

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**PROYECTO DE GRADO EN MODALIDAD DE ESPECIALIZACIÓN:**

**MODELO DE NEGOCIO DIGITAL**

**“BAO DIAN BAKERY”**

**PRESENTADO POR GRUPO N° 10E:**

<b>NOMBRE</b>	<b>CARNÉ</b>
MENÉNDEZ TURCIOS, CRISTINA MARGARITA	MT17013
CEA RAMOS, YENI CELINA	CR17112

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIADO (A) EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**NOVIEMBRE 05, 2024**

**CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** ING. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

**VICERRECTORA ACADEMICA:** DRA. EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

**SECRETARIO GENERAL:** LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DECANA :** LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN

**SECRETARIO:** LIC. JUAN PABLO MARIN

**COORDINADOR GENERAL**

**DE PROCESO DE GRADO:** MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

## **AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**COORDINADOR DE ESCUELA:** LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA

**COORDINADOR DE PROCESO**

**DE GRADO DE LA ESCUELA:** LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA

**DOCENTE ASESOR:** LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS

**TRIBUNAL EVALUADOR:** LIC. OSCAR JOSÉ AMAYA SANCHEZ

LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA

**NOVIEMBRE 2024**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco de corazón a mi querido padre Hermenegildo Cea, cuya inquebrantable dedicación y apoyo han sido mi fuente constante de inspiración. A mis hermanas Thelma Cea y Diana Cea, su sabiduría y aliento han iluminado mi camino a lo largo de esta travesía académica, y estoy eternamente agradecida por su incansable respaldo.

A mis amigos, quienes han sido mi roca durante estos años de estudio, les expreso mi más profundo agradecimiento. Especialmente a Silvia Menjívar y Cristina Menéndez, cuyas palabras alentadoras, su compañía inquebrantable y su apoyo incondicional han convertido los desafíos en oportunidades de crecimiento.

Finalmente, agradezco a mi Dios por darme la sabiduría y fortaleza necesarias para culminar este proceso. Su guía para poder ha sido mi luz en momentos de duda. En Él encuentro la fuente de mi perseverancia y el faro que ha iluminado cada paso de mi viaje académico.

### **YENI CELINA CEA RAMOS**

Le deseo agradecer a mis padres Walter Menéndez y Margarita de Menéndez por todo su apoyo y amor incondicional, que siempre me han brindado para poder cumplir todas mis metas personales y académicas, dándome siempre palabras de aliento y sabios consejos.

También deseo agradecer a mi novio José Armando Maza y su familia, por brindarme su apoyo y cariño a lo largo de este periodo de formación académica.

Y le dedico unas palabras de agradecimiento a mi compañera y amiga Yeni Cea, quien ha sido de gran apoyo como amiga y compañera en este periodo de aprendizaje, dándome ánimos para alcanzar la meta y por todo el cariño que me ha brindado.

### **CRISTINA MARGARITA MENÉNDEZ TURCIOS**

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	i
INTRODUCCIÓN .....	ii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1.1 Antecedentes .....	1
1.1.2 Descripción .....	4
1.1.3 Formulación .....	4
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
1.2.1 Geográfica y temporal .....	5
1.2.2 Teórica .....	5
1.3.1 Histórico .....	6
1.3.2 Conceptual .....	7
1.3.3 Legal .....	8
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
2.1.2 Generalidades .....	9
2.1.2 Método .....	10
2.1.3 Enfoque de investigación cuantitativo .....	11
2.1.4 Universo .....	12
2.1.5 Población .....	12
2.1.6 Muestra .....	12
2.1.7 Técnicas de investigación .....	13
2.1.8 Instrumento De Investigación .....	14
2.1.9 Presentación De Resultados .....	16
2.2.2 Desarrollo De Las Fuerzas De Michael Porter .....	28
2.2.3 Desarrollo De Pest .....	29
2.3. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN .....	29
CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: BAO DIAN BAKERY .....	32
3.6 PLAN DE MERCADEO .....	44
3.8 PLAN FINANCIERO .....	49
3.9. PLAN DE TRABAJO .....	53
3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN. ....	63

CONCLUSIONES .....	65
RECOMENDACIONES .....	67
REFERENCIAS .....	68
ANEXOS .....	72

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. FODA Cruzado sobre “Bao Dian Bakery” .....	23
Tabla 2. Desarrollo del lienzo Canvas de “Bao Dian Bakery” .....	31
Tabla 3. Organización de gestión y recursos humanos en “Bao Dian Bakery” .....	38
Tabla 4. Proyecciones de ventas “Bao Dian Bakery” .....	48
Tabla 5. Proyección Financiera – Supuestos de inversión y financiación para “Bao Dian Bakery” .....	49
Tabla 6. Supuestos de ventas y costos para “Bao Dian Bakery” .....	50
Tabla 7. Flujo de efectivo - proyección financiera sobre “Bao Dian Bakery” .....	51
Tabla 8. Análisis de rentabilidad para “Bao Dian Bakery” .....	51
Tabla 9. Evolución de rentabilidad para “Bao Dian Bakery” .....	51
Tabla 10. Punto de equilibrio en unidades para “Bao Dian Bakery” .....	52
Tabla 11. Estado de resultado para “Bao Dian Bakery” .....	53

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Interés por la cultura asiática .....	16
Figura 2: Expresiones culturales más atractivas .....	17
Figura 3: Participación en eventos de demostraciones gastronómicas .....	17
Figura 4: Participación en eventos de demostraciones gastronómicas .....	18
Figura 5: Degustación de postres .....	19
Figura 6: Viajes a países asiáticos .....	19
Figura 7: Has probado postres chinos .....	20
Figura 8: Satisfacción de sabor de los postres chinos que has probado .....	20
Figura 9: Medio para comprar postres chinos .....	21
Figura 10: Medio de entrega del producto .....	22
Figura 11: Desarrollo de las fuerzas de Michael Porter .....	28
Figura 12: Desarrollo de Pest .....	29
Figura 13: Organigrama de Bao Dian Bakery .....	37
Figura 14: Ingreso de equilibrio .....	52
Figura 15: Diagrama Gantt de actividades del plan de trabajo .....	61

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente resumen ejecutivo proporciona una visión general del proyecto de investigación enfocado en el establecimiento de una panadería de postres chinos en San Salvador. Esta iniciativa busca satisfacer la creciente demanda de postres exóticos y de alta calidad en la ciudad, brindando a los habitantes de San Salvador la oportunidad de disfrutar de deliciosos postres chinos auténticos en un entorno acogedor.

En San Salvador, la oferta de postres chinos es limitada. El objetivo principal es establecer una panadería de postres que ofrezca una amplia gama de deliciosos postres tradicionales. Estos serán preparados por chefs especializados. El diseño del local estará inspirado en la cultura china, con elementos decorativos tradicionales que crearán una experiencia única para los visitantes.

En términos de mercado, se ha realizado un análisis exhaustivo de la demanda y la competencia. Los hallazgos indican que existe una demanda insatisfecha de postres chinos en San Salvador, con una creciente población que busca experiencias culinarias diferentes y auténticas. Si bien hay algunos competidores directos, se considera que la propuesta única y especializada permitirá destacar y captar una cuota significativa del mercado.

En conclusión, el establecimiento de una panadería de postres chinos en San Salvador representa una oportunidad de satisfacer la demanda de postres, combinado con una estrategia de marketing, nos permitirá captar clientes y posicionarnos en el mercado de postres chinos.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo investigativo tiene por título “Diseño de Modelo de Negocio Digital: Bao Dian Bakery, y cuyo propósito es dar un enfoque digital a la empresa para lo cual se diseñarán estrategias, formuladas y adaptadas a la realidad de la misma de manera sistemática, para el fortalecimiento de la empresa en la ciudad de San Salvador.

En los últimos años ha aumentado el uso de los medios digitales, en la región de El Salvador, haciendo que sea necesario para los negocios enfocarse en desarrollar y adaptarse a este tipo de medios.

Por tal razón, es que muchas empresas, se han decidido por el uso de sitios web y redes sociales, con lo cual buscan posicionar sus productos y servicios, venderlos y distribuirlos; obteniendo de esta manera resultados positivos y mejorando a su vez la rentabilidad. Para ello es necesario, que la empresa cuente con un modelo de negocio digital, que contribuya a establecer pautas que maximicen el uso de estas herramientas, mediante el establecimiento de procedimientos adecuados para cada la utilización de cada uno de acuerdo a su función.

Con el fin de obtener una mejor esquematización del modelo de negocio digital, la investigación se ha dividido de la siguiente forma:

**Etapa 1:** En esta etapa se realizará la planificación de la investigación, incluyendo el protocolo y diseño de la misma, desarrollando la metodología a emplear y un diagnóstico de la situación actual del mercado en el que se ofertarán los productos, presentando una visión holística del modelo mediante, el uso de una herramienta de visualización de modelo de negocio, como es el lean canvas.

**Etapa 2:** Para la etapa II se llevará a cabo la ejecución y desarrollo de la investigación, de igual forma se contextualiza la propuesta del plan de negocio, la descripción de los productos a ofertar, el plan de marketing, plan de ventas y plan financiero. Información que finalmente será recopilada toda en un informe final de la investigación.

El informe final culminará con una serie de conclusiones, obtenidas a lo largo del desarrollo e investigación del proyecto y un conjunto de indicadores de medición para poder poner en operación el modelo de negocio propuesto.

Es importante resaltar que la presente investigación se ha realizado, haciendo uso del conocimiento y herramientas necesarios, con el propósito de obtener una propuesta cuya calidad contribuya al logro de los objetivos del establecimiento del negocio.

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Antecedentes**

En El Salvador, la cultura asiática y más específicamente la de China, se está introduciendo poco a poco a la sociedad, donde se encuentran restaurantes que ofrecen comida de dicho país, también tiendas que ofrecen recuerdos, vestimenta, accesorios y más, haciendo referencia a la inmensidad de productos arraigados a sus creencias, cultura y tradiciones, sin contar con la gran cantidad de negocios que ofrecen producto hechos en China, ofreciendo electrodomésticos, adornos, mercadería para vender (ropa, carteras, teléfonos, repuestos, etc.).

Pero en el tema específico de los postres de origen chino, no se encuentran en el país, habiendo restaurantes que ofrecen comida salada, sin embargo, en el área dulce hay muy pocos y casi inexistentes de estos productos en el mercado, puede ser por muchos factores, entre ellos por métodos de fabricación o por productos originales que en El Salvador no se encuentran.

La cultura China es muy amplia, ya sea en arte, costumbres, creencias, expresiones, modales, comida, etc., donde se diferencian por mucho a Latinoamérica y en este caso en especial para El Salvador, China muestra un gran conjunto de características que lo diferencian de muchos otros países, cuenta con un gran territorio de 9,597 millones de Km<sup>2</sup>, teniendo una población de 1.412, 360,000 para el 2021. Tienen varios idiomas, donde se una mayormente chino mandarín.

La moneda oficial es el Yuan. Las exportaciones que realiza China principalmente son para Estados Unidos, La Unión Europea, Japón, Vietnam, Corea del Sur, Alemania y Países Bajos. Sus mayores importaciones son de La Unión Europea, Taiwán, Japón, Corea del Sur, Estados Unidos, Australia, Alemania y Brasil (Dirección de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes, 2023).

En cuestión de la gastronomía de China es muy amplia y muy particular, donde comúnmente se conoce por su consumo de arroz y fideos, acompañados de muchas verduras y proteínas como pescado, pollo, etc., donde su atractivo visual son los colores vivos y variados y los aromas, donde se basan en salsas de pescado, ostras, utilizando mucho la salsa de soya para sazonar, también es muy empleado el jengibre y vinagre. También se conoce que la gastronomía China es muy antigua y se hace notar por sus nutrientes, completa y nutritiva, donde fusiona sabores que en otras culturas no se combinan (Gastronomía Internacional, 2020).

En el país no se encuentra ninguna investigación directa hacia la indagación de información de la panadería y pastelería de China, pero se encuentran datos de investigaciones en otros países como por ejemplo en el Estudio de Mercado de Panadería, bollería y galletería en China, donde menciona lo siguiente: que los postres o productos de panadería o pastelería tienen poco consumo pero que en los últimos 10 años se ha visto un incremento y empieza la aceptación del consumidor urbano, esto se debe al aumento de ingresos y al incremento de los empleos y esto trae como consecuencia, que los consumidores pueden disfrutar de productos que no son de la canasta básica o de primera necesidad.

De igual forma pueden optar por consumir productos que les genera satisfacción y cumplan con sus deseos. Esto trae como resultado un incremento en la producción y venta de panadería, bollería y galletería china.

Esto trae oportunidades para el fabricante pequeño y para el industrial, donde pueden ofrecer sus productos tanto como el personalizado, artesanal y natural o el producido en masa, calidad mediana y en ocasiones precios más bajos (Shao, 2003).

En la investigación de Rivas (2019), “Perfil económico y social del sector restaurantes en El Salvador”, se menciona, que en El Salvador se tienen muchos comercios en el área de restaurantes y servicios de comida, ya sea típica salvadoreña y de otras nacionalidades junto con las propuestas de impulsar el turismo en el país para generar mayores ingresos y el incremento económico, donde en esta investigación realizada por la UTEC, muestra como en los restaurantes y negocios que ofrece comida china, no se brindan postres originarios de este país, aunque su tema principal y su tema a abordar en muy general en el sector, es decir, no se centra solo en este tipo de comida, pero varios de las características mencionadas aplican directamente en el tema de la investigación, como:

La falta de información o propaganda hacia la cultura china, pues los lugares de comida ofrecen básicamente el mismo menú y es muy poco variado los sabores en este, haciendo que el consumidor no busque ampliar su conocimiento en estos sabores tan extensos y exóticos.

Por este mismo motivo los restaurantes no desean ofrecer productos diferentes, por el miedo al rechazo del consumidor al estar acostumbrado a ciertos sabores, habiendo un gran abanico de opciones a ofrecer al público donde cabe un amplio menú de panes y postres chinos.

### **1.1.2 Descripción**

Las panaderías y pastelerías de postres con recetas originales de China, son muy escasos en el territorio de El Salvador, donde se aprecia que los restaurantes especializados en este tipo de comida solo ofrecen postres básicos y con recetas adaptadas a la gastronomía salvadoreña, dejando de lado los postres típicos de China al día de hoy, lo que nos demuestra la poca investigación de mercado que se ha generado, dando como resultado en la falta de estos productos, pues se encuentra que hay un público interesado en estos postres, como las personas de China que viven en el país, fanáticos de la cultura China y curiosos ocasionales que les gusta experimentar la gastronomía extranjera y fiel a sus raíces.

Es en donde se observa el problema de la falta de abastecimiento de este tipo de postres en el país, posibilitando la oportunidad de introducir este mundo gastronómico al paladar salvadoreño ya sea para atraer consumidores que ya lo han probado y para abastecer la demanda de consumidores nuevos.

### **1.1.3 Formulación**

¿Cuáles son las necesidades y expectativas de los consumidores en términos de calidad, variedad y precios de los postres chinos y en qué medida esto plantea obstáculos y desafíos a los que se enfrentaría una panadería de postres chinos en San Salvador?

## **1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 Geográfica y temporal**

La delimitación geográfica de la investigación y la recolección de información se realizará en la población de San Salvador, tomando en cuenta la cantidad de la muestra que se deberá tomar, donde se reunirán los datos que determinarán el nivel de aceptación en el consumidor de esta área de El Salvador.

Delimitación temporal de la investigación, esta se iniciará desde la primera semana de Marzo y finalizará la segunda semana de junio como se mostrará en el cronograma en este documento, donde se recopilarán las actividades correspondientes a cada semana según el calendario de planificación para estos meses.

### **1.2.2 Teórica**

Debido a la poca investigación sobre el tema de los postres de origen chino y la casi nula implementación de estos en los menús de los restaurantes que ofrecen comida china en El Salvador, se formula en el ítem 1.3 la interrogante ¿Qué tan aceptable es en el mercado salvadoreño, la introducción de una panadería y pastelería con recetas originales de China?, donde se abordará la aceptación del público a este tipo de comidas en específico, para sondear las posibilidades de éxito o de fracaso en el emprendimiento de una empresa fabricante de estos productos.

Según la Ley de protección al consumidor (Defensoría del Consumidor #38), donde en el Art. 28 especifica que debe de llevar impreso en el empaque, lo que es fecha de fabricación y vencimiento, al igual que los ingredientes, donde se espera evitar reacciones alérgicas, intoxicación por productos arruinados.

## 1.3 MARCO TEÓRICO

### 1.3.1 Histórico

China es un imperio por ser una potencia mundial en exportaciones e importaciones, con fábricas industriales y cultivos masivos de granos básicos, entre otros, lleno de riqueza cultural en tradiciones y dentro de ellas se encuentra la comida, donde se observan mucha variedad en sabores, colores y texturas, donde se utilizan muchas verduras, arroz, pescado, pollo, cerdo y res. Dentro del amplio menú de comida china siempre destacan las comidas saladas o agridulces o picantes, con sabores más exóticos de los que se está acostumbrado entre los salvadoreños, por ese motivo se observa el incremento de este tipo de comida, donde cada vez hay más restaurantes ya sea de dueños provenientes de China o descendencia y por algunos salvadoreños que desean emprender en este mercado.

Los residentes chinos en el país, es el más pequeño de Centroamérica, las estadísticas registran que solo hay 5,000 personas de esta región donde se encuentran migrantes de primera generación y su descendencia mientras que en otros países es mucho mayor esta población. Donde se percata que la mayoría de chinos que vienen al país se dedican al negocio de comida china y otros a la exportación de productos chinos aunque esta población fue muy rechazada en el país.

Lo anterior se refleja en la ley de apoyo al pequeño comercio e industria contra razas indeseables fue emitida el 15 de mayo de 1936 bajo el regimiento de Maximiliano Hernández Martínez, donde su objetivo era quitar los negocios a los chinos, árabes e hindúes, donde estos tuvieron que migrar a países vecinos, cambiaron sus apellidos para asemejarse a los apellidos latinos, como, por ejemplo: los Chang se transformaban en Chávez y los Shie en Sánchez.

Es importante destacar a una persona china que por 60 años vivió en El Salvador, donde hizo familia y murió en el país, no se nacionalizó como salvadoreño y no aprendió español, pero estableció el restaurante muy popular en esa época que se llamaba “Nico” (La prensa Gráfica, 2013).

En la actualidad se observa el incremento de negocios de comida china en El Salvador, entre los que se pueden mencionar, se encuentran: Celeste Imperio, Wok Inn Express, Diamante de China, Chinatown, Royal, Dynasty, Jade, Hunan, Dragon Dorado, China Wok, Panda Express, entre muchos otros en todo el territorio nacional, donde ofrecen comida en el local, para llevar y a domicilio.

Luego de analizar un poco de la historia de la población china en el ámbito de comercio de alimentos, siempre se destaca solo la comida con sabores salados pero muy poco los postres y panes dulces que la cultura china ofrecen en su país de origen, tomando en consideración esta problemática se decide intervenir para mejorar y ampliar las opciones a los comensales, presentando la opción de Bao Dian Bakery, dedicada a la producción de postres y panes con recetas exclusivamente chinas.

### **1.3.2 Conceptual**

Según la RAE, se mencionan algunos conceptos, (Real Academia Española):

**Cultura:** Es el "Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc."

**Gastronomía:** Conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar.

Algunos de los postres más populares, son:

**Pastel de luna:** se consume en la celebración del Festival de Luna. Este postre tiene una corteza cremosa y como relleno pueden ser: pasta de frijol rojo y pasta de semillas de loto, yema de huevo.

**Niang Gao:** se consume mayormente en la celebración de año nuevo. Hecho de arroz aglutinado mezclado con azúcar morena, puede ir combinado con menta y pétalos de rosa o frijoles rojos.

**Bolitas o bollos de piña:** es típico de la ciudad de Hong Kong. Están hechos con harina, azúcar, sal, levadura, mantequilla, agua y huevos.

**Barba de dragón:** es un tipo de algodón de azúcar muy fino, relleno de nueces trituradas y miel, es un dulce muy tradicional de China.

**Helado frito chino:** hecho de leche, azúcar glass, huevos, galletas, helado de vainilla y jarabe de arce. Consiste en una bola de helado bien congelada empanizada y luego se pone a freír.

### 1.3.3 Legal

Para finales del año 2022, se planteó la propuesta entre el gobierno de El Salvador y China de realizar un TLC para este año, pero no hay nada en concreto por el momento, se tendrá que regirse por las normas y leyes aduaneras actuales, con pagos de fletes y demás trámites para poder realizar la importación de productos provenientes de China de los que no se encuentren en El Salvador para poder realizar las recetas o buscar sustitutos de ingredientes en la región (Presidencia de la República de El Salvador, 2022).

Todo esto involucra una serie de esfuerzos para la coordinación de la planificación de la realización de los productos, pues la intención de realizar los postres y panes chinos, se busca la mayor fidelidad a la receta original, para involucrar a los habitantes chinos que visitan o viven en el país y para atraer público nuevo deseoso de saborear productos con bases chinas.

## CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1.2 Generalidades

El establecimiento de la panadería china Bao Dian Bakery en El Salvador, está vinculado al creciente interés por la cultura asiática en el país. En los últimos años, ha habido un aumento en la difusión y la popularidad de la cultura asiática en muchas partes del mundo, y El Salvador no es la excepción.

Principalmente, desde el establecimiento de relaciones diplomáticas entre ambos países, tiempo en el que la presencia de visitantes extranjeros provenientes de esa nación, ha ido en aumento.

El interés por la cultura asiática puede manifestarse de diferentes formas, como la música, el cine, la moda, la comida y más. Por otro lado, el establecimiento de una panadería china en El Salvador también se vincula a la demanda insatisfecha de postres chinos en el país. A medida que crece el interés por la cultura asiática en El Salvador, es probable que también aumente el deseo de probar y disfrutar de los postres tradicionales chinos.

Es posible que los salvadoreños hayan tenido la oportunidad de probar algunos platos principales de la cocina china, como el arroz frito, los fideos o el pollo agridulce, pero es probable que no hayan tenido tantas opciones cuando se trata de postres chinos auténticos.

La panadería china podría ofrecer una variedad de productos que sean populares en la cultura china, como panes al vapor, pasteles de loto, bollos de crema y otros postres tradicionales. Estos productos pueden ser atractivos tanto para aquellos que ya están

familiarizados con la cultura china como para aquellos que están interesados en probar algo nuevo y diferente.

Dado que la oferta de postres chinos auténticos es limitada en El Salvador, una panadería china puede surgir como respuesta a esta demanda insatisfecha. Al establecer una panadería especializada en postres chinos, se espera satisfacer la necesidad de los salvadoreños de experimentar y disfrutar de los sabores dulces y auténticos de la cultura culinaria china.

Además, la apertura de una panadería china no solo ofrece una solución para la demanda insatisfecha de postres chinos, sino que también puede ayudar a promover la diversidad gastronómica y cultural en El Salvador. Los salvadoreños tendrán la oportunidad de explorar y deleitarse con los sabores únicos de los postres chinos, lo que enriquecería su experiencia culinaria y su conocimiento de la cultura asiática.

### **2.1.2 Método**

A continuación, se muestra la aplicación del método deductivo para comprender y comprobar la relación entre que existe en el aumento de la demanda de postres chinos por parte de los salvadoreños, siguiendo las premisas encontradas.

#### **a) Observación:**

En los últimos años ha aumentado el consumo de comida asiática en El Salvador, principalmente después del establecimiento de relaciones diplomáticas entre El Salvador y la República Popular de China, sin embargo, se observa que existe demanda insatisfecha de postres chinos en el país, provocando que la población tenga que importarlos, incrementando su precio final.

b) **Pregunta de investigación:**

¿Cuáles son las preferencias y expectativas de los consumidores salvadoreños en cuanto a los postres chinos?

### **2.1.3 Enfoque de investigación cuantitativo**

El proyecto de investigación estará diseñado mediante el planteamiento metodológico de enfoque cuantitativo, debido a que este es el que mejor se adapta a las características y necesidades de la presente investigación.

- **Recopilación de datos cuantitativos:** Se utilizarán métodos entre los cuales están los cuestionarios, encuestas y análisis de datos existentes para recopilar datos cuantitativos. Estos datos se procederán a analizar estadísticamente y proporcionarán información numérica y objetiva sobre variables específicas.
- **Análisis de datos cuantitativos:** Las técnicas estadísticas, se utilizarán para analizar los datos cuantitativos. Lo que a su vez permitirá examinar las relaciones y tendencias numéricas, obteniendo conclusiones basadas en evidencias.
- **Integración de los hallazgos:** Se integrarán los resultados cuantitativos para obtener una comprensión más completa y profunda del fenómeno de investigación. Buscando convergencias, divergencias o relaciones complementarias entre los hallazgos.
- **Discusión e interpretación de resultados:** Se reflexionará sobre los resultados obtenidos, proporcionando explicaciones posibles discutiendo las implicaciones de los hallazgos en relación con la pregunta de investigación. Tomando en consideración cómo los resultados cuantitativos contribuyen al campo de estudio.

### **2.1.4 Universo**

El universo de estudio será la población de San Salvador en su totalidad.

**Justificación de la selección del universo:** Se selecciona el departamento de San Salvador como universo de estudio porque es en donde se establecerá el comercio y debido a la relevancia que posee en cuanto a relaciones diplomática con China y otros países de Asia, así como la disponibilidad de datos demográficos y socioeconómicos que permitirán obtener una visión completa de los hábitos de compra de postres chinos de los consumidores.

### **2.1.5 Población**

La población objetivo estará compuesta por consumidores residentes de San Salvador, que tienen un gusto e interés por la gastronomía y la cultura China, ya que son los individuos que están directamente involucrados en el consumo de postres y representan el grupo de interés principal.

Para una delimitación más precisa, se considerarán los siguientes criterios:

- Edad: Hombres y mujeres desde 11 años en adelante.
- Interés por la cultura: Personas con interés notable por la cultura asiática.
- Nivel socioeconómico: Se tomará en cuenta una variedad de niveles socioeconómicos para capturar las diferencias en los hábitos de consumo de postres.

### **2.1.6 Muestra**

A partir de la población objetivo definida, se utilizará el muestreo aleatorio simple para recolectar aleatoriamente los datos cuantitativos que nos permitan seleccionar una muestra representativa de los consumidores de la ciudad de San Salvador, se utilizara este método para obtener una muestra que refleje las características y la diversidad de la población en

términos de sus habitantes. Aplicando técnicas estadísticas para determinar el tamaño de la muestra y garantizar la representatividad de la población.

## DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO MUESTRAL EN MUESTREO ALEATORIO SIMPLE

### Donde:

- N = Total de la población de San Salvador 316,090 habitantes<sup>2</sup>
- $Z_{\alpha} = 1.96$  al cuadrado (seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en investigación es de 5%).

Datos colocados en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{316,090 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2 * (316,090 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 384$$

### 2.1.7 Técnicas de investigación

La presente investigación se realizará bajo el enfoque cuantitativo, para lo cual se utilizará como técnica de investigación la encuesta. Instrumento mediante el cual se recopilarán y analizarán los datos obtenidos de la muestra seleccionada. Esto con el fin de obtener una mejor comprensión de la población salvadoreña, respecto a sus gustos e intereses por la cultura y tradiciones de países asiáticos, especialmente de China.

Este proceso facilitará la realización de un análisis de datos para posteriormente medir las variables de investigación.

### **2.1.8 Instrumento De Investigación**

Se utilizará un cuestionario para medir el grado de interés de la población salvadoreña por la cultura asiática; presentada mediante un formulario de Google.

#### **ENCUESTA DE INTERÉS POR LOS POSTRES ASIÁTICOS**

Por favor, responde a estas preguntas y déjanos saber tu opinión.

##### **1- ¿Qué tanto interés tienes en la cultura asiática?**

- Muy interesado
- Interesado
- Neutral
- Poco Interesado

##### **2 - ¿Cuál de las siguientes expresiones culturales asiáticas te resulta más atractiva?**

Puedes seleccionar más de una opción.

- Cine (películas, cine de animación)
- Arte (pintura, caligrafía, escultura)
- Gastronomía (comida, restaurantes, recetas)
- Moda y estilos de vestimenta
- Artes marciales (taekwondo, kung fu, karate)
- Festivales y tradiciones (Año Nuevo Chino, Hanami, Diwali, etc.)

##### **3 - ¿Has asistido alguna vez a eventos o actividades relacionadas con demostraciones de gastronomía asiática en tu localidad?**

- Sí, de vez en cuando
- No, nunca he asistido
- Me gustaría asistir

##### **4- ¿Qué te motiva a participar en eventos o actividades relacionadas con la cultura asiática? Puedes seleccionar más de una opción.**

- Curiosidad y aprendizaje
- Interés en las tradiciones y costumbres asiáticas
- Interés en el cine y la música asiática.

**5- ¿Has realizado viajes a países asiáticos o tienes planes de hacerlo en un futuro cercano?**

- Sí, he viajado a países asiáticos.
- No, pero me gustaría poder viajar.

**6 - ¿Disfruta adquirir postres para deleitar su paladar?** Por favor, seleccione una de las siguientes opciones:

- Sí, me encanta probar diferentes postres y sabores.
- A veces, suelo darme un gusto con un postre.
- No, prefiero evitar los postres en mi dieta habitual.

**7 - ¿Consideras que la presencia de restaurantes, tiendas o centros culturales chinos en tu localidad es importante para fomentar el conocimiento y aprecio por la cultura asiática?**

- Sí, es importante.
- Neutral.
- No considero que sea importante.

**8- ¿Has probado alguna vez postres chinos?**

- Sí, con frecuencia.
- No, nunca he probado postres chinos.
- No, pero me gustaría poder probarlos.

**9- ¿Qué tan satisfactoria es la experiencia de sabor de los postres chinos que has probado?**

- Muy satisfactoria
- Neutra
- Poco satisfactoria
- Aún no he probado postres chinos

**10- ¿Por cuál medio le gustaría poder comprar postres chinos?**

- Supermercado
- Mercado
- Redes Sociales
- Sitio Web

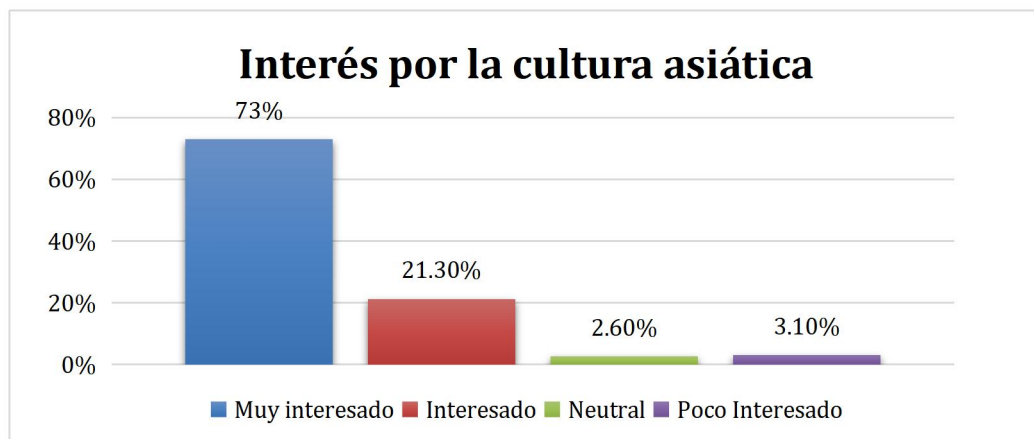
**11- ¿Cuál sería su fuente de preferencia para obtener información sobre la compra de postres chinos?** Por favor, elija una de las siguientes opciones

- Me gustaría recibir información de una página web especializada en postres chinos.
- Me inclino por seguir perfiles de redes sociales dedicadas a la gastronomía china y sus postres.
- Me gustaría recibir folletos o catálogos de tiendas locales que ofrecen postres chinos.

**12 - ¿Cuál es su medio preferido para recibir la entrega de sus postres?**

- Entrega a domicilio.
- Recoger en tienda.

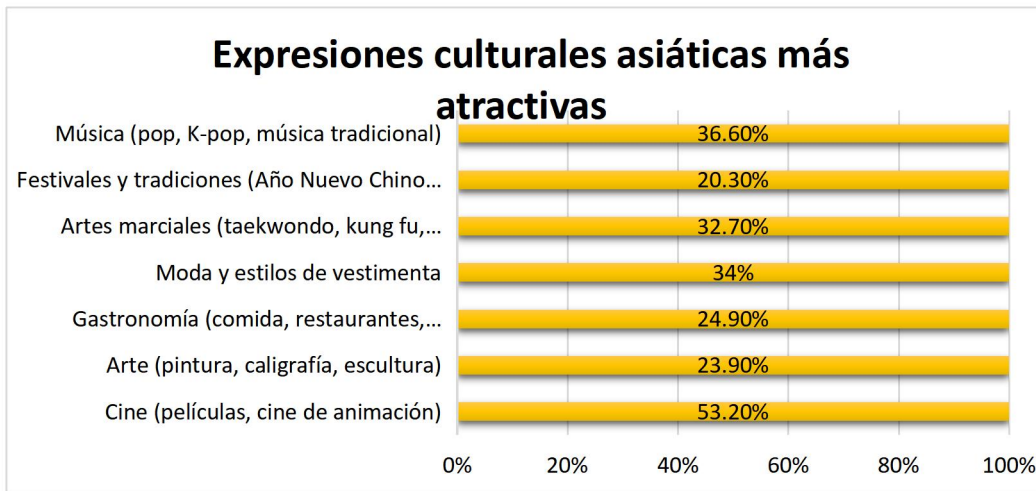
### 2.1.9 Presentación De Resultados



**Figura 1:** Interés por la cultura asiática

*Fuente:* Elaboración propia.

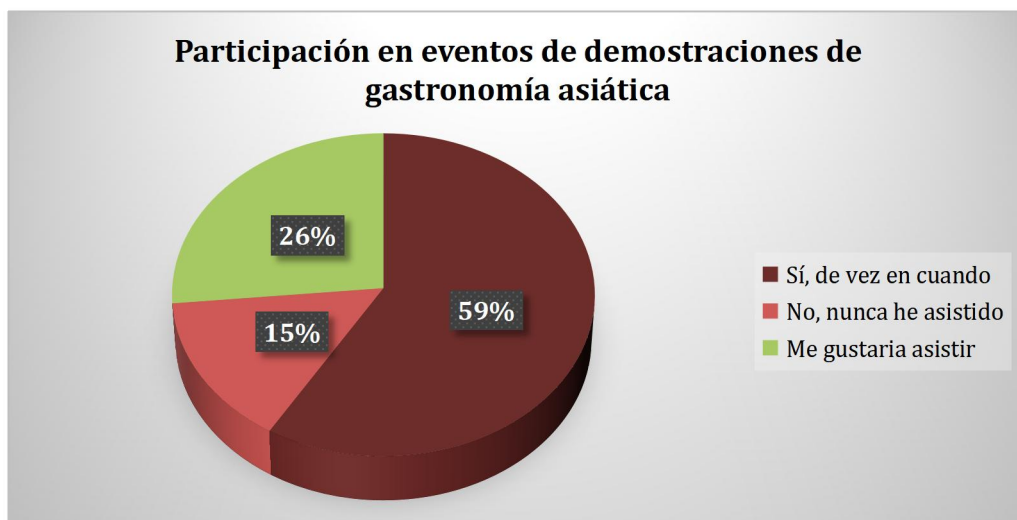
**Análisis:** Los resultados arrojados por la encuesta nos demuestran que el público encuestado tiene un interés bastante alto por la cultura asiática, lo que crea un panorama favorable respecto a la introducción de un producto altamente relacionado con esta cultura.



**Figura 2:** Expresiones culturales más atractivas

*Fuente:* Elaboración propia.

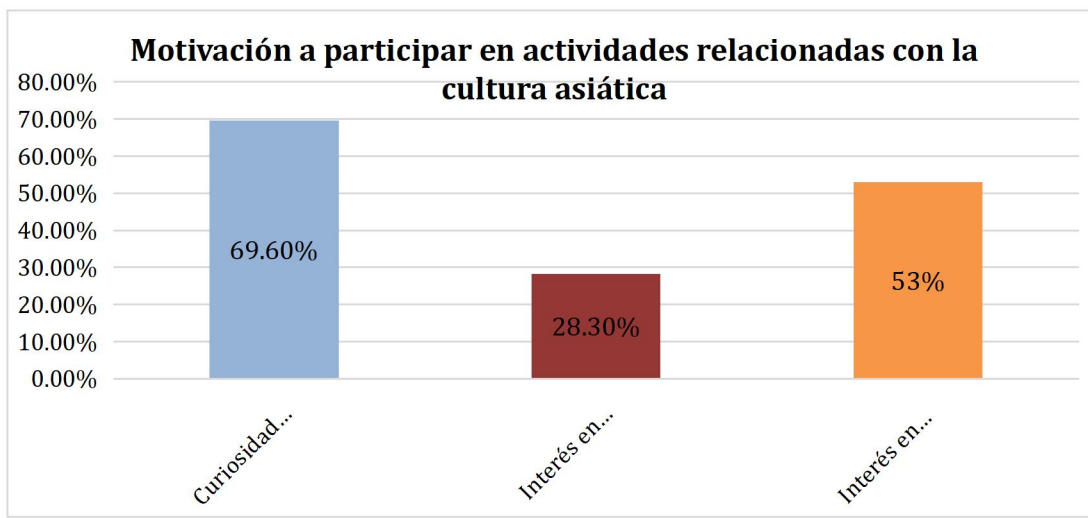
**Análisis:** La gráfica nos muestra que para los encuestados el cine asiático y la música generan un buen porcentaje de atractivo, la gastronomía por su parte arroja un porcentaje menos considerable. Sin embargo, esto nos muestra un panorama general de los elementos a combinar para generar interés en la población para visitar el local y poder consumir los postres.



**Figura 3:** Participación en eventos de demostraciones gastronómicas

*Fuente:* Elaboración propia.

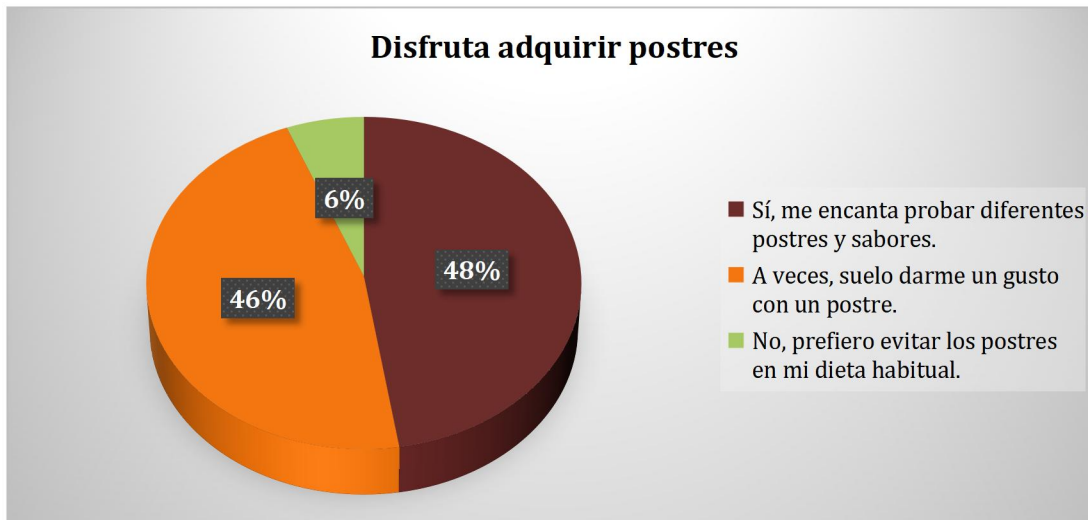
**Análisis:** Se observa que, de los participantes un buen porcentaje ha asistido en alguna ocasión a eventos de demostraciones de gastronomía asiática. Y a un porcentaje similar, le gustaría asistir. Esto genera un panorama bastante positivo respecto al diseño de estrategias de marketing que de atracción al público.



**Figura 4:** Participación en eventos de demostraciones gastronómicas

*Fuente:* Elaboración propia.

**Análisis:** Se observa que un porcentaje bastante alto se siente atraído hacia la participación en actividades relacionadas con esta cultura, lo que significa que existe más probabilidad que exista asistencia a las actividades desarrolladas de modo que se logre captar su atención hacia la compra de nuestro producto.



**Figura 5:** Degustación de postres

*Fuente:* Elaboración propia.

**Análisis:** Los resultados de la muestra arrojan que, un porcentaje bastante considerable ha comido más de alguna vez postres en su dieta habitual, esto proporciona datos positivos sobre la introducción al mercado de un grupo de postres específicos.



**Figura 6:** Viajes a países asiáticos

*Fuente:* Elaboración propia.

**Análisis:** La gráfica muestra que contar con restaurantes o tiendas de productos asiáticos, contribuye a fomentar el conocimiento por esta cultura lo que podría impactar positivamente en el interés por consumir postres y comida asiática.



**Figura 7:** Has probado postres chinos

*Fuente:* Elaboración propia.

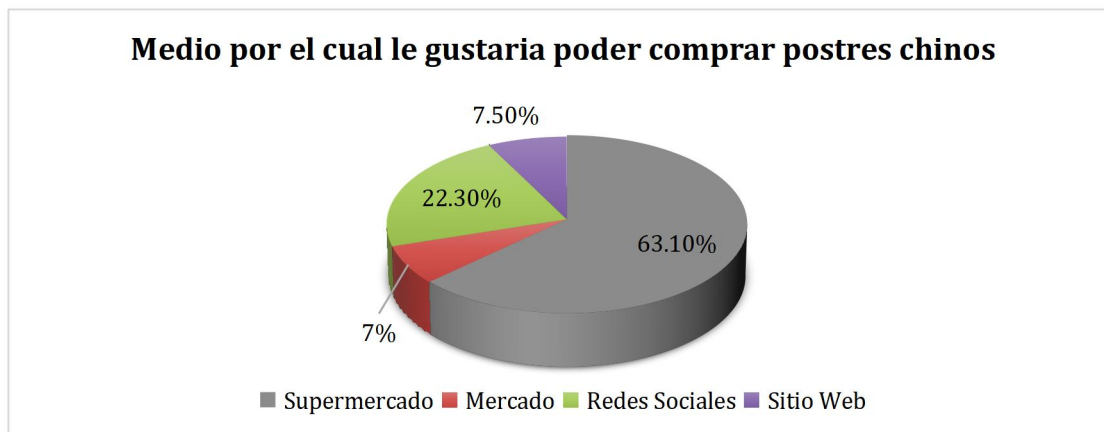
**Análisis:** Un porcentaje del 49.90% afirmó haber comido con frecuencia postres chinos y un porcentaje similar estaría interesado en consumirlos, estos datos confirman la reacción positiva que podría tener la introducción del modelo de negocio en la población salvadoreña.



**Figura 8:** Satisfacción de sabor de los postres chinos que has probado

*Fuente:* Elaboración propia.

**Análisis:** Los datos presentados en esta gráfica, muestran que, existen personas que califican de poco satisfactoria los postres que han probado, esto sumado a quienes aún no los han probado, crean una oportunidad de aprovechamiento de mercado al introducir una propuesta de postres distintos en sabores y con sabores más auténticos en comparación con las recetas chinas.



**Figura 9:** Medio para comprar postres chinos

**Fuente:** *Elaboración propia.*

**Análisis:** Al observar el porcentaje se obtiene que las estrategias planificadas de crear redes sociales para la panadería, tendría una aceptación positiva, al igual que la creación del sitio web. Sin embargo, se deberán desarrollar estrategia de convenio con supermercados para comercializar los postres, de acuerdo a los datos.



**Figura 10:** Medio de entrega del producto

*Fuente:* Elaboración propia.

**Análisis:** Tal como se muestra, un porcentaje del 75% prefiere que las entregas de sus productos sean a domicilio, por lo que esto advierte que se deberán crear alianzas con empresas de entregas a domicilio para cubrir la demanda de los consumidores, mientras que el 25% prefiere acercarse a la panadería a realizar sus compras, para lo que se pretende crear estrategias de ambientación del local a fin de crear ambientes agradables.

## 2.2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

### 2.2.1 FODA Cruzado

Tabla 1

*FODA Cruzado sobre “Bao Dian Bakery”*

<b>MATRIZ FODA CRUZADO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacitación de los empleados en preparación de postres de acuerdo a la gastronomía China.</li> <li>-Demanda insatisfecha de este tipo de postres en el mercado.</li> <li>-Amplia oferta de postres a gusto del cliente.</li> <li>-Uso de recetas propias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Precios de alguna materia prima esencial.</li> <li>-Dificultad para adquirir materia prima importada de China.</li> <li>-Fluctuaciones económicas pueden afectar la demanda.</li> <li>-Cambios en las regulaciones como las normas de etiquetado, de ingredientes o regulaciones sobre la producción de alimentos.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS (+) S</b>	<b>FO (FORTALEZAS-OPORTUNIDADES) (Max-Max)</b>	<b>FA (FORTALEZA-AMENAZAS) (Max-Min)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diversidad de postres</li> <li>-Personal capacitado en atención al cliente y elaboración de postres</li> <li>-Conceptos novedosos en la panadería</li> <li>-Ubicación estratégica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollo de acciones promocionales apoyadas en el uso de redes sociales.</li> <li>-Aprovechar ubicación favorable del local para exhibir el producto</li> <li>-Elaboración de productos adaptando requerimientos del segmento de mercado.</li> <li>-Establecer una presencia en línea, mediante el uso de una página web, para aumentar la visibilidad y la facilidad de compra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Disminución de la demanda con el paso del tiempo.</li> <li>-Aumento de precios de la materia prima.</li> <li>-Dificultades para comprar materia prima de China.</li> <li>-Concretar alianzas estratégicas, con empresas de catering para comercializar los postres en festividades China.</li> <li>-Generar acceso a medios tecnológicos para mantener la adecuada actualización técnicas de elaboración del producto.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES (-)</b>	<b>DO (DEBILIDADES-OPORTUNIDADES) (Min-Max)</b>	<b>DA (DEBILIDADES-AMENAZAS) (Min-Min)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Depender demasiado de los productos básicos de panadería, materia prima.</li> <li>-Falta de proveedores de insumos extranjeros.</li> <li>-Carencia de reconocimiento del emprendimiento en el mercado.</li> <li>-No contar con suficiente personal para satisfacer la demanda en pedidos grandes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacitar a los chefs salvadoreños sobre técnicas chinas culinarias</li> <li>-Ampliar la oferta de productos para incluir opciones sin gluten, para atraer a un público más amplio y satisfacer la demanda actual.</li> <li>-Mejoras de la entrega de producto terminado, con mayor rapidez hacia el cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pérdida de enfoque en el servicio al cliente.</li> <li>-Dificultades en el servicio al cliente personalizado debido a barreras de idioma.</li> <li>-Falta de control de costos.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia*

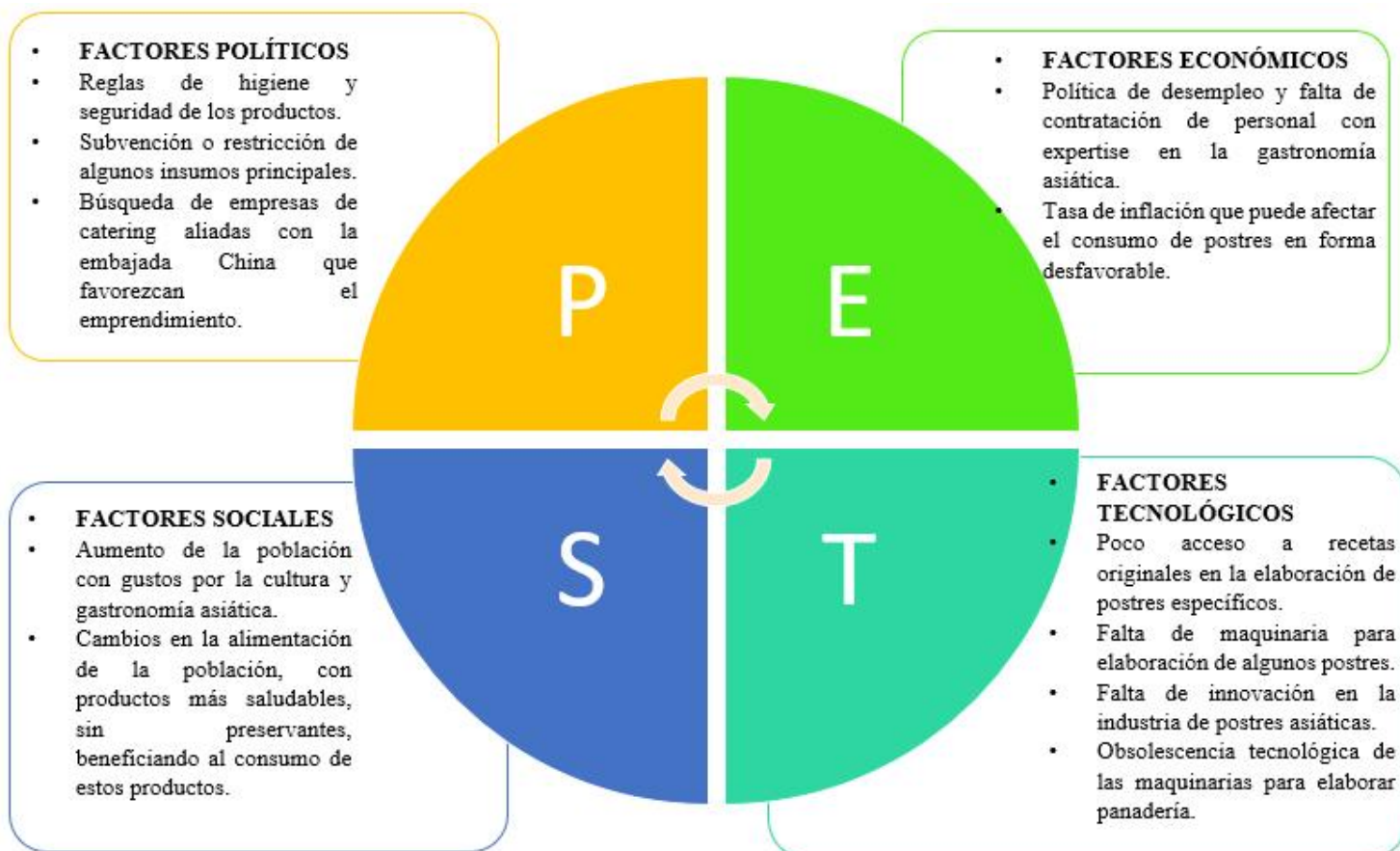
## 2.2.2 Desarrollo De Las Fuerzas De Michael Porter



**Figura 11:** Desarrollo de las fuerzas de Michael Porter

*Fuente: Elaboración propia*

### 2.2.3 Desarrollo De Pest



**Figura 12:**Desarrollo de Pest

*Fuente:* elaboración propia

## 2.3. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Del análisis de diagnóstico y situación de la panadería, se presentan las siguientes conclusiones:

- En general, la panadería puede enfrentar algunos desafíos ya que en El Salvador existe un entorno competitivo y cambiante, en algunas áreas del macroentorno. Sin embargo, si la empresa puede capitalizar sus fortalezas y oportunidades, y abordar sus









debilidades y amenazas, puede seguir siendo un negocio exitoso y rentable en el futuro.

- En El Salvador la industria de la panadería en general, es altamente competitiva y presenta desafíos en términos de amenaza de nuevos competidores. Sin embargo, la calidad y el sabor de los productos frescos y hechos a mano, con recetas originales de la gastronomía asiática única, pueden ayudar a contrarrestar la amenaza de productos sustitutivos.
- Aunque los clientes no tengan un alto poder de negociación, es importante mantener altos estándares de calidad y precios competitivos para mantener la lealtad de los clientes. Por lo que, Bao Dian Bakery al ofrecer productos de alta calidad y mantener un precio competitivo tiene mayores posibilidades de éxito en el mercado.
- Existe dificultad para conseguir un cierto grupo de materia prima, entre ellos se existe la harina de arroz glutinoso, la cual es el principal ingrediente del pan de luna y algunos otros de los postres que se comercializan en Bao Dian Bakery, la principal causa de esto es que la exportación de esta materia prima a este país, mediante terceros encarece demasiado el precio de esta.
- La panadería tiene una fuerte ventaja de poder crear relaciones de mutuo acuerdo con otras empresas de catering aliadas con la embajada China para apoyar el desarrollo del emprendimiento.
- En conclusión, la panadería tiene la posibilidad de implementar programas de fidelización de clientes para aumentar su base de clientes, sobre todo enfocándose en satisfacer la demanda en fechas especiales como el año nuevo chino, ya que al no haber panaderías trabajando en esa área por el momento, puede ser un medio para considerar.

## 2.4 DESARROLLO DEL LIENZO CANVAS

Tabla 2

### Desarrollo del lienzo Canvas de “Bao Dian Bakery”

MODELO DE NEGOCIO CANVAS		DISEÑADO PARA LA PANADERIA: Bǎo diǎn Bakery		
<b>Socios</b>  ◊ Proveedores de materia prima ◊ Intermediarios ◊ Empresas de catering ◊ Vendedores de postres ambulantes ◊ Encargados de cafetines ◊ Chefs ◊ Panaderos ◊ Empleados administrativos	<b>Actividades Claves:</b>  ◊ Mejorar la experiencia del consumidor al visitar una panadería. ◊ Incrementar rapidez en la entrega del producto terminado ◊ Utilización de plataformas virtuales para la comercialización ◊ Conseguir proveedores de materia prima principal ◊ Estrategia de envío ◊ Creación de packaging personalizado  <b>Recursos Claves:</b>  ◊ Equipo de panaderos altamente capacitado y comprometido. ◊ Repartidores de envíos  ◊ Capital para la compra de materia prima ◊ Personal para el servicio al cliente y atención en el lugar ◊ Ingredientes y materias primas para garantizar la calidad y el sabor de los productos. ◊ Equipo de cocina y herramientas para preparar y hornear los productos.	<b>Propuesta de valor:</b>  En BaodianBakery te transportamos a la auténtica experiencia de los postres chinos. Nuestros deliciosos postres; son un viaje a la riqueza de la tradición china, desde las recetas que hemos traído directamente de China hasta la materia prima cuidadosamente seleccionada que importamos para garantizar la autenticidad de cada bocado. Cada postre que ofrecemos está hecho con ingredientes frescos y de alta calidad, brindándote una experiencia de sabor que captura la esencia misma de la panadería china. Nuestros chefs expertos trabajan con recetas auténticas chinas, transmitidas de generación en generación, para ofrecerte la autenticidad de la panadería tradicional china. Seleccionamos cuidadosamente nuestros ingredientes directamente desde China, asegurándonos de puedas sumergirte en un ambiente único que te transporta a las calles de China. Desde la decoración hasta la música ambiente, cada detalle ha sido cuidadosamente seleccionado para brindarte una experiencia cultural completa. Únete a nosotros en la celebración de festividades chinas como el Año Nuevo Chino, donde ofrecemos ediciones especiales de postres y promociones exclusivas para que compartas la alegría de las festividades con nosotros.	<b>Relación con los clientes:</b> ◊ Mantener comunicación con los clientes por medio de mensajes personalizados con nombres y regalos para su fecha de cumpleaños al igual que recordar promociones, descuentos, etc., por medio de correo, whatsapp y redes sociales en mensajes directos dependiendo de las preferencias de estos. ◊ Fidelizar al cliente por medio de asegurar la calidad del producto y servicio al cliente. Ofrecer una resolución de problemas de manera proactiva.   <b>Canales:</b> ◊ Envíos a domicilio por pedidos hechos por medio de redes sociales y página web. ◊ Al igual habrá sucursal física donde los consumidores podrán observar la variedad de panes y postres disponibles 	<b>Segmento de clientes:</b>  ◊ Personas con preferencia a asiática y mas específicamente de China. ◊ Curiosidad por probar cosas nuevas. ◊ Clientes locales ◊ Clientes en línea ◊ Niños, jóvenes y adultos. ◊ Celebraciones de eventos privados ◊ Celebraciones de empresas (In company, ferias) ◊ Eventos publicos
<b>Costos:</b> Inversión Inicial: Equipos y utensilios Pre operativos (Intangibles) Capital humano de trabajo Compra de materia prima Packaging	Costos fijos y variables Costos de producción Gastos operativos (Adm.y ventas) Intereses, impuestos y tributos. Mantenimiento de equipos Etiquetas, envíos	<b>Ingresos:</b> ◊ Venta de postres en la pastelería ◊ Pedidos especiales de catering para fiestas o eventos ◊ Ventas a restaurantes y cafeterías 		

Fuente: elaboración propia

## CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: BAO DIAN BAKERY

### 3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nombre del Negocio

**Bao Dian Bakery**

Información general

La empresa Bao Dian Bakery, un negocio enfocado y especializado a la producción de postres y panes originales de China, pues en El Salvador no existe una empresa dedicada a productos chinos que incluya en sus menús los postres hechos con recetas originales, es donde nace la idea de Bao Dian Bakery, pensada para cubrir esa demanda y ese espacio en el mercado olvidado e ignorado, pues tanto como los productos salados es necesario incluir lo dulce al paladar de los salvadoreños y para los visitantes o inmigrantes de China, que buscan lo familiar de sus tradiciones y de su país de origen y se plantea la idea de esta empresa.

Bao Dian Bakery está pensada para su apertura en el último trimestre del año 2023, luego de realizar el estudio del mercado y realizar el plan de marketing para su mejor posicionamiento. Se incluirá en su menú cinco postres tradicionales de China, los más populares, los cuales son: Pastel de Luna, pastel de Osmanthus, Tarta leche de doble piel, Barba de dragón y pastelillos de flores.

Donde se espera colocar la primera sucursal en el departamento de San Salvador, en la Prolongación Juan pablo II. Colonia Escalón San Salvador, esta ubicación es estratégica para llegar más cerca al público objetivo por la cercanía a la Embajada de China y por su ubicación céntrica en San Salvador y de fácil acceso desde otras áreas de los alrededores y al mismo tiempo para la facilidad de desplazamiento para el personal de delivery para poder lograr sus entregas en la brevedad posible y teniendo una considerada buena ubicación para abarcar la mayor población y para enviar los pedidos lo más rápido posible.

La empresa Bao Dian Bakery se planea para largo plazo abrir otras sucursales en las zonas del país más habitadas y con mayor aceptación de los productos, donde en su momento se harán la investigación del mercado en cada lugar específicamente al igual que los consumidores de la primera sucursal pueden ser de otras zonas del país y tomar como base para próximas aperturas de sucursales, al igual incrementar el menú de postres tradicionales chinas al igual que bebidas como los tés tradicionales, café o de otras que son populares en El Salvador.

## **3.2 MARCO ESTRATÉGICO**

### **3.2.1 Misión**

Ofrecer a los amantes de la cultura China, la experiencia de degustar las delicias dulces con las recetas originales, con ingredientes originales y con la mejor calidad, para sentirse un poco más cerca de China.

### **3.2.2 Visión**

Ser los primeros en introducir al mercado salvadoreño postres de China con sus recetas originales, donde nuestros clientes sientan las delicias y la experiencia de realizar un viaje a la gastronomía de China, donde puedan tener un momento de tranquilidad degustando uno de los productos hechos de manera artesanal.

### **3.2.3 Valores**

Calidad

Atención

Innovación

Trabajo en equipo

Servicio al cliente

### **3.2.4 Objetivos**

#### **Objetivo General**

Identificar en el área de San Salvador, que tan factibles y aceptado es la colocación de un local ofreciendo pan y postres de origen de China con la facilidad de un centro de ventas presencial para quienes desean degustar en el lugar y con servicio de delivery.

#### **Objetivos Específicos**

- Investigar sobre las posibilidades de introducir al mercado salvadoreño la aceptación de postres chinos, que otros restaurantes que ofrecen este tipo de comidas no lo han hecho.
- Realizar un estudio de mercado por medio de método mixto a una muestra de la población de San Salvador, para poder integrar a la sociedad una empresa de fabricación de pan y postres con recetas originales de China.
- Analizar por medio de encuestas los resultados cuantitativos y cualitativos sobre la idea de negocio planteada y sobre las posibles dificultades que se puedan enfrentar al exponer la idea ante posibles consumidores.

### **3.2.5 Metas**

- Introducir al mercado salvadoreño los postres con recetas originales de China.
- Establecer una empresa con servicio en el local y a domicilio.
- Implementar ventas por medio de sitio web y redes sociales.
- Promover la marca por medio de redes sociales,
- Generar ganancias desde el segundo trimestre.

### 3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Los postres que se ofrecerán son los más populares en la región de China y que son más propensos a la aceptación del público salvadoreño, por su sabor y presentación, los cuales a continuación se detallarán:

- Pastel de luna: es un postre muy reconocido y popular en China, se vende mayormente en otoño, para el Festival de la Luna. Los pasteles tienen corteza consistente pero tierna, con rellenos dulces o salados. (Que gusto de mundo, s/f)
- Pastel de Osmanthus: postre elaborado con las flores de Osmanthus y arroz, donde la flor es muy popular por su gran aroma. (Teasenz, 2018)
- Tarta leche de doble piel: postre preparado con leche, huevo, azúcar, etc., su consistencia es cremosa, color crema y de sabor tierno al derretirse en la boca. (Xiaofei, s/f)
- Barba de dragón: este postre es muy llamativo a la vista, pues posee una dulzura como el algodón de azúcar, este está hecho de fibras fina y largas de azúcar y asimila a la barba de los dragones, donde el azúcar es manipulada hasta llegar a este aspecto. (Que gusto de mundo, s/f)
- Pastelillos de flores: originario de la región de Yunnan, elaborado con una masa parecida al hojaldre y se rellena con pétalos de rosa endulzadas cultivadas en la región. (Que gusto de mundo, s/f)

### **3.4 VENTAJA COMPETITIVA**

Para la empresa Bao Dian Bakery su mayor ventaja competitiva es el tipo de producto que se ofrece, pues los postres chinos no se venden en El Salvador ni en los restaurantes con esta temática solo tiene comida salada (chow mein, arroz cantones, pollo, res, cerdo y camarones con salsas agridulces o vegetales, entre otros, son muy comunes en estos lugares).

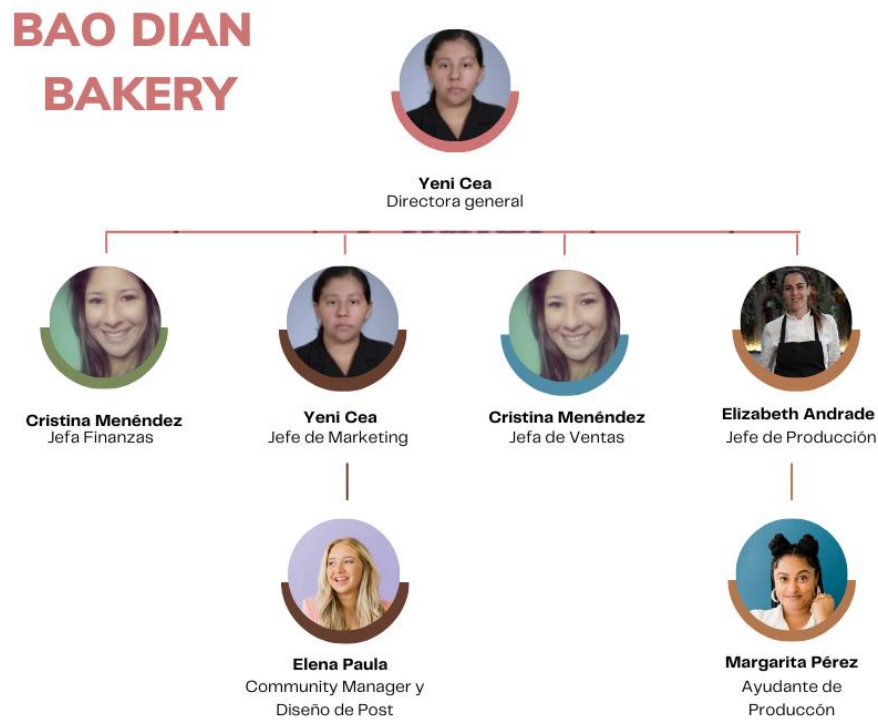
Esta es una oportunidad muy superior ante otro tipo de competencia en el rubro de los alimentos, pues sería el primer lugar especializado en la fabricación y distribución de este producto en especial.

Donde está pensada una ubicación céntrica y cercana a la embajada de China como ventaja y lograr la mayor cantidad de la atención del público objetivo que radica en esta área o tiene intereses en la cultura de China.

### **3.5 PLAN ORGANIZACIONAL**

#### **a. Estructura organizativa de la empresa**

En la empresa Bao Dian Bakery muestra la estructura interna donde se representará en forma de organigrama para su fácil comprensión.



**Figura 13:** Organigrama de Bao Dian Bakery

*Fuente:* Elaboración propia

### **b. Organización de gestión y Recursos Humanos**

La organización de la empresa con el recurso humano y sus funciones, corresponde a la especificación de cada actividad del personal, es decir, el listado de acciones a realizar para que la empresa funcione de la manera más eficaz y los requerimientos necesarios para poder estar dentro de la empresa.

Para cada puesto se solicitan ciertos criterios, los cuales son:

Tabla 3

*Organización de gestión y recursos humanos en “Bao Dian Bakery”*

<b>Puesto</b>	<b>Funciones</b>	<b>Requisitos</b>
<b>Gerente General</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejo de personal</li> <li>✓ Controlar, dirigir y planificar con las jefaturas de cada área, las actividades a realizar a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>✓ Supervisar y capacitar al equipo de trabajo.</li> <li>✓ Velar por la mejora continua.</li> <li>✓ Manejo de reportes de todas las áreas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Egresado/ao graduado en carrera en Lic. Mercadeo Internacional o Administración de Empresas.</li> <li>✓ Conocimientos avanzados de paquete Office</li> <li>✓ Habilidades para resolver problemas y conflictos.</li> <li>✓ Conocimientos en el idioma inglés.</li> <li>✓ Habilidades de liderazgo.</li> </ul>
<b>Jefatura en finanzas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar reportes de entradas y salidas del flujo de dinero.</li> <li>✓ Enviar informes financieros de la empresa a la gerencia.</li> <li>✓ Realizar pagos a salarios, alcaldía, ISSS, AFP y demás instituciones de ley.</li> <li>✓ Analizar situación financiera y solucionar problemas de esta área.</li> <li>✓ Manejo de inventarios de insumos administrativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Egresado/a en carrera de Mercadeo Internacional, Administración de Empresas, o afines.</li> <li>✓ Conocimientos avanzados de paquete Office.</li> <li>✓ Conocimientos en el área de contabilidad.</li> <li>✓ Habilidades para la toma de decisiones financieras.</li> <li>✓ Control de compras, gastos y costos.</li> </ul>

<b>Jefatura de Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaboración de proyectos de Marketing.</li> <li>✓ Creación de estrategias de mercadeo y publicidad para redes sociales y página web.</li> <li>✓ Medir la efectividad de las estrategias utilizadas por medio de herramientas analíticas web.</li> <li>✓ Analizar el mercado y la competencia.</li> <li>✓ Planificar y ejecutar campañas de publicidad.</li> <li>✓ Monitorear y controlar los resultados de las campañas publicitarias.</li> <li>✓ Fortalecer el Branding de la empresa dentro y fuera de ella.</li> <li>✓ Manejo de personal.</li> <li>✓ Planificación de publicación de contenidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Egresado/a o graduado en carrera en Lic. Mercadeo Internacional.</li> <li>✓ Conocimientos en Diseño gráfico.</li> <li>✓ Capacidad analítica de las herramientas de análisis web (Meta Business, Google Analytics, etc.)</li> <li>✓ Conocimientos básicos de programación de diseño web.</li> <li>✓ Capacidad de utilizar canales digitales.</li> </ul>
<b>Jefatura de ventas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reporte de ventas mensuales.</li> <li>✓ Planificación de mejoras en ventas presenciales y en línea.</li> <li>✓ Implementación de técnicas de mejora en esta área.</li> <li>✓ Fortalecer lazos con los clientes.</li> <li>✓ Ejecución de planes de acción para aumentar ventas.</li> <li>✓ Control y retroalimentación de los planes de acción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Egresado/a en carrera de Mercadeo Internacional, Administración de Empresas, o afines.</li> <li>✓ Experiencia en servicio al cliente.</li> <li>✓ Manejo de programa Excel y redes sociales.</li> </ul>

<b>Jefatura de Producción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizar la producción diaria.</li> <li>✓ Realizar y controlar inventario de materia prima.</li> <li>✓ Revisar calidad de productos de materia prima como producto terminado.</li> <li>✓ Manejo de personal.</li> <li>✓ Disminuir y controlar los desperdicios en producción.</li> <li>✓ Supervisar y optimizar tiempos de preparación y cocción.</li> <li>✓ Supervisión de la existencia de plagas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudiante o graduado en Técnico en Gastronomía y/o Ingeniería en alimentos.</li> <li>✓ Manejo de programas Office</li> <li>✓ Conocimiento del sistema PEPS.</li> <li>✓ Conocimiento y experiencia en el área de cocina china especialmente en postres.</li> <li>✓ Habilidades para trabajar en equipo.</li> </ul>
<b>Community Manager y Diseño de Post</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generación de contenido para redes sociales y página web.</li> <li>✓ Contestar y mantener la comunicación fluida y rápida con clientes.</li> <li>✓ Gestionar la imagen de la empresa.</li> <li>✓ Manejar redes sociales y página web de la empresa.</li> <li>✓ Promover la marca de manera positiva manteniendo una comunidad sólida y leal a la empresa.</li> <li>✓ Promover la marca con los trends de moda.</li> <li>✓ Realizar seguimiento de la competencia en sus redes sociales y páginas web.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Egresado/a en carrera de Mercadeo Internacional o Diseño Gráfico.</li> <li>✓ Conocimientos de programas de diseño gráfico como: Photoshop Illustrator InDesing Acrobat Pro.</li> <li>✓ Manejo de redes sociales</li> <li>✓ Habilidades en servicio al cliente.</li> <li>✓ Manejo de crisis.</li> </ul>
<b>Ayudante de Producción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Preparación de producción.</li> <li>✓ Mantener la limpieza del área de trabajo.</li> <li>✓ Capacidad de mantener la calidad de los productos para su venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudiante o graduado en Técnico en Gastronomía y/o Ingeniería en alimentos.</li> <li>✓ Conocimiento de la cocina china y sus postres.</li> <li>✓ Conocimiento del sistema PEPS.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia*

### **c. Proceso administrativo**

El proceso administrativo, funciona como guía a la empresa para el logro de los objetivos de esta y llegar al éxito, por medio de los recursos humanos, económicos y físicos que la empresa posee, es por ese motivo que se aplica en este proceso sus cuatro etapas: planificar, organizar, direccionar y controlar, para cumplir las metas propuestas. Donde es importante que estas etapas y los procesos sean de conocimiento de todos los integrantes de la empresa para trabajar de modo unánime. (Zarate, 2023).

Fases del proceso administrativo:

- Planificación

Tomando en consideración los objetivos y metas planteadas anteriormente, se realiza un plan, que consta de los siguientes puntos:

- Para la introducción al mercado salvadoreño de postres chinos, se realizará una campaña publicitaria por medio de redes sociales de acuerdo al estudio de mercado realizado, donde se anunciará el menú, métodos de compra, precios, ubicación y alcance del servicio a domicilio, al igual que por mensajes directos resolver cualquier otra duda que expresen los consumidores.
- Investigar sobre empresas que ofrezcan servicio a domicilio, sobre precios, y los lugares donde entregan.
- Proporcionar capacitaciones al personal de producción para la realización de los postres siendo fieles a las recetas originales y a su presentación.
- Capacitar a los empleados para otorgar un excelente servicio al cliente, mostrando calidez, respeto y profesionalismo para dar una mejor experiencia al cliente.
- Para generar ganancias en el tiempo máximo de seis meses, se espera cumplir con esta meta por medio de que la marca Bao Dian Bakery se involucre con la comunidad

asiática por medio de alianza con la Embajada de China, realizando eventos para las personas interesadas en esta cultura.

- Organización

- Determinar los costos asignados para cada actividad (publicidad, uniformes, etc.),
- Tener los contactos del personal o empresa que ofrecerá el servicio a domicilio para brindar la información a los consumidores.
- Se designan las capacitaciones correspondientes para cada personal según su área, al igual que insumos necesarios para facilitar los procesos.
- Se otorga el presupuesto salarial correspondiente.

- Dirección

- La Gerente General asigna el tipo de publicidad que desea y como jefa de marketing lo supervisa para verificar que se realice de la manera deseada, para impulsar la marca.
- El jefe de producción supervisa la calidad, fechas de vencimiento de materia prima y la calidad y limpieza de instrumentos, utensilios y maquinaria para la producción.
- Se retroalimenta luego de las capacitaciones, haciendo pruebas en recetas, servicio al cliente, entre otras.

- Control

- El área de marketing supervisa la efectividad de la publicidad y si es necesario mantenerla o cambiarla.
- El área financiera revisa los costos, gastos y utilidades generadas para establecer la situación económica de la empresa, asegurando medidas de contingencia en el caso de percibir pérdidas o encontrar el punto medio en los primeros meses de apertura.
- La gerente general supervisa que todas las áreas funcionen adecuadamente, que los productos fabricados sigan los lineamientos de presupuesto, calidad, sabor y presentación establecidos desde el principio.

- El área de ventas tiene que verificar los datos de las ventas y recopilar información de clientes sobre sugerencias, quejas o halagos de acuerdo a las mejoras o cambios que se deben realizar para aumentar las ventas tanto en la sucursal como en el servicio a domicilio.

#### **d. Identificación y características de proveedores**

Para identificar las mejores opciones de proveedores y distribuidores de productos de origen chino, los cuales se adecuan a la necesidad de la empresa, en cuanto a calidad, cantidad y precios. Los cuales se detallan a continuación:

- Oriental Supermarket: especialista en la venta de productos orientales, tanto comestibles como de otros artículos, ubicados en zona cercana al local de Bao Dian Bakery, para evitar muchos contratiempos a la hora de comprar insumos que se agotan fácilmente o de improviso.

Ubicación: 3a Calle Poniente Av. Masferrer, local 3, nivel 2, Col. Escalón, San Salvador, El Salvador

Correo electrónico: [atencion.gruposl@gmail.com](mailto:atencion.gruposl@gmail.com)

Teléfonos: 2522-0417 / 7021-5086

- Made in China: pioneros en el campo de ventas electrónicas en China, facilitan el comercio entre comerciantes y proveedores chinos, ofreciendo información confiable sobre productos y proveedores.

Dirección: No. 7, Lijing Road, Jiangbei New Area, Nanjing, Jiangsu, China

Teléfono: +86(25)6677 5544

### 3.6 PLAN DE MERCADEO

#### a. Resultados de la investigación de mercado

Nuestros hallazgos principales revelan un sólido interés en la cultura asiática entre nuestro público objetivo. Un impresionante 73% de los encuestados expresó un interés genuino por la cultura asiática. Además, el 24% de los participantes mostró un interés específico en la gastronomía asiática, incluyendo su comida y restaurantes. Estos resultados proporcionan una sólida base para la planificación estratégica de nuestro negocio de postres chinos y la promoción de la cultura asiática en San Salvador.

Un 58% de nuestros encuestados ha participado ocasionalmente en eventos relacionados con la gastronomía asiática, mientras que sorprendentemente un 69.6% se siente motivado a participar en actividades relacionadas con la cultura asiática por curiosidad y aprendizaje, y un interés genuino en la cultura asiática en sí misma.

El 90.1% de los encuestados demuestra un interés en viajar a países asiáticos, lo que indica que crear un ambiente asiático en nuestra panadería podría atraer su atención y motivarlos a visitar nuestro local. Sin embargo, el 46.5% adquiere postres solo ocasionalmente, lo que sugiere la necesidad de una estrategia de marketing específica para este segmento. Además, el 87.8% considera importante la presencia de restaurantes, tiendas o centros culturales chinos en su localidad, lo que respalda la idea de establecer una panadería en San Salvador para satisfacer esta demanda y promover la cultura asiática.

Es destacable que el 49.9% de los encuestados afirma haber probado postres chinos en el pasado, mientras que un 29.1% expresa un interés en hacerlo. Esto representa una sólida base para ofrecer una variedad de postres chinos con sabores asiáticos novedosos. En cuanto a las preferencias de compra, el 63.5% prefiere comprar postres chinos en supermercados, y

el 22.3% optaría por hacerlo a través de redes sociales. Esto respalda la creación de una tienda en línea y presencia en plataformas como Facebook e Instagram. Finalmente, el 75.1% prefiere la entrega a domicilio, lo que sugiere una oportunidad para colaborar con aplicaciones de entrega, mientras que el 24.4% prefiere recoger su pedido en la tienda, lo que nos brinda la oportunidad de crear una experiencia auténtica inspirada en la cultura china en nuestro local.

### **b. Marketing Mix Digital**

- a. Variedad de postres chinos auténticos y originales, como mooncakes, pastelitos de loto, bollos al vapor, etc.
- b. Ofrecer opciones para todos los gustos, incluyendo opciones veganas o sin gluten.
- c. Crear una carta de postres única y atractiva para diferenciarse de otras panaderías.
- d. Investigar los precios de la competencia para ofrecer precios competitivos y atractivos.
- e. Ofrecer combos o descuentos especiales en ciertos productos para fomentar la preferencia de los clientes.
- f. Ubicar la panadería en un área con alto tráfico de personas, tal como lugares céntricos o cercanos a zonas turísticas.
- g. Asegurar una presencia en línea a través de plataformas de entrega de alimentos como Uber Eats o Rappi para llegar a un público más amplio.
- h. Crear un sitio web atractivo y fácil para navegar que muestre el menú, la historia de la panadería y la ubicación.
- i. Utilizas las redes sociales para compartir promociones de los postres originales chinos.
- j. Implementar campañas de marketing de contenidos que destaquen la cultura y autenticidad de los postres.

### 3.7 PLAN DE VENTAS

- Ciclo de Ventas para Bao Dian Bakery

Para el ciclo de ventas para la panadería de postres chinos originales, incorporaremos los elementos de prospección, conexión, investigación, presentación, manejo de objeciones y cierre:

#### **a. Prospección:**

- Identificación de clientes potenciales: Se realizará una investigación para identificar al mercado objetivo en San Salvador. Estos deberán ser amantes de la comida china, personas interesadas en postres originales o turistas que quieran probar algo diferente.
- Generación de leads: Se utilizarán estrategias de marketing digital, como redes sociales, publicidad en línea y SEO local, para atraer la atención de clientes potenciales hacia la panadería.
- Alianzas estratégicas: Se establecerán colaboraciones con restaurantes chinos, hoteles o tiendas cercanas para aumentar la visibilidad del negocio y captar nuevos clientes.

#### **b. Conexión:**

- Atención personalizada: Se entrenará al personal para recibir a los clientes con una actitud amigable y servicial, creando un ambiente acogedor y familiar con ambientación asiática.
- Storytelling de marca: Se compartirán las historias detrás de los postres chinos originales, destacando la autenticidad y los ingredientes utilizados para generar interés y conectar emocionalmente con los clientes.

#### **c. Investigación:**

- Necesidades del cliente: Durante la interacción, se realizarán preguntas para comprender las preferencias y expectativas de los clientes en cuanto a sabores, ingredientes y opciones para llevar o comer en el lugar.

- Estudio de mercado: Se mantendrá un seguimiento constante de la competencia para conocer sus ofertas y precios, lo que permitirá diferenciarte y ajustar las estrategias según la demanda.

**d. Presentación:**

- Variedad en el menú: Se mostrará una amplia selección de postres chinos originales en el menú, con descripciones atractivas que resalten los sabores y elementos únicos de cada opción.
- Degustaciones y muestras: Se ofrecerán pequeñas muestras de los postres más famosos para que los clientes potenciales puedan probar antes de comprar, lo que les ayudará a tomar decisiones informadas.

**e. Manejo de objeciones:**

- Resolución de dudas: Se anticiparán las posibles objeciones o preguntas frecuentes y se capacitara al personal para responder de manera efectiva y brindar información clara y confiable.
- Ofertas personalizadas: Si un cliente muestra indecisión, se ofrecerán sugerencias basadas en sus preferencias y necesidades, y se consideraran opciones de personalización para adaptarse a sus gustos.

**f. Cierre:**

- Opciones de pago: Se contará con diferentes métodos de pago para mayor comodidad de los clientes.
- Incentivos al cierre: Se ofrecerán promociones de tiempo limitado o descuentos especiales para impulsar la decisión de compra en el momento.

- **Proyección de Ventas**

Para realizar una proyección de ventas para Bao Dan Bakery se utilizará una proyección para un periodo de 5 años completos.

Tabla 4

**PROYECCIONES DE VENTA - USS -**

No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												TOTAL
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
1	Pastel de Luna	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 52.50	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 45.00	\$ 630
2	Pastel de Osmanthus	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,600.00	\$ 1,400.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 1,200.00	\$ 16,800
3	Tarta de Leche de doble piel	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 52.50	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 45.00	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 45.00	\$ 630
4	Barba de Dragon	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 35.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 30.00	\$ 420
5	Pastelillos de Flores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
6	Pastel de Arroz Niang gao	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total de Ventas Mensuales</b>		\$ 1,760.00	\$ 1,760.00	\$ 1,760.00	\$ 1,760.00	\$ 1,540.00	\$ 1,320.00	\$ 1,320.00	\$ 1,320.00	\$ 1,540.00	\$ 1,540.00	\$ 1,540.00	\$ 1,320.00	
													<b>Total de Ventas Anuales = \$ 18,480</b>	

*Proyecciones de ventas "Bao Dian Bakery"*

*Fuente: Elaboración propia*

**PROYECCIONES DE VENTAS -US \$-**

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
1	Pastel de Luna	Personas	\$ 148.50	\$ 140.25	\$ 144.38	\$ 148.50	\$ 581.63	\$ 179.69	\$ 163.35	\$ 167.89	\$ 172.43	\$ 683.35	\$ 902.42	\$ 1,191.41
2	Pastel de Osmanthus	Personas	\$ 3,960.00	\$ 3,740.00	\$ 3,850.00	\$ 3,960.00	\$ 15,510.00	\$ 4,791.60	\$ 4,356.00	\$ 4,477.00	\$ 4,598.00	\$ 18,222.60	\$ 24,064.48	\$ 31,770.97
3	Tarta de Leche de doble piel	Personas	\$ 148.50	\$ 140.25	\$ 144.38	\$ 148.50	\$ 581.63	\$ 179.69	\$ 163.35	\$ 167.89	\$ 172.43	\$ 683.35	\$ 902.42	\$ 1,191.41
4	Barba de Dragon	Personas	\$ 99.00	\$ 93.50	\$ 96.25	\$ 99.00	\$ 387.75	\$ 119.79	\$ 108.90	\$ 111.93	\$ 114.95	\$ 455.57	\$ 601.61	\$ 794.27
5	Pastelillos de Flores	Personas	\$ 247.50	\$ 247.50	\$ 247.50	\$ 247.50	\$ 990.00	\$ 299.48	\$ 299.48	\$ 299.48	\$ 299.48	\$ 1,197.90	\$ 1,581.23	\$ 2,086.34
6	Pastel de Arroz Niang gao	Personas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,630.00	\$ 3,630.00	\$ 3,630.00	\$ 3,630.00	\$ 14,520.00	\$ 19,166.40	\$ 25,292.33
<b>Total de Ventas Trimestrales</b>			\$ 4,603.50	\$ 4,361.50	\$ 4,482.50	\$ 4,603.50		\$ 9,200.24	\$ 8,721.08	\$ 8,854.18	\$ 8,987.28			
<b>Total de Ventas Anuales</b>							\$ 18,051.00				\$ 35,762.76	\$ 47,218.56	\$ 62,326.74	

Con los resultados esperados de esta proyección de ventas, se pretender lograr la correcta toma de decisiones estratégicas y la planificación a largo plazo de la panadería. Permittiéndonos anticipar el rendimiento futuro manteniendo durante los cinco años un crecimiento de 10%, logrando optimizar recursos y desarrollar estrategias efectivas para alcanzar los objetivos comerciales después del periodo proyectado.

### 3.8 PLAN FINANCIERO

#### a. Plan de inversión.

Tabla 5

Concepto	FINANCIAMIENTO			
	Monto	Fondos Propios	Fondos - ETI	Préstamos Financieros
<b>Locales:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$0.00	\$0.00		\$ -
				\$ -
<b>Maquinaria:</b>	\$ 495.00	\$ 100.00	\$ -	\$ 495.00
Horno	\$90.00			\$ 90.00
Batidora	\$75.00			\$ 75.00
Amasadora	\$80.00			\$ 80.00
Camara de refrigeración	\$150.00			\$ 150.00
Mostrador de panadería	\$100.00			\$ 100.00
				\$ -
<b>Equipo:</b>		\$ 96.50	\$ -	\$ (31.50)
Tamizador de harina	\$8.00	\$8.00		\$ -
Pala para horno	\$10.00	\$30.00		\$ (20.00)
Cucharas medidoras	\$5.00	\$5.00		\$ -
Cortadores y moldes para masa	\$25.00	\$35.00		\$ (10.00)
Termometro para cocina	\$10.00	\$14.50		\$ (4.50)
Rodillo para masa	\$7.00	\$4.00		\$ 3.00
<b>Herramientas de Trabajo:</b>	\$ 695.00	\$ 500.00	\$ -	\$ 195.00
Terminal para tarjeta de credito	\$80.00			\$ 80.00
Computadora	\$500.00	\$500.00		\$ -
Caja registradora	\$100.00			\$ 100.00
Guantes y delantales	\$15.00			\$ 15.00
				\$ -
				\$ -
<b>Capital de Trabajo:</b>	\$ 1,200.00	\$ -	\$ -	\$ 1,200.00
Efectivo	\$ 1,000.00			\$ 1,000.00
Materias Primas	\$ 200.00			\$ 200.00
Bienes en Proceso				\$ -
<b>Otros:</b>	\$ 33.99	\$ -	\$ -	\$ 33.99
Empaque y cajas decoradas	\$30.00			\$ 30.00
Hosting para tienda en linea	\$3.99			\$ 3.99
				\$ -
	\$0.00	\$0.00		\$ -
<b>Totales:</b>	\$ 2,423.99	\$ 696.50	\$ -	\$ 1,892.49

*Proyección Financiera – Supuestos de inversión y financiación para “Bao Dian Bakery”*

*Fuente: Elaboración propia*

## b. Estructura de costos

Tabla 6

*Supuestos de ventas y costos para “Bao Dian Bakery”*

Porcentaje de Incremento Anual Estimado 10%

COSTO BRUTO Línea de Productos	Año 1			Año 2		
	Unidades	Costo Unitario	Total	Unidades	Costo Unit.	Total
Pastel de Luna	840	\$ 1.850000	\$ 1,554.00	705	\$ 2.035000	\$ 1,434.68
Pastel de Osmanthus	840	\$ 3.000000	\$ 2,520.00	705	\$ 3.300000	\$ 2,326.50
Tarta de Leche de doble piel	840	\$ 1.850000	\$ 1,554.00	705	\$ 2.035000	\$ 1,434.68
Barba de Dragon	840	\$ 1.250000	\$ 1,050.00	705	\$ 1.375000	\$ 969.38
Pastelillos de Flores	0	\$ 2.500000	\$ -	600	\$ 2.750000	\$ 1,650.00
Pastel de Arroz Niang gao	0	\$ 6.00	\$ -	0	\$ 6.60	\$ -
Total	3,360	\$ 16.45	\$ 6,678.00	3420	\$ 18.095000	\$ 7,815.23

COSTO BRUTO Línea de Productos	Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total
Pastel de Luna	753	\$ 2.238500	\$ 1,685.59	904	\$ 2.462350	\$ 2,225.96	1085	\$ 2.708585	\$ 2,938.81
Pastel de Osmanthus	753	\$ 3.630000	\$ 2,733.39	904	\$ 3.993000	\$ 3,609.67	1085	\$ 4.392300	\$ 4,765.65
Tarta de Leche de doble piel	753	\$ 2.238500	\$ 1,685.59	904	\$ 2.462350	\$ 2,225.96	1085	\$ 2.708585	\$ 2,938.81
Barba de Dragon	753	\$ 1.512500	\$ 1,138.91	904	\$ 1.663750	\$ 1,504.03	1085	\$ 1.830125	\$ 1,985.69
Pastelillos de Flores	660	\$ 3.025000	\$ 1,996.50	792	\$ 3.327500	\$ 2,635.38	950	\$ 3.660250	\$ 3,477.24
Pastel de Arroz Niang gao	480	\$ 7.26	\$ 3,484.80	576	\$ 7.99	\$ 4,599.94	691	\$ 8.78	\$ 6,070.16
Total	4152	\$ 19.904500	\$ 12,724.78	4984	\$ 21.894950	\$ 16,800.95	5981	\$ 24.084445	\$ 22,176.36

*Fuente: Elaboración propia*

## a. Flujo de efectivo

Tabla 7

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	1	1	1	2	2
Salarios	\$ 4,320.00	\$ 4,752.00	\$ 5,227.20	\$ 11,499.84	\$ 12,649.82
Prestaciones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costo Personal	\$ 4,320.00	\$ 4,752.00	\$ 5,227.20	\$ 11,499.84	\$ 12,649.82

Otros Costos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos
Alquileres de Locales	29.20%	29.20%	29.20%	29.20%	29.20%	\$ 450.00 al mes
Alquileres de Maquinaria	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	al mes
Mantenimiento	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	al mes
Seguros	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	al mes
Agua, Gas, Electricidad	3.20%	3.20%	3.20%	3.20%	3.20%	\$ 50.00 al mes
Comunicaciones	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	\$ - al mes
Utiles de Oficina	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	\$ - al mes
Promoción y Publicidad	3.20%	3.20%	3.20%	3.20%	3.20%	\$ 50.00 al mes
Pasajes y Viáticos	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	\$ - al mes
Transportes	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	\$ - al mes
Otros	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	\$ - al mes

Costos y Gastos totalizados en el año, se toman como % de ventas para efectos de cálculo - sólo para el primer año

*Flujo de efectivo - proyección financiera sobre “Bao Dian Bakey”*

<b>Flujo de Fondos Poyectado del Inversionista</b>						
<b>Rubros del Flujo de Caja/Periodo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingreso por Ventas		18,480.00	18,051.00	35,762.76	47,218.56	62,326.74
Costo de Bienes Vendidos		6,678.00	7,815.23	12,724.78	16,800.95	22,176.36
<b>Ganancia Bruta</b>		<b>\$ 11,802.00</b>	<b>\$ 10,235.78</b>	<b>\$ 23,037.98</b>	<b>\$ 30,417.61</b>	<b>\$ 40,150.38</b>
Salarios		4,320.00	4,752.00	5,227.20	11,499.84	12,649.82
Prestaciones		-	-	-	-	-
Alquileres de Locales		5,400.00	5,270.89	10,442.73	13,787.82	18,199.41
Alquileres de Maquinaria		-	-	-	-	-
Mantenimiento		-	-	-	-	-
Seguros		-	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad		600.00	577.63	1,144.41	1,510.99	1,994.46
Comunicaciones		-	-	-	-	-
Utiles de Oficina		-	-	-	-	-
Promoción y Publicidad		600.00	577.63	1,144.41	1,510.99	1,510.99
Pasajes y Viáticos		-	-	-	-	-
Transportes		-	-	-	-	-
Depreciación		-	-	-	-	-
Otros		-	-	-	-	-
<b>Total Gastos Generales y de Admón.</b>		<b>\$ 10,920.00</b>	<b>\$ 11,178.16</b>	<b>\$ 17,958.74</b>	<b>\$ 28,309.65</b>	<b>\$ 34,354.68</b>
Intereses Pagados		123.87	99.89	74.15	46.52	16.87
<b>Ganancia Gravable(GAI)</b>		<b>\$ 758.13</b>	<b>\$ (1,042.27)</b>	<b>\$ 5,005.09</b>	<b>\$ 2,061.44</b>	<b>\$ 5,778.83</b>
<b>Flujo de Caja Neto(FCN)</b>		<b>\$ (2,423.99)</b>	<b>\$ 241.71</b>	<b>\$ (1,393.14)</b>	<b>\$ 3,377.21</b>	<b>\$ 3,900.24</b>

*Fuente: elaboración propia*

**b. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio**

*Tabla 8*

*Análisis de rentabilidad para “Bao Dian Bakery”*

<b>Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)</b>	<b>4Años Aprox.</b>	<b>Fuente:</b>  <i>Elabora</i>  <i>ción</i>  <i>Propia</i>  Tabla 9
<b>Valor Actual Neto(VAN)</b>	<b>\$ 4,843.88</b>	
<b>Tasa Interna de Retorno(TIR<sub>reg</sub>)</b>	<b>29.04%</b>	
<b>Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)</b>	<b>75.58%</b>	
<b>Índice de Rentabilidad(IR o RBC)</b>	<b>3.00</b>	

*Evolución de rentabilidad para “Bao Dian Bakery”*

<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Margen de Ganancia Bruta	63.86%	56.70%	64.42%	64.42%	64.42%
Margen de Ganancia Operacional	4.10%	-5.77%	14.00%	4.37%	9.27%
Margen de Ganancia Neta	3.08%	-5.77%	10.50%	3.27%	6.95%

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 10

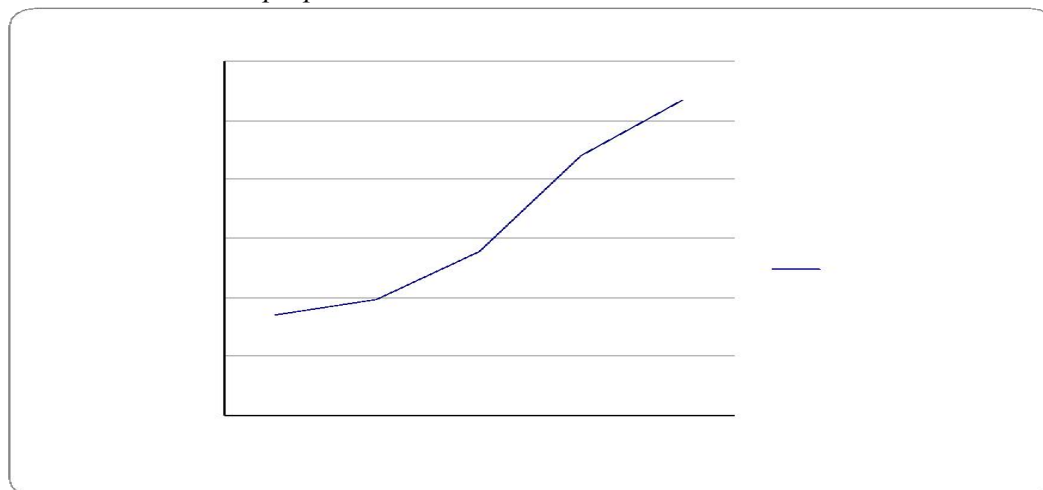
## PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	Pastel de Luna	Personas	840	25%	\$ 0.75	\$ 1.85	\$ (1.10)	777	\$ 582.92
2	Pastel de Osmanthus	Personas	840	25%	\$ 20.00	\$ 3.00	\$ 17.00	777	\$ 15,544.48
3	Tarta de Leche de do	Personas	840	25%	\$ 0.75	\$ 1.85	\$ (1.10)	777	\$ 582.92
4	Barba de Dragon	Personas	840	25%	\$ 0.50	\$ 1.25	\$ (0.75)	777	\$ 388.61
5	Pastelillos de Flores	Personas	0	0%	\$ 1.50	\$ 2.50	\$ (1.00)	0	\$ -
6	Pastel de Arroz Niang	Personas	0	0%	\$ 25.00	\$ 6.00	\$ 19.00	0	\$ -
7	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
8	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
9	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
10	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
<b>VOLUMEN TOTAL DE VENTAS</b>			3,360	100%	<b>Margen de Contribución Combinado</b>		\$ 3.51	3,109	\$ 17,098.93

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 10,920.00}{\$ 3.51} = 3,108.90 \text{ Unidades}$$

Punto de equilibrio en unidades para "Bao Dian Bakery"

Fuente: Elaboración propia



Año	Ingreso de Equilibrio
1	\$ 17,098.93
2	\$ 19,712.91
3	\$ 27,878.06
4	\$ 43,946.27
5	\$ 53,329.88

Figura 14: Ingreso de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

### c. Estado de Resultados proyectado

Tabla 11

*Estado de resultado para “Bao Dian Bakery”*

<b>Estado de Resultados Proyectado</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>
Ingreso por Ventas	18,480.00	18,051.00	35,762.76	47,218.56	62,326.74
Costo de Bienes Vendidos	6,678.00	7,815.23	12,724.78	16,800.95	22,176.36
Ganancia Bruta	\$ 11,802.00	\$ 10,235.78	\$ 23,037.98	\$ 30,417.61	\$ 40,150.38
Salarios	4,320.00	4,752.00	5,227.20	11,499.84	12,649.82
Prestaciones	-	-	-	-	-
Alquileres de Locales	5,400.00	5,270.89	10,442.73	13,787.82	18,199.41
Alquileres de Maquinaria	-	-	-	-	-
Mantenimiento	-	-	-	-	-
Seguros	-	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad	600.00	577.63	1,144.41	1,510.99	1,994.46
Comunicaciones	-	-	-	-	-
Utiles de Oficina	-	-	-	-	-
Promoción y Publicidad	600.00	577.63	1,144.41	1,510.99	1,510.99
Pasajes y Viáticos	-	-	-	-	-
Transportes	-	-	-	-	-
Depreciación	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 10,920.00	\$ 11,178.16	\$ 17,958.74	\$ 28,309.65	\$ 34,354.68
Intereses Pagados	123.87	99.89	74.15	46.52	16.87
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 758.13	\$ (1,042.27)	\$ 5,005.09	\$ 2,061.44	\$ 5,778.83

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.9. PLAN DE TRABAJO

El presente plan de trabajo tiene la finalidad de establecer cuáles son las necesidades y requerimientos que necesitaría Bao Dian Bakery tener en cuenta para el acondicionamiento y establecimiento de la panadería en San Salvador, por lo que corresponde al presente trabajo determinar las actividades para definir la iniciación del mismo y a su vez determinar los criterios que se deben tener en cuenta en cada etapa. En este sentido, se espera que este estudio sirva como base para identificar los requerimientos de elementos, que se van a adquirir en la primera etapa de ejecución del proyecto y amueblamiento.

### **3.9.1 Objetivo General:**

El objetivo del presente proyecto es realizar un análisis de los requerimientos necesarios para la adecuación de las instalaciones internas; especificar las necesidades de amueblamiento, distribución de áreas de recepción y cocina, incluyendo áreas de eventos especiales y sistemas auxiliares como estudios eléctricos y aire acondicionado, para identificar las estrategias y así poder ejecutar y operar una panadería de postres chinos en San Salvador, que sea reconocida por la calidad de sus productos y contribuya al enriquecimiento de la oferta gastronómica en la ciudad.

### **3.9.1 Objetivos específicos:**

Establecer proveedores confiables de ingredientes auténticos para asegurar la calidad de los postres.

Identificar y asegurar un local adecuado en San Salvador que cumpla con los requisitos necesarios para operar una panadería, considerando factores como la ubicación, el tamaño y la accesibilidad.

Realizar las gestiones necesarias para obtener los permisos y licencias requeridos para operar una panadería en San Salvador. La cual será amueblada de manera que refleje la estética y temática china, creando un ambiente acogedor y atractivo para los clientes.

Elaborar un estudio técnico para especificar el sistema de aire acondicionado con su respectiva distribución en cada uno de los pisos, localización en la cubierta y adecuación detallada en la instalación de los equipos y distribución de áreas del local.

### 3.9.2 Descripción de actividades

A continuación, se enumeran las tareas y actividades específicas que se deben realizar para alcanzar los objetivos establecidos. Estas actividades se encuentran detalladas y están organizadas en orden lógico.

- Investigación de proveedores: Se realizará una investigación exhaustiva sobre proveedores de ingredientes auténticos para postres. Buscando principalmente proveedores que sean conocidos por su calidad y confiabilidad en la industria de alimentos.
- Verificación de antecedentes: Antes de establecer relaciones comerciales con un proveedor, se verificará su reputación y antecedentes. Revisando comentarios y testimonios de otros clientes, así como investigar si han tenido problemas de calidad o cumplimiento en el pasado.
- Muestreo y prueba de ingredientes: Se solicitarán muestras de los ingredientes que se planea adquirir y se realizan pruebas de calidad para asegurarse de que cumplen con los estándares. Analizando su sabor, textura, aroma y cualquier otro criterio relevante para los postres.
- Visitas a proveedores y procesos de verificación: Se programarán visitas a los proveedores que se consideren más prometedores. Observar sus instalaciones, verificar sus procesos de fabricación y asegurarse de que cumplan con los estándares de higiene y seguridad alimentaria.
- Establecimiento de acuerdos contractuales: Una vez se hayan seleccionado a los proveedores confiables, se establecerán acuerdos contractuales claros que especifiquen los términos y condiciones de la relación comercial. Asegurándose de

incluir cláusulas relacionadas con la calidad de los ingredientes, plazos de entrega, precios y cualquier otro aspecto relevante.

- Monitoreo continuo: Se mantendrá una comunicación constante con los proveedores y se realizará un monitoreo regular de la calidad de los ingredientes que se suministran. Manteniéndose atento a cualquier problema o cambio en la calidad y abordando cualquier preocupación de manera oportuna.
- Exploración de fuentes alternativas: A medida que se establecen relaciones con proveedores confiables, también se exploraran fuentes alternativas de ingredientes auténticos. Esto permitirá diversificar las opciones y asegurarse de tener un suministro confiable en caso de cambios o problemas con tus proveedores actuales.
- Negociación y aseguramiento del local: Una vez se haya identificado un local adecuado, se negociarán los términos y condiciones del contrato de alquiler o compra con el propietario. Asegurándose de incluir cláusulas que protejan los intereses propios y que se ajusten a las necesidades a largo plazo.
- Obtención de permisos y licencias: Se realizarán los trámites necesarios para obtener los permisos y licencias requeridos para operar una panadería en el local seleccionado. Esto puede incluir solicitar licencias municipales, sanitarias y de seguridad, así como cumplir con los requisitos de zonificación y normativas locales.
- Visitas a los locales: Se organizaron visitas al local seleccionado para evaluar su idoneidad. Observando el tamaño y la distribución del espacio, verificando si cumple con los requisitos de infraestructura necesarios para una panadería, analizando la ubicación y evaluando la accesibilidad para los clientes y los proveedores.
- Inspección del local: Se realizará una inspección exhaustiva del local para evaluar su estructura, dimensiones y estado general. Tomar medidas y fotografías para tener una referencia precisa durante el proceso de diseño.

- Estudio de requisitos técnicos: Se investigaran los requisitos técnicos específicos para cada área y equipo en la panadería. Esto incluye aspectos como ventilación, sistemas eléctricos, plomería, conexiones de gas y requisitos de seguridad.
- Definición de áreas funcionales: Identificación de las áreas funcionales necesarias para la panadería, como la zona de preparación, área de horneado, espacio para el mostrador de venta, almacenamiento de ingredientes, oficina, baños, etc.
- Análisis de equipos y compra: Selección de los equipos necesarios para la panadería, como hornos, batidoras, amasadoras, refrigeradores, etc. Asegurándose de que los equipos se ajusten al espacio disponible y cumplan con los estándares de la industria.
- Planos y diseños detallados: Con base en el diseño conceptual y los requisitos técnicos, se elaboran planos y diseños detallados para cada área de la panadería. Esto incluye planos de planta, planos eléctricos, planos de plomería y cualquier otro plano necesario.
- Presupuesto y costos: Estimación de los costos asociados con la instalación de los equipos, la distribución del espacio y la adecuación del local. Se prepara un presupuesto detallado que incluya materiales, mano de obra y cualquier otro gasto relacionado.
- Implementación y supervisión: Una vez aprobado el estudio técnico, se iniciará la implementación del diseño. Se supervisará el proceso para asegurarse de que se sigan las especificaciones y los detalles del estudio técnico durante la construcción y la instalación de los equipos.
- Evaluación de la competencia: Se investigará y evaluará la presencia de panaderías y establecimientos similares en las áreas cercanas al lugar del establecimiento del local. Analizando su oferta, precios, calidad y reputación. Esto ayudará a determinar si hay una demanda suficiente y si se puede competir de manera efectiva en esas ubicaciones.

- Desarrollar un diseño que refleje la estética china y sea funcional para la panadería.
- Adquisición del mobiliario y decoración: Se comprará el mobiliario y la decoración necesarios para reflejar la estética china y crear un ambiente acogedor en la panadería. Para lo que se buscarán piezas decorativas, colores y elementos que evocan la cultura china.
- Capacitación del personal: Al contratar personal, se asegurará de capacitarlos en la temática y la estética de la panadería. Ayudándoles a comprender la importancia de mantener un ambiente acogedor y atractivo para los clientes.
- Promoción del negocio: Después de obtener todos los permisos y licencias, se promociona la panadería con la temática china a través de estrategias de marketing adecuadas. Utilizando las redes sociales, publicidad local y eventos para atraer clientes al establecimiento.
- Recopilación de datos: Se establecerá un proceso para recopilar datos relevantes sobre la industria de la panadería y los postres. Utilizando fuentes como informes de mercado, estudios de la industria, análisis de tendencias, encuestas de clientes y datos de la competencia.
- Análisis de la competencia: Realizar un análisis detallado de los competidores directos e indirectos en la industria. Observando sus estrategias de marketing, productos más populares, enfoque en la temática y estética, y cualquier otro aspecto que pueda dar ideas sobre las tendencias y oportunidades de crecimiento.
- Monitoreo de redes sociales y opiniones de los clientes: Se utilizarán herramientas de escucha social para monitorear las conversaciones en línea relacionadas con panaderías y postres. Prestando especial atención a las opiniones y comentarios de los clientes para identificar lo que están buscando y las áreas de mejora.

- Organización de Participación en eventos y ferias comerciales: Se programará la asistencia a eventos y ferias relacionadas con la industria de la panadería y los postres. Estos eventos serán excelentes oportunidades para conocer a otros profesionales del sector, descubrir nuevas tendencias y aprender de expertos en la industria.
- Análisis comparativo con tendencias globales: Los análisis solo se limitarán al mercado local; se analizarán también las tendencias globales en la industria de la panadería y los postres. Lo que está funcionando en otros países o regiones podría ser una oportunidad interesante para el negocio local.
- Análisis periódicos: Se programará un calendario para realizar análisis de mercado periódicos, cada semestre. Se revisará y comparará los resultados de diferentes periodos para identificar tendencias a lo largo del tiempo.





- Decoración y diseño de interiores: Mobiliario decorativo, paneles visuales temáticos, iluminación.
- Licencias y permisos: Permiso de operación, inspecciones de salud.
- Marketing y promoción: Material publicitario, estrategias de redes sociales, publicidad local.
- Capital inicial para gastos operativos.
- **Responsabilidades:**
  - Personal administrativo y atención al cliente: Supervisión general del negocio y toma de decisiones estratégicas. Atender a los clientes, tomar pedidos y procesar pagos.
  - Panaderos y pasteleros: Preparación de productos horneados de alta calidad.
  - Personal de atención al cliente: Personal de limpieza: Mantenimiento de la limpieza.
- **Presupuesto:**
  - Alquiler del local.
  - Costos de adecuación y diseño del local.
  - Compra de equipos y utensilios.
  - Sueldos y salarios del personal.
  - Ingredientes y suministros.
  - Gastos de marketing y publicidad.
  - Costos de licencias y permisos.
- **Seguimiento y Evaluación:**
  - Ventas diarias, semanales y mensuales.
  - Opiniones y comentarios de los clientes.
  - Participación en promociones y eventos locales.
  - Rentabilidad y flujo de efectivo.
  -

- **Comunicación:**

- Reuniones regulares con el equipo de gestión.
- Redes sociales y sitio web para promoción y actualizaciones.
- Encuestas de satisfacción del cliente y el orden en el local.

### **3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN.**

En Bao Dian Bakery se considera que mantener en constante seguimiento las distintas áreas de la panadería, facilitará que se mantenga la información actualizada; desarrollando así una cultura de transparencia entre los colaboradores que fortalecerán el valor de la responsabilidad entre ellos, al mismo tiempo que potenciará el logro de metas y objetivos.

Esto será esencial para entender cómo está funcionando el negocio y facilitar así la toma de decisiones informadas, a base de datos reales.

- **Indicadores cualitativos:**

Este indicador facilitará el establecimiento de cuán satisfechos están los consumidores de la panadería. Realizándose a través de encuestas que los clientes completaran al consumir sus postres en la panadería. Recopilando comentarios y reseñas de los clientes para evaluar su satisfacción. Esto ayudará a identificar áreas de mejora.

- **Indicadores cuantitativos:**

Al contar con una tienda en línea y presencia en redes sociales, se podrá medir cuántos visitantes se convierten en clientes. Lo que contribuirá a evaluar la eficacia de los canales de venta.

- **Indicadores cualitativos:**

Medirá la interacción en las plataformas de redes sociales, como "me gusta", comentarios y compartidos. Con el fin de indicar cuán efectiva es la estrategia de marketing en línea.

- **Indicadores cuantitativos:**

Este indicador será clave para evaluar el éxito general del negocio. Se medirán las ventas semanales y mensuales para obtener una idea clara de cómo está funcionando la panadería.

- **Indicadores cuantitativos:**

Se analizará cuáles son los postres chinos más populares y cuáles generan más ingresos. Esto a su vez ayudará a ajustar la oferta y estrategias de marketing.

- **Indicadores cuantitativos:**

Este indicador servirá para medir la velocidad con la que se vende el inventario. Ya que un inventario estancado puede afectar las finanzas.

- **Indicadores cuantitativos:** Se realizará un seguimiento de los gastos generales, como alquiler, energía, materiales y mano de obra. Mantener estos costos bajo control es esencial para mantener la rentabilidad.

- **Indicadores cuantitativos:**

Se calculará cuántos ingredientes o productos terminados se desperdician en comparación con los vendidos. Mediante este indicador se logrará gestionar mejor los recursos.

- **Indicadores cuantitativos:**

Se analizarán las horas del día en las que se tienen más ventas. Esto ayudará a optimizar los horarios de apertura.

## CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones del modelo de negocio realizado para la panadería Bao Dian Bakery, en el cual se resumen los datos relevantes arrojados de la investigación:

- La empresa Bao Dian Bakery, busca satisfacer a un grupo de consumidores olvidados, ofreciendo productos de excelente calidad, con recetas originales, enfocado en los clientes interesados en la cultura de China y también a los visitantes de dicho país, al igual que ofrece una gran posibilidad de crecimiento económico y oportunidad laboral.
- La organización y gestión del recurso humano de una empresa es muy importante, pues se necesita una serie de habilidades y conocimientos en los cuales se base el personal para tomar las mejores decisiones en momentos de crisis, al igual que sus valores se reflejan en la calidad de servicio ante los clientes y entre el mismo personal.
- El proceso administrativo funciona solamente siguiendo los lineamientos, objetivos y metas planteadas por la empresa, donde es imprescindible otorgar las herramientas necesarias para cumplirlas, tanto material (utensilios de cocina, papelería, maquinaria, etc.), como en conocimiento (capacitaciones, resolver dudas, información clara y anticipada entre todos los participantes).
- La investigación y análisis detallado revelan una oportunidad emocionante en el mercado de postres en San Salvador, especialmente en la oferta de deliciosos postres chinos auténticos. La respuesta positiva de los encuestados y la creciente tendencia hacia la exploración de la cocina internacional indican que Bao Dian Bakery puede llenar un vacío en el mercado y satisfacer las preferencias culinarias cambiantes de los consumidores.
- Se concluye que con la combinación de ingredientes frescos y técnicas tradicionales chinas, Bao Dian Bakery lograra ofrecer una gama única de postres que no se

encuentran comúnmente en otras panaderías locales. La variedad en el menú, desde los delicados pasteles de luna hasta los sabrosos rollos de huevo, brinda a los clientes una experiencia gastronómica única que fomenta la exploración de sabores nuevos y emocionantes. Logrando que en el primer año se logre una buena participación de mercado.

- Basados en proyecciones financieras realistas y el análisis de costos, podemos concluir que Bao Dian Bakery tiene el potencial de lograr la rentabilidad en un plazo razonable. La combinación de precios competitivos y un enfoque eficiente en la gestión de insumos puede ayudar a mantener márgenes saludables y asegurar la viabilidad financiera a largo plazo.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda identificar al público objetivo más apegado a las necesidades que se busca cubrir con el negocio Ban Dian Bakery, pues es una empresa con productos muy definidos para un sector poblacional con características específicas.
- Se recomienda utilizar de manera efectiva las herramientas digitales necesarias, para crear una comunidad interesada en el ambiente y gastronomía china que busque probar nuevos sabores o recordarlos.
- Se recomienda la utilización de productos de primera calidad, con esto se espera lograr una excelente calidad en la producción y así que los consumidores tengan excelentes críticas positivas y recomendaciones a otras personas.
- Se recomienda la adaptación más próxima a las proyecciones financieras, para no tener gastos excesivos que sobrepasen los presupuestos ya establecidos y no generar un desbalance financiero.

## REFERENCIAS

- Alcaldía de San Salvador (2023) *Alcaldía de San Salvador*, [sansalvador.gob.sv](http://sansalvador.gob.sv). Disponible en: <http://www.sansalvador.gob.sv/nuestra-ciudad> (Accedido: 11 Junio 2023).
- Recuperado el 03 de 06 de 2023, de <https://conocimientosweb.net/dcmt/ficha21335.html>
- Cotés, Alison. “Postres típicos de China: Dulces Chinos y Repostería.” *Ideas para viajar*, 01 12 2020, [https://ideasparaviajar.com/postres-tipicos-de-china#Barba\\_de\\_dragon](https://ideasparaviajar.com/postres-tipicos-de-china#Barba_de_dragon). Accessed 15 06 2023.
- Defensoría del Consumidor, translator. *Ley y reglamento de protección al consumidor*. San Salvador, Gobierno de El Salvador, 2015. *Portal de transparencia*, <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/dc/documents/ley-principal-que-rige-a-la-institucion>. Accessed 13 06 2023.
- Dirección de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes. (04 de 2023). *Gobierno de España*. Recuperado el 28 de 05 de 2023, de [https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china\\_ficha%20pais.pdf](https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china_ficha%20pais.pdf)
- Elementos mínimos para diseño de investigación. (s/f). *Requerimientos Generales para la presentación del proyecto de*. Recuperado el 05 de 06 de 2023, de <http://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/57/Archivos/Elementos%20m%C3%ADnimos%20para%20dise%C3%B1o%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Euroinnova. (s/f). *Que es la factibilidad de la investigación*. Recuperado el 27 de 05 de 2023, de <https://www.euroinnova.co/blog/que-es-la-factibilidad-de-la-investigacion>

- Foros Ecuador. (16 de 04 de 2019). *17 Ejemplos de Planteamiento y Formulación del Problema de Investigación*. Recuperado el 20 de 05 de 2023, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/184304-17-ejemplos-de-planteamiento-y-formulaci%C3%B3n-del-problema-de-investigaci%C3%B3n>
- Gastronomía China. (07 de 05 de 2021). *¿Cuánto sabes sobre los postres de la gastronomía china?* Recuperado el 04 de 06 de 2023, de <https://www.restaurantechinacrown.com/blog/cunto-sabes-sobre-los-postres-de-la-gastronomia-china/>
- Gastronomía Internacional. (27 de 04 de 2020). *Todo sobre la gastronomía China*. Recuperado el 01 de 06 de 2023, de <https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/cocina/todo-sobre-la-gastronomia-china/>
- La prensa Gráfica. (24 de 02 de 2013). *El imperio que sirve la mesa*. Recuperado el 05 de 06 de 2023, de <https://www.laprensagrafica.com/revistas/El-imperio-que-sirve-la-mesa-20130224-0080.html>
- Las culturas del mundo. (2023). *Comida China: historia, recetas, ingredientes y más*. Recuperado el 04 de 06 de 2023, de <https://hablemosdeculturas.com/comida-china/>
- Muguirá, A. (2023). Muestreo aleatorio simple: ¿Qué es y cómo realizarlo? Recuperado desde: <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-aleatorio-simple/>
- Presidencia de la República de El Salvador. (17 de 11 de 2022). *Los empresarios son acompañados por las instituciones del Gobierno para la negociación de un TLC con China*. Recuperado el 08 de 06 de 2023, de <https://www.presidencia.gob.sv/los-empresarios-son-acompanados-por-las-instituciones-del-gobierno-para-la-negociacion-de-un-tlc-con-china/>

- QuestionPro (2023) *Tamaño de la Muestra*. ,QuestionPro. Disponible en: <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html> (Accedido: 10 Junio 2023).
- Real Academia Española. “cultura | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE.” *Diccionario de la lengua española*, <https://dle.rae.es/cultura?m=form>. Accessed 15 June 2023.
- Rivas, M. F. (2019). *Perfil económico y social del sector restaurantes de El Salvador*. Recuperado el 01 de 06 de 2023, de <https://www.utec.edu.sv/vips/uploads/investigaciones/investigacion84.pdf>
- Santana, A. (2023). Recuperado desde: [https://estadistica-dma.ulpgc.es/MGC/muestreo\\_Aleatorio\\_Simple.html#:~:text=s%C2%AFx%3Ds%E2%88%9An%E2%88%9A1%E2%88%92nN,es%20finita%20de%20tama%C3%B1o%20N](https://estadistica-dma.ulpgc.es/MGC/muestreo_Aleatorio_Simple.html#:~:text=s%C2%AFx%3Ds%E2%88%9An%E2%88%9A1%E2%88%92nN,es%20finita%20de%20tama%C3%B1o%20N)
- Schroeder, T. (07 de 01 de 2019). *Cómo describir un problema para que todos entiendan*. Recuperado el 12 de 05 de 2023, de <https://blog.softexpert.com/es/como-describir-problema/>
- Shao, P. G. (2003). *Oficina Económica y Comercial de España en Shanghai Estudios de Mercado*. Pekín-China: Oficina Económica y Comercial de España.
- Solis, S. E. E. (2021). Recuperado desde <https://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2>
- Canva. (2023). *Canva*. Recuperado el 03 de 09 de 2023, de <https://www.canva.com/>
- Que gusto de mundo. (s/f). *Postres típicos chinos*. Recuperado el 02 de 08 de 2023, de <https://quegustodemundo.com/postres-chinos-tipicos/>

- Silva, D. d. (05 de 08 de 2022). *Cómo hacer la descripción de una empresa: tips y ejemplos*. Recuperado el 18 de 07 de 2023, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-la-descripcion-de-empresa/>
- Teasenz. (23 de 09 de 2018). *Receta del pastel de arroz de Osmanthus o Lila fragante*. Recuperado el 02 de 08 de 2023, de <https://www.teasenz.com/es/te-chino/receta-del-pastel-de-arroz-de-osmanthus-o-lila-fragante-gui-hua-nian-gao.html>
- Terreros, D. (09 de 02 de 2023). *Hubspot*. Recuperado el 18 de 07 de 2023, de <https://blog.hubspot.es/marketing/mision-vision-valores-ejemplos>
- Xiaofei, D. (s/f). *Sabores de Guangzhou*. Recuperado el 02 de 08 de 2023, de [http://spanish.chinatoday.com.cn/2018/sh/201903/t20190305\\_800159589.html#:~:text=Leche%20de%20doble%20piel,%2C%20az%C3%BAcar%2C%20entre%20otros%20ingredientes.](http://spanish.chinatoday.com.cn/2018/sh/201903/t20190305_800159589.html#:~:text=Leche%20de%20doble%20piel,%2C%20az%C3%BAcar%2C%20entre%20otros%20ingredientes.)
- Zarate, D. (01 de 03 de 2023). *Hubspot*. Recuperado el 04 de 10 de 2023, de <https://blog.hubspot.es/sales/proceso-administrativo#:~:text=Un%20proceso%20administrativo%20empresarial%20es,los%20objetivos%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.>

## ANEXOS



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:13:54

## ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 03 01 14

## Clase: 99

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
1999007149		1999007149	13/10/1999				SALVADOREÑA
Clasificación:		Titular: VILLOBOS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - VILLOBOS, S.A. DE C.V.					
03 01 14							
03 01 19							
1999007150		1999007150	13/10/1999	00028	00008	08/11/2001	SALVADOREÑA
Clasificación:		Titular: VILLOBOS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - VILLOBOS, S.A. DE C.V.					
03 01 14							

## Clase: 98

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2004045658		20040059326	22/12/2004				
Clasificación:		Titular: SHI DE SURIANO, MARIA SAUYIENG					
03 01 14							
27 05 11							
27 05 04							
26 01 15							
03 01 15							
2005048406		20050063545	02/05/2005	00055	00006	31/10/2006	
Clasificación:		Titular:					
03 01 14							
26 01 15							
24 03 15							
03 01 15							
2009091441		20090119511	06/02/2009	00242	00010	13/10/2009	
Clasificación:		Titular: PANDA EXPRESS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PANDA EXPRESS, S.A. DE C.V.					
03 01 14							
03 01 15							




DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023


HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 98

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2015141996		20150214523	09/03/2015	00052	00019	24/09/2015	
Clasificación: 03 01 14 03 01 15		Titular: GUERRERO HENRIQUEZ, JAVIER ERNESTO					
2019175466		20190281923	21/02/2019	00095	00026	31/07/2019	
Clasificación: 03 01 14		Titular: IMPORTADORA 1688, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - IMPORTADORA 1688, S.A. DE C.V.					

Clase: 43

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2012119577		20120170129	18/06/2012				
Clasificación: 03 01 14 05 11 13		Titular: LOPEZ MENDOZA, ENA PATRICIA					
2014134618		20140199367	27/03/2014	00047	00274	03/02/2016	
Clasificación: 03 01 14 26 01 15 24 03 15 03 01 15		Titular: Panda Restaurant Group, Inc.					
2014138890		20140208353	09/10/2014				
Clasificación: 03 01 14 27 05 11 27 05 04 03 01 15		Titular: PALMA CALLES, ANA MADALEIDY					






DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

**Clase: 43**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2017163066		20170256364	28/08/2017	00172	00328	24/04/2018	
Clasificación: 03 01 14		Titular: CALLES DE PALMA, TOMASA DE JESUS					
2019178525		20190288568	27/06/2019				
Clasificación: 03 01 14 26 01 18		Titular: GENERAL SOLUTION, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - GENERAL SOLUTION, S.A. DE C.V.					
2019179893		20190290797	15/08/2019	00024	00373	27/07/2020	
Clasificación: 03 01 14		Titular: Panda Restaurant Group, Inc.					

**Clase: 35**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2020186511		20200302868	18/06/2020	00075	00390	28/04/2021	
Clasificación: 03 01 14 27 05 03 26 04 18		Titular: LA MEJOR SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - LA MEJOR, S.A. DE C.V.					
2021197259		20210324531	22/07/2021				
Clasificación: 03 01 14 03 01 15		Titular: REVELO OLMEDO, JAVIER ANTONIO					

**Clase: 32**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
---------	-------------	--------------	------------	-----------	-------------	--------------	--------------




DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023



HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

**Clase: 32**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
201111246			20110154524 15/07/2011				
Clasificación: 03 01 14			Titular: ESPINAL CARRILLO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - ESCARRSA DE C.V.				

**Clase: 30,43**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2018166767			20180264031 06/02/2018				
Clasificación: 03 01 14			Titular: MENJIVAR MEJIA, KENETH REYNALDO				
2018169836			20180270671 25/06/2018				
Clasificación: 03 01 14			Titular: MENJIVAR MEJIA, KENETH REYNALDO				

**Clase: 30**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
1984001022			1984001022 10/09/1984				ESTADOUNIDENSE
Clasificación: 03 01 14 03 01 17			Titular: KELLOGG COMPANY				








DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 30

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
1993000804		1993000804	02/03/1993	00143	00056	06/06/1997	MEXICANA
Clasificación:		Titular:					
03 01 14							
03 01 16							
2003032729		20030038042	02/06/2003	00221	00046	05/09/2005	
Clasificación:		Titular: HELADOS RIO SOTO, S. A. DE C.V.					
03 01 14							
08 01 18							
2009093922		20090123853	12/06/2009	00035	00144	04/01/2010	
Clasificación:		Titular: GRUPO BIMBO, SOCIEDAD ANONIMA BURSATIL DE CAPITAL VARIABLE - GRUPO BIMBO, S. A. B. DE C.V.					
03 01 14							
27 05 11							
09 07 19							
04 05 05							
04 02 20							
2010104477		20100142888	15/10/2010	00110	00184	01/03/2012	
Clasificación:		Titular:					
03 01 14							
25 01 15							
11 03 04							
2015141511		20150213655	16/02/2015	00242	00273	02/02/2016	
Clasificación:		Titular: MEDRANO FLORES, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - MEFLOR, S.A. DE C.V.					
03 01 14							








DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 30

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2015142274			20/03/2015	00068	00269	07/12/2015	
Clasificación:		Titular: Grupo Bimbo, Sociedad Anónima Bursátil de Capital Variable - Grupo Bimbo, S.A. B. de C.V.					
03 01 14							
25 01 15							
25 01 05							
08 07 25							
2015142275			20/03/2015	00027	00269	04/12/2015	
Clasificación:		Titular: GRUPO BIMBO, SOCIEDAD ANONIMA BURSATIL DE CAPITAL VARIABLE - GRUPO BIMBO, S.A. B. DE C.V.					
03 01 14							
25 01 15							
25 01 05							
08 07 25							
2019178523			27/06/2019	00231	00363	14/11/2019	
Clasificación:		Titular: DRIMYS ASSETS FINANCE, S.A.					
03 01 14							
11 03 03							
2019179281			24/07/2019	00030	00374	18/08/2020	
Clasificación:		Titular: PARATI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA.					
03 01 14							
19 03 05							
2020184593			30/01/2020	00178	00380	24/11/2020	
Clasificación:		Titular: HELADOS RIO SOTO, S. A. DE C.V.					
03 01 14							
26 01 18							

Clase: 29

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
---------	-------------	--------------	------------	-----------	-------------	-------------	--------------








DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 29

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2001013504		20010013504	25/04/2001	00130	00147	07/01/2002	SUIZA
Clasificación: 03 01 14		Titular: Soci�� des Produits Nestlé S.A.					
2009093921		20090123852	12/06/2009	00095	00143	15/12/2009	
Clasificación: 03 01 14 27 05 11 09 07 19 04 05 05 04 02 20		Titular: GRUPO BIMBO, SOCIEDAD ANONIMA BURSATIL DE CAPITAL VARIABLE - GRUPO BIMBO, S.A. B. DE C.V.					
2012118846		20120169078	29/05/2012	00236	00202	06/12/2012	
Clasificación: 03 01 14 04 05 15		Titular: Disney Enterprises, Inc.					
2012121383		20120173829	13/09/2012	00182	00208	13/03/2013	
Clasificación: 03 01 14		Titular:					
2019178521		20190288564	27/06/2019	00232	00363	14/11/2019	
Clasificación: 03 01 14 11 03 03		Titular: DRIMYS ASSETS FINANCE, S.A.					

Clase: 05,29

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
---------	-------------	---------------	------------	-----------	-------------	-------------	--------------






DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023


HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

**Clase: 05,29**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2016157398		20160244473	23/12/2016	00059	00316	09/10/2017	
Clasificación:		Titular: Abbott Laboratories					
03 01 14							
26 01 18							
19 07 25							
2016157399		20160244474	23/12/2016	00114	00309	29/06/2017	
Clasificación:		Titular: Abbott Laboratories					
03 01 14							
26 01 18							
19 07 25							
2016157407		20160244490	23/12/2016	00210	00310	21/07/2017	
Clasificación:		Titular: Abbott Laboratories					
03 01 14							
26 01 18							
19 07 25							

**Clase: 05,16**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2010105066		20100143704	28/10/2010	00210	00170	01/07/2011	
Clasificación:		Titular: PRODUCTOS FAMILIA S.A.					
03 01 14							

**Clase: 05**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
---------	-------------	--------------	------------	-----------	-------------	-------------	--------------



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA






FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:09:20

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 03 01 15

Clase: 98

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2004045658			22/12/2004				
Clasificación:		Titular: SHI DE SURIANO, MARIA SAUYIENG					
03 01 14							
03 01 15							
26 01 15							
27 05 04							
27 05 11							
2005048406			02/05/2005		00055 00006	31/10/2006	
Clasificación:		Titular:					
03 01 14							
03 01 15							
24 03 15							
26 01 15							
2008078479			31/07/2008				
Clasificación:		Titular: GUTIERREZ REYES, GUSTAVO ALFONSO					
03 01 15							
2009091441			06/02/2009		00242 00010	13/10/2009	
Clasificación:		Titular: PANDA EXPRESS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PANDA EXPRESS, S.A. DE C.V.					
03 01 14							
03 01 15							
2012123217			04/12/2012		00231 00016	27/03/2014	
Clasificación:		Titular: PLASTICOS EL PANDA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PLASTICOS EL PANDA, S.A. DE C.V.,					
03 01 15							



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:09:20

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 98

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2015141996		20150214523	09/03/2015	00052	00019	24/09/2015	
Clasificación:		Titular: GUERRERO HENRIQUEZ, JAVIER ERNESTO					
03 01 14							
03 01 15							
2021197579		20210325264	10/08/2021				
Clasificación:		Titular: INNOVAR STORE, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - INNOVAR STORE, S.A. DE C.V.					
03 01 15							
27 05 04							

2022201826		20220332966	13/01/2022	00164	00032	17/05/2022	
Clasificación:		Titular: SUPER PANDA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - SUPER PANDA, S.A. DE C.V.					
03 01 15							
27 05 08							

Clase: 96

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2009091510		20090119639	10/02/2009	00120	00001	08/10/2009	
Clasificación:		Titular: PANDA EXPRESS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PANDA EXPRESS, S.A. DE C.V.					
03 01 14							
28 03 00							
03 01 15							

Clase: 43

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
---------	-------------	--------------	------------	-----------	-------------	-------------	--------------





DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
 ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023



HORA: 08:09:20

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 43

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2014134618		20140199367	27/03/2014	00047	00274	03/02/2016	
Clasificación:		Titular: Panda Restaurant Group, Inc.					
03 01 14							
26 01 15							
24 03 15							
03 01 15							
2014138890		20140208353	09/10/2014				
Clasificación:		Titular: PALMA CALLES, ANA MADALEIDY					
03 01 14							
27 05 11							
27 05 04							
03 01 15							

Clase: 35

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2021196197		20210322280	14/06/2021				
Clasificación:		Titular: GONZALEZ IGLESIAS, RICARDO JOSE					
03 01 15							
27 05 21							
09 07 19							
08 01 18							
2021197259		20210324531	22/07/2021				
Clasificación:		Titular: REVELO OLMEDO, JAVIER ANTONIO					
03 01 14							
03 01 15							

Clase: 32

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
---------	-------------	--------------	------------	-----------	-------------	-------------	--------------




DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
 ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:09:20

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 32

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2001016272		20010016272	24/07/2001				SALVADOREÑA
Clasificación:		Titular: PAN REY, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PAN REY, S.A. DE C.V.					
03 01 15							
26 04 16							

**Clase: 30**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2005046607		20050060888	14/02/2005				
Clasificación:		Titular: MOLINOS DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE					
03 01 14							
03 17 00							
03 15 00							
03 07 06							
03 05 01							
03 01 15							
2016151057		20160231585	31/03/2016				
Clasificación:		Titular: ARAGON BELTRAN, ENRIQUE ERNESTO					
03 01 14							
03 01 15							
2023215013		20230358471	22/05/2023	00204	00446	04/09/2023	
Clasificación:		Titular: AGUILAR MURILLO, GERARDO ERNESTO					
03 01 15							
27 05 05							
27 05 01							



**DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL**  
**ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA**

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:09:20

**ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA****Clase: 05**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2001017341		20010017341	29/08/2001				HONDUREÑA
Clasificación:		Titular: INDUSTRIAS FARMACEUTICAS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - INDUFARMA, S.A. DE C.V.					
03 01 15							
03 01 25							




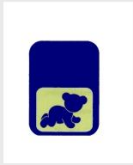



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 05

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
1993000486		1993000486	02/02/1993	00209	00055	03/06/1997	ESTADOUNIDENSE
Clasificación:		Titular:					
03 01 14							
03 01 25							
2006055440		20060074101	09/02/2006	00221	00063	30/05/2006	
Clasificación:		Titular: Soci�� des Produits Nestlé S.A.					
03 01 14							
2007069848		20070098344	12/09/2007	00088	00108	09/06/2008	
Clasificación:		Titular: Abbott Laboratories					
03 01 14							
03 01 24							
2011115016		20110161840	22/12/2011	00048	00201	23/11/2012	
Clasificación:		Titular: Abbott Laboratories					
03 01 14							
2013130616		20130190654	08/10/2013	00057	00246	26/01/2015	
Clasificación:		Titular: INDUSTRIAS OLINTEPEQUE, SOCIEDAD ANONIMA					
03 01 14							
25 01 15							
18 01 07							






DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023


HORA: 08:13:54

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

**Clase: 05**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2013130632		20130190674	08/10/2013	00139	00241	01/10/2014	
Clasificación:		Titular: Grupo Bimbo, Sociedad Anónima Bursátil de Capital Variable - Grupo Bimbo, S.A. B. de C.V.					
01 05 01							
09 07 19							
04 05 15							
04 05 05							
03 01 14							
2018174113		20180278637	17/12/2018				
Clasificación:		Titular: ALINTER, S.A.					
03 01 14							
04 05 05							
2021192932		20210315540	11/02/2021	00223	00392	07/06/2021	
Clasificación:		Titular: ALINTER, S.A.					
03 01 14							
04 05 05							

**Clase: 02,03,04,05,21**

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2014138775		20140208139	06/10/2014	00004	00272	15/01/2016	
Clasificación:		Titular: EL OSO, S.A. DE C.V.					
03 01 14							
27 05 17							
26 04 18							
26 01 15							



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 11/10/2023

HORA: 08:20:01

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 11 03 04

Clase: 30

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2003032168			20030037178 07/05/2003				
Clasificación:			Titular:				
03 01 14			PINTO DE PICCIOTTO, RUTH MISHAAN				
11 03 04							
2010104477			20100142888 15/10/2010	00110 00184	01/03/2012		
Clasificación:			Titular:				
03 01 14							
11 03 04							
25 01 15							

**Figura 17:** Antecedentes gráficos de una marca de anterioridad de semejanza en la categoría solicitada.

**Fuente:** Centro Nacional de Registro