

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADO EN DIPLOMADO EN ESPECIALIZACIÓN EN:**

**DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES**

**TEMA**

**DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: EL TEMPLO**

**SOL Y LUNA.**

**PRESENTADO POR:**

AGUILAR GONZALEZ, CARLOS ENRIQUE	L10802
ESCOBAR MARTINEZ, KEVIN DANIEL	L10802
PAREDES ALFARO, CARLOS EDUARDO	L10802

**JUNIO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA.**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

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

## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

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

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**DIRECTOR DE ESCUELA:** LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA  
**COORDINADORA DE PROCESO DE GRADUACIÓN:** LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ RODAS  
**DOCENTE ASESOR:** LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA  
**TRIBUNAL EVALUADOR:** LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS  
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTINEZ CRUZ  
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA

**JUNIO 2022**

**SAN SALVADOR,**

**EL SALVADOR,**

**CENTRO AMÉRICA.**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecido con Dios, mi familia y mis compañeros que fueron un apoyo incondicional para llegar a esta etapa académica, donde con la ayuda y orientación de cada docente ha sido importante para tener oportunidades personales y profesionales, siempre poniendo en alto el nombre de la Universidad de El Salvador a través de las experiencias laborales y el conocimiento adquirido. Muchas Gracias.

*Kevin Daniel Escobar Martínez*

Fielmente agradecido con Jehová por bríndame la vida, sabiduría y fortaleza. A mi Madre Marta Inés Paredes de Majano por su apoyo, sacrificio y comprensión, para seguir estudiando, a mi esposa Deborah Azucena Hernández de Paredes por motivarme en momentos importantes, mis hermanos y hermanas al pendiente de mis necesidades. También a amigos y compañeros que conocí en la carrera y los catedráticos con quien compartí y aprendí de sus conocimientos y asesor.

*Carlos Eduardo Paredes Alfaro*

En primer lugar, a Dios y Virgen María por poder llegar hasta este punto de mi vida, en memoria de mi Madre Fátima González y mi Padre Carlos Enrique Aguilar Callejas, a mis hermanas Velia, Fátima, Marcella por acompañarme incondicionalmente. Gracias a mis compañeros de especialización por confiar en mí, al equipo de catedráticos de mi carrera y a mi asesor de especialización.

*Carlos Enrique Aguilar González*

## INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCION	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.	1
1.1. Nombre del Negocio.	1
1.2. Integrantes	1
1.3. Información general de la Institución Educativa.	2
2. MARCO ESTRATEGICO:	2
2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)	3
2.2. Descripción de los productos o servicios.	4
2.3. Estrategias a implementar.	6
2.4. Ventaja competitiva	7
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	7
3. PLAN ORGANIZACIONAL	8
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).	8
3.2. Estructura organizativa de KEC MEX FOOD, S.A de C.V	9
3.3. Organización de gestión.	10
3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas	11
3.5. Proceso administrativo	13
3.6. Proceso de producción.	14
3.7. Procesos de recursos humanos	14
3.8. Identificación y características de proveedores.	15
3.9. Distribución en planta de producción.	16
3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo	16
4. PLAN DE MERCADEO	17
4.1. Resultados de la investigación de mercado	17

4.2.	Análisis de situación:	18
5.	PLAN DE VENTAS	22
5.1.	Ciclo de Ventas	22
5.2.	Proyección de Ventas	25
6.	PLAN FINANCIERO	27
6.1.	Plan de Inversión.	27
6.2.	Estructura de costos	29
6.3.	Flujo de efectivo.	30
6.4.	Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.	30
6.5.	Estado de Resultados proyectado	31
7.	PLAN DE TRABAJO	32
8.	PLAN DE CONTINGENCIA	33
	BIBLIOGRAFIA	34
	ANEXOS.	35
	ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales.	
	ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.	
	ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)	
	ANEXO 4: Calculo del punto de equilibrio.	
	ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto	
	ANEXO 6: Aplicación y red social.	
	ANEXO 7: Disponibilidad del Razón Social y Nombre Comercial.	
	ANEXO 8: Código de Color de Marca.	
	TABLA DE CONTENIDO: ILUSTRACIONES	
	TABLA N° 1: Información de integrantes de grupo de trabajo	1
	TABLA N° 2: Análisis FODA	7
	TABLA N° 3: Características de Emprendedoras.	8
	TABLA N° 4: Organización por áreas.	10

TABLA N° 5: Identificación de proveedor.	15
TABLA N° 6: Descripción de Maquinaria y Equipo.	16
TABLA N° 7: Análisis del mercado competitivo.	18
TABLA N° 8: Precios de los productos.	18
TABLA N° 9: Objetivo del mercado hacia el consumidor.	19
TABLA N° 10: Resumen de producto, precio, plaza y promoción.	20
TABLA N° 11: Imagen comercial al consumidor.	20
TABLA N° 12: Plan de ventas primer año.	25
TABLA N° 13: Plan de ventas años 2 -5.	26
TABLA N° 14: Inversión de ejecución de producción inicial.	27
TABLA N° 15: Inversión fija.	28
TABLA N° 16: Costos variables unitarios.	29
TABLA N° 17: Costos totales de un año de operación.	29
TABLA N° 18: Flujo de efectivo primer año.	30
TABLA N° 19: Cronograma de actividades para inversión y operaciones.	32

## RESUMEN EJECUTIVO

El negocio digital, ha sido una herramienta importante para los comerciantes hoy en día, generando publicidad de inmediata visualización hacia el público a través de redes sociales, plataformas, y aplicaciones.

En base a esto se generó la idea de crear un negocio digital de comida con temática mexicana llamada “El templo Sol y Luna” desde la aplicación Pedidos Ya, donde tendrá cobertura dentro del área metropolitana de San Salvador. El modelo de negocio a implementar no constará de un espacio físico de consumo para usuarios, es decir que se realizarán pedidos a domicilios.

La estrategia de publicidad se abarcará en las principales redes sociales conocidas como Facebook, Twitter, Tik Tok, WhatsApp Business o Instagram, para que el usuario conozca la marca y pueda ser familiarizado. Los precios a ofrecer serán competitivos dentro del mercado, en donde el cliente tenga calidad en el producto al menor precio. La sociedad cada día tiende a ser más intensa por el tiempo, puesto que se han convertido en un factor limitante, además la actual situación se limita debido a pandemia global, las familias, los trabajadores y los niños, prefieren hoy en día servicio a domicilio, convirtiéndose esta una tendencia global, recurriendo a las diferentes plataformas de servicio a domicilio que existen en el país.

Las personas cada día buscan en estas plataformas un factor diferente, que brinde un mejor servicio, mejor calidad e innovación en la entrega de los alimentos. El secreto del éxito en un modelo de negocio está la innovación, tanto en la gastronomía, servicio al cliente y beneficiando al sector mediante la calidad de servicio, permitiendo ofrecer la atención en donde puede recibir el producto satisfactoriamente y buscando su pronto retorno de compra.

## INTRODUCCIÓN

El uso del Internet ha evolucionado a través de los tiempos con innovaciones y actualizaciones para la nueva forma de vivir del ser humano, esto ha generado que el consumo en personas aumente en sus necesidades diarias. Por esto ha sido una herramienta esencial para realizar estrategias de mercado en las micro, pequeñas empresas y emprendedoras.

El Modelo de Negocio Digital es indispensable para el crecimiento del comercio a través del internet para generar una estrategia en un mercado y buscando una oportunidad de tener ventaja competitiva.

Se crea el modelo de negocio de comida con temática mexicana, utilizando las herramientas y estrategias mencionadas para la colocación de este, dentro del mercado de la zona metropolitana de San Salvador, buscando el mejor servicio para clientes y la comunicación inmediata, generando experiencias aceptables.



## 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

La idea de negocio es la comercialización y distribución de comida con temática mexicana “EL TEMPLO SOL Y LUNA”, llevando un nuevo sabor de comida mexicana incursionando con una nueva experiencia de sabor sintiéndose Dioses según la Historia de las Pirámides de Teotihuacán, Oaxaca México, donde el servicio y precio haciendo más atractivo al consumidor del país.

### 1.1. Nombre del Negocio.

- Nombre del negocio: **“El Templo Sol y Luna”**
- Nombre del representante de la empresa: **Kevin Daniel Escobar Martínez**
- Razón social: **KEC Mex food, S.A de C.V.**
- Giro del negocio: **Elaboración y distribución de alimentos procesados.**
- Ubicación, Dirección del negocio, incluir municipio y departamento: **San Salvador, San Salvador.**

### 1.2. Integrantes

**Tabla 1.** Información de integrantes de grupo de trabajo.

Nombre Completo	Género		Fecha de nacimiento	Domicilio	Teléfono	E-mail	Especialidad
	F	M					
Aguilar González, Carlos Enrique		X	27/9/1987	Colonia El Coco, Pasaje Callejas Casa N° 1.	70801254	<a href="mailto:ag09060@ues.edu.sv">ag09060@ues.edu.sv</a>	Negocio Digital
Escobar Martínez, Kevin Daniel		X	30/11/1993	Centro Urbano Atlacatl, Edificio 6 Apartamento N° 1.	79890294	<a href="mailto:eml3012@ues.edu.sv">eml3012@ues.edu.sv</a>	Negocio Digital
Paredes Alfaro, Carlos Eduardo		X	27/3/1991	La liberta, Lourdes Colón Casa N°8	70355886	<a href="mailto:pa11034@ues.edu.sv">pa11034@ues.edu.sv</a>	Negocio Digital

*Nota.* Proceso Modulo III. Fuente: Información por el personal del plan de Negocio.

### **1.3. Información general de la Institución Educativa.**

**Nombre de la Institución:** Universidad de El Salvador

**Especialidad:** Negocio Digital

**Municipio:** San Salvador

**Departamento:** San Salvador

## **2. MARCO ESTRATEGICO:**

- **MISION:**

Llegar al cliente hasta el hogar, centro de trabajo, evento social o actividad que se desarrolle desde el local con atención personalizada y rapidez en la entrega.

- **VISION:**

Ser uno de los mejores modelos de negocio digital de comida con temática Mexica, donde la innovación, calidad y atención personalizada no faltan.

- **OBJETIVOS:**

Crecer como emprendimiento hasta lograr la formalizar y crear oportunidades laborales, crecimientos en apertura de local para tención directa de los clientes.

- **METAS:**

**“Desde México hasta tu Paladar”** Compromiso con los consumidores de brindar comida de la presentación mexicana, pero con un sabor tropicalizado al gusto de los salvadoreños exigentes,

como valor agregado un medio de distribución accesible y de fácil utilización, donde existirá la oportunidad de entrega a domicilio, banquetes y atención personalizado directo con clientes en los medios digitales.

- **VALORES:**

**Humildad:** Mejorar y aprender.

**Empatía:** Estar en el lugar del cliente y trato especial.

**Creatividad y tradición:** Respetar la herencia cultural y recetas tradicionales.

**Profesionalidad y Pasión:** Contar con profesionales comprometidos que disfrutan su trabajo.

**Trabajo en equipo:** Creer en la formación, compañerismo y compartir experiencias.

- **PRINCIPIOS:**

Alcanzar las expectativas de los compradores por medio de la temática de comida mexicana, brindar un lugar.

## **2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)**

El comercio es originario del emprendedor Roberto Barrientos para otra opción de ingresos extras con un producto aceptable para el consumidor en el municipio de Mejicanos y de San Salvador en febrero del 2020, impulsa el lanzamiento de comida mexicana y tener aceptación, con calificación de 4.2 estrellas en Facebook, con el problema del Covid-19 y el desempleo actual se retiró del mercado nacional y falta de oportunidades, en reuniones sociales se asoció con tres estudiantes egresados para identificar los errores pasados y un refrescamiento de Marca minimizando

problemas logísticos y lograr una sostenibilidad financiero, siendo este el mayor problema del emprendimiento actual con una visión, principios morales y poder utilizar el plan de negocio como presentación a Instituciones del estado al apoyo de la MYPE y Emprendimiento.

## **2.2. Descripción de los productos o servicios.**

El Templo Sol y Luna ofrece una variedad de comida mexicana tropicalizado a los gustos de los salvadoreños que está diseñado con un menú, comprometido a mantener la frescura, calidad y experiencia completa que a continuación explicaremos:

**Burritos:** Presentaciones de 40 y 30 cm hechas con tortillas de trigo, con la especialidad de tres Carnes, Gaucho, Vegano, Pastor, Res, Pollo y combinaciones mixta a la elección de los consumidores, teniendo calidad y estándares desde una receta ideada para mantener los objetivos establecidos.

**Tacos:** El platillo típico de México son los tacos se cuenta con la presentación de cada orden de Tacos con 5 unidades, con las especialidades al Pastor, Res, Pollo y mixto al gusto del consumidor de tortilla de Maíz.

**Tortas:** Productos elaborado de pan, partido por la mitad y relleno con diferentes ingredientes, al gusto de los caliente en diferentes tipos de presentación de sabor Res, Pollo, Pastor, Vegana, Hawaianas, tres carnes y Mixta.

**Gringas:** Antojito popular, consiste en una tortilla de trigo caliente donde se coloca porciones de la preferencia del consumidor que puedan ser Res, Pastor, Pollo y Mixto, con queso manchego, cilantro, cebolla que se acompaña con la salsa y limón al gusto.

**Combo (El templo Sol y Luna):** diseñado para poder compartir en grupo de familias, amigos, mostrándose en el menú esta como “El templo Sol y Luna - Entre Amigos” compuesto de Media Docena de Tacos al gusto, una torta, dos Burritos de 30 cm y una Soda 1.25 Litros Coca-Cola.

A continuación, se muestra figuras de cada producto de acuerdo al menú.

*Figura 1.1*



**SOL TACOS**

*Figura 1.2*



**LUN BURRITOS**

*Figura 1.3*



**SOL NACHOS**

*Figura 1.4*



**SOL TORTA**

*Figura 1.5*

**SOPA DE TORTILLA  
SOL Y LUNA**

*Figura 1.6*

**LUN GRINGAS**

*Nota.* Los productos fueron preparados en acompañamiento de José Roberto Barrientos Molina para ser presentadas en el Plan de Negocio como modelo de nuestro menú. Fuente: Tomada en Ayutuxtepeque, San Salvador [Fotografías], 2021

### **2.3. Estrategias a implementar**

El servicio a domicilio a los usuarios, es la utilización de la aplicación “Pedidos Ya”, se empleará como medio de pedido u orden y entrega del producto, ayudando en mejorar el CEO en búsquedas sin ningún costo adicional más por la suscripción del servicio con acceso a más clientes, mejorando el radio en la Zona Metropolitana de San Salvador.

Ser miembros de la empresa “Pedidos Ya” como medio digital de distribución más y en redes sociales Facebook, Twitter, Tik Tok, WhatsApp Business o Instagram, información importante para afrontar las metas establecidas en el volumen de venta estimadas para el año 1 y poder establecerse en el comercio digital y ser atractivos.

## 2.4. Ventaja competitiva

Precio ajustado a las necesidades de los consumidores, productos ideados para satisfacer y la experiencia del socio externo en el manejo de la línea de comida mexicana tropical izado a los gustos de aceptación de los salvadoreños.

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

**Tabla 2.** *Análisis FODA*

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<b>F1:</b> Formación y seguimiento emprendedor en base a las clases recibidas de la especialización.	<b>O1:</b> Los productos: pueden ser lanzados con base en la demanda de los/as clientes/as.	<b>D1:</b> Falta de recursos para seguir invirtiendo en el emprendimiento.	<b>A1:</b> Atrasos en los pedidos de los usuarios en la coordinación de la aplicación de “Pedidos ya”
<b>F2:</b> Puesta en marcha y aceptación de los consumidores de comida mexicana.	<b>O2:</b> Optimizar el uso de los espacios y ofrecer los servicios dentro de punto de elaboración y posible Local.	<b>D2:</b> No calificados como empresa para financiamiento y con tasa competitiva por lo que se financiará como persona natural.	<b>A2:</b> La Pandemia del COVID-19 para las actividades de Banquetes, Actos Sociales.
<b>*F3:</b> Tener espacio domiciliar para ejecutar los primeros dos años sin incurrir en local con mayor espacio para poder tener las bases fundamentales de apertura del mercado.	<b>O3:</b> Tener Campañas de acuerdo a las temporadas del año	<b>D2:</b> La situación de la pandemia del COVID-19 que exista una tercera ola en el país y cuarentena domiciliar. Lo que va a generar disminución de entregas de pedidos ya que no se puede hacer visitas de los consumidores.	<b>A3:</b> Inversiones a realizar para lograr equipar el punto de elaboración de la comida y nuevos servicios para tener un Establecimiento en el que se preparan y sirven comidas y atender los Clientes.

<b>F4:</b> Aliados en el grupo conocedor del manejo de preparación del menú diseñado.	<b>O4:</b> Capital semillas de proyecto para la adecuación y equipamiento del emprendimiento.	<b>D4:</b> No cumplir con metas Financieras proyectadas.	<b>A4:</b> Falta de capital humano para el desarrollo del plan de emprendimiento
---------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------

*Nota.* Modulo I Fuente: Análisis de la Situación basado en nuestro Plan de Negocio

### 3. PLAN ORGANIZACIONAL

Análisis de la estructura interna de el Templo Sol y Luna, es decir su forma de organizarse detallando cada departamento del organigrama, personal y funciones.

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

**Tabla 3.** *Características de Emprendedoras.*

N°	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	Carlos Aguilar	X		X			X	X			X
2	Kevin Escobar			X	X	X				X	
3	Carlos Paredes		X	X			X		X		

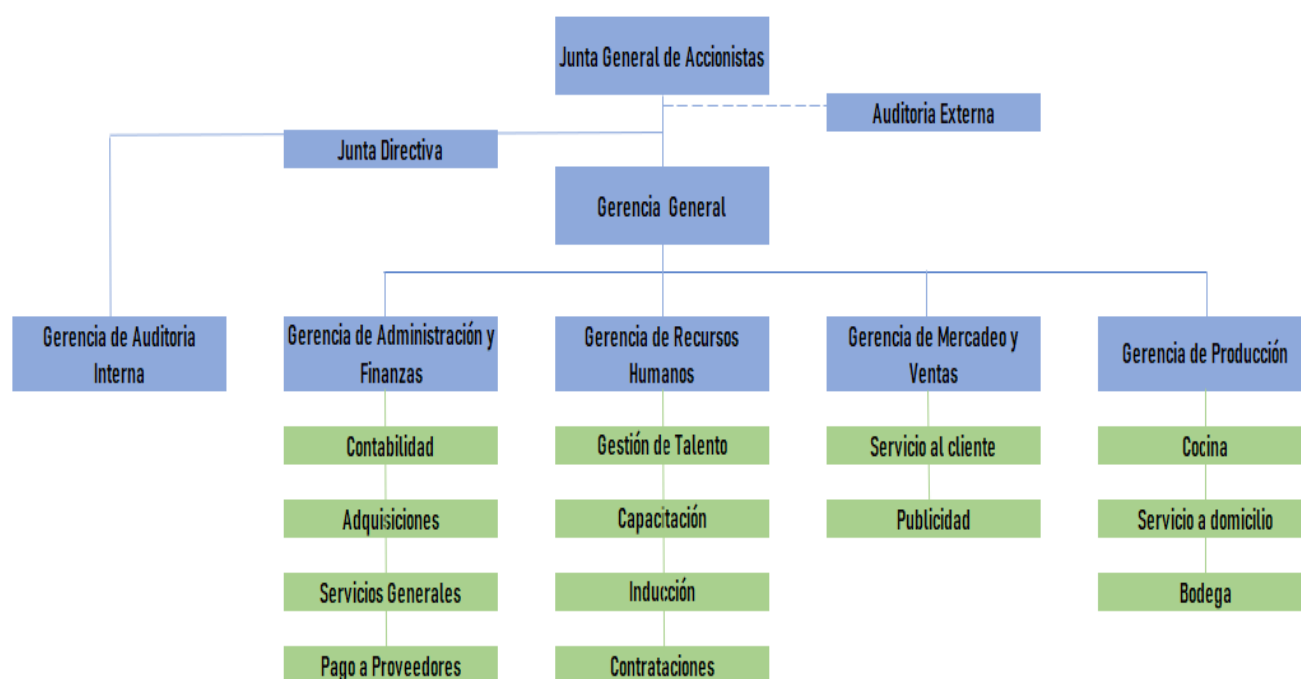
*Nota.* Modulo I Fuente: Desarrollo de Modelo de Negocio Digital.



### 3.2. Estructura organizativa de KEC MEX FOOD, S.A de C.V

La Estructura organizacional está conformado por Junta Directiva donde se toman las decisiones claves hacia donde se dirige la empresa, Gerencia General encargado de el plan y desarrollo a corto, medio y largo plazo, Gerencia de mercadeo y ventas desarrolla la publicidad a mostrar y atención al cliente, Gerencia de Administración y Finanzas encargada de la contabilidad, gestión de compras y otros, Gerencia de Recursos humanos gestiona el personal a seleccionar junto con la capacitación e inducción, Gerencia de auditoria interna encargada que inspeccionar toda la funcionalidad de la entidad, Gerencia de producción encargada de la elaboración y transformación de materia prima para su venta.

**Figura 2.** Esquema organizativo.



*Nota.* Modulo III Legalización de una empresa Fuente: Elaboración propia.

### 3.3. Organización de gestión.

**Tabla 4.** Organización por áreas.

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidades de personas	¿Quién lo hará?
Mercadeo y Ventas	Elaboración de Estrategias marketing. Impulsar la marca. Monitoreo canales de distribución.	Tener edad entre 25 a 40. Ser Licenciado. Experiencia 3 años mínimos. Experiencia de Diseño gráfico.	1 colaborador	Carlos Aguilar
Producción	Elaboración de planes producción. Supervisión planes de producción. Proporcionar materia prima.	Tener entre 30 a 40. Ser Licenciado. Experiencia por lo mínimo 3 años.	1 colaborador	Carlos Aguilar
Administración y finanzas	Planificación. Organización. Control y Dirección. Contabilidad. Pago a proveedores. Adquisiciones.	Edad 25. Licenciado. Experiencia 3 o más en área. Post grado desarrollo negocio digital. Habilidad gerencial.	2 colaboradores	Kevin Escobar Eduardo Paredes

Recursos Humanos	Habilidad comunicación en equipo.  Gestión de reclutamiento y selección.  Trabajo en equipo.	Tener entre 25 a 40 años.  Ser Licenciado.  Experiencia de por lo menos 3 años.	1 colaborador	Carlos Paredes
Gerencia de Auditoria Interna	Conocimientos en auditoria y procesos del negocio	Licenciado en contaduría pública.	1 colaborador	Buscar Perfil

*Nota.* Modulo III Fuente: Puesta en marcha de la empresa

### 3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas

#### **Estrategia de penetración en el mercado:**

Los diferentes productos a ofrecer en San Salvador al segmento de mercado definido como el público en general cuyos beneficios por ser usuarios nuevos dar un platillo de cortesía como bienvenida y a los clientes antiguos por referir posibles nuevos compradores un descuento de un 20% en su siguiente orden.

#### **Estrategias de desarrollo de mercado:**

Establecer que el producto llegue fácil al consumidor por medio del convenio firmado con la empresa cuyo nombre comercial es “Pedidos Ya” el cual tendrá una duración de 30 minutos como mínimo para que su orden llegue a su mesa.

## Estrategias de desarrollo de producto:

Sacar al mercado platillos con una combinación entre comida mexicana y salvadoreña con toque en su sabor, textura y visualización a ese sabor mexicano.

Con la aplicación de “Pedidos Ya” tendrá cobertura del área seleccionada del Área Metropolitana de San Salvador.

### Cobertura en El Salvador

Cobertura inicial de lanzamiento 2021 - Fase 1:  
Gran San Salvador y alrededores, Santa Tecla,  
nuevo Cuscatlan, antiguo cuscatlán.



A mediados del año 2021, **PedidosYa** tendrá presencia relevante en la mayoría de las ciudades más grandes de El Salvador, incluyendo San Salvador y sus alrededores, Santa Ana, San Miguel, Apopa, Sonsonate



### **3.5. Proceso administrativo**

#### **Medios de Reclutamiento:**

Con el objeto crear procesos de reclutamiento se definen los siguientes medios a tomar en consideración:

#### **Redes Sociales:**

Se utilizarán WhatsApp y Facebook como conductos de reclutar con el fin de tener costos bajos y para aprovechar el tráfico de visitas a los mismo, al ingresar a las plataformas de redes sociales podrá brindar las ofertas laborales como un medio de anuncio a través de las diferentes herramientas que nos proporcionan los instrumentos antes mencionados.

#### **Política de reclutamiento:**

Con el objeto de establecer y determinar los procedimientos y su debido cumplimiento, se establecen normas como guía para dicho fin, la cual tiene como meta principal el definir claramente los tiempos.

### 3.6. Proceso de producción.



Compra de materia prima



Proceso y preparación



Pre-cocido



Preparación de ingredientes



Elaboración de Platillo



Venta y Empaque



Entrega a Domicilio

### 3.7. Procesos de recursos humanos



Publicación de Plaza



Identificación de candidatos



Entrevistas y Pruebas



Valoración de Jefe a Cargo



Notificación a candidato seleccionado



Incorporación e Inducción

### 3.8. Identificación y características de proveedores.

**Tabla 5.** *Identificación de proveedor.*

Nombre del proveedor	Producto/Servicio	Teléfono	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
Calleja, S.A. DE C.V. Sucursales Zacamil y Metropolis	Productos Cárnicos Res Cerdo, Pollo	22320484/ 22720333	Centro Comercial Zacamil 29 Avenida Norte/Avenida Bernal y Calle Zacamil	Contado	Día de Abastecimiento/C ontra entrega
Tortiamigos, S.A. de C.V.	Tortilla para Tacos	<a href="tel:2288-10796125">2288- 1079/6125</a> <a href="tel:5336">5336.</a>	Colonia las Brisas/Santa Tecla, La Libertad	Contado	3 días contra entrega
Price Smart, S.A. de C.V.	Derivados de especies y Utensilios desechables	2246-7400	Blvd. Tutunichapa Urb Siglo XXI, Lote #1 San Salvador, El Salvador	Contado	Día de Abastecimiento/C ontra entrega
Tienda Morena, S.A. de C.V.	Utensilios de Cocina y Accesorios recipientes de Plásticos.	2522-7171   WhatsApp: 7874 3290	8a Calle Poniente No. 240 (Una cuadra abajo del Mercado Central)	Contado	El día de visita
Mercado Central de San Salvador	Todo el producto de Verduras y Vegetales	Es atención proveedores Informales	7a Avenida Sur final, San Salvador	Contado	Día de Abastecimiento/C ontra entrega

*Nota.* Fuente: Cotizaciones realizadas ANEXO 5 Cotizaciones del Presupuesto.

### 3.9. Distribución en planta de producción.

Figura 3. Planta de Producción



Nota. Distribución espacio según punto 4.6 Proceso de Producción Fuente: Elaboración Propia

### 3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 6. Descripción de Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Computadora de Escritorio DESKTOP HP ALL-IN-ONE 21-B0002LA	1	\$ 499.00
Silla Ejecutiva	1	\$ 145.00
Silla Plástica Eterna S/B BI Sanchina	3	\$ 39.57
Batería Cocina 7 Pz Antiad Marmoleado	3	\$ 150.00
Gas licuado de 25 Libras	3	\$ 41.70
Teléfono Plan de Datos Claro Sin Frontera	1	\$ 31.00
Utensilios (Cucharas, Tenedores, Platos)	56	\$ 75.00
Cocina de Gas	1	\$ 499.00
Congelador	1	\$ 379.00
Freidoras	1	\$ 125.00
Extractor de Olor	1	\$ 329.00
Centro de computo multinivel 115 x 68 x 52.5 cm	1	\$ 45.00

Nota. Fuente: Cotizaciones realizadas ANEXO 5 Cotizaciones del Presupuesto.



## 4. PLAN DE MERCADEO

Para nuestro Plan de Negocio utilizaremos las herramientas para conocer la captación de nuestro producto y poder obtener la aceptación por medio del análisis de la situación actual de los consumidores.

### 4.1. Resultados de la investigación de mercado

Se realizó una muestra a 100 personas de los cuales 72 hombres aseguraron que aceptarían la estrategia de marketing digital y 28 mujeres de la misma forma. Las edades fueron de 21 a 47 años.

**Figura 4.** *Grafico Investigación de mercado*



*Nota.* Fuente: Elaboración Propia

## 4.2. Análisis de situación:

La demanda de comida con temática mexicana es moderada. En la muestra los clientes están abierto a una nueva formalidad de marketing para el negocio adaptándose a nuestras estrategias de pedido y pago del producto.

- **Análisis de la competencia**

**Tabla 7.** *Análisis del mercado competitivo.*

Competencia	Descripción general
1. Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Participación del cliente</li> <li>● Penetración del mercado</li> <li>● Estimulación de la demanda primaria.</li> </ul>
2. Productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Promoción en productos</li> <li>● Desarrollo y conocimiento en usuarios.</li> </ul>
3. Servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sistema de atención rápida.</li> <li>● Comodidad en atención al cliente.</li> </ul>

*Nota.* Modulo III Fuente: Plan de Comercialización.

- **Productos o servicios a ofrecer.**

**Tabla 8.** *Precios de los productos.*

Descripción	Uso o aplicación	Precio de venta estimado
Sol Nachos	Consumo de cliente	\$ 5.99
Sol Tacos	Consumo de cliente	\$ 5.99
Lun Burritos	Consumo de cliente	\$ 5.99
Lun Burritos especialidad	Consumo de cliente	\$ 6.99
Lun tortas	Consumo de cliente	\$ 5.99
Lun gringas	Consumo de cliente	\$ 5.99
Lun Tortas especiales	Consumo de cliente	\$ 6.99
Sopa de tortilla Sol y Luna	Consumo de cliente	\$ 5.99
Chili Sol	Consumo de cliente	\$ 5.99
El templo Sol y Luna	Consumo de cliente	\$ 19.99

*Nota.* Modulo III Fuente: Plan de Ventas

- **Mercado objetivo**

**Tabla 9.** *Objetivo del mercado hacia el consumidor.*

Consumidor final	Negocio o empresa	Industria
Personas que transitan en Zona Metropolitana de San Salvador	#N/A	#N/A

*Nota.* Modulo III Fuente: Puesta en marcha de la empresa

- **Perfil del consumidor o cliente.**

<b>Edad:</b>	18-60 años
<b>Sexo:</b>	Ambos géneros
<b>Estatus económico:</b>	Diversa
<b>Estudios:</b>	Diversa
<b>Lugar de residencia:</b>	Zona metropolitana de San Salvador

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

- ✓ Utilización de publicidad digital y acceso rápido a la aplicación “Pedidos Ya”.
- ✓ Constantes promociones y combo especiales.
- ✓ Garantía en el producto y de calidad
- ✓ Política de conservación de cliente.
- ✓ El reconocimiento de la marca, con cobertura al área metropolitana de San Salvador.

**Tabla 10.** Resumen de producto, precio, plaza y promoción.

Producto	Precio
Comida con temática mexicana (Varias)	\$ 5.99 - \$ 19.99
Plaza (distribución)	Promoción
Aplicación "Pedidos Ya"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descuento de Apertura</li> </ul>

Nota. Modulo I Fuente: Análisis de la Situación

- **Imagen Corporativa**

**Tabla 11.** Imagen comercial al consumidor.

Logo de la Empresa	Logo del producto	Slogan
		"Desde México hasta tu paladar"

Nota. Fuente: Encuesta a 200 personas de preferencia, ANEXO 7 y ANEXO 8

- **Estrategia de Marketing**

El marketing se hará a través de la aplicación “Pedidos Ya”, el cliente puede visualizar el menú con precios y realizar su orden.

Realizar publicidad en Twitter, Tik Tok, WhatsApp Business, Instagram y Facebook a través de “Business Site” para la Zona Metropolitana y estas puedan ser redirigidos a la aplicación “Pedidos Ya”

- **Tácticas de mercadeo**

Consiste en la variación de productos a ofrecer (10 productos variados) en donde se colocan los mejores precios y competitivos del mercado.

- **Ejecución y Control**

En la aplicación “Pedidos Ya” realiza una notificación de orden de cliente, el ingreso de ella se registrará en un sistema de facturación a contratar y que permita llevar un control en número de ordenes efectuadas.

## 5. PLAN DE VENTAS

Liste las personas o el número de personas que dentro de su equipo de ventas estará a cargo de cada tarea.

Administración de ventas: **Carlos Aguilar**

Numero de Vendedores: **2**

- Las personas que forman su equipo de ventas, ¿Tienen otras responsabilidades además de ventas? **Está a cargo de la ventas y producción y existe otra persona a cargo de la administración y controles**
- ¿Qué comisiones pagará usted al personal de ventas? **No, posee saldo base**
- ¿Cómo supervisará a su equipo de ventas? **Se realizarán cortes cada 4 horas para la revisión de pedidos contra facturación.**
- ¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas? **Capacitación constante al personal sobre cómo se realiza el producto, como verificar la plataforma “Pedidos Ya” y la facturación de la orden dentro del sistema.**

### 5.1. Ciclo de Ventas

#### 1. Prospección

- ¿Cómo identificará a potenciales compradores? **Se hará a través de la demanda en sitios específicos donde se realizan más pedidos desde la aplicación.**

- ¿Qué métodos usará usted para determinar los intereses de los clientes? **En la aplicación y el sistema de facturación se verificará el producto más solicitado por clientes.**

## 2. Contacto con los clientes

- ¿Quién contactará a los potenciales usuarios? **Será a través de la demanda sobre la aplicación.**
- ¿Cuándo serán contactados los potenciales demandantes? **Al momento de realizar el pedido a domicilio.**
- ¿Quién contactará a los clientes actuales? **Servicios a domicilio.**

## 3. Reunión o Presentación

- ¿Cuántas llamadas deberán hacer cada vendedor? **Solo en la entrega del pedido y dependerá si el cliente conteste la llamada en el momento.**
- ¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes? **A gerencia de mercadeo y ventas, para realizar nuevas tácticas de marketing.**

## 4. Manejo de objeciones

- ¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes? **Se validará la situación con gerencia de ventas para tomar las decisiones para beneficio del cliente y empresa.**
- ¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta? **Se tendrá una política de fiel cumplimiento a clientes insatisfecho, en donde se realizarán cortesías en pedidos que existió problemas con la entrega.**

## 5. Cierre de ventas

- ¿Cuáles son sus metas en ventas? **Se tiene una proyección de pedidos para el primero año de 6450 órdenes con una venta de \$42,046.00.**
- ¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas dentro del equipo? **Existe experiencia laboral para cierre de ventas por parte de todo el equipo.**

## 6. Servicio post venta

- ¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta? **Por el modelo de negocio implementado, el contacto del cliente se realiza al momento de la entrega de la orden.**
- ¿Qué otros productos o servicios podemos ofrecerle para futuras ventas? **Ofertar productos no promocionados para ver el nivel de aceptación.**



## 5.2. 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 12.** Plan de ventas primer año

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad kilo metro litro etc.	Año 1 (\$)												
			Meses												
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Sol Nachos	\$ 5.99		\$ 300.00	\$ 320.00	\$ 343.00	\$ 367.00	\$ 393.00	\$ 420.00	\$ 449.00	\$ 481.00	\$ 515.00	\$ 551.00	\$ 606.00	\$ 666.00	
Sol Tacos	\$ 5.99		\$ 389.00	\$ 409.00	\$ 429.00	\$ 451.00	\$ 473.00	\$ 497.00	\$ 522.00	\$ 548.00	\$ 575.00	\$ 604.00	\$ 664.00	\$ 731.00	
Lun Burritos	\$ 5.99		\$ 300.00	\$ 314.00	\$ 330.00	\$ 347.00	\$ 364.00	\$ 382.00	\$ 401.00	\$ 421.00	\$ 442.00	\$ 465.00	\$ 511.00	\$ 562.00	
Lun Burritos especialidad	\$ 6.99		\$ 350.00	\$ 367.00	\$ 385.00	\$ 405.00	\$ 425.00	\$ 446.00	\$ 468.00	\$ 492.00	\$ 516.00	\$ 542.00	\$ 596.00	\$ 656.00	
Lun tortas	\$ 5.99		\$ 359.00	\$ 377.00	\$ 396.00	\$ 416.00	\$ 437.00	\$ 459.00	\$ 482.00	\$ 506.00	\$ 531.00	\$ 558.00	\$ 613.00	\$ 675.00	
Lun gringas	\$ 5.99		\$ 240.00	\$ 252.00	\$ 264.00	\$ 277.00	\$ 291.00	\$ 306.00	\$ 321.00	\$ 337.00	\$ 354.00	\$ 372.00	\$ 409.00	\$ 450.00	
Lun Tortas especiales	\$ 6.99		\$ 454.00	\$ 477.00	\$ 501.00	\$ 526.00	\$ 552.00	\$ 580.00	\$ 609.00	\$ 639.00	\$ 671.00	\$ 705.00	\$ 775.00	\$ 853.00	
Sopa de tortilla Sol y Luna	\$ 5.99		\$ 300.00	\$ 314.00	\$ 330.00	\$ 347.00	\$ 364.00	\$ 382.00	\$ 401.00	\$ 421.00	\$ 442.00	\$ 465.00	\$ 511.00	\$ 562.00	
Chili Sol	\$ 5.99		\$ 270.00	\$ 283.00	\$ 297.00	\$ 312.00	\$ 328.00	\$ 344.00	\$ 361.00	\$ 379.00	\$ 398.00	\$ 418.00	\$ 460.00	\$ 506.00	
El templo Sol y Luna	\$ 19.99		\$ 900.00	\$ 945.00	\$ 992.00	\$1,041.00	\$1,093.00	\$1,148.00	\$1,205.00	\$1,266.00	\$1,329.00	\$1,395.00	\$1,535.00	\$ 1,689.00	
<b>Total de ventas mensuales</b>			\$3,862.00	\$4,058.00	\$4,267.00	\$4,489.00	\$4,720.00	\$4,964.00	\$5,219.00	\$5,490.00	\$5,773.00	\$6,075.00	\$6,680.00	\$ 7,350.00	
								<b>Total Venta anual</b>							<b>\$ 62,947.00</b>

*Nota.* Modulo III Fuente: Análisis de Plan de Venta.

**Tabla 13.** Plan de ventas años 2 -5.

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad kilo metro litro etc.	Año 2				Año 3				Año 4	Año 5
			Trimestres				Trimestres					
			1	2	3	4	1	2	3	4		
Sol Nachos	\$ 5.99		\$ 2,117.00	\$ 2,434.00	\$ 2,800.00	\$ 3,220.00	\$ 3,577.00	\$ 11,744.00	\$ 3,935.00	\$ 12,918.00	\$36,394.00	\$ 41,169.00
Sol Tacos	\$ 5.99		\$ 2,322.00	\$ 2,670.00	\$ 3,071.00	\$ 3,532.00	\$ 3,924.00	\$ 12,882.00	\$ 4,316.00	\$ 14,171.00	\$39,923.00	\$ 45,161.00
Lun Burritos	\$ 5.99		\$ 1,786.00	\$ 2,054.00	\$ 2,362.00	\$ 2,717.00	\$ 3,018.00	\$ 9,910.00	\$ 3,320.00	\$ 10,901.00	\$30,710.00	\$ 34,740.00
Lun Burritos especialidad	\$ 6.99		\$ 2,084.00	\$ 2,397.00	\$ 2,757.00	\$ 3,170.00	\$ 3,522.00	\$ 11,564.00	\$ 3,874.00	\$ 12,720.00	\$35,837.00	\$ 40,539.00
Lun tortas	\$ 5.99		\$ 2,144.00	\$ 2,465.00	\$ 2,835.00	\$ 3,260.00	\$ 3,622.00	\$ 11,892.00	\$ 3,984.00	\$ 13,081.00	\$36,852.00	\$ 41,687.00
Lun gringas	\$ 5.99		\$ 1,429.00	\$ 1,643.00	\$ 1,890.00	\$ 2,173.00	\$ 2,415.00	\$ 7,928.00	\$ 2,656.00	\$ 8,720.00	\$24,568.00	\$ 27,792.00
Lun Tortas especiales	\$ 6.99		\$ 2,710.00	\$ 3,116.00	\$ 3,584.00	\$ 4,121.00	\$ 4,579.00	\$ 15,033.00	\$ 5,037.00	\$ 16,536.00	\$46,588.00	\$ 52,701.00
Sopa de tortilla Sol y Luna	\$ 5.99		\$ 1,786.00	\$ 2,054.00	\$ 2,362.00	\$ 2,717.00	\$ 3,018.00	\$ 9,910.00	\$ 3,320.00	\$ 10,901.00	\$30,710.00	\$ 34,740.00
Chili Sol	\$ 5.99		\$ 1,608.00	\$ 1,849.00	\$ 2,126.00	\$ 2,445.00	\$ 2,716.00	\$ 8,919.00	\$ 2,988.00	\$ 9,811.00	\$27,639.00	\$ 31,266.00
El templo Sol y Luna	\$ 19.99		\$ 5,365.00	\$ 6,170.00	\$ 7,095.00	\$ 8,160.00	\$ 9,065.00	\$ 29,764.00	\$ 9,972.00	\$ 32,740.00	\$92,239.00	\$104,340.00
<b>Total de ventas trimestrales</b>			\$23,351.00	\$26,854.00	\$30,882.00	\$35,514.00	\$39,456.00	\$129,544.00	\$43,402.00	\$142,498.00		
<b>Total de ventas anuales</b>			<b>\$116,601</b>				<b>\$354,900</b>				<b>\$401,463</b>	<b>\$454,135</b>

*Nota.* Modulo III Fuente: Análisis de Plan de Venta.

Se recomienda realizar una proyección de ventas para los próximos 4 años de operación de la empresa, calculando las ventas trimestrales del año 2 y 3, así como también las ventas anuales del año 4 y 5.

Para la determinación de los precios de ventas se realizó con recetas de cada producto y se generó el costo unitario en donde se buscó recuperar dicho la inversión del producto y generando la ganancia del 100%, también validando los precios de mercado para que este sea aceptado por los clientes en potencia y en frecuencia

## 6. PLAN FINANCIERO

Desarrollo del diagnóstico financiero y gestión de recursos, para su organización y administración.

### 6.1. Plan de Inversión.

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

**Tabla 14.** *Inversión de ejecución de producción inicial.*

	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de compra
Equipos y Herramientas	Cocina de gas		1	\$ 499.00	\$ 499.00	Siman.com
	Congelador		1	\$ 379.00	\$ 379.00	Siman.com
	Extractor de Olores		1	\$ 329.00	\$ 329.00	Siman.com
	Freidoras		2	\$ 125.00	\$ 250.00	EPA
	Cacerolas				\$ 150.00	EPA
	Utensilios de cocina				\$ 75.00	EPA
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$1,682.00</b>	
Materia Prima e Insumos Iniciales	Materia Prima				\$ 532.85	Varios
	Gas licuado	25 Lb		\$ 14.10	\$ 14.10	Tropigas
	Empaques	Unidad	8,500	\$ 0.13	\$ 1,067.14	Emplasa
	Bebidas	Onza	520	\$ 0.37	\$ 192.40	La constancia
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$1,806.49</b>	
Materiales de Construcción	Pintura	Cubeta	1	\$ 125.00	\$ 125.00	Freund
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 125.00</b>	
Inscripción de sociedad y Funcionalidad	Inscripción de escritura	Activos	\$ 2,085.87	\$ 0.57	\$ 11.89	CNR
	Matricula				\$ 91.43	CNR
	Casa Matriz – Registro				\$ 34.29	Alcaldía
	Legalización de Libros IVA				\$ 150.00	Auditor Externo
	Capital Suscrito				\$ 2,000.00	CNR
	Gastos Legales de escrituración				\$ 600.00	Abogado
	Sistema contable				\$ 480.00	
	Deposito Balance				\$ 17.14	CNR
	<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$3,384.75</b>	
<b>TOTAL, SUBTOTAL DE: EQUIPO Y HERRAMIENTAS, MATERIALES E INSUMOS INICIALES Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN Y GASTOS DE INSCRPCIÓN</b>					<b>\$6,998.24</b>	

*Nota.* Modulo III Fuente: Legalización de Una Empresa Plan de inversión capital de trabajo. Según requerimientos del giro del negocio.

**Tabla 15. Inversión fija**

Descripción	Cantidad (meses)	Monto gastado mensual	Gasto Total
Alquiler de local			
Local de apertura	12	\$ 350.00	\$4,200.00
Servicios Básicos			
Agua	12	\$ 7.50	\$ 90.00
Energía	12	\$ 57.50	\$ 690.00
Comunicaciones	12	\$ 25.00	\$ 300.00
Salario			
Producción	12	\$ 365.00	\$4,380.00
Contador	12	\$ 365.00	\$4,380.00
Promoción y Publicidad			
Aplicación "Pedidos Ya"	12	\$ 614.45	\$7,373.40
Campañas en Redes Sociales	12	\$ 180.67	\$2,168.04
Otros			
Fondo de sencillo		\$ 250.00	\$ 250.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$23,831.44</b>

**Total, de la inversión.**

<b>INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO</b>	
Inversión en concepto de Equipo y Herramientas, Materia prima e Insumos Iniciales y Materiales de construcción (adecuación del local) + inversión en capital de trabajo.	\$30,829.68

Nota. Fuente: ANEXO 5 y ANEXO 6.

## 6.2. Estructura de costos

**Tabla 16.** Costos variables unitarios. (Precio de bebida \$0.37 y empaque \$0.02)

Producto o Servicio	Costo Variable de Materia	Costo Variable de Mano de Obra	Costo Fijo Unitario	Costo Total Unitario
Sol Nachos	\$ 1.70	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.15
Sol Tacos	\$ 1.71	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.16
Lun Burritos	\$ 1.87	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.32
Lun Burritos especialidad	\$ 2.16	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.61
Lun tortas	\$ 1.76	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.21
Lun gringas	\$ 1.43	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 1.88
Lun Tortas especiales	\$ 2.22	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.67
Sopa de tortilla Sol y Luna	\$ 1.51	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 1.96
Chili Sol	\$ 1.33	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 1.78
El templo Sol y Luna	\$ 5.49	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 5.94

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

**Tabla 17.** Costos totales de un año de operación.

Producto o Servicio	Total de Costos Variables	Total de Costos Fijo	Costos Totales
Sol Nachos	\$ 1,535.38	\$ 352.23	\$ 1,887.61
Sol Tacos	\$ 1,796.35	\$ 409.69	\$ 2,206.04
Lun Burritos	\$ 1,511.10	\$ 315.15	\$ 1,826.25
Lun Burritos especialidad	\$ 1,745.44	\$ 315.15	\$ 2,060.59
Lun tortas	\$ 1,706.65	\$ 378.18	\$ 2,084.83
Lun gringas	\$ 924.44	\$ 252.12	\$ 1,176.55
Lun Tortas especiales	\$ 2,332.10	\$ 409.69	\$ 2,741.79
Sopa de tortilla Sol y Luna	\$ 1,220.19	\$ 315.15	\$ 1,535.34
Chili Sol	\$ 967.27	\$ 283.63	\$ 1,250.90
El templo Sol y Luna	\$ 3,992.69	\$ 283.63	\$ 4,276.32

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

### 6.3. Flujo de efectivo.

**Tabla 18.** Flujo de efectivo primer año

Flujo de efectivo proyectado para el primer mes 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	\$ -	\$ 311	\$ 404	\$ 502	\$ 605	\$ 713	\$ 827	\$ 947	\$1,073	\$1,206	\$1,346	\$1,630
<b>Ingresos</b>												
Ingresos por venta	\$3,860	\$4,059	\$4,268	\$4,488	\$4,720	\$4,964	\$5,221	\$5,491	\$5,775	\$6,074	\$6,681	\$7,349
Otros ingresos												
Total de ingresos	\$3,860	\$4,059	\$4,268	\$4,488	\$4,720	\$4,964	\$5,221	\$5,491	\$5,775	\$6,074	\$6,681	\$7,349
<b>Egresos</b>												
Egresos por gastos de operación	\$2,217	\$2,254	\$2,293	\$2,334	\$2,378	\$2,423	\$2,471	\$2,522	\$2,575	\$2,631	\$2,744	\$2,869
Egresos por gastos de materia prima y mano de obra	\$1,332	\$1,401	\$1,473	\$1,549	\$1,629	\$1,714	\$1,803	\$1,896	\$1,994	\$2,098	\$2,307	\$2,538
Total de egresos	\$3,549	\$3,655	\$3,766	\$3,884	\$4,007	\$4,137	\$4,274	\$4,418	\$4,569	\$4,728	\$5,052	\$5,407
Flujo de efectivo proyectado	\$ 311	\$ 404	\$ 502	\$ 605	\$ 713	\$ 827	\$ 947	\$1,073	\$1,206	\$1,346	\$1,630	\$1,942

Nota. Modulo III Fuente: Plan Financiero

#### a. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DATOS DE UN AÑO DE OPERACIONES	
	PRODUCTO
Producción estimada (en unidades de medida)	8499
Venta (\$)	\$ 62,949.67
Costos (Suma de costos variables y fijos totales)	(\$)21,046.20
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 41,903.47</b>
Rentabilidad sobre Ingresos	0.665666238

Punto de equilibrio en Unidades y Monto:

Productos/Servicios	En unidades	En Valor (\$)
Productos varios	6,026.88	\$ 44,639.04

## b. Estado de Resultados proyectado

Estado de Pérdidas y Ganancias	Año 1
Ventas	\$ 62,949.67
Costo de los Bienes Vendidos	\$ 21,046.20
Utilidad Bruta	\$ 41,903.47
Salarios	\$ 8,760.00
Prestaciones	\$ 1,722.80
Alquileres locales	\$ 4,200.00
Mantenimiento	\$ 314.75
Seguros	\$ 314.75
Agua, gas, electricidad	\$ 1,080.00
Comunicaciones	\$ 300.00
Útiles de oficina	\$ 60.00
Promoción y Publicidad	\$ 9,541.44
Transportes	\$ 3,084.53
Depreciación	\$ 336.40
<b>Total Gastos Generales y de Admón.</b>	<b>\$ 29,714.67</b>
Intereses Pagados	\$ 331.32
<b>Utilidad antes de Reserva Legal</b>	<b>\$ 11,857.48</b>
Reserva Legal 7%	\$ 400.00
Utilidad antes de ISR	\$ 11,457.48
Impuesto sobre la renta 25%	\$ 2,864.37
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 8,593.11</b>

## 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 19.** *Cronograma de actividades para inversión y operaciones.*

Número	Objetivo	Acciones	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de fin
1	Plan de negocio	Elaboración de plan de negocio	Kevin Escobar	01/11/2021	21/11/2021
2	Financiamiento	Presentación de solicitud para financiamiento	Carlos Aguilar	01/11/2021	21/11/2021
3	Cotización de maquinaria	Visitas a comercios	Carlos Paredes	15/11/2021	21/11/2021
4	Local	Visitas a locales	Equipo	21/11/2021	30/11/2021
5	Comercialización	Cotización en "Pídelo ya"	Kevin Escobar	21/11/2021	30/11/2021
6	Recursos	Contratación de personal	Equipo	01/12/2021	07/12/2021
7	Capacitación	Inducción del modelo de negocio y enfoque	Equipo	01/12/2021	20/12/2021
8	Transformación local	Adecuación de local	Equipo	01/12/2021	05/12/2021
9	Internet y teléfono	Instalación de servicio		10/12/2021	10/12/2021
10	Maquinaria	Instalación de maquinaria	Equipo	15/12/2021	16/12/2021
11	Catalogo	Elaboración de catálogo para "Pídelo ya"		17/12/2021	23/12/2021
12	Publicidad	Estrategia publicitaria digital	Equipo	24/12/2021	26/12/2021
13	Apertura	Inicio de negocio	Equipo	02/01/2022	

*Nota.* Modulo I Fuente: Etapa 1-Planificación del Trabajo Final Diseño del Modelo de Negocio.



## 8. PLAN DE CONTINGENCIA

- **Medidas generales de prevención:** Medida de distanciamiento de personal y capacitación de personal para el manejo de la maquinaria, equipo y primeros auxilios.
- **Acciones preventivas:** Equipo necesario bajo inspección de calidad eventual, como garantía de seguridad y fondo especial para siniestros e instalación de extintores en diversas áreas del local.
- **Acciones en caso de siniestro**
  - ✓ Uso de fondo especial contra siniestros para solventar la causa y raíz del problema.
  - ✓ Indemnización en caso hubiere accidente laboral.
  - ✓ Solicitud de apoyo a la autoridad correspondiente.
- **Manejo de crisis:** Cotización de reparación de la estructura o maquinaria e inspección del lugar para analizar el siniestro.
- **Plan de continuidad:** Apoyo de la alta gerencia para contratación de personal temporal y proveedores para abastecimiento de materia prima en caso de pérdidas.
- **Seguridad de los activos:** Se ofrece el servicio de garantía sobre los activos adquiridos, en caso de un siniestro se hará valer la garantía.
- **Plan de acción:** Una vez utilizado la garantía comprada y hacer uso de él, se procederá a usar el fondo de resguardo para continuar con la operatividad.

## BIBLIOGRAFIA

- Pearson. (2014) Marketing Digital.  
Estrategia, Implementación y práctica.
- IFRS (2020). NIIF 1 Adopción por primera vez a las normas Internacionales de Información Financiera. Las Normas NIIF Ilustradas parte B.
- LIS Editoriales, Lic. Vásquez López [2022]  
Recopilación de Leyes tributarias en Materia Tributaria: Código Tributario, Ley de Impuesto sobre la Renta, Ley a la transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios.
- Editorial Jurídica, Lic. Ricardo Mendoza Orantes,  
Recopilación de Leyes Mercantiles: Código de Comercio, Ley de Comercio y su reglamento, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.
- Marketing Digital ¿Qué es y cómo funciona? [2019] En MD Marketing Digital <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- Registra una sociedad [2022] Mi Empresa.gob.sv.  
<https://miempresa.gob.sv/ayuda/sociedad/costos/>
- ¡Registra tu negocio ¡[2022] Pedidos Ya  
[https://socios.pedidosya.com/s/?language=es&countryIsoCode=SV&utm\\_source=PedidosYaSite&utm\\_medium=Site&utm\\_campaign=SSU\\_Site\\_Organic\\_SV](https://socios.pedidosya.com/s/?language=es&countryIsoCode=SV&utm_source=PedidosYaSite&utm_medium=Site&utm_campaign=SSU_Site_Organic_SV)

## ANEXOS.

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

## COSTO VARIBALE MATERIA PRIMA

Nombre Producto o Servicio	Descripción de la materia prima	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total (Cantidad x Precio)
Sol Nachos	Varios productos frescos y de calidad	903	Onz	\$ 2.09	\$ 1,887.61
Sol Tacos		1050		\$ 2.10	\$ 2,206.04
Lun Burritos		808		\$ 2.26	\$ 1,826.25
Lun Burritos especialidad		808		\$ 2.55	\$ 2,060.59
Lun tortas		970		\$ 2.15	\$ 2,084.83
Lun gringas		646		\$ 1.82	\$ 1,176.55
Lun Tortas especiales		1050		\$ 2.61	\$ 2,741.79
Sopa de tortilla Sol y Luna		808		\$ 1.90	\$ 1,535.34
Chili Sol		727		\$ 1.72	\$ 1,250.90
El templo Sol y Luna		727		\$ 5.88	\$ 4,276.32
<b>Sumatoria del Costo variable de materia prima</b>					<b>\$21,046.22</b>
<b>Total de producción (cantidad)</b>					<b>8499</b>
<b>Costo variable materia prima / total de producción = Costo variable unitario de materia prima</b>					<b>\$ 2.48</b>

## 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 mas Prestaciones
Todos los productos	El personal se encarga de la transformación de materia prima en base a recetas específicas	El pago se realiza cada 15 días.	1	\$ 509.94
<b>Costo variable mano de obra</b>				<b>\$ 509.94</b>
<b>Total de producción en libras (cantidad)</b>				<b>8499</b>
<b>Costo variable mano de obra / total de producción = Costo variables unitario de mano de obra.</b>				<b>\$ 0.06</b>

## TOTAL, DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS

Producto o Servicio	Costo unitario de materia prima	Costo unitario de mano de obra	Total costo variable unitario
Sol Nachos	\$ 1.71	\$ 0.06	\$ 1.77
Sol Tacos	\$ 1.72	\$ 0.06	\$ 1.78
Lun Burritos	\$ 1.88	\$ 0.06	\$ 1.94
Lun Burritos especialidad	\$ 2.17	\$ 0.06	\$ 2.23
Lun tortas	\$ 1.77	\$ 0.06	\$ 1.83
Lun gringas	\$ 1.43	\$ 0.06	\$ 1.49
Lun Tortas especiales	\$ 2.22	\$ 0.06	\$ 2.28
Sopa de tortilla Sol y Luna	\$ 1.51	\$ 0.06	\$ 1.58
Chili Sol	\$ 1.33	\$ 0.06	\$ 1.39
El templo Sol y Luna	\$ 5.50	\$ 0.06	\$ 5.56

### ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.

#### COSTOS FIJOS TOTALES

Descripción	Valores mensuales			Total valor trimestral
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	
Alquiler	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 1,050.00
Electricidad	\$ 57.50	\$ 57.50	\$ 57.50	\$ 172.50
Agua potable	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 7.50	\$ 22.50
Salarios (contador)	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 1,095.00
Prestaciones	\$ 71.78	\$ 71.78	\$ 71.78	\$ 215.34
Comunicaciones (teléfono)	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 75.00
Promoción y Publicidad	\$ 795.12	\$ 795.12	\$ 795.12	\$ 2,385.36
Transporte	\$ 256.67	\$ 256.67	\$ 256.67	\$ 770.01
Otros (GAS)	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 75.00
Otros	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$1,983.57</b>	<b>\$1,983.57</b>	<b>\$1,983.57</b>	<b>\$ 5,950.71</b>
<b>Total de Producción por periodo (cantidad) (mensual / trimestral)</b>	<b>\$ 520.00</b>	<b>\$ 547.00</b>	<b>\$ 575.00</b>	<b>\$ 1,642.00</b>
<b>Total, costos fijos / total de producción = Costos fijos unitarios</b>	<b>\$ 3.81</b>	<b>\$ 3.62</b>	<b>\$ 3.45</b>	<b>\$ 3.62</b>

### ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)

Producto o Servicio	Costo de materia prima unitario	Costo de mano de obra unitario	Costo Fijo unitario	Costo total Unitario
Sol Nachos	\$ 1.17	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 1.62
Sol Tacos	\$ 1.71	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.16
Lun Burritos	\$ 1.87	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.32
Lun Burritos especialidad	\$ 2.16	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.61
Lun tortas	\$ 1.76	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.21
Lun gringas	\$ 1.46	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 1.85
Lun Tortas especiales	\$ 2.22	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 2.67
Sopa de tortilla Sol y Luna	\$ 1.51	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 1.96
Chili Sol	\$ 1.33	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 1.78
El templo Sol y Luna	\$ 5.49	\$ 0.06	\$ 0.39	\$ 5.94

### ANEXO 4: Calculo del punto de equilibrio.

#### Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

Datos:

Costo Fijo Total <b>Cft</b>	\$ 29,714.67
Precio de venta <b>Pct</b>	\$7.59
Costo variable unitario <b>Cvu</b>	\$ 2.51

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total (Cft)}}{\text{Precio de venta (Pvt)} - \text{Costo variable unitario (Cvu)}} = 6,026.88 \text{ en unidades}$$

#### Punto de equilibrio en unidades monetarias (Y):

$$Y = \text{Precio de venta} \times \text{Punto de equilibrio en unidades} = \$44,639.04$$

Datos:

Precio de venta <b>Pvt</b>	\$ 759
Punto de equilibrio en unidades de producto <b>PE</b>	6,026.88

## ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto



San Salvador, 6 de octubre del 2021

Señores: Mex Food, S.A de C.V

Es un placer para la familia de PEDIDOSYA enviarles un cordial saludo.

Agradecemos la oportunidad e interés de formar parte de nuestra gran familia de Partners con el objetivo de crear una experiencia de delivery increíble para nuestros consumidores

A continuación presentamos la propuesta de comisión por venta.

Costo	Comisión	Vigencia
Set up Fee (pago una vez)	\$75	
Comisión	20%	1-3 meses
	22%	4-6 meses
	24%	Permanente

Adicional Ofrecemos:

1. **Acceso a nuestro Partner Portal:** Plataforma donde podrás conocer los indicadores de mayor impacto de tu negocio, activar y desactivar productos y editar precios y horarios.
2. **Asesoría de tu negocio en nuestra plataforma:** En donde podrás contar con un oficial de cuentas que te acompañará en la gestión de comercial en donde se desarrollarán campañas de marketing y herramientas para aumentar tus ventas y mejorar tu visibilidad en la aplicación.
3. **Soporte:** Contamos con un soporte 24/7 destinado a ayudarte con dudas y consultas en todo momento.

\*\* propuesta válida 11/10/2021



David Barillas Moreno

Sales Executive

PedidosYa

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



### Extractor de olor Whirlpool 76 cm

Referencia: 102909265  
 Marca: Whirlpool

WISHLIST

Ahorra \$ 40.00  
 \$369.00

**\$329.00**



6x \$54.83 CUOTAS CON CREDISIMAN DEL 30 SEPTIEMBRE AL 03 DE OCTUBRE Y 6 CUOTAS CON TARJETAS DE CREDITO.

Cantidad - 1 +

Agregar a tu carrito

Comprar



Ver disponibilidad  
 Entrega a domicilio y recoge en tienda



### Cocina a gas Frigidaire de acero inoxidable de 30"

Referencia: 103025886  
 Marca: Frigidaire

WISHLIST

Ahorra \$ 200.00  
 \$699.00

**\$499.00**



6x \$83.16 CUOTAS CON CREDISIMAN DEL 30 SEPTIEMBRE AL 03 DE OCTUBRE Y 6 CUOTAS CON TARJETAS DE CREDITO.

Cantidad - 1 +

Agregar a tu carrito

Comprar



Ver disponibilidad  
 Entrega a domicilio y recoge en tienda



### Congelador GRS blanco 5 PCU

Referencia: 100537251  
 Marca: GRS

WISHLIST

Ahorra \$ 50.00  
 \$429.00

**\$379.00**

6x \$63.16 CUOTAS CON CREDISIMAN DEL 30 SEPTIEMBRE AL 03 DE OCTUBRE Y 6 CUOTAS CON TARJETAS DE CREDITO.

Cantidad - 1 +

Agregar a tu carrito

Comprar



Ver disponibilidad  
 Entrega a domicilio y recoge en tienda

### Cuadro resumen de proveedores consultad

Nombre del Proveedor	Tipo / Giro	Dirección y Teléfono	Nombre del vendedor o contacto
Delivery Hero El Salvador, S.A de C.V (Pedidos Ya)	Delivery digital	87 avenida Norte y Calle Mirador, Sandbox Word Trade Center, Colonia Escalón, San Salvador	David Barillas Moreno

## ANEXO 6: Aplicación y red social.

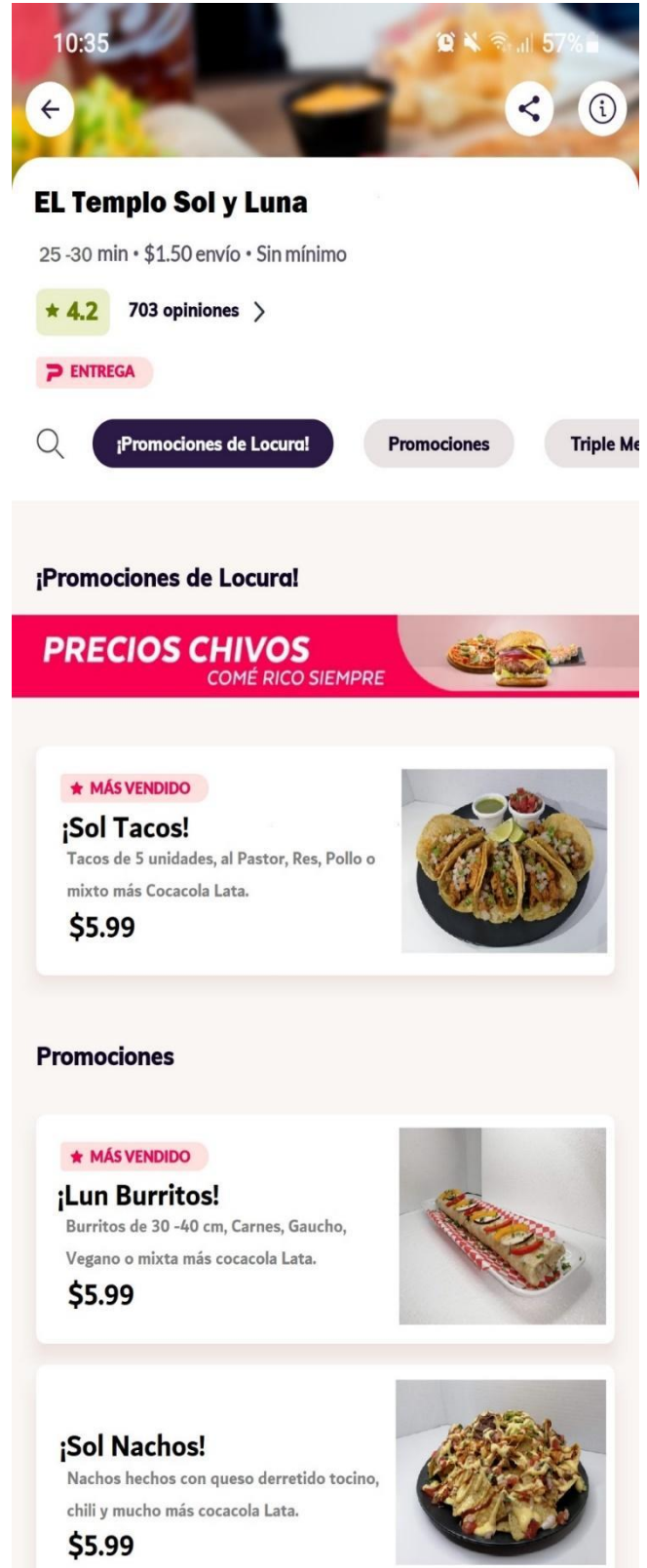


### About

Suggest edits

- 471 mil personas les gusta esto!
- [http:// facebook.com/eltemplosolyluna](http://facebook.com/eltemplosolyluna)
- "Desde México hasta tu paladar"
- [eltemplosolyluna@mexfood.com.sv](mailto:eltemplosolyluna@mexfood.com.sv)
- Restaurante - Comida Mexicana
- +503 7561 4956
- Price Range • \$\$\$

See All >





## ANEXO 7: Disponibilidad del Razón Social y Nombre Comercial.

INSTITUCIONES  
Portal de Transparencia

SELECCIONAR IDIOMA

CNR Centro Nacional de Registros

REGISTROS E INSTITUTO OTROS SERVICIOS MI CUENTA:  
aguilar.carlos@hotmail.com

### Registro de Comercio

Servicio: Consulta de Denominación y Abreviatura de Sociedades

KECMEX FOOD SA DE CV Buscar

INFORMACION: La denominación está disponible para registro!

Centro Nacional de Registros  
1ra Calle Poniente y 43 Av. Norte, San Salvador, El Salvador C.A.  
2593-5000

Únete a nuestra comunidad

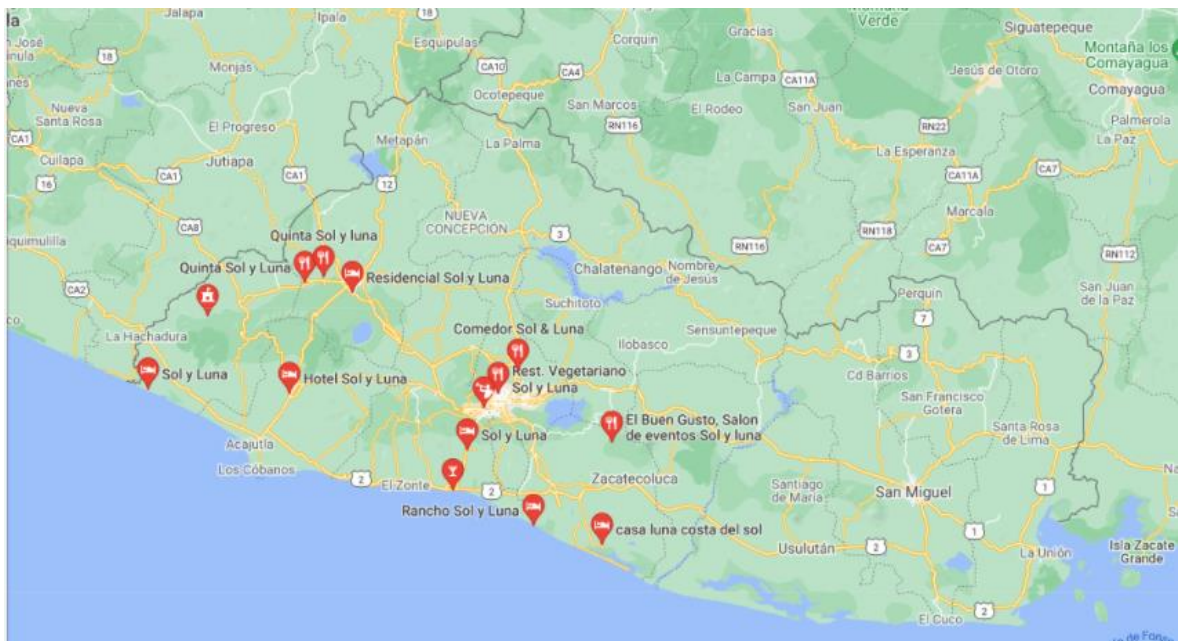
GOBIERNO DE EL SALVADOR

AENOR I-Net

21°C Muy despejado ESP 12:46 LAA 21/02/2022

Google

← Calificación Horario de atención



## ANEXO 8: Código de Color de Marca.

(Site24x7, 2022)



Color seleccionado



HEX : #b74f51  
RGB : 183, 79, 81  
HSL : 358, 41%, 51%

Copiar



Color seleccionado



HEX : #88001e  
RGB : 136, 0, 30  
HSL : 346, 100%, 26%

Copiar



Color seleccionado



HEX : #318b4b  
RGB : 49, 139, 75  
HSL : 137, 47%, 36%

Copiar



Color seleccionado



HEX : #fb8318  
RGB : 251, 131, 24  
HSL : 28, 96%, 53%

Copiar



Color seleccionado



HEX : #16cf49  
RGB : 22, 207, 73  
HSL : 136, 80%, 44%

Copiar



Color seleccionado



HEX : #feca17  
RGB : 254, 202, 23  
HSL : 46, 99%, 54%

Copiar



Color seleccionado



HEX : #ef1b1e  
RGB : 239, 27, 30  
HSL : 359, 86%, 52%

Copiar