

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



TRABAJO DE GRADO EN ESPECIALIZACION EN:
DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES

TEMA

DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:
BOTTLER & HOME DECOR

PRESENTADO POR:

BARAHONA RAMOS, FLOR GERARDINA	L10804
MARTÍNEZ RIVAS, KARINA LISSETH	L10804
MENJIVAR SERRANO, MARÍA JOSÉ	L10804

ABRIL2022

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERECTOR ACADÉMICO PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL: MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA: LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
COORDINADOR GENERAL
DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN: LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA DE
MERCADEO INTERNACIONAL: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADORA DE SEMINARIO DE
PROCESO DE GRADUACIÓN: LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS

DOCENTE DIRECTOR: LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS

JURADO EXAMINADOR: LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
JURADO EXAMINADOR: MSC. HENRY EDWARD HERNÁNDEZ
JURADO EXAMINADOR: LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS

ABRIL 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios por ser mi guía, dándome fuerzas y sabiduría para culminar este proceso de hacer realidad uno de mis anhelos más deseados. Un reconocimiento especial a mis padres, tía y abuela, por su amor, trabajo y sacrificio. Así mismo, infinitas gracias a mis seres queridos: Amílcar Martínez, María José Menjivar y Karina Martínez por apoyarme incondicionalmente. Agradezco a los docentes que motivaron a desarrollarme como persona y profesional, también a nuestro asesor quien orientó de manera satisfactoria el desarrollo del presente trabajo.

Flor Gerardina Barahona Ramos

Agradezco a Dios por permitirme culminar esta meta, a mi madre Consuelo Menjivar por su amor y apoyo incondicional, a Mario Funes por la paciencia, comprensión y alentarme a seguir siempre adelante, a nuestro asesor y todos los docentes que fueron parte del desarrollo profesional, por guiarnos y compartir sus conocimientos, a mis amigas y compañeras Flor Barahona y Karina Martínez por todo el esmero, dedicación y confianza para terminar con todo esfuerzo y sacrificio este gran logro, sabemos que no fue sencillo pero todo valió la pena. ¡Lo logramos!

María José Menjivar Serrano.

Agradezco primeramente a Dios por haberme permitido culminar uno de mis sueños, por darme la sabiduría, paciencia y fuerza en los momentos difíciles, a mis padres quienes me apoyaron en todo momento, por confiar en mí, por los consejos, valores y principios que inculcaron, a mis hermanos y mis apreciados amigos: Pastor David Segovia, Flor Barahona y María José Menjivar quienes hicieron que esta travesía fuera mejor junto a su dedicación, esfuerzo y apoyo. Además, a los docentes que estuvieron enseñándonos a lo largo de la carrera. ¡A cada uno de ustedes muchas gracias!

Karina Lisseth Martínez Rivas.

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	1
1.1. Nombre del Negocio.....	1
1.2. Integrantes.....	2
1.3. Información general de la Institución Educativa.....	2
2. MARCO ESTRATEGICO:.....	2
2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha).....	5
2.2. Descripción de los productos o servicios.....	5
2.3. Estrategias a implementar	6
2.4. Ventaja competitiva.....	8
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).....	9
3. PLAN ORGANIZACIONAL.....	10
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).....	10
3.2. Estructura organizativa de la empresa.....	10
3.3. Organización de gestión.....	11
3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas	13
3.5. Proceso administrativo	14
3.6. Proceso de producción.....	15
3.7. Procesos de recursos humanos	15
3.8. Identificación y características de proveedores.....	16
3.9. Distribución en planta.....	17
3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo	18
4. PLAN DE MERCADEO.....	18
4.1 Resultados de la investigación de mercado.....	18
4.2 Análisis de situación:	21
5. PLAN DE VENTAS	45
6.1 Ciclo de Ventas	46
6.2 Proyección de Ventas.....	50
6. PLAN FINANCIERO	51
6.1 Plan de Inversión.....	51

6.2	Estructura de costos.....	54
6.3	Flujo de efectivo.....	55
6.4	Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.	56
6.5	Estado de Resultados proyectado.....	57
7.	PLAN DE TRABAJO	58
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	60
9.	CONCLUSIONES	63
10.	BIBLIOGRAFIA.....	64
11.	ANEXOS.....	66

Índice de Tablas

Tabla 1:	Integrantes de Grupo de Especialización.....	2
Tabla 2:	Análisis FODA de Bottler & Home Decor.....	9
Tabla 3:	Características emprendedoras.....	10
Tabla 4:	Organización y Gestión de las áreas de la empresa.	11
Tabla 5:	Datos informativos sobre los proveedores.....	16
Tabla 6:	Inventario de maquinaria y equipo.....	18
Tabla 7:	Competencia directa e indirecta de Bottler & Home Decor	21
Tabla 8:	Clasificación de los productos de Bottler & Home Decor.....	23
Tabla 9:	Identificación de las características específicas	25
Tabla 10:	Identificación de fortalezas y oportunidades.....	26
Tabla 11:	Costo de tácticas de promoción.	42
Tabla 12:	Costo de tácticas de plaza.	43
Tabla 13:	Ejecución y control del plan de mercadeo	44
Tabla 14:	Proyección de ventas en unidades.....	50
Tabla 15:	Proyección de ventas monetarias	50
Tabla 16:	Detalles de inversión.....	52
Tabla 17:	Detalles de capital de trabajo	53
Tabla 18:	Detalles de costos.....	54
Tabla 19:	Detalles de costos totales.	54
Tabla 20:	Flujo de efectivo.	55
Tabla 21:	Análisis de rentabilidad.....	56

Tabla 22: Análisis de rentabilidad.....	57
Tabla 23: Tabla de diferentes actividades a realizar.	58
Tabla 24: Costo variable materia prima.	66
Tabla 25: Cálculo de costo de mano de obra	67
Tabla 26: Total de costos variables unitarios	67
Tabla 27: Costos fijos totales	68
Tabla 28: Costos unitarios.....	68
Tabla 29: Datos de proveedores.	70

Índice de Figuras

Figura 1: La estructura organizacional.....	10
Figura 2: Flujograma del proceso de mercadeo y ventas.	13
Figura 3: Flujograma del proceso administrativo.....	14
Figura 4: Flujograma del proceso de producción.....	15
Figura 5: Distribución de planta.....	17
Figura 6: Reciclaje de vidrio mensual en El Salvador	19
Figura 7: Promedio de dinero destinado para la decoración del hogar.	20
Figura 8: Diagrama sobre el uso del canal de distribución directo.	31
Figura 9: Imagen corporativa de Bottler & Home Decor.....	33
Figura 10: Diseño de empaque para los diferentes productos.	34
Figura 11: Línea de productos personalizados.	36
Figura 12: Promoción de ventas en las principales plataformas digitales.....	37
Figura 13: Presentación de showroom en redes sociales y sitio web	38
Figura 14: Vale de descuento para realizar compras en el sitio web.....	40
Figura 15: Arte para anunciar incentivo de Free Shipping.	41

RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años, han surgido grandes ideas que se han promovido a través de los medios más consumidos por los usuarios de la época, en donde las redes sociales y los sitios web, han sido vitales para el desarrollo de negocios. Por ello, se seleccionó la idea de venta de botellas decoradas y recicladas para el hogar, naciendo así Bottler & Home Decor, un modelo de negocio rentable y con un enfoque social.

Para ello se realiza principalmente un estudio de mercado en donde se analiza la tendencia de productos reciclados para la decoración del hogar y los ingresos destinados, siendo los indicadores más importantes a considerar para la implementación de estrategias según marketing mix en donde el producto, el precio, la promoción y la plaza van enfocadas en satisfacer y fidelizar al cliente sin olvidar generar la rentabilidad a la empresa. Es importante mencionar que en el país no se cuenta con una empresa del rubro o productos similares por ello, no se ha tomado datos históricos para la proyección de ventas sino una estimación de la misma, generando así un aumento de las ventas para los próximos meses del primer año de introducción en el mercado salvadoreño.

Según en el desarrollo del plan financiero y tomando en cuenta las variables anteriormente mencionadas, el modelo de negocio sobre la venta de botellas y frascos de vidrios reciclados para la decoración del hogar, es un proyecto innovador y rentable que además de generar utilidades a la empresa tiene un propósito sostenible.

INTRODUCCIÓN

La ejecución del modelo de negocio digital en el presente trabajo tiene como objetivo principal fortalecer las habilidades y capacidades necesarias de las estudiantes universitarias para llevar a cabo el emprendimiento en un mundo digital actual, utilizando las herramientas disponibles y generar oportunidades de desarrollo creativas, viables y sostenibles. Por ello, se desarrolla el modelo de negocio digital llamado Bottler & Home Decor, ventas de botellas y frascos de vidrio decorados y reciclados.

Para dicho emprendimiento, se toma en cuenta la realización del marco estratégico en donde se define la descripción del modelo, productos o servicios, ventajas competitivas y la situación externa e interna para identificar el tipo de negocio y las diferentes variables que le rodean al momento en que se desee iniciar operaciones.

Por otro lado, se encuentra la estructura organizativa de la empresa en donde se definen cada uno de los procesos esenciales de las diferentes áreas, marcando así la ruta a seguir a través un plan de marketing, identificando las oportunidades de comercialización que tiene la empresa en el mercado conforme a los objetivos y metas mediante estrategias y tácticas para lograr una mayor rentabilidad tomando en cuenta la estimación de recursos, proyección de ventas, costos, gastos, precios de los productos y utilidades, siendo el plan financiero imprescindible en la planificación de un negocio realista y alcanzable.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

Bottler & Home Decor es una empresa que nace con el fin de dedicarse a la transformación, innovación y reciclaje de botellas de vidrio, ofreciendo a sus clientes productos personalizados y adecuados para la decoración de sus hogares, oficina o como detalle en ocasiones especiales.

1.1. Nombre del Negocio.

- **Nombre del negocio:** Bottler & Home Decor
- **Nombre del representante de la empresa:** Flor Gerardina Barahona Ramos
- **Razón social:** Bottler & Home Decor S.A de C.V.
- **Giro del negocio:** Artículos de decoración
- **Ubicación, Dirección del negocio, incluir municipio y departamento:** Col.
Miramonte Av. B casa n°345, San Salvador, San Salvador

1.2. Integrantes.

Tabla 1

Integrantes de Grupo de Especialización.

Nombre Completo	Sexo		E-mail	Especialidad
	F	M		
Barahona Ramos, Flor Gerardina	X		Br14009@ues.edu.sv	Lic. Mercadeo Internacional
Martínez Rivas, Karina Lisseth	X		Mr14145@ues.edu.sv	Lic. Mercadeo Internacional
Menjivar Serrano, María José	X		Ms14035@ues.edu.sv	Lic. Mercadeo Internacional

Fuente: Elaboración propia.

1.3. Información general de la Institución Educativa.

Nombre de la Institución: Universidad de El Salvador.

Especialidad: Lic. Mercadeo Internacional.

Municipio: San Salvador

Departamento: San Salvador.

2. MARCO ESTRATEGICO.

- **MISION:**

Somos una empresa comprometida en brindar la mejor experiencia y expectativa de compra, ofreciendo valor e innovación y a su vez satisfaciendo necesidades individuales a nuestros clientes y ejerciendo responsabilidad social.

- **VISION:**

Ser una empresa líder en innovación y diseño de artículos decorativos reciclados, diferenciándonos por ofrecer productos que van en favor del medio ambiente, que permitan crear espacios únicos y un servicio extraordinario.

- **OBJETIVOS**

1. Desarrollar estrategias de promoción para atraer y fidelizar a los clientes potenciales.
2. Crear estrategias de marca para darle posicionamiento a la empresa, en el mercado nacional durante un lapso de 6 meses.
3. Capacitar al personal de ventas para brindar una buena relación con el cliente cada tres meses.
4. Incrementar la capacidad de producción en un 5% para cubrir la demanda del mercado.
5. Realizar evaluaciones de desempeño anualmente para verificar el cumplimiento de las actividades y funciones de cada departamento.

- **METAS:**

1. Realzar el conocimiento de la marca, aumentando la participación del mercado.
2. Seguir innovando el mercado salvadoreño con productos ecológicos y sustentables.
3. Incrementar el nivel de ventas en un 10% anual.
4. Mantener o reducir costos de producción.
5. Cubrir la demanda de productos ecoamigables a nivel nacional.

- **VALORES:**

1. **Honestidad:** Brindar a los clientes toda la información verídica y necesaria en el proceso de producción, entrega, entre otros.
2. **Excelencia:** Como empresa se mantendrá motivados a todos los que forman parte de la misma, a ser mejores y superarse cada día.
3. **Respeto:** El trato a los clientes y proveedores será por igual, independientemente de su región, estatus social o económico, preferencia sexual e ideología política.
4. **Responsabilidad:** Se mantendrá un compromiso con los clientes, en la entrega oportuna de sus productos, así como en el asesoramiento del diseño de producto.

- **PRINCIPIOS:**

1. **Cuidado del Medio Ambiente:** Mantener un compromiso de forma permanente hacia la práctica de preservación y mejora del medio ambiente.
2. **Responsabilidad Social con la Comunidad:** Integrar de forma permanente actividades de la empresa en eventos comunitarios y sociales para impulsar el desarrollo sustentable.
3. **Cultura de Calidad:** Mantener y perfeccionar nuestros procesos permitiendo lograr la eficiencia, eficacia y productividad, a modo de alcanzar la excelencia y la satisfacción de nuestros clientes.
4. **Desarrollo y bienestar de nuestros colaboradores:** Proporcionar a nuestros colaboradores un ambiente laboral de calidad, velando por la salud física y emocional, así también incentivarlos en el desarrollo profesional y personal para su autorrealización.

2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)

Bottler & Home Decor es una empresa ecoamigable que satisface la necesidad de decoración en espacios dentro del hogar o en oficinas, permitiendo dar a sus clientes un toque único, especial, conservador y a la vez innovador; ya que, en los últimos años se ha percibido que la personas adquieren productos que sean sustentables y que tengan estilos personalizados, la demanda de estos productos es considerada media alta, tomando en cuenta que las personas que más se preocupan por la decoración de espacios en el interior del hogar son mujeres que oscilan en las edades de entre 25 a 60 años de edad y que cuentan con un poder adquisitivo medio alto, siendo estas en su mayoría casadas y con un estatus socioeconómico alto.

2.2. Descripción de los productos o servicios.

Producto: La elaboración del producto partirá de la recolección de botellas de vidrio en buen estado para posteriormente ser lavadas y desinfectadas, esto para que el material principal se encuentre libre de cualquier sustancia u olor, luego del secado se procederá a la decoración según sea el requerimiento del cliente, de igual manera el material a utilizar será según la preferencia del mismo, desde pintura para vitrales, lazo natural, papel, pintura en aerosol, artículos decorativos como piedras, flores de papel, plástico o tela, listón de tela, entre otros artículos que permitirán la elaboración del producto final.

Se contará con un catálogo digital el cual permita dar a conocer a los clientes la variedad de diseños con los que se cuenta, o si desean un diseño en especial, la forma de compra será a través del sitio web de la empresa, de igual forma el enlace al sitio web estará disponible en nuestras redes sociales, Facebook e Instagram, la entrega se hará de forma personal donde el cliente debe acercarse a las instalaciones para obtener su producto u optar por el servicio a domicilio, el promedio de entrega será según la cantidad del pedido y la complejidad del diseño el cual puede oscilar entre una semana a 15 días, según demanda.

2.3. Estrategias a implementar

Creación de redes sociales y sitio web: En los últimos años podemos decir que en su mayoría las empresas sin importar su tamaño se han dedicado a implementar como estrategia la utilización de redes sociales, debido que estos medios son comúnmente utilizados por los que son nuestro target y por los que pueden llegar a ser nuestros clientes potenciales.

Por ello, debemos aprovechar estas herramientas sociales con el fin de promover la marca y a su vez, que permitirán llegar a nuestro público meta, se utilizara principalmente: Facebook, Instagram y WhatsApp como las redes sociales de Bottler & Home Decor, posteriormente se considera utilizar Tik Tok una de las redes sociales con apogeo en los últimos meses y que también está siendo muy utilizada para informar sobre el uso de productos de una forma divertida y versátil.

En las redes sociales si postearan fotografías de los productos, ideas para la implementación de este producto en los hogares, eventos y oficina, también serán de ayuda para estrategias de promoción que posteriormente implementara la empresa, se contara con el enlace del sitio web de la empresa, el que permitirá facilitar la compra en línea y mantener una interacción con el cliente en los diferentes medios.

Publicidad en redes sociales (Social Ads): Los Social Ads son espacios publicitarios en las redes sociales y que se ponen a disposición de los anunciantes con la finalidad de alcanzar a usuarios segmentados por sus intereses, seguidores y demografía.

La ventaja de utilizar este tipo de publicidad es que permitirá visualizar el alcance de una publicación en las redes sociales de Bottler & Home Decor, esto como parte de los algoritmos que se encargan de compartir el contenido en los usuarios que cumplen las características del target y por un costo permitirá llegar a aquellos segmentos que están fuera de nuestro alcance. Facebook e Instagram permiten alcanzar a clientes potenciales, mostrando ofertas, manteniendo una interacción con el público, obtener respuesta a los eventos o actividades de la empresa y conseguir los me gusta o seguimiento en redes sociales.

2.4. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva de Bottler & Home Decor se basa en ciertas características que hacen de la empresa diferenciarse con otras que ofrecen productos similares o sustitutos; entre ellas podemos destacar la obtención de materia prima de calidad para la elaboración del producto final, alianzas estratégicas con empresas proveedoras del elemento principal como son las botellas de vidrio, se han considerado empresas como Vical que es un consorcio de empresas que se dedican a la fabricación y distribución de envases de vidrio, también la institución RECIPLAS con quien se promoverá la Responsabilidad Social y el apoyo de las personas que tengan el interés de ayudar al medio ambiente en la recolección de botellas de vidrio para que formen parte de productos reciclados.

Cabe mencionar que lo que resalta la ventaja competitiva es la elaboración de productos personalizados, que vaya acorde a los gustos y preferencias de nuestros consumidores y que sean capaces de innovar, dar vida y otro aspecto a determinadas áreas del hogar u oficinas, se contara con asesoría en decoración de interiores, un servicio que en su mayoría de empresas dedicadas a la venta de artículos para el hogar no ofrecen y como ultima característica se encuentra el precio de las botellas decoradas, este será de acuerdo al producto, la capacidad adquisitiva y la personalización que desee el cliente, sin embargo se contara con un catálogo donde se podrá visualizar el producto y precios de referencia.

2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Tabla 2

Análisis FODA de Bottler & Home Decor.

BOTTLER & HOME DECOR	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Es un producto sostenible.	Poca competencia del mercado
Variedad de diseños y estilos de botellas.	Preferencia del público por artículos reciclados para la decoración del hogar.
Bajo costo de materia prima.	Las empresas consideran a los proyectos sostenibles como parte de su estrategia corporativa
Materia prima es reciclable.	Aumento de tendencia en la decoración del hogar
Diseño de modelo de negocio adaptado una nueva era digital.	Utilización de redes de comunicación
Calidad y buena imagen del producto.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Producto para un segmento de mercado específico	Productos sustitutos
Poca capacitación de los empleados en el área virtual	Falta de cultura de reciclaje
Poca red de contactos	Nuevos competidores
Falta de conocimiento de la marca por ser un emprendimiento.	Oferta y demanda escasa

Fuente: *Elaboración propia*

3. PLAN ORGANIZACIONAL.

3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).

Tabla 3

Características emprendedoras.

Nº	NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO	Búsqueda de Información	Creatividad	Toma de Decisiones	Toma de Riesgos	Motivación y Liderazgo	Redes de Apoyo	Planificación y Organización	Perseverancia	Cumplimiento de metas	Comunicación
1	Flor Barahona	x	x	x		x		x	x	x	x
2	Karina Martínez	x		x	x		x		x	x	x
3	María Menjívar	x	x	x		x		x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia

3.2. Estructura organizativa de la empresa.

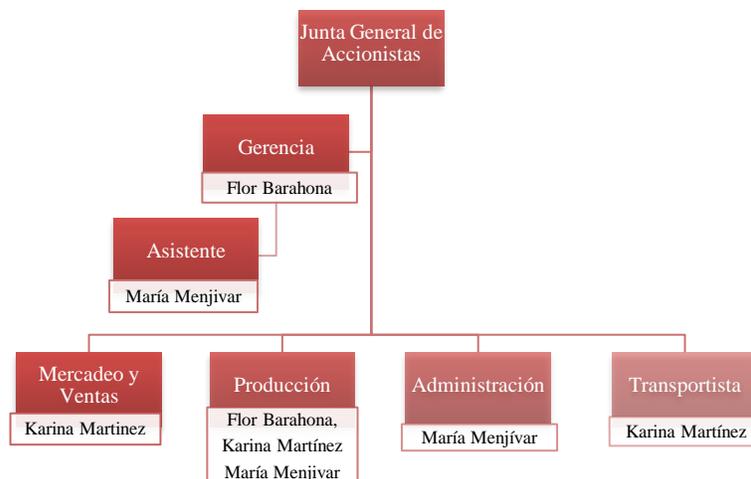


Figura 1: La estructura organizacional.

Fuente: Elaboración propia.

3.3. Organización de gestión.

Tabla 4

Organización y Gestión de las áreas de la empresa.

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidad de personas	¿Quién lo hará?
Mercadeo y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> -Definir y gestionar la marca. -Realizar gestión de campañas e iniciativas de marketing. -Producir contenidos de marketing y promoción. -Crear contenidos que ayuden a la optimización del motor de búsqueda para el sitio web corporativo. -Seguir y gestionar las redes sociales. -Realizar estudios de mercado. -Establecer metas y desarrollar estrategias de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Liderazgo. -Trabajar en equipo. -Tener conocimiento del uso adecuado de las redes sociales. -Aptitud analítica. -Creatividad. -Comunicación -Motivación y actitud positiva. 	Una persona estará a cargo del área de mercadeo y ventas.	-Karina Martínez.
Producción	<ul style="list-style-type: none"> -Control de calidad. -Control de inventario. -Desarrollo y análisis de prototipos de productos. -Seguridad e higiene. -Medir los tiempos de ejecución. -Planeación y Control de la Producción. 	<ul style="list-style-type: none"> -Capacidad para liderar, motivar, conducir y gestionar equipos. -Rapidez y eficacia en el trabajo en líneas de producción. -Capacidad para recuperar con eficacia desórdenes en la línea de producción. 	Tres personas estarán a cargo del área de producción.	-Karina Martínez. -Flor Barahona. -María Menjívar.

		-Dotes de comunicación y de escucha -Empatizar y fomentar el trabajo en equipo.	
Administración y finanzas	-Gestión y administración de los recursos financieros. -Elaborar Presupuestos. -Otras tareas administrativas.	-Responsable de que se mantenga actualizada toda la información contable de la empresa en los sistemas de información que se utilicen	Una persona estará a cargo del área de Administración y finanzas. -María Menjívar.
Asistente	-Coordinar y concretar reuniones. -Planificar la agenda del gerente o de algún alto cargo de la empresa. -Coordinar y colaborar con el departamento administrativo. -Presentar informes y evaluaciones relevantes para las tareas de asistencia. -Conocer sobre contabilidad.	-Posee una excelente ortografía. -Vocabulario amplio. -Atención al cliente. -Buena disposición para trabajar en grupo -Responsabilidad.	Una persona estará a cargo de ser la Asistente de Gerencia. -María Menjívar.
Transportista	-Es responsable de hacer las rutas para las entregas. -Cargar el carro con los productos que se entregarán a los clientes.	-Tener una alta capacidad de concentración. -Tener capacidad para seguir instrucciones. -Darle gran importancia al cumplimiento de los métodos de seguridad.	Una persona estará a cargo del transporte para envío de los productos. -Karina Martínez.

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas

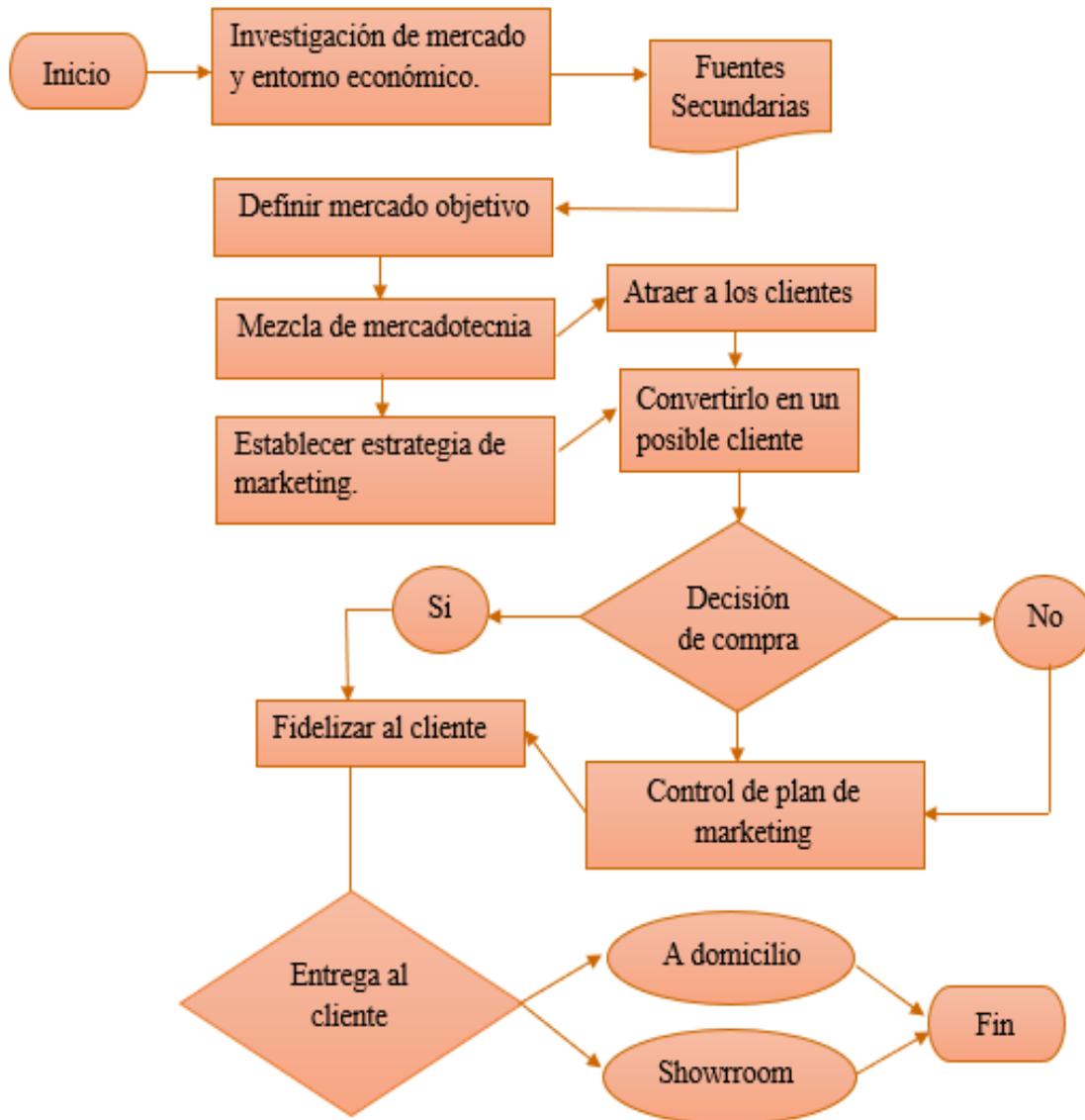


Figura 2: Flujograma del proceso de mercadeo y ventas.

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Proceso administrativo

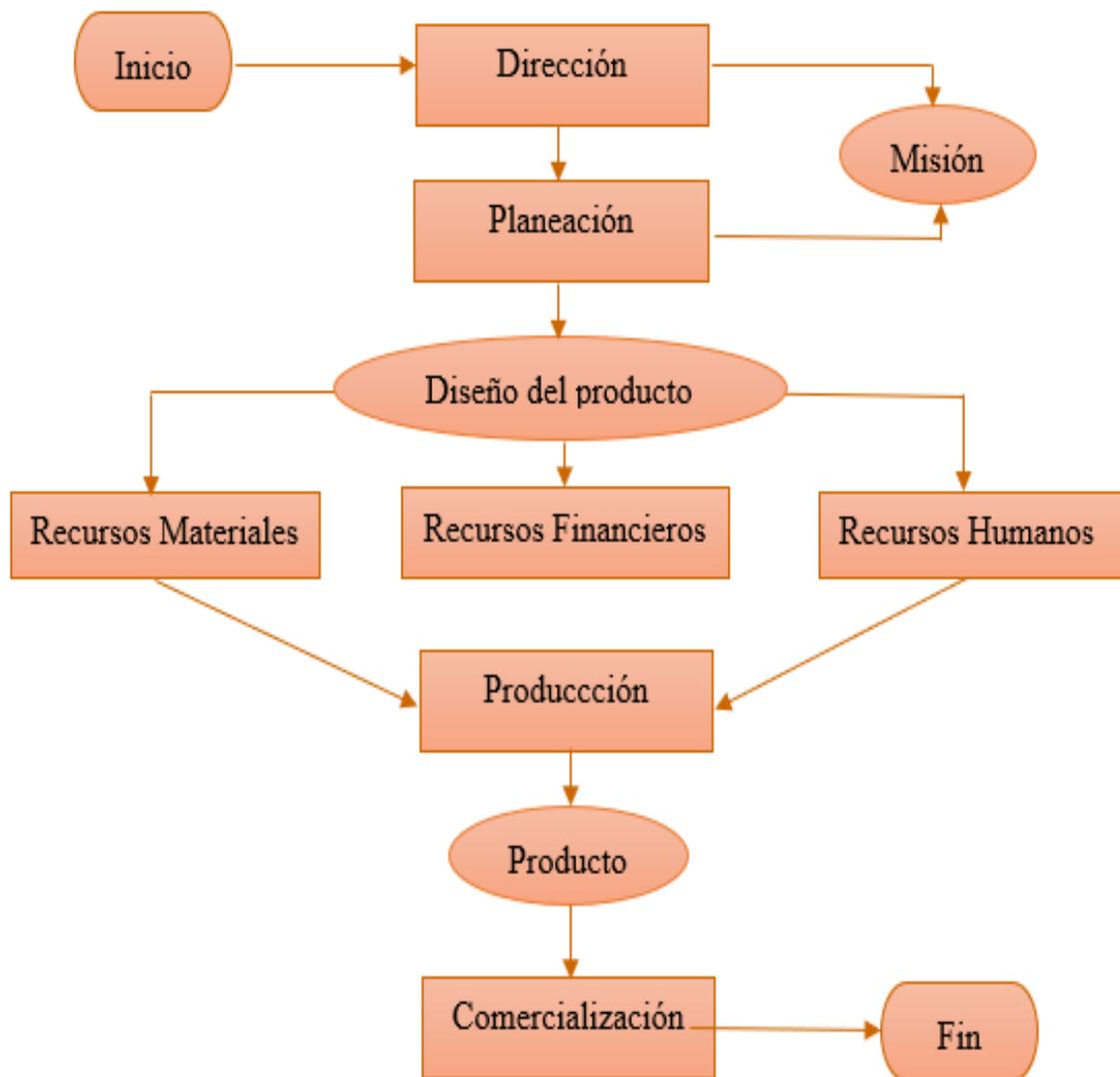


Figura 3: Flujograma del proceso administrativo.

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Proceso de producción.

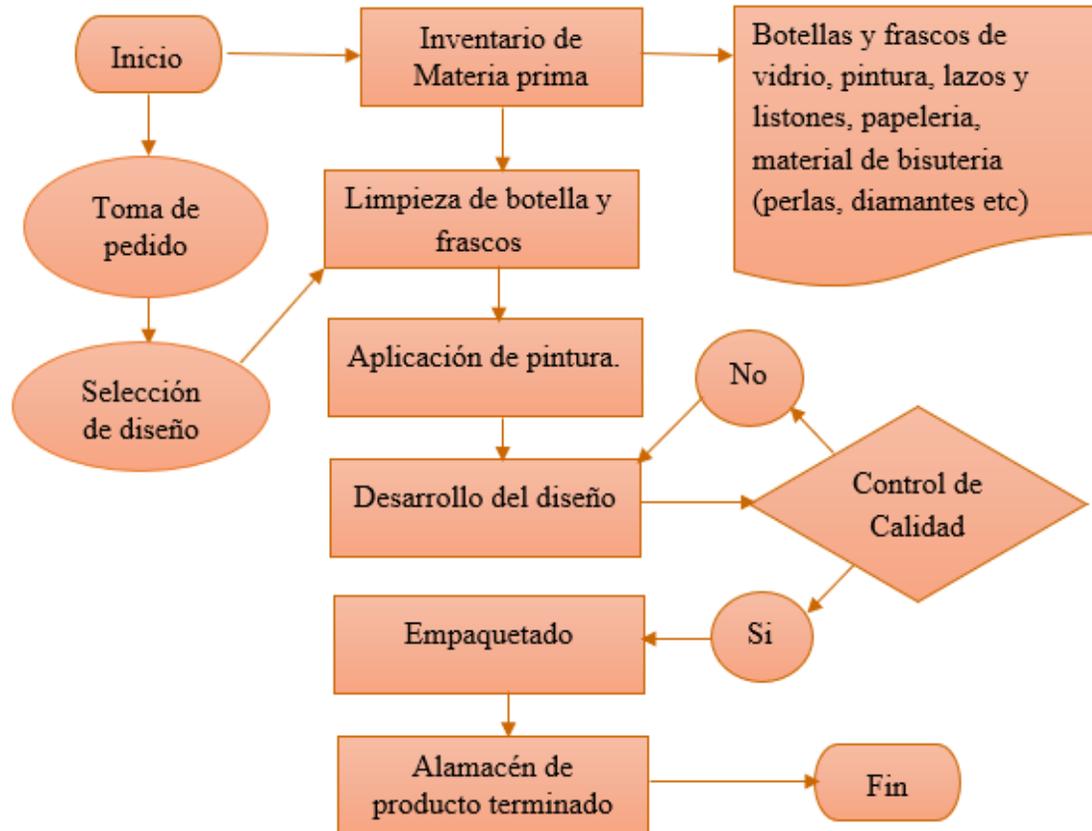


Figura 4: Flujograma del proceso de producción.

Fuente: Elaboración propia.

3.7. Procesos de recursos humanos

Este proceso se agregó en el área administrativa debido a que no se tiene tanto personal y el lugar donde se encontrará ubicada la sala y producción de botellas no será muy grande solo se encontrarán trabajando tres personas que serán las encargadas de administrar y llevar a cabo este emprendimiento.

3.8. Identificación y características de proveedores.

Tabla 5

Datos informativos sobre los proveedores.

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Teléfono	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
COMAGUI	Botellas de vidrio	2535-1300 7987-7486.	Edificio FUSADES, Blvd. Santa Elena, 2º. Nivel.	Tarjetas de crédito y Transferencia bancaria	de 3-5 días hábiles.
Librería ARANDA	Papelería y utilería	2268 5622	1 Cl Ote. Ente Av. Monseñor Romero y, Av. España No 127, San Salvador	Efectivo	Entrega inmediata.
Diseño	Pintura, pinceles cuchillas entre otros.	2271-0218	17 av. Norte N°324 San Salvador, El Salvador	Efectivo/ Tarjeta	Entrega inmediata.
BAZAR ALBERT	Materiales de decoración.	2221-1091	7a Ave Sur y Pasaje Colombia No.360 (Pasaje frente al parqueo de Plaza Centro)	Efectivo/ Tarjeta de crédito.	Entrega de inmediata.
Imprenta Diseñarte	Proveedor de empaques	7603-1889	Avenida la capilla #331, colonia Benito, San Salvador.	Efectivo/Tarjeta de crédito y debito	Entrega inmediata.

Fuente: Elaboración propia.

3.9. Distribución en planta.

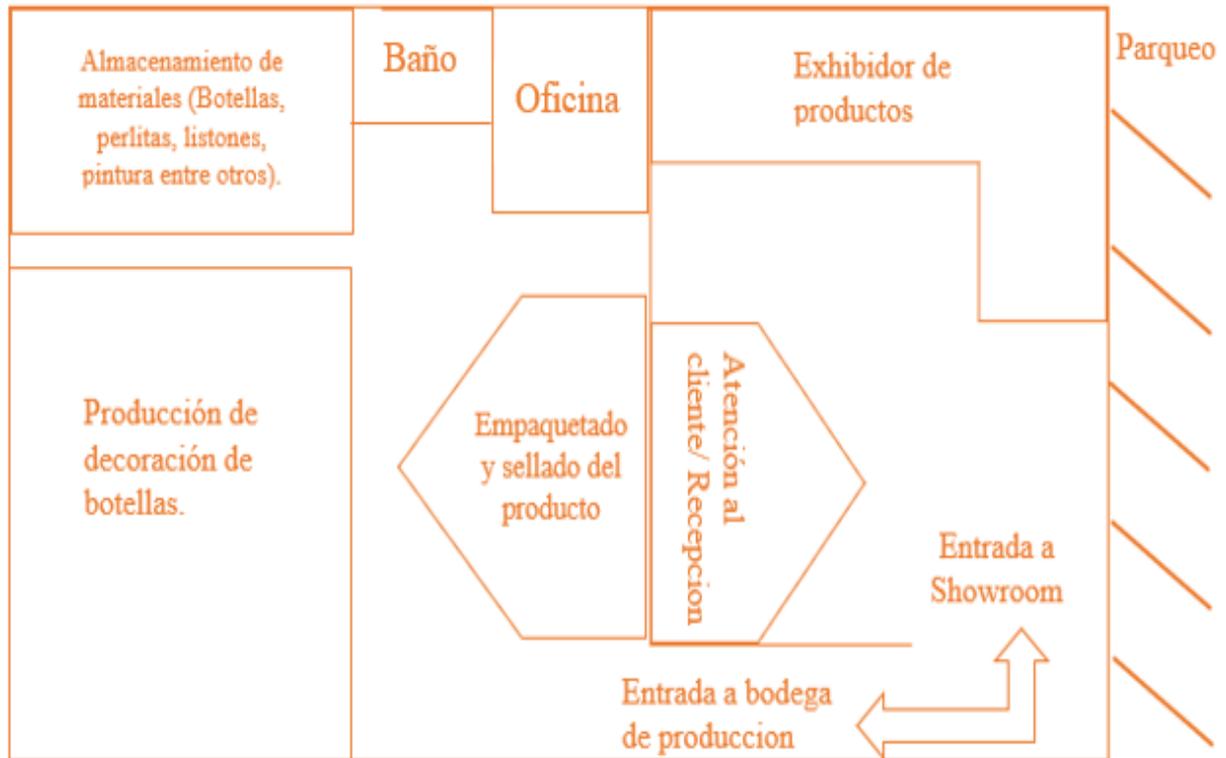


Figura 5: Distribución de planta.

Fuente: Elaboración propia.

Para la ubicación de la oficina, producción y sala de mostrador, se analiza la forma de una búsqueda estratégica del lugar, y por el tipo de producto se necesita un espacio en donde el cliente sienta accesible y seguro, para pasar por el producto al Showroom o conocer la variedad de estilos que ofrece Bottler & Home Decor, dicha ubicación será en col. Miramonte Av. B casa n°345, San Salvador, San Salvador.

3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 6

Inventario de maquinaria y equipo.

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Computadora (Laptop)	1	\$850.00
Sillas ejecutivas	3	\$300.00
Sillas para sala de espera	3	\$250.00
Mesa	5	\$150.00
Impresora	1	\$200.00
Teléfono	1	\$25.00
Moto	1	\$1,550.00
Escritorios	2	\$300.00
Repisas	4	\$80.00
Estantes	1	\$80.00

Fuente: Elaboración propia.

4. PLAN DE MERCADEO

4.1 Resultados de la investigación de mercado

El mercado de reciclaje opera como cualquier otro mercado de bienes y servicios, donde existen consumidores y ofertantes, prácticamente la mayoría opera de manera informal y solo unos pocos lo realizan formalmente, es importante aclarar que este tipo de mercado presenta una movilidad muy intensa debido a las tendencias que experimenta durante el tiempo.

Al analizar y realizar una investigación de mercado para Bottler & Home Decor es importante destacar lo siguiente, el rubro de la decoración no es tomada en cuenta en revistas gubernamentales para obtener información de las mismas, por ello se tomó a bien utilizar datos de una tesis realizada específicamente sobre la decoración del hogar.

En los últimos años el reciclaje en El Salvador ha aumentado considerablemente las tasas de recolección, teniendo impactos sociales, ambientales y económicos; en el país prácticamente el uso constante de botellas ha hecho de la recolección un proceso más necesario y urgente de hacer, siendo el vidrio uno de los materiales más reciclados debido su poder de reutilización el cual se muestra en la siguiente gráfica.

Recuperación en El Salvador 2020

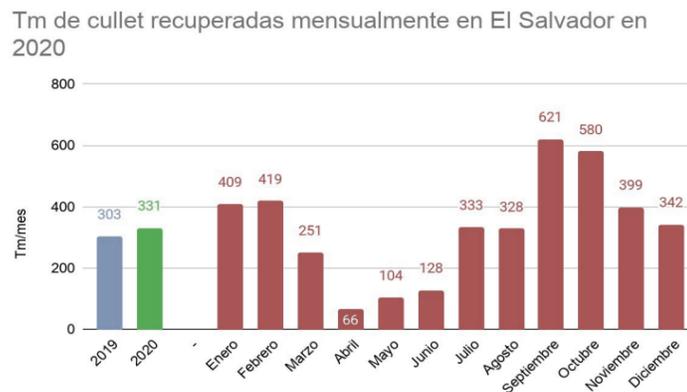


Figura 6: Reciclaje de vidrio mensual en El Salvador

Fuente: Recuperado de

<https://industriaelsalvador.com/wpcontent/uploads/2021/03/C3D2.pdf>

Los materiales con potencial son aquellos desechos que han sido recuperados y que por sus propiedades y características pueden convertirse en recursos a través de la reutilización

para luego ser incorporadas como materia prima en la fabricación de otros productos, uno de los materiales más atractivos para la industria del reciclaje por su alto poder de reciclado (100% reciclable) es el vidrio, éste se fabrica a partir de materias primas inertes y abundantes en la naturaleza así como también otras materias secundarias. Recuperado de <https://www.yumpu.com/es/document/read/45763737/estudio-sobre-el-mercado-potencial-del-reciclaje-en-el-salvador>

En nuestro país, los usos más comunes para el vidrio son la reutilización en las industrias y en los hogares, mayormente el reciclaje de manera artesanal siendo esta la principal razón por lo que muchos emprendedores reutilizan este tipo material para crear diferentes productos para la venta. Después de pandemia, las personas empezaron a comprar productos para embellecer el hogar o hacerlo más funcional, aumentando así las ventas de objetos de decoración.



Figura 7: Promedio de dinero destinado para la decoración del hogar.

Fuente: Información recopilada de Tesis “Diseño de un plan de negocio para la producción y comercialización nacional e internacional de artículos de decoración de interiores elaborados con materiales reutilizables”.

4.2 Análisis de situación:

Para el análisis de la situación se toma en cuenta el entorno interno y externo en el que se desenvuelve Bottler & Home Decor debido a que permitirá conocer cómo se encuentra el modelo de negocio ya sea en el momento actual o futuro, tomando en cuenta las siguientes variables:

- **Análisis de la competencia**

Para la identificación de la competencia se tomó en cuenta las siguientes variables: Empresas o emprendimientos que se encuentren en el mismo rubro de producto; es decir, un producto similar o sustituto, que algunos de sus materiales sean reciclables para productos de decoración, debido a que no existe hasta el momento una empresa con el mismo modelo de negocio.

Tabla 7

Competencia directa e indirecta de Bottler & Home Decor.

Competencia	Descripción general
<p>1. HandCraft El Salvador</p>  <p>HandCraft El Salvador Tienda de regalos</p>  <p>Te gusta</p>	<p>Es un emprendimiento el cual hace decoración hechas a mano en botellas de vidrio para todo tipo de ocasión y eventos tales como bodas, bautizos, celebración de quince años, entre otros, siendo ésta su principal elemento diferenciador.</p> <p>Sus productos no necesariamente son para la decoración del hogar, pero si utiliza y hace arte en botellas de vidrios.</p>

2. ReciclArte Metapán



ReciclArte Metapán
Artículos para el hogar



Venta de muebles y accesorios artesanales para la decoración de hogar, haciendo uso de materiales reciclados y elaborados por manos salvadoreñas.

Aunque sus productos son muebles, se considera como parte de la competencia debido a la utilización de materiales reciclados los cuales también son parte de la decoración de los espacios de una casa.

3. Pallet & Home Decor



Pallet & Home Decor
\$ - Remodelaciones de casas
Cerrado ahora
San Salvador



En la parte de la decoración del hogar también se encuentran productos tales como los Pallets los cuales se han hecho tendencias recientemente.

Este emprendimiento crea productos especialmente de madera y rústicos, pintados a manos con frases e imágenes en tendencia para la decoración del hogar.

4. Almacenes Siman



SIMAN
Compras y ventas minoristas



Es una tienda por departamentos de El Salvador, debido a su gran trayectoria opera en los diferentes rubros comerciales, en donde la decoración del hogar no es la excepción, por lo que la venta de productos específicos para la decoración, convirtiéndose es una competencia indirecta, entre otras.

Fuente: Elaboración propia.

- **Productos o servicios a ofrecer.**

Tabla 8

Clasificación de los productos de Bottler & Home Decor.

Descripción	Uso o aplicación	Precio de venta estimado
<p style="text-align: center;">Clásico</p> <p>Son aquellas botellas decoradas de manera elegantes con detalles únicos, llevando perfectamente una sincronización de colores el cual la hace perfecta para la decoración del hogar o como regalo.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	<p>Este tipo de producto es utilizable para una decoración de espacios clásicos y elegantes dentro de una casa.</p>	<p>Unidad \$15.50</p>
<p style="text-align: center;">Boho Chic</p> <p>El estilo boho es una tendencia que se representa por los diferentes tonos de colores combinados en la decoración de una casa, siendo ésta misma para las botellas, dando un toque hogareño y elegante a la vez.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	<p>Este tipo de producto es utilizable para la decoración de espacios libres, con mezclas de colores y texturas dentro de una casa.</p>	<p>Unidad \$14.25</p>

Rustic

Este tipo de botella decorada apuesta por la luz y el blanco, es decir con colores cálidos los cuales hacen de los espacios más naturales logrando una armonía con el hogar.



Este tipo de producto es utilizable para la decoración de espacios tienen como base la madera o materiales naturales dentro de una casa.

Unidad
\$14.25

Frascos

En el reciclaje, aparte de las botellas también se encuentran los frascos debido a su gran ventaja de reutilización, por ello se crean diferentes colores y estilos de decoración para frascos en función del uso según el cliente.



Este tipo de producto es utilizable como decoración del hogar en cualquier espacio, debido a los diferentes usos tales como floreros, para resguardo de utensilios de cocina, maquillaje, baño, entre otros.

Unidad
\$5.99

Fuente: Elaboración propia.

- **Mercado objetivo**

Al analizar las tendencias en los últimos meses se observa un fuerte aumento en el interés por la decoración de los hogares por parte de las personas, especialmente en las mujeres las cuales prefieren decorar los espacios de sus hogares debido a que buscan que éste conecte

con elementos naturales, añadiendo bienestar y satisfacción con los pequeños detalles siendo así uno de los principales motivos para que puedan adquirir los productos y preferir el concepto de la marca.

Por ello, el mercado objetivo de Bottler & Home Decor es definitivamente el consumidor final debido al tipo de producto que se ofrece, siendo estas botellas recicladas y decoradas para el hogar; por lo tanto, el consumidor que prefiere este tipo de producto tiene las siguientes características: son consumidoras de 25 hasta los 60 años con ingresos iguales o mayores de \$350.00 mensuales, tomando en cuenta los aspectos esenciales en el consumidor final: que gusten por la decoración, preferencia por productos reciclados, que gusten por la creatividad en los pequeños detalles, apoyo el arte de manos salvadoreñas y adquirir productos que contribuyan al medio ambiente.

- **Perfil del consumidor o cliente.**

Tabla 9

Identificación de las características específicas.

Edad	De 25 a 60 años de edad
Sexo	Femenino
Estatus económico	Media, media alta y alta con ingresos desde \$450.00 en adelante
Estudios	Con educación media y superior
Lugar de residencia	San Salvador

Fuente: *Elaboración propia.*

- **Fortaleza y oportunidades de los productos y servicios**

Tabla 10

Identificación de fortalezas y oportunidades.

Fortalezas	Oportunidades
Producto hecho con material reciclado.	Tendencia por productos de decoración.
Variedad de estilos, colores y texturas según tendencias.	Ayuda en el cuidado del medio ambiente.
Productos personalizados	Más apoyo en el arte y creatividad de manos salvadoreñas.
Bajo costo de producción.	Importancia de las campañas de reciclaje.
Diseños con valor agregado debido a que son hechas a mano.	No existe mucha competencia en el mercado.
Precios accesibles para el mercado objetivos	Abarcar nuevos nichos de mercado

Fuente: *Elaboración propia.*

- **Objetivos y metas de mercadeo**

Los objetivos y metas son una pieza clave para el plan de mercadeo de Bottler & Home Decor debido a la forma realista en la que se han establecido, para ello se analizó el entorno de la marca y a lo que se puede aspirar; debido a esto se tomó en cuenta la situación actual del emprendimiento, así como también la competencia. Por lo tanto, los objetivos y metas son las siguientes:

1. **Anunciar la marca y los productos entre el público objetivo mediante las plataformas digitales durante el primer mes de lanzamiento:** Debido a que es una nueva marca se necesita aumentar su visibilidad para que los clientes identifiquen los productos y el valor agregado de la misma por medio de publicaciones en sitio web y redes sociales logrando un mayor alcance.

2. Incrementar la cuota de mercado mediante la activación del Showroom durante

los primeros tres meses: Para ello es necesario mostrar a los clientes los diferentes diseños, colores, tamaños y la calidad de los materiales que se utilizan, consiguiendo que los clientes se sientan seguros de lo que están adquiriendo y al mismo tiempo hagan uso del sitio web para realizar sus compras.

3. Fidelizar a los clientes mediante el uso del sitio web a través de las diferentes

estrategias de promoción: Para Bottler & Home Decor es importante conseguir que los clientes se mantengan durante mucho tiempo ya que resulta más beneficioso, por ello, se deben de realizar diferentes actividades que permitan interactuar con los mismos, por medio de vales de descuento, envío gratis en temporadas bajas por compras líneas de productos seleccionadas, etc.

4. Aumentar las ventas en un 60% para obtener mayor rentabilidad anualmente:

Es de considerar que para cumplirlo es esencial llevar a cabo la ejecución de cada una de las actividades correspondientes a las estrategias según el marketing mix y todo aquello que de agregue valor a la marca y a los productos, mediante las plataformas digitales, logrando en conjunto una mayor rentabilidad para el negocio.

- **Mix de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza)**

En Bottler & Home Decor, se diseñan botellas y frascos reciclados para la decoración del hogar, principalmente para darle un toque especial con detalles que hacen la diferencia en los diversos espacios existentes de una casa, transmitiendo satisfacción, armonía y comodidad al momento de tener dicho producto; para ello, se han creado diferentes líneas el cual permitirá estar a la vanguardia con nuevos diseños, materiales y diversidad de colores

para que los clientes prefieran la marca al momento de decorar sus hogares y realizar la compra. Dentro de la diversidad de estilos de botellas se encuentran Clásico, Boho Chic, y Rustic; para el caso de los frascos los diseños son variados y llamativos dependiendo principalmente de su uso.

Las botellas o frascos de vidrios reciclados pueden convertirse en una opción sustentable para decorar los espacios del hogar debido a que se crea una forma de reciclar este tipo de producto de manera creativa, ayudando tanto al medio ambiente como a la misma sociedad a disminuir los envases de vidrio mediante la reutilización, así como también apoyando el arte de manos salvadoreñas.

- **Precio**

Al momento de determinar los precios de los productos de Bottler & Home Decor, se tomará en cuenta la estrategia de precios en relación a la competencia enfocado principalmente en el precio primado en donde se toma como base un fuerte valor añadido en el producto como ventaja competitiva que junto a la fijación de precios según costos y según mercado dan como resultado la posibilidad de fijar precios altos o promedio a la categoría.

Tomando en cuenta lo anterior, se analiza que en el mercado salvadoreño este tipo de productos hechos a mano para el rubro de la decoración del hogar, en donde se refleja el arte o creatividad de las personas se considera con un alto valor agregado; por ello, se pretende aprovechar esa ventaja para poder establecer un precio mayor al promedio de la competencia, además es necesario aclarar que para este rubro no se encuentra otras empresas o emprendimientos que se enfoquen en desarrollar directamente un producto similar como lo

son botellas o frascos reciclados para la decoración del hogar, permitiendo a la marca establecer un precio de \$15.00, ya sea productos individuales o paquetes según diseños.

- **Plaza**

Bottler & Home Decor pondrá a disposición a sus clientas dos tipos de mostradores de productos; el cual uno de ellos será virtual, siendo el sitio web como mostrador online medio por el cual se realizará la compra y venta de los productos y el otro físico donde cada clienta podrá llegar a conocer la variedad de diseños y al mismo tiempo comprobar la calidad de los productos.

Sitio Web:

Es un modelo de negocio digital el cual pretende realizar las ventas específicamente en línea debido al desarrollo del sitio web para ese mismo fin, el motivo es poder brindarles a las clientas una experiencia única al realizar las compras de este tipo de productos de decoración para el hogar en línea, dándoles a conocer la marca, brindándoles diversas opciones de diseños y la facilidad de compra al contar con diferentes métodos de pago.

En el momento en el que el consumidor seleccione el diseño del producto deberá tener en cuenta lo siguiente:

1. Cada producto estará detallado con sus características físicas mayor información del cliente.
2. Elegir opción de obtención del producto: a domicilio o pasar a recogerlo al Showroom.

3. Selección de lugar, fecha de entrega disponible y método de pago.
4. El producto será entregado en 2 días hábiles.
5. Envíos en todo El Salvador, el costo de envío dependerá del lugar: Zona Metropolitana \$3.00 y departamentales \$5.00.
6. Días de entrega específicos para cubrir rutas establecidas.
7. En caso de solicitar el envío a domicilio, el transportista gestionara la entrega, comunicándose con el cliente para mayor detalle del proceso.
8. En caso de seleccionar la opción de pasar al Showroom a recoger el producto, en el mismo apartado del sitio web registrará hora y lugar de entrega.

Showroom:

Es una sala de mostrador el cual permitirá que los clientes puedan visitar la sala y ahí mismo puedan visualizar la calidad de los productos ofrecidos en el sitio web; de igual forma se pondrá a disponibilidad a una persona que estará ayudando a los clientes a crear su usuario sino puede usar la plataforma y así poder realizar sus pedidos desde la comodidad de su hogar o el lugar donde se encuentre teniendo la seguridad de los productos ofrecidos, es importante mencionar que éste mostrador será lugar para que los clientes pasen a recoger sus productos si así lo desean (seleccionando la opción en el sitio web al momento de realizar la compra) e igualmente podrán apreciar el arte de la decoración con botellas, brindándoles ideas y mostrando la calidad del producto.

Canal de Distribución Seleccionado:

Para efectuar con éxito la entrega de los diferentes pedidos que se hayan generado del sitio web, el canal de distribución seleccionado por el tipo de negocio es el canal directo debido a que después de la elaboración del producto se le hará la entrega directamente al cliente ya sea a domicilio (hasta la puerta de su casa) o si lo prefiere el mismo cliente puede pasar a recogerlo al Showroom sin necesidad de intermediarios.

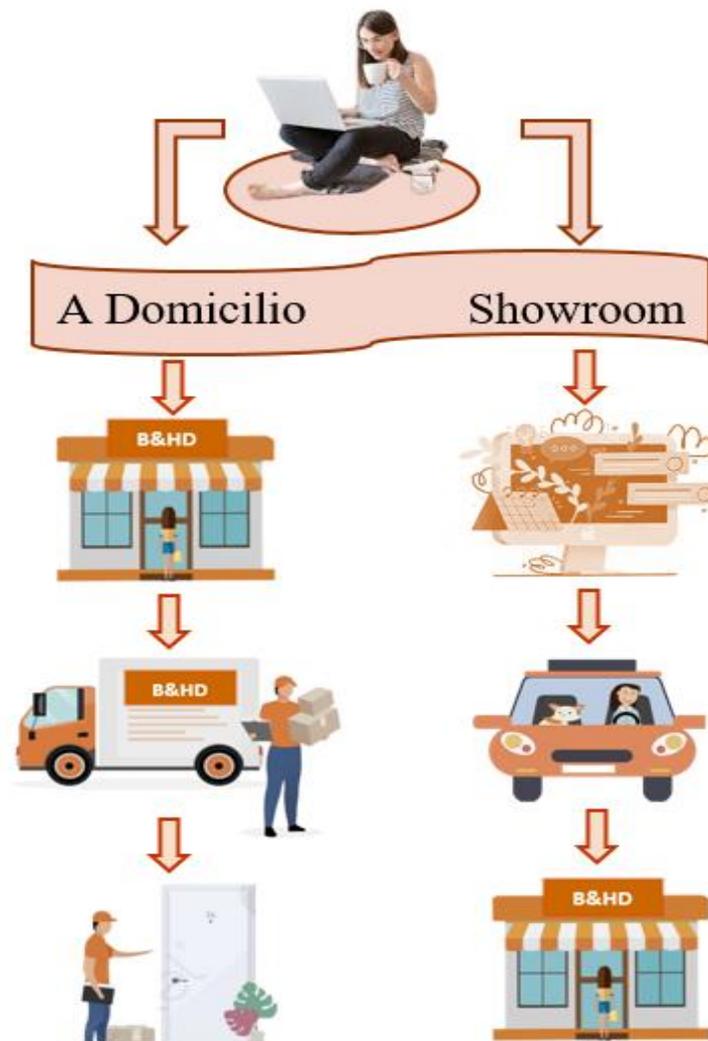


Figura 8: Diagrama sobre el uso del canal de distribución directo.

Fuente: Elaboración propia.

- **Promoción**

Las promociones para Bottler & Home Decor son importante debido a que a través de esto se puede atraer al cliente, satisfacer sus deseos y necesidades, mediante el uso de herramientas digitales como el sitio web y las redes sociales. Es necesario aclarar que para realizar y llevar a cabo las estrategias de promoción se comenzará por dar a conocer la marca y la responsabilidad social que tiene como base la empresa, es decir la importancia del reciclaje, generado conciencia ecológica y así mismo ayudando a promover los productos creativos que se pueden hacer de los mismos.

Activación de contenido de Redes Sociales y Sitio Web:

Dar a conocer la marca y los productos mediante las publicaciones de Redes Sociales tales como Facebook e Instagram y el sitio web en sí, siendo los canales fundamentales para comunicar las principales novedades y estilos en los diseños de los productos a ofrecer, utilizando como armas la sorpresa, creatividad o el sentido de la oportunidad y creando a su vez canales personalizados para comunicar el mensaje deseado.

Desarrollo de Campaña: reciclar es reinventar:

Además de promocionar los productos es importante recordar que más allá de un modelo de negocio es ayudar tanto al medio ambiente como a la misma sociedad a disminuir la contaminación de los envases de vidrio, haciendo conciencia del reciclaje tanto en redes sociales o sitio web que mediante la reutilización de una manera creativa de los mismos como decoración para el hogar se puede ayudar al mismo tiempo a nuestros alrededores y a vivir en un lugar mejor.

- **Imagen Corporativa**

Logo de la empresa:

Para la marca se creó un logotipo sencillo y elegante a la vez, el cual hiciera referencia tanto al producto a vender y el nombre seleccionado, en esta combinación se puede apreciar un arco el cual simula la forma de una casa, siendo el nombre de “Bottler & Home Decor” la forma del techo como principal detalle para realzar.

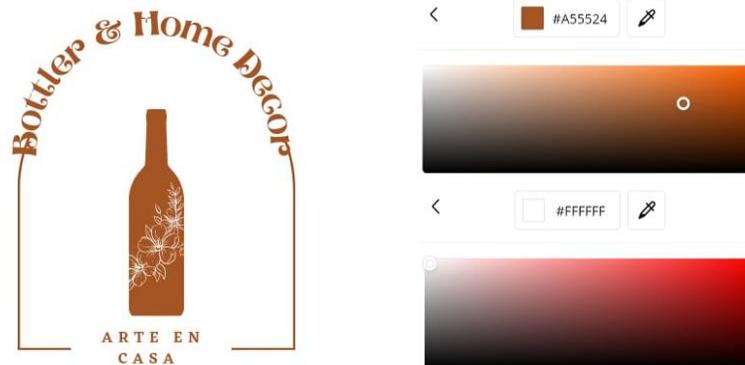


Figura 9: Imagen corporativa de Bottler & Home Decor.

Fuente: *Elaboración propia.*

El segundo elemento de mayor visibilidad es la botella el cual se encuentra en medio de la figura, dando referencia a nuestro producto como centro de la decoración dentro de los hogares. El detalle de las flores en la botella representa la variedad de diseños que la marca ofrece a los clientes y por último se encuentra el slogan como base y característica principal de cada uno de los productos de la marca. La paleta de colores seleccionada para representar la marca es por medio del color marrón el cual simboliza autenticidad, calidad, naturalidad y bienestar, también es de tomar en cuenta que es uno de los principales colores en tendencia

para productos de la decoración del hogar y junto al color blanco hacen una perfecta combinación de elegancia y calidad.

Empaque del producto:

El empaque a utilizar para la entrega de un producto individual de frascos, el cual se hará por medio de una bolsa de papel kraft blanco con tipo de asa retorcida, debido a que se quiere dar la percepción de elegancia sin perder la visión principal del reciclaje en donde cada bolsa se verá reflejada el logotipo para que los clientes identifiquen la marca. Este empaque tendrá las medidas adecuadas para que los frascos decorados independientemente se una unidad o varias, tenga suficiente espacio al momento de estar dentro de ella sin causar daños o modificaciones en el diseño; es importante mencionar que el frasco será envuelto en papel kraft para mayor protección.

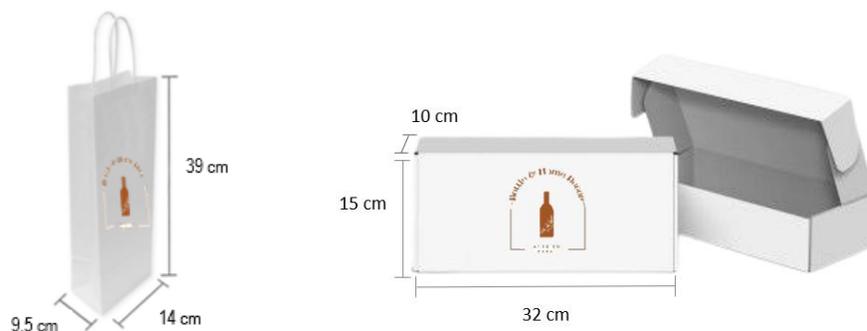


Figura 10: Diseño de empaque para los diferentes productos.

Fuente: *Elaboración propia.*

Para la presentación del empaque de la botella se entregarán en una caja de cartón blanco con las medidas respectivas al producto, el cual permita a cada uno de los productos verse de una manera estéticamente organizada y sin afectar el diseño del mismo, así como también

evitando el daño del vidrio; es decir, cuidando mayormente el producto en el traslado debido a que serán envueltas en papel kraft.

Slogan:

“**Arte en casa**” describe específicamente lo que representa cada producto de Bottler & Home Decor a la hora de que los clientes realizan la compra y se lo llevan a la comodidad de sus hogares, debido a la variedad de estilos y decoraciones hechas por manos creativas salvadoreñas las cuales convierten materiales reciclados (botellas y frascos) en arte para los diferentes espacios de la casa.

- **Estrategia de Marketing.**

- 1. Estrategia de producto: Línea de productos personalizados**

Para eventos:

En los últimos años se ha vuelto tendencia la decoración de botellas para eventos especiales, debido a las preferencias de utilizar productos reciclados y creativos sin perder la elegancia en cada tipo de evento; sin embargo, este tipo de detalles lo utiliza un segmento de mercado en específico en donde un alto estatus económico es una de las principales variables.

Por ello, se pretende utilizar esta ventaja para expandir los productos ofrecidos hacia el cliente, que por medio del sitio web podrán visualizar botellas y frascos decorados para fiestas tales como bodas, quince años, cumpleaños, bautismos, baby shower entre otros.

Por Paquetes:

Con el objetivo de satisfacer a los clientes con una gran variedad de diseños de los cuales seleccionar, se considera como tendencia la creación y formación de palabras (según lo desee el cliente) o la combinación de diferentes tipos de objetos reciclables (copas, vasos, diferentes tipos de frascos, entre otros) para diseñar botellas de decoración para el hogar, y así formar paquetes atractivos de productos creativos que llamen la atención, facilitando la compra de más de un artículo a la vez en donde se le dará la percepción al cliente de obtener más ventajas por su dinero y así mejorar la lealtad del cliente, como también emparejar un producto de baja rotación o la falta de rendimiento del inventario.



Figura 11: Línea de productos personalizados.

Fuente: Elaboración propia.

2. Estrategia de Promoción: Promoción de ventas

La promoción de ventas permite generar resultados a corto plazo, a través de incentivar al cliente a obtener el producto por algo a cambio, es una buena opción para Bottler & Home Decor por ser una empresa nueva en el mercado salvadoreño y de esta forma poder dar a conocer su producto de calidad desde su sitio web y redes sociales; impulsando así, la cifra de ventas notablemente.



Figura 12: Promoción de ventas en las principales plataformas digitales.

Fuente: Elaboración propia.

3. Estrategia de Plaza: Activación del Showroom por medio de redes sociales y Sitio Web

Una de las principales dudas del cliente al momento de realizar compras en línea es la incertidumbre sí el producto es realmente tal cual como el de la imagen de referencia, por ello se pensó en tener un mostrador de productos el cual refleje la calidad del diseño, los materiales y cada uno de los detalles del producto, así como también darles la opción a los

clientes de pasar por su producto y conocer el lugar; para ello, se presentará e informará por redes sociales y sitio web el uso del Showroom para el negocio y las ventajas de que los clientes lo utilicen.



Figura 13: Presentación de showroom en redes sociales y sitio web.

Fuente: *Elaboración Propia.*

- **Tácticas de mercadeo**

Con respecto a estrategia de producto:

1. Brindar asesorías para la creación de productos personalizados.

Tomando en cuenta la frase “Los clientes no saben que es lo que quieren hasta que lo ven”, se pondrá a disposición del público objetivo brindar asesorías sobre las temáticas y diseños de los productos para eventos, ya sea para la decoración de la mesa principal de su celebración o que los utilice como centros de mesa, dando un toque elegante, pero a la misma vez único y creativo con la decoración de botellas según sea su preferencia y estilo.

La asesoría se llevará a cabo a través del sitio web en donde puedan hacer sus preguntas y la persona encargada pueda hacer sentir seguro y complacido al cliente con lo que realmente desea en los productos personalizados que Bottler & Home Decor ofrecerá.

2. Crear alianzas estratégicas con agencias organizadora de eventos K eventos El Salvador y Sabores Gourmet Banquetes & Eventos.

Las alianzas estratégicas son importantes para las empresas, ya que les permite llegar a clientes potenciales no alcanzados generando así mayores probabilidades de venta, por ello Bottler & Home Decor planea crear dichas alianzas con dos agencias organizadoras de eventos en las cuales puedan ofrecer los productos a sus clientes ya que se creará una línea de productos específicamente para la decoración de fiestas.

Por esa razón Bottler & Home Decor, ha buscado a K eventos El Salvador y Sabores Gourmet para hacer alianzas, debido a que son agencias organizadoras de eventos elegantes, justo como la imagen que la empresa busca reflejar con sus productos a sus clientes. Esta alianza tendrá un convenio en donde cada una de las empresas involucradas patrocinara o promocionaran los servicios o productos que ofrecen para darle un mayor realce de las diferentes marcas.

Es importante aclarar que cada una de las tácticas mencionadas anteriores no tienen costos extras debido a que solo son ideas de mejoras para convertir el producto visualmente atractivo y conocido, utilizando las herramientas y medios con los que cuenta dicho negocio.

Con respecto a estrategia de promoción:

- 1. Vales de descuento del 15% en compras mayores a \$30.00 para las primeras 15 personas que realicen su primera compra, por medio del sitio web de Bottler & Home Decor.**

Una forma de fidelizar al cliente es atraerlo a través de descuentos que pueden hacerlos efectivos en el momento de realizar la compra o máximo en un periodo de 3 meses, la promoción tiene el nombre de “Love my Home”, esta consiste en la colocación de post en las redes sociales de la empresa mencionando la frase “Quiero el descuento del 15%, Love my Home”.

Para efectuar la confirmación de las 15 personas ganadoras se les harán llegar a través de un inbox el vale de descuento digital, con un código el cual deberán ingresar al momento de efectuar la compra en el sitio web.



Figura 14: Vale de descuento para realizar compras en el sitio web.

Fuente: *Elaboración Propia.*

2. Incentivo de Free Shipping en temporadas bajas para el área metropolitana de San Salvador.

Con el fin de mantener las ventas en las temporadas bajas, se implementará el costo de envío gratis en los meses de enero, marzo, julio y septiembre, la condición para hacer efectivo el free shipping es, realizar la compra de dos o más botellas de la línea de Boho Chic o Rustic, las rutas de envío serán a ciertas zonas donde pueda ingresar el personal repartidor. Se considera que el costo del envío sea no mayor de \$3.00, este se verá reflejado al momento de realizar la compra con cualquiera de las tarjetas de débito o crédito.



Figura 15: Arte para anunciar incentivo de Free Shipping.

Fuente: *Elaboración Propia.*

Tabla 11

Costo de tácticas de promoción.

Tácticas	Costo
Vales 15% de descuento	\$4.50 aproximado de descuento por cada vale. (\$67.50)
Free Shipping	\$3.00 por cada pedido que se realice dentro de la zona metropolitana de San Salvador.
Creación de artes	\$9.99 costo de app para creación de diseños (Canva mensual)

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a estrategia de plaza:

1. Incentivar y enseñar el uso del sitio web para la compra de los productos:

Es de tomar en cuenta que para muchas personas todavía se le dificulta comprar en un sitio web, ya sea por costumbre o desconocen completamente el proceso de compra; es por eso que al momento en que las personas lleguen al Showroom, conozcan el producto y desean adquirir algunos de los mismos, se le brindará asesoría instantánea de cómo realizar la compra desde el sitio web del producto que vieron en la sala.

Igualmente, en las diferentes redes sociales se les compartirá contenido informativo sobre el proceso de compra entre otras funciones del sitio web, para que este sea más conocido y fácil de usar entre los clientes; así como también el uso del showroom el cual participa directa o indirectamente en la compra.

2. Mantener dentro del Showroom, flyers y afiches informativos del proceso de compra en el sitio web.

Para Bottler & Home es importante que los clientes tengan el conocimiento que las compras de los productos serán únicamente a través del sitio web a pesar de la existencia del Showroom, por lo que se creará afiches para informar al cliente. Por otro lado, estos afiches se les entregaran a las personas que se acerquen a ver los productos en la sala de mostrador en donde se visualice información importante tales como: la marca y su valor agregado, el proceso de compra, redes sociales y enlace correspondiente.

Tabla 12

Costo de tácticas de plaza.

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Flyers (10.5 cm x 14.8 cm)	100	\$ 0.10	\$ 10.00
Afiches (32 cm x 49 cm)	2	\$1.25	\$ 2.50
Total			\$ 12.50

Fuente: *Elaboración propia.*

- **Ejecución y control**

Para Bottler & Home Decor es necesario controlar y evaluar constantemente los resultados obtenidos por las estrategias establecidas; dado que, tanto el mercado como el entorno, experimentan constantes cambios. Por ello, para la ejecución y control de cada una de las actividades contempladas anteriormente se tomará en cuenta bajo los siguientes aspectos:

Tabla 13

Ejecución y control del plan de mercadeo.

Tipo de Control	Área encargada	Objetivo	Herramientas y acciones
Control del plan anual	Gerencia, Administración, Mercadeo y Ventas	Examinar si los resultados obtenidos en el plan se han alcanzado	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las ventas mensuales. - Análisis de la cuota de mercado. - Rentabilidad: por producto, segmentos y cantidad de pedidos. - Análisis de la situación financiera. - Cronograma de cumplimiento de las tareas y actividades. - Desarrollo y ejecución de las estrategias según calendarización - Informes de métricas y KPI's
Control de eficiencia	Gerencia, Mercadeo y Ventas	Disminución del grado de incertidumbre para los próximos pasos a realizar	<ul style="list-style-type: none"> - Señalar los puntos positivos y negativos de las campañas. - Asistencia para la toma de decisiones e inversiones. - Ayuda para la mejora de estrategias. - Posicionamiento en la red.
Control Estratégico	Administración, Mercadeo y Ventas	Analizar si la organización está consiguiendo las mejores oportunidades.	<ul style="list-style-type: none"> - Reforzar la orientación estratégica. - Medición del desempeño de cada campaña y participación del cliente. - Análisis actualizado del mercado, productos y canales. - Verificación del posicionamiento SEO.

Fuente: Elaboración propia.

5. PLAN DE VENTAS

Administración de ventas: Karina Martínez

Número de Vendedores: 3 vendedoras

Las personas que forman su equipo de trabajo de ventas, **¿Tienen otras responsabilidades además de ventas?**

Debido a que Bottler & Home Decor ha empezado como un emprendimiento se ha tomado la decisión de que las fundadoras son las mismas encargadas de todo lo que conlleva el área administrativa y ventas, posteriormente cuando la empresa tenga un mejor posicionamiento en el mercado se va a considerar la contratación de personal para que cubra con las responsabilidades necesarias del área de ventas.

¿Qué comisiones pagará usted al personal de ventas?

Por el momento para el personal de ventas no se ha contemplado trabajar bajo comisión; sin embargo, la empresa ha acordado entregar viáticos al personal para compensar sus servicios, esto comprende los gastos por alimentación y transporte.

¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?

Por medio de controles de trabajo que el personal entregará, especificando su producción mensual de trabajo, es decir todas aquellas actividades realizadas y responsabilidades desempeñadas de acuerdo al área correspondiente.

¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas?

Por medio de capacitaciones trimestrales en donde se le brinden conocimientos principalmente sobre las habilidades gerenciales, gestión de procesos y mejora continua, todo para hacer para optimizar la organización de la empresa, así como también brindarle conocimientos sobre el uso de las plataformas digitales.

6.1 Ciclo de Ventas

A. Prospección

¿Cómo identificará a potenciales clientes?

A través de anuncios publicitarios, haciendo uso de las redes sociales, pues se considera que los clientes potenciales sean aquellos que se encuentren activos en dichos medios y al momento en que estos visitan las publicaciones por medio de un clic se les va a considerar como clientes potenciales debido al interés que podría tener en los productos de la marca.

¿Qué métodos usará usted para determinar los intereses de los clientes?

Debido que la comunicación con los clientes será en las plataformas digitales, se tomará en cuenta los intereses de los mismos, mediante la interacción de las publicaciones, historias, reels, que tenga la empresa, utilizando google analytics para medir el impacto de tu sitio web y el comportamiento de sus usuarios; así mismo por las estadísticas y métricas de las redes sociales.

B. Contacto con los clientes

¿Quién contactará a los potenciales clientes?

Para la conexión de posibles clientes la empresa se asegurará de hacer pago de publicidad para obtener un mayor alcance buscando clientes con gustos similares y así obtener más visualizaciones, siendo las redes sociales el medio por el cual se contactarán a los clientes.

¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes?

En el momento que se creen las redes sociales, se comenzara a tener interacción con los clientes por lo que se contactaran aproximadamente 3 meses antes de la apertura del sitio web.

¿Quién contactará a los clientes actuales?

El departamento de mercadeo y ventas será el encargado de contactar a los clientes actuales el cual se le dará un seguimiento para mantener la fidelización de los mismos.

C. Manejo de objeciones

¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes?

El manejo de objeciones es una etapa del proceso de ventas que se ha tomado en cuenta, luego de haber presentado un producto a un cliente potencial, es por ello que se debe de conocer cómo manejar este tipo de situación tales como, cuando el cliente tenga un

reclamo, no está satisfecho con el producto o el producto se demoró en llegar. Es importante aclarar que según las leyes de las ventas en línea el cliente tiene 15 días para presentar su reclamo.

¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta?

Si, por medio de las estrategias y tácticas se pretende lograr la meta de venta, realizando cada una de las actividades según la calendarización, reflejando las en las diferentes plataformas digitales.

D. Reunión o Presentación

¿Cuántas llamadas deberán hacer cada vendedor?

Se ha considerado que los vendedores no harán llamadas para contactar a los clientes, debido que toda comunicación se hará por las plataformas digitales, en donde se les dará seguimiento a los clientes a través de los correos, mensajes y asesorías.

¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes?

Se le reportaran a la persona encargada del área de mercadeo y ventas para que lo tome en cuenta en la ejecución de objetivos de la empresa, estrategias y tácticas a realizar para aumentar la cuota de mercado.

E. Cierre de ventas

¿Cuáles son sus metas en ventas?

Como principal meta, Bottler & Home Decor debe cumplir las proyecciones de ventas e incrementar la demanda y la cuota de mercado para obtener más rentabilidad y generar ingresos que puedan mantener en marcha a la empresa durante los próximos años.

¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas dentro del equipo?

Dentro del equipo, si se encuentra el personal de ventas que tiene la capacidad de completar el proceso de la venta con el cliente.

F. Servicio post venta

¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta?

La empresa, mediante el área de mercadeo y ventas tendrá la tarea de contactar al cliente a través de las plataformas digitales, es decir darle seguimiento al cliente después haber concretado la venta mediante correos y mensajes.

¿Qué otros productos o servicios podemos ofrecerle para futuras ventas?

Se van a incorporar líneas de producto tales como botellas decoradas para eventos, paquetes con diversos materiales (copas, vasos, entre otras), así como también se incluirán nuevos productos o similares a la decoración del hogar (almohadas, jarrones, pampas, entre otras).

6.2 Proyección de Ventas

Se presenta la planificación de ventas que se generaran durante el primer año de operación de la empresa, se ha considerado la estacionalidad de acuerdo al giro de la empresa y el crecimiento previsto en la puesta en marcha.

Tabla 14

Proyección de ventas en unidades.

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												TOTAL
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
1	Botella Clásico	UN	\$ 15.50	62	65	68	72	75	79	83	87	92	96	101	106	987
2	Botella Boho Chic	UN	\$ 14.25	84	88	93	97	112	117	123	129	136	143	150	157	1,430
3	Botella Rustic	UN	\$ 14.25	82	86	90	95	109	115	120	126	133	139	146	154	1,396
4	Frasco	UN	\$ 5.99	58	61	64	67	77	81	85	89	94	99	103	109	987

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15

Proyección de ventas monetarias.

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL		
1	Botella Clásico	UN	\$ 4,895.76	\$ 5,140.54	\$ 5,397.57	\$ 5,667.45	\$ 21,101.32	\$ 5,933.66	\$ 6,230.34	\$ 6,541.86	\$ 6,868.95	\$25,574.80	\$ 38,745.83	\$ 58,699.93
2	Botella Boho Chic	UN	\$ 6,098.04	\$ 6,402.95	\$ 6,947.02	\$ 7,518.30	\$ 26,966.31	\$ 7,390.83	\$ 7,760.37	\$ 8,419.79	\$ 9,112.17	\$32,683.16	\$ 49,514.99	\$ 75,015.22
3	Botella Rustic	UN	\$ 5,952.85	\$ 6,250.50	\$ 6,781.61	\$ 7,339.29	\$ 26,324.25	\$ 7,214.86	\$ 7,575.60	\$ 8,219.32	\$ 8,895.22	\$31,904.99	\$ 48,336.07	\$ 73,229.14
4	Frasco	UN	\$ 1,769.91	\$ 1,858.41	\$ 2,016.32	\$ 2,182.13	\$ 7,826.76	\$ 2,145.13	\$ 2,252.39	\$ 2,443.78	\$ 2,644.74	\$ 9,486.04	\$ 14,371.34	\$ 21,772.59
Total de Ventas Trimestrales			\$ 18,716.57	\$ 19,652.39	\$ 21,142.52	\$ 22,707.16		\$22,684.48	\$23,818.70	\$25,624.74	\$27,521.08			
Total de Ventas Anuales							\$82,218.65					\$99,649.00	\$ 150,968.23	\$ 228,716.87

Fuente: Elaboración propia.

Análisis 1: Para la proyección de ventas se ha estimado que por día se venderá alrededor de 9 a 10 productos para todos los tipos de botellas decoradas a través del sitio web, teniendo un crecimiento mensual del 5%, haciendo un total del 60% en incremento anual.

Análisis sobre estimación de ventas:

Las ventas para Bottler & Home Decor se han determinado según estimados, debido a que no existe un dato histórico de empresas que se dediquen a la venta de botellas de vidrio decoradas, además, se realizó búsqueda de datos en el sitio gubernamental del Banco Central de Reserva, el cual muestra los rubros de la economía del país, por lo que no se identificó el rubro de la empresa (venta de productos de decoración del hogar con material reciclado), dado que no se refleja en la categoría de comercio primario.

Se ha considerado que la venta estimada de las botellas de vidrio decoradas sea de 9 a 10 unidades diarias aproximadamente, tomando un 5% en el aumento de las ventas para los próximos meses del primer año de introducción en el mercado salvadoreño, siendo un 60% anual para los próximos 5 años.

6. PLAN FINANCIERO**6.1 Plan de Inversión.**

Para realizar del plan de inversión se ha tomado en cuenta las siguientes variables según las necesidades de la empresa, estas se reflejan de la siguiente manera:

Presupuesto de Equipo y Herramientas, Materia prima e Insumos Iniciales y Materiales de construcción (adecuación del local).

Tabla 16

Detalles de inversión.

	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra
Equipos y Herramientas	Computadora (Laptop)	UN	1	\$850.00	\$850.00	Price Smart
	Impresora	UN	1	\$200.00	\$200.00	Price Smart
	Sillas ejecutivas	UN	3	\$100.00	\$300.00	EPA
	Escritorios	UN	2	\$150.00	\$300.00	EPA
	Repisas	UN	4	\$20.00	\$80.00	EPA
	Estantes	UN	1	\$80.00	\$80.00	EPA
	Motocicleta	UN	1	\$1,550.00	\$1,550.00	PRADO
	Mesas de trabajo	UN	3	\$50.00	\$150.00	EPA
	SUBTOTAL				\$3,510.00	
Materia Prima e Insumos Iniciales	Botellas de vino de 750 ml	UN	24	\$0.93	\$22.20	COMAGUI
	Frascos de 16onz	UN	48	\$0.70	\$33.78	COMAGUI
	Aerosol	UN	12	\$1.99	\$23.88	VIDRI
	Pintura acrílica 80ml	UN	9	\$3.61	\$32.50	DISEÑO
	Yute	UN	5	\$6.89	\$34.45	Bazar Albert
	Listón	UN	9	\$1.75	\$15.75	Bazar Albert
	Silicon liquido 250ml	UN	12	\$2.75	\$16.50	DISEÑO
	Piedras y Perlas	UN	12	\$0.60	\$7.20	Bazar Albert
	Flores y hojas	UN	10	\$0.67	\$6.70	Bazar Albert
	Tijeras	UN	3	\$3.00	\$9.00	DISEÑO
	Aplicador de pistola pintura en aerosol	UN	1	\$11.85	\$11.85	FREUND
	Aerógrafo	UN	1	\$25.00	\$25.00	VIDRI
	SUBTOTAL				\$238.81	
TOTAL SUBTOTAL DE: EQUIPO Y HERRAMIENTAS, MATERIALES E INSUMOS INICIALES Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN					\$3,748.81	

Fuente: Elaboración propia.

Plan de inversión capital de trabajo, según requerimientos del giro del negocio.

Tabla 17

Detalles de capital de trabajo.

Descripción	Cantidad (meses)	Monto gastado mensual	Gasto Total
Alquiler de local			
Col. Miramonte ave. B casa #345	12	\$200.00	\$2,400.00
Servicios Básicos			
Agua, gas y electricidad	12	\$75.00	\$900.00
Comunicaciones (teléfono)	12	\$10.00	\$120.00
Salario			
Empleados	12	\$300.00	\$10,800.00
Promoción y Publicidad			
Redes sociales y sitio web	12	\$65.00	\$780.00
Otros			
Viáticos		\$20.00	\$720.00
Transporte (Gasolina)	1	\$30	\$160
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$15,880.00

Fuente: Elaboración propia.

Total de la inversión:

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Inversión en concepto de Equipo y Herramientas, Materia prima e Insumos Iniciales y Materiales de construcción (adecuación del local) + inversión en capital de trabajo.

\$19,628.81

6.2 Estructura de costos

- **Costos Variables Unitarios.**

Tabla 18

Detalles de costos.

Producto o Servicio	Costo Variable de Materia prima	Costo Variable de Mano de Obra	Costo Fijo Unitario	Costo Total Unitario
Clásica	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$3.93
Rustic	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$3.93
Boho Chic	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$3.93
Frascos	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$3.93

Fuente: Elaboración propia.

- **Costos totales de un año de operación.**

Tabla 19

Detalles de costos totales.

Producto o Servicio	Total de Costos Variables	Total de Costos Fijo	Costos Totales
Clásica	\$13,965.62	\$10,935.00	\$24,900.62
Rustic	\$13,965.62	\$10,935.00	\$24,900.62
Boho Chic	\$13,965.62	\$10,935.00	\$24,900.62
Frascos	\$13,965.62	\$10,935.00	\$24,900.62

Fuente: Elaboración propia.

6.3 Flujo de efectivo.

Tabla 20

Flujo de efectivo.

Flujo de efectivo proyectado para el primer año de operaciones												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo del periodo anterior	\$ -	\$ 6,663.92	\$ 13,511.54	\$ 20,552.03	\$ 27,795.05	\$ 35,564.78	\$ 43,573.50	\$ 51,833.16	\$ 60,356.29	\$ 69,156.07	\$ 78,246.35	\$ 87,641.65
Ingresos												
Ingresos por venta	\$ 3,673.92	\$ 3,857.62	\$ 4,050.49	\$ 4,253.02	\$ 4,779.73	\$ 5,018.72	\$ 5,269.66	\$ 5,533.13	\$ 5,809.78	\$ 6,100.28	\$ 6,405.30	\$ 6,725.56
Otros ingresos												
Total de ingresos	\$ 3,673.92	\$ 10,521.54	\$ 17,562.03	\$ 24,805.05	\$ 32,574.78	\$ 40,583.50	\$ 48,843.16	\$ 57,366.29	\$ 66,166.07	\$ 75,256.35	\$ 84,651.65	\$ 94,367.21
Egresos												
Egresos por gastos de operación	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00	\$ 1,418.00
Egresos por gastos de materia prima y mano de obra	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00	\$ 1,572.00
Total de egresos	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00	\$ 2,990.00
Flujo de efectivo proyectado	\$ 6,663.92	\$ 13,511.54	\$ 20,552.03	\$ 27,795.05	\$ 35,564.78	\$ 43,573.50	\$ 51,833.16	\$ 60,356.29	\$ 69,156.07	\$ 78,246.35	\$ 87,641.65	\$ 97,357.21

Fuente: Elaboración propia.

6.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Tabla 21

Análisis de rentabilidad.

ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DATOS DE UN AÑO DE OPERACIONES	
	PRODUCTO
Producción estimada (en unidades de medida)	4800
Venta (\$)	\$ 61,477
Costos (Suma de Costos Variables y Fijos Totales)	(\$)17,610.63
RENTABILIDAD	\$43,866.37

Fuente: Elaboración propio.

Punto de equilibrio en Unidades y Monto:

Productos/Servicios	En unidades Unidades	En Valor (\$)
Botellas de Vidrio	805	10,062.50

6.5 Estado de Resultados proyectado

Tabla 22

Análisis de rentabilidad.

Estado de Perdidas y Ganancias	Mes 1	Primer Trimestre	Anual
Ingreso por Ventas	\$ 3,673.92	\$ 11,582.03	\$ 61,477.21
Costo de Bienes Vendidos	\$ 1,823.40	\$ 5,748.28	\$ 30,465.94
Ganancia Bruta	\$ 1,850.52	\$ 5,833.75	\$ 31,011.27
Salarios	\$ 900.00	\$ 2,700.00	\$ 10,800.00
Prestaciones	\$ -	\$ -	\$ -
Alquileres de Locales	\$ 200.00	\$ 600.00	\$ 2,400.00
Alquileres de Maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ 36.74	\$ 115.82	\$ 614.77
Seguros	\$ 36.74	\$ 115.82	\$ 614.77
Agua, Gas, Electricidad	\$ 75.00	\$ 225.00	\$ 900.00
Comunicaciones	\$ 10.00	\$ 30.00	\$ 120.00
Utiles de Oficina	\$ 8.00	\$ 24.00	\$ 96.00
Promoción y Publicidad	\$ 65.00	\$ 195.00	\$ 780.00
Pasajes y Viáticos	\$ 58.78	\$ 185.31	\$ 983.64
Transportes	\$ 22.04	\$ 69.49	\$ 368.86
Depreciación	\$ 96.93	\$ 290.79	\$ 1,163.17
Otros	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 1,509.24	\$ 4,551.24	\$ 18,841.21
Aporte de capital	\$ 100.00	\$ 300.00	\$ 2,000.00
Sistema contable	\$ 83.33	\$ 249.99	\$ 999.96
Escrituración de sociedad	\$ 75.00	\$ 225.00	\$ 300.00
Total Gastos de Operación	\$ 258.33	\$ 774.99	\$ 3,299.96
Total Gastos y Costos	\$ 1,767.57	\$ 5,326.23	\$ 22,141.17
Intereses Pagados	\$ 71.22	\$ 208.98	\$ 747.37
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 11.73	\$ 298.54	\$ 8,122.73
Reserva Legal 7%	\$ 0.82	\$ 20.90	\$ 568.59
Subtotal	\$ 10.91	\$ 277.65	\$ 7,554.14
Impuesto sobre Renta(25%)	\$ 2.73	\$ 69.41	\$ 1,888.53
Ganancia Neta	\$ 9.01	\$ 229.13	\$ 6,234.19

Fuente: Elaboración propia.

7. PLAN DE TRABAJO

A continuación, se describe en el siguiente cronograma las actividades necesarias para la puesta en marcha del negocio, considerando permisos, capacitaciones, gestiones con instituciones entre otros durante un periodo de un año.

Tabla 23

Tabla de diferentes actividades a realizar.

Numero	Objetivo	Acciones	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de fin	Recursos
1	Enseñar a los empleados a utilizar las diferentes plataformas digitales utilizadas por Bottler & Home Decor.	-Capacitaciones sobre el manejo de redes sociales y sitio web.	María Menjivar	03/01/22	07/01/22	Computadora, papelería y sitio web.
2	Crear planners mensuales para el contenido de la marca.	-Cumplir con el calendario de contenidos creado para que las redes sociales y la sitio web se mantenga activa.	Karina Martínez	10/01/22	14/01/22	Calendario de planificación, fotos de los productos, programas de diseño.
3	Crear expectativas en las publicaciones mostrando que día será la apertura en el sitio web, para generar interés a los clientes.	-Hacer artes con publicidad de la apertura del negocio e ir a regalar flyers en lugares concurridos.	Flor Barahona	15/01/22	31/01/22	Las plataformas digitales, una computadora

4	Preparar la activación del sitio web.	-Realizar pruebas pilotos del sitio web para que el día de activación no se tenga ningún problema.	Karina Martínez	01/02/22	03/02/22	Computadora, sitio web, entre otros.
5	Apertura local	-Ambientación del local. -Hacer publicaciones previas sobre la apertura del Showroom en redes sociales.	María Menjivar	05/02/22	05/02/22	Materiales de decoración, redes sociales y personal de trabajo,
6	Realizar talleres periódicamente, con los trabajadores sobre cómo ayudar sobre el tema del sitio web y tener una buena atención al cliente.	Mantener al personal capacitado para que esté, ese preparado para atender a todo tipo de cliente ya sea en el Showroom o por las diferentes plataformas.	María Menjivar	Cada 3 o 4 meses	Cada 3 o 4 meses	Papelería, otros materiales necesarios para la capacitación,
7	Ejecución y desarrollo de actividades	-Realizar las estrategias, objetivos y tácticas con respecto al marketing mix.	Flor Barahona	Marzo 2021	Diciembre 2021	Plan de negocio, redes sociales y personal.
8	Control de actividades a realizar	Realización de cronogramas de tiempo	Karina Martínez.	Enero 2021	Diciembre 2021	Plan de negocio, redes sociales y personal.

Fuente: Elaboración propia.

8. PLAN DE CONTINGENCIA

- **Medidas generales de prevención**

La seguridad de los empleados y los clientes es importante, por esa razón se han fijado ciertas medidas preventivas generales las cuales están, mantener el espacio de trabajo ordenado y limpio, las zonas de riesgo y peligro deben de estar señalizadas, e identificar la salida de emergencia.

- **Acciones preventivas**

Representan las medidas tomadas frente a diferentes causas que afectan al desarrollo normal y óptico de la empresa; es por ello que se tendrán acuerdos de calidad con los proveedores, para obtener el suministro inmediato de materias primas y mantener un orden y seguimiento sobre los pedidos que los clientes realizan para lograr una mejor optimización al momento de entregar los productos.

- **Acciones en caso de siniestro**

En el caso de que ocurra algún temblor o incendio se deben de seguir las instrucciones que se tendrán en los afiches puestos en las paredes de la empresa como medidas de seguridad, las cuales serían, mantener la calma, retirarse de ventanas y objetos que puedan caer, ubicarse en zonas de seguridad, localizar la zona de evacuación y para el caso de incendios se mantendrá un extinguidor con el fin de mantener la seguridad de las personas dentro del local.

- **Manejo de crisis**

Los problemas en las empresas son muy comunes, por lo que cada empresa debe de saber manejar la situación, ya que al no ser atendidas y resueltas de forma oportuna pueden ocasionar un problema a largo plazo, por lo tanto, Bottler & Home Decor tomará en consideración el manejo de las siguientes crisis tales como, Ataques cibernéticos, falta de comunicación entre el personal y el área administrativa. Por esa razón la persona a cargo del personal debe ser capacitada para saber cómo manejar este tipo de crisis para que no se vean afectados los objetivos meta y la imagen de la empresa.

- **Plan de continuidad**

Bottler & Home Decor ha tomado a bien tener un fondo para cubrir necesidades o actividades imprevistas que pongan en riesgo la estabilidad de la empresa. Este fondo será de acuerdo a la capacidad de rentabilidad que tenga la empresa durante el primer año de funcionamiento.

- **Seguridad de los activos**

El inicio de la empresa no cuenta con bienes y derechos de propiedad porque se va a iniciar con un crédito el cual cubrirá las necesidades de la empresa, sin embargo, la empresa solo cuenta con la compra de mercancía inicial.

- **Plan de acción**

- 1. Inscripción de la empresa ante el Ministerio de Hacienda.**

- Obtención de NIT
- Obtención de tarjeta y número de contribuyente (IVA)

- 2. Obligaciones formales y legales.**

- Inscripciones de balance general
- Matrícula de comercio
- Registro de credenciales de junta directiva de sociedades

- 3. Obligaciones Laborales.**

- Inscripciones de empleados en AFP
- Pago mensual de planilla en AFP
- Obligaciones laborales con el ISSS
- Inscripción de contratos.

9. CONCLUSIONES

Basado en el estudio de mercado realizado para la creación del negocio Bottler & Home Decor, se ha identificado que es un modelo de negocio digital rentable, tomando en cuenta diferentes aspectos que han sido de gran importancia como la determinación del segmento de mercado al que se pretende dirigir la compañía, considerando los gustos y preferencias de los mismos, el producto principal de la empresa es la decoración de botellas de vidrio reciclados y personalizados, teniendo como realce el enfoque social, debido a que en los últimos años se ha visto una tendencia significativa de las personas en adquirir productos ecológicos y que vayan a favor o conservación del medio ambiente, es decir, el producto tiene un alto nivel de aceptación en el mercado.

En cuanto, a la puesta en marcha del negocio se hará uso de las diferentes estrategias, tácticas y herramientas del marketing mix, lo que permitirá estar más cerca del mercado objetivo y a la vez dar a conocer de la diversidad de productos y atributos con los que se cuenta.

En la evaluación económica y financiera para BHD, se ha estimado un capital inicial de \$15,880.00 para ejecutar el primer año de operaciones de la empresa, es decir, se estima una proyección de venta al final del primer año de 4800 unidades, en comparación al punto de equilibrio estimado, es importante afirmar que el modelo de negocio tiene la capacidad y liquidez para ser un modelo de negocio rentable.

10. BIBLIOGRAFIA

Asociación Salvadoreña Industrial (2021), Informe de desempeño económico y normativo

ASI-Analytics,

Recuperado

de

<https://industriaelsalvador.com/wpcontent/uploads/2021/03/C3D2.pdf>

COMAGUI. (2021). *Reciclaje de vidrio*. Recuperado de [https://comagui.com/reciclaje-de-](https://comagui.com/reciclaje-de-vidrio-el-salvador/)

[vidrio-el-salvador/](https://comagui.com/reciclaje-de-vidrio-el-salvador/)

García, Bodán. (10 de febrero de 2021). Ley de comercio electrónico [Entra en vigor la Ley

de comercio electrónico en El Salvador]. Recuperado de

[https://garciabodan.com/entra-en-vigor-la-ley-de-comercio-electronico-en-el-](https://garciabodan.com/entra-en-vigor-la-ley-de-comercio-electronico-en-el-salvador/)

[salvador/](https://garciabodan.com/entra-en-vigor-la-ley-de-comercio-electronico-en-el-salvador/)

Grupo VICAL. (2021). *Reciclaje de vidrio*. Recuperado de <https://grupovical.com/salvador/>

Grupo Vidriero Centroamericano (2021). Recuperado de [https://grupovical.com/reciclaje-](https://grupovical.com/reciclaje-vidrio/)

[vidrio/](https://grupovical.com/reciclaje-vidrio/)

Huertas Christian (2021), ¿Qué son las social Ads y cuáles son las plataformas más

utilizadas?, Recuperado de <https://www.presteamshop.com/blog/social-ads/>

Ley de Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2012). *Ley de Medio Ambiente*

Recuperado

de

[https://www.transparencia.gob.sv/institutions/marn/documents/1538/download#:~:t](https://www.transparencia.gob.sv/institutions/marn/documents/1538/download#:~:text=La%20Ley%20del%20Medio%20Ambiente,calidad%20de%20vida%20de%20)

[ext=La%20Ley%20del%20Medio%20Ambiente,calidad%20de%20vida%20de%20](https://www.transparencia.gob.sv/institutions/marn/documents/1538/download#:~:text=La%20Ley%20del%20Medio%20Ambiente,calidad%20de%20vida%20de%20)

[as](https://www.transparencia.gob.sv/institutions/marn/documents/1538/download#:~:text=La%20Ley%20del%20Medio%20Ambiente,calidad%20de%20vida%20de%20)

Ley del impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicio. (1992).

Ley del IVA. Recuperado de

[https://www.mh.gob.sv/downloads/pdf/DC9226 Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestacion de Servicios.pdf](https://www.mh.gob.sv/downloads/pdf/DC9226_Ley_del_Impuesto_a_la_Transferencia_de_Bienes_Muebles_y_a_la_Prestacion_de_Servicios.pdf)

Portillo & Meléndez (2006). Estudio sobre el mercado potencial del reciclaje en El Salvador,

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Proyecto de fortalecimiento de

la gestión ambiental en El Salvador SLV/B7-3100/98/0232 UE-GOES. Recuperado

de <https://www.yumpu.com/es/document/read/45763737/estudio-sobre-el-mercado-potencial-del-reciclaje-en-el-salvador>

RECIPLAST. (2006). *Antecedentes del reciclaje.* Recuperado de

<http://www.reciplast.org.sv/>

11. ANEXOS.

ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales.

Tabla 24

Costo variable materia prima.

NOMBRE PRODUCTO O SERVICIO	Descripción de la materia prima	Cantidad anual	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total (cantidad x precio)
Clásica	Botella Pintura Listón Decoración	987	UN	\$4.62	\$4,559.30
Rustic	Botella Pintura Yute Listón Decoración	1,430	UN	\$2.63	\$3,760.62
Boho Chic	Botella Pintura Yute Listón Decoración	1,396	UN	\$2.63	\$3,671.08
Frascos	Frasco Decoración	987	UN	\$2.00	\$1,974.62
Sumatoria del Costo variable de materia prima					\$13,965.63
Total de producción (cantidad)					4,800
Costo variable materia prima / total de producción = Costo variable unitario de materia prima					\$2.91

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25

Cálculo de costo de mano de obra.

PRODUCTO O SERVICIO	Descripción del Tipo de Personal	Descripción del Tipo de Salario por periodo	Número de Personas	Total Salarios Mensuales
Clásica	Artesanos	Mensual	3	\$63.05
Rustic	Artesanos	Mensual	3	\$85.05
Boho Chic	Artesanos	Mensual	3	\$83.05
Frascos	Artesanos	Mensual	3	\$59.05
Costo variable mano de obra				\$290.20
Total de producción en libras (cantidad)				286
Costo variable mano de obra / total de producción				\$1.02
= Costo variables unitario de mano de obra.				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26

Total de costos variables unitarios.

PRODUCTO O SERVICIO	Costo unitario de materia prima	Costo unitario de mano de obra	Total costo variable unitario
Clásica	\$2.91	\$1.02	\$3.93
Rustic	\$2.91	\$1.02	\$3.93
Boho Chic	\$2.91	\$1.02	\$3.93
Frascos	\$2.91	\$1.02	\$3.93

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 2: Detalle de cálculos de Costos Fijos totales.

Se sugiere una estimación mensual y luego proyectarlos de manera trimestral.

Tabla 27

Costos fijos totales.

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES			TOTAL VALOR TRIMESTRAL
	MES 1	MES 2	MES 3	
Alquiler	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$600.00
Electricidad	\$65.00	\$65.00	\$65.00	\$195.00
Agua potable	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$30.00
Salarios	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$2,700
Comunicaciones (teléfono)	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$30.00
Transporte	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$90.00
Total Costos Fijos	\$1,215.00	\$1,215.00	\$1,215.00	\$3,645.00
Total de Producción por periodo (cantidad) (mensual / trimestral)	301	301	301	903
Total costos fijos / total de producción = Costos fijos unitarios	\$4.04	\$4.04	\$4.04	\$4.04

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)

Tabla 28

Costos unitarios.

PRODUCTO O SERVICIO	Costo de materia prima unitario	Costo de mano de obra unitario	Costo Fijo unitario	COSTO TOTAL UNITARIO
Botella Clásica	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$7.97
Botella Boho Chic	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$7.97
Botella Rustico	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$7.97
Frasco	\$2.91	\$1.02	\$4.04	\$7.97

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 4: Calculo del punto de equilibrio.

Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

Datos:

Costo Fijo Total Cft	\$3,645.00
Precio de venta Pct	\$12.50
Costo variable unitario Cvu	\$7.97

$$PE = \frac{\$3,645.00(\text{Cft})}{\$12.50 (\text{Pvt}) - \$7.97 (\text{Cvu})}$$

Punto de equilibrio en Unidades: 805 trimestral

Punto de equilibrio en unidades monetarias (Y):

$Y = \text{Precio de venta} \times \text{Punto de equilibrio en unidades}$

Datos:

Precio de venta Pvt	\$12.50
Punto de equilibrio en unidades de producto PE	805 UN

Punto de equilibrio en Unidades Monetarias: \$10,062.50 trimestral.

ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto

Equipo, herramientas, insumo iniciales y materiales de construcción.

A continuación, se encuentran las cotizaciones que corresponden al presupuesto de equipo, herramientas, insumos y materiales iniciales colocados en este plan de negocios.

Tabla 29

Datos de proveedores.

Nombre del Proveedor	Tipo / Giro	Dirección y Teléfono	Nombre del vendedor o contacto
COMAGUI	Distribuidor de productos de vidrio.	Bulevar y Urbanización Santa Elena Edificio FUSADES 2do. Nivel, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador. Tel. +503 2535-1300	Norberto Blanco Tel. 2535-1314
EPA	Ferretería	EPA, Blvr. Los Proceres, San Salvador. Tel. 2536-4400	Se contactó a través del sitio web.
OFFICE DEPOT	Distribuidora de productos de oficina	Boulevard de los héroes 49 y 51 Avenida Norte y Alameda Juan Pablo II Colonia Las Terrazas Tel. 2260-4049	Se contactó a través de sitio web.
PRADO	Comercial de electrodomésticos.	Boulevard Orden de Malta #700, Urb. Santa Elena, Antiguo Cuscatlán. Tel. 2201-8585	Se contactó a través de sitio web.

Fuente: Elaboración propia.