

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
EN GERENCIA ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS

TÍTULO DEL INFORME FINAL

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA CREA Y REGALA

PARA OPTAR PARA EL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:

ARGUETA RAMOS, KATIA YUDITH CARNET AR20047
CANALES URBINA, GEISOL DE LA PAZ CARNET CU20002
MORAN DOMINGUEZ, MILAGRO DE LA PAZ CARNET MD18013
PARADA ARGUETA, KEILA ILENIA CARNET PA19024

DOCENTE ASESOR:

LIC. JORGE DANIEL BENITEZ ANDRADE

SEPTIEMBRE 2025

SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES CENTRALES



MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA

RECTOR

MSC. EVELYN BEATRIZ FARFAN

VICERRECTORA

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ACADÉMICO

LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

SECRETARIO GENERAL

LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

FISCAL GENERAL

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
AUTORIDADES



MSC. CARLOS IVÁN HERNANDEZ FRANCO
DECANO

DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA
VICEDECANA

LIC. CARLOS DE JESÚS SÁNCHEZ
SECRETARIO

LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTINEZ
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LICDA. LISSETH NOHEMY SALEH DE PERLA
COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADO DEL DEPARTAMENTO DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a Dios, por haberme dado la fortaleza, la sabiduría y la salud necesarias para culminar este importante proceso académico. Su guía ha sido esencial para mantenerme firme en cada etapa y avanzar con esperanza hacia mis metas.

A mis padres, quienes han sido mi mayor ejemplo de esfuerzo y dedicación. Gracias por su apoyo incondicional, por cada sacrificio realizado, por motivarme siempre a luchar por mis sueños y enseñarme que la perseverancia es el camino hacia el éxito. Este logro también les pertenece a ustedes.

A mis hermanas, quienes con su cariño, comprensión y palabras de aliento me han brindado compañía y respaldo en este recorrido académico. Gracias por estar siempre a mi lado, celebrando cada paso y dándome la confianza para seguir adelante.

A mis amigos, quienes con su compañía y consejos me recordaron que el camino del estudio también se enriquece con momentos de alegría y motivación. Su apoyo ha sido un estímulo importante en esta etapa de mi vida.

A mis compañeros de estudio, con quienes compartí horas de esfuerzo, discusiones académicas y aprendizajes mutuos. Gracias por la colaboración, el respeto y el compañerismo que fortalecieron esta experiencia universitaria.

A Derian, mi compañero de sueños, gracias por brindarme tu apoyo incondicional, tus palabras de ánimo en los momentos más difíciles y por recordarme siempre mi capacidad de salir adelante. Tu amor, paciencia y confianza me han motivado a dar lo mejor de mí en este proceso.

A los docentes que, con su dedicación, compromiso y conocimientos, contribuyeron a mi formación académica y profesional. Cada enseñanza recibida me permitirá aplicar con responsabilidad lo aprendido en mi vida laboral y personal.

A todos quienes, de una u otra forma, han sido parte de este camino, les expreso mi más sincero agradecimiento

Katia Yudith Argueta Ramos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento y en primer lugar a DIOS, fuente de toda fortaleza, sabiduría y esperanza. A él le debo la oportunidad de haber llegado hasta aquí, pues en cada momento difícil me sostuvo con su amor, fidelidad, y en cada triunfo me ha demostrado la importancia de la fe, la perseverancia y la gratitud. Su guía ha sido el pilar que me ha acompañado durante todo este proceso.

De igual manera, agradezco con todo mi corazón a mi familia; a mi madre y padre, quienes han sido el motor y la inspiración, que me impulsaron a continuar cuando las fortalezas parecían agotarse, agradezco su apoyo incondicional, sus sacrificios y sus enseñanzas de esfuerzo y responsabilidad que siempre recordare como la base de mis logros, sus consejos, también les expreso mi gratitud, a mis hermanas, a mis tíos, tías, primos, primas, a mis abuelos, abuela, gracias por cada oración dada al creador para poder llenarme de sabiduría y fortaleza, por cada palabra de aliento, de ánimo, gracias por su comprensión y por estar presente en mi vida, en especial a mi tío Mario Urbina, a mi tío Dolores Urbina, y tía Leonila Sorto, ellos son una fuente de motivación en mi vida.

También agradecer a mi tía, Ana de Jesús Velis, y a mi Abuelo Erasmo Canales, ellos se me adelantaron, ellos ya culminaron su carrera, de la vida, y aunque ya no están físicamente con nosotros, ellos creyeron en mí y su apoyo fue incondicional, en este camino académico.

A mis amigos, en especial a Sebastián Portillo, Mario Iglesias, Roselin Ávila, Leslie Luna, Gerardo López, Sara Hernández, Yesica Mejía, les agradezco por cada momento de compañía, de risas, de apoyo sincero y de motivación en los días en los que parecían más fácil rendirme que continuar. Su amistad ha sido un refugio y una fuerza invaluable para seguir adelante.

De manera especial, quiero agradecer a mis compañeros y compañeras, amigos y amigas de la universidad; Miguel Pereira, Erika Ramos, Wendy Meza, Celia Vásquez, Kevin Amaya, Erick Portillo, Keyla Argueta, Katia Ramos, Rory Ramos, Saúl Castro, Paul Gómez, gracias por compartir horas de estudios, proyectos, experiencia y aprendizajes que marcaron esta etapa tan significativa. Más allá de lo académico, me enseñaron el verdadero, valor de amistad y compañerismo, solidaridad y amistad.

Este logro no es solo resultado de mi esfuerzo, sino también de cada oración, consejo, abrazo y palabra de aliento que recibí. A DIOS, a mi familia, amigos y amigas, compañeros y compañeras universitarios, les dedico este trabajo con mi profundo agradecimiento, porque cada uno de ustedes ha sido parte esencial en este camino.

Geisol de la Paz Canales Urbina

Es un honor para mí dedicar y expresar mi más profundo agradecimiento, en primer lugar, agradezco profundamente a Dios, quien fue mi fortaleza y apoyo espiritual durante este camino universitario. En cada momento de duda, cansancio o dificultad, Su presencia me dio la serenidad y el valor para seguir adelante, recordándome que con fe y esfuerzo todo es posible.

A mi madre Alicia, quien con su amor incondicional y sacrificios constantes me brindó siempre lo mejor. Desde pequeña se aseguró de que nada me faltara, aún cuando eso significara dejar de lado muchas cosas para ella. Su ejemplo de lucha, dedicación y entrega es el mayor regalo que he recibido y una de las razones principales por las que hoy puedo celebrar este logro.

A mi abuela Teresa, quien ha sido un pilar fundamental en mi vida. Desde mis primeros años en kínder hasta llegar a la universidad, siempre estuvo a mi lado apoyándome, animándome y recordándome que era capaz de alcanzar cualquier meta. Sus palabras y cariño han marcado mi vida de una forma invaluable.

A mi padre Leonel, que aunque ya no se encuentra físicamente conmigo, sé que siempre creyó en mí. Su confianza y amor permanecen en mi corazón y han sido una motivación más para cumplir este sueño. A toda mi familia, quienes de diferentes maneras estuvieron presentes en este proceso, brindándome apoyo, palabras de aliento y celebrando cada paso que daba hacia esta meta.

A mis amigos, gracias por estar en los momentos en los que más los necesité, por sus palabras de ánimo y por recordarme que todo estaría bien, de manera especial, quiero agradecer a mis compañeros de carrera, con quienes compartí incontables horas de estudio, trabajos en equipo, proyectos y desvelos preparando parciales. Con ellos aprendí que la universidad no solo se trata de esfuerzo y sacrificio, sino también de amistad, compañerismo y apoyo mutuo. Aunque

hubo momentos de frustración, de no saber cómo resolver cada reto, siempre encontramos la manera de salir adelante. Entre risas, cansancio, aprendizajes y soluciones, hicieron que este camino no se sintiera tan pesado. Me llevo de cada uno de ellos recuerdos y enseñanzas que atesoraré siempre.

Finalmente, agradezco a todas las personas que de una u otra forma creyeron en mí, me motivaron a seguir mis sueños y me brindaron su apoyo en este proceso. Este logro no es solo mío, sino también de quienes caminaron conmigo y me ayudaron a no rendirme. A todos ustedes, gracias de corazón.

Milagro de la Paz Moran Domínguez

A lo largo de esta trayectoria, han sido muchas las personas que me han acompañado y han contribuido de manera significativa en mi vida para alcanzar este logro. Hoy quiero dedicar unas palabras de agradecimiento a quienes me han brindado su apoyo incondicional durante todo este proceso.

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fortaleza, sabiduría y salud necesarias para llegar hasta este momento, por guiar cada paso de mi vida académica y personal. Su presencia en mi vida ha iluminado mi camino, sin su guía este logro no habría sido posible.

A mis padres, Marta Argueta y Enrique Parada, por ser mi mayor ejemplo de amor, esfuerzo y sacrificio. Su apoyo incondicional ha sido la base sobre la cual he construido cada paso de mi vida académica. Gracias por enseñarme con su ejemplo que los sueños se alcanzan con trabajo, disciplina y fe.

A mis hermanos, Natali y Aaron, quienes han sido una compañía invaluable en este camino. Su cariño y apoyo han significado un aliento constante para nunca rendirme y seguir luchando por mis metas.

A mis queridas abuelas, Eufemia Reyes y Orbelina Gómez, por su amor inagotable, comprensión y valiosos consejos. Sus oraciones y alegría en cada uno de mis logros me han dado fuerza en los momentos más difíciles y me han recordado la importancia del amor y la unión familiar.

Agradezco inmensamente a mi tía Ana y a mis tíos Oscar, Ovidio, Ernesto, Carlos y Álvaro, quienes con su apoyo, cariño y consejos siempre han estado a mi lado, brindándome motivación; también a mi tío Joel, quien, aunque ya no se encuentra físicamente con nosotros, permanece vivo en mi corazón.

A toda mi familia, que siempre fueron un pilar fundamental para cumplir este sueño. Cada palabra de aliento, cada gesto y cada consejo que me brindaron lo atesoro en mi corazón.

A Henry, una persona muy especial en mi vida, que me ha brindado su apoyo incondicional y cálida compañía durante muchas etapas de este largo camino.

A mis docentes de la carrera y el curso de Pre-especialización, quienes me formaron profesionalmente en todo este transcurso académico.

A mis compañeros de universidad, les agradezco profundamente por su apoyo y colaboración a lo largo de esta etapa académica. Cada momento compartido, cada consejo y cada desafío superado juntos han dejado una huella imborrable en mi formación y en mi vida personal. A medida que llegamos al final de este ciclo, valoro aún más la cercanía y el compañerismo que hicieron que los momentos difíciles fueran más llevaderos y los logros aún más significativos. Y este capítulo de nuestra vida llegó a su fin.

Keila Ilenia Parada Argueta

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	19
PALABRAS CLAVES:	19
ABSTRACT	20
KEYWORDS:	20
INTRODUCCION	21
OBJETIVOS	22
OBJETIVO GENERAL	22
OBJETIVOS ESPECIFICOS	22
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	23
Principales competidores	23
Benchmarking de los competidores	24
Retos de la industria	25
Tendencias de la Industria	27
ANÁLISIS DE NEGOCIO	29
ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE PRODUCTO	29
Modelos de Negocio	29
LISTADO DE PRODUCTOS:	30
Informe de ventas por productos/ servicios.	33
Escalera de valor:	34

Precio de productos:	34
Observaciones en cuanto a calidad y presentación.	35
Potenciales nuevos productos/ servicios	36
Potenciales nuevos negocios a adoptar	37
Modelo de espacio de creadores asociados (C2C)	37
Modelo de Suscripción para Crea y Regala.	38
ADMINISTRACIÓN	39
FILOSOFIA EMPRESARIAL.	39
MISIÓN:	39
VISIÓN:	40
VALORES:	40
ORGANIGRAMA DE CREA Y REGALA	41
Elaboración propia	41
Facturación ERP	42
Plan estratégico	42
FODA	42
Talento humano Crea y Regala	42
FINANZAS:	45
Clasificación de costos de la empresa	45
ESTADO DE RESULTADOS	47

BALANCE GENERAL	48
INDICADORES FINANCIEROS	49
Margen de Utilidad bruta.	49
Punto de equilibrio.....	49
Rentabilidad sobre activos.	49
Prueba Acida.	50
ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO:.....	50
ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL:	51
RESULTADO DE ANALISIS.....	52
Producto.....	52
Observaciones.....	52
Puntos positivos:.....	52
Áreas de mejora:	52
Recomendaciones:.....	53
Administración	53
Observaciones.....	53
Puntos positivos:.....	53
Áreas de mejora:	53
Recomendaciones:.....	54
Operaciones	54

Observaciones.....	54
Puntos positivos:.....	54
Áreas de mejora:	55
Recomendaciones:.....	55
Marketing	56
Observaciones.....	56
Puntos positivos:.....	56
Áreas de mejora:	56
Recomendaciones:.....	57
PLAN ESTRATEGICO.....	57
OBJETIVOS.....	57
Objetivo General del Plan Estratégico:	57
Objetivos Específicos:.....	57
PLAN ESTRATÉGICO.....	58
CONCLUSIONES:	62
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:.....	63
ANEXOS.....	64
Manual de procesos:	77
MANUAL DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL.....	87

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Listado de productos	30
Tabla 2. Informe de ventas por productos/ servicios.....	33
Tabla 3. Precio de productos.....	35
Tabla 4. Puestos y habilidades	43
Tabla 5. Según la función	45
Tabla 6. Según su comportamiento.....	45
Tabla 7. Según su identificación como producto	46
Tabla 8. Según su naturaleza.....	46
Tabla 9. ESTADO DE RESULTADOS	47
Tabla 10. BALANCE GENERAL	48
Tabla 11. ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO	50
Tabla 12. ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL	51
Tabla 13. Corto plazo (0-6 meses).....	58
Tabla 14. Mediano plazo (6-12 meses).....	59
Tabla 15. Largo plazo (1 año en adelante).....	59
Tabla 16. Corto plazo.....	60
Tabla 17. Mediano plazo.....	60
Tabla 18. Largo plazo	61

Tabla 19. Impacto económico	61
Tabla 20. Calendario de contenido	68
Tabla 21. PRESUPUESTO	76
Tabla 22. PROYECCIONES	76

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 LIENZO CANVAS DEL NEGOCIO.....	39
FIGURA 2 ORGANIGRAMA	41

RESUMEN

El presente trabajo analiza a la empresa Crea y Regala, dedicada a la elaboración y comercialización de regalos personalizados con valor emocional. El propósito fue identificar sus principales fortalezas, debilidades y oportunidades, así como proponer estrategias que favorezcan su crecimiento y consolidación en el mercado salvadoreño.

La investigación se realizó mediante un enfoque descriptivo y analítico, considerando el análisis financiero, comparaciones con competidores directos y la evaluación de procesos internos en administración, operaciones y marketing. Además, se diseñó un plan estratégico con acciones a corto, mediano y largo plazo.

Los resultados evidencian que Crea y Regala posee ventajas en la personalización emocional de productos, la atención cercana al cliente y la innovación en diseños. No obstante, enfrenta limitaciones como la ausencia de manuales y procesos formales, la dependencia de redes sociales como único canal de ventas y la necesidad de una estrategia digital más profesional. A nivel financiero, se proyecta un crecimiento sostenido del 15 % anual en ventas, alcanzando \$22,640.59 en 2027.

En conclusión, Crea y Regala tiene el potencial de consolidarse como referente en el sector de regalos personalizados en El Salvador. Para lograrlo, debe fortalecer la formalización administrativa, capacitar al talento humano e implementar nuevos canales de venta y marketing. El plan estratégico planteado establece un camino realista y sostenible hacia su crecimiento y posicionamiento competitivo.

PALABRAS CLAVES: Regalos, personalización, innovación, emocional.

ABSTRACT

This paper analyzes Crea y Regala, a company dedicated to the development and marketing of personalized gifts with emotional value. The purpose was to identify its main strengths, weaknesses, and opportunities, as well as to propose strategies to promote its growth and consolidation in the Salvadoran market.

The research was conducted using a descriptive and analytical approach, considering financial analysis, comparisons with direct competitors, and the evaluation of internal processes in administration, operations, and marketing. In addition, a strategic plan was designed with short-, medium-, and long-term actions.

The results show that Crea y Regala has advantages in the emotional personalization of products, close customer service, and design innovation. However, it faces limitations such as the lack of formal manuals and processes, the dependence on social media as the sole sales channel, and the need for a more professional digital strategy. On a financial level, sustained annual sales growth of 15% is projected, reaching \$22,640.59 in 2027.

In conclusion, Crea y Regala has the potential to consolidate its position as a leader in the personalized gift sector in El Salvador. To achieve this, it must strengthen its administrative formalization, train its human talent, and implement new sales and marketing channels. The proposed strategic plan establishes a realistic and sustainable path toward growth and competitive positioning.

KEYWORDS: Gifts, personalization, innovation, emotional.

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como finalidad analizar de manera integral a la empresa Crea y Regala, un emprendimiento salvadoreño dedicado a la elaboración de productos personalizados con alto valor emocional. La investigación aborda aspectos clave como el análisis de la industria, el diagnóstico de la situación actual de la empresa, la administración, operaciones, marketing y finanzas, con el propósito de identificar sus fortalezas, áreas de mejora y proyecciones futuras.

En un mercado cada vez más competitivo, caracterizado por la innovación y la demanda de experiencias únicas, Crea y Regala se posiciona como una alternativa diferenciada al no limitarse únicamente a la venta de productos, sino al diseño de detalles que transmiten emociones y generan recuerdos significativos. A lo largo del estudio se destacan sus ventajas competitivas, la importancia de la personalización, así como la necesidad de implementar estrategias que fortalezcan su crecimiento y consolidación en el sector de regalos personalizados.

Asimismo, el documento incluye un análisis financiero y proyecciones de ventas que permiten evaluar la rentabilidad del negocio, junto con propuestas estratégicas de innovación y marketing digital que buscan garantizar su sostenibilidad a mediano y largo plazo. En síntesis, el trabajo ofrece una visión global de la empresa y propone lineamientos que contribuyan a su desarrollo, consolidación y expansión dentro del mercado salvadoreño.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Posicionar a Crea y Regala como una marca referente en regalos personalizados con valor emocional, fortaleciendo su presencia en redes sociales y aumentando sus ventas mediante estrategias de fidelización y diferenciación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Incrementar la visibilidad digital de la marca.
2. Aumentar las ventas en un 15% en fechas clave (Día de la Madre, San Valentín, Navidad).
3. Fidelizar clientes mediante seguimiento postventa y promociones exclusivas.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Principales competidores

En el mercado de productos personalizados, Crea y Regala enfrenta competencia directa de varias empresas locales que también se han posicionado en este rubro. Entre los principales competidores destacan Tu Regalo, Sublimake y D' Perlas Joyería, cada uno con características particulares que los convierten en actores relevantes en la industria.

Tu Regalo es una empresa especializada en la sublimación de productos como tazas, camisas, termos y vinil textil. Su fortaleza radica en la diversidad de su catálogo y en su capacidad de atender una amplia demanda en fechas especiales. Es considerado uno de los competidores más directos para Crea y Regala, ya que se enfoca también en la personalización de artículos utilizados como regalos.

Sublimake, por su parte, ofrece servicios de estampado y sublimación en una variedad de productos que incluyen tazas, llaveros y camisas. Esta empresa ha logrado una buena presencia en el mercado local gracias a su propuesta visual atractiva y a la constante innovación en sus diseños. Su enfoque también está centrado en el público que busca artículos personalizados con estilo.

Finalmente, D' Perlas Joyería representa una competencia importante en el segmento de accesorios personalizados, especialmente aquellos elaborados en acero. Esta empresa se ha posicionado como una opción preferida en fechas especiales, como aniversarios o celebraciones de pareja, gracias a sus diseños emocionales y su acabado profesional. Su especialización en joyería personalizada la convierte en una alternativa directa frente a Crea y Regala en la categoría de regalos con alto valor sentimental.

Benchmarking de los competidores

Buenas prácticas (fortalezas de la competencia):

Crea y Regala compete actualmente con tres empresas destacadas en el rubro de personalización: Tu Regalo, Sublimake y D' Perlas Joyería. Cada una de estas marcas tiene sus propias fortalezas que vale la pena analizar.

En el caso de Tu Regalo, su principal fortaleza es la variedad de productos que ofrece, incluyendo tazas, camisas, botellas y vinil textil. Además, cuentan con estrategias promocionales bien planificadas que aprovechan fechas especiales, lo que les permite atraer clientes con mayor facilidad. También tienen una presencia activa en redes sociales, lo que refuerza su alcance en el mercado digital.

Sublimake se destaca por la calidad en sus procesos de estampado y sublimación. Además, muestran innovación constante en el diseño de sus productos personalizados, lo que los posiciona como una opción moderna y atractiva. A nivel local, gozan de buen reconocimiento gracias a su consistencia en la oferta.

Por su parte, D' Perlas Joyería ha logrado consolidarse como un fuerte competidor en el ámbito de los detalles personalizados, especialmente en productos metálicos como joyería en acero. Se enfocan en artículos emocionales, bien acabados, con alta percepción de valor. Su fortaleza también reside en su especialización en fechas clave como San Valentín o Día de la Madre, cuando el consumidor busca regalos únicos y significativos.

Malas prácticas (debilidades observadas):

Sin embargo, también se han identificado algunas debilidades. En el caso de Tu Regalo y Sublimake, ambos tienden a enfocarse solo en el producto como tal, sin ofrecer una experiencia emocional completa. A diferencia de Crea y Regala, que incluye empaques personalizados, frases y detalles adicionales, estas marcas limitan su propuesta a la entrega del producto personalizado. Además, su atención al cliente puede carecer de cercanía o personalización, lo que debilita la relación con el consumidor.

En cuanto a D' Perlas Joyería, su enfoque exclusivo en accesorios metálicos podría limitar su versatilidad para incursionar en otras categorías de regalo. Además, aunque sus productos son bien presentados, no siempre se complementan con empaques o elementos que refuercen la experiencia del cliente.

La ventaja competitiva de Crea y Regala reside precisamente en ese enfoque emocional. No solo vende un producto, sino que ofrece una experiencia completa. Combina artículos como tazas, llaveros y cajas decorativas, todo personalizado con mensajes significativos y adaptado a ocasiones especiales. Esta estrategia ha permitido a la empresa posicionarse no solo como una opción decorativa, sino como una elección sentimental que conecta con el cliente.

Retos de la industria

La industria de los productos personalizados enfrenta una serie de desafíos que Crea y Regala debe considerar para mantener su posicionamiento y competitividad.

En primer lugar, la alta competencia es uno de los principales retos. Existen múltiples empresas, tanto locales como en línea, que ofrecen sublimación, joyería personalizada y otros

productos similares. Esto obliga a Crea y Regala a innovar constantemente en su oferta, diseño y experiencia de compra para diferenciarse.

Otro desafío importante es la competencia en precios. Empresas como Tu Regalo y Sublimake pueden ofrecer productos a un costo más bajo, lo que representa una amenaza directa. Ante esto, Crea y Regala debe justificar sus precios mediante la calidad del producto, la personalización detallada y la presentación cuidada que ofrece.

También es fundamental adaptarse a los cambios en las tendencias de consumo. Los clientes actuales buscan productos con valor emocional, pero también están cada vez más interesados en opciones sostenibles, hechas a mano o con historia. Esto representa una oportunidad para Crea y Regala si incorpora prácticas responsables o materiales ecológicos en su producción.

Por otro lado, el aumento en los costos de insumos y la logística representa una presión directa sobre la rentabilidad. Materiales como tintas, textiles y metales han incrementado su valor, y el manejo de envíos personalizados puede ser costoso. Por ello, es clave tener una buena relación con proveedores, optimizar procesos y mantener una gestión financiera eficiente.

Finalmente, la digitalización y atención al cliente son aspectos clave. Hoy en día, la venta en redes sociales y plataformas digitales no solo es una ventaja, sino una necesidad. Crea y Regala debe garantizar que su servicio en línea sea rápido, personalizado y empático, lo que puede convertirse en una herramienta poderosa para fidelizar clientes y competir con marcas de mayor presupuesto publicitario.

Tendencias de la Industria

La industria de los productos personalizados ha evolucionado rápidamente con el avance de la tecnología y las nuevas expectativas de los consumidores. En este contexto, Crea y Regala ha adoptado diversas estrategias innovadoras que le permiten mantenerse vigente y competitiva, adaptándose a las tendencias actuales del mercado. Entre ellas se destacan la personalización en tiempo real, el uso de nuevos productos para sublimación, y un enfoque fuerte en sostenibilidad y tecnología.

La personalización en tiempo real se ha convertido en un diferenciador clave, permitiendo a los clientes visualizar sus productos antes de imprimirlos. Crea y Regala ha considerado implementar estaciones interactivas dentro de la tienda, donde los usuarios puedan diseñar desde tablets y obtener una vista previa inmediata. Esta mejora no solo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también reduce errores y desperdicio de materiales. Asimismo, la diversificación de productos personalizados va más allá de tazas y camisetas, incluyendo artículos innovadores como termos, mochilas, fundas de almohadas y cojines, ampliando el catálogo de manera estratégica.

Otra tendencia destacada es la incorporación de estilos gráficos modernos como el minimalismo y lo vintage. En 2025, los tonos pastel y las ilustraciones sencillas están marcando pauta, por lo que Crea y Regala busca adaptar sus diseños para atraer a las nuevas generaciones. Esta sensibilidad estética también se extiende al empaque: los packaging personalizados elevan la experiencia de regalo, generando un valor emocional añadido. Además, la empresa ha integrado opciones ecoamigables utilizando tintas ecológicas, materiales reciclados y productos reutilizables como camisetas de algodón orgánico y botellas térmicas.

Crea y Regala también está apostando por nuevas formas de venta, como el uso intensivo de redes sociales y plataformas digitales para promocionar productos, recibir pedidos y ofrecer atención directa. A través de publicaciones interactivas, videos del proceso creativo y colaboraciones con influencers, la marca logra ampliar su alcance y conectar con el público de forma más auténtica. Este enfoque omnicanal se complementa con modelos de negocio flexibles como la personalización por encargo, venta directa, y el desarrollo de merchandising para empresas y eventos, lo que abre nuevas fuentes de ingreso.

Finalmente, la propuesta de lanzar colecciones temáticas y ediciones limitadas para fechas especiales como Navidad, San Valentín o el Día de la Madre permite crear urgencia en la compra y mantener el interés del consumidor activo durante todo el año. La asesoría personalizada y el acompañamiento en el diseño siguen siendo elementos diferenciadores que consolidan la reputación de Crea y Regala como una marca cercana, creativa y comprometida con la calidad.

En conclusión, Crea y Regala demuestra cómo la integración de tendencias tecnológicas, sustentabilidad y personalización puede impulsar el crecimiento y posicionamiento de un negocio artesanal. Su capacidad de adaptación a las demandas del mercado, junto con la innovación constante, la proyectan como una empresa líder en la industria de productos personalizados.

ANÁLISIS DE NEGOCIO.

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE PRODUCTO

Modelos de Negocio.

El análisis de ventas de la empresa “Crea y Regala” muestra una estrategia de diversificación de productos personalizados que abarca desde artículos comunes como tazas y camisas, hasta arreglos florales y peluches.

Entre los productos más rentables se encuentran las camisas, cojines, peluches y arreglos florales, todos con un margen de rentabilidad del 400%, lo cual indica un posicionamiento adecuado para productos de alto valor emocional y presentación estética. Otros productos como las cadenas (50%) o llaveros (100%) presentan menor rentabilidad, lo que puede deberse a un menor valor percibido o una estrategia de precios menos agresiva.

En cuanto a los precios de venta y envío, la estructura sigue una lógica de estandarización del costo de envío en \$3 por unidad, independientemente del producto, lo cual simplifica la gestión logística y da claridad al cliente. El precio de los productos varía desde los \$5 (gorras) hasta los \$21 (cadenas), mostrando una oferta accesible y con buena cobertura de diferentes niveles de poder adquisitivo.

Este enfoque permite alcanzar distintos segmentos del mercado, combinando artículos funcionales con un enfoque altamente emocional, apoyado por la presentación y personalización, características valoradas en el mercado de regalos personalizados (Kotler & Keller, 2012).


La escalera de valor, propuesta por Kotler y Armstrong (2018), establece que los clientes pueden ser guiados a través de un proceso de compra que comienza desde un producto básico,

hacia un producto aumentado, hasta alcanzar un producto potencial. En el contexto de “Crea y Regala”, esta herramienta no resulta plenamente aplicable.

Esto se debe a que la empresa no ofrece un solo producto con mejoras incrementales a lo largo del tiempo. Por el contrario, su modelo de negocio está basado en la diversidad de productos únicos y personalizados, lo cual no permite escalar un producto base en niveles de valor agregado. En lugar de ofrecer una versión básica de un artículo y luego complementarla (por ejemplo, una taza simple que evoluciona a una taza con diseño, luego con empaque especial, etc.), “Crea y Regala” ya entrega el producto final con todos los atributos emocionales desde el inicio.

LISTADO DE PRODUCTOS:

Tabla 1. Listado de productos

Producto	
Termos	
Tazas	

Botellas Térmicas.	
Llaveros en gravado laser.	<p data-bbox="1029 495 1219 520">LLAVERO 8 FORMAS</p> 
Cadenas de acero personalizadas.	
Camisas de algodón sublimada	
Cojines personalizados	

<p>Gorras personalizados</p>	
<p>Peluches</p>	
<p>Arreglos florales</p>	

Informe de ventas por productos/ servicios.

Tabla 2. Informe de ventas por productos/ servicios

Producto	Cantidad	Costo	Precio Unitario	Costo Total	Venta Total	Rentabilidad	% de la venta
Tazas	30	\$ 1.00	\$2.00	\$30.00	\$60.00		
termos	10	\$ 1.00	\$4.00	\$10.00	\$40.00	300%	10%
Botellas	15	\$ 1.00	\$3.50	\$15.00	\$52.50	250%	13%
Llaveros	20	1.00	\$2.00	\$20.00	\$40.00	100%	10%
Cadenas	10	\$ 1.00	\$1.50	\$10.00	\$15.00	50%	4%
Camisas	10	\$ 1.00	\$5.00	\$10.00	\$50.00	400%	13%
Cojines	10	\$ 1.00	\$5.00	\$10.00	\$50.00	400%	13%
Gorras	5	\$ 1.00	\$2.00	\$5.00	\$10.00	100%	3%
Peluches	5	\$ 1.00	\$5.00	\$5.00	\$25.00	400%	6%
Arreglos Florales	10	\$ 1.00	\$5.00	\$10.00	\$50.00	400%	13%
Total				\$125.00	\$392.50		85%

Escalera de valor:

No aplica. Por lo tanto, la escalera de valor tradicional no es el enfoque más apropiado para analizar esta empresa, dado que su propuesta de valor se basa en la experiencia emocional integral desde el primer contacto con el cliente, y no en una progresión de mejoras escalonadas (Solomon, 2018).

Precio de productos:

La estrategia de precios, combinada con la alta rentabilidad de productos clave y una oferta emocional bien posicionada, permite a “Crea y Regala” mantener competitividad en un mercado saturado. Sin embargo, debe evaluar la rentabilidad individual de productos con menor margen y considerar la creación de paquetes que generen ventas cruzadas.

En cuanto a la escalera de valor, se recomienda explorar otras herramientas estratégicas más adecuadas para modelos de negocio experienciales y personalizados, como el marketing sensorial o la teoría de la propuesta de valor emocional.

Tabla 3. Precio de productos

Producto	Precio	Envío
Termos	\$12	\$3
Botellas	\$15	\$3
Llaveros	\$8	\$3
Cadenas	\$21	\$3
Tazas	\$15	\$3
Camisas	\$18	\$3
Cojines	\$10	\$3
Gorras	\$5	\$3
Peluches	\$15	\$3
Arreglos Florales	\$15	\$3

Observaciones en cuanto a calidad y presentación.**Calidad:**

En el entorno competitivo del emprendimiento artesanal, factores como la calidad del producto, la presentación y la capacidad de innovar juegan un papel crucial para lograr la sostenibilidad y el crecimiento de las marcas. Crea y Regala, empresa dedicada a la personalización de artículos como tazas, llaveros y pulseras, ha desarrollado un enfoque integral que combina estos tres pilares, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente y diferenciarse en un mercado saturado.

El compromiso con la calidad se manifiesta desde la selección de materias primas hasta el producto final. Se hace énfasis en utilizar materiales resistentes, adecuados para técnicas específicas como la sublimación o el grabado, lo cual garantiza durabilidad y una presentación profesional. La empresa busca evitar el uso de insumos que se deterioren fácilmente, ya que estos afectan la percepción del cliente y pueden comprometer la reputación de la marca. Asimismo, se realizan pruebas de resistencia en productos clave, como la durabilidad de la impresión en tazas ante lavados frecuentes o la resistencia de los llaveros ante caídas y exposición al agua. Este enfoque proactivo en la evaluación del desempeño del producto es una herramienta vital para garantizar la satisfacción del cliente y reducir devoluciones.

Presentación del Producto:

Junto a la calidad del producto, la presentación cumple una función estratégica. Un empaque bien diseñado no solo protege el contenido, sino que también comunica los valores de la marca. Crea y Regala ha planteado el uso de empaques personalizados con su identidad visual, materiales reciclables y elementos distintivos como etiquetas con redes sociales, tarjetas de agradecimiento e incluso sorpresas como stickers o cupones de descuento.

Estos detalles refuerzan la conexión emocional con el cliente y promueven la fidelización. Además, la empresa cuida cada detalle en el momento de la entrega, asegurando que los productos estén en perfecto estado, limpios y libres de marcas o imperfecciones.

Potenciales nuevos productos/ servicios

La empresa incorporará nuevos productos como artículos personalizados para eventos, accesorios de oficina y accesorios de moda, con el objetivo de ampliar su oferta y responder a distintas necesidades del mercado. Además, ofrecerá nuevos servicios, entre los que destacan

productos sostenibles, consultoría en diseño personalizado y programas de fidelidad o membresía que fortalezcan la relación con los clientes.

Potenciales nuevos negocios a adoptar

Modelo de espacio de creadores asociados (C2C)

OBJETIVO:

Facilitar el acceso a productos exclusivos y artesanales, promoviendo la colaboración con emprendedores locales que comparten el mismo compromiso por la calidad y el diseño personalizado. A través de esta iniciativa, Crea y Regala busca consolidarse como un espacio integral donde diversos creadores puedan exhibir y comercializar sus productos, ampliando la oferta para nuestros clientes mientras apoyamos el talento local.

Pasos para Implementar el Modelo C2C en Crea y Regala.

Para implementar el modelo en Crea y Regala, primero se debe seleccionar a 2 o 3 emprendedores locales cuyos productos complementen los de Crea y Regala, como velas artesanales, papelería personalizada, o accesorios. Luego definir los términos de colaboración, como un porcentaje de comisión sobre ventas y cómo se gestionará la reposición de stock. Crear un espacio físico en tu tienda para exponer los productos, destacándolos con etiquetas y una presentación atractiva, o bien, si es online, habilitar una sección exclusiva en la página web o redes sociales para estos productos. Promocionar esta nueva sección de manera destacada en Instagram, Facebook y WhatsApp, mostrando el proceso de los emprendedores y realizando publicaciones e historias para generar interés. Además, organizar promociones conjuntas o sorteos con los productos para incentivar la participación de los clientes. Realizar un seguimiento continuo para evaluar el desempeño de los productos y recopilar feedback de los emprendedores

y clientes para ajustar la oferta y mejorar la experiencia. Una vez validado el modelo, ampliar la cantidad de emprendedores y organizar eventos o ferias para darles mayor visibilidad.

Modelo de Suscripción para Crea y Regala.






Por otro lado, la empresa ha propuesto la incorporación de un modelo de suscripción que permite a los clientes recibir productos exclusivos de forma recurrente. Esta estrategia busca fomentar la lealtad del cliente mediante dos niveles de suscripción: uno básico, que ofrece un artículo personalizado mensual, y otro premium, que incluye productos adicionales, descuentos y beneficios exclusivos. Este modelo representa una fuente de ingresos predecible para la empresa, al tiempo que proporciona al cliente una experiencia constante y renovada con la marca. Además, el componente sorpresa que incluye regalos o lanzamientos anticipados fortalece el vínculo emocional con la marca y genera expectativa.

En conclusión, Crea y Regala ejemplifica cómo la combinación de estándares de calidad, estrategias de presentación y modelos de negocio innovadores puede impulsar un emprendimiento artesanal hacia la consolidación en el mercado. La atención al detalle, tanto en el producto como en la experiencia del cliente, sumada a la apertura hacia la colaboración y la fidelización, establece una base sólida para el crecimiento sostenible y el posicionamiento de marca. Este caso demuestra que el éxito de un emprendimiento no solo depende del producto, sino de la visión estratégica que lo respalda.

ADMINISTRACIÓN

Figura 1 Lienzo canvas del negocio

Empresa: Crea y regala

<p>Socios Clave</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de insumos y empaques. • Distribuidores ecolegiess y aliados emprendedores (inódelo CZC). • Influencers y servicios de mensajería. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño, producción y empaguetado. • Gestión de pedidos, atención al cliente y promoción. 	<p>Propuestas de Valor</p>  <p>Convertimos productos personalizados en experiencias emocionales memorables, combinando creatividad, diseño único y empaques que transmiten sentimientos en cada ocasión especial</p>	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención cercana y asesoramiento personalizado. • Comunicación continua y seguimiento postventa. • Detalles, como tarjetas y obsequios para fidelizar. 	<p>Segmento de clientes</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Personas que buscan regalos personalizados y significativos • Parejas y familias para fechas especiales • Empresas y emprendedores que requieren productos promocionales o de marca.
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insumos, producción y empaques. • Publicidad, sueldos y logística. 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta directa de productos personalizados. • Encargos temáticos y merchandising corporativo. • Suscripciones mensuales y alianzas con emprendedores. 		

FILOSOFIA EMPRESARIAL.

MISIÓN:

Transformar momentos especiales en recuerdos inolvidables mediante la creación de regalos personalizados y artísticos, combinando calidad, creatividad y un servicio al cliente excepcional.

VISIÓN:

Ser el referente en el mercado de regalos personalizados, ofreciendo experiencias únicas y memorables a través de productos creativos que comparten la esencia y el espíritu de cada ocasión especial.

VALORES:**Creatividad:**

Fomentamos un entorno donde la innovación y la imaginación florecen, y donde cada miembro del equipo se siente inspirado para ofrecer productos únicos y sorprendentes.

Personalización:

Valoramos la singularidad de cada cliente y nos comprometemos a adaptar nuestros productos para reflejar sus necesidades y deseos individuales.

Excelencia en el servicio:

Nos esforzamos por superar las expectativas del cliente en cada interacción, proporcionando un servicio amable, eficiente y atento.

Colaboración:

Trabajamos en equipo para compartir ideas y talentos, apoyándonos mutuamente para lograr los objetivos comunes y fomentar un ambiente de trabajo positivo.

Integridad:

Mantenemos altos estándares de ética y transparencia en todas nuestras operaciones, desde la relación con proveedores hasta la interacción con los clientes.

Innovación continua:

Fomentamos un espíritu de innovación constante, buscando nuevas formas de sorprender a nuestros clientes con productos y soluciones creativas que marquen la diferencia en el mercado

Adaptabilidad:

Nos mantenemos flexibles y dispuestos a ajustarnos a las necesidades cambiantes del mercado y de nuestros clientes, respondiendo rápidamente a nuevas demandas y oportunidades.

ORGANIGRAMA DE CREA Y REGALA

Figura 2 Organigrama



Elaboración propia

Facturación ERP

Actualmente, la empresa no cuenta con un sistema integrado de ventas, facturación o un ERP que unifique sus procesos. Sin embargo, reconoce la importancia de este tipo de herramientas para mejorar la eficiencia y la organización de la gestión empresarial, optimizando tanto el control de operaciones como la toma de decisiones estratégicas.

Plan estratégico

La empresa actualmente no dispone de un plan estratégico que sirva como guía para orientar y coordinar las acciones relacionadas con este ámbito. Esto limita la capacidad de establecer metas claras, definir prioridades y optimizar los esfuerzos necesarios para ingresar o consolidarse en mercados internacionales.

FODA

La empresa no cuenta con FODA.

Talento humano Crea y Regala

¿Tienen manuales y procesos de contratación?

Actualmente, Crea y Regala no cuenta con manuales ni procesos de contratación formalizados. La selección de apoyo operativo se realiza de manera empírica y basada en relaciones de confianza, tomando en cuenta recomendaciones o vínculos previos.

¿Tienen identificados los puestos y funciones?

Respecto a la estructura organizativa, se han identificado dos puestos clave dentro de la operación actual: la propietaria y encargada principal, y el asistente de producción y ventas. La

propietaria se encarga de la dirección general del negocio, diseño, producción y gestión de redes sociales. Para este puesto, se requieren habilidades interpersonales como empatía, liderazgo, creatividad, atención al detalle y orientación al cliente; así como habilidades técnicas como sublimación, diseño gráfico básico mediante herramientas como Canva, edición de video, empaque de productos y manejo de redes sociales. Por otro lado, el asistente de producción y ventas debe contar con habilidades interpersonales como amabilidad, comunicación efectiva, puntualidad y disposición para el trabajo en equipo, además de conocimientos técnicos en armado de pedidos, manejo básico de maquinaria (como la prensa de calor), atención al cliente y preparación de empaques decorativos.

Tabla 4. Puestos y habilidades

Puesto	Habilidades interpersonales	Habilidades técnicas
Propietaria y encargada principal	Empatía, liderazgo, creatividad, atención al detalle, orientación al cliente.	Sublimación, diseño gráfico básico, edición de video, empaques de productos, gestión de redes.
Asistente de producción y ventas.	Amabilidad, comunicación, puntualidad, disposición al trabajo en equipo.	Armado de pedidos, manejo básico de maquinaria (prensa de calor), atención al cliente y empaques decorativos.

¿Qué necesidades tienen de contratación?

Se identifica la necesidad de contratar personal que apoye en las áreas de producción, redes sociales y atención al cliente, especialmente en temporadas altas. También se proyecta incorporar a futuro una persona especializada en diseño gráfico y otra para ventas.

¿Cuál es el proceso que siguen para contratar?

El proceso es informal. Se basa en la observación de la actitud, referencias personales y entrevistas casuales. La fundadora busca personas que comprendan el valor emocional del producto y tengan interés en aprender sobre el rubro de regalos personalizados.

¿Aplican evaluaciones de desempeño?

Actualmente no se realizan evaluaciones formales. Sin embargo, se brinda retroalimentación directa y constante durante la elaboración de productos o atención al cliente para asegurar la calidad esperada.

¿Qué necesidades de capacitación tienen?

Por último, las necesidades de capacitación se dividen en dos áreas: técnicas e interpersonales. En el área técnica, es fundamental capacitar al personal en el manejo de maquinaria de sublimación, el uso de herramientas de diseño como Canva y CapCut, las técnicas de empaque y presentación, así como la gestión de redes sociales. En cuanto a las habilidades interpersonales, se identifican como prioritarias la atención al cliente con un enfoque emocional, la resolución de conflictos, el trabajo en equipo y el fortalecimiento de la creatividad y la proactividad, aspectos clave para mantener el enfoque diferencial de la marca.

FINANZAS:**Clasificación de costos de la empresa****Tabla 5. Según la función**

Tipo de Costo	Montos y Detalles
Costos de producción / venta	Compras: \$13,470.43 Inventario inicial: \$3,205.25 Inventario final: \$3,450.70
Costos de administración	Mantenimiento de local: \$104.74 Papelería y útiles: \$57.51
Costos de venta	Combustible: \$41.12 Mantenimiento de vehículo: \$7.71 Mensajería: \$739.30

Tabla 6. Según su comportamiento

Tipo de Costo	Montos y Detalles
Costos fijos	Mantenimiento de local: \$104.74 Papelería y útiles: \$57.51 Gastos médicos: \$800.00 Gastos de colegiatura: \$800.00

Costos variables	Compras: \$13,470.43 Combustible: \$41.12 Mantenimiento de vehículo: \$7.71 Mensajería: \$739.30
-------------------------	---

Tabla 7. Según su identificación como producto

Tipo de Costo	Montos y Detalles
Costos directos	Compras de mercadería: \$13,470.43
Costos indirectos	Combustible: \$41.12 Mantenimiento de vehículo: \$7.71 Mensajería: \$739.30 Gastos administrativos y otros

Tabla 8. Según su naturaleza

Tipo de Costo	Montos y Detalles
Costos primos	Compras: \$13,470.43
Costos de conversión	No aplican claramente, ya que la empresa se dedica a la comercialización

ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 9. ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADO EMPRESA "CREA Y REGALA"			
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2024			
EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA			
Ingresos de Actividades Ordinarias			\$ 17,119.54
	Ingresos por ventas	\$ 17,119.54	
	Otros Ingresos	\$ -	
Costos de venta			\$ 13,224.98
	Inventario Inicial	\$ 3,205.25	
	Compras	\$ 13,470.43	
	Mercaderia disponible	\$ 16,675.68	
	Inventario Final	\$ 3,450.70	
Utilidad Bruta			\$ 3,894.56
Gastos de operación			\$ 950.38
Gastos de Ventas		\$ 788.13	
	Combustible	\$ 41.12	
	Mantenimiento de vehiculo	\$ 7.71	
	Mensajeria	\$ 739.30	
Gastos de Administración		\$ 162.25	
	Mantenimiento de local	\$ 104.74	
	Papeleria y utiles	\$ 57.51	
Utilidad de Operación			\$ 2,944.18
Gastos no Operacionales			\$ 1,600.00
Otros Gastos		\$ 1,600.00	
	Gastos Medicos	\$ 800.00	
	Gastos de Colegiatura	\$ 800.00	
Utilidad antes de Impuesto			\$ 1,344.18
	Impuesto sobre la renta		-\$ 839.74
Utilidad del Ejercicio			\$ 2,183.92

BALANCE GENERAL**Tabla 10. BALANCE GENERAL**

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA EMPRESA "CREA Y REGALA"			
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2024			
EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA			
Activo			
Activo corriente			\$ 820.38
Efectivo y equivalentes de efectivo		\$ 452.12	
Efectivo en caja general	\$ 452.12		
Inventarios			
Mercadería disponible para la venta	\$ 3,450.70		
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar		\$ 368.26	
Impuestos por recuperar	\$ 368.26		
Activo no corriente			\$ 20,000.00
Propiedad, planta y equipo		\$ 20,000.00	
Edificaciones	\$ 20,000.00		
Activos totales			\$ 20,820.38
Pasivos			
Pasivos corriente			\$ 156.36
Impuestos por pagar		\$ 156.36	
Débito fiscal por pagar	\$ 156.36		
Pago a cuenta ISR del presente ejercicio	\$ -		
Impuesto sobre la renta anual	\$ -		
Pasivos totales			\$ 156.36
Patrimonio			\$ 20,664.02
Capital líquido		\$ 18,480.10	
Rocío Lisbeth Somoza Escobar	\$ 18,480.10		
Utilidad del presente ejercicio		\$ 2,183.92	
Total de pasivos y patrimonio			\$ 20,820.38

INDICADORES FINANCIEROS

Margen de Utilidad bruta.

$$U.B = \frac{\$3,894.56}{\$17,119.54}$$

$$U.B = 0.2274 \text{ (margen de contribucion).}$$

Punto de equilibrio.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\$5,067.85}{0.2274}$$

$$\text{punto de Equilibrio} = \$22,286.05$$

Rentabilidad sobre activos.

$$ROA(\text{RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS}) = \frac{UTILIDAD NETA}{ACTIVOS TOTALES}$$

$$ROA(\text{RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS}) = \frac{\$10,823.92}{\$20,820.38}$$

$$ROA(\text{RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS}) = 0.5197 * 100$$

$$ROA(\text{RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS}) = 51.97\%$$

Prueba Acida.

$$PRUEBA ACIDA = \frac{ACTIVOS CORRIENTES - INVENTARIO}{PASIVOS CORRIENTES}$$

$$PRUEBA ACIDA = \frac{4,271.08 - 3,450.70}{156.36}$$

$$PRUEBA ACIDA = \frac{820.38}{156.36}$$

$$PRUEBA ACIDA = 5.24$$

Prueba Acida > 1; la empresa tiene suficiente capacidad para cubrir deudas, sin necesidad de vender inventarios, es bastante alto, lo que indica que la empresa tiene muchísima liquidez.

ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO:**Tabla 11. ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADO**

ANALISIS VERTICAL		
CREA Y REGALA		
ESTADO DE RESULTADO	(\$) MONTO	%SOBRE VENTAS NETAS
VENTA	\$17,119.54	100.00%
(-) COSTO DE VENTA	\$13,224.98	77.25%
(=) MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 3,894.56	22.75%
(-) COSTOS FIJOS	\$ 950.38	5.55%

(=) UTILIDADES OPERATIVAS	\$ 2,944.18	17.20%
(-) GASTOS NO OPERATIVAS	\$ 1,600.00	9.35%
(-) ISR	-\$ 839.74	-4.91%
(=) UTILIDAD NETA	\$ 2,183.92	12.76%

ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL:

Tabla 12. ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL

ANALISIS VERTICAL		
CREA Y REGALA		
BALANCE GENERAL	(\$) MONTO	% TOTAL DE ACTIVOS
ACTIVOS		
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	\$ 452.12	2.17%
INVENTARIOS	\$ -	0.00%
CUENTAS POR COBRAR	\$ 368.26	1.77%
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIP.	\$20,000.00	96.06%
TOTAL ACTIVOS	\$20,820.38	100.00%
PASIVOS		
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 156.36	0.75%
TOTAL PASIVOS		
PATRIMONIO		
CAPITAL LIQUIDO	\$18,480.10	88.76%
UTILIDAD DEL PRESENTE EJERCICIO	\$ 2,183.92	10.49%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$20,820.38	100.00%

RESULTADO DE ANALISIS.

Producto

Observaciones

Puntos positivos:

En el área de productos, Crea y Regala presenta varios aspectos positivos que fortalecen su propuesta de valor. Entre ellos, destaca la creatividad e innovación, reflejada en la originalidad y diseño de sus artículos personalizados, lo cual le permite diferenciarse de la competencia. Asimismo, la presencia activa en redes sociales ha contribuido al posicionamiento de los productos, generando mayor visibilidad y acercamiento con los clientes. Otro aspecto relevante es la atención personalizada, que mejora significativamente la experiencia del cliente y fomenta la fidelización. A ello se suma la flexibilidad en los productos, ya que la empresa se adapta a pedidos personalizados, evidenciando una estructura operativa centrada en las necesidades del consumidor. Además, sus artículos poseen un alto valor emocional, pues al estar personalizados para ocasiones especiales, logran crear vínculos significativos con los clientes.

Áreas de mejora:

Sin embargo, también se identifican algunas áreas de mejora. Una de ellas es la ausencia de indicadores de desempeño que permitan evaluar de manera objetiva aspectos clave como las ventas, los tiempos de entrega y la satisfacción del cliente. Asimismo, se observa la necesidad de ampliar los canales de venta, dado que actualmente la empresa depende en gran medida de las redes sociales. En este sentido, resultaría conveniente diversificar sus medios de comercialización a través de una tienda virtual y la participación en plataformas de e-commerce.

Recomendaciones:

En función de lo anterior, se proponen algunas recomendaciones específicas: la primera consiste en implementar indicadores de desempeño claros y medibles que ayuden a monitorear los resultados y optimizar los procesos internos. La segunda es explorar y adoptar nuevos canales de venta digitales, tales como tiendas en línea y plataformas de comercio electrónico, lo que permitiría ampliar el alcance, captar más clientes y aumentar las ventas de manera sostenida.

Administración**Observaciones****Puntos positivos:**

En el área de administración, la empresa muestra varios aspectos positivos que fortalecen su funcionamiento interno. Entre ellos, destaca la formalización legal completa, lo cual brinda respaldo jurídico y seguridad en sus operaciones. A esto se suma la atención personalizada, que también se refleja en la gestión administrativa, permitiendo una cercanía y mejor respuesta hacia los clientes. Otro punto favorable es el control de calidad práctico, que asegura que los productos cumplan con los estándares establecidos. Además, la empresa mantiene costos operativos bajos, lo que le otorga mayor flexibilidad financiera y competitividad en el mercado.

Áreas de mejora:

No obstante, existen áreas de mejora que requieren atención. Entre ellas, sobresale la falta de delegación y estructura formal, lo que puede limitar el crecimiento de la empresa y generar sobrecarga de funciones en los responsables. Asimismo, se identifica la ausencia de manuales operativos y estándares documentados, situación que dificulta la estandarización de procesos y la capacitación de nuevos colaboradores. También se observa la necesidad de una mayor

diferenciación de productos, aspecto clave para mantener ventaja competitiva. Otro punto crítico es que los costos laborales no se reflejan en los estados financieros, lo que genera una percepción poco realista de la rentabilidad del negocio. Finalmente, se evidencia que no se brinda contrato formal ni prestaciones de ley a los trabajadores, lo cual representa un riesgo legal y administrativo para la empresa.

Recomendaciones:

Ante este panorama, se proponen algunas recomendaciones para optimizar la gestión administrativa. En primer lugar, es necesario registrar de manera correcta los costos laborales en los estados financieros, con el fin de tener una visión clara de la rentabilidad real. En segundo lugar, se recomienda formalizar los contratos de trabajo y garantizar prestaciones de ley para los empleados, asegurando así el cumplimiento legal y la estabilidad laboral. Finalmente, es importante definir roles y responsabilidades dentro de la empresa, lo cual permitirá una mejor delegación de tareas, mayor eficiencia y una estructura administrativa más sólida.

Operaciones

Observaciones

Puntos positivos:

En el área de operaciones, la empresa presenta diversos aspectos positivos que fortalecen su propuesta de valor. Uno de ellos es el proceso personalizado, el cual genera un alto valor emocional en los productos, logrando que cada artículo tenga un significado especial para el cliente. De igual manera, se destaca el seguimiento postventa, que permite mantener una relación cercana con los consumidores, incentivando la fidelización y futuras compras. También sobresale el cuidado en el diseño, la elaboración y el empaque, lo que brinda una experiencia integral y

diferenciada en cada regalo. Asimismo, el control de calidad se encuentra garantizado gracias a la centralización de la producción en la propietaria, lo que asegura estándares consistentes en cada entrega.

Áreas de mejora:

No obstante, se identifican algunas áreas de mejora que requieren atención. Entre ellas, la ausencia de manuales y protocolos de operación formalizados, lo cual limita la posibilidad de delegar tareas sin comprometer la calidad del producto. También se observa la necesidad de una mayor organización en el manejo de inventarios, tiempos de producción y gestión de pedidos, aspectos fundamentales para optimizar los procesos internos. Otro punto relevante es que la contratación del personal se realiza de manera empírica, sin contrato formal ni prestaciones de ley, lo que afecta la estabilidad laboral y puede disminuir la motivación de los trabajadores. Además, no existe un registro contable real de los costos laborales, lo que dificulta una planificación operativa y financiera precisa.

Recomendaciones:

Con base en lo anterior, se proponen varias recomendaciones. La primera es establecer protocolos y manuales de operación, con el fin de facilitar la delegación de tareas y mantener la calidad de los productos. También es fundamental registrar de forma adecuada los costos laborales, integrándolos en la planificación financiera y operativa para obtener un panorama real del negocio. Otra recomendación clave es formalizar los contratos de trabajo y garantizar las prestaciones de ley, lo que brindará mayor seguridad jurídica y motivación a los empleados. Finalmente, se sugiere optimizar la gestión de inventarios, tiempos de producción y pedidos mediante herramientas digitales o software de gestión, lo que permitirá mejorar la eficiencia y garantizar un servicio más ágil y organizado.

Marketing

Observaciones

Puntos positivos:

En el área de marketing, la empresa presenta varios puntos positivos que contribuyen al posicionamiento y cercanía con sus clientes. Uno de ellos es la presencia activa en redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, lo que le permite mantener una comunicación constante y directa. Además, hace uso de contenido visual atractivo y emotivo, especialmente en fechas especiales, lo que genera una conexión emocional con el público y refuerza el valor de sus productos. También destacan las promociones temáticas y colecciones por temporada, que impulsan las ventas y mantienen vigente la atención de los consumidores. Finalmente, la estrategia centrada en la personalización y la experiencia del regalo constituye un factor diferenciador que distingue a la marca frente a la competencia.

Áreas de mejora:

Sin embargo, se identifican algunas áreas de mejora. Entre ellas, la ausencia de una estrategia de contenido planificada, ya que no se cuenta con un calendario editorial ni con el uso de hashtags estratégicos o segmentación clara de público. Asimismo, existe una dependencia de las publicaciones orgánicas, con un uso limitado de campañas pagadas y sin un análisis detallado de los datos para medir resultados. Otro aspecto a considerar es la poca exploración de nuevos canales de difusión, como TikTok o las colaboraciones con influencers, que podrían ampliar significativamente el alcance y atraer a nuevos clientes.

Recomendaciones:

A partir de este análisis, se plantean varias recomendaciones. En primer lugar, se sugiere elaborar una estrategia de contenido estructurada, que incluya un calendario editorial, segmentación del público y un uso estratégico de hashtags para aumentar la visibilidad. También es recomendable implementar campañas pagadas y utilizar herramientas de análisis de datos, con el fin de optimizar el alcance y medir la efectividad de las publicaciones. Finalmente, se propone explorar nuevos canales de marketing digital, como TikTok o las colaboraciones con influencers, lo que permitiría diversificar la presencia de la marca y captar un público más amplio.

PLAN ESTRATEGICO**OBJETIVOS****Objetivo General del Plan Estratégico:**

Fortalecer la organización interna, optimizar la gestión de procesos y consolidar la presencia de la marca en canales digitales y físicos, con el fin de aumentar la eficiencia operativa, la visibilidad de los productos y el crecimiento sostenido de la empresa.

Objetivos Específicos:

1. Mejorar la gestión interna y financiera mediante el registro adecuado de costos, la definición de roles y responsabilidades, y la estandarización de procesos operativos.
2. Incrementar la eficiencia operativa y control de inventario mediante sistemas sencillos de gestión y manuales operativos que garanticen calidad y organización.

3. Expandir canales de venta y posicionamiento desarrollando un sitio web, catálogo digital interactivo, posible showroom físico y participación en ferias y eventos.
4. Aumentar la captación de clientes y ventas mediante estrategias de marketing digital segmentadas y el fortalecimiento gradual de la inversión en publicidad.

PLAN ESTRATÉGICO

Corto plazo (0-6 meses)

Tabla 13. Corto plazo (0-6 meses)

Acción	Área	Responsable	Indicador	Inicio	Finalización
Registrar costos laborales en la contabilidad	Administración	Encargado administrativo / Propietaria	Reportes financieros reflejan costos reales	01/01/26	02/01/26
Definir roles y responsabilidades	Administración	Propietaria	Organigrama básico definido	01/01/26	03/01/26
Establecer calendario de publicaciones en redes	Marketing	Encargado de redes sociales	Al menos 3 publicaciones semanales	05/02/26	01/03/26
Lanzar campañas digitales básicas	Marketing	Propietaria / Community manager	Alcance e interacciones en redes	01/03/26	01/04/26
Unificar identidad visual (Canva Pro)	Marketing	Propietaria / Diseñador	Plantillas de marca establecidas	01/05/26	01/06/26

Tabla 14. Mediano plazo (6-12 meses)

Acción	Área	Responsable	Indicador	Inicio	Finalización
Elaborar manuales operativos básicos	Operaciones	Propietaria / Encargado de producción	Manual documentado y aplicado	02/06/26	02/08/26
Implementar sistema de gestión de inventario	Operaciones	Encargado de inventario	Registro actualizado de entradas y salidas	03/06/26	03/12/26
Colaborar con microinfluencers	Marketing	Propietaria / Encargado de marketing	Número de colaboraciones realizadas	01/06/26	01/06/27
Realizar sesión fotográfica de productos	Marketing	Fotógrafo / Encargado de marketing	Catálogo actualizado con fotos profesionales	02/07/26	05/07/26
Fortalecer campañas digitales segmentadas	Marketing	Community manager	Aumento de clientes potenciales y ventas	05/06/26	05/12/26

Tabla 15. Largo plazo (1 año en adelante)

Acción	Área	Responsable	Indicador	Inicio	Finalización
Desarrollar sitio web / tienda en línea	Marketing / Operaciones	Propietaria + Diseñador web	Página web en funcionamiento con carrito de compras	02/08/26	02/11/26
Diseñar catálogo digital interactivo	Marketing	Diseñador / Propietaria	Catálogo digital compartido con clientes	03/04/27	03/05/27
Habilitar showroom o taller físico (opcional)	Operaciones	Propietaria	Espacio físico acondicionado y abierto	25/03/27	25/08/27
Participar en ferias locales	Marketing	Propietaria / Equipo de ventas	Número de ferias asistidas	15/03/27	20/10/27
Aumentar inversión en	Marketing	Encargado de marketing	Alcance de campañas y	29/08/27	30/12/27

publicidad digital			crecimiento de ventas		
--------------------	--	--	-----------------------	--	--

Presupuesto de implementación

Tabla 16. Corto plazo

Acción	Área	Desembolso dirigido a	Costo estimado
Registrar costos laborales en finanzas	Administración	Uso de Excel/Google Sheets	\$0
Definir roles y responsabilidades	Administración	Organización interna	\$0
Calendario de contenido en redes sociales	Marketing	Planificación de publicaciones	\$0
Campañas digitales básicas	Marketing	Publicidad en Facebook/Instagram	\$50/mes → \$300 (6 meses)
Estilo visual de marca (Canva Pro)	Marketing	Suscripción anual Canva Pro	\$120/año → \$60 (6 meses)
Sub Total			\$360

Tabla 17. Mediano plazo

Acción	Área	Desembolso dirigido a:	Costo estimado
Elaborar manuales operativos básicos	Operaciones	Material impreso/digital	\$50
Software de gestión de inventario	Operaciones	Herramienta digital (Excel avanzado)	\$10/mes → 120 (año)
Colaboración con influencers	Marketing	Intercambio comercial	\$50/colaboración → \$600 (año)
Fotografía profesional de productos	Marketing	Sesión fotográfica para catálogo digital	\$150

Campañas digitales estructuradas	Marketing	Segmentación y mayor inversión en anuncios	\$80/mes → \$480 (6 meses)
Sub Total			\$1,400

Tabla 18. Largo plazo

Acción	Área	Desembolso dirigido a:	Costo estimado
Desarrollo de sitio web / tienda en línea	Marketing / Operaciones	Creación de página web	\$1,500
Elaboración de catálogo digital interactivo	Marketing	Diseño de catálogo en PDF	\$50
Adecuación del lugar de producción	Operaciones	Acondicionamiento básico del espacio	\$300
Participación en ferias locales de emprendimiento	Marketing	Pago de stand y material promocional	\$100/evento → \$1,200 (12 eventos)
Campañas digitales de mayor inversión	Marketing	Mayor inversión en publicidad digital	\$100 /mes → \$1,200 (12 meses)
Sub Total			\$4,250
Total a invertir			\$6,010

Tabla 19. Impacto económico

Producto	2025 (\$)	2026 (\$)
Taza tradicional	4,921.87	5,660.15
Taza mágica	2,953.12	3,396.09
Llavero grabado láser	1,968.75	2,264.06
Camisa personalizada	2,953.12	3,396.09
Botella sublimada	1,968.75	2,264.06
Termo personalizado	2,953.12	3,396.09
Gorra personalizada	1,968.75	2,264.06
Total ventas	19,687.47	22,640.59

CONCLUSIONES:

El plan estratégico diseñado para Crea y Regala establece un crecimiento ordenado, realista y progresivo, priorizando primero la organización interna y el fortalecimiento de la presencia digital antes de dar pasos más grandes como la creación de una tienda en línea o la participación en ferias.

La inversión se distribuye de manera escalonada y sostenible, iniciando con acciones de bajo costo pero alto impacto (como la planificación en redes sociales y el registro adecuado de costos), avanzando hacia mejoras operativas y de imagen de marca en el mediano plazo, y culminando en la consolidación de canales de venta más amplios y profesionales en el largo plazo.

Con este plan, Crea y Regala no solo busca incrementar ventas, sino también construir una identidad de marca sólida y diferenciada, aprovechar herramientas digitales accesibles y garantizar que cada paso hacia la expansión esté respaldado por una base administrativa y operativa firme.

En general, la estrategia permitirá que Crea y Regala evolucionar de un emprendimiento creativo a una empresa consolidada y competitiva, capaz de sostener su crecimiento y proyectarse hacia nuevas oportunidades en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Canva. (2025). *Acerca de Canva*. <https://www.canva.com/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing* (17.a ed.). Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (14.a ed.). Pearson Educación.

Organización Mundial del Comercio. (2024). *Acuerdos comerciales internacionales*. <https://www.wto.org/>

Solomon, M. R. (2018). *Comportamiento del consumidor* (12.a ed.). Pearson.

Statista. (2024). *Tendencias del comercio electrónico en América Latina*. <https://www.statista.com/>

Superintendencia de Competencia de El Salvador. (2024). *Estudios de mercado y competencia*. <https://www.sc.gob.sv/>

American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7.^a ed.). APA.

Crea y Regala. (2025). *Avance 1: Diagnóstico del emprendimiento*. Universidad de El Salvador.

ANEXOS

Plan de Marketing de Crea y Regala

OBJETIVOS

Objetivo General:

Posicionar a Crea y Regala como una marca referente en regalos personalizados con valor emocional, fortaleciendo su presencia en redes sociales y aumentando sus ventas mediante estrategias de fidelización y diferenciación.

Objetivos Específicos:

1. Incrementar la visibilidad digital de la marca en un 30 % en tres meses.
2. Aumentar las ventas en un 20 % en fechas clave (Día de la Madre, San Valentín, Navidad).
3. Fidelizar clientes mediante seguimiento postventa y promociones exclusivas.

PÚBLICO OBJETIVO

Clientes ideales:

El público objetivo de la empresa está conformado por personas jóvenes y adultas entre 18 y 45 años, quienes valoran los regalos personalizados y buscan expresar emociones a través de detalles únicos. Dentro de este grupo se incluyen parejas, familias y amistades cercanas, que recurren a los productos para fortalecer vínculos afectivos en diferentes ocasiones. Asimismo, se consideran como clientes ideales las pequeñas empresas y emprendedores, interesados en artículos personalizados para fines promocionales o de marca.

Segmentos específicos:

En cuanto a los segmentos específicos, destacan los clientes de eventos especiales, como cumpleaños, aniversarios y celebraciones escolares o laborales. También se encuentran las personas que realizan compras en fechas clave del año, y los emprendedores que buscan reforzar su branding mediante productos personalizados.

COMUNICACIÓN**Arquetipo de marca:**

El arquetipo de marca de Crea y Regala se identifica principalmente con El Cuidador, ya que se proyecta como una marca empática, creativa y cercana, que pone especial atención en los detalles y en la conexión emocional que genera con sus clientes. Al mismo tiempo, también refleja características del Creador, representando la originalidad y autenticidad en cada producto, con un fuerte compromiso hacia la calidad y la innovación. De esta manera, la marca logra convertir ideas en realidad, inspirando y transmitiendo emociones a través de cada uno de sus detalles personalizados.

Pilares de contenido:

Los pilares de contenido de Crea y Regala se basan en la creación de publicaciones que fortalezcan la conexión emocional con los clientes y destaquen el valor de la marca. Entre ellos se incluyen las historias detrás de los regalos, ya sea mediante casos reales o ejemplos creativos; la muestra del proceso de personalización, con comparaciones de antes y después; y la presentación de productos destacados del mes, que permiten dar mayor visibilidad a la oferta. Asimismo, se incorporan promociones en fechas especiales para incentivar las ventas y los testimonios de clientes, que refuerzan la confianza y credibilidad de la marca.

Palabras clave (SEO/Adwords):

1. Regalos personalizados.
2. Tazas sublimadas con frases.
3. Detalles únicos para parejas
4. Regalos creativos personalizados con nombre.
5. Sorpresas a domicilio.

ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA**Canales de Publicación:**

La estrategia de social media de la empresa se enfoca en el uso de canales digitales que permitan mantener cercanía con los clientes y potenciar la visibilidad de los productos. Entre los principales medios de publicación destacan Facebook e Instagram, plataformas que facilitan la difusión de contenido visual atractivo y la interacción con el público. Asimismo, se utiliza WhatsApp Business, tanto para la presentación del catálogo digital como para establecer un contacto directo y personalizado con los clientes, fortaleciendo así la comunicación y la atención inmediata.

Tipo de contenido para Facebook y Instagram:

Fotografías, carruseles explicativos, reels mostrando el proceso, historias y publicaciones promocionales.

Tipo de contenido para WhatsApp Business (Catálogo y contacto directo):

Mensajes directos para promociones, atención al cliente, seguimiento de pedidos y actualizaciones exclusivas para clientes frecuentes, mensajes cortos con imágenes, enlaces o lista de precios.

Calendario de contenido:

La empresa mantiene una estrategia de contenido estructurada en redes sociales, que incluye la publicación de contenido cuatro veces por semana, así como la creación de reels o videos cortos cada fin de semana. Además, se comparten historias de manera diaria, incorporando encuestas, preguntas o contenido “detrás de cámara” para generar interacción con los seguidores. También se planifican promociones mensuales y descuentos semanales con el objetivo de incentivar la participación y fidelidad de los clientes.

Contenido:

El contenido que la empresa comparte en sus canales digitales se centra en mostrar fotografías de los productos terminados, así como videos que ilustran el proceso de diseño y empaque. Además, se incluyen consejos prácticos para regalar y se anuncian los lanzamientos de nuevas colecciones, con el objetivo de mantener el interés de los clientes y fortalecer la presencia de la marca en redes sociales.

Tabla 20. Calendario de contenido

Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes
<p>Facebook:</p> <p>Fotografías, de llaveros personalizados, el cual es su producto estrella, y alguna encuesta de si les gusta si o no.</p>	<p>Facebook:</p> <p>Paso a paso de la tomade pedido de algún producto.</p>	<p>Facebook:</p> <p>Anunciar dinámicas para ganar un set.</p>	<p>Facebook:</p> <p>Presentar kit de regalos personalizados.</p>	<p>Facebook:</p> <p>Hacer video corto de empacado de los productos.</p>
<p>Instagram:</p> <p>Crear reel, del proceso del producto estrella.</p>	<p>Instagram:</p> <p>Boomerang de feliz inicio de día enseñando algún producto.</p>	<p>Instagram:</p> <p>Lanzamientos de productos nuevos.</p>	<p>Instagram:</p> <p>Videos claves de presentar los productos</p>	<p>Instagram:</p> <p>Hacer publicidad de fotos de los pedidos realizados en la semana.</p>

<p>WhatsApp:</p> <p>Publicar estado de gracias por la preferencia, y aplicar mensaje te atención.</p>	<p>WhatsApp:</p> <p>Un mensaje recordando que somos su mejor opción.</p>	<p>WhatsApp:</p> <p>Mensaje emotivo para el día.</p>	<p>WhatsApp:</p> <p>Captura de un mensaje de satisfacción de un cliente.</p>	<p>WhatsApp:</p> <p>Hacer un recordatorio de que se cierra algún pedido o promoción.</p>
<p>TikTok:</p> <p>Video ya finalizado el llavero.</p>	<p>TikTok:</p> <p>Enseñando los productos disponibles.</p>	<p>TikTok:</p> <p>Video de nuestros servicios.</p>	<p>TikTok:</p> <p>Video donde nuestros clientes reciben su pedido y cara de felicidad.</p>	<p>TikTok:</p> <p>Proceso de empacamiento con música de felicidad.</p>

COLABORACIONES:

Dentro de la estrategia de colaboraciones, se contempla trabajar con influencers locales que permitan ampliar el alcance de la marca y generar mayor confianza en el público objetivo. Asimismo, se fomentarán alianzas bajo el modelo C2C con otros emprendedores, creando sinergias que fortalezcan la visibilidad de cada negocio. Finalmente, se establecerán colaboraciones con emprendedores que ofrezcan productos complementarios, como velas, papelería o chocolates, con el fin de ofrecer propuestas más completas y atractivas a los clientes.

Alianzas estratégicas con externos:

Acuerdos con emprendedores para incluir sus productos en cajas temáticas, se deben establecer acuerdos basados en un plan de negocios, definir los objetivos, negociar los términos del acuerdo precio, cantidad, plazos, formalizarla en un contrato y mantener una comunicación fluida con el emprendedor para asegurar la calidad y cumplimiento del producto.

Apoyo mutuo en promociones cruzadas en redes, es una estrategia colaborativa donde más o dos negocios se asocian para promocionar mutuamente sus productos o servicios en las plataformas sociales.

MARKETING DE PRODUCTOS

- 1. Diversificación de combos y kits (ej. taza + llavero + termo+ caja decorada).**



2. Personalización con frases emocionales y diseño propio



3. Empaques únicos con identidad visual de la marca.



4. Lanzamiento de productos de edición limitada (estacionales).



5. Integración de línea eco-friendly a mediano plazo.

**¡SORPRENDE CON
DETALLES ÚNICOS!**

Personaliza tus momentos
con Crea y Regala

- 🔑 Llaveros personalizados
- ☑️ Tazas con tu frase favorita
- 👕 Camisas con diseños únicos
- 🌸 Arreglos florales con toque especial

Cada producto es hecho con amor
y totalmente a tu estilo.

Ideal para regalos,
fechas especiales, empresas
o simplemente para darte
un gusto.

- 📱 ¡Haz tu pedido hoy mismo
y regala sonrisas!
- @ CreaysRegala

Crea y Regala
¡Personaliza, regala, enamora!

CUSTOMER JOURNEY:

En Crea y Regala, el proceso inicia con el descubrimiento de los productos en redes sociales, seguido de la interacción vía WhatsApp o mensajes. Luego, se brinda un asesoramiento personalizado que culmina en la confirmación del pedido. Posteriormente, se procede a la producción y entrega, finalizando con el seguimiento postventa y la retroalimentación del cliente.

ACCIONES:

Dentro del área de Marketing Digital, se plantea el aumento de publicaciones semanales en redes sociales con el fin de mantener una comunicación constante y atractiva con los clientes. Asimismo, se implementará una segmentación de audiencias basada en el comportamiento y la ubicación de los usuarios, lo que permitirá dirigir los mensajes de manera más efectiva. Finalmente, se realizará la integración del catálogo en WhatsApp Business, facilitando a los clientes el acceso a los productos y agilizando el proceso de compra.

SEO:

En cuanto a la estrategia de SEO, se implementará el uso de hashtags relevantes como #RegalosConAmor, #PersonalizadosSV y #HechoConDetalles, con el objetivo de mejorar el alcance y la visibilidad en redes sociales. Además, se optimizará la biografía y la descripción de los productos, asegurando que transmitan de forma clara los valores de la marca y faciliten el posicionamiento en las búsquedas.

Redes Sociales:

Como parte de la estrategia digital, se propone la creación de reels creativos y desafíos que generen interacción y alcance en redes sociales, así como la publicación de historias con

encuestas o trivias, fomentando la participación activa de los seguidores. También se implementarán promociones relámpago, con el fin de incentivar las ventas en períodos específicos. Finalmente, se recomienda el registro de un dominio web y la creación de una página oficial (www.creayregala.com), ya que actualmente la empresa no cuenta con este recurso, lo cual limita su capacidad para vender directamente en línea y ofrecer una mejor experiencia a sus clientes.

Campañas:

Se desarrollarán campañas temáticas en fechas especiales como San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre y Navidad, con el propósito de aprovechar la alta demanda en esas temporadas. Asimismo, se realizarán sorteos en redes sociales para aumentar el alcance y la interacción con los clientes. Como parte de las estrategias de fidelización, se ofrecerán combos especiales por suscripción, brindando beneficios adicionales a los clientes frecuentes. Finalmente, se implementará la iniciativa de “Cliente del mes”, destacando a un comprador en las plataformas digitales como reconocimiento a su preferencia y apoyo a la marca.

Marketing Tradicional:

Aunque actualmente Crea y Regala invierte \$150 mensuales en publicidad en redes sociales, lo cual ha permitido consolidar su posicionamiento en el mercado de regalos personalizados, sublimación y estampados, la empresa reconoce la importancia de fortalecer su presencia mediante estrategias tradicionales y acciones de promoción directa en la comunidad.

Desde sus inicios, Crea y Regala participó activamente en conferencias y ferias de emprendimientos, espacios que permitieron dar a conocer sus productos de forma presencial,

generar contactos y acercarse al público. Este enfoque inicial de visibilidad local sigue siendo una base importante para atraer nuevos clientes.

Para reforzar esta estrategia y lograr que más personas conozcan la marca, se plantean las siguientes acciones de marketing tradicional complementadas con actividades de alto impacto en la comunidad.

Publicidad impresa: Distribución de volantes y catálogos físicos en puntos estratégicos de San Miguel, como cafeterías, librerías, escuelas, oficinas públicas y tiendas de regalos.

Participación en ferias y eventos comunitarios: Presencia en ferias escolares, festivales locales, ferias de emprendedores y actividades culturales.

Alianzas con negocios locales: Colocar productos en exhibición en tiendas aliadas que permitan mayor visibilidad, especialmente en zonas con alto tráfico de personas.

Campañas con influencers migueleros: Realizar colaboraciones con influencers locales que puedan mostrar los productos de Crea y Regala en sus historias de Instagram, etiquetando la página oficial, para generar confianza, aumentar el alcance y atraer nuevos seguidores.

Creación de fotos y videos promocionales: Videos cortos mostrando productos, procesos o promociones.

Cupones digitales para clientes: Ofrecer descuentos especiales mediante códigos promocionales compartidos en redes sociales.

Perifoneo o anuncios radiales locales: Especialmente en fechas claves como el Día del Amor y la Amistad, Día de la Madre, Día del Padre o temporada navideña.

Estas estrategias buscan mantener una conexión directa con el público objetivo, generar mayor reconocimiento de marca en la zona oriental del país y continuar posicionando a Crea y Regala como una empresa referente en el mercado de regalos personalizados.

Tabla 21. PRESUPUESTO

Actividad	Costo estimado (\$)
Diseño e impresión de volantes	\$40.00
Diseño para publicaciones y creación de videos o reels.	\$50.00
Pago a influencer local (canje)	\$0.00 (intercambio)
Descuento especial para clientes (cupón digital)	\$30.00
Perifoneo para fechas especiales en radio.	\$10.00
Participación en ferias de emprendedores	\$0.00
Total	\$130.00

Tabla 22. PROYECCIONES

Producto	2025 (\$)	2026 (\$)
Taza tradicional	4,921.87	5,660.15
Taza mágica	2,953.12	3,396.09
Llavero grabado láser	1,968.75	2,264.06
Camisa personalizada	2,953.12	3,396.09
Botella sublimada	1,968.75	2,264.06
Termo personalizado	2,953.12	3,396.09
Gorra personalizada	1,968.75	2,264.06
Total ventas	19,687.47	22,640.59

Manual de procesos:**Realización de llaveros:**

Recepción de Llaveros: Recibimos llaveros de acero inoxidable de alta calidad, listos para ser personalizados.

Diseño Personalizado: Los clientes pueden enviar sus diseños o seleccionar de una variedad de opciones. Utilizamos software de diseño gráfico para preparar el arte final, asegurando que se adapte perfectamente a la superficie del llavero.

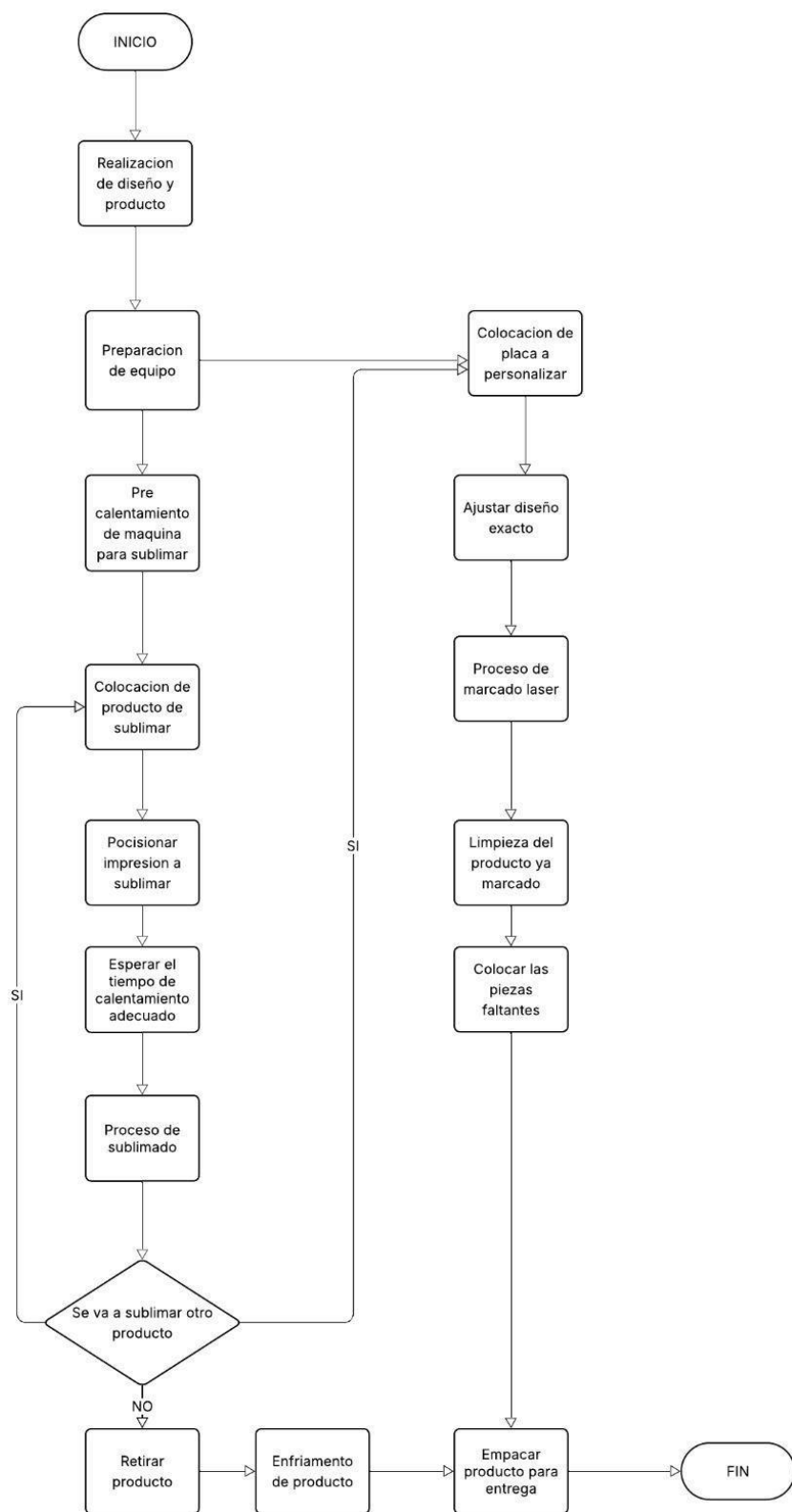
Grabado o Impresión: Aplicamos técnicas de grabado láser para transferir el diseño al llavero. Este método garantiza que los detalles sean nítidos y duraderos, y que resistan el uso diario.

Control de Calidad: Cada llavero personalizado se somete a un control de calidad exhaustivo. Verificamos la precisión del grabado y la integridad del material para asegurar que cumpla con nuestros estándares.

Acabado Final: Se pueden realizar toques finales, como pulido, para asegurar que el llavero tenga un acabado perfecto y atractivo.

Empaque y Envío: Los llaveros se empaquetan de manera cuidadosa y profesional, listos para ser enviados a los clientes o para su distribución.

Este proceso asegura que cada llavero de acero inoxidable personalizado sea único, de alta calidad y listo para satisfacer las expectativas del cliente.



Toma de pedido.**Servicio al Cliente Primer contacto**

El cliente se comunica a través de redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram) o visita la tienda física.

Asesoramiento personalizado: Se conversa con el cliente para entender su necesidad, tipo de ocasión, y se le presentan opciones de productos y diseños.

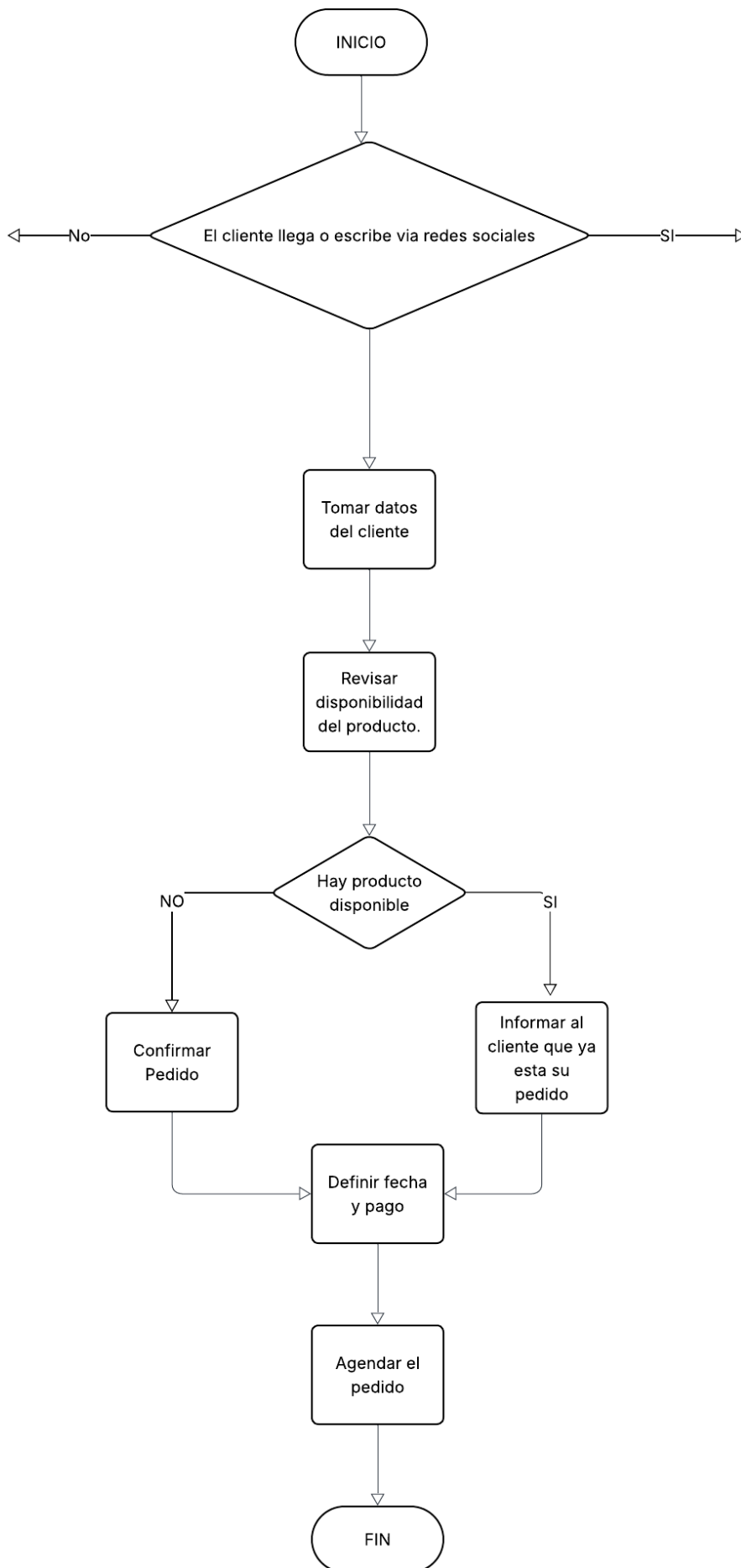
Definición del pedido: Se elige el producto, los elementos de personalización (nombre, mensaje, colores) y el tipo de empaque deseado.

Confirmación y elaboración: Se acuerda el precio, forma de pago y tiempo de entrega. El equipo de Crea y Regala procede con la elaboración del pedido.

Empaque y presentación: El producto es empacado cuidadosamente, con elementos decorativos y detalles adicionales como tarjetas o frases especiales.

Entrega del pedido: El cliente retira el pedido en tienda o lo recibe por medio de entrega a domicilio.

Seguimiento y postventa: Se mantiene contacto para confirmar la satisfacción del cliente, agradecer su compra y fomentar futuras interacciones.



Entrega de pedidos.**Objetivo:**

Garantizar que todos los pedidos se preparen, empaquen y entreguen de manera organizada, cumpliendo con los estándares de calidad y puntualidad.

Alcance:

Este procedimiento aplica a todos los pedidos realizados por clientes, ya sea con entrega a domicilio o retiro en el local.

Pasos del procedimiento:**1. Inicio del proceso**

Se da inicio al procedimiento de entrega de pedidos una vez recibida la lista de pedidos programados para el día.

2. Verificación de la lista de pedidos

El responsable debe revisar la lista de pedidos confirmados, verificando cantidades, especificaciones y tiempos de entrega.

3. Preparación de productos según pedido

Se elaboran y preparan los productos solicitados de acuerdo con las especificaciones establecidas por el cliente.

4. Control de calidad y empaque

Cada pedido pasa por una revisión de calidad y posteriormente se procede a su correcto empaque para garantizar la presentación y conservación del producto.

5. Definición del tipo de entrega Se determina si el pedido será:

Entrega a domicilio: Se organiza la ruta de reparto considerando direcciones, horarios y prioridades.

Entrega en local: Se prepara el pedido para que el cliente lo recoja en las instalaciones.

6. Realización del cobro

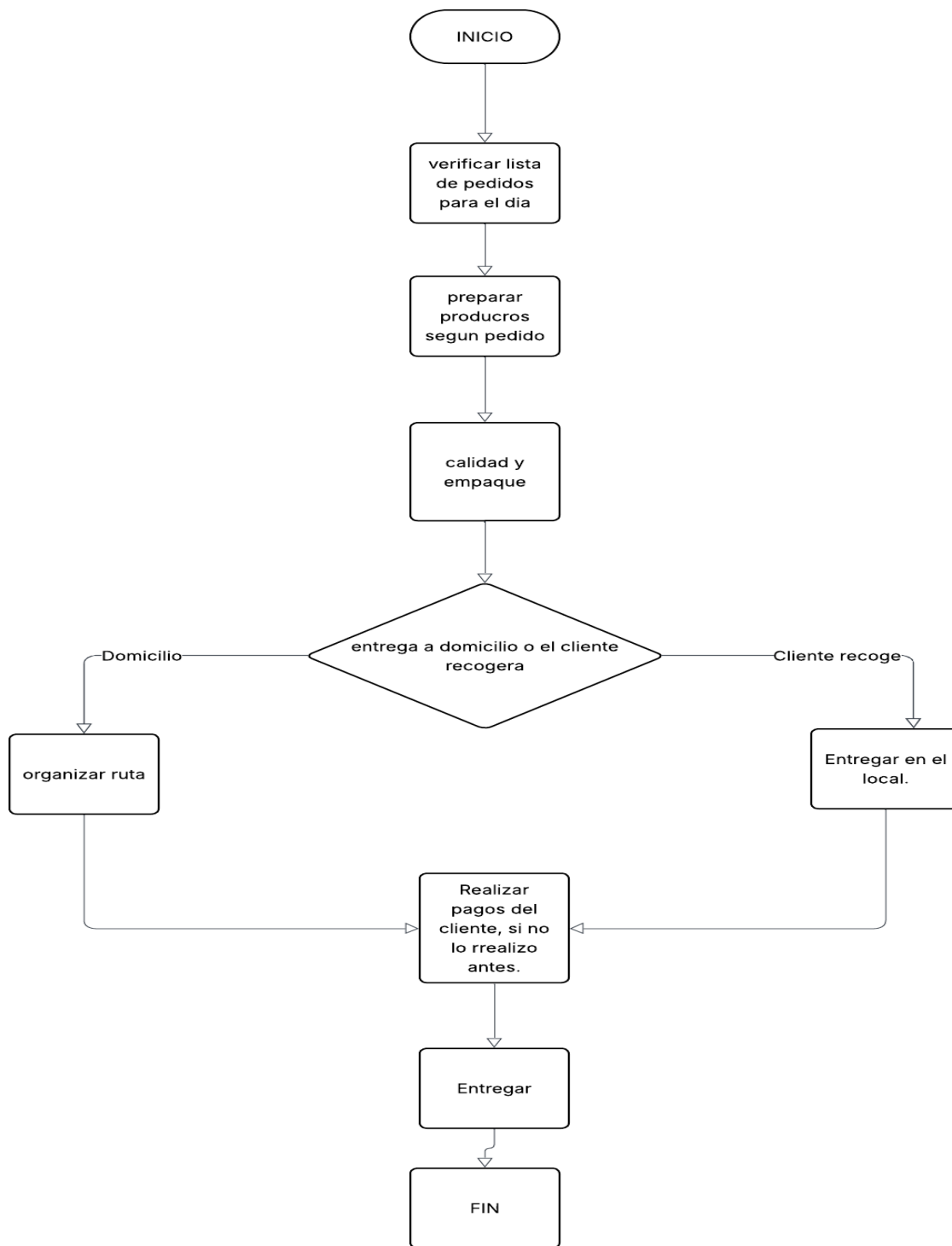
Se verifica si el cliente ya efectuó el pago. En caso de no haberse realizado previamente, se efectúa el cobro en el momento de la entrega.

7. Entrega del pedido

Si es a domicilio, el pedido se traslada hasta el cliente siguiendo la ruta programada.

Si es en local, se hace entrega directamente en el establecimiento al momento de la recogida.

8. Cierre del proceso. Con la entrega finalizada, se da por concluido el proceso de pedido.



Recepción de mercadería. Objetivo:

Asegurar que la mercadería recibida de los proveedores cumpla con las cantidades y condiciones de calidad acordadas.

Alcance:

Este procedimiento aplica a toda mercadería que ingrese a la empresa proveniente de proveedores.

Pasos del procedimiento:**1. Inicio del proceso**

Se inicia el procedimiento con la llegada de la mercadería al establecimiento.

2. Recibir informe de entrega

El responsable de recepción obtiene del proveedor la documentación correspondiente (factura, guía de remisión o informe de entrega) para verificar la mercadería.

3. Descargar mercadería

Se procede a la descarga física de los productos en el área destinada para la recepción.

4. Verificación de cantidades y estado

Se revisa que las cantidades entregadas coincidan con el informe recibido y que los productos se encuentren en buen estado.

Si las cantidades son correctas y están en buen estado: Se continúa con el registro de la mercadería.

Si hay discrepancias o daños: Se procede a resolver los problemas directamente con el proveedor.

5. Registro de mercadería

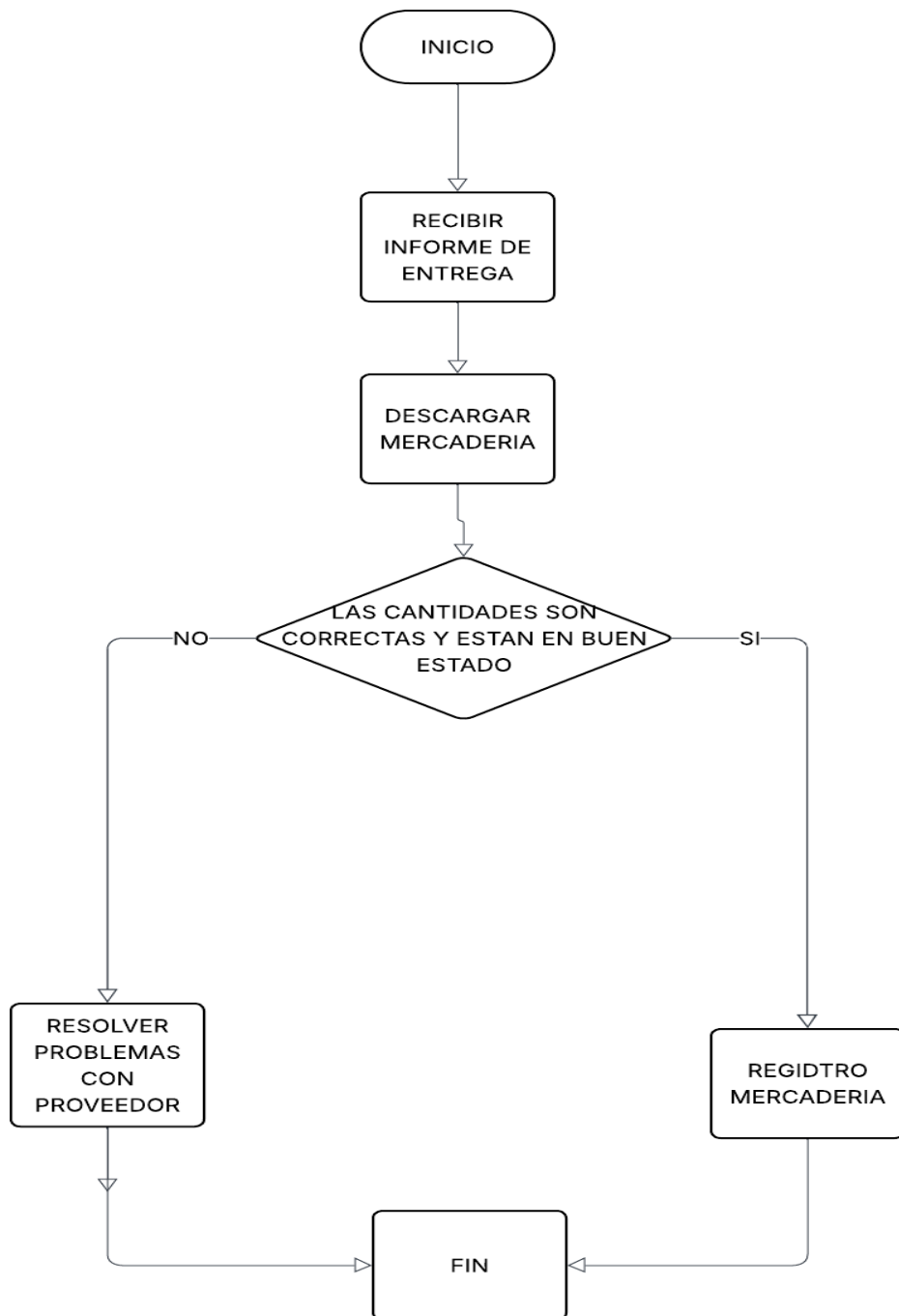
Cuando la mercadería cumple con los requisitos, se ingresa al sistema o registro interno de inventario para su control y seguimiento.

6. Resolver problemas con el proveedor

En caso de diferencias (faltantes, exceso o productos dañados), se contacta al proveedor para gestionar la devolución, reposición o ajuste correspondiente.

7. Cierre del proceso

Una vez registrada o gestionada la situación con el proveedor, se da por finalizado el procedimiento.



MANUAL DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL.

Con el fin de contar con un proceso ordenado y eficiente, se le ha elaborado a Crea y Regala su primer Manual de Contratación de Personal. Este documento establece los lineamientos para atraer, seleccionar e integrar colaboradores competentes y comprometidos, asegurando transparencia y cumplimiento de la normativa laboral. Con ello, la empresa garantiza un proceso profesional que fortalece su equipo y promueve un ambiente laboral justo y productivo.

Introducción:

El presente manual tiene como objetivo establecer las normas, procedimientos y lineamientos que guiarán el proceso de contratación de personal en la empresa Crea y Regala. Su finalidad es garantizar que cada contratación se realice de manera transparente, justa y eficiente, seleccionando al talento humano más adecuado para contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa.

Objetivo del Manual:

- Estandarizar el proceso de reclutamiento y selección.
- Asegurar la incorporación de personal calificado.
- Cumplir con las normativas laborales vigentes.
- Promover la igualdad de oportunidades en la contratación.

Principios Rectores:

1. Transparencia: todos los procesos serán claros y verificables.
2. Equidad: igualdad de oportunidades sin discriminación.

3. Eficiencia: uso adecuado de los recursos en el proceso de contratación.
4. Legalidad: cumplimiento de la legislación laboral aplicable en El Salvador.
5. Confidencialidad: respeto a la privacidad de la información de los candidatos.

Proceso de Contratación:

1. Reclutamiento:

- Identificación de la vacante: se determina la necesidad de contratación según las áreas de la empresa.
- Descripción del puesto: funciones, perfil académico, experiencia y competencias requeridas.
- Medios de difusión: publicación en portales de empleo, redes sociales y recomendaciones internas.

2. Recepción y Selección de Currículum

- Revisión de solicitudes recibidas.
- Clasificación según el cumplimiento del perfil.

3. Entrevistas:

- Primera entrevista: Evaluación de competencias y motivaciones.
- Segunda entrevista: Validación técnica y cultural.

4. Pruebas Complementarias (si aplica)

- Pruebas psicométricas, técnicas o prácticas relacionadas con el puesto.

5. Evaluación y Selección Final

- Se elige al candidato con mayor adecuación al perfil requerido.
- Presentación de la propuesta de contratación.

6. Contratación

- Firma del contrato de trabajo.
- Entrega de documentos legales (DUI, NIT, constancias, entre otros).
- Registro en planilla de la empresa.

7. Inducción

- Presentación del nuevo colaborador al equipo.
- Explicación de la misión, visión, valores y normas internas de la empresa.
- Capacitación inicial según el puesto.

8. Requisitos Generales de Contratación:

- Ser mayor de 18 años.
- Presentar documentación legal vigente (DUI, NIT, ISSS, AFP).
- Currículum actualizado.
- Constancias académicas y laborales.
- Disponibilidad para cumplir con los horarios y responsabilidades del cargo.

9. Tipos de Contratos:

- Contrato por tiempo indefinido.
- Contrato por tiempo determinado.
- Contrato por obra o proyecto.
- Contrato de medio tiempo o jornada parcial.

9. Derechos y Obligaciones de los Colaboradores Derechos:

- Remuneración justa y oportuna.
- Prestaciones de ley (ISSS, AFP, vacaciones, aguinaldo).
- Un ambiente de trabajo seguro y digno. • Oportunidades de capacitación y

- desarrollo.

10. Obligaciones:

- Cumplir con las funciones asignadas.
- Respetar las normas internas de la empresa.
- Velar por la confidencialidad de la información.
- Promover la buena imagen de Crea y Regala.

11. Disposiciones Finales

Este manual entrará en vigor a partir de su aprobación por la Gerencia General de Crea y Regala. Todo proceso de contratación deberá regirse estrictamente bajo los lineamientos aquí establecidos.