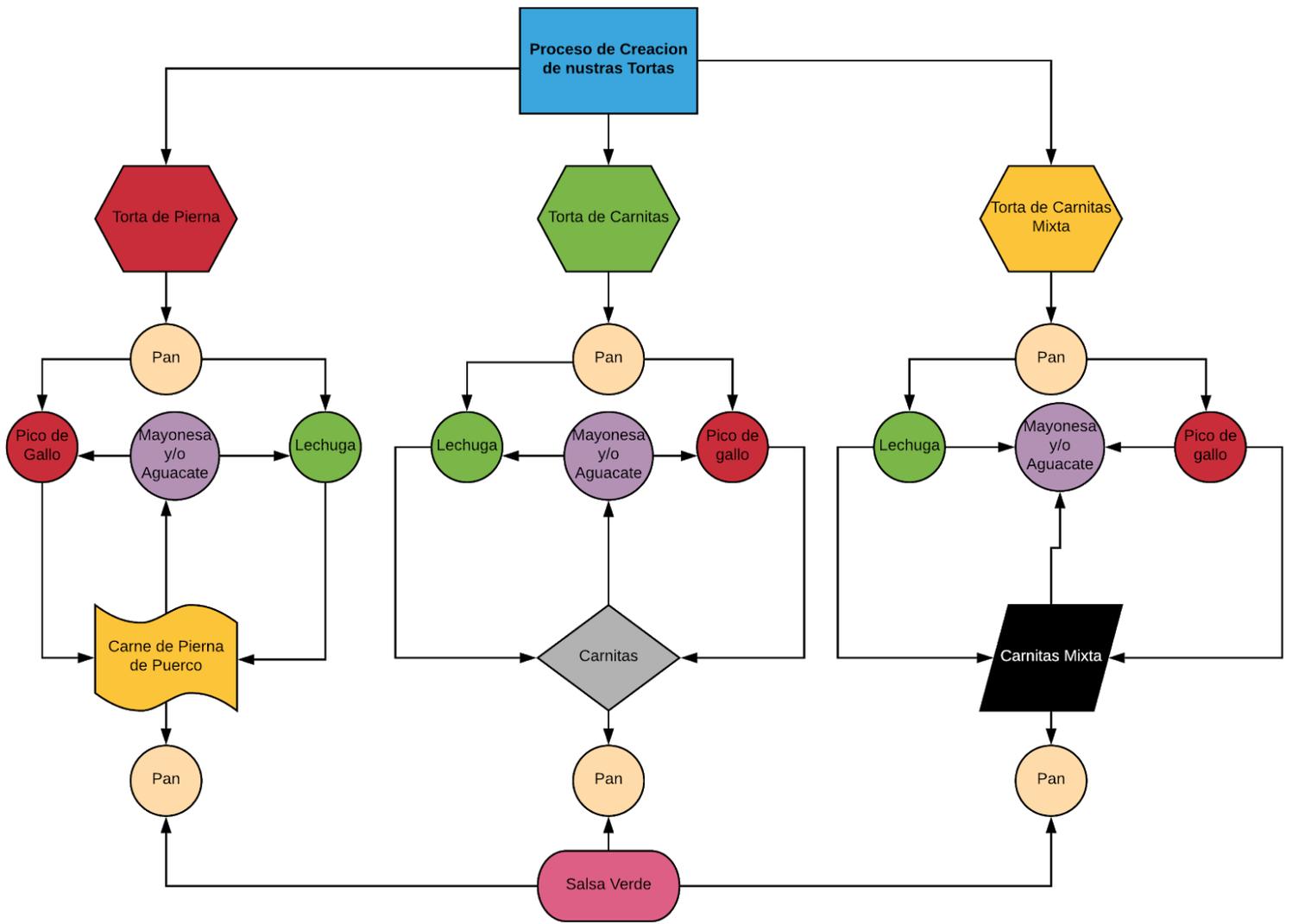


## PROCESO

Ya no solo es importante tener un producto acorde con lo que demanda el cliente, sino también cuidar todos los aspectos de nuestro proceso productivo y generar valor desde la adquisición de materia prima.

En un proceso hay que cumplir con la propuesta de valor de la empresa, en forma y tiempo, es por eso que nosotros para reducir las posibles fallas en el proceso el día de la feria, decidimos juntarnos en la cocina del Hotel Mirage para hacer una simulación de todo el proceso que será llevado a cabo el día 13 de noviembre.





## PACKAGING

La parte de Packaging tiene un enorme rol en cuanto a la promoción del producto ya que este es el que contiene toda la información sobre que contiene el producto que está en venta y también llama la atención a las personas para comprarlo. Nuestro paquete creemos que contiene todas las bases para promover la venta de nuestro producto. Elaboramos el empaque perfecto para que nuestros clientes no tengan ninguna complicación al momento de comprar nuestro producto y para que puedan disfrutarlo en su totalidad.

Apoyando la sustentabilidad y siendo una empresa Eco-friendly, decidimos utilizar un empaque acorde a nuestra temática, que la gente pueda reutilizar y con un diseño “A Torta Madre”.

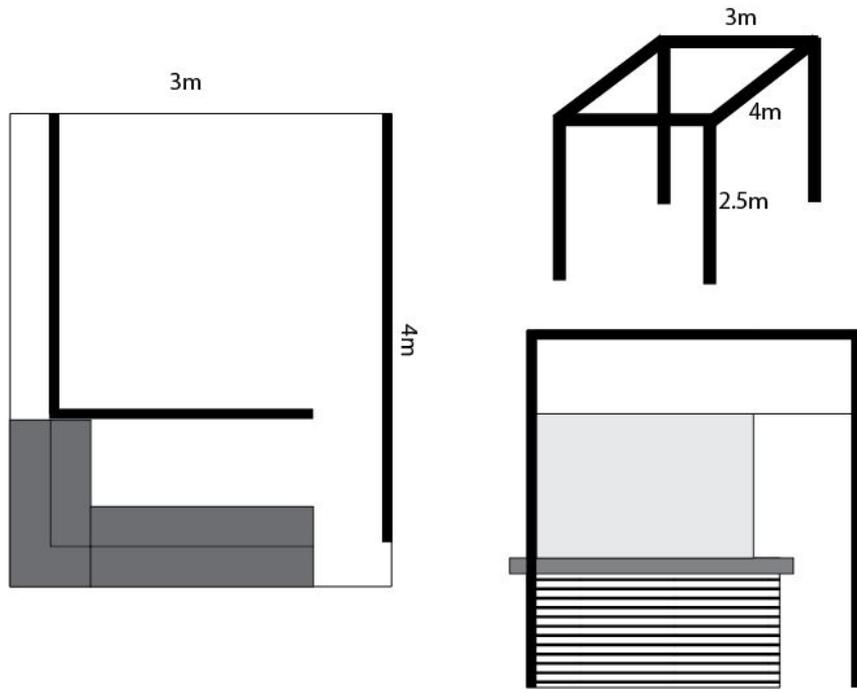
Nuestro empaque es considerado upcycling porque las cajas son de cartón las cuales son reutilizables en su totalidad para hacer más cajas y algunos otros productos que tengan mayor valor. En base a esto significa que nuestra caja es muy ecofriendly ya que son 100% reciclables y son perfectos para la distribución de nuestro producto ya que es compacta ,resistente y también nuestros clientes pueden utilizarla al gusto para guardar artefactos personales.





# PRESENTACIÓN

Nuestro stand se va a dividir en diferentes secciones; la primera será la caja donde estará un integrante, se estará revisando las preventas, vendiendo los combos y se tomará en cuenta de que manera el cliente quiere que le elaboremos su torta, le daremos una hoja donde podrá seleccionar qué ingredientes y extras quiere en su combo. La segunda parte es la cocina donde 5 integrantes estarán, en la cocina, como equipo nos iremos turnando en las actividades que se realizarán en la creación de la torta, todo el equipo domina el proceso y tras practicar concluimos que es más efectivo si cada integrante que esté en la cocina realiza una actividad distinta en el proceso de la torta, uno corta el pan, otro pone mayonesa, el siguiente el tipo de carne y así sucesivamente creando la torta según el cliente la haya decidido en la hoja que le dieron al inicio. La última sección será armar los combos ahí estarán 2 integrantes que tacharan el combo “A torta madre” de la hoja donde están todas nuestras promociones, regalos y descuentos, también elaborarán los combos juntarán la torta, los extras que el cliente haya decidido con los postres y el cilindro de agua en nuestro empaque previamente diseñado para que sea entregado al cliente en un empaque fácil de transportar y sostener.





# FODA

## Fortalezas:

- El nombre de "A torta madre" esta basado en una frase coloquial de México, haciendo nuestro stand mas atractivo para nuestro nicho. F1
- Stand con un diseño mexicano tradicional, haciéndolo atractivo. F2
- Tortas elaboradas al momento, con ingredientes de alta calidad y un sabor único. F3
- Servicio de pago con tarjeta, debido a que en México se estima que el 60% de la población cuenta con tarjeta de crédito o débito. F4
- Desechables Eco-Friendly, según una encuesta realizada por una consultora humanista, el 90% de los consumidores prefieren productos ecológicos. F5

## Debilidades

- Espacio del stand 4x3, haciendo complicada la elaboración del producto. D1
- Ningún integrante del equipo cuenta con experiencia o conocimiento previo del funcionamiento logístico de un negocio dedicado a la venta y producción de alimentos. D2
- Salvo la investigación previa realizada en este proyecto, el equipo no cuenta con experiencia previa en la elaboración de tortas. D3
- Falta de patrocinios. D4
- Precios altos en preventas y ventas a comparación de otros equipos. D5

## Oportunidades:

- El horario de la feria será de 11 am a 4 pm por ende habrá dos techos de venta, desayuno y comida. O1
- Una buena presentación de nuestro producto, ya que la gente compra lo que es bonito a la vista. O2
- Gente conocida, nos consideramos conocidos y con gran número de amistades, haciendo que nuestras preventas y ventas tengan gran potencial. O3
- Feria de merca, nos podemos dar a conocer y is tenemos el éxito que esperamos, hasta de un negocio nos podemos hacer. O4
- Patrocinios, nos facilitan dinero, productos e incluso publicidad que nos ayuda para el desarrollo de nuestro negocio. O5

## Amenazas

- Los puestos de la feria de merca, ya que todos vamos a vender el mismo producto.. tortas. A1
- Martes 13, ya que somos una cultura supersticiosa, tenemos la idea de que es un día de mala suerte. A2
- Clima (frío), a mucha gente se le antoja la comida muy caliente, si damos algo frío entonces nuestras ventas van a caer. A3
- Los jueces, todos piensan diferente, así que a algunos jueces les gustara el stand y comida y a otros no. A4
- Gustos de las personas, no todos prefieren las carnitas ya que tienen mucha grasa. A5



# Cruces 70DA

## MAXI - MAXI

- (F1-O4): Ser una empresa que se dé a conocer por medio de un nombre que llame la atención. Lo recomendable sería generar la mayor cantidad de publicidad a través de redes sociales como Instagram o Facebook, haciendo énfasis en el nombre de la empresa
- (F2-O2): Una excelente combinación en diseño, ya que juntamos un stand atractivo con un producto de bonito diseño. Si se combina el diseño tradicional del stand con una congruencia en la presentación del producto, se obtiene un gran valor agregado.
- (F5-O5): Los patrocinios nos permitirán juntar los recursos necesarios para poder costear un producto ligeramente más caro como lo es un desechable eco-friendly que tenga un diseño atractivo y funcional.

## MAXI - MINI

- (F2-A1): A pesar de que nuestro stand tendrá un gran diseño, debemos tener en cuenta que todos los puestos de la feria de merca también tendrán un diseño único y venderán el mismo producto. Por lo tanto lo recomendable sería una combinación de publicidad extensiva y un excelente servicio para sobresalir ante los demás participantes.
- (F3-A3): Estamos en una época del año en la que el clima es bastante frío, así que corremos el riesgo de que las tortas se enfríen y pierdan su calidad original. Al hacer una investigación acerca de los grados promedios el día 13 de Noviembre se puede combatir esta incertidumbre y actuar al traer utensilios que prolonguen la temperatura y calidad del producto.
- (F4-A1): El stand contará con un pago con tarjeta sin embargo la cantidad de competencia es grande, por lo cual se puede esperar que otros tengan esta opción de pago disponible. Se recomienda



ofrecer un servicio de pago que permita el pago a la mayor variedad de sucursales bancarias posibles, tal como es American Express que casi ningún establecimiento acepta su pago.

### MINI - MAXI

- (D2-O5): A pesar de nuestra falta de experiencia en la creación de un negocio de alimentos y todo lo que incluye el ponerlo en marcha, tenemos un gran respaldo y ayuda con la publicidad de nuestras marcas, nos dan seguridad y credibilidad ante nuestro mercado. Se recomienda enfatizar en la publicidad de nuestro stand las marcas que nos respaldan. Esto se puede lograr aumentando el tamaño de la imagen de los patrocinadores.
- (D5-O2): Al ser estudiantes del Tec de Monterrey, tenemos relaciones cercanas que nos comprarán sin importar un pequeño aumento en el precio de la preventa. Se recomienda investigar si realmente el aumento de precio afectaría la decisión de compra.
- (D4-O5): El tener patrocinios que tienen un sello de exclusividad nos posiciona arriba de la competencia sin embargo ninguno de nuestros patrocinadores se dedica a la producción y venta de alimentos. Se recomienda pedir asesoría a estos patrocinadores de temas tales como administración de costos y de ventas.

### MINI - MINI

- (D1-A1): El lugar para el stand es muy reducido, nuestro equipo tiene más cantidad de integrantes, además de que hay una gran cantidad de competencia. Se recomienda ensayar los trabajos individuales de cada uno de los integrantes para que el día del evento la producción del producto fluya rápidamente.
- (D2-A4): Los jueces estarán preguntando acerca de diversos temas tales como el funcionamiento de la producción, las estrategias de ventas, etc. Ninguno de los integrantes tiene experiencia previa en ninguno de estos temas y no se pueden anticipar las preguntas. Se recomienda que cada uno de los integrantes se asegure de tener un profundo



conocimiento acerca de todos los diferentes aspectos del stand. Tanto en las áreas de funcionamiento como en las de diseño

- (D3-A4): Nuestra falta de conocimientos en la elaboración de los alimentos, nos pondrán en situaciones complicadas si los jueces nos hacen preguntas sobre los alimentos. Es por eso que se recomienda que cada uno de los integrantes del equipo tenga un conocimiento extensivo de las características del producto, origen de los ingredientes y modo de preparación.

<p><b>SOCIOS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveedor de aguacate</li> <li>- Proveedor de carne</li> <li>- Patrocinadores             <ul style="list-style-type: none"> <li>* BMW</li> <li>* TROOP SPINCLUB</li> <li>* SAN LUCAR</li> <li>* HOTEL MIRAGE</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Venta y producción de alimentos</li> <li>- Campañas publicitarias promocionando             <ul style="list-style-type: none"> <li>* rifa de Iphone xs - premios</li> <li>- preventas - ventas combos</li> </ul> </li> <li>^ redes sociales (Instagram = @tortamadreqro)</li> <li>^página de Facebook alumnos Campus Querétaro</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>La propuesta de valor de "A Torta Madre" es que:          Tortas madres se diferencian del resto por tener el mejor sazón, los mejores acompañamientos, la mejor presentación y las mejores promociones. Con diferentes ideas y puntos de vista, nace "A Torta Madre", un puesto de comida que no sólo ofrece una deliciosa torta, si no que toda una experiencia a través de su sabor. Las tortas de "A Torta Madre" son preparadas en el momento con ingredientes totalmente frescos y de alta calidad para que el cliente pueda disfrutar de la combinación de sabores y texturas al máximo.</p>	<p><b>RELACIONES CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistencia personal = relación basada en interacción humana, el cliente se comunica directamente con un representante del equipo.</li> <li>- Servicio automático = se proporcionan a los clientes acceso a servicios personalizados.</li> </ul> <p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay canales de distribución del producto</li> <li>- Stand el día de la feria de mercadotecnia</li> <li>- Se llegará al cliente por medio de redes sociales y promoción en el campus.</li> </ul>	<p><b>SEGMENTACIÓN DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación "Y" &amp; "Z"</li> <li>- Gente que es exigente al momento de comer (respeto a ingredientes)</li> <li>- Estudiantes y docentes del Tecnológico de Monterrey campus Querétaro</li> <li>- Familia y amigos de los mismos estudiantes y docentes.</li> </ul>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Basada en el valor</li> <li>- Se centra en la creación de valor</li> <li>- Costo fijo             <ul style="list-style-type: none"> <li>* stand - bebidas - comida (panes, carnes, verduras, salsas, postres) empaques y termos, la decoración y el uniforme que utilizarán los integrantes del equipo el día de la feria.</li> </ul> </li> <li>- Costos variables             <ul style="list-style-type: none"> <li>* comisiones por ventas - intereses por cobro con tarjeta de crédito - insumos directos para la elaboración de las tortas - mano de obra directa e indirecta</li> </ul> </li> </ul>		<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preventas</li> <li>- Ventas el día de la feria</li> <li>- Patrocinios</li> </ul>		

# Business Model Canvas

## Modelo de Negocio

Como principales socios clave tenemos a los proveedores de aguacate y de carne debido a que contactamos directamente al distribuidor primario, minimizando nuestros costos. Los patrocinadores ya que nos proporcionaron los recursos necesarios para nuestra producción y venta del producto además de la ventaja competitiva que nos proporciona su posicionamiento de marca, y los proveedores de nuestra materia prima los cuales nos venden los recursos clave restantes.

Las actividades clave son por supuesto la venta y producción de alimentos tales como la torta de carnitas de cerdo, torta de carnitas de cerdo surtida y la torta de pierna de cerdo con aguacate además de alimentos secundarios como salsa picante verde y roja, pico de gallo, agua de pepino y limón con chía. Además previamente a la feria se estarán realizando campañas publicitarias promocionando el producto. Una de las principales campañas fue la rifa de un Iphone xs y otros premios ofrecidos por nuestros patrocinadores, esta rifa fue principalmente patrocinada a través de redes sociales, como en el Instagram de @atortamadreqro o a través de la página de Facebook de los alumnos del Campus Querétaro, también utilizamos la comunicación de persona a persona. Se proporcionó información acerca de los alimentos que se van a vender, precios y opciones de las diferentes combinaciones que estarán disponibles el día de la feria. Utilizamos los mismos canales para la publicidad de las preventas, y para informar los posibles consumidores acerca de los premios extras que pueden conseguir al comprar un combo de A Torta Madre.





Como recursos clave tenemos toda la materia prima para nuestro producto, desde lo comestible hasta las herramientas de cocina; el pan, chile, jitomate, cebolla, aderezos, aguacate, carnitas de cerdo surtida y maciza, la pierna de cerdo, agua, horno eléctrico, artículos de limpieza, cubrebocas, guantes sanitarios, recipientes y el empaque en donde se va a servir el producto. Además la mano de obra, los integrantes del equipo, ya que estos son los que van a realizar el proceso de producción y venta del producto.

La propuesta de valor de “A Torta Madre” es que: nuestras tortas se diferencian del resto por tener el mejor sazón, los mejores acompañamientos, la mejor presentación y las mejores promociones. Con diferentes ideas y puntos de vista, nace “A Torta Madre”, un puesto de comida que no sólo ofrece una deliciosa torta, si no que toda una experiencia a través de su sabor. Las tortas de “A Torta Madre” son preparadas en el momento con ingredientes totalmente frescos y de alta calidad para que el cliente pueda disfrutar de la combinación de sabores y texturas al máximo.

Nuestra relación con el cliente va a ser principalmente de asistencia personal, esta relación se basa en la interacción humana, el cliente se comunica directamente con un representante de A Torta Madre para que le ayude durante el proceso de venta o posteriormente. También se contará con un servicio automático a través de un perfil de Instagram y la página de alumnos de facebook del Campus Querétaro. A través de este servicio se proporcionan a los clientes acceso a servicios personalizados, se busca reconocer al cliente y sus características para ofrecer información relevante.

Nuestro principal canal de venta va a ser en el stand el día de la feria de mercadotecnia, se va a tener una fila para la caja y otra en donde se va a entregar el producto. Cualquier inconformidad o comentario con el producto se va a tratar directamente con los integrantes presentes en el stand el mismo día de la feria. Además de esto van a estar disponibles ventas de paquetes a través de Instagram y Whatsapp con servicio de entrega a cualquier parte del campus. Cualquier inconformidad o comentario con este servicio se tratará igual directamente con los integrantes presentes en el stand.

Nuestro segmento al cliente van a ser principalmente las generaciones “Y” y “Z”, los alumnos del Tecnológico de Monterrey campus Querétaro de los 15 a los 23 años. Mayormente nuestros consumidores van a ser los alumnos de preparatoria y estudiantes de primer semestre a octavo semestre de profesional. A través de una encuesta vamos a recopilar las características que no les han gustado a los alumnos durante las pasadas ferias de mercadotecnia, una vez que contemos con es dentro de nuestro servicio cambiarlo y tener un valor agregado para estos consumidores.

La estructura de costes que planeamos está basada en el valor, esto quiere decir que se centra en la creación de valor, y la propuesta de valor premium, brindando un sabor gourmet además de su genuina presentación que va a representar un estilo de vida. Elaborado con ingredientes totalmente frescos y de alta calidad que van a combinar su sabor perfectamente en un pan caliente y crujiente. El principal costo fijo que tenemos es el stand para el día de la feria, al igual que las bebidas, comida (panes, carne, verduras, salsas, postres), los empaques y termos. La decoración y el uniforme que utilizarán los integrantes del equipo el día de la feria. Los costes variables que se tendrán son principalmente las comisiones sobre las ventas, los interés por el cobro con tarjeta de crédito, los insumos directos para la elaboración de las tortas y la mano de obra directa e indirecta.

Nuestra principal fuente de ingresos van a ser las ventas. Además se ofrecerán preventas a un costo menor a la del día del evento para asegurar ventas y calcular utilidades finales.

