

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



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:
DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIO DIGITALES**

TEMA

**DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:
CUTEPRISE**

PRESENTADO POR:

AMAYA VALENZUELA, FÁTIMA PAOLA

OSORIO ORELLANA, MÓNICA GABRIELA

VALLADARES HERNÁNDEZ, KAREN LISET

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA DE MERCADEO INTERNACIONAL

ABRIL, 2022

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR:	MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADÉMICO	PhD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL:	ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

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

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA:	LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADORA DE PROCESO	
DE GRADUACIÓN:	LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE ASESOR:	MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ
TRIBUNAL EVALUADOR:	LIC. OSCAR ERNESTO CRUZ ESQUIVEL LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTÍNEZ CRUZ

ABRIL, 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme culminar esta etapa en mi vida, a mi mamá por todo el apoyo y creer en mí, a mi madrina Sonia por su tiempo y cariño, a mis hermanos y demás familia, en especial a mi hermana Carolina por ayudarme a no perder la cordura, a mis amigos de toda la vida y a los amigos que hice en este camino, a mis 3 ángeles que ya no están conmigo, gracias a todas esas personas que estuvieron en mi ausencia y estrés. Y personalmente me agradezco a mí por no rendirme y esforzarme a seguir. Gracias totales. **Fátima Valenzuela.**

Gran parte del mérito por estar acá se lo debo a mi familia, son los que me impulsan, me apoyan y alientan a seguir mis sueños y objetivos. Agradezco por todas las amistades y a mi equipo de tesis, que me mantuvieron serena para no caer en la locura. Agradezco cada etapa que gocé desde que entré a la universidad, por todo lo vivido y aprendido, por todas las lecciones personales y profesionales. **Mónica Osorio.**

Agradezco primeramente a Dios por haberme permitido culminar mis estudios universitarios, brindándome la salud, sabiduría, fortaleza y templanza para no desvanecer ante las adversidades. De igual forma quiero agradecer a mi familia quién siempre estuvo y ha estado apoyándome de una u otra forma y quienes me motivan a seguir adelante. Por último, agradezco a mis amigos y compañeros de la carrera con quienes he vivido y compartido momentos inolvidables a lo largo de estos años en la universidad, especialmente a mis compañeras de trabajo de graduación Fátima y Mónica con quienes he llevado a cabo este último esfuerzo para lograr nuestro título universitario. **Karen Hernández.**

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.	i
INTRODUCCIÓN.	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.	3
1.1 Nombre del Negocio	3
1.2 Integrantes	3
1.3 Información general de la Institución Educativa.	4
2. MARCO ESTRATÉGICO	4
2.1 Descripción del negocio (demanda insatisfecha)	5
2.2 Descripción de los productos o servicios.	6
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 la empresa.	9
3.3. Organización de gestión.	9
3.4 Proceso de Mercadeo y Ventas Proceso de Mercadeo y Ventas.	12
3.5 Proceso de Producción.	13
3.6 Identificación y características de proveedores.	14
3.7. Distribución en Planta.	16

3.8. Requerimientos generales de maquinaria y equipo	17
4 PLAN DE MERCADEO	17
4.1 Resultados de la investigación de mercado	17
4.2 Análisis de situación:	20
4.3 Análisis de la Competencia.	20
4.4 Productos o servicios a ofrecer.	21
4.5 Mercado objetivo	21
4.6 Perfil del consumidor o cliente.	22
4.7 Fortaleza y oportunidades de los productos y servicios	22
4.8 Objetivos y metas de mercadeo	23
4.9 Mix de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza)	23
4.10 Imagen Corporativa:	24
4.11 Estrategia de Marketing.	25
4.11.1 Tácticas de mercadeo	26
4.11.2 Ejecución y control.	27
5 PLAN DE VENTAS	28
5.1 Administración de ventas:	28
5.2 Ciclo de Ventas	29
5.2.1. Prospección	29
5.2.2 Contacto con los clientes	29
5.2.3 Reunión o Presentación	29
5.2.4 Manejo de Objeciones	30

5.2.5 Servicio Postventas	30
5.3 Proyección de Ventas	32
6 PLAN FINANCIERO	37
6.1 Plan de Inversión.	37
6.2 Plan de inversión capital de trabajo.	39
6.3 Estructura de costos	41
6.4. Flujo de efectivo.	43
6.5 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.	44
6.6 Estado de Resultados proyectado	46
7. PLAN DE TRABAJO	48
8. PLAN DE CONTINGENCIA	49
8.1 Medidas generales de prevención	49
8.2 Acciones preventivas	49
8.3 Acciones en caso de siniestro	50
8.4 Manejo de crisis	50
8.5 Plan de continuidad	51
8.6 Seguridad de los activos	51
8.7 Plan de acción	51
9. BIBLIOGRAFIA	52
10. ANEXOS.	53

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Nombres generales de los estudiantes.	3
Tabla 2. Análisis FODA del negocio.	7
Tabla 3. Características CEP's de las integrantes.	8
Tabla 4. Organización de gestión.	9
Tabla 5. Listado de proveedores.	14
Tabla 6. Maquinaria y equipo de inversión.	17
Tabla 7. Competencia directa.	20
Tabla 8. Productos y servicios a ofrecer.	21
Tabla 9. Segmentación de mercado.	21
Tabla 10. Descripción del consumidor.	22
Tabla 11. Mix de Mercadeo (Producto, Precio, Plaza, Promoción).	23
Tabla 12. Desarrollo del inbound marketing.	26
Tabla 13. Tácticas a implementar según fases del Inbound Marketing.	26
Tabla 14. KPI's según fases del Inbound Marketing.	27
Tabla 15. Proyección de ventas del primer año en unidades.	32
Tabla 16. Proyección de ventas del primer año en ingresos.	33
Tabla 17. Proyección de ventas trimestral del 2do y 3er año y anuales del 4to y 5to año en unidades.	34
Tabla 18. Proyección de ventas trimestral del 2do y 3er año y anuales del 4to y 5to año en ingresos.	35
Tabla 19. Presupuesto de Equipo y Herramientas, Materia Prima e Insumos Iniciales.	37
Tabla 20. Plan de inversión de capital de trabajo.	39
Tabla 21. Total de inversión.	40
Tabla 22. Costos variables de materia prima y mano de obra.	41
Tabla 23. Costos totales de un año de operación.	42
Tabla 24. Flujo de efectivo del primer año de operación.	43
Tabla 25. Rentabilidad.	44

Tabla 26. Productos y valor.	45
Tabla 27. Estado de resultados trimestral del primer año de operación.	46
Tabla 28. Cronograma de actividades.	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa Organizacional del Negocio	9
Figura 2. Recepción del pedido	12
Figura 3. Proceso de producción	13
Figura 4. Distribución de la planta arquitectónica.	16
Figura 5. Sondeo de pregunta 1.	18
Figura 6. Sondeo de pregunta 2.	18
Figura 7. Sondeo de pregunta 3.	19
Figura 8. Sondeo pregunta 4.	19
Figura 9. Logo de Empresa.	24
Figura 10. Logo de producto.	25

RESUMEN EJECUTIVO.

En el sondeo realizado por el emprendimiento se ha observado que el 70% de los clientes potenciales han expresado la necesidad de una versión de tienda que brinde regalos personalizados.

El negocio, en esencia, ofrece una tienda en línea la cual brinde el envío del producto dándole al cliente la opción de elegir en un mismo lugar todos los recursos necesarios que personalizaran su regalo o decoración de eventos sociales y corporativos, con precios competitivos al mercado, estimulando en los consumidores, comodidad y el ahorro de tiempo que se ocupa en la búsqueda de regalos y toda la experiencia a través de medios digitales.

Encontrar en un solo lugar detalles variados, creatividad e innovación en los productos no solo permite lograr ingresar a un nuevo mercado, si no también expandir la marca de manera positiva, con la atención obtenida de esta nueva oferta en el mercado, tomando en cuenta la alta demanda que se tiene por las personas en este rubro aumentando así la participación en el mercado en un 2% mensual.

Para la efectividad y eficacia de la nueva tienda en línea de decoraciones y venta de detalles express se realizará las siguientes estrategias: creación exclusiva de contenido a publicar en medios digitales, realizar alianzas estratégicas con proveedores en variedad de productos para personalización de regalos.

A través de la propuesta de valor y las estrategias que se implementarán, se estima captar un buen porcentaje de clientes potenciales, logrando estimular una cartera de clientes que permitirá llegar a una mayor cobertura de mercado.

INTRODUCCIÓN.

Se puede iniciar mencionando que el acto de hacer trueque, intercambiar u obsequiar, se realizan desde inicios de tiempos, desde que el ser humano empieza a relacionarse con otros seres para demostrar afecto, gratitud y veneración. Actualmente este acto se ha venido normalizando y tomando significado según épocas, culturas, creencias, tradiciones e inclusive se permite en el ámbito profesional. Los obsequios han venido evolucionando de manera que se obsequian objetos no solo por su funcionalidad sino también por impresionar al receptor de este.

Este negocio digital, se dedica a la creación y envío de regalos; con la posibilidad de selección de diversificados productos en un solo sitio para para la creación de detalles a través de la modalidad de regalos express; también oferta lo que es la decoración de los locales para cualquier tipo de eventos, desde fiestas infantiles, hasta bodas o quince años.

Cuteprise hará uso de las estrategias de precio de penetración de mercado, éstas se aplicarán el primer año de apertura del negocio para captar mayor cantidad de clientes potenciales, además, de la implementación de estrategias intensivas en medios digitales para poder posicionar la marca y el catálogo de productos y servicios que se oferta, así mismo, poder competir con tiendas de regalos actuales.

Como componente estratégico para el negocio, se implementarán estrategias de fidelización, ya que, según resultados de nuestro sondeo, son pocas las personas que vuelven a hacer compras en un mismo sitio porque el negocio pierde comunicación después de realizar la compra, sin embargo, en nuestro negocio se utilizará diferentes técnicas para la incentivación de los clientes.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

Cuteprise es una tienda de regalos en línea que oferta un diversificado catálogo de productos y servicio de decoración. Nuestro diferenciador es el poder seleccionar productos de diversas tiendas y armar el regalo perfecto, con la decoración que se desee, incluyendo el envío a domicilio. Nuestro negocio ofrece la comodidad y el ahorro de tiempo que se ocupa en la búsqueda de regalos, brindando en un mismo lugar todos los recursos necesarios para armar un detalle único y todo a través de medios digitales.

1.1 Nombre del Negocio

Nombre del negocio: Cuteprise

Nombre del representante de la empresa: Karen Liset Valladares Hernández

Persona Natural: Karen Liset Valladares Hernández

Giro del negocio: Comercial

Ubicación: Emprendimiento de carácter digital que cuenta con una distribución de planta ubicada en Residencial Lincon, pasaje 13, casa 195h, Mejicanos, San Salvador.

1.2 Integrantes

Tabla 1. *Nombres generales de los estudiantes.*

Nombre Completo	Sexo		Fecha de nacimiento	Domicilio	Teléfono	E-mail	Especialidad
	F	M					
Amaya Valenzuela, Fátima Paola	X		04-01-1998	Mejicanos, San Salvador	6000-1382	av15035@ues.edu.sv	Negocios Digitales
Orosio Orellana, Mónica Gabriela	X		08-04-1996	Ciudad Delgado, San Salvador	7697-6865	oo14005@ues.edu.sv	Negocio Digitales
Valladares Hernández, Karen Liset	X		15-06-1995	Santiago Nonualco, La Paz	7892-8126	vh13021@ues.edu.sv	Negocios Digitales

Fuente: autoría propia.

1.3 Información general de la Institución Educativa.

Nombre de la Institución: Universidad de El Salvador

Especialidad: Negocios Digitales

Municipio: San Salvador

Departamento: San Salvador

2. MARCO ESTRATÉGICO

MISIÓN:

Simplificar la búsqueda de detalles especiales en una misma plataforma, brindando servicio eficaz y adaptado a las nuevas modalidades de mercado.

VISIÓN:

Ser la empresa salvadoreña pionera en ofertar detalles express, ahorrando tiempo y cumpliendo las necesidades del cliente, brindando comodidad y variedad de productos en un solo lugar.

OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL.

Crear un negocio digital que brinde el servicio exclusivo de regalos express y decoraciones, beneficiando en el ahorro de tiempo de selección, compra y envío de regalos, enfocado en la zona metropolitana de San Salvador.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar las estrategias que se implementarán para la introducción efectiva al mercado, planificando desde su desarrollo, ejecución y control
- Proyectar los recursos materiales, económicos y materia prima para la implementación

y buena administración en los primeros 5 años de funcionamiento del negocio.

- Programar el diseño, creación y publicación de contenido digital para las redes sociales oficiales del negocio para obtener mayor atracción del público.

METAS:

- Mantener una comunicación efectiva con los clientes potenciales.
- Mantener las plataformas digitales atractivas.
- Busca constantemente nuevos negocios que quieran establecer alianzas estratégicas con el negocio.

VALORES:

- Orientación al cliente
- Ahorro de tiempo
- Resolución de problemas
- Compromiso
- Trabajo en equipo

PRINCIPIOS:

- Altos estándares en atención al cliente.
- Productos altamente cualificados.
- Cuidar cada detalle.
- Creación de productos en tiempo récord.
- Diversificación de productos.

2.1 Descripción del negocio (demanda insatisfecha)

Los consumidores, para la búsqueda de productos, prefieren encontrar en un mismo sitio, un diversificado catálogo de productos, y más aún, si los negocios facilitan la entrega a domicilio.

Las tiendas de regalo, hoy en día, tienen la disponibilidad de crear productos altamente personalizados y en su mayoría no brindan servicio a domicilio, lo que hace que el consumidor tenga que hacer tiempo libre y modificar su rutina diaria para recoger el producto, exponiéndose a tráfico pesado, conglomeraciones y otras circunstancias que alargan el proceso de adquisición de productos. Cuteprise es una tienda de regalos que ofrece la facilidad de crear detalles, teniendo un catálogo de productos variados incluyendo el servicio a domicilio, todo a través de redes sociales, además de servicio de decoración de eventos sociales y corporativos.

2.2 Descripción de los productos o servicios.

- Tienda de regalos: A través de nuestras alianzas estratégicas con diferentes tiendas, ofertamos una diversificada gama de productos para seleccionar y equipar el detalle que se desee, con el servicio de arreglo, decoración y envío a domicilio
- Decoración: Realizamos el servicio de decoración para eventos sociales y corporativos, adaptándonos a la temática que desee el consumidor, además, contamos con la venta de kits básicos de decoración con el que el consumidor podrá obtener diferentes suministros para decorar su evento.

2.3 Estrategias a implementar

- Estrategia Intensiva: Como estrategia intensiva, se implementarán diferentes técnicas de penetración de mercado para generar la mayor captación de posibles clientes, obtener posicionamiento y estimulación de compras. (Cruz Javier, 2009).
- Estrategia de integración horizontal: Como estrategia a mediano plazo (3 a 5 años), se espera crear alianzas con empresas de banquetes, disfraces, pastelería, entre otros, para ofertar un servicio más completo en los eventos y así captar un mayor segmento de mercado. (Sánchez Galán Javier, 2015).

2.4 Ventaja competitiva

Cuteprise se diferencia satisfaciendo la necesidad de encontrar diferentes productos en un mismo lugar para la creación de detalles únicos y especiales, ahorrando tiempo en la búsqueda del regalo perfecto, facilitando la entrega a domicilio.

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

Tabla 2. Análisis FODA del negocio.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Personal capacitado con conocimientos y experiencia en la organización de eventos	Formación de alianzas con otros emprendimientos complementarios al rubro	La competencia conoce mejor el comportamiento y necesidades del mercado	Situación política y económica inestable del país
Maquinaria propia especializada	Capacitación continua de tendencias en decoración	Falta de inventario de materia prima	Confinamiento de nuevo por alza de casos Covid-19
Variedad de precios	Crecimiento del comercio electrónico	No contar con amplia cobertura a nivel nacional	Competencia latente en el mercado
Productos de calidad	Alta demanda de servicios de decoración y detalles personalizados	No contar con el espacio necesario para almacenar inventario	Escases de material a causa del cambio climático
Contacto estratégico con proveedores	Maximizar la economía local generando nuevas oportunidades de empleo	Poco personal para producción.	Establecimiento de Bitcoin como moneda nacional

Fuente: autoría propia.

3 PLAN ORGANIZACIONAL.

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

Tabla 3. Características CEP's de las integrantes.

	Integrantes		
	1. Fátima Paola	2. Mónica	3. Karen Liset
	Amaya Valenzuela	Gabriela Osorio Orellana	Valladares Hernández
Características Emprendedoras Personales	Búsqueda de Información	X	X
	Creatividad		X
	Toma de Decisiones	X	X
	Toma de Riesgos		X
	Motivación y Liderazgo	X	X
	Redes de Apoyo		X
	Planificación y Organización	X	X
	Perseverancia		X
	Cumplimiento de metas	X	X
	Comunicación	X	

Fuente: autoría propia.

3.2. Estructura organizativa de la empresa.



Figura 1. Mapa Organizacional del Negocio

Fuente: autoría propia

3.3. Organización de gestión.

Tabla 4. Organización de gestión.

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	N° de personas	Encargada/as
Mercadeo y Ventas	✓ Toma de pedido y comunicación a los clientes sobre los productos y servicios que se ofertan	➤ Conocimiento en implementación de pautas en Facebook Instagram Ads.	2	<ul style="list-style-type: none"> • Fátima Valenzuela • Mónica Osorio
	✓ Relación directa con el cliente y seguimiento de los productos y servicios en proceso de elaboración.	➤ Creación de contenido para redes sociales. ➤ Manejo de Microsoft. ➤ Estrategia y Creativo. ➤ Analítico y de rápida adaptación		
	✓ Optimización y manejo de las estrategias aplicadas en	➤ Buen negociante		

	<p>redes sociales.</p> <p>✓ Promoción y publicidad de los productos y servicios ofertados.</p> <p>✓ Aumento de las ventas en tiempos estipulados</p> <p>✓ Preparar y analizar los estados financieros</p>
<p>Producción</p>	<p>✓ Comunicación con proveedores.</p> <p>➤ Organización</p> <p>➤ Habilidades manuales</p> <p>✓ Obtener la materia prima y los artículos necesarios para la elaboración de los productos a ofertar</p> <p>➤ Creatividad</p> <p>➤ Trabajo en equipo</p> <p>➤ Liderazgo</p> <p>➤ Buena comunicación</p> <p>3</p> <p>• Fátima Valenzuela</p> <p>• Mónica Osorio</p> <p>✓ Programar la elaboración de los productos o del servicio ofertado.</p> <p>➤ Manejo adecuado de las herramientas a utilizar.</p> <p>• Karen Hernández</p> <p>✓ Supervisar el uso adecuado de la materia prima a utilizar.</p> <p>✓ Control de calidad y de inventario.</p> <p>✓ Envío de producto a su</p>

	destino final.			
Asistente	<p>✓ Programación de las acciones a realizarse</p> <p>✓ Elaborar y proponer políticas, normas y procedimientos administrativos</p> <p>✓ Control para el registro de la información de la empresa</p> <p>✓ Gestiona el tiempo de las actividades</p> <p>✓ Organización y planificación de las plantillas.</p> <p>✓ Selección y reclutamiento del personal.</p> <p>✓ Trámites administrativos</p>	<p>➤ Organización</p> <p>➤ Manejo de Microsoft</p> <p>➤ Gestión del talento humano</p> <p>➤ Capacidad de análisis y organización</p> <p>➤ Empático</p>	1	Mónica Osorio

Fuente: autoría propia.

3.4 Proceso de Mercadeo y Ventas Proceso de Mercadeo y Ventas.

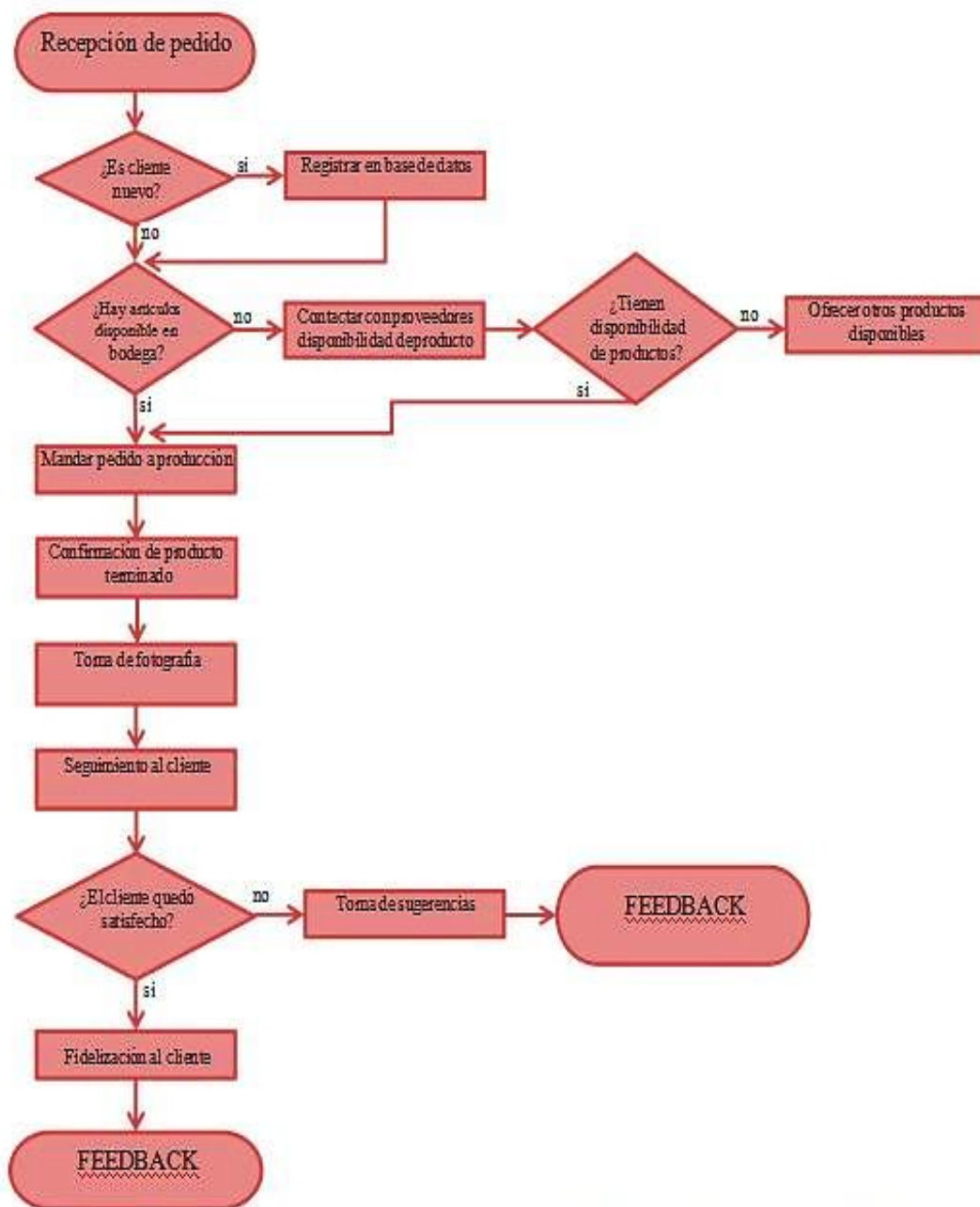


Figura 2. Recepción del pedido

Fuente: autoría propia

3.5 Proceso de Producción.

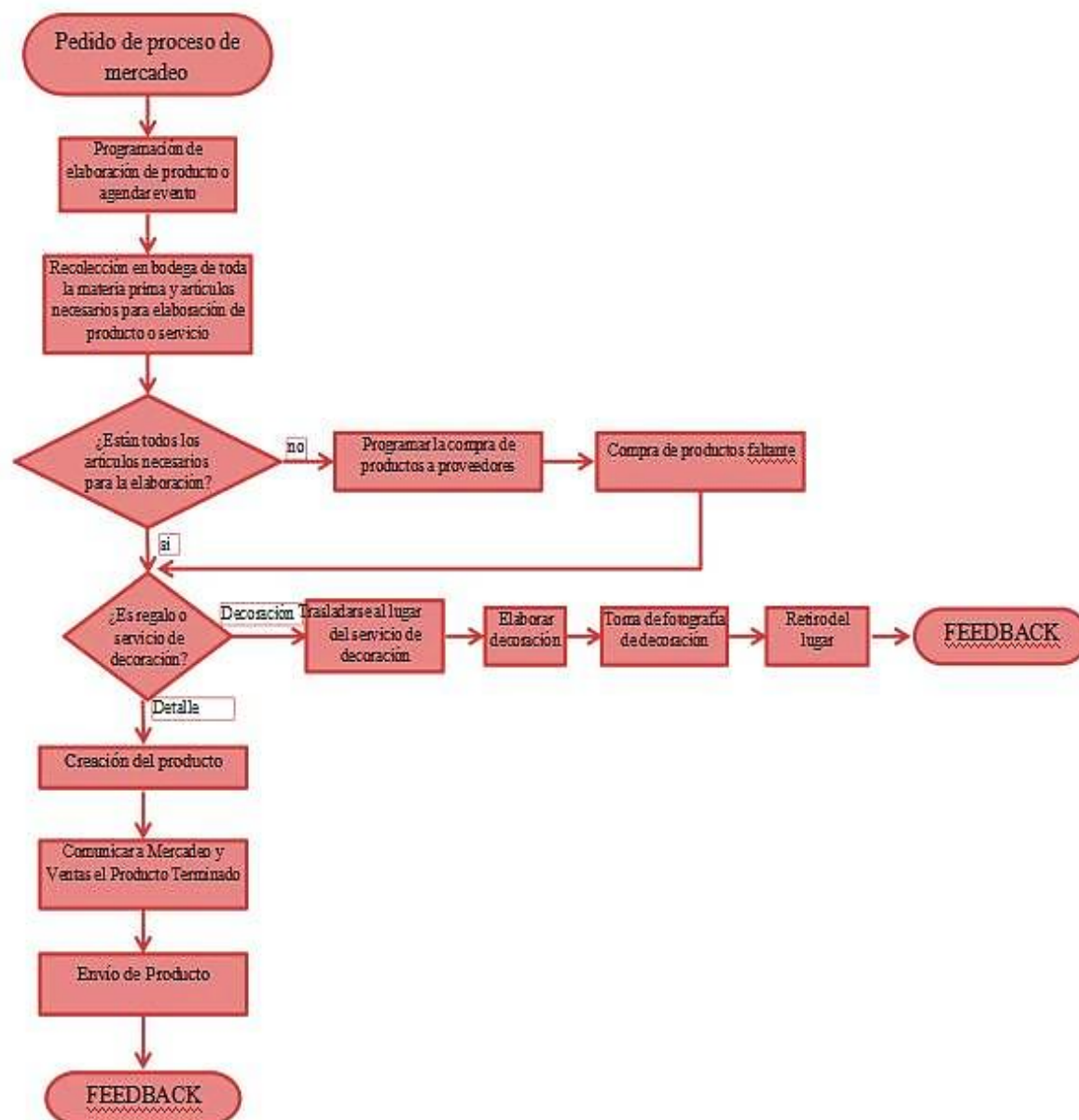


Figura 3. Proceso de producción

Fuente: autoría propia

3.6 Identificación y características de proveedores.

Tabla 5. Listado de proveedores.

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Contacto	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
Variedades Leticia Lorena	Comercialización de productos para eventos.	Instagram y Whatsapp	11 av. Norte 117 Locales 1 y 2, San Salvador.	Efectivo y Transferencia bancaria	Entrega en el local físico
Floristería Maura	Comercialización de todo tipo de flores.	Instagram y Whatsapp	Mercado Central, Edificio #8, pasaje Las Azucenas, San Salvador	Efectivo y Transferencia bancaria	Entrega en el local físico
Mimi	Comercialización de maquillaje	Instagram y Whatsapp	Centro Comercial Arce, Calle Arce y 7Ave Norte Local #6, San Salvador.	Efectivo y Transferencia bancaria	Entrega en sitio de conveniencia
Margarita Pastelería	Comercialización de pasteles y mas	Instagram y Whatsapp	San Bartolo, Ilopango, San Salvador	Efectivo y Transferencia bancaria	Entrega en sitio de conveniencia
Bombay Gift	Comercialización de diferentes productos	Instagram y Whatsapp	Condado Santa Rosa, Plaza Rosa, Local 7, La	Efectivo y Transferencia bancaria	Entrega en sitio de conveniencia

			Libertad, San Salvador.		
Mi fiesta	Artículos de fiestas	Instagram y Whatsapp	61Av. Norte #3206, San Salvador, El Salvador	Efectivo y Transferencia bancaria	Entrega en sitio de conveniencia
Almacén La Chinita	Venta de productos variados al detalle y mayor	Teléfono fijo de negocio	Centro Histórico de San Salvador, Pasaje Montalvo Edificio BYSSA, Local #5	Efectivo	Entrega en tienda
Soluciones Centroamérica	Comercialización de productos de impresión, corte y sublimación.	Instagram y Whatsapp	Primera calle poniente, #2723. Sn salvador El Salvador, frente a universidad Modular abierta.	Efectivo	Entrega en el local físico.

Fuente: autoría propia.

3.7. Distribución en Planta.



Figura 4. Distribución de la planta arquitectónica.

Fuente: autoría propia

La ubicación de la planta de trabajo se realizó específicamente para el resguardo de materia prima en bodega logrando una mayor protección a los mismos; el área de maquinaria y equipo y área de producción se encuentran a la par para lograr una mayor eficacia en la elaboración de producto de manera rápida; el área de oficina se ubicó en ese espacio para lograr obtener una mayor cobertura de red e iluminación natural.

3.8. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 6. *Maquinaria y equipo de inversión.*

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Impresora color laser jet	2	\$325
Bomba para inflar globos	2	\$6
Compresor	1	\$50
Helio	1	\$100
Cameo 4	1	\$350

Fuente: autoría propia.

4 PLAN DE MERCADEO

4.1 Resultados de la investigación de mercado

Se realizó un sondeo con el fin de conocer el entorno en el que se desarrolla el rubro de tiendas de regalos en línea dentro de El Salvador, enfocándonos en la zona metropolitana, ya que se tiene planteado como público principal, con el objetivo de profundizar acerca de las preferencias, gustos, disgustos e inconvenientes que los consumidores actuales han experimentado en el proceso de venta online para prevenir futuros errores e de indagar sobre los aspectos relevantes y decisivos a la hora de considerar un negocio para realizar la compra.

Algunos de los resultados más relevantes del sondeo fueron:

Pregunta 1:

¿Suele realizar las compras de regalos y decoraciones en una misma localidad para todos sus eventos?

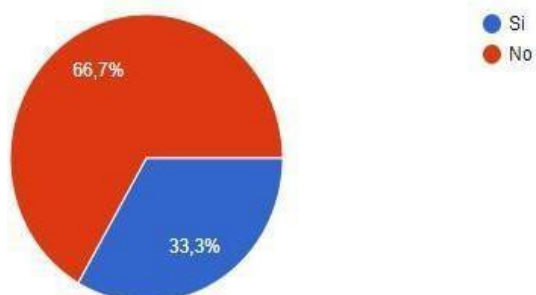


Figura 5. Sondeo de pregunta 1.

Fuente: autoría propia.

Pregunta 2:

¿Qué tipo de problemas se le han presentado al momento de recibir el producto?

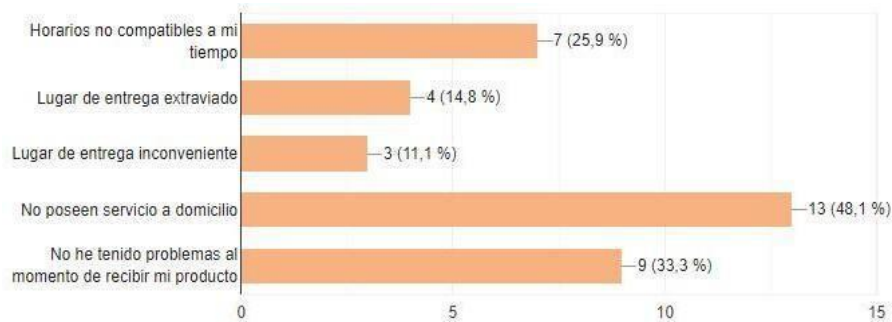


Figura 6. Sondeo de pregunta 2.

Fuente: autoría propia.

Pregunta 3:

¿Qué aspectos evaluaría del regalo y/o decoración para obtener un alto nivel de satisfacción?

Tener un catálogo de decoración de diversas temáticas y colores.
Servicio
Valoro mucho la comunicación que se tiene al adquirir algún producto.
La calidad y precio justo
La calidad y estética
Calidad
La calidad
La amabilidad y que sea lo que ofrecen

Figura 7. Sondeo de pregunta 3.

Fuente: autoría propia.

Pregunta 4:

¿Cómo mejoraría la experiencia de compra en una tienda de regalos y decoraciones?

Disposicion de una gran variedad de diseños
Mayor zona de cobertura de servicio a domicilio
Personal enfocado en responder y solventar dudas
Atención personalizada y garantizar existencia de producto
Ampliar catálogo de diseños
Regalos únicos y exclusivos
Mayor variedad de productos ya sea en calidad y precios

Figura 8. Sondeo pregunta 4.

Fuente: autoría propia.

4.2 Análisis de situación:

Las tiendas y compras en línea vienen en tendencia, ya que facilita el proceso de comunicación y promoción. Las tendencias digitales han abierto un mundo de posibilidades, y con eso, la diversidad, personalización y originalidad, el consumidor actual, busca diferenciarse de los demás y poder consumir productos únicos. Actualmente, todo tipo de productos que tengan la posibilidad de ser personalizado, es demandado, incluyendo regalos hasta fiestas temáticas. CUTEPRISE, ofrece exactamente ese combo, además de comprender a los consumidores y adaptarse a sus localidades y horarios.

A través del sondeo realizado, se logró captar del público algunos determinantes que consideran importantes y necesarios en este tipo de negocios: a las personas les atrae y prefieren comprar en línea por comodidad y ahorro de tiempo, además de buscar la comodidad y un buen producto también exigen precios competitivos en el mercado, es importante destacar que el cliente exige un lugar en donde se pueda encontrar variedad de productos que permita realizar y encontrar justo lo que necesita, además de la rapidez de entrega del mismo y que posea servicio a domicilio, tomando en cuenta la importancia que tiene la prontitud de respuesta al interactuar con el cliente y cuando se realice algún tipo de sus dudas y preguntas, considerando además, que las plataformas digitales deben estar al día, con publicaciones reales de los productos.

4.3 Análisis de la Competencia.

Tabla 7. *Competencia directa.*

Competencia	Descripción general
Glomaya	Arte en globos, eventos, tienda online y entregas a domicilio.
Party2Go	Tienda de globos y decoraciones.

Popim Diseño, montaje, ambientación y decoración de eventos temático

Fuente: autoría propia.

4.4 Productos o servicios a ofrecer.

Tabla 8. *Productos y servicios a ofrecer.*

Descripción	Uso o aplicación	Precio estimado
Detalles	Sorprender con un detalle personalizado.	Desde \$22
Decoraciones	Ambientación de eventos sociales y empresariales.	Desde \$60
Arreglos de globos	Bouquets de globos personalizados (números, globos burbujas, feliz cumpleaños, etc)	Desde \$35
Party Box	Conjunto de suministros para decoraciones.	Desde \$15

Fuente: autoría propia.

4.5 Mercado objetivo

Tabla 9. *Segmentación de mercado.*

Consumidor final	Negocio o empresa
<p>Segmento dirigido a personas de ambos sexos, que radican entre 25 a 35 años de edad, posean ingresos económicos mensuales desde los \$400, que vivan en las zonas más comerciales del área metropolitana de San Salvador, Antigua Cuscatlán y Santa Tecla, con personalidad creativa, entusiasta, organizada, extrovertida, animosa, imaginativa, persuasiva, auténtica, alegre, creativa, le gusta hacer sentir bien a los demás y demuestra su afecto obsequiando regalos físicos, suele tener una agenda llena por lo</p>	<p>Emprendedores, micro, pequeñas, medianas empresas, para aniversarios, convivios, días festivos, etc.</p>

que se le dificulta ir a centros comerciales, ha realizado compras on-line anteriormente.

Fuente: autoría propia.

4.6 Perfil del consumidor o cliente.

Tabla 10. Descripción del consumidor.

Edad	25 a 35 años
Sexo	Femenino y Masculino.
Estatus económico	Desde \$500
Estudios	Educación Universitaria
Lugar de residencia	Zona Metropolitana de San Salvador.

Fuente: autoría propia.

4.7 Fortaleza y oportunidades de los productos y servicios

Fortalezas: Es un producto elaborado a los gustos y preferencias de los consumidores, con precios adaptados al presupuesto de las personas, uso de creatividad propia en cada decoración y personalización de la misma utilizando productos de calidad. Su punto de venta es 100% online permitiendo así el acceso a un catálogo de diferentes materiales para crear tu regalo, dando pase a las personas a un ahorro de tiempo encontrando lo que necesita en un solo sitio y de manera rápida y oportuna.

Oportunidades: Producto y servicio altamente demandado por las personas y empresas por su relación en precio – calidad. Creatividad Propia, innovación y diseño personalizado en la elaboración de cada producto. El consumidor opta por productos y servicios que sean factibles en precio, calidad y que brinden un toque diferente a la celebración de esos momentos especiales en su vida. Los clientes en la actualidad priorizan el ahorro de tiempo elevando así la compra por

medio de plataformas digitales.

4.8 Objetivos y metas de mercadeo

Cuteprise es un negocio digital que busca dar a conocer los productos y servicios que oferta a través de estrategias en medios digitales, para la obtención de un mayor alcance y mayor obtención de clientes potenciales, además, fomentará la creación de relaciones significativas y duraderas con los clientes, desde su atracción hasta la fidelización con la creación de contenido atractivo y comunicación eficiente.

4.9 Mix de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza)

Tabla 11. *Mix de Mercadeo (Producto, Precio, Plaza, Promoción).*

Producto	Precio
Productos elaborados de manera manual con materia prima de calidad buscando una mayor durabilidad del producto y personalización de este ofertando los siguientes tipos de productos en nuestro emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> • Detalles. • Decoraciones de eventos sociales. • Arreglos con globos • Party box 	Implementación de precio de introducción al mercado: permitiendo así atraer un máximo nivel de compradores a nuestra marca. Implementación de tarjeta de cliente frecuente otorgándole descuentos al cliente en su próxima compra.

Plaza (distribución)	Promoción
<p>Implementación del emprendimiento de manera totalmente digital desarrollando inbound marketing para generar mayor alcance, incentivación a la compra y fidelización: ATRACCIÓN, CONVERSIÓN Y FIDELIZACIÓN en las plataformas digitales (Facebook, Instagram y WhatsApp) para la comercialización respectiva de productos en área geográfica de la zona metropolitana de San Salvador:</p> <p>Se crearán alianzas estrategias con negocios complementarios al rubro, con el fin de fortalecer una mayor cobertura de mercado.</p>	<p>Realización de pautas en las diferentes redes sociales implementadas en el negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Creación de campañas publicitarias y contenido orgánico a publicar en redes sociales. ● Postear el enlace del catálogo en línea en las diferentes redes sociales. ● Brindar una experiencia agradable durante y después de la venta del producto y servicio para la estimulación del marketing de boca a boca.

Tabla 11, Se describe las estrategias a utilizar en el Mix de Marketing para el negocio Cuteprise, autoría propia

4.10 Imagen Corporativa:

Logo de la Empresa.



Figura 9. Logo de Empresa.

Fuente: autoría propia.

Logo del Producto.



Figura 10. Logo de producto.

Fuente: autoría propia.

Slogan:

“La creatividad en nuestras manos”

4.11 Estrategia de Marketing.

Penetración del mercado:

- Se implementará en los meses de temporada baja precios de introducción de mercado en los productos de regalos express para la estimulación de compras.
- Se incentivará a los clientes a realizar más compras a través de la creación de tarjeta de cliente frecuente brindándole descuentos.
- Se crearán alianzas estrategias con negocios complementarios al rubro, con el fin de fortalecer una mayor cobertura de mercado

Estrategia de Marketing Digital:

Se utilizará las etapas de inbound marketing para generar mayor alcance, incentivación a la compra y fidelización: ATRACCIÓN, CONVERSIÓN Y FIDELIZACIÓN. (Inboucycle, 2018).

Tabla 12. *Desarrollo del inbound marketing.*

OBJETIVO	ESTRATEGIA
Atraer 500 clientes potenciales en medios digitales a través de la creación y publicación de contenido promocional, educativo y atractivo.	Creación de campañas publicitarias y contenido orgánico a publicar en redes sociales.
Redireccionar 100 personas al catálogo en línea a través de diferentes herramientas proporcionadas por las redes sociales.	Postear el enlace del catálogo en línea en las diferentes redes sociales.
Construir una relación positiva con los clientes, a través de la continua interacción en el proceso de compra por medio de una eficaz comunicación y estimulación de compras posteriores.	Brindar una experiencia agradable durante y después de la venta del producto y servicio para la estimulación del marketing de boca a boca.

Fuente: autoría propia.

4.11.1 Tácticas de mercadeo

Tabla 13. *Tácticas a implementar según fases del Inbound Marketing.*

OBJETIVO	TÁCTICAS
ATRACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de calendario de contenido para redes sociales. ● Creación de campaña publicitaria en redes sociales (Facebook e Instagram).

	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de contenido a publicar en las diferentes redes sociales.
CONVERSIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ● Colocar el enlace de catálogo en línea en los perfiles oficiales de Cuteprise. ● Publicar historias atractivas en las redes sociales: Facebook, Instagram y WhatsApp que estimulen visitar el catálogo en línea.
FIDELIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ● Cada cliente que haya realizado una compra se evaluará el servicio mediante una encuesta de satisfacción al cliente. ● Cada cliente en su primera compra, se les brindará una tarjeta online de cliente frecuente para generar compras instantáneas y promociones.

Fuente: autoría propia.

4.11.2 Ejecución y control.

Tabla 14. *KPI's según fases del Inbound Marketing.*

OBJETIVO	KPI's
ATRACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ● N° de Me gusta de la página en redes sociales ● Alcance de publicaciones ● N° de reacciones ● Impresiones
CONVERSIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ● N° de conversaciones interesadas en nuestros productos y servicios
FIDELIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ● El promedio de todas las calificaciones de la encuesta del servicio al cliente.

-
- Cantidad de veces que utilice la tarjeta se observarán la cantidad de veces que las ha ocupado
-

Fuente: autoría propia.

5 PLAN DE VENTAS

5.1 Administración de ventas:

Fátima Valenzuela y Mónica Osorio

Número de Vendedores:

3 personas

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

Si

¿Qué comisiones se pagará al personal de ventas?

En el primer año, se consolidará cada fin de mes las ventas totales y se dividirá entre el equipo en partes iguales.

¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?

Mediante reuniones periódicas semanal y mensualmente verificando las actividades realizadas.

5.2 Ciclo de Ventas

5.2.1. Prospección

¿Cómo identificará a potenciales cliente?

- Realizar investigación por medio de benchmarking a través de la competencia.
- Estar en constante estudio de la tendencia de mercado.

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

- A través de una autoevaluación de la experiencia actual de los clientes.
- Análisis de Satisfacción del cliente (KPI'S).

5.2.2 Contacto con los clientes

¿Quién contactará a los potenciales clientes?

Mónica Osorio.

¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes?

Desde la creación de las Redes Sociales Oficiales del negocio, 8 de noviembre

¿Quién contactará a los clientes actuales?

Karen Hernández.

5.2.3 Reunión o Presentación

¿Cuántas llamadas deberá hacer cada vendedor?

Entre un promedio de 15 por persona.

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

Fátima Valenzuela

5.2.4 Manejo de Objeciones

¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes?

- Implementando el pago anticipado del 50% en cada compra y si el cliente cancela a menos de 72 horas antes del día de entrega, se cobrará un 20%.
- En caso de una cancelación: los abonos se devolverán únicamente por medio de productos equivalentes a lo abonado.

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

Se implementará: cierre de la venta alternativa.

Cierre de Ventas

¿Cuáles son sus metas en ventas?

- Aumento de un 7% mensualmente.
- Aumento de nuestra cartera de cliente haciendo uso de tarjeta de cliente frecuente.

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

Si, se cuenta con personal capacitado.

5.2.5 Servicio Postventas

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

Karen Hernández.

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

Alquiler de disfraces.

Servicio de banquete y meseros.

5.3 Proyección de Ventas

Tabla 15. *Proyección de ventas del primer año en unidades.*

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad	Año 1 (U)											
			Meses											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Magic Box	\$22.00	Unidad	10	10	10	11	11	11	11	11	12	12	12	12
Gift Box Premium	\$28.00	Unidad	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7
The Big One Box	\$60.00	Unidad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Decoración Infantil	\$90.00	Unidad	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
Decoración Ejecutiva	\$175.00	Unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Decoración Partyland	\$350.00	Unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Bouquet de Globos	\$35.00	Unidad	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14	15	15
Party Box	\$15.00	Unidad	15	15	16	16	16	17	17	17	18	18	18	19
Total de ventas mensuales			50	51	52	53	54	55	56	57	59	60	61	62
Total de ventas anual											671			

Fuente: autoría propia.

Tabla 16. *Proyección de ventas del primer año en ingresos.*

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad	Año 1 (U)											
			Meses											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Magic Box	\$22.00	Unidad	\$220,00	\$224,40	\$228,89	\$233,47	\$238,14	\$242,90	\$247,76	\$252,71	\$257,77	\$262,92	\$268,18	\$273,54
Gift Box Premium	\$28.00	Unidad	\$168,00	\$171,36	\$174,79	\$178,28	\$181,85	\$185,49	\$189,20	\$192,98	\$196,84	\$200,78	\$204,79	\$208,89
The Big One Box	\$60.00	Unidad	\$120,00	\$122,40	\$124,85	\$127,34	\$129,89	\$132,49	\$135,14	\$137,84	\$140,60	\$143,41	\$146,28	\$149,20
Decoración Infantil	\$90.00	Unidad	\$270,00	\$275,40	\$280,91	\$286,53	\$292,26	\$298,10	\$304,06	\$310,15	\$316,35	\$322,67	\$329,13	\$335,71
Decoración Ejecutiva	\$175.00	Unidad	\$175,00	\$178,50	\$182,07	\$185,71	\$189,43	\$193,21	\$197,08	\$201,02	\$205,04	\$209,14	\$213,32	\$217,59
Decoración Partyland	\$350.00	Unidad	\$350,00	\$357,00	\$364,14	\$371,42	\$378,85	\$386,43	\$394,16	\$402,04	\$410,08	\$418,28	\$426,65	\$435,18
Bouquet de Globos	\$35.00	Unidad	\$420,00	\$428,40	\$436,97	\$445,71	\$454,62	\$463,71	\$472,99	\$482,45	\$492,10	\$501,94	\$511,98	\$522,22
Party Box	\$15.00	Unidad	\$225,00	\$229,50	\$234,09	\$238,77	\$243,55	\$248,42	\$253,39	\$258,45	\$263,62	\$268,90	\$274,27	\$279,76
Total de ventas mensuales			\$1.948,00	\$1.986,96	\$2.026,70	\$2.067,23	\$2.108,58	\$2.150,75	\$2.193,76	\$2.237,64	\$2.282,39	\$2.328,04	\$2.374,60	\$2.422,09
Total de ventas anual										\$26,126.75				

Fuente: autoría propia.

Proyección de ventas trimestral del 2do y 3er año y anual del 4to y 5to año.

Tabla 17. *Proyección de ventas trimestral del 2do y 3er año y anuales del 4to y 5to año en unidades.*

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad	Año 2				Año 3				Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		
Magic Box	\$22.00	Unidad	32	33	34	34	34	35	36	36	176	218
Gift Box Premium	\$28.00	Unidad	19	20	20	21	21	21	21	22	105	131
The Big One Box	\$60.00	Unidad	6	7	7	7	7	7	7	7	35	44
Decoración Infantil	\$90.00	Unidad	10	10	10	10	10	11	11	11	53	65
Decoración Ejecutiva	\$175.00	Unidad	3	3	3	3	3	4	4	4	18	22
Decoración Partyland	\$350.00	Unidad	3	3	3	3	3	4	4	4	18	22
Bouquet de Globos	\$35.00	Unidad	39	40	41	41	41	42	43	44	211	262
Party Box	\$15.00	Unidad	49	50	51	52	52	53	54	55	264	327
Total de ventas trimestrales			162	165	169	172	172	175	179	182		
Total de ventas anuales				669				709			879	1090

Fuente: autoría propia.

Tabla 18. *Proyección de ventas trimestral del 2do y 3er año y anuales del 4to y 5to año en ingresos.*

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad	Año 2				Año 3			Año 4	Año 5	
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3			
Magic Box	\$22.00	Unidad	\$785,05	\$800,75	\$816,77	\$833,11	\$915,37	\$933,68	\$952,35	\$971,40	\$5.146,11	\$7.019,29
Gift Box Premium	\$28.00	Unidad	\$599,50	\$611,49	\$623,72	\$636,19	\$699,01	\$712,99	\$727,25	\$741,80	\$3.929,76	\$5.360,19
The Big One Box	\$60.00	Unidad	\$428,21	\$436,78	\$445,51	\$454,42	\$499,29	\$509,28	\$519,47	\$529,86	\$2.806,97	\$3.828,71
Decoración Infantil	\$90.00	Unidad	\$963,48	\$982,74	\$1.002,40	\$1.022,45	\$1.123,41	\$1.145,88	\$1.168,80	\$1.192,17	\$6.315,68	\$8.614,59
Decoración Ejecutiva	\$175.00	Unidad	\$624,47	\$636,96	\$649,70	\$662,70	\$728,14	\$742,70	\$757,55	\$772,71	\$4.093,50	\$5.583,53
Decoración Partyland	\$350.00	Unidad	\$1.248,95	\$1.273,93	\$1.299,41	\$1.325,39	\$1.456,27	\$1.485,40	\$1.515,11	\$1.545,41	\$8.186,99	\$11.167,06
Bouquet de Globos	\$35.00	Unidad	\$1.498,74	\$1.528,71	\$1.559,29	\$1.590,47	\$1.747,53	\$1.782,48	\$1.818,13	\$1.854,49	\$9.824,39	\$13.400,47
Party Box	\$15.00	Unidad	\$802,90	\$818,95	\$835,33	\$852,04	\$936,18	\$954,90	\$974,00	\$993,48	\$5.263,07	\$7.178,82
Total de ventas trimestrales			\$785,05	\$800,75	\$816,77	\$833,11	\$915,37	\$933,68	\$952,35	\$971,40		
Total de ventas anuales				\$28.650,51				\$33.406,50			\$45.566,46	\$62.152,65

Fuente: autoría propia.

Notas:

- ✓ Las estimaciones de las ventas fueron realizadas tomando en cuenta la población que hay en el área metropolitana de San salvador según el segmento seleccionado de 25 a 35 años de edad.
- ✓ Se utilizó la base de datos del MINSAL sobre la población de El Salvador e información recopilada de la página web “index mundi”, el cual posee información verídica sobre diferentes indicadores de los países
- ✓ La estimación de los precios de cada producto se valoró mediante el sondeo de mercado realizado.

6 PLAN FINANCIERO

6.1 Plan de Inversión.

Tabla 19. *Presupuesto de Equipo y Herramientas, Materia Prima e Insumos Iniciales.*

	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra
Equipos y Herramientas	Impresora color laser jet	Unidad	1	\$325.00	\$325.00	Equipos Electrónicos Valdez
	Bomba para inflar globos	Unidad	1	\$6.00	\$6.00	Variedades Leticia Lorena
	Compresor	Unidad	1	\$50.00	\$50.00	Variedades Leticia Lorena
	Helio	Unidad	1	\$100.00	\$100.00	Infrasal
	Cameo 4	Unidad	1	\$350.00	\$350.00	Soluciones Centro América
	SUBTOTAL				\$831.00	
Materia Prima e Insumos Iniciales	Viniles	Unidad	1	\$30.00	\$30.00	Soluciones Centro América
	Globos Latex Platinado surtido.	Bolsas	10	\$3.50	\$35.00	Variedades Leticia Lorena
	Cajas de cartón de colores variados	Unidad	50	\$2.00	\$100	Variedades Leticia Lorena
	Brillo para	Unidad	2	\$22.50	\$45.00	Mi Fiesta

globos						
Pega para globos	Caja	1	\$47.00	\$47.00	Mi Fiesta	
Globos 260 de Latex	Unidad	10	\$3.00	\$30.00	Variedades Leticia Lorena	
Viniles	Unidad	1	\$30.00	\$30.00	Soluciones Centro América	
SUBTOTAL				\$287.00		
TOTAL DE: EQUIPO Y HERRAMIENTAS Y MATERIALES E INSUMOS INICIALES				\$1,108.00		

Fuente: autoría propia.

6.2 Plan de inversión capital de trabajo.

Tabla 20. *Plan de inversión de capital de trabajo.*

Descripción	Cantidad (meses)	Monto gastado mensual	Gasto Total
Servicios básicos			
Mantenimiento	1	\$25.00	\$25.00
Agua	1	\$10.00	\$10.00
Energía eléctrica	1	\$15.00	\$15.00
Promoción y Publicidad			
Facebook Suite	1	\$10	\$10
Google Ads (Keywords)		\$5	\$5
Salarios			
Salario de personal	3	\$50	\$150
Otros			
Comunicaciones	1	\$35.00	\$35.00
Utiles de Oficina	1	\$20.00	\$20.00
Transporte	1	\$100.00	\$100.00
Otros	1	\$50.00	\$50.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$420 .00

Fuente: autoría propia.

Tabla 21. *Total de inversión.*

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	
Inversión en concepto de Equipo y Herramientas y Materia prima e Insumos Iniciales + inversión en capital de trabajo.	\$1,528

Fuente: autoría propia.

6.3 Estructura de costos

Tabla 22. *Costos variables de materia prima y mano de obra.*

Producto o Servicio	Costo Variable de Materia prima	Costo Variable de Mano de Obra	Costo Fijo Unitario	Costo Total Unitario
Magic Box	\$ 1,140.15	\$ 134.00	\$ 53.60	\$1,327.75
Gift Box Premium	\$ 1,208.03	\$ 160.00	\$ 32.00	\$1,400.03
The Big One Box	\$ 777.46	\$ 67.50	\$ 10.80	\$855.76
Decoración Infantil	\$ 1,614.65	\$ 880.00	\$ 16.00	\$2,510.65
Decoración Ejecutiva	\$ 817.09	\$390.00	\$ 5.20	\$1,212.29
Decoración Partyland	\$ 1,935.39	\$ 1,820.00	\$ 5.20	\$3,760.59
Bouquet de Globos	\$ 1,769.57	\$ 2,415.00	\$ 64.40	\$4,248.97
Party Box	\$ 1,810.81	\$ 201.00	\$ 80.40	\$2,092.21

Fuente: autoría propia.

Tabla 23. *Costos totales de un año de operación.*

Producto o Servicio	Total de Costos		Costos Totales
	Variables	Total de Costos Fijo	
Magic Box	\$ 1,140.15	\$ 53.60	\$1,193.75
Gift Box Premium	\$ 1,208.03	\$ 32.00	\$1,240.03
The Big One Box	\$ 777.46	\$ 10.80	\$788.26
Decoración Infantil	\$ 1,614.65	\$ 16.00	\$1,630.65
Decoración Ejecutiva	\$ 817.09	\$ 5.20	\$822.29
Decoración Partyland	\$ 1,935.39	\$ 5.20	\$1,940.59
Bouquet de Globos	\$ 1,769.57	\$ 64.40	\$1,833.97
Party Box	\$ 1,810.81	\$ 80.40	\$1,891.21
TOTAL			\$11,340.75

Fuente: autoría propia.

6.4. Flujo de efectivo.

Tabla 24. Flujo de efectivo del primer año de operación.

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	0	\$156,98	\$324,24	\$502,00	\$690,44	\$889,82	\$1.100,31	\$1.322,17	\$1.555,58	\$1.800,83	\$2.058,11	\$2.327,68
Ingresos												
Ingresos por venta	\$1.948,00	\$156,98	\$324,24	\$502,00	\$690,44	\$889,82	\$1.100,31	\$1.322,17	\$1.555,58	\$1.800,83	\$2.058,11	\$2.327,68
Otros ingresos												
Total de ingresos	\$1.948,00	\$1.986,96	\$2.026,71	\$2.067,23	\$2.108,59	\$2.150,75	\$2.193,78	\$2.237,64	\$2.282,40	\$2.328,04	\$2.374,60	\$2.422,09
Egresos												
Egresos por gastos de operación	\$513,02	\$516,14	\$519,32	\$522,56	\$525,87	\$529,24	\$532,69	\$536,19	\$539,78	\$543,43	\$547,15	\$550,95
Egresos por gastos de materia prima y mano de obra	\$1.278,00	\$1.303,56	\$1.329,63	\$1.356,22	\$1.383,34	\$1.411,02	\$1.439,24	\$1.468,03	\$1.497,38	\$1.527,33	\$1.557,88	\$1.589,02
Total de egresos	\$1.791,02	\$1.819,70	\$1.848,95	\$1.878,78	\$1.909,21	\$1.940,26	\$1.971,93	\$2.004,22	\$2.037,16	\$2.070,76	\$2.105,03	\$2.139,97
Flujo de efectivo proyectado	\$156,98	\$324,24	\$502,00	\$690,44	\$889,82	\$1.100,31	\$1.322,17	\$1.555,58	\$1.800,83	\$2.058,11	\$2.327,68	\$2.609,80

Fuente: autoría propia.

6.5 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Tabla 25. *Rentabilidad.*

ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DATOS DE UN AÑO DE OPERACIONES	
	PRODUCTO
Producción estimada	671
Venta (\$)	\$26,126,75
Costos	\$17.140.65
RENTABILIDAD	\$8,896.13

Fuente: autoría propia.

Punto de equilibrio en Unidades y Monto:

Tabla 26. *Productos y valor.*

Productos/Servicios	Unidades	En Valor (\$)
Magic Box	134	\$ 2,951
Gift Box Premium	80	\$ 2,253
The Big One Box	27	\$ 1,609
Decoración Infantil	40	\$ 3,621
Decoración Ejecutiva	13	\$ 2,347
Decoración Partyland	13	\$ 4,694
Bouquet de Globos	161	\$ 5,633
Party Box	201	\$ 3,018

Fuente: autoría propia.

6.6 Estado de Resultados proyectado

Tabla 27. Estado de resultados trimestral del primer año de operación.

Estado de Pérdidas y Ganancias	Mes 1	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Año
Ventas	1.948,00	\$5.961,67	\$6.326,57	\$6.713,82	\$7.124,73	26.126,79
Costo de los Bienes Vendidos	1.278,00	\$3.911,19	\$4.150,58	\$4.404,65	\$4.674,23	17.140,65
Utilidad Bruta	\$670,00	\$2.050,48	\$2.175,99	\$2.309,17	\$2.450,50	\$8.986,14
Salario	\$150	\$450	\$450	\$450	\$450	1.800,00
Mantenimiento	21,43	\$65,58	\$69,59	\$73,85	\$78,37	287,39
Agua, gas, electricidad	25,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	300,00
Comunicaciones	35,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00	420,00
Útiles de oficina	20,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	240,00
Promoción y Publicidad	15,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	\$45,00	180,00
Transportes	\$89.61	\$274.24	\$291.02	\$308.84	\$327.74	1201.83
Depreciación	112,18	\$336,55	\$336,55	\$336,55	\$336,55	1.346,20
Otros	44,80	\$137,12	\$145,51	\$154,42	\$163,87	600,92

Total Gastos Generales y de Admón	\$435.92	\$1,311.75	\$1,324.16	\$1,337.28	\$1,351.29	5,324.51
<i>Ganancia Gravable(GAI)</i>	\$234.08	\$738.73	\$851.83	\$971.86	\$1099.21	\$3,661.63
Impuesto sobre la renta	\$58.52	\$184.68	\$212.96	\$242.96	\$274.81	\$915.41
Utilidad Neta	\$175.56	\$554.05	\$638.88	\$728.29	\$824.41	\$2,746.22

Fuente: autoría propia.

7. PLAN DE TRABAJO

Tabla 28. Cronograma de actividades.

Acciones	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Creación de calendario de contenido para redes sociales	■											
Creación de Catalogo en línea	■											
Creación de contenido a publicar en redes sociales	■											
Creación de redes sociales oficiales del negocio: Correo, Facebook, Instagram. etc.	■											
Apertura de negocio		■										
Publicación de post en redes sociales.		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación de campañas publicitarias en Facebook e Instagram		■	■	■				■	■	■		
Control de los leads captados por el link del catálogo en línea		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación de la tarjeta de cliente frecuente	■											
Creación de encuesta de satisfacción	■											
Pasar encuesta a clientes después de compra		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tener base de datos de todas las evaluaciones		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: autoría propia.

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1 Medidas generales de prevención

- ✓ Respaldo digital de toda la documentación perteneciente a la empresa.
- ✓ Asegurar el 50% de pago del producto o servicio antes de la entrega.
- ✓ Contacto de proveedores alternos, en caso de falta de recursos de los proveedores actuales.
- ✓ Contar con ahorro en Caja Chica con un monto mínimo de \$500.
- ✓ Abastecimiento de suficiente materia prima en temporadas altas.
- ✓ Mantenimiento semestral de la maquinaria y equipo.
- ✓ Contar con equipo externo para temporadas altas.
- ✓ Para el servicio de decoración, solicitar un pago anticipado de 70% y el restante contra entrega el día del evento.

8.2 Acciones preventivas

- ✓ Guardar cada tramite de compra, venta, documentos legales y financieros en Drive del correo empresarial.
- ✓ Tener contacto con bancos ante requerimientos de financiamiento.
- ✓ Poseer una variedad de proveedores que proporcionen materias primas para el negocio.
- ✓ Estar actualizadas a los cambios legales que se presenten en el país en materia económica y legal.
- ✓ Supervisar y llevar el control de materiales y materia prima almacenada en bodega.
- ✓ Observar a la competencia para analizar las estrategias que implementan.

- ✓ Evaluación los procesos para mayor optimización de los productos y servicios.
- ✓ La persona encargada del envío a domicilio de los productos debe mandar la ubicación real durante 8 horas.

8.3 Acciones en caso de siniestro

- ✓ Mantener medidas de bioseguridad dentro de la planta de trabajo.
- ✓ Poseer kit de prevención ante incendio (Extintor, señalización, garantizar acceso rápido acceso a agua).
- ✓ Poseer un botiquín de primeros auxilios.
- ✓ Capacitar al equipo en primeros auxilios.
- ✓ Señalización de seguridad en planta de trabajo.

8.4 Manejo de crisis

En caso de:

- ✓ **Reembolso de servicio de decoración:** El tiempo máximo de cancelación del servicio de decoración es de 24 horas antes del evento, sin reembolso.
- ✓ **Reembolso en producto de regalos:** El tiempo máximo de cancelación de productos de regalos personalizados es de 3 días.
- ✓ **Ataque de cibernético:** Proteger la cuenta y crear cuentas de correo electrónico alternas a la oficial
- ✓ Contar con números de emergencia nacionales y
- ✓ Contar con una lista de ubicación de los puestos policiales más cercanos.
- ✓ Contar con comunicados oficiales del negocio ante siniestros, fallas de equipo, ataque cibernético, etc.

8.5 Plan de continuidad

- ✓ Reuniones quincenales con todo el equipo de trabajo.
- ✓ Destinar un porcentaje de las ganancias a caja chica.
- ✓ Mantener en observación constante los cambios y tendencias de comportamiento de la segmentación.

8.6 Seguridad de los activos

- ✓ Inspeccionar la bodega de almacenamiento de materiales y materia prima.
- ✓ Mantener en cajas la papelería.
- ✓ Proteger materiales sensibles con señalizaciones.

8.7 Plan de acción

- ✓ Mediante las medidas a implementar en el plan de contingencia se ha estipulado fechas convenientes para llevar a cabo las acciones de prevención.
- ✓ En el transcurso del primer año del negocio se contactará con la Cruz Roja o Verde para capacitación de Primeros Auxilios.
- ✓ Mensualmente se revisarán las materia prima y materiales alojadas en bodega.
- ✓ Mensualmente se destinará el porcentaje del 10% a caja chica.

9. BIBLIOGRAFIA

Cruz, Javier. (2009). Estrategias de marketing para tu negocio. Estrategias de negocio. Blogs post. Recuperado de: <http://estrategias-negocio.blogspot.com/2009/05/estrategias-de-marketing-intensivas.html>

Sánchez Galán, Javier(2015). Integración horizontal. Economipedia.com. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/integracion-horizontal.html>

Inboucycle. (2018). Conceptos claves del Inbound marketing. Inboucycle. Recuperado de: <https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es>.

CIA World Facebook. (2019). Distribución por edad de El Salvador. Index Mundi. Recuperado de: https://www.indexmundi.com/es/el_salvador/distribucion_por_edad.html.

10. ANEXOS.

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

TOTAL DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS

PRODUCTO O SERVICIO	Costo unitario de materia prima	Costo unitario de mano de obra	Total costo variable unitario
Magic Box	\$8,51	\$1,00	\$9,51
Gift Box Premium	\$15,10	\$2,00	\$17,10
The Big One Box	\$28,79	\$2,50	\$31,29
Decoración Infantil	\$40,37	\$22,00	\$62,37
Decoración Ejecutiva	\$62,85	\$30,00	\$92,85
Decoración Partyland	\$148,88	\$140,00	\$288,88
Bouquet de Globos	\$10,99	\$15,00	\$25,99
Party Box	\$9,01	\$1,00	\$10,01

ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.

Se sugiere una estimación mensual y luego proyectarlos de manera trimestral

COSTOS FIJOS TOTALES

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES			TOTAL
	MES 1	MES 2	MES 3	VALOR TRIMESTRAL
Salarios	12,50	12,50	12,50	\$37,50
Mantenimiento	21,43	21,86	22,29	\$65,58
Agua, Gas, Electricidad	25,00	25,00	25,00	\$75,00
Comunicaciones	35,00	35,00	35,00	\$105,00
Utiles de Oficina	20,00	20,00	20,00	\$60,00
Promoción y Publicidad	15,00	15,00	15,00	\$45,00
Transportes	89,61	91,40	93,23	\$274,24
Depreciación	112,18	112,18	112,18	\$336,55
Otros	44,80	45,70	46,61	\$137,12
Total Costos Fijos	375,52	378,64	381,82	\$1.135,98
Total de Producción por periodo (cantidad) (mensual / trimestral)	50	51	52	153
Total costos fijos / total de producción = Costos fijos unitarios	\$7,51	\$7,42	\$7,34	\$7,42

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
Magic Box	\$8,51	\$1,00	\$0,40	\$9,91
Gift Box Premium	\$15,10	\$2,00	\$0,40	\$17,50
The Big One Box	\$28,79	\$2,50	\$0,40	\$31,69
Decoración Infantil	\$40,37	\$22,00	\$0,40	\$62,77
Decoración Ejecutiva	\$62,85	\$30,00	\$0,40	\$93,25
Decoración Partyland	\$148,88	\$140,00	\$0,40	\$289,28
Bouquet de Globos	\$10,99	\$15,00	\$0,40	\$26,39
Party Box	\$9,01	\$1,00	\$0,40	\$10,41

ANEXO 4: Cálculo del punto de equilibrio.

Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

Datos:

Costo Fijo Total Cft	\$4.726,34
Precio de venta Pct	775
Costo variable unitario Cvu	526

Punto de equilibrio en Unidades: 353

Punto de equilibrio en unidades monetarias (Y):

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

Datos:

Precio de venta Pvt	\$775
Punto de equilibrio en unidades de producto PE	353

Punto de equilibrio en Unidades Monetarias:

\$13.741,67

BASE LEGAL DE LA EMPRESA.

Requisitos para el registro como contribuyente del IVA, persona natural basados en el artículo 28 de la Ley del IVA; 86 del código tributario.

1. Llenado del formulario F-210 que será elaborado por el empleado del ministerio quien atiende a la persona.

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) F-210-V3

NUMERO DE FOLIO
10 F210A4544206 5
Código Único: 3PVNJ228C664

REPUBLICA DE EL SALVADOR
MINISTERIO DE HACIENDA
DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERIORS

01 NIT 0 8 1 9 - 1 5 0 6 9 5 - 1 0 1 - 0 3 02 NRC

TRAMITE						SECCIÓN A MODIFICAR													
REGISTRO	INSCRIPCIÓN	REPOSICIÓN	MODIFICACIÓN	TERMINO	RESTITUCIÓN	A	B	C	D	E	F	G	H	I					
NIT	03	0	0	0	0	13	X	14	X	21	X	15	X	16	X	17	18	19	20
NRC	04	X	0	0	0	11													

A. IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE PERSONA NATURAL PERSONA JURIDICA (COMPLETE UNICAMENTE SI ES PERSONA JURIDICA)

22 PRIMER APELLIDO VALLADARES 7 22 DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL 7

23 SEGUNDO APELLIDO O DE CASADA HERNANDEZ 6 84 ABBREVIATURA DE LA SOCIEDAD 5

24 NOMBRES KAREN LISET 5 27 NOMBRE COMERCIAL 2

27 NOMBRE COMERCIAL DEL NEGOCIO 2 33 CAPITAL O PATRIMONIO (SOLO PERSONA JURIDICA) 2 DOMICILIADA 34 6

29 PROFESIÓN U OFICIO PERSONA NATURAL 4 25 SI IMPORTADOR NO X 8

B. DATOS SEGÚN DOCUMENTO DE IDENTIDAD PERSONA NATURAL PERSONA JURIDICA

31 FECHA NACIMIENTO 15 06 1995 6 32 No. DUI/PASAPORTE(S) (SOLO EXTRANJEROS) 05195449-2 4 31 FECHA DE CONSTITUCIÓN 9 44

32 TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD 1 38 MUNICIPIO DE NACIMIENTO STGO NONUALCO 5 38 MUNICIPIO DE CONSTITUCIÓN

33 DEPARTAMENTO DE NACIMIENTO LA PAZ 2 38 PAIS DE NACIMIENTO EL SALVADOR 5 37 DEPARTAMENTO DE CONSTITUCIÓN 2 30 PAIS DE CONSTITUCIÓN

C. DIRECCIÓN PARA RECIBIR NOTIFICACIÓN

41 CALLE / AVENIDA 4 42 NUMERO 0 43 APTO. 9 44 COMPLEMENTO 3

45 COLONIA / BARRIO CTON. SAN SEBASTIAN ABAJO CRIQ. LAS LOMAS 8 46 CORREO ELECTRONICO (E-MAIL)

47 DEPARTAMENTO LA PAZ 2 48 MUNICIPIO STGO NONUALCO 9 49 TELEFONO 7892-8126 7 50 FAX

D. DIRECCIÓN DE CASA MATRIZ

52 CALLE / AVENIDA CALLE PRINCIPAL 4 53 NUMERO 0 54 APTO. 9 55 200 MTS AL DTE DE CALLE HACIA LA CHORRERA 5

56 COLONIA / BARRIO CTON. SAN SEBASTIAN ABAJO CRIQ. LA LOMA 2 57 CORREO ELECTRONICO (E-MAIL)

58 DEPARTAMENTO LA PAZ 5 59 MUNICIPIO STGO NONUALCO 7 60 TELEFONO 7892-8126 3 61 FAX

E. ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL CONTRIBUYENTE (CONSULTAR LISTADO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS)

63 PRIMARIA Actividades de consultoría en gestión empresarial 4 64 430202 3

65 SECUNDARIA 9 66 5

67 TERCIARIA 3 68 9

F. IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

69 CALIDAD EN QUE ACTUA REPRESENTANTE LEGAL APODERADO 2 70 NIT - - - 1

71 APELLIDO(S) Y NOMBRE(S)

72 No. ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN No. CREDENCIAL No. PODER

73 No. DUI/PASAPORTE(S) (SOLO EXTRANJEROS)

74 TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN

G. IDENTIFICACIÓN DEL APODERADO

76 NIT - - - - - 1

77 APELLIDO(S) Y NOMBRE(S)

78 No. DOCUMENTO QUE LO ACREDITA (No. DE PODER)

79 No. DUI/PASAPORTE(S) (SOLO EXTRANJEROS)

80 TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL PRESENTE INFORME SON EXPRESIÓN FIEL DE LA VERDAD, POR LO QUE ASUMO LAS RESPONSABILIDADES TRIBUTARIAS CORRESPONDIENTES.

Karen Liset Valladares Hernández
NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

82 OFICINA RECEPTORA
CODIGO DGII
80062

83 FIRMA Y SELLO DEL RECEPTOR AUTORIZADO
FECHA DE RECEPCIÓN
Día Mes Año
05 11 2020

DIVISION DE REGISTRO Y ASISTENCIA TRIBUTARIA - DGII
05 NOV. 2020
CENTRO DE ATENCION AL CONTRIBUYENTE
LA PAZ

2. Se debe consultar el listado de actividades económicas para seleccionar la actividad(es) económica(s) a registrar:

La actividad económica registrada en su primer giro es:

- 70200 actividades de consultoría en gestión empresarial

Ampliando en un segundo giro comercial por el tipo de rubro de nuestra empresa

CUTEPRISE:

- 90000 actividades creativas y artísticas y de esparcimiento.

3. Presentar la siguiente documentación:

✓ **Si el trámite es realizado por el Contribuyente:**

- DUI, Pasaporte/Carnet de Residencia (Extranjeros), original del Contribuyente.
- Recibo de agua, luz o teléfono que confirme la dirección de notificación, en original y fotocopia, (aplica para los casos de Inscripción, Reposición o Modificación de la Dirección de Notificación).

✓ **Si el trámite es realizado por Apoderado:**

- Documentación del Contribuyente (Numeral 1)
- Original y fotocopia de Poder: General Administrativo, General con cláusula especial, General Judicial y Administrativo, General Judicial y Administrativo con cláusula especial, Poder Especial o Poder específico para actuar ante la Administración Tributaria, que contengan facultades para realizar trámites en representación del poderdante ante el Gobierno, el Estado, la Administración Tributaria o cualquier Institución u Oficina Pública.- Ver Circular N° 03/2011 de fecha 6 de diciembre de 2011, en caso de ser otorgado en el extranjero deberá ser traducido al español y certificado por la autoridad competente (Apostilla), según el

caso. si el poder es elaborado en Consulado salvadoreño deberá autenticar la firma del Cónsul en el Ministerio de Relaciones Exteriores.

- DUI, Pasaporte/Carnet de Residencia (Extranjeros) en original y fotocopia simple del Apoderado.

✓ **Si el trámite es realizado por Tercero Autorizado:**

- Formulario F-210, completado y firmado por el Contribuyente o Apoderado (sin tachaduras ni enmendaduras).
- Documentación del Contribuyente y Apoderado, según el caso (Numerales 1 y 2).
- DUI, Pasaporte/Carnet de Residencia (Extranjeros), en original y fotocopia simple del Autorizado.
- Autorización autenticada donde se indique: Nombre y DUI, Pasaporte/Carné de Residencia (Extranjeros) de la persona que realizará el trámite y la gestión específica a realizar en el Ministerio de Hacienda debiéndose identificar con su DUI, Pasaporte o Carnet de Residencia (Extranjeros), original y fotocopia

4. En la Inscripción o Restitución presentar al menos UNO de los siguientes requisitos, en original y fotocopia.

- Contrato(s) de arrendamiento de local.
- Activo de \$2,286.00 a \$12,000.00, presentar detalle del Activo, firmado únicamente por contribuyente. Art. 28 Ley de IVA, Art. 437 Código de Comercio. Activo mayor de \$12,000.00, presentar Balance Inicial, firmado por contribuyente y contador.
- Contrato por prestación de servicios o venta de bienes.

- Constancia o carta de clientes que solicitan el servicio o los bienes, con sello de la empresa.
- Fianza de cumplimiento entre Aseguradora y Gestor de Encomienda.
- Título profesional extendido por Universidad, Certificado o Diploma que acredite la ocupación u oficio. Si el DUI se encuentra consignada la profesión, ocupación u oficio, no será necesario presentar la documentación antes relacionada.
- Tarjeta de Circulación del vehículo, el vehículo debe ser de trabajo, o documento de compraventa (si la tarjeta de circulación no está a su nombre), o contrato de arrendamiento del vehículo, si aplica.
- Autorización o permiso extendido por el Viceministerio de Transporte (VMT) para traslado de personas (Prestaciones de servicios).
- Inscripción del negocio en la Alcaldía.
- Carta de compra/venta de reses emitida por Alcaldía Municipal.
- Contrato de compra/venta de cosecha.
- Si posee otra documentación comprobatoria de la actividad económica a desarrollar, diferente a la detallada, presentarla para ser valorada para su inscripción.

Al no poseer ninguno de los documentos anteriores, presentar al momento de la Inscripción escrito detallando que está por iniciar operaciones y solicita a la DGII la Inscripción como contribuyente de IVA.

EN EL CASO DE MODIFICACIÓN DE DATOS EN EL REGISTRO, Y/O REPOSICIÓN DE TARJETA DE IVA.

- Requisitos de identificación que le apliquen según numerales 1, 2 y 3 de inicio de página.
- En caso de modificación de nombres, apellidos, giro o dirección de casa matriz, entregar tarjeta original de IVA (NRC) (Sólo en los dos primeros casos, debe efectuar el cambio correspondiente en tarjeta de NIT). En caso de pérdida de la tarjeta de IVA (NRC), deberá informarlo por escrito.
- Si realiza cambio efectivo de dirección para recibir notificaciones, incorporar escrito que exprese las razones del cambio y las pruebas que demuestren el mismo. Art. 90 inciso 7° CT. Las pruebas pueden ser Contrato de Arrendamiento de Local o Recibo de Agua, o Luz o Teléfono.

Además, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos.

- Durante el proceso de verificación puede ser requerida documentación e información adicional según el caso.
- El NIT y la tarjeta de IVA debe coincidir el nombre según el documento de Identidad del contribuyente, caso contrario se deberá reponer las tarjetas para la actualización de datos.
- Todos los documentos presentados deben estar vigentes, legibles (inclusive las fotocopias), sin borrones, tachaduras o enmendaduras.
- Si no presenta documentos originales, debe presentar en su defecto fotocopias certificadas.
- En el caso de detectar NIT duplicados, estos serán atendidos en los Centros de Atención Exprés de todo el país, en donde se determinará la documentación y requisitos que debe presentar.

Para los documentos otorgados en el extranjero, deberá presentar el documento original, certificado por la autoridad competente (Apostilla) y si estos están en un idioma diferente al español, deberá de presentar también las diligencias de traducción de dicho documento.

Tarjeta de IVA

MINISTERIO DE HACIENDA
DIRECCIÓN GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS
NUMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTES

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE
VALLADARES HERNANDEZ, KAREN LISET

No. DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT) N° DE REGISTRO (NRC)
0819-150695-101-0 **294811-3**

GIRO O ACTIVIDAD ECONOMICA
PRIMARIA: ACTIVIDADES DE CONSULTORIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
SECUNDARIA:
TERCIARIA:

No. 2758375 I F210A4544206 Fecha de Expedición
nidia.dono 05/11/2020
CODIGO ÚNICO: 3PVNJ228C664

Una vez realizado el registro como contribuyente del IVA inmediatamente se generan una serie de obligaciones las cuales se deben realizar.

- En primera instancia se debe generar una clave personal el cual permite entrar a la pagina del Ministerio de hacienda para realizar el llenado del formulario para la emisión de las respectivas facturas.
- Realizar el trámite en una imprenta autorizada definiendo el tamaño y la cantidad del talonario deseado.
- Llevar contabilidad formal.

ANEXO 5: Fotografías relacionadas con el equipo emprendedor.

A continuación, se muestran fotografías que representan el entorno donde se desarrollara la idea de negocios además de evidenciar las capacidades de los integrantes

Fotografía 1:



Fotografía 2:



Fotografía 3:



Fotografía 4:



Fotografía 5:



Fotografía 6:



ANEXO 6: Cotizaciones del presupuesto

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

SOLUCIONES
MATERIALES PARA ROTULACION

MIRICKI **CALLIGRAPH** **SPARKLET** **INKKEC** **NITROLITE** **ARLOW**

VINYL ADHESIVO PERMANENTE



Rollo de 12" x 3 yds: \$ 5.60 + IVA.
Rollo de 12" x 10 yds: \$11.20 + IVA.

TRANSFER DE VINYL ADHESIVO



Rolls de 100 yardas:
3 pulgadas \$9.57 + IVA
6 pulgadas \$18.62 + IVA
12 pulgadas \$36.19 + IVA.

KIT DE HERRAMIENTA SILHOUETTE
\$19.99 + IVA.



Método de Pago: Contado.
Tiempo de entrega: Inmediata.
Validez Cotización: 15 Días
Garantía Cameo 4: 3 Meses.

Esperando poder atenderle pronto y quedando de usted a sus órdenes.
Atte: Sala de ventas.

SOLICK
MATERIALES

Equipos Electrónicos Valdes

Cotización No. 321276 San Salvador, 15 de Octubre de 2021

Señores Presente

Estimados Señores:

Atendiendo a su solicitud, tenemos el agrado de presentarles nuestra propuesta:

Cant.	Descripción	Precio	Total
1	Impresora HP Color LaserJet Pro M255dw	325.00	325.00
1	Toner NEGRO M2110A HP 206A (1,250 páginas) para HP M255dw / M283dw	81.92	81.92
1	Toner CYAN M2111A HP 206A (1,250 páginas) para HP M255dw / M283dw	97.74	97.74
1	Toner YELLOW M2112A HP 206A (1,250 páginas) para HP M255dw / M283dw	97.74	97.74
1	Toner MAGENTA M2113A HP 206A (1,250 páginas) para HP M255dw / M283dw	97.74	97.74

Precios expresados en DOLARES incluyendo IVA.

Entrega a domicilio: \$0.00 en el área Metropolitana de San Salvador.

Plazo de Entrega: Inmediato si aún tenemos en inventario, sino 30 días después de recibida su Orden.

Validez de Oferta: hasta fin de mes.

Garantía: Incluida en cada ítem.

Cheque a la orden de: Equipos Electrónicos Valdes, S.A de C.V.
Agradeciendo la oportunidad de servirles, aprovechamos la ocasión para enviarles un cordial saludo.

Atentamente,
EQUIPOS ELECTRONICOS VALDES, S.A. DE C.V.
Francisco Olmedo
Ejecutivo de Ventas
folmedo@valdes.com.sv
Tel: 7860-2971

- Impresor HP LaserJet M255dw:
- Velocidad: hasta 21 ppm Negro o color
 - Impresión Primera página: 10.5 segundos Negro; 12.2 segundos Color
 - Ciclo de Trabajo Mensual: hasta 40,000 Páginas
 - Volumen de páginas mensuales recomendado: 2,500 Páginas
 - Bandeja de entrada de 250 hojas; Bandeja Multipropósito de 1 hoja; Bandeja salida de 100 hojas
 - Tamaño página: hasta legal (8.5 x 14")
 - 256 MB de DDR y 256 MB de Flash NAND
 - Puertos USB 2.0 y Ethernet 10/100
 - Wireless 802.11 b/g/n
 - Lenguaje: HP PCL6; HP PCL5c; Emulación HP postscript de nivel 3; Trama PwG; PDF; PCLm; PCLm-S; NativeOffice; URF
 - Compatible con Windows 10, 8.1, 8 y 7; 32 bits o 64 bits, 2 GB libres en el disco duro y MacOS OS X Sierra(v10.12), Apple® macOS Sierra (v10.12) macOS High Sierra (v10.13) macOS Mojave(v10.14) macOS Catalina(v10.15); Disco duro de 200 MB; Se requiere conexión a Internet para realizar la descarga; USB
 - Incluye 4 toners de iniciación C, M, Y, K
 - Garantía: 1 año



Variedades
Leticia Lorena

Lunes 11 de octubre de 2021.

Señores:

Tel: 7802-3224.

Estimados señores:

Cumpliendo con sus fines deseos tenemos el agrado de enviarle la cotización por los siguientes productos:

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Costo Total
1	Bomba para inflar globos	\$0.00	\$0.00
1	Compresor	\$50.00	\$50.00
10	Bolsas de globo de látex platinado	\$3.50	\$35.00
50	Cajas de Cartón de colores	\$2.00	\$100.00
10	Globos de látex 260	\$3.00	\$30.00
	Total		\$221.00

Todos los precios incluyen Iva.

Forma de pago: Contra entrega.

Dirección: San Salvador, 11 Av. Norte 117 locales 1 y 2 san salvador.

Correo Electrónico: Olaxes2@hotmail.com