

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



**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:
EN GERENCIA ESTRATEGICA DE NEGOCIOS**

**TÍTULO DEL INFORME FINAL
PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA MEXIDULCES
PARA OPTAR PARA EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

PRESENTADO POR:

JECKSON STEVEN MARTÍNEZ MARTÍNEZ	N° DE CARNET MM17039
DIEGO FERNANDO RIVERA LÓPEZ	N° DE CARNET RL20004
FERNANDO JOSÉ SALAMANCA CARÍAS	N° DE CARNET SC19039
NERIS ARACELY YANES BONILLA	N° DE CARNET YB19001

DOCENTE ASESOR:

LIC. JORGE DANIEL BENÍTEZ ANDRADE

**AGOSTO 2025
SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES CENTRALES



MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA
RECTOR

MSC. EVELYN BEATRIZ FARFÁN
VICERRECTORA ADMINISTRATIVO

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA
SECRETARIO GENERAL

LIC CARLOS AMÍLCAR SERRARO RIVERA
FISCAL GENERAL

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
AUTORIDADES**



MSC. CARLOS IVÁN HERNÁNDEZ FRANCO

DECANO

DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA

VICEDECANA

LIC. CARLOS DE JESÚS SÁNCHEZ

SECRETARIO

LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTÍNEZ

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LICDA. LISSETH NÓHEMY SALEH DE PERLA

**COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADO DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS**

Agradecimientos

Con gran satisfacción y profundo respeto, expresamos nuestro sincero agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la culminación de este trabajo de Pre-especialización. Cada aporte recibido ha sido esencial para llevar a cabo este proyecto y alcanzar los objetivos propuestos.

Durante este proceso, contamos con el valioso respaldo de quienes compartieron su experiencia, tiempo y dedicación, convirtiéndose en pilares fundamentales en cada etapa del desarrollo. Gracias a su apoyo constante, a su disposición para acompañarnos y a su compromiso con la excelencia, este proyecto se ha transformado en una experiencia enriquecedora de aprendizaje y crecimiento.

Reconocemos que los logros aquí alcanzados son el resultado del esfuerzo conjunto, de la colaboración y del espíritu de equipo que nos acompañó en este recorrido. Apreciamos cada reto superado, cada consejo recibido y cada momento compartido que permitió fortalecer este trabajo.

De manera especial, expresamos nuestro agradecimiento a los Licenciados Jorge Daniel Benítez Andrade, Lisseth Nohemy Saleh de Perla y Arnoldo Orlando Sorto, por su invaluable guía, acompañamiento y orientación. Su compromiso y apoyo fueron determinantes para la culminación exitosa de este esfuerzo académico.

Finalmente, extendemos nuestro reconocimiento a quienes confiaron en nosotros para llevar adelante esta especialización, pues cada enseñanza recibida constituye un aporte significativo para nuestro desarrollo personal y profesional.

¡A todos ustedes, gracias por haber sido parte esencial de este logro!

Índice

Introducción	1
Objetivos	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Análisis De La Industria	4
Principales Competidores	4
Benchmarking De Los Competidores.....	4
Retos de la Industria	7
Creciente Competencia en el Mercado	7
Dependencia de Importaciones y Regulaciones Aduaneras	7
Tiempos de Entrega y Logística	7
Tendencias de la Industria.....	8
Oportunidades Para MEXIDULCES:	8
Análisis Del Negocio	9
Modelos De Negocio De La Empresa	9
Listado De Productos	10
Informe De Ventas Por Producto/Servicio.....	16
Precios De Productos/Servicios	22
Análisis De Ventas Y Distribución De Ingresos De Mexidulces	25
Principales Hallazgos De La Distribución De Ingresos.....	25
Clasificación ABC de Productos	26

Tratamiento de los productos fuera de la clasificación ABC.....	26
Observaciones En Cuanto Calidad Y Presentación.....	27
Aspectos positivos.....	27
Aspectos Negativos.....	27
Potenciales nuevos productos/servicios.....	28
Caramelos sin azúcar o de bajo contenido calórico.....	28
Suscripción mensual.....	28
Personalización de productos.....	28
Colaboraciones con influencers.....	28
Potenciales nuevos modelos de negocio a adoptar.....	28
Alianzas con cafés y restaurantes.....	28
Modelo de Franquicias.....	29
Estrategia de Venta Omnicanal.....	29
Lienzo CANVAS del Negocio.....	29
Organigrama.....	31
Sistemas (Venta, Facturación, ERP).....	31
Sistemas de Venta.....	31
Sistema de Facturación.....	32
Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP).....	32
FODA.....	33
Observaciones FODA.....	35

Talento Humano	39
Manuales	39
Procesos de Contratación	40
Puestos y Funciones	41
Necesidades de Contratación.....	41
Evaluaciones de Desempeño	43
Necesidades de Capacitación	44
Finanzas.....	45
Clasificación de Costos de la empresa.....	45
Punto de equilibrio de la empresa	45
Estado de Resultados.....	46
Balance General	47
Indicadores Financieros.....	47
Prueba Ácida	47
Análisis Vertical.....	47
Operaciones	48
Licencias y Permisos	48
Contratos	48
Documentación de Procesos Internos.....	49
Estándares de Calidad	49
Ubicación, Herramientas y Equipos.....	50

Servicio al Cliente.....	50
Paso a Paso del Customer Journey	50
Protocolo de Atención al Cliente.....	50
Estrategias de Fidelización.....	51
Gestión de Crisis	52
Canales de Comunicación.....	52
Personal Capacitado	53
Políticas de Devolución y Garantía.....	53
Encuestas y Herramientas de Satisfacción	54
Innovación	54
Ambiente de Valoración de Ideas	54
Recolección y Análisis de Feedback	55
Ambiente Laboral	55
Seguridad y Salud Laboral	55
Programas de Prevención de Riesgos y Primeros Auxilios.....	56
Horarios y Políticas de Descanso.....	56
Capacitación y Desarrollo.....	57
Canales de Comunicación Interna.....	57
Bienestar y Reconocimiento	57
Reuniones y Feedback	58
Resultados De Análisis	59

Producto	59
Observaciones.....	59
Recomendaciones.....	61
Recomendación Técnica. Implementar un software de gestión tipo ERP con módulos de inventario y venta, capacitar al equipo en su uso.....	61
Administración.....	62
Observaciones.....	62
Recomendaciones.....	64
Operaciones.....	65
Observaciones.....	65
Recomendaciones.....	68
Marketing (Enfocado En Publicidad).....	70
Observación.....	70
Recomendaciones.....	74
PLAN ESTRATÉGICO	75
Objetivos	76
Presupuesto De Implementación.....	80
Impacto Económico	83
Conclusiones	84
Bibliografía.....	86
Anexos	87
Manual de Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal.....	87

Manual de Capacitación	96
Manual de Proceso de Servicio al Cliente	102
Formato de Contrato con Clientes.....	107
Filosofía de la Empresa.....	113
Redes Sociales de la Empresa.....	114
Plan De Marketing.....	117
Objetivos.....	117
Público Objetivo.....	117
Comunicación	118
Estrategia de Social Media	123
Marketing De Productos	130
Customer Journey	137
Acciones	138
Marketing Tradicional.....	141
Presupuesto Estimado Mensual.....	142
Proyecciones Y Metas	142

Índice de Tablas

Tabla 1 Benchmarking de los competidores.....	5
Tabla 2 Informe de ventas de los diferentes productos de MexiDulces.	16
Tabla 3 Información de los precios de los diferentes productos al detalle (unidad).	22
Tabla 4 Información de los precios de los productos al mayoreo.....	24
Tabla 5 Top 10 de los productos con mayores ventas acumuladas en el mes	25
Tabla 6 Clasificación ABC de los productos de MexiDulces	26
Tabla 7 Extensión propuesta de extensión del esquema ABC.....	27
Tabla 8 <i>FODA de MexiDulces</i>	33
Tabla 9 Datos a tomar en cuenta para desarrollar un manual de puestos.....	39
Tabla 10 Puestos, Habilidades Interpersonales y habilidades técnicas.	41
Tabla 11 Necesidades de contratación.....	42
Tabla 12 Métodos para evaluar el desempeño.....	43
Tabla 13 Necesidades de capacitación	44
Tabla 14 Estado de Resultados para MexiDulces (3 meses).....	46
Tabla 15 Balance General estimado para MexiDulces (3 meses).....	47
Tabla 16 Análisis Vertical.....	48
Tabla 17 Documentación de procesos internos y recomendaciones	49
Tabla 18 <i>Ejemplo de proceso estandarizado de protocolo de atención al cliente</i>	51
Tabla 19 Canales de comunicación, ventajas, y posibles mejoras.....	53
Tabla 20 Cultura de ideas.....	55
Tabla 21 Herramientas para obtener feedback	55
Tabla 22 Seguridad y Salud laboral.....	56
Tabla 23 Iniciativas para mejorar el bienestar y reconocimiento.....	58
Tabla 24 Hallazgos encontrados sobre aspectos a mejorar de MexiDulces	64
Tabla 27 Acciones a Largo Plazo	79

Tabla 28 Presupuesto de implementación corto plazo	80
Tabla 29 Presupuesto de implementación mediano plazo	81
Tabla 30 Presupuesto de implementación Largo plazo	82
Tabla 31 Impacto económico del plan	83
Tabla 32 Público Objetivo	118
Tabla 33 Tipos De Contenido & Formatos: Contenido Cotidiano	119
Tabla 34 Frecuencia Recomendada Para Contenido Cotidiano	120
Tabla 35 Tipos De Contenido & Formatos: Contenido De Venta	120
Tabla 36 Frecuencia Recomendada Para El Contenido De Venta	121
Tabla 37 Tipos De Contenido & Formatos: Contenido De Valor	122
Tabla 38 Frecuencia Recomendada Para Contenido De Valor.....	122
Tabla 39 Canales Para Estrategia De Social Media.....	123
Tabla 40 Calendario de contenido.....	124
Tabla 41 Segmentación De Públicos Y Ocasiones	135
Tabla 42 Etapas Clave.....	137
Tabla 43 Acciones principales comerciales.....	137
Tabla 44 Tipos De Palabras Clave Para SEO	138
Tabla 45 Tipo de palabras clave por coincidencia.....	139
Tabla 46 Estrategia Por Canal.....	140
Tabla 47 Presupuesto mensual estimado.....	142
Tabla 48 Proyecciones y metas.....	143

Índice de Figuras

Ilustración 1 Modelo CANVAS del negocio.....	30
Ilustración 2 Organigrama de la empresa.....	31
Ilustración 3 Flujo de reclutamiento	40
Ilustración 4 Diagrama De Flujo De Producción	120
Ilustración 5 Embudo De Conversión (ASCII).....	121

Resumen

El presente informe desarrolla un plan estratégico para MexiDulces, empresa dedicada a la comercialización de dulces mexicanos en El Salvador, con el propósito de fortalecer su competitividad y crecimiento sostenible. El diagnóstico incluyó análisis de la industria y el entorno competitivo, benchmarking de empresas similares, evaluación financiera, clasificación ABC, mapeo de procesos y un estudio FODA. Los resultados muestran un catálogo amplio pero disperso, baja concentración de ingresos en productos clave, debilidades en control de inventario y logística, así como limitada presencia digital y ausencia de protocolos formales de atención al cliente. Se concluye que la empresa posee un alto potencial de crecimiento si implementa un sistema ERP con facturación electrónica, formaliza procesos administrativos y laborales, desarrolla estrategias digitales (SEO, redes sociales, campañas pagadas, e-commerce) y establece programas de fidelización de clientes. Con estas acciones, MexiDulces puede mejorar su rentabilidad, reducir tiempos operativos y consolidar una ventaja competitiva sostenible en el mercado local.

Palabras Clave:

Plan estratégico; MexiDulces; Dulces mexicanos; Marketing digital; ERP; FODA; Fidelización; Competitividad; Innovación; Procesos internos

Abstract

This report presents a strategic plan for MexiDulces, a company dedicated to the commercialization of Mexican candies in El Salvador, with the purpose of strengthening its competitiveness and sustainable growth. The diagnostic included industry and competitive environment analysis, benchmarking of similar companies, financial evaluation, ABC classification, process mapping, and a SWOT study. The findings reveal a wide but dispersed catalog, low revenue concentration in key products, weaknesses in inventory control and logistics, limited digital presence, and the absence of formal customer service protocols. It is concluded that the company has high growth potential if it implements an ERP system with electronic invoicing, formalizes administrative and labor processes, develops digital strategies (SEO, social media, paid campaigns, e-commerce), and establishes customer loyalty programs. With these actions, MexiDulces can improve profitability, reduce operational times, and consolidate a sustainable competitive advantage in the local market.

Key Words:

Strategic plan; MexiDulces; Mexican candies; Digital marketing; ERP; SWOT; Customer loyalty; Competitiveness; Innovation; Internal processes.

Introducción

El mercado de dulces mexicanos en El Salvador se caracteriza por el dinamismo y la proliferación de emprendimientos locales, especialmente en San Miguel. Esta expansión genera una intensa competencia en precios, calidad y experiencia de compra, donde la diferenciación es clave. La dependencia de importaciones y las complejidades aduaneras imponen retos logísticos y de costos que afectan la rentabilidad. La falta de sistemas digitales propios y la informalidad en procesos internos dificultan la consolidación de una ventaja competitiva sostenible.

Este proyecto, busca diseñar un plan estratégico basado en evidencia para formalizar procesos internos, optimizar la cadena de suministro y potenciar la visibilidad de MexiDulces en canales digitales y presenciales. Con un enfoque en psicología del consumidor y análisis estratégico, se persigue un crecimiento sostenible y escalable que conserve la autenticidad de la marca.

El diagnóstico comprende cinco etapas: estudio del entorno competitivo con benchmarking de competidores clave; evaluación de los modelos de negocio y desempeño de ventas por producto, incluyendo la clasificación ABC; análisis financiero; mapeo de procesos internos desde la recepción de insumos hasta la entrega al cliente; y aplicación de un FODA basado en datos reales y entrevistas a la propietaria y al equipo operativo.

El informe se estructura en cinco secciones: análisis de la industria y su contexto competitivo; diagnóstico interno de MexiDulces, que abarca ventas, precios, sistemas y talento humano; matriz FODA con implicaciones operativas; recomendaciones tácticas y estratégicas en administración, operaciones, marketing y recursos humanos; y un plan de implementación con horizontes corto, mediano y largo plazo. Cada fase incluye indicadores SMART y un presupuesto estimado para garantizar seguimiento y éxito.

Con estas acciones, MexiDulces consolidará su capacidad para anticipar cambios del mercado, mejorar la experiencia del cliente y escalar su operación sin comprometer la calidad. Se espera incrementar la rentabilidad, reducir tiempos operativos y establecer una posición de liderazgo en el segmento de dulces tradicionales mexicanos en el oriente del país, o bien dentro de El Salvador, sentando bases sólidas para futuras expansiones.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar y estructurar un plan estratégico integral para MexiDulces que consolide su posición en el mercado de dulces mexicanos, optimizando productos, canales y tácticas digitales basadas en evidencia real, con el fin de incrementar visibilidad, ventas y fidelización de clientes.

Objetivos Específicos

1. Consolidar el portafolio de productos y los canales de venta mediante el desarrollo de combos, obsequios personalizados y suscripción mensual; e integrar tienda física, ecommerce, WhatsApp Business y entrega a domicilio para ofrecer una experiencia de compra ágil y coherente.
2. Potenciar la visibilidad y el posicionamiento de marca ejecutando una estrategia de marketing digital que combine SEO local, gestión de Google My Business, campañas en Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads y Google Ads, remarketing e influencer marketing con micro y macroinfluencers.
3. Maximizar la fidelización y la experiencia del cliente por medio de la implementación de un programa de puntos, acciones de cross-selling y upselling, y un sistema CRM; diseñar el customer journey, promover UGC y optimizar el storytelling de marca a través de un calendario editorial y contenidos de valor.
4. Asegurar la excelencia operativa y el manejo integrando ERP para inventario y facturación electrónica; aplicar plan HACCP, control de calidad y packaging sostenible; gestionar logística, cumplimiento normativo y procesos de talento humano; y definir KPIs y análisis FODA para la toma de decisiones.

Análisis De La Industria

Principales Competidores

Los principales competidores identificados dentro de la ciudad de San Miguel destacan en varios aspectos, como precios y calidad, para atraer a diferentes tipos de consumidores. Cada uno de estos competidores presenta características que los vuelven una fuerte competencia hacia MexiDulces, dentro de los cuales se pueden mencionar:

- México lindo SV
- Candy shop

En la ciudad de San Salvador y Santa Ana se identificó una mayor cantidad de competidores en comparación con otras regiones del país. Esto se debe principalmente a que San Salvador es la capital y el centro económico de El Salvador y Santa Ana a su cercanía del comercio con la capital, lo que la convierte en un mercado más dinámico y competitivo, dentro de las cuales se tienen:

- La Esquinita mexicana
- Picantojos
- Crazy Fruits
- Los Mexicanos 10

Benchmarking De Los Competidores

Para identificar las ventajas competitivas y áreas de mejora de MexiDulces, se realizó un benchmarking con empresas del mismo rubro. La siguiente tabla compara fortalezas, debilidades y oportunidades detectadas en cada competidor, con el fin de establecer estrategias que permitan destacar en el mercado.

Tabla 1

Benchmarking de los competidores

Nombre del Competidor	Fortaleza del Competidor	Debilidades en Producto/Servicio del Competidor	¿Cómo mi negocio supera las debilidades del competidor?
Candy Shop	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amplio catálogo de productos. ▪ Cuentan con local físico en San Miguel. ▪ Manejo de redes sociales (Instagram, principalmente). ▪ Formas de envío. ▪ Nivel alto para brindar respuestas por DM. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Precios altos de productos que ofertan. ▪ Poca participación en ferias de emprendimiento. ▪ Deficiencia en el proceso de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participar de forma activa en ferias de emprendimiento organizadas por instituciones y la municipalidad. ▪ Implementar estrategias de servicio al cliente postventa para identificar elementos de mejora, buscando así la mejora continua. ▪ Buscar constantemente y/o negociar con proveedores que permitan disminuir el costo de los productos.
México Lindo SV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuentan con local físico en San Miguel. ▪ Rápido nivel de aceptación por parte de los consumidores en la zona oriental. ▪ Amplio catálogo de productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nivel bajo de respuestas por DM. ▪ No utilizar estrategias de promoción y ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar respuestas rápidas en redes sociales, así como mensajes de ausencia, de bienvenida, etc. ▪ Utilizar estrategias de promoción de ventas por fechas especiales- San Valentín, Día de la madre, Día del mazapán, etc.
Picantojos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rápido nivel de aceptación por parte de los consumidores. ▪ Han lanzado otras líneas relacionadas con los productos mexicanos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inactividad en redes sociales. ▪ Poca confianza en los consumidores al no ver interacción en redes sociales por 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear contenido relevante para redes sociales y postear al menos una vez por semana sobre promociones, nuevos

Nombre del Competidor	Fortaleza del Competidor	Debilidades en Producto/Servicio del Competidor	¿Cómo mi negocio supera las debilidades del competidor?
La Esquinita Mexicana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lanzan promociones constantemente 	<p>parte del emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inactividad en redes sociales. Poca confianza en los consumidores al no ver interacción en redes sociales por parte del emprendimiento. 	<p>productos disponibles, datos curiosos, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear contenido relevante para redes sociales y postear al menos una vez por semana sobre promociones, nuevos productos disponibles, datos curiosos, etc.
Crazy Fruits	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tiempo en el mercado (es considerado uno de los pioneros en productos mexicanos en El Salvador). ▪ Han lanzado otras líneas relacionadas con los productos mexicanos. ▪ Cuentan con local físico en Santa Ana. ▪ Lanzan promociones constantemente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No responder de forma oportuna ▪ No utilizar estrategias de post-venta. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar respuestas rápidas en redes sociales, así como mensajes de ausencia, de bienvenida, etc. ▪ Utilizar estrategias como la cadena de valor.
Los Mexicanos 10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participación constante en ferias en centros comerciales. ▪ Amplio catálogo de productos. ▪ Venden al mayoreo y al por menor. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nivel bajo para brindar respuestas por DM. ▪ No responden de forma oportuna mensajería. ▪ No utilizar estrategias de post-venta. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementar respuestas rápidas en redes sociales, así como mensajes de ausencia, de bienvenida, etc. ▪ Utilizar modelos de negocios como B2B

Nota: la tabla muestra las fortalezas y debilidades de los competidores, así como el negocio se diferencia de los competidores.

Retos de la Industria

Creciente Competencia en el Mercado

En los últimos años, han surgido varios competidores en la venta de dulces mexicanos en El Salvador, tanto en San Miguel como en otras ciudades clave como San Salvador y Santa Ana. Esto obliga a MexiDulces a innovar constantemente en su oferta de productos, estrategias de marketing y atención al cliente para diferenciarse.

Dependencia de Importaciones y Regulaciones Aduaneras

Los productos vendidos son importados desde México y Guatemala, lo que implica depender de procesos de aduanas y regulaciones que pueden afectar los costos y tiempos de entrega. Debido que también muchas de las empresas encomendistas o productores mexicanos importan materia prima o productos finales de México a Estados Unidos. dos y viceversa (BBC, *Olmo, G. D., 2025, abril 8*).

La empresa debe estar atenta a posibles cambios en las normativas para evitar retrasos o costos adicionales.

Tiempos de Entrega y Logística

Actualmente, MexiDulces depende de servicios de delivery externos, lo que genera tiempos de espera prolongados para los clientes (40-50 minutos en recoger pedidos). Se requiere optimizar la logística mediante alianzas estratégicas con empresas de transporte o servicios de entrega más eficientes.

Falta De Posicionamiento En Redes Sociales Y Marketing Digital. Algunos competidores ya han trabajado en estrategias de promociones y presencia en redes sociales, mientras que MexiDulces enfrenta dificultades para generar contenido relevante y mantener la interacción con los clientes. Es clave fortalecer las estrategias de marketing digital y mejorar la comunicación con los clientes en redes sociales.

Factores Externos Que Pueden Afectar La Operatividad. La pandemia ha demostrado que crisis sanitarias pueden impactar el comercio, restringiendo la movilidad y afectando la demanda. También existe el riesgo del cierre de aduanas, lo que podría dificultar la disponibilidad de productos. La delincuencia en la zona y afectación por desastres naturales también puede afectar tanto la logística como la operación de la tienda física (Noticias ONU, Valencia, 2020).

Variabilidad En Los Precios De Los Proveedores. El aumento en los costos de importación y la inflación pueden afectar el precio de los productos. Es necesario negociar constantemente con proveedores y explorar opciones para mitigar el impacto de los incrementos de costos.

Tendencias de la Industria

Oportunidades Para MEXIDULCES:

La industria de los productos tradicionales y dulces típicos mexicanos está influenciada por tendencias de consumo que evolucionan constantemente. Una de las tendencias más relevantes actualmente es el creciente interés en el cuidado personal y la salud, lo que implica una mayor conciencia sobre los productos que se consumen. Esta tendencia abre una gran oportunidad para las marcas que logren posicionar sus productos con atributos que conecten con el consumidor preocupado por su bienestar, apoyándose en campañas estratégicas de marketing digital para llegar a un público más amplio y segmentado. (Ledezma, Velázquez & Vizcaíno, 2017)

Además, el auge del comercio electrónico y las ventas a través de redes sociales representa una transformación significativa en la forma en que los consumidores acceden a los productos. El crecimiento sostenido de las plataformas digitales como canales de venta permite a las empresas ampliar su alcance, optimizar procesos de distribución y mejorar la experiencia del cliente. Para MEXIDULCES, estas tendencias no solo son una oportunidad, sino una guía

para desarrollar estrategias que potencien su crecimiento en mercados cada vez más digitalizados. (Ledezma, Velázquez & Vizcaíno, 2017)

- La tendencia de “cuidarse” está en aumento a través de esta investigación podemos fundamentar que las marcas tienen una gran oportunidad de mercado si siguen realizando campañas estratégicas de marketing digital. (Ledezma, Velázquez & Vizcaíno, 2017)
- La tendencia del crecimiento del comercio electrónico y las ventas por redes sociales. (Ledezma, Velázquez & Vizcaíno, 2017)
- La tendencia del aumento del interés por experiencias. (Deloitte, 2023)
- Expansión del delivery y compras en línea. (INCAE Business School, 2022)

Análisis Del Negocio

Modelos De Negocio De La Empresa

De acuerdo con el marco teórico propuesto por Osterwalder y Pigneur (2010), que describe la construcción y análisis de modelos de negocio, MEXIDULCES opera actualmente bajo tres modalidades principales que le permiten diversificar sus fuentes de ingresos y adaptarse a distintas preferencias de los consumidores:

Venta en tienda física en San Miguel: Este modelo tradicional ofrece la ventaja de la experiencia directa con el cliente, permitiendo una interacción personal y la oportunidad de construir fidelidad mediante la atención personalizada (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Pedidos en línea y a domicilio a través de redes sociales: Siguiendo las tendencias digitales actuales, esta modalidad permite a MEXIDULCES llegar a un público más amplio, facilitar la compra y aprovechar el crecimiento del comercio electrónico, optimizando la comodidad para el cliente y la gestión logística (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Participación en ferias y eventos: Este modelo se basa en la promoción directa y el contacto con nuevos mercados y consumidores, generando exposición de marca y oportunidades de networking que pueden traducirse en ventas y alianzas estratégicas (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Listado De Productos

Obsequios Personalizados.

Caja personalizada #1

- Incluye 20 dulces surtidos
- 1 bandeja de gomitas
- Mensaje/foto personalizado.

Caja personalizada #2.

- Incluye 2 HotWheels
- 1 bandeja de gomitas
- 15 dulces surtidos
- Mensaje/foto personalizadas

Bandeja de Gomitas.

#1

- Incluye bandeja pequeña con 4 opciones de gomitas con salsa para enchilar
- Mensaje/foto personalizado

#2

- Incluye bandeja grande con 8 opciones de gomitas con salsa para enchilar
- Mensaje/foto personalizada

Bandeja de Gomitas Enchiladas

#1

- Incluye bandeja pequeña con 5 opciones de gomitas
- enchiladas
- Mensaje/foto personalizado.

#2

- Incluye bandeja grande con 8 opciones de gomitas enchiladas y salsa para enchilar.
- Mensaje/foto personalizado.

Cajita de gomitas.

- Incluye caja con 6 opciones de gomitas y salsa para enchilar
- Mensaje/foto personalizado.

Ramo con HotWheels.

- Incluye ramo con dulces surtidos
- 1 HotWheels
- Mensaje/foto personalizado.

Bandeja de corazón enchilado.

- Incluye bandeja pequeña con gomitas enchiladas Mixteadas.
- Mensaje/foto personalizado.

Ramo con dulces.

- Incluye ramo con dulces surtidos
- Gomitas dulces
- Mensaje/foto personalizada

Combos Mixtos.**COMBO MIXTO #1: "PARA PROBAR DE TODO UN POCO®**

Incluye:

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ➤ Mazapán chico de La Rosa. | ➤ Jalea de tamarindo. |
| ➤ Pachicleta fuego. | ➤ Benny mango con chile. |
| ➤ Raqueta enchilada Miguelito. | ➤ Benny sandía con chile. |
| ➤ Pulparindo extrapicante. | ➤ Benny pintalabios chamoy. |
| ➤ Ring pop. | ➤ Banderilla de tamarindo. |
| ➤ Cuchara de tamarindo con mango. | ➤ Lococho sabor chamoy con chile. |
| ➤ Chupa chups. | ➤ Gomitas fresitas. |
| ➤ Tajín dulce. | |

➤ Lococha sabor fresa con
chile.

➤ Lococha sabor chamoy con
chile.

COMBO MIXTO #2: "PARA LOS AMANTES DE LAS COMITAS"

Incluye:

➤ Mazapán chico.

➤ Gomitas fresitas.

➤ Pachicleta fuego.

➤ Lococha sabor fresa.

➤ Raqueta enchilada.

➤ Lococha sabor chamoy.

➤ Pulparindo.

➤ Swinkles salsagheti.

➤ Chupa chups.

➤ Lucas gusano fuego.

➤ Tajín dulce.

➤ Paleta Vero con polvo takis.

➤ Jalea de tamarindo.

➤ Caramelos pulparindo.

➤ Benny mango con chile.

➤ PulparinDots.

➤ Benny sandía con chile.

➤ Gomitas manguitos.

➤ Benny pintalabios chamoy.

➤ Combo rellerindo.

➤ Banderilla de tamarindo.

➤ Pulparindo push

➤ Lococha sabor chamoy.

Picantes.

➤ Paletas Benny con chile y
tajín.

➤ Pulparindo sabores.

➤ Maxchamoy y Maxmango.

➤ Vasito tamarindo.

➤ Mini pelón de sabores.

➤ Pelón pelo rico tamarindo.

➤ Pachicleta fuego.

➤ Swinkles rellenos sandía

➤ Raqueta enchilada chamoy.

➤ Swinkles salsagheti sandía.

➤ Combo Vero rellerindo.

- PulparinDots.
- Caramelos pulparindo surtido.
- Pulparindo push tamarindo.
- Forritos para cubrir manzana.
- Lucas Muecas.
- Gomita manguitos con chile.
- Totis con chile.
- Locochoas sabores surtidos.
- Llaveros de salsas.
- Tira de pachicleta fuego 10 uds.
- Corazón enchilado.
- Banderilla dedinos.
- Chipikona.

Dulces.

- Locochoa uds. cornio.
- Mini chupa chups.
- Pachicleta agridulce.
- Mazapán de la Rosa chico.
- Tira gomita de cereza.
- Tira de arcoíris.
- Gomita de tiburón sin azúcar.
- Gomita lombriz neón.
- Gomitas aros de durazno.
- Gomitas de osito sin azúcar.
- Gomita hamburguesa.
- Micrófonos.
- Paletas Beny cola.
- Truena pop.
- Velitas de leche.
- Tira de pachicleta agridulce 10 uds.
- Gomitas.
- tira tajín dulce.
- Tajín dulce.
- Kilo gomitas gusano.
- Gomitas medio kilo.
- Chocolates rellenos tubo.

Ácidos.

- Limón 7 sobres.
- Limón 7 saleros.
- Lucas mueca
- Totis con chile.
- Totis.

Salsas.

- Chamoy.
- Tajín líquido.
- Salsa Valentina.
- manzana
- Jugo maggi.
- Tapatío Salsa picante.
- Pavirrico mango.
- Llaveros de salsa.
- Forritos para cubrir

Banderillas.

- Banderillas dedinos.
- Banderilla pikis.
- Tarri pop.
- Bote de flautirriko.
- Banderillas bazucazo bolsa.
- Banderillas bazucazo.

Bebidas.

- Gran malo. (tamarindo)
- Gran malo (horchata)
- Gran malo (Jamaica)
- Mezcal con gusano de maguey.
- El jefe.
- Rancho escondido.
- Caja premium (dulces y bebidas)

Antojitos.

- Bolsitas
- enchiladas en bolsita.
- Paletas heladas.
- Manzana forrada de pulparindo.
- Manzana loka.
- Pepino loko.
- Orden de picafresas o pulparindos enchilados
- .Bandeja con fruta de la temporada
- Mango con churritos.

Mayoreo

Bolsa de Beny mango con chile 40 uds.

- Beny sandía con chile 40 uds.
- Pintalabios chamoy con chile 40 uds.
- Bolsa de elotitos sabor fresa con chile 40 uds.
- Tira de pachicleta agridulce 10 uds.
- Tira de pachicleta fuego 10 uds.
- Mazapán chico 60 uds.
- Mazapán de la Rosa original 30 uds.
- Caja Pulparindots 20 uds.
- Tarri pop Banderilla de tamarindo 15 cm, 50 uds.
- Lucas Muecas caja 10 uds.
- Swinkles salsaghetti sandía 12 uds.
- Swinkles rellenos sabor sandía 12 uds.
- Rellerindos mix bolsa 80 uds.
- Caramelo pulparindo 100 uds.

- Pulparindo push tamarindo 12 uds.
- Locochas bolsa de 60 uds.
- Caja limón 7 10 uds.
- Tira limón 7 80 uds.
- Micrófonos Yosi sabores frutales 12 uds.
- Micrófono picosito Bolsa de 12 uds. de micrófono en sabor: Fresa, tamarindo, piña y mango con chile.
- Truena pop 50 uds.
- Totis con salsa picante 25 uds.
- Pulparindo 20 uds.
- Gomitas medio kilo.
- Kilo gomitas gusanos.
- Gomitas Lucky Gummies 96 g. 12 uds.
- Sour belts rainbow 80 uds.
- Bolsa de 25 uds. de Totis con chile.
- Tira de 24 uds. de tajín dulce.
- Maxirindo Caja de 24 uds. de pasta de tamarindo.

- Bote de 180 uds. de velitas de leche.
- Lucas Gusano tamarindo 10 uds.
- Pelón peloneta tamarindo 28 uds.
- Banderillas dedinos Banderillas de tamarindo de 15 cm, 25 uds.
- Mayoreo Piñalim Por compra desde 3 uds.
- Caja de 25 uds. Jabón Zote.
- Jelaxy arcoíris Caja con 60 tiras de gomita con sabores frutales y color arcoíris.
- Kilos de gomitas Jovy.
- Bote de 50 uds. de banderillas de tamarindo de 15 cm.
- Tamalitos de tamarindo 20 uds.
- Bolsa de 20 uds. de banderillas Bazucazo.
- Bote de 45 banderillas de 25 cm.
- Mini pelón 18 uds.
- Pelón pelo rico 12 uds.
- Picafruta 200 uds.
- Chipikona bolsa 25 uds.

Informe De Ventas Por Producto/Servicio

Tabla 2

Informe de ventas de los diferentes productos de MexiDulces.

N°	Producto	U. V.	V.T.	% Total	% Total Acu.
1	Gomitas Aros	20	\$ 200.00	4.96%	4.96%
2	Chamoy Chilerito galón	10	\$ 180.00	4.47%	9.43%
3	Flautirriko de Tamarindo (50un)	15	\$ 180.00	4.47%	13.90%
4	Skwinkles Salsagheti	14	\$ 140.00	3.48%	17.38%
5	Tarri pop de tamarindo (15cm)	10	\$ 120.00	2.98%	20.35%
6	Maxirindo	14	\$ 112.00	2.78%	23.14%
7	Valentina etiqueta amarilla litro	8	\$ 96.00	2.38%	25.52%
8	Salsa Mix (jalea para escarchar bebidas)	5	\$ 65.00	1.61%	27.13%
9	Gomitas Gusano Grissly	18	\$ 90.00	2.23%	29.37%

N°	Producto	U. V.	V.T.	% Total	% Total Acu.
10	Tajín 907g	3	\$ 42.00	1.04%	30.41%
11	Benny mango	20	\$ 70.00	1.74%	32.15%
12	Caja #3	2	\$ 50.00	1.24%	33.39%
13	Pachicleta fuego	24	\$ 60.00	1.49%	34.88%
14	Tajín 400g	6	\$ 48.00	1.19%	36.07%
15	Pelón Pelo rico	4	\$ 48.00	1.19%	37.26%
16	Aros de Durazno	5	\$ 45.00	1.12%	38.38%
17	Manguitos enchilados	5	\$ 45.00	1.12%	39.49%
18	Gran Malo Tamarindo	1	\$ 35.00	0.87%	40.36%
19	Corazón enchilado	12	\$ 36.00	0.89%	41.26%
20	Té Piñalim	3	\$ 36.00	0.89%	42.15%
21	Ramos con Dulces	2	\$ 40.00	0.99%	43.14%
22	Baz. de Tamarindo (25cm, 45un)	4	\$ 60.00	1.49%	44.63%
23	Mazapán de la Rosa Chico	6	\$ 60.00	1.49%	46.12%
24	Gomitas Lucky Gummys 96G	6	\$ 60.00	1.49%	47.61%
25	Mini Pelón Tamarindo	6	\$ 54.00	1.34%	48.95%
26	Sandía Slices	4	\$ 36.00	0.89%	49.84%
27	Tiritas Jelaxy Arcoíris	6	\$ 54.00	1.34%	51.19%
28	Lucas Muecas	5	\$ 50.00	1.24%	52.43%
29	Chamoy Mega 500mg (mediana)	10	\$ 40.00	0.99%	53.42%
30	Valentina negra litro	3	\$ 36.00	0.89%	54.31%
31	Miguelito original 980g	3	\$ 36.00	0.89%	55.21%
32	Caja #4	3	\$ 36.00	0.89%	56.10%
33	Bazucazo de Tamarindo bolsa	6	\$ 48.00	1.19%	57.29%
34	Caja Premium	1	\$ 45.00	1.12%	58.41%
35	Caja #1	6	\$ 42.00	1.04%	59.45%
36	Benny sandía	12	\$ 42.00	1.04%	60.49%
37	Benny pintalabios	12	\$ 42.00	1.04%	61.54%
38	Bandeja de Gomitas	4	\$ 40.00	0.99%	62.53%
39	Pulparindo sabor tamarindo	8	\$ 40.00	0.99%	63.52%
40	Skwinkles Rellenos	4	\$ 40.00	0.99%	64.52%

N°	Producto	U. V.	V.T.	% Total	% Total Acu.
41	Picafresas	2	\$ 40.00	0.99%	65.51%
42	Mazapán de la rosa original	4	\$ 40.00	0.99%	66.50%
43	Caja #2	3	\$ 36.00	0.89%	67.39%
44	Caja de Gomititas	4	\$ 36.00	0.89%	68.29%
45	Dedinos de Tamarindo bolsa	6	\$ 36.00	0.89%	69.18%
46	Aros de Manzana Verde	4	\$ 36.00	0.89%	70.08%
47	Bandeja con fruta de temporada	4	\$ 32.00	0.79%	70.87%
48	Tajín 142g (chile en polvo con limón)	9	\$ 30.15	0.75%	71.62%
49	Swinkies salsagheti sandía	24	\$ 30.00	0.74%	72.36%
50	Tajín Miguelito 220g	6	\$ 30.00	0.74%	73.11%
51	Mezcal con Gusano	1	\$ 30.00	0.74%	73.85%
52	Caja para compartir	2	\$ 30.00	0.74%	74.60%
53	Pulparindo sabor mango	6	\$ 30.00	0.74%	75.34%
54	Pulparindo caramelos	5	\$ 30.00	0.74%	76.09%
55	Gomita manguitos con chile	18	\$ 27.00	0.67%	76.76%
56	Tira de pachicleta agridulce 10 un.	10	\$ 25.00	0.62%	77.38%
57	Gomititas	5	\$ 25.00	0.62%	78.00%
58	Pulparindo sabor chamoy	5	\$ 25.00	0.62%	78.62%
59	Orden de picafresas	16	\$ 24.00	0.60%	79.21%
60	Ramo de Pulparindo	3	\$ 24.00	0.60%	79.81%
61	Locochas con y chile sabor Chamoy	6	\$ 24.00	0.60%	80.41%
62	Pachicleta dulce	9	\$ 22.50	0.56%	80.96%
63	Beny Elotitos	6	\$ 21.00	0.52%	81.49%
64	Caramelos pulparindo surtido	200	\$ 20.00	0.50%	81.98%
65	Skwinkles Aciditos	2	\$ 20.00	0.50%	82.48%
66	Chamoy Chilerito 355ml	6	\$ 18.00	0.45%	82.93%
67	Lucas Gusano tamarindo 10 uds.	2	\$ 18.00	0.45%	83.37%
68	Tamalitos de tamarindo	3	\$ 18.00	0.45%	83.82%
69	Aros Sandía	2	\$ 18.00	0.45%	84.27%

N°	Producto	U. V.	V.T.	% Total	% Total Acu.
70	Medio Kilo de Gomitas Guandy culebra	6	\$ 18.00	0.45%	84.71%
71	Medio Kg de Gom. Guandy corazón	6	\$ 18.00	0.45%	85.16%
72	Enchilokas	2	\$ 17.00	0.42%	85.58%
73	Pulparindo push tamarindo	16	\$ 16.00	0.40%	85.98%
74	Locochas con y chile sabor Fresa	4	\$ 16.00	0.40%	86.38%
75	Locochas sabores surtidos	100	\$ 15.00	0.37%	86.75%
76	El jefe	1	\$ 15.00	0.37%	87.12%
77	Gomitas Enchiladas 10onz.	3	\$ 15.00	0.37%	87.49%
78	Caja con rosas eternas	1	\$ 15.00	0.37%	87.87%
79	Bandeja peq. De gomitas	3	\$ 15.00	0.37%	88.24%
80	Pulparindo sabor sandía	3	\$ 15.00	0.37%	88.61%
81	Micrófonos picositos	2	\$ 15.00	0.37%	88.98%
82	Micrófono Surtido	2	\$ 15.00	0.37%	89.35%
83	Forritos rim dip	2	\$ 14.00	0.35%	89.70%
84	Lucas Muecas	10	\$ 12.50	0.31%	90.01%
85	Maxchamoy y Maxmango	24	\$ 12.00	0.30%	90.31%
86	Forritos para cubrir manzana	4	\$ 12.00	0.30%	90.61%
87	Llaveros de salsas	6	\$ 12.00	0.30%	90.91%
88	Jugo Maggi 100ml	2	\$ 12.00	0.30%	91.20%
89	Pepino loko	6	\$ 12.00	0.30%	91.50%
90	Mango con churros	8	\$ 12.00	0.30%	91.80%
91	Caja intensamente 2	1	\$ 12.00	0.30%	92.10%
92	Té Alcachofa	1	\$ 12.00	0.30%	92.40%
93	Locochas con y chile sabor Mango	3	\$ 12.00	0.30%	92.69%
94	Limón 7 bote	4	\$ 12.00	0.30%	92.99%
95	Rellerindo mix	1	\$ 12.00	0.30%	93.29%
96	Pachicleta fuego	30	\$ 10.50	0.26%	93.55%
97	Banderillas dedinos 15cm	20	\$ 10.00	0.25%	93.80%
98	Ramos con HotWeels y dulces	1	\$ 10.00	0.25%	94.05%
99	Pulparindo sabor extrapicante	2	\$ 10.00	0.25%	94.29%

N°	Producto	U. V.	V.T.	% Total	% Total Acu.
100	Ositos sin azúcar	1	\$ 9.00	0.22%	94.52%
101	Tiburones sin azúcar	1	\$ 9.00	0.22%	94.74%
102	Paleta Benny mango	40	\$ 8.00	0.20%	94.94%
103	Vasos	2	\$ 8.00	0.20%	95.14%
104	Chipikona Picante	2	\$ 8.00	0.20%	95.34%
105	Locochas con y chile sabor Sandía	2	\$ 8.00	0.20%	95.54%
106	Truena Pop Sabores Surtidos	2	\$ 8.00	0.20%	95.73%
107	Swinkies rellenos sandía	6	\$ 7.50	0.19%	95.92%
108	Micrófonos	10	\$ 7.50	0.19%	96.11%
109	Mini pelón de sabores (chamoy)	10	\$ 7.50	0.19%	96.29%
110	Lucas Muecas	5	\$ 6.25	0.16%	96.45%
111	Pulparindo sabor Chamoy	12	\$ 6.00	0.15%	96.60%
112	Pulparindots	6	\$ 6.00	0.15%	96.75%
113	Chamoy Chilerito Mango 355ml	2	\$ 6.00	0.15%	96.89%
114	Gomitas Enchiladas en bolsita	6	\$ 6.00	0.15%	97.04%
115	Gomitas Enchiladas 6onz.	2	\$ 6.00	0.15%	97.19%
116	Manzana Forrada de Pullp. y Tajín	4	\$ 6.00	0.15%	97.34%
117	Manzana loka	2	\$ 6.00	0.15%	97.49%
118	Jabón zote	3	\$ 6.00	0.15%	97.64%
119	Gomitas enchiladas	6	\$ 6.00	0.15%	97.79%
120	Mini pelón de sabores (mango)	8	\$ 6.00	0.15%	97.94%
121	Sobre de Piñalim	15	\$ 5.25	0.13%	98.07%
122	Banderilla dedinos	10	\$ 5.00	0.12%	98.19%
123	Mazapán de la Rosa chico	20	\$ 5.00	0.12%	98.32%
124	Velitas de leche	50	\$ 5.00	0.12%	98.44%
125	Tajín Dulce	1	\$ 5.00	0.12%	98.56%
126	Banderillas pikis	10	\$ 5.00	0.12%	98.69%
127	Paletas Heladas dulces	5	\$ 5.00	0.12%	98.81%
128	Paletas Heladas lokas	2	\$ 5.00	0.12%	98.94%
129	Valentina 350ml	1	\$ 5.00	0.12%	99.06%
130	Vero Mix	1	\$ 5.00	0.12%	99.18%

N°	Producto	U. V.	V.T.	% Total	% Total Acu.
131	Paleta Beny Elotitos	20	\$ 4.00	0.10%	99.28%
132	Pulparindo sabor Mango	8	\$ 4.00	0.10%	99.38%
133	Pelón pelo rico tamarindo	4	\$ 4.00	0.10%	99.48%
134	Truena pop	25	\$ 3.75	0.09%	99.58%
135	Pachicleta agridulce	10	\$ 3.50	0.09%	99.66%
136	Pulparindo sabor Sandía	6	\$ 3.00	0.07%	99.74%
137	Tira de arcoíris	10	\$ 2.50	0.06%	99.80%
138	Limón 7 salero	5	\$ 2.50	0.06%	99.86%
139	Paleta Benny sandía	10	\$ 2.00	0.05%	99.91%
140	Paleta Benny pintalabios	10	\$ 2.00	0.05%	99.96%
141	Pulparindo sabor Tamarindo	2	\$ 1.00	0.02%	99.99%
142	mini Chupa Chups	3	\$ 0.60	0.01%	100.00%
143	Vasito tamarindo	0	\$ -	0.00%	100.00%
144	Combo Vero relleno	0	\$ -	0.00%	100.00%
145	Chipikona		\$ -	0.00%	100.00%
146	Lococha unicornio	0	\$ -	0.00%	100.00%
147	Limón 7 sobre	0	\$ -	0.00%	100.00%
148	Totis con chile	0	\$ -	0.00%	100.00%
149	Valentina extrapicante	0	\$ -	0.00%	100.00%
150	Valentina mariscos	0	\$ -	0.00%	100.00%
151	Jugo Maggi 800ml	0	\$ -	0.00%	100.00%
152	Gran Malo Horchata	0	\$ -	0.00%	100.00%
153	Gran Malo Jamaica	0	\$ -	0.00%	100.00%
154	Rancho Escondido	0	\$ -	0.00%	100.00%
155	Limoncitos	0	\$ -	0.00%	100.00%
156	Raqueta Enchilada	0	\$ -	0.00%	100.00%
158	Velitas de leche	0	\$ -	0.00%	100.00%
Total			\$4,028.50	0.00%	

Nota: Son los datos estimados de venta de productos del negocio. Dichos datos fueron brindados por la dueña del mismo.

Precios De Productos/Servicios

Tabla 3

Información de los precios de los diferentes productos al detalle (unidad).

N°	Producto	P.V.	N°	Producto	P.V.
<i>Picantes</i>			<i>Dulces</i>		
1	Paleta Benny mango	\$ 0.20	39	Tira de pachicleta agridulce 10 un.	\$ 2.50
2	Paleta Benny sandía	\$ 0.20	41	Tira tajín dulce (24uds.)	\$ 8.00
3	Paleta Benny pintalabios	\$ 0.20	42	Velitas de leche (180 uds.)	\$ 11.00
4	Paleta Beny Elotitos	\$ 0.20	43	Tajín dulce	\$ 5.00
5	Maxchamoy y Maxmango	\$ 0.50	44	Kilo gomitas gusanos	\$ 6.00
6	Mini pelón de sabores (chamoy)	\$ 0.75	45	Gomitas medio kilo	\$ 3.00
7	Mini pelón de sabores (mango)	\$ 0.75	46	Chocolates rellenos tubo	\$ 15.00
8	Pachicleta fuego	\$ 0.50	<i>Ácidos</i>		
9	Pulparindo sabor Chamoy	\$ 0.50	47	Limón 7 sobre	\$ 0.10
10	Pulparindo sabor Mango	\$ 0.50	48	Totis con chile	\$ 0.20
11	Pulparindo sabor Sandía	\$ 0.50	49	Limón 7 salero	\$ 0.50
12	Pulparindo sabor Tamarindo	\$ 0.50	50	Totis (bolsa 25 uds.)	\$ 3.50
13	Vasito tamarindo	\$ 0.50	51	Lucas Muecas	\$ 1.25
14	Pelón pelo rico tamarindo	\$ 1.00	<i>Salsas</i>		
15	Swinkies rellenos sandía	\$ 1.25	52	Chamoy Chilerito 355ml	\$ 3.00
16	Swinkies salsaghetti sandía	\$ 1.25	53	Chamoy Chilerito Mango 355ml	\$ 3.00
17	Combo Vero relleno	\$ 1.25	54	Chamoy Mega 500mg (mediana)	\$ 4.00
18	Pulparindots	\$ 1.00	55	Chamoy Chilerito galón	\$ 18.00
19	Caramelos pulparindo surtido	\$ 0.10	56	Valentina 350ml	\$ 5.00
20	Pulparindo push tamarindo	\$ 1.00	57	Valentina extrapicante	\$ 5.50
21	Forritos para cubrir manzana	\$ 3.00	58	Valentina etiqueta amarilla litro	\$ 12.00
22	Lucas Muecas	\$ 1.25	59	Valentina negra litro	\$ 12.00
23	Gomita manguitos con chile	\$ 1.50	60	Valentina mariscos	\$ 5.00
24	Locochas sabores surtidos	\$ 0.15	61	Tajín 142g	\$ 3.35
25	Llaveros de salsas	\$ 2.00	62	Tajín 400g	\$ 8.00
26	Pachicleta fuego	\$ 0.35	63	Tajín 907g	\$ 14.00
27	Corazón enchilado	\$ 3.00	64	Tajín Miguelito 220g	\$ 5.00
28	Banderilla dedinos	\$ 0.50	65	Tajín Dulce	\$ 5.00
29	Chipikona	\$ 0.25	66	Miguelito original 980g	\$ 12.00

N°	Producto	P.V.	N°	Producto	P.V.
<i>Dulces</i>			67	Jugo Maggi 100ml	\$ 6.00
30	Lococha uds. cornio	\$ 0.15	68	Jugo Maggi 800ml	\$ 25.00
31	mini Chupa Chups	\$ 0.20	69	Tapatío 5 onzas	\$ 8.00
32	Pachicleta agridulce	\$ 0.35	70	Llaveros de salsas	\$ 2.00
33	Mazapán de la Rosa chico	\$ 0.25	71	Forritos para cubrir manzana	\$ 8.00
34	Tira de arcoiris	\$ 0.25	72	Forritos rim dip	\$ 7.00
35	Micrófonos	\$ 0.75	73	Salsa Mix	\$ 13.00
36	Paletas Beny cola	\$ 0.15	74	Lucas Gusano tamarindo 10 uds.	\$ 9.00
37	Truena pop	\$ 0.15			
38	Velitas de leche	\$ 0.10			
N°	Producto	P. V.	N°	Producto	P.V.
<i>Banderillas</i>			<i>Otros</i>		
75	Banderillas dedinos 15cm	\$ 0.50	100	Té Piñalim	\$ 12.00
76	Banderillas pikis	\$ 0.50	101	Té Alcachofa	\$ 12.00
77	Banderillas dedinos (25 uds.)	\$ 6.00	102	Sobre de Piñalim	\$ 0.35
78	Tarri pop (banderillas piki 50 uds.)	\$ 12.00	103	Jabón zote	\$ 2.00
79	Bote de Flautirriko (50 uds.)	\$ 12.00		Obsequios Personalizados	
80	Banderillas Bazucazo bolsa (20uni)	\$ 8.00	104	Vasos	\$ 4.00
81	Band. Bazucazo 25cm (45 uds.)	\$ 15.00	105	Caja #1	\$ 7.00
			106	Caja #2	\$ 12.00
<i>Bebidas</i>			107	Caja #3	\$ 25.00
82	Gran Malo Tamarindo	\$ 35.00	108	Caja #4	\$ 12.00
83	Gran Malo Horchata	\$ 40.00	109	Caja de Gomitas	\$ 9.00
84	Gran Malo Jamaica	\$ 40.00	110	Caja para compartir	\$ 15.00
85	Mezcal con Gusano	\$ 30.00	111	Caja intensamente 2	\$ 12.00
86	El jefe	\$ 15.00	112	Caja con rosas eternas	\$ 15.00
87	Rancho Escondido	\$ 12.00	113	Caja Premium	\$ 45.00
88	Caja Premium	\$ 45.00	114	Gomitas	\$ 5.00
<i>Antojitos</i>			115	Gomitas enchiladas	\$ 1.00
89	Gomitas Enchiladas en bolsita	\$ 1.00	116	Corazón enchilado	\$ 3.00
90	Gomitas Enchiladas 6onz.	\$ 3.00	117	Bandeja peq. De gomitas	\$ 5.00
91	Gomitas Enchiladas 10onz.	\$ 5.00	118	Bandeja de Gomitas	\$ 10.00
92	Paletas Heladas dulces	\$ 1.00	119	Ramos con HotWeels y dulces	\$ 10.00
93	Paletas Heladas lokas	\$ 2.50			

N°	Producto	P.V.	N°	Producto	P.V.
94	Manzana Forrada de Pulp. y Tajín	\$ 1.50	120	Ramo de Pulparindo	\$ 8.00
95	Manzana loka	\$ 3.00	121	Ramos con Dulces	\$ 20.00
96	Pepino loko	\$ 2.00	122	Bandeja con fruta de temporada	\$ 8.00
97	Orden de picafresas	\$ 1.50			
98	Mango con churros	\$ 1.50			
99	Bandeja con fruta de temporada	\$ 8.00			

Nota: La información colocada en la tabla es en base al catálogo del negocio.

Tabla 4

Información de los precios de los productos al mayoreo.

MAYOREO					
N°	Producto	P. V.	N°	Producto	P. V.
1	Benny mango	\$ 3.50	30	Picafresas	\$ 20.00
2	Benny sandía	\$ 3.50	31	Tamalitos de tamarindo	\$ 6.00
3	Benny pintalabios	\$ 3.50	32	Lucas Gusano	\$ 10.00
4	Benny Elotitos	\$ 3.50	33	Tarri pop de tamarindo (15cm)	\$ 12.00
5	Pachicleta fuego	\$ 2.50	34	Dedinos de Tamarindo bolsa	\$ 6.00
6	Chipikona Picante	\$ 4.00	35	Flautirriko de Tamarindo (50un)	\$ 12.00
7	Lucas Muecas	\$ 10.00	36	Bazucazo de Tamarindo (45un)	\$ 15.00
8	Vero Mix	\$ 5.00	37	Bazucazo de Tamarindo bolsa	\$ 8.00
9	Maxirindo	\$ 8.00	38	Micrófono Surtido	\$ 7.50
10	Lococha sabor Chamoy (60 un.)	\$ 4.00	39	Pachicleta dulce	\$ 2.50
11	Locochas sabor Fresa (60 un.)	\$ 4.00	40	Truena Pop Sabores Surtidos	\$ 4.00
12	Locochas sabor Mango (60 un.)	\$ 4.00	41	Velitas de leche	\$ 11.00
13	Locochas sabor Sandía (60 un.)	\$ 4.00	42	Mazapán de la rosa original	\$ 10.00
14	Limoncitos	\$ 4.00	43	Mazapán de la Rosa Chico	\$ 10.00
15	Pulparindo sabor tamarindo	\$ 5.00	44	Gomitas Gusano Grissly	\$ 5.00
16	Pulparindo sabor mango	\$ 5.00	45	Gomitas Lucky Gummys 96G	\$ 10.00
17	Pulparindo sabor chamoy	\$ 5.00	46	Gomitas Aros	\$ 10.00
18	Pulparindo sabor sandía	\$ 5.00	47	Aros Sandía	\$ 9.00
19	Pulparindo sabor extrapicante	\$ 5.00	48	Aros de Durazno	\$ 9.00

MAYOREO					
N°	Producto	P. V.	N°	Producto	P. V.
20	Raqueta Enchilada	\$ 12.00	49	Aros de Manzana Verde	\$ 9.00
21	Limón 7 bote	\$ 3.00	50	Sandía Slices	\$ 9.00
22	Skwinkles Salsagheti	\$ 10.00	51	Manguitos enchilados	\$ 9.00
23	Skwinkles Rellenos	\$ 10.00	52	Ositos sin azúcar	\$ 9.00
24	Skwinkles Aciditos	\$ 10.00	53	Tiburones sin azúcar	\$ 9.00
25	Mini Pelón Tamarindo	\$ 9.00	54	Enchilokas	\$ 8.50
26	Pelón Pelo rico	\$ 12.00	55	Medio Kilo de Gomitas Guandy culebra	\$ 3.00
27	Micrófonos picositos	\$ 7.50	56	Medio Kilo de Gomitas Guandy corazón	\$ 3.00
28	Pulparindo caramelos	\$ 6.00	57	Tiritas Jelaxy Arcoíris	\$ 9.00
29	Rellerindo mix	\$ 12.00			

Nota: Los datos fueron obtenidos por medio del catálogo del negocio.

Análisis De Ventas Y Distribución De Ingresos De Mexidulces

Principales Hallazgos De La Distribución De Ingresos

Los 10 productos con mayores ventas acumulan solo 27.39 % del total de ingresos, lo que indica que no existe un “producto estrella” que concentre gran parte de las ventas. La curva de Pareto se aplanan y revela un largo “tail” de más de 140 productos que contribuyen gradualmente a los ingresos.

Tabla 5

Top 10 de los productos con mayores ventas acumuladas en el mes

N°	Producto	Unidades vendidas	Ingreso (\$)	% Total
1	Gomitas Aros	20	200.00	4.96 %
2	Chamoy Chilerito galón	10	180.00	4.47 %
3	Flautirriko de Tamarindo (50 un)	15	180.00	4.47 %
4	Skwinkles Salsagheti	14	140.00	3.48 %

N°	Producto	Unidades vendidas	Ingreso (\$)	% Total
5	Tarri pop de tamarindo (15 cm)	10	120.00	2.98 %
6	Maxirindo	14	112.00	2.78 %
7	Valentina etiqueta amarilla litro	8	96.00	2.38 %
8	Salsa Mix (jalea para escarchar)	5	65.00	1.61 %
9	Gomitas Gusano Grissly	18	90.00	2.23 %
10	Tajín 907 g	3	42.00	1.04 %

Fuente: elaboración propia

Clasificación ABC de Productos

Se propone una clasificación ABC basada en el % acumulado de ingresos:

Tabla 6

Clasificación ABC de los productos de MexiDulces

Categoría	Rango de posiciones	% Acumulado al cierre de la categoría	N° de productos
A	1 – 7	25.52 %	7
B	8 – 25	48.95 %	18
C	26 – 62	80.96	37

Fuente: elaboración propia

- **A (7 productos):** Generan el primer 25.5 % de los ingresos.
- **B (18 productos):** Suman hasta casi la mitad del ingreso, aportan otros 23.4 %.
- **C (37 productos):** Del puesto 26 al 62 completan el 80 % de los ingresos; cada uno aporta menos del 1.2 %.

Tratamiento de los productos fuera de la clasificación ABC

Tras clasificar los primeros 62 productos (hasta cubrir el 80,96 % de los ingresos), quedan:

- **Productos 63 a 142:** Contribuyen cada uno menos de 0,45 % al ingreso.
- **Productos 143 a 159:** No reportaron ventas en el periodo analizado.

Para gestionarlos más eficientemente, proponemos extender el esquema ABC:

Tabla 7

Extensión propuesta de extensión del esquema ABC

Nueva categoría	Rango de posiciones	% Acumulado anterior	Nº de SKUs	Contribución individual
D	63 – 142	80,96 %	80	0,02 % – 0,45 %
E	143 – 159	100 %	17	0 %

Fuente: elaboración propia

Observaciones En Cuanto Calidad Y Presentación

Aspectos positivos

MexiDulces ofrece una amplia variedad de dulces mexicanos tradicionales, por esta razón han logrado captar varios segmentos diferentes del mercado. La presentación de los dulces tradicionales que se ofrecen es relevante ya que se mantiene el empaque original del producto importado lo que resalta el patrimonio de este. Utilizan ingredientes auténticos mexicanos lo que mantiene el sazón y sabor tradicional de México. Un aspecto positivo importante es su presencia en las redes sociales, especialmente en Instagram donde muestran sus productos de manera atractiva, además de tener una base alta de seguidores ya consolidada y al subir constantemente contenido mantienen el nombre de la marca en la mente de sus consumidores reales. (Kotler & Keller, 2022)

Aspectos Negativos

A pesar de tener algunos aspectos positivos, existen brechas en la consistencia de la calidad, para estandarizar más las recetas y la calidad del producto cada lote debería tener mismas cualidades entre, sabor, textura y presentación, también se sugiere mejorar

los empaques con materiales más biodegradables, crear nuevas presentaciones con número de lote y seguir los etiquetados correspondientes con el cumplimiento de las regulaciones alimentarias, con la información nutricional adecuada, detallada y recomendaciones de salud, además se hace la recomendación de implementar bolsas con cerrado al vacío para aumentar la longevidad de los productos y abrir la puerta a la exportación de los mismos y con sus respectivas recomendaciones para el guardado y la preservación de estos. (García & Martínez, 2020)

Potenciales nuevos productos/servicios

Caramelos sin azúcar o de bajo contenido calórico

Enfocados en consumidores conscientes de la salud, diabéticos o aquellos que buscan alternativas más saludables.

Suscripción mensual

Caja sorpresa que contenga selecciones especiales de dulces enviadas a la puerta del cliente cada mes a mes.

Personalización de productos

Creación de dulces con nombres o imágenes únicas para ocasiones especiales.

Colaboraciones con influencers

Alianzas con influencers nacionales que hagan promoción de los productos.

Potenciales nuevos modelos de negocio a adoptar

Alianzas con cafés y restaurantes

MexiDulces podría asociarse con establecimientos de alimentos y bebidas para vender sus productos, aumentando así su distribución y reposicionando la marca dentro de un contexto culinario más amplio, estableciendo precios de retail para los negocios y generando un beneficio mutuo.

Modelo de Franquicias

MexiDulces podría expandir su negocio permitiendo que emprendedores abran sucursales bajo su marca. Esto les permitiría crecer rápidamente sin asumir todos los costos operativos de cada nuevo punto de venta. Para llevar a cabo esta estrategia es necesario contar con: un *Manual Operativo* para garantizar la calidad y estandarización de procesos, un *Modelo de capacitación* para franquiciatarios, y *Registro de marca y protección de la propiedad intelectual*.

Estrategia de Venta Omnicanal

Además de las ventas en tienda y en redes sociales, recomendamos agregar una tienda en línea propia para en un futuro poder realizar envíos nacionales e internacionales de manera más fácil y llevar una contabilidad más precisa, además de la opción de presencia en otros mercados como Amazon. Smith, A. (2019)

Lienzo CANVAS del Negocio

El modelo CANVAS más que una simple herramienta, se convierte en un mapa visual que permite interpretar cómo se conectan las distintas áreas del negocio: desde la propuesta de valor y el perfil del cliente, hasta la manera en que se generan ingresos y se gestionan los recursos. En este caso, su aplicación está directamente integrada con el contexto real de la empresa, reflejando la dinámica entre las actividades clave como el control mensual del inventario, la personalización de pedidos y el manejo de eventos y los recursos que la sustentan, como el local físico, la identidad cultural y la cobertura nacional. Esta coherencia operativa se fortalece en la medida en que cada bloque del lienzo se corresponde con hallazgos específicos ya identificados en el FODA.

Permitiendo visibilizar la información de forma estructurada. Por ejemplo, la debilidad en el control manual del inventario se relaciona directamente con los recursos clave y las actividades críticas.

La necesidad de fortalecer el equipo operativo aparece ligada a los socios clave y a las relaciones con los clientes. Incluso las oportunidades de expansión mediante marketing digital se proyectan desde los canales y el segmento de clientes. Sirve de guía tanto para comprender la lógica interna del negocio como para orientar futuras decisiones en términos de eficiencia, diferenciación y crecimiento.

Ilustración 1

Modelo CANVAS del negocio



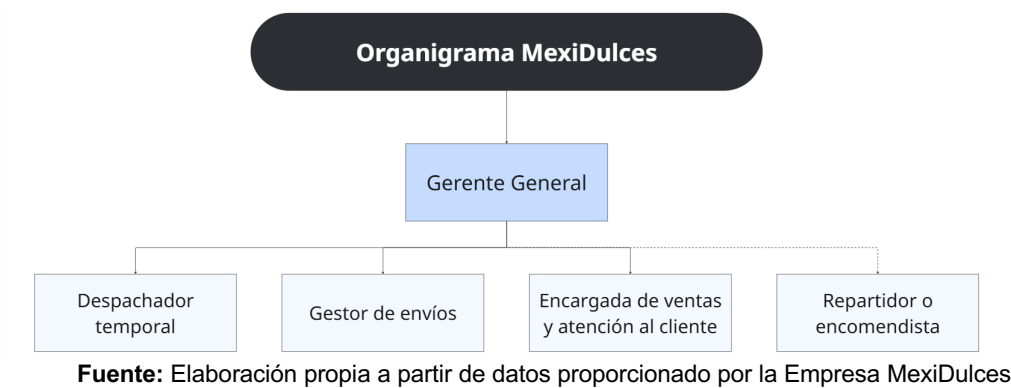
Nota. Modelo Canvas del negocio MexiDulces, donde se detallan aspectos importantes sobre las actividades y diferenciadores clave de la empresa. Elaboración Propia.

Organigrama

El tipo de estructura organizativa que utiliza MexiDulces es plana, ya que cuenta con pocos niveles jerárquicos y pocos roles. MexiDulces cuenta con un colaborador temporal, quien brinda soporte adicional en momentos de alta demanda o en proyectos específicos y un servicio de outsourcing contratado a empresas que brindan servicio de entrega como lo son los encomendistas o repartidores.

Ilustración 2

Organigrama de la empresa



Sistemas (Venta, Facturación, ERP)

Sistemas de Venta

MexiDulces, al dedicarse a la venta de dulces típicos mexicanos, necesita contar con un sistema de ventas para mejorar el control, la eficiencia y el crecimiento de su negocio. Actualmente, al no tener uno, enfrenta riesgos como desorganización, errores en los pedidos, falta de control de inventario y pérdida de información valiosa sobre clientes y productos. Implementar un sistema de ventas les permitiría automatizar procesos, llevar un registro claro de lo vendido, controlar el stock en tiempo real, generar reportes útiles para la toma de decisiones y ofrecer una atención más profesional. Y personalizada al tener un registro de sus clientes.

Sistema de Facturación

MexiDulces, al operar actualmente con facturas impresas en papel, enfrenta la necesidad urgente de adaptarse a la normativa vigente en El Salvador, donde la facturación electrónica es obligatoria para todos los contribuyentes desde enero de 2025. Continuar utilizando facturas físicas no solo contraviene las disposiciones legales, sino que también limita la eficiencia operativa y el control fiscal de la empresa.

Implementar un sistema de facturación electrónica permitirá a MexiDulces generar Documentos Tributarios Electrónicos (DTE) que cumplen con los requisitos del Ministerio de Hacienda, incluyendo la firma electrónica y el sello de recepción oficial. Esto no solo asegura el cumplimiento legal, sino que también mejora la precisión en el registro de ventas, facilita la declaración de impuestos y reduce los errores asociados con la facturación manual.

Además, la facturación electrónica ofrece beneficios adicionales como la reducción de costos en papel y almacenamiento físico, la agilización de procesos administrativos y la mejora en la relación con los clientes al proporcionar comprobantes fiscales válidos de manera rápida y segura. Para MexiDulces, adoptar este sistema es un paso esencial hacia la modernización y el fortalecimiento de su posición en el mercado formal.

Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP)

MexiDulces, como negocio en crecimiento dentro del sector de alimentos tradicionales, se beneficiaría enormemente al adoptar un sistema ERP, ya que actualmente probablemente maneja sus procesos (ventas, inventario, compras, facturación y finanzas) de forma separada o manual, lo cual limita su eficiencia y capacidad de control. Un ERP permite integrar en una sola plataforma todos los recursos clave del negocio, lo que facilita una gestión más ordenada, reduce errores, optimiza el tiempo y mejora la toma de decisiones basada en datos en tiempo real. Además,

considerando que El Salvador ya exige facturación electrónica desde 2025, muchos ERP modernos ya incluyen módulos integrados para emitir Documentos Tributarios Electrónicos (DTE) conforme a la normativa del Ministerio de Hacienda, asegurando así el cumplimiento legal. Con un ERP, MexiDulces podría automatizar procesos contables, controlar mejor su inventario, gestionar proveedores y clientes de manera centralizada, y estar preparado para escalar su operación sin perder el control administrativo.

FODA

Tabla 8

FODA de MexiDulces

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo mensual de inventario que garantiza variedad en el catálogo y permite pedidos personalizados. • Cartera de clientes actualizada, facilitando la fidelización y el contacto constante. • Mejora continua en la personalización de obsequios y detalles para clientes. • Buen manejo de relaciones locales, aprovechando el toque cultural mexicano como diferenciador. • Cobertura nacional en envíos. • Ubicación estratégica del local físico en la zona céntrica de San Miguel. • Precios competitivos (menores a los de la competencia en la zona oriental) y uso de promociones (descuentos, rifas) para incentivar la interacción en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Automatización y digitalización del control de inventarios para reducir errores y mejorar la eficiencia operativa. • Ampliar las estrategias promocionales mediante campañas pagadas (por ejemplo, en FB Ads, IG Ads) para aumentar el alcance y captar nuevos clientes. • Fortalecimiento y ampliación del equipo de trabajo para sostener el crecimiento y responder a una demanda mayor. • Extender o reorganizar los horarios de atención para garantizar que el local esté abierto de forma consistente durante las horas anunciadas. • Establecer alianzas estratégicas con diversas plataformas de delivery y participar en ferias de emprendimiento, además de acceder a talleres/webinars en marketing digital.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Control de inventario actualmente gestionado en papel, lo que puede derivar en errores y falta de eficiencia. • Estrategias de promoción limitadas, basadas mayormente en publicidad orgánica y sin suficiente inversión en campañas pagadas para aumentar la visibilidad. • Equipo operativo restringido: únicamente cuenta con una colaboradora permanente y apoyo adicional solo en temporadas. • Horario de atención limitado (10 am a 5 pm) y situaciones donde el local queda cerrado (por ejemplo, cuando se realizan envíos), afectando la continuidad del servicio. • Falta de ideas para crear contenido relevante y de tendencia en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de precios por parte de proveedores, lo que podría reducir los márgenes de ganancia. • Impacto de crisis externas (pandemia, cierre de aduanas en situaciones de crisis sanitaria) que puedan afectar la importación y la operación. • Riesgos de delincuencia que pueden afectar la seguridad del local y la integridad del negocio. • Creciente competencia en el mercado, tanto de tiendas físicas como de plataformas en línea, que utilizan estrategias de promoción más robustas. • Dependencia de deliverys externos, cuyos tiempos de recolección y despacho (40-50 minutos en algunos casos) pueden afectar la satisfacción del cliente.

Fuente: (López, 2021) y entrevista. Elaboración propia

El análisis FODA de MexiDulces revela que la empresa cuenta con varias fortalezas significativas, como la capacidad de personalización, un inventario y una fuerte identidad cultural que resuena con su público. Aun así, también se identifican áreas críticas que requieren mejoras, especialmente en la digitalización de procesos y en el fortalecimiento del equipo operativo. Las oportunidades, en términos de automatización, estrategias de marketing digital y alianzas estratégicas, pueden llegar a permitir un camino claro para potenciar el crecimiento.

No obstante, la amenaza de mayores costos, crisis externas, y una competencia cada vez más agresiva enfatiza la necesidad de implementar planes de contingencia y

mejoras continuas en la modalidad de atención y logística. Para capitalizar estas oportunidades y mitigar las amenazas, es fundamental que MexiDulces invierta en tecnología, en la ampliación de su equipo y en una estrategia publicitaria más estructurada. La integración de estos permitirá no solo mantener la competitividad en el mercado oriental, sino también impulsar una expansión en el ámbito nacional.

MexiDulces tiene un alto potencial de crecimiento y consolidación en el mercado de productos y servicios mexicanos.

Observaciones FODA

Observaciones sobre las Fortalezas

Manejo de Inventario. El manejo mensual del inventario permite mantener un catálogo variado y actualizado, favoreciendo a la oferta de pedidos personalizados. Mejorando la experiencia del cliente, además de que puede generar fidelización hacia la marca.

Cartera De Clientes Actualizada. Al tener una base de datos de clientes permite mantener un contacto constante y dirigido hacia los diferentes usuarios, lo cual es una gran ventaja a la hora de enviar promociones, o alguna otra información, posibilita el uso de estrategias.

Mejora Continua. Es importante que la empresa busque mejorar continuamente, el que busque seguir mejorando a la hora de personalizar los obsequios, es algo de gran valor.

Identidad Y Relación Cultural. Aprovecha el toque cultural mexicano y las relaciones locales, consolida la imagen de la marca y diferencia a MexiDulces de otros competidores. Esto genera una conexión emocional con el público que valora la autenticidad.

Cobertura Nacional En Envíos. La posibilidad de realizar envíos a nivel nacional amplía el alcance del negocio y permite penetrar en mercados más allá de la zona local, brindando así una gran oportunidad para elevar sus ventas.

Ubicación Estratégica. Al contar con una tienda física, y que esta esté en una zona céntrica en San Miguel, brinda confianza y oportunidad a usuarios a poder conocer la marca.

Precios Competitivos. Al ofrecer precios competitivos (junto con promociones constantes) incrementa la confianza del cliente y facilita la captación de nuevos usuarios.

Observaciones sobre las Oportunidades

Digitalización Y Automatización. Implementar un sistema digital o ERP para la gestión del inventario y otros procesos operativos podría reducir errores, mejorar la eficiencia y ofrecer métricas en tiempo real que ayuden a la toma de decisiones.

Ampliar Las Estrategias Promocionales. Invertir en campañas pagadas y diversificar el marketing digital (como el uso de Facebook Ads, Instagram Ads o Google Ads) puede ampliar el alcance de la marca, captación de usuarios, posibles nuevos clientes y reforzar la imagen dentro del mercado.

Fortalecimiento Y Ampliación Del Equipo De Trabajo. Llegar a contratar más personal para áreas clave (atención al cliente, logística, gestión de redes y ventas) permitirá responder de manera más rápida a una demanda creciente y mejorar la eficiencia del servicio.

Optimización De Horarios Y Garantizar Supervisión Del Local. Revisar y extender los horarios de atención, o definir roles específicos para que el local permanezca atendido mientras se gestionan envíos, puede incrementar la confiabilidad y satisfacción de los clientes.

Alianzas Estratégicas Y Participación En Eventos. Al realizar alianzas con plataformas de delivery, participar en ferias de emprendimiento y aprovechar capacitaciones en marketing digital representan oportunidades para posicionar la marca y ampliar la red de contactos comerciales.

Observaciones sobre las Debilidades

Control De Inventario Manual. El tener el inventario en papel para controlarlo puede provocar errores, lentitud en los procesos y dificultades para generar reportes en tiempo real. Esto limita la capacidad de respuesta ante variaciones en el mercado o en la demanda. Lo idóneo es hacer uso de algún programa para agilizar procesos.

Estrategias De Promoción Limitada. El depender de la publicidad orgánica restringe el alcance de la marca. Sin campañas pagadas que potencien el impacto en medios digitales, se desaprovechan oportunidades de alcance, el entrar en un entorno altamente competitivo.

Equipo Operativo Insuficiente. Contar con una sola persona permanente, es decir de tiempo completo, y solo recibir apoyo eventual en períodos de alta demanda puede ser perjudicial a medida que se incrementa el volumen de operaciones. Esto afecta la agilidad en la atención y la capacidad de manejar un flujo mayor de pedidos, en algunas circunstancias no se llega a dar abasto, y existe la posibilidad de que el nivel experiencia de algún usuario disminuya.

Horarios De Atención Limitado Y A Veces Inconsistentes. Al limitar la atención a un horario de 10 am a 5 pm, y, además, la posibilidad de que el local quede cerrado durante ese período (por ejemplo, al realizar envíos), puede generar una percepción negativa en los clientes y limitar las ventas en horas pico.

Contenido Digital Limitado. La falta de ideas para crear contenido relevante y de tendencia en redes sociales impide aprovechar completamente el potencial de estos canales para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes.

Observaciones sobre las Amenazas

Incremento De Costos. Un incremento en los precios de los proveedores podría reducir los márgenes de ganancia, a menos que se establezcan estrategias de negociación o se busquen proveedores alternativos que ofrezcan condiciones más favorables. Pues, bajo el supuesto de optar por aumentar el precio de venta de los productos, puede traer como consecuencia una disminución en ventas.

Factores Externos Y Crisis. Crisis sanitarias (esto se tiene a consideración desde la pandemia del COVID) o problemas logísticos (por ejemplo, cierres aduaneros), pueden interrumpir la cadena de suministro y afectar la disponibilidad y el costo de los productos importados. Un cierre en aduanas complica el adquirir suministros y/o el coste de estos.

Creciente Competencia. El aumento de competidores que invierten en estrategias de marketing robustas y en digitalización puede ir reduciendo de manera progresiva y gradual la cuota de mercado de MexiDulces. Por ello es importante el mantenerse innovador, y la mejora continua de la oferta y el servicio que pueda brindar la empresa.

Dependencia En Deliverys Externos. La colaboración con servicios externos para la entrega de pedidos puede acarrear problemas de puntualidad o de calidad en el servicio, por la alta demanda que pueda tener el generar indisponibilidad, impactando negativamente la experiencia del cliente.

MexiDulces posee una base sólida con fortalezas que destacan en la personalización, la fidelidad del cliente y una identidad fuerte.

Pero, para sostener el posible crecimiento y aprovechar de una mejor forma las oportunidades del mercado, es necesario que digitalice sus procesos, optimice horarios de atención, así como también, ampliar las estrategias promocionales. Desarrollar planes de contingencia para mitigar las amenazas derivadas de factores externos y la creciente competitividad.

Talento Humano

Manuales

Actualmente, Dulces Mex no cuenta con manuales ni procesos formales de contratación. Sin embargo, es importante implementarlos porque permiten seleccionar al personal adecuado de manera más organizada y profesional. Sirven para establecer criterios claros, evitar errores en el proceso y asegurar que los nuevos empleados estén alineados con los objetivos de la empresa.

Manuales de Puestos. Aunque MexiDulces aún no dispone de manuales formales, es esencial desarrollar un Manual de Puestos para cada rol, que incluya:

Tabla 9

Datos a tomar en cuenta para desarrollar un manual de puestos

Sección del Manual	Contenido	Responsable
Objetivo del puesto	Breve descripción de la misión y alcance del rol	Gerente General
Funciones y tareas	Listado detallado de actividades diarias, semanales y mensuales	Gerente General
Competencias técnicas	Conocimientos y herramientas necesarias para desempeñar el puesto	Gerente General
Competencias interpersonales	Habilidades de comunicación, liderazgo, trabajo en equipo	Gerente General
Indicadores de desempeño	KPI asociados (ventas atendidas, tiempo de entrega, índice de error en inventario, etc.)	RR. HH.
Procedimientos clave	Protocolos: apertura/cierre, facturación, manejo de caja, atención al cliente, etc.	Gerente de Operaciones

Actualización y revisión	Frecuencia de revisión y responsable de ajustes (anual o ante cambios de proceso)	RR. HH.
---------------------------------	--	---------

Fuente: elaboración propia

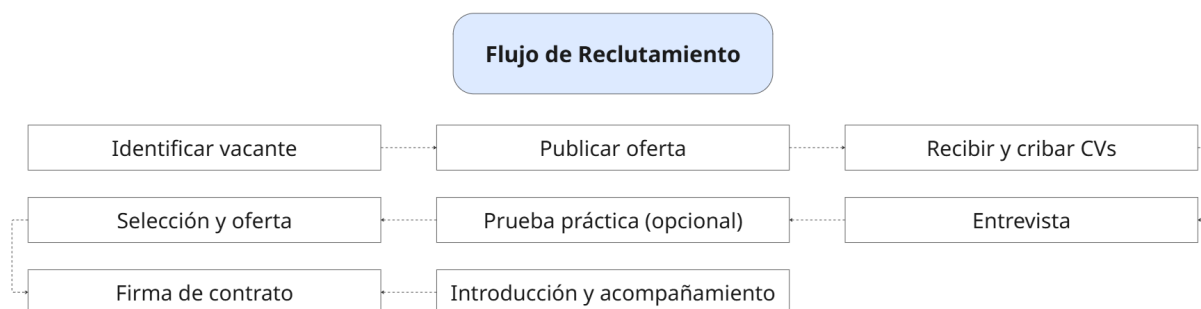
Cómo beneficios, se estandarizan expectativas y reduce errores de inducción, también facilita la evaluación de desempeño y el desarrollo profesional.

Procesos de Contratación

El proceso de contratación que se recomienda tener es el siguiente: *Identificación de la vacante* (motivo; rotación, temporada alta o expansión de puntos de venta), *Publicación de la oferta* (canales; redes sociales, recomendaciones internas, carteleras físicas, *Recepción y criba curricular* (filtros; experiencia mínima, habilidades blandas, *Entrevista* (experiencia y actitud, enfoque en servicio al cliente y adaptabilidad), *Prueba práctica* (opcional, simulación de atención, manejo de caja o etiquetado), *Selección y oferta formal* (basada en ajustes al perfil, cumplimiento del Código de Trabajo), *Firma de contrato* (definición de condiciones, salario y régimen laboral), e *Inducción* (que puede tener una duración de 1–2 semanas con responsables asignados).

Ilustración 3

Flujo de reclutamiento



Fuente: elaboración propia

Puestos y Funciones

A continuación, se presentan los diferentes puestos identificados dentro de MexiDulces, así como la responsabilidad principal de estos, y las habilidades interpersonales y técnicas deseables para los individuos que estarán en el cargo.

Tabla 10

Puestos, Habilidades Interpersonales y habilidades técnicas.

Puesto	Responsabilidad Principal	Habilidades Interpersonales	Habilidades Técnicas
Gerente Propietaria	Dirección estratégica y supervisión general.	Liderazgo, toma de decisiones, resolución de conflictos, comunicación clara.	Administración general, control de inventario, gestión de compras y ventas, supervisión de personal, manejo de redes y pedidos.
Encargada de ventas y atención al cliente	Asesoramiento en punto de venta y gestión de facturación.	Amabilidad, empatía, paciencia, trabajo en equipo.	Manejo de caja, registro diario de ventas e inventario, control básico de efectivo, organización del espacio de ventas.
Encargada de pedidos y envíos	Coordinación de pedidos, empaque y logística de despachos.	Responsabilidad, organización, iniciativa, cooperación.	Acomodo y limpieza de producto, etiquetado, revisión y recepción de pedidos, apoyo en empaques y promociones.
Despachador temporal	Apoyo en ventas, ferias y eventos.	Flexibilidad, energía, rapidez de aprendizaje, trato al cliente.	Empaque y entrega de dulces, acomodo de productos, apoyo logístico en ferias/eventos.

Fuente: elaboración propia

Necesidades de Contratación

Para sostener el nivel de servicio y la operación eficiente de MexiDulces es fundamental incorporar personal adicional en momentos clave. A continuación, se detallan y explican las tres necesidades principales de contratación, su justificación y los perfiles sugeridos.

Tabla 11

Necesidades de contratación

Necesidad	Justificación	Período o evento	Roles sugeridos
Reforzar el equipo en temporadas de alta demanda	Durante festividades como fiestas patronales, Día de la Madre, Día del Padre, Día de los Difuntos o Navidad, el volumen de pedidos y el flujo de visitantes en tienda se duplican o triplican. Sin personal adicional, se generan cuellos de botella en atención, mayor tiempo de espera y errores en el procesamiento de pedidos, afectando la experiencia del cliente y la reputación de la marca.	<ul style="list-style-type: none"> • Fiestas patronales (abril-mayo) • Día de la Madre (mayo) • Día del Padre (junio) • Día de los Difuntos (nov.) • Navidad (diciembre) 	<ul style="list-style-type: none"> • Encargada de pedidos y envíos (temporal) • Despachadores/eventos • Personal de caja y atención
Cubrir turnos por ausencias	La única colaboradora permanente y la gerente propietaria son quienes atienden el día a día. Cuando alguna de ellas se enferma, toma vacaciones o está ausente, el local puede cerrar o el servicio se ve interrumpido. Esto se traduce en pérdida de ventas, clientes insatisfechos y sobrecarga de trabajo al reincorporarse.	Durante todo el año, según enfermedad o vacaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Auxiliar floater (full-time o part-time) • Rotación de encargadas de ventas
Atender crecimiento en nuevos puntos o pedidos especiales	A medida que MexiDulces amplía su cobertura nacional y explora nuevos canales (ferias, "Mexi candy bar", puntos de venta pop-up), surgen necesidades operativas adicionales: preparación de productos personalizados, montaje y desmontaje de stands y coordinación logística. Sin refuerzos, la empresa no puede capitalizar estas oportunidades.	Lanzamientos de pop-up, ferias locales y nacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinador de eventos • Operarios de stand y montaje • Asistente logístico

Fuente: elaboración propia

Detalle y beneficios de la contratación

Flexibilidad Operativa. Incorporar personal temporal capacitado (floaters) permite ajustar la dotación según la demanda real sin incrementar los costos fijos de forma permanente.

Calidad Y Consistencia Del Servicio. Más manos = tiempos de atención más cortos, menor estrés de los colaboradores y menos errores en órdenes y cobros.

Cobertura Continua. Tener una reserva de personal permite que nunca cierre el local durante el horario anunciado, fortaleciendo la confianza del cliente.

Aprovechamiento De Oportunidades De Crecimiento. Con equipos dedicados a eventos y nuevos canales, MexiDulces puede explotar mercados emergentes, aumentar su visibilidad y consolidar alianzas estratégicas.

Retención Y Clima Laboral. Evitar la sobrecarga de la plantilla actual reduce el riesgo de burnout, mejora la satisfacción interna y contribuye a la retención de talento.

Evaluaciones de Desempeño

Actual

- Frecuencia: trimestral, informal; responsable: gerente propietaria.
- Criterios: puntualidad, actitud, cumplimiento de funciones, trato al cliente, orden en la tienda.
- Retroalimentación: directa, orientada a reforzar éxitos o corregir fallas.

Métodos recomendados

Tabla 12

Métodos para evaluar el desempeño

Método	Descripción
Lista de verificación mensual	Ítems: puntualidad, atención, limpieza, trabajo en equipo, manejo de caja.

Observación directa	Notas diarias sobre comportamiento, proactividad y cumplimiento de normas internas.
Autoevaluación simple	Preguntas: “¿Qué hice bien?”, “¿Qué puedo mejorar?”, “¿Necesito apoyo o capacitación?”
Encuestas de satisfacción	Breves cuestionarios al cliente: calidad de atención, disposición del personal, satisfacción general.
Evaluación con puntaje (1–5)	Escalas para: puntualidad, actitud, trabajo en equipo, manejo de caja, cumplimiento de tareas.

Fuente: elaboración propia

Objetivos de la evaluación

- Detectar necesidades de capacitación.
- Informar decisiones de promoción o ajustes de roles.
- Vincular desempeño con incentivos.

Necesidades de Capacitación

Técnicas. Uso básico de caja registrador, manejo de inventario y productos, acomodo estratégico de dulces en vitrinas, buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos.

Interpersonales. Atención al cliente, resolución de conflictos menores, comunicación clara y respetuosa, trabajo en equipo durante eventos o temporadas altas.

Tabla 13

Necesidades de capacitación

Área	Tema	Modalidad	Frecuencia
Operaciones	Uso de caja registradora e inventario digital	Taller presencial	Cada 6 meses
Atención al Cliente	Técnicas de venta consultiva y manejo de objeciones	Curso en línea	Trimestral
Producción	Buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos	Sesión práctica	Anual

Merchandising	Acomodo estratégico de dulces y etiquetado	Taller interactivo	Semestral
Trabajo en Equipo	Comunicación asertiva y resolución de conflictos	Taller vivencial	Semestral
Marketing Digital	Creación de contenido, gestión de Ads y métricas	Webinar interactivo	Mensual

Fuente: elaboración propia

Finanzas

Clasificación de Costos de la empresa

Costos Fijos (Mensuales)

- Alquiler del local: \$43.75
- Energía eléctrica: \$10.00
- Agua potable: \$0.60
- WiFi: \$8.75
- Plan de telefonía: \$16.00
- Sueldo fijo colaboradora: \$400.00

Total Costos Fijos: \$479.10

Costos Variables (Estimados por mes)

- Sueldo por evento (variable): \$20.00 c/u
- Compra de productos importados: \$3,000.00 (aproximado)
- Delivery: \$200.00
- Insumos de personalización: \$80 - \$150
- Material de empaque: \$150.00

Total Costos Variables estimados: ~\$3,500.00

Punto de equilibrio de la empresa

Datos:

Ventas totales mensuales: \$4,028.50

Costos variables: 75% de las ventas

Costos variables totales: 75% de \$4,028.50= 0.75* 4,028.50= **\$3,021.375**

Costos fijos mensuales = \$479.10

$$MCT = Ventas - Costos Variables = \$4,028.50 - \$3,021.375 = \$1,007.13$$

$$MCU = \frac{MCT}{Ventas\ totales} = \frac{\$1,007.13}{\$4,028.50} = \$0.25$$

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ Fijos}{MCU} = \frac{\$479.10}{\$0.25} = \$1,916.4$$

MexiDulces debe vender al menos **\$1,916.40** al mes para cubrir todos sus costos y no tener pérdidas ni ganancias.

Estado de Resultados

Tabla 14

Estado de Resultados para MexiDulces (3 meses)

Concepto	Monto (USD)
Ventas	\$12,085.50
Costo de ventas	\$9,064.14
Costos variables	\$3,021.38
Margen de contribución	\$3,021.36
Gastos fijos	\$1,437.30
Utilidad antes de impuesto	\$1,584.06
Impuesto sobre la renta	Exento
Utilidad neta	\$1,584.06

Elaboración propia a partir de datos proporcionado por la Empresa MexiDulces

MexiDulces presenta una utilidad neta de \$1,584.06

Balance General

Tabla 15

Balance General estimado para MexiDulces (3 meses)

Concepto	Monto (USD)
Activo	
Activo corriente	
Efectivo equivalente	\$1,584.06
Total de activo	\$1,584.06
Pasivo y patrimonio	
Pasivo corriente	
Impuesto sobre la renta	\$0.00
Patrimonio	
Utilidades del ejercicio	\$1,584.06
Total pasivo y patrimonio	\$1,584.06

Elaboración propia a partir de datos proporcionado por la Empresa MexiDulces

Indicadores Financieros

Rentabilidad

Margen neto sobre ventas (rentabilidad de la operación):

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{\$1,584.06}{\$12,085.50} \times 100 = 13.11\%$$

Este valor indica que por cada dólar de ventas, MexiDulces obtiene un aproximado de \$0.1311 de utilidad neta.

Prueba Ácida

No se pudo desarrollar la prueba ácida por falta de información, la empresa no presentó o no posee pasivos corrientes.

Análisis Vertical

Porcentaje de cada partida respecto a las ventas totales:

Tabla 16*Análisis Vertical*

Partida	Monto (USD)	% sobre Ventas
Ventas	12 085.50	100.0 %
Costo de ventas	9 064.14	75.0 %
Margen de contribución	3 021.36	25.0 %
Gastos fijos	1 437.30	11.9 %
Utilidad neta	1 584.06	13.1 %

Fuente: elaboración propia

Podemos decir:

- El 75 % de las ventas se destina a cubrir costos variables.
- El 11.9 % corresponde a gastos fijos.
- La utilidad neta representa el 13.1 % de los ingresos.

Este análisis facilita identificar el peso de cada elemento de costo y gasto sobre los ingresos totales, y guía decisiones de control de costos y optimización de márgenes.

Operaciones

Licencias y Permisos

El permiso para manipulación de alimentos está pendiente. MexiDulces cuenta con licencia municipal básica aunque debe de renovarlo, además debe gestionar ante el Ministerio de Salud el permiso sanitario y capacitar al personal manipulador según normativa.

Contratos

Según lo comentado por la dueña de MexiDulces no hay contratos claros ni detallados para empleados, proveedores o clientes. Se debe elaborar:

- Plantillas de contrato laboral que definan salario, jornada, vacaciones y confidencialidad.

- Acuerdos con proveedores con cláusulas de calidad, plazos y penalidades.
- Contratos de servicios para eventos o entregas especiales, con términos de pago y garantías.

Documentación de Procesos Internos

De la información recabada a través de la entrevista y el análisis desarrollado por el equipo, se ha detectado ciertos elementos o acciones a tomar valiosas.

Tabla 17

Documentación de procesos internos y recomendaciones

Elemento	Estado Actual	Recomendación
Procesos	Solo operativos documentados	Mapear y documentar flujo completo: recepción → inventario → producción → despacho
Recetas	Fichas informales	Estandarizar en fichas técnicas con ingredientes, cantidades, tiempos y temperaturas
Metodologías	SCAMPER aplicado informalmente	Formalizar metodología de innovación y seguimiento de KPIs con Cuadro de Mando Integral
Manuales	Ausentes o verbales	Crear manuales de apertura/cierre, facturación, limpieza y atención a clientes

Fuente: Entrevista. Elaboración propia.

Cómo equipo consideramos que si la empresa toma a consideración las recomendaciones brindadas, la misma tendrá una mejora en la estandarización de diversos procesos.

Estándares de Calidad

Están en proceso de definición, eso se nos comentó en la entrevista. Se recomienda implantar el sistema HACCP con:

- Checklists diarios (temperaturas, limpieza, mantenimiento).
- Auditorías internas mensuales y plan de acción para no conformidades.
- Reportes periódicos que alimenten la toma de decisiones.

Ubicación, Herramientas y Equipos

El local de 30 m² en una zona céntrica es adecuado para atención directa, pero limitado para almacenamiento y procesos de gran volumen. Se sugiere:

- Estudiar ampliación o reubicación parcial de áreas de producción.
- Implementar un POS digital y facturación electrónica integrados al ERP.
- Optimizar conectividad con router empresarial y respaldo de datos en la nube.
- Programar mantenimiento preventivo de refrigeradores, vitrina y mobiliario.

Servicio al Cliente

Paso a Paso del Customer Journey

Actualmente, el proceso que viven los clientes al momento de comprar comienza cuando conocen los productos a través de redes sociales. Luego, se comunican por WhatsApp para pedir información, observan el catálogo, visitan la tienda o coordinan el envío, reciben su pedido y, finalmente, suelen dar su opinión sobre la experiencia. Este recorrido es positivo porque está bien definido, sin embargo, no está documentado formalmente. Esto significa que, aunque hay un flujo claro, no existe una guía interna para estandarizar la experiencia, lo cual podría dificultar escalar el negocio o entrenar personal nuevo.

Este recorrido, aunque bien definido, carece de una guía interna. Se recomienda documentarlo en un manual de experiencia del cliente para agilizar la formación de nuevos colaboradores y garantizar consistencia.

Protocolo de Atención al Cliente

En cuanto a la atención al cliente, se realiza de manera verbal y sin un protocolo definido. Aunque el equipo sabe cómo tratar a los clientes, la falta de reglas escritas

genera diferencias en la calidad del servicio, dependiendo de quién atienda. Esto representa un riesgo, ya que la experiencia del cliente puede volverse inconsistente. Contar con un protocolo permitiría asegurar una atención homogénea, profesional y más eficiente, además de dar confianza tanto al equipo como al cliente.

Para estandarizar, un proceso simple que pueda servirle cómo referencia a la empresa, es el siguiente:

Tabla 18

Ejemplo de proceso estandarizado de protocolo de atención al cliente

Paso	Acción
Saludo	Bienvenida cálida en un promedio de 30 segundos
Descubrimiento	Uso de preguntas abiertas para identificar necesidades (“¿Qué tipo de paleta busca?”)
Propuesta	Sugerencia de opciones y upselling (“¿Le interesa un combo para compartir?”)
Confirmación	Verificación de producto, precio y método de pago
Despedida y Seguimiento	Agradecimiento, entrega de encuesta digital y recordatorio de canales de postventa

Fuente: elaboración propia

Estrategias de Fidelización

Respecto a la fidelización, actualmente no se implementa ninguna estrategia. Esta ausencia implica que no hay mecanismos para mantener el interés del cliente después de su primera compra. No fidelizar significa perder oportunidades de venta recurrente y tener que invertir constantemente en conseguir nuevos clientes. Diseñar acciones simples, como descuentos para clientes frecuentes, mensajes de agradecimiento o seguimiento post-venta, podría aumentar significativamente la retención.

Se proponen:

- **Programa de Puntos:** 1 punto por cada US\$ 10, canjeable por descuentos.

- **Descuentos por Recompra:** 10 % en la quinta compra.
- **Comunicación Proactiva:** envío de mensajes de agradecimiento y promociones personalizadas 48 horas después de la compra.

Gestión de Crisis

Otro aspecto importante es la gestión de crisis o quejas. No tienen una forma clara de manejar estas situaciones, lo cual puede agravar los conflictos, hacer perder clientes y dañar la reputación de la marca. Establecer un protocolo de resolución de conflictos ayudaría a responder con rapidez y profesionalismo, mostrando al cliente que su experiencia es valorada y que la empresa se preocupa por solucionarle los problemas.

Se debe crear un protocolo de resolución de quejas:

1. Registro inmediato en CRM de "Incidentes".
2. Primer contacto con el cliente en menos de 4 horas.
3. Propuesta de solución: descuento, reposición o reembolso.
4. Seguimiento para confirmar satisfacción en 24 horas y cierre formal

del caso.

Canales de Comunicación

En cuanto a los canales de comunicación, se cuenta con una variedad amplia: WhatsApp, Facebook, teléfono, correo electrónico y atención presencial. Esta diversidad es un punto a favor, ya que permite estar disponibles para diferentes tipos de clientes. No obstante, es importante que todos los canales estén bien gestionados y con tiempos de respuesta claros, para evitar mensajes ignorados o retrasos que puedan molestar al cliente.

Tabla 19

Canales de comunicación, ventajas, y posibles mejoras

Canal	Ventaja	Mejora Sugerida
WhatsApp Business	Alta inmediatez	Respuestas automáticas fuera de horario
Facebook / Instagram	Alcance orgánico y promociones	Formularios integrados para encuestas
Correo Electrónico	Registro formal y detallado	Plantillas para respuestas comunes
Teléfono	Atención directa	Horario de atención visible en redes
Atención Presencial	Experiencia sensorial	Carteles informativos del protocolo de servicio

Fuente: elaboración propia

Personal Capacitado

El personal está capacitado para resolver dudas y problemas, lo cual es un punto muy fuerte del negocio. Contar con un equipo que conoce bien los productos y cómo responder ante diferentes situaciones mejora la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

Para mantener y elevar este nivel, se recomienda:

- Capacitación trimestral en venta consultiva y manejo de objeciones.
- Talleres semestrales de resolución de conflictos y empatía.
- Módulos mensuales de uso de ERP y registro de incidencias.

Políticas de Devolución y Garantía

En lo que respecta a las políticas de devolución o garantía, no existen reglas claras. Esto puede generar confusión e incomodidad para el cliente si algo sale mal con su compra. Una política transparente no solo protege al consumidor, sino que también fortalece la imagen de la empresa como un negocio confiable y justo. Algunas políticas que se consideran claves son:

- Plazo de tiempo para devolución por defecto de fabricación o error de pedido (48 horas, por ejemplo)
- Aprobación de la solicitud en un máximo de tiempo (por ejemplo 2 horas).
- Opción de no reembolso, reembolso parcial, reembolso completo o reposición inmediata.

Encuestas y Herramientas de Satisfacción

Sí se realizan esfuerzos por conocer la satisfacción del cliente, lo cual es muy positivo. Obtener esta información permite identificar áreas de mejora. Lo ideal es usar herramientas que permitan recopilar y analizar estos datos con regularidad, para convertir la opinión del cliente en decisiones estratégicas. Se recomienda:

- Envío automático de encuesta express 24 horas tras la entrega.
- Implementación semestral de Net Promoter Score (NPS).
- Dashboard mensual con: tasa de respuesta, puntuación media y tendencias de mejora.
- Rifas programadas con intención identificada

Innovación

Ambiente de Valoración de Ideas

En el ambiente laboral, se fomenta la participación del personal con nuevas ideas y propuestas de mejora. Este es un aspecto clave para la innovación y el crecimiento interno. Valorar las ideas del equipo no solo mejora los procesos, sino que también aumenta la motivación y el compromiso. Para sistematizar sugerimos:

- Buzón digital de ideas accesible desde WhatsApp Business o intranet.
- Reunión mensual de innovación con presentación de propuestas y uso de matriz impacto/esfuerzo.

Tabla 20*Cultura de ideas*

Mecanismo	Estado Actual	Mejora Propuesta
Buzón de Ideas	Informal (papel, verbal)	Buzón digital (Google Forms/WhatsApp Business)
Reuniones de Ideas	Esporádicas	Reuniones mensuales con matriz impacto/esfuerzo
Feedback Continua	Oral, no sistematizada	Formato estándar de acta y seguimiento de ideas

Fuente: elaboración propia

Recolección y Análisis de Feedback

Finalmente, aunque se escucha a los clientes y empleados, el feedback se recoge de forma informal. Esto puede llevar a perder información valiosa o no tomar acciones concretas. Establecer una herramienta o formato para registrar, analizar y dar seguimiento a estas sugerencias puede hacer que el negocio evolucione más rápido y de manera más ordenada. Recomendamos implementar algún formulario o encuesta.

Tabla 21*Herramientas para obtener feedback*

Fuente	Herramienta	Frecuencia	Responsable
Clientes	Formulario en línea (Typeform)	Postventa	Equipo de Marketing
Empleados	Encuesta interna (Microsoft Forms)	Trimestral	RR. HH.
Reuniones	Actas digitales con plantilla	Mensual	Gerente General

Fuente: elaboración propia

Ambiente Laboral***Seguridad y Salud Laboral***

El cumplimiento de normativas es parcial. que la empresa ha comenzado a implementar medidas de seguridad y salud, pero aún existen áreas sin cumplir o con

cumplimiento parcial. Puede reflejar limitaciones en recursos o en conocimiento técnico de las normativas vigentes. Se recomienda:

- Completar reglamento interno de higiene y seguridad.
- Programar uso/mantenimiento de extintores y señalización de rutas de evacuación.
- Cursos anuales de primeros auxilios y simulacros semestrales.

Tabla 22

Seguridad y Salud laboral

Elemento	Estado	Mejora
Reglamento Interno	Parcial	Completar políticas de EPP, rutas de evacuación, extintores y señalización
Primeros Auxilios	Programa implementado	Registrar capacitaciones, realizar simulacros semestrales
Prevención de Riesgos	Identificación ad hoc	Elaborar matriz de riesgos y protocolos de emergencia documentados

Fuente: elaboración propia

Programas de Prevención de Riesgos y Primeros Auxilios

Sí cuentan con este programa, aunque no a detalle. Se evidencia un esfuerzo por anticipar y gestionar situaciones de emergencia. La existencia de este programa muestra una conciencia sobre la importancia de proteger a los empleados y el entorno de trabajo, pero es necesario:

- Actualizar y documentar los procedimientos de emergencia. Ya bien sea, desarrollar un manual del mismo.
- Realizar extintor y botiquín auditorías trimestrales.
- Registrar capacitaciones y evaluaciones de competencia.

Horarios y Políticas de Descanso

Cuenta con horarios y políticas claras de descanso y vacaciones de forma parcial. La empresa ha establecido ciertas pautas, pero estas no son completamente claras o no

se aplican de manera uniforme. Puede reflejar una estructura informal o en proceso de formalización. Se debe:

- Formalizar el reglamento interno de trabajo con turnos, descansos y vacaciones.
- Publicar el calendario laboral en zona común y así como digital.

Capacitación y Desarrollo

Brindan oportunidades de capacitación y desarrollo. La organización reconoce el valor del desarrollo profesional de su personal. Esto sugiere un interés por mejorar el desempeño individual y colectivo, así como por retener talento. Para consolidar se podría:

- Programar plan anual con módulos presenciales y virtuales.
- Evaluar efectividad de formaciones mediante encuestas y KPIs.

Canales de Comunicación Interna

Poseen canales efectivos para la comunicación. Hay un mecanismo establecido para la comunicación vertical dentro de la empresa, lo cual puede favorecer la resolución de conflictos, la transmisión de ideas y la coordinación de actividades, se recomienda:

- Incrementar frecuencia de reuniones formales a mensuales o quincenales.
- Implementar actas de reunión con seguimiento de acuerdos.

Bienestar y Reconocimiento

La empresa tiene interés en el bienestar integral de sus colaboradores. Esto indica una visión más humana del entorno laboral y puede contribuir positivamente al clima organizacional. El reconocimiento de los logros del personal es un indicador de cultura organizacional positiva. La existencia de estos sistemas sugiere una intención de mantener motivado al equipo de trabajo. Para potenciar el bienestar y reconocimiento, se puede:

- Establecer programa de pausas activas y charlas de salud mental.

- Formalizar premios mensuales y trimestrales con criterios transparentes.

Tabla 23

Iniciativas para mejorar el bienestar y reconocimiento

Iniciativa	Estado	Mejora
Actividades Recreativas	No programado	Plan anual de eventos (pícnics, dinámicas, charlas de salud mental)
Programa “Empleado del Mes”	Existente	Definir criterios claros y recompensas simbólicas (bonos, certificaciones, reconocimientos)
Pausas Activas	No sistematizadas	Incorporar pausas activas diarias de 5 min en manual interno

Fuente: elaboración propia

Reuniones y Feedback

Realizan reuniones periódicas muy pocas veces. La falta de reuniones periódicas puede generar vacíos de información, dificultar la retroalimentación y limitar la toma de decisiones colaborativas. Refleja una debilidad en los procesos de gestión interna. Se sugiere:

- Agenda fija de reuniones semanales de pie (15 min) para seguimiento de objetivos.
- Encuestas internas de clima laboral trimestrales.

Resultados De Análisis

Producto

Observaciones

Puntos Positivos

Manejo Mensual De Inventario. Se realiza un control periódico que permite mantener actualizado el stock y asegurar disponibilidad.

Ventajas Estratégicas. Prevención de quiebre de inventari, personalización de pedidos según preferencias actuales del cliente, mejora en la toma de decisiones para abastecimiento y producción.

Oportunidad Asociada. Implementar reportes de rotación de productos y tendencias de consumo por temporada.

Cartera De Clientes Actualizada

Existe un sistema de registro que permite mantener contacto constante con clientes recurrentes.

Ventajas estratégicas. Facilita campañas de fidelización (descuentos por frecuencia, regalos por cumpleaños, apoya estudios de comportamiento de compra para segmentar promociones.

Oportunidades asociadas. Integrar esta base a plataformas CRM o formularios automatizados de seguimiento.

Personalización De Obsequios Y Detalles

La empresa muestra atención minuciosa en el diseño de obsequios adaptados a cada ocasión y cliente.

Ventajas Estratégicas. Genera alto impacto emocional y recordación de marca, diferenciación competitiva frente a negocios que ofrecen opciones estandarizadas.

Oportunidad Asociada. Crear un portafolio temático (cumpleaños, graduaciones, aniversarios) y activar campañas mensuales.

Relacionamiento Local Con Toque Cultural Mexicano

La propuesta utiliza el simbolismo y sabor tradicional mexicano como factor de identidad.

Ventajas Estratégicas. Conexión emocional con consumidores que valoran lo autóctono y diferente, posicionamiento como experiencia cultural, más allá del producto físico.

Oportunidad Asociada: eventos temáticos mensuales en tienda (“Día del Chile”, “Fiesta de la Catrina”, etc.)

Cobertura Nacional

MexiDulces ofrece envíos en todo El Salvador, ampliando su radio de acción.

Ventajas Estratégicas. Penetración en nuevos mercados sin necesidad de expansión física inmediata, genera confianza y percepción de profesionalismo.

Oportunidad Asociada. Establecer alianzas con empresas de logística para mejorar tiempos de entrega y reducir costos.

Áreas De Mejora

Automatización Del Control De Inventarios. El inventario se gestiona en papel, lo que ralentiza la operación y aumenta la posibilidad de errores.

Implicaciones negativas. Dificultad para generar reportes en tiempo real, riesgo de desabastecimiento o sobrestock.

Estrategias Promocionales Limitadas (Orgánicas). La publicidad se basa principalmente en alcance orgánico en redes sociales.

Implicaciones negativas. Visibilidad restringida a seguidores actuales, bajo rendimiento en conversión de nuevos públicos.

Limitaciones En Equipo Operativo. Solo hay una colaboradora permanente y apoyo en temporadas altas.

Implicaciones negativas. Riesgos de sobrecarga, agotamiento y afectación del servicio al cliente, reducción de capacidad para crecer o responder a mayor demanda.

Horarios De Atención Reducidos Y Discontinuos. El horario actual es de 10 am a 5 pm, pero a veces el local cierra por entregas sin reemplazo de personal.

Implicaciones negativas. Pérdida de ventas potenciales, percepción de informalidad o poca seriedad.

Generación Limitada De Contenido Digital. Se detecta dificultad para crear contenido relevante y atractivo en redes.

Implicaciones negativas. Menor engagement con la audiencia, oportunidades perdidas en tendencias virales.

Recomendaciones

Recomendación Técnica. Implementar un software de gestión tipo ERP con módulos de inventario y venta, capacitar al equipo en su uso.

Herramientas Sugeridas: Cabal-app, Treinta, KiotPro, Contabilium o Excel con dashboard avanzado.

Recomendación Estratégica. Invertir en campañas de Ads segmentadas por edad, ubicación y hábitos de consumo, A/B testing en promociones y creativos publicitarios.

Plataformas Sugeridas: Meta Ads Manager, TikTok Ads, Google Display Network.

Recomendación Organizacional. Diseñar perfiles funcionales por área (atención, producción, logística), contratar por módulos progresivos según la demanda prevista.

Herramientas De Apoyo. Manuales de puesto, plan de inducción y evaluaciones por desempeño trimestral.

Recomendación Operativa. Reorganizar los turnos con rotación o contratar personal flotante, considerar apertura en horas pico (tardes o fines de semana).

Apoyo Táctico. Añadir en redes sociales alertas en tiempo real si hay cambios de atención.

Recomendación Creativa. Crear un calendario editorial mensual con temas, dinámicas y videos cortos, incluir retos, colaboraciones con influencers y secciones educativas ("¿Sabías qué?" sobre dulces mexicanos).

Herramientas De Apoyo. Canva, CapCut, Metricool, ChatGPT para ideación de guiones.

Administración

Observaciones

Puntos Positivos

Compromiso De Liderazgo. La emprendedora demuestra un fuerte compromiso, lo cual impulsa la toma de decisiones rápidas y motiva el crecimiento del negocio.

Ventajas estratégicas. Estimula la innovación y resiliencia empresarial, facilita la adaptación a cambios del mercado.

Oportunidad asociada. Establecer un modelo de liderazgo compartido con mandos medios que aseguren continuidad en caso de ausencias.

Procesos Operativos Parcialmente Documentados. Parte de los procedimientos diarios ya se encuentra registrado, lo que contribuye a mantener orden y continuidad.

Ventajas estratégicas. Acelera la capacitación de nuevos colaboradores, reduce riesgos de errores en tareas rutinarias.

Oportunidad asociada. Completar la documentación e integrarla en un manual operativo centralizado.

Rápida Aceptación En El Mercado. El negocio ha crecido con rapidez y cuenta con una base de clientes fieles, a pesar de sus limitaciones.

Ventajas estratégicas. Genera tracción de marca y reconocimiento, abre oportunidades de expansión y alianzas estratégicas.

Oportunidad asociada. Consolidar la lealtad con un programa formal de fidelización.

Áreas de Mejora

Ausencia De Contratos Formales. No existen contratos con empleados, proveedores ni clientes.

Implicaciones negativas. Riesgo legal y vulnerabilidad en caso de disputas, dificultad para delimitar responsabilidades.

Gestión Documental Débil. La mayoría de procesos administrativos y comerciales no están sistematizados.

Implicaciones negativas. Falta de control sobre información clave, riesgo de pérdida de datos o duplicidad de esfuerzos.

Carencia De Planificación Estratégica. No existe un plan a mediano o largo plazo con metas claras y medibles.

Implicaciones negativas. Dificultad para medir avances, imposibilidad de priorizar recursos y ajustar estrategias.

Permisos Sanitarios Y Municipales. El permiso sanitario no está actualizado.

Implicaciones negativas. Riesgo de sanciones o suspensión de operaciones, pérdida de credibilidad frente a clientes y proveedores.

Protocolos De Servicio No Escritos. No se cuenta con lineamientos claros para atención al cliente ni manejo de crisis.

Implicaciones negativas. Inconsistencia en la experiencia del cliente, dificultad para resolver conflictos oportunamente.

Tabla 24

Hallazgos encontrados sobre aspectos a mejorar de MexiDulces

Área	Hallazgo	Recomendación
Legal y Permisos	Permiso sanitario no actualizado.	Gestionar permiso ante Ministerio de Salud y renovar licencias municipales anuales.
Contratos	Ausencia de contratos formales (empleados, proveedores, clientes).	Diseñar plantillas de contratos laborales, comerciales y de servicios, alineadas al Código de Trabajo y buenas prácticas.
Gestión Documental	Procesos y controles no sistematizados.	Implementar ERP para inventarios, facturación y gestión documental.
Planificación	No existe plan estratégico escrito.	Elaborar plan estratégico con objetivos SMART, cronograma y presupuesto.
Protocolos de Servicio	Atención al cliente y gestión de crisis sin protocolos escritos.	Documentar protocolos de atención, fidelización y resolución de conflictos.

Fuente: elaboración propia

Recomendaciones

Recomendación Técnica. Implementar un software ERP sencillo (ej. Cabal-App, Alegra, KiotPro, Odoo) para integrar inventarios, ventas y documentación.

Recomendación Estratégica. Elaborar un plan estratégico formal con visión a 3 años, utilizando objetivos SMART y un cronograma detallado.

Recomendación Organizacional. Crear contratos formales con empleados y proveedores, estableciendo responsabilidades y derechos claros.

Recomendación Operativa. Actualizar permisos sanitarios y municipales, y establecer recordatorios automáticos para su renovación anual.

Recomendación Creativa. Diseñar protocolos de servicio al cliente y de gestión de crisis, incorporando lenguaje empático y dinámicas de fidelización (ej. descuentos, detalles personalizados).

Operaciones

Observaciones

Puntos Positivos

Mapeo Inicial De Procesos. Existe un flujo operativo descrito, aunque parcial, lo que facilita la identificación de cuellos de botella y la asignación de responsabilidades.

Ventajas Estratégicas. Proporciona una base para optimizar operaciones, permite delegar tareas de forma más clara.

Oportunidad asociada. Completar el mapeo para integrar indicadores clave en un manual de procesos.

Incorporación De Innovación. Se aplica la técnica **SCAMPER** de manera informal para el desarrollo de nuevos productos y mejoras en recetas (ejemplo: *Paleta del Mes* y líneas experimentales).

Ventajas Estratégicas. Refuerza la diferenciación e innovación continua, genera expectativa y fidelización en clientes.

Oportunidad asociada: Formalizar la metodología SCAMPER con un registro de prototipos e impacto de ventas.

Infraestructura Básica Adecuada. Local céntrico de 30 m² con vitrinas, refrigerador y mobiliario funcional. Conectividad a internet operativa para consultas online y registros digitales aislados.

Ventajas Estratégicas. Buena ubicación que genera accesibilidad, permite exhibición atractiva del producto.

Oportunidad asociada: Ampliar el local o rediseñar el espacio para mayor eficiencia productiva.

Equipos Y Herramientas Funcionales. Refrigerador, licuadora y mobiliario en buen estado. Uso de hojas de cálculo y registros manuales para inventarios iniciales.

Ventajas Estratégicas. Herramientas básicas para operar sin interrupciones, control mínimo para prevenir desabastecimiento.

Oportunidad asociada. Migrar inventarios manuales a sistema digital unificado (ERP).

Cartera De Proveedores Y Clientes. Relación estable con proveedores principales y base de datos de clientes actualizada. Cobertura nacional articulada a través de mensajería locales.

Ventajas Estratégicas. Confianza en la cadena de suministro, expansión sin limitación territorial.

Oportunidad Asociada: Incorporar CRM para seguimiento, fidelización, contratos de clientes para servicio de catering y crear relaciones comerciales con lugares de eventos sociales.

Cultura De Mejora Continua. Auditorías internas y encuestas de satisfacción permiten recoger Feedback y ajustar operaciones.

Ventajas Estratégicas. Identificación temprana de fallos, refuerzo de confianza el cliente.

- *Oportunidad Asociada:* Formalizar auditorías con indicadores y reportes periódicos.

Áreas De Mejora

Permisos Y Licencias Desactualizados

El permiso sanitario no se ha gestionado y la licencia municipal está próxima a vencer.

- *Implicación Negativa:* Riesgo de multas, cierre temporal y pérdida de credibilidad ante clientes y proveedores.

Falta De Contratos Formales

No existen documentos escritos con empleados, proveedores ni clientes.

- *Implicación Negativa:* No se establecen cláusulas de confidencialidad, penalidad o garantía, lo cual expone a disputas legales y dificulta la gestión de relaciones comerciales.

Estandarización Y Documentación De Procesos

Las recetas, metodologías y operaciones (apertura, cierre, facturación, despacho) carecen de fichas técnicas y manuales.

- *Implicación Negativa:* Variabilidad en la calidad, dependencia del personal actual y poca escalabilidad del negocio.

Gestión De La Calidad

Falta implementación de un plan **HACCP** completo, no se identifican ni monitorean puntos críticos de control (CCP). No hay un registro sistemático de no conformidades ni KPIs de calidad (por ejemplo, porcentaje de productos rechazados, tiempo de ciclo, etc.).

- *Implicaciones Negativas:* Riesgo de contaminación, baja confiabilidad en inocuidad y pérdida de clientes exigentes.

Infraestructura Y Espacio Físico

El local carece de áreas diferenciadas para empaque y despacho.

- *Implicaciones Negativas:* Riesgo de contaminación cruzada y congestión en temporadas altas.

Mantenimiento Y Respaldo De Datos

Los equipos se atienden de manera reactiva no proactiva mediante un programa preestablecido y los registros de ventas son manuales sin respaldo digital.

- Implicación Negativa: Paros operativos por fallas técnicas, pérdida de datos y poca confiabilidad en la información financiera.

Ausencia De Monitoreo De Kpis Operativos

No se definen métricas operativas clave (por ejemplo, tiempo de preparación, nivel de inventario, tasa de cumplimiento de pedidos).

- Implicación Negativa: Falta de información para medir desempeño y detectar oportunidades de mejora.

Recomendaciones

Recomendación Organizacional

Permisos y licencias

- Gestionar inmediatamente el permiso sanitario ante el Ministerio de Salud.
- Renovar la licencia municipal e implementar un sistema de alertas (ej. Google Calendar o Trello) para evitar futuros retrasos.
- Mantener copias digitales en la nube (Google Drive/OneDrive) para consultas rápidas.

Contratos formales

- Diseñar plantillas de contratos laborales y comerciales que incluyan cláusulas de confidencialidad, propiedad intelectual y penalidades por incumplimiento.
- Firmar contratos con proveedores clave para asegurar precios y condiciones estables.
- Establecer acuerdos con clientes corporativos para pedidos recurrentes.

-Crear relaciones con lugares de eventos sociales para proporcionar servicio de catering de primera mano con clientes.

-Crear contratos para el servicio de catering donde se especifique las condiciones del servicio y las tarifas de aditamentos o cancelaciones.

Recomendación Técnica/Operativa:

Estandarización Y Documentación De Procesos

-Elaborar manuales de operación (apertura, cierre, facturación, manejo de inventarios).

-Crear fichas técnicas para cada receta con gramajes, tiempos y procedimientos.

-Implementar un ERP o software de gestión (ej. Alegra, Odoo, KiotPro) para unificar ventas, inventarios y facturación.

Recomendación Estratégica-Operativa:

Gestión De Calidad (HACCP Y KPIs)

-Desarrollar un plan HACCP con puntos críticos de control (temperatura, manipulación de insumos, almacenamiento).

-Registrar y monitorear KPIs de calidad: porcentaje de rechazo, tiempo de ciclo, satisfacción del cliente.

-Crear un checklist diario para control de inocuidad y buenas prácticas de manufactura.

Recomendación Física-Operativa:

Infraestructura Física

-Reorganizar el espacio de 30 m² en zonas diferenciadas: producción, empaque, despacho.

-Implementar mobiliario modular y estanterías verticales para optimizar el área disponible.

Recomendación Técnica:

Mantenimiento Y Respaldo Digital

-Crear un plan de mantenimiento preventivo trimestral para refrigerador, licuadora y mobiliario.

-Migrar la facturación y registros de ventas a un sistema digital con respaldo automático en la nube.

-Capacitar al personal en buenas prácticas de registro y seguridad de datos.

Recomendación Estratégica en KPIs:

KPIs operativos

-Definir métricas clave: Tiempo promedio de preparación de pedidos. Nivel de cumplimiento (% pedidos entregados a tiempo). Rotación de inventario.

-Desarrollar un dashboard simple en Excel o Google Data Studio para monitoreo en tiempo real.

-Revisar indicadores semanalmente en reuniones de gestión.

Marketing (Enfocado En Publicidad)

Observación

Puntos Positivos

Presencia Multicanal. MexiDulces opera activamente en tres redes sociales principales:

-Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100049090129576>

-Instagram: <https://www.instagram.com/MexiDulcessm/>

-TikTok: <https://www.tiktok.com/@MexiDulces>

Ventajas estratégicas:

- Amplifica el alcance de marca con bajo costo.
- Permite segmentar mensajes según cada plataforma.

Oportunidad asociada: Consolidar un plan de publicación cruzada (cross-posting) para maximizar resultados y coherencia en todos los canales.

Uso De WhatsApp Business. El canal de WhatsApp Business permite atención directa y personalizada para consultas de producto y pedidos, facilitando la comunicación rápida con el cliente.

Ventajas Estratégicas:

- Incrementa la confianza y cercanía con el cliente.
- Permite ventas rápidas con menor fricción.

Oportunidad Asociada: Integrar WhatsApp con un CRM para automatizar respuestas y registrar datos de clientes.

Contenido Promocional Regular. Se publican de manera semanal promociones, descuentos y anuncios de nuevos productos (por ejemplo, “Paleta del Mes”), lo cual mantiene el interés de la audiencia y apoya la rotación de inventario.

Ventajas Estratégicas:

- Mantiene la marca en el “top of mind” de los clientes.
- Estimula la recompra con ofertas recurrentes.

Oportunidad Asociada: Incorporar campañas de remarketing que impacten a quienes ya interactuaron con promociones anteriores.

Alianzas Logísticas. MexiDulces colabora con plataformas de entrega a domicilio, ampliando su cobertura geográfica y facilitando que clientes en diferentes zonas reciban sus pedidos de forma confiable.

Ventajas Estratégicas:

- Amplía cobertura sin necesidad de sucursales.
- Fortalece la percepción de confiabilidad.

Oportunidad Asociada: Negociar con aliados logísticos tarifas preferenciales y tiempos de entrega más competitivos.

Áreas De Mejora

Plan Y Estrategia De Contenido. No existe un calendario formal ni definición de pilares de contenido (cotidiano, de venta, de valor), lo que debilita la coherencia y dificulta la planificación a mediano plazo.

Implicaciones Negativas:

- Publicaciones poco consistentes.
- Dificultad para planificar campañas a mediano plazo.

Optimización Seo Local. La ficha de Google My Business está incompleta (faltan horarios, descripciones y fotos). El sitio web requiere optimización de metaetiquetas, encabezados y contenido orientado a búsquedas geolocalizadas.

Implicaciones Negativas:

- Menor visibilidad en búsquedas de clientes cercanos.
- Oportunidades perdidas frente a competidores con SEO activo.

Ausencia De Campañas Pagadas Estructuradas. Hasta ahora no se han implementado campañas de Facebook Ads ni Google Ads con segmentación definida ni dashboards de seguimiento de resultados (CPC, CPA, CTR).

Implicaciones Negativas:

- El alcance depende solo de seguidores actuales.
- Baja captación de nuevos clientes.

Email Marketing Y CRM. No se cuenta con una estrategia de email marketing ni con un sistema CRM para nutrir leads, automatizar comunicaciones postventa o segmentar la base de datos de clientes.

Implicaciones Negativas:

- Escasa fidelización.
- Oportunidades de recompra desaprovechadas.

Expansión A Otras Plataformas. No se aprovechan plataformas como Pinterest (infografías, recetas) ni YouTube (tutoriales y presentaciones de producto), lo que limita la visibilidad en públicos especializados.

Implicaciones Negativas:

- Se pierde la oportunidad de llegar a públicos que consumen contenido visual y educativo.

Guía De Voz Y Tono. El estilo comunicativo varía entre publicaciones. Falta un manual de marca que defina voz, tono y estilo visual para cada canal.

Implicaciones Negativas:

- Imagen de marca fragmentada.
- Dificultad para generar identidad sólida.

Integración Offline–Online. Las acciones de marketing tradicional (vallas, flyers) no incorporan códigos QR ni enlaces específicos para medir su impacto digital ni dirigir tráfico a canales online.

Implicaciones Negativas:

- Imposibilidad de medir impacto de campañas offline.
- Menor tráfico hacia plataformas digitales.

Recomendaciones

Recomendación Organizacional. Desarrollar un calendario editorial con temas, formatos y fechas para cada pilar de contenido.

Recomendación Técnica. Completar y optimizar la ficha de Google My Business; en paralelo, mejorar SEO on-page con palabras clave geolocalizadas.

Recomendación Estratégica. Planificar y lanzar campañas de Facebook Ads y Google Ads, definiendo segmentaciones, creatividades y dashboards de métricas.

Recomendación Técnica. Implementar una plataforma de email marketing (p. ej., Mailchimp) y un CRM básico para automatización de correos y seguimiento de clientes.

Recomendación Creativa. Crear perfiles activos en Pinterest y YouTube, ajustando formatos de imagen y vídeo a cada red.

Recomendación Creativa. Elaborar un Manual de Marca que incluya directrices de voz, tono, paleta cromática, tipografía y uso de logotipo.

Recomendación Operativa. Integrar códigos QR en material offline que dirijan a landing pages específicas y permitan medir la conversión de acciones tradicionales.

PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico de **MexiDulces** se centra en fortalecer la estructura administrativa, operativa y de marketing de la empresa, garantizando una base sólida que permita crecer de manera sostenible y competitiva. Para ello, se han definido acciones en tres horizontes temporales: **corto, mediano y largo plazo**, cada uno con iniciativas específicas que buscan consolidar la formalidad del negocio, optimizar los procesos internos y potenciar la presencia en el mercado.

En el **corto plazo (menos de 6 meses)**, las acciones están orientadas a asegurar la formalidad legal, mejorar la organización interna y profesionalizar la atención al cliente. Entre ellas destacan: la renovación de permisos sanitarios y municipales, la formalización de contratos, la creación de manuales operativos, la documentación de protocolos de atención, la optimización de la presencia digital y el inicio de campañas pagadas en redes sociales. Estas medidas buscan reducir riesgos legales y operativos, además de incrementar la visibilidad y confianza de la marca.

En el **mediano plazo (6 meses a 2 años)**, el enfoque se dirige hacia la digitalización de procesos, la capacitación del personal, la definición de perfiles funcionales y la implementación de herramientas estratégicas como un ERP, CRM y un manual de marca. A su vez, se contempla la diversificación de la estrategia digital con SEO, email marketing, colaboraciones con influencers, programas de fidelización (membresías) y participación en ferias comerciales. Estas acciones permitirán a MexiDulces posicionarse como una marca sólida y diferenciada, con un modelo de gestión profesional y eficiente.

En el **largo plazo (más de 2 años)**, se busca consolidar un sistema de mejora continua, tanto en el área de marketing como en las operaciones. Esto incluye la actualización permanente del calendario editorial, la implementación de un plan HACCP con KPIs de calidad y el desarrollo de un dashboard de indicadores operativos que

garantice control, análisis y toma de decisiones basada en datos. Con estas acciones, MexiDulces no solo se fortalecerá en el presente, sino que se proyectará hacia el futuro con sostenibilidad y competitividad.

Objetivos

Fortalecer el posicionamiento y la sostenibilidad de **MexiDulces** en el mercado nacional mediante la optimización de procesos administrativos y operativos, la implementación de estrategias de marketing digital y tradicional, y la innovación en productos y servicios, logrando en un período de **3 años (2025–2028)**:

- Incrementar en **30 % el tráfico digital y ventas en línea**,
- Alcanzar una **reducción del 20 % en tiempos operativos** gracias a la digitalización de procesos,
- Consolidar una **tasa de fidelización del 25 % de clientes recurrentes**,
- Participar en al menos **4 activaciones de marca** y ferias comerciales,
- Introducir al menos **5 innovaciones de producto o servicio** que fortalezcan la experiencia diferenciada del cliente.

Tabla 25

Acciones a Corto Plazo

Acción	Área	Responsable	Indicador	Fecha tentativa de inicio	Fecha tentativa de finalización
Renovar permiso sanitario y licencia municipal	Administración / Operaciones	Gerente General	Permisos vigentes y archivados digitalmente	01/09/2025	30/09/2025
Diseñar y firmar contratos laborales y con proveedores	Administración	Gerente General	100 % de empleados y proveedores con contrato	01/09/2025	31/10/2025
Crear manuales de operación y fichas técnicas	Operaciones	Gerente General	Manuales aprobados y distribuidos al personal	15/09/2025	15/11/2025
Documentar protocolos de atención al cliente y gestión de crisis	Administración / Marketing	Gerente General	Protocolos escritos y socializados	01/10/2025	30/11/2025
Completar y optimizar ficha de Google My Business	Marketing	Gerente General	Ficha optimizada y +20% búsquedas locales	15/09/2025	31/10/2025
Planificar campañas iniciales en Facebook Ads y Google Ads	Marketing	Gerente General	Dashboard con métricas CPC, CPA y CTR	01/10/2025	30/12/2025
Integrar códigos QR en material offline	Marketing	Gerente General	3 campañas con QR activas y +10 % tráfico web	01/11/2025	31/12/2025
Establecer programa de mantenimiento preventivo de equipos	Operaciones	Gerente General	Plan trimestral en marcha	01/09/2025	30/09/2025
Reorganizar espacio de	Operaciones	Gerente General	Espacios diferenciados y optimizados	01/11/2025	31/01/2026

producción y almacenamiento					
Crear paquetes de catering temático para fechas importantes	Producto	Gerente General	Diseñar servicios temáticos para fiestas de Halloween, día de muertos y Navidad	01/09/2025	01/06/2025

Tabla 26*Acciones a Mediano Plazo*

Acción	Área	Responsable	Indicador	Fecha tentativa de inicio	Fecha tentativa de finalización
Implementar ERP para inventarios, facturación y gestión documental	Producto / Administración / Operaciones	Gerente General	80 % de procesos digitalizados	01/11/2025	30/06/2026
Capacitar al personal en uso del ERP	Producto / Administración	Gerente General	100 % del personal clave capacitado	15/11/2025	31/07/2026
Desarrollar plan estratégico con visión a 3 años	Administración	Gerente General	Documento formal aprobado	01/01/2026	30/04/2026
Diseñar perfiles funcionales por área y sistema de inducción	Administración	Gerente General	Perfiles documentados y aplicados en contrataciones	01/03/2026	30/09/2026
Elaborar Manual de Marca (Brand Book)	Marketing	Gerente General	Manual entregado y aplicado	01/02/2026	30/09/2026
Implementar plataforma de email marketing y CRM básico	Marketing	Gerente General	Flujos automáticos con ≥ 20 % open rate	01/05/2026	31/12/2026
Formalizar colaboraciones con	Marketing	Gerente General	2 colaboracione	01/07/2026	31/12/2026

influencers (2 por trimestre)			s firmadas y activas		
Mejorar SEO on-page con palabras clave geolocalizadas	Marketing	Gerente General	+25 % de tráfico orgánico	01/02/2026	31/09/2026
Creación e implementación de membresía	Marketing	Gerente general	Al menos 25 suscripciones	02/01/2026	12/12/2026
Diseño e implementación de Sorteos mensuales	Marketing	Gerente General	Realizar al menos un +70% de los sorteos previstos	01/01/2026	31/12/2026
Realización de activaciones de marca en ferias	Marketing	Gerente General	Asistir al menos a 4 ferias	01/09/2025	01/06/2026

Tabla 25*Acciones a Largo Plazo*

Acción	Área	Responsable	Indicador	Fecha tentativa de inicio	Fecha tentativa de finalización
Mantener y rediseñar de forma mensual el calendario editorial (dinámicas, retos, videos, educación)	Marketing	Marketing / Social Media	100 % de publicaciones programadas mes a mes	01/09/2025	01/09/2028
Desarrollar y ajustar plan HACCP con KPIs de calidad	Operaciones	Calidad	Checklist diarios implementados y PCC controlados	01/01/2027	31/12/2027

Crear y mantener dashboard de KPIs operativos	Operaciones / Dirección	Dirección / TI	Dashboard actualizado semanalmente	01/01/2026	31/12/2028
--	-------------------------	----------------	------------------------------------	------------	------------

Tabla 26

Presupuesto de implementación corto plazo

Presupuesto De Implementación

Corto Plazo			
Acción	Área	Desembolso dirigido directamente a:	Costo
Renovar permiso sanitario y licencia municipal	Administración / Operaciones	Pago por trámites, impresiones necesarias, viáticos.	\$70
Diseñar y firmar contratos laborales y con proveedores	Administración	Pago de diseño de documentación	\$20
Crear manuales de operación y fichas técnicas	Operaciones	Creador/a de manuales de operación	\$80
Documentar protocolos de atención al cliente y gestión de crisis	Administración / Marketing	Elaboradora de los protocolos de atención y de gestión	\$20
Completar y optimizar ficha de Google My Business	Marketing	Personal de la empresa (gerente)	Gratis
Planificar campañas iniciales en Facebook Ads y Google Ads	Marketing	Especialista en Ads	\$50
Integrar códigos QR en material offline	Marketing	Material impreso para la estrategia de MK tradicional	\$50

Corto Plazo			
Acción	Área	Desembolso dirigido directamente a:	Costo
Establecer programa de mantenimiento preventivo de equipos	Operaciones	Técnico de mantenimiento	\$50
Reorganizar espacio de producción y almacenamiento	Operaciones	Compra de equipo físico para organizar	\$85
Crear paquetes de catering temático para fechas importantes	Producto	Especialista Estrategica	\$50
Total			\$475

Tabla 27

Presupuesto de implementación mediano plazo

Mediano Plazo			
Acción	Área	Desembolso dirigido directamente a:	Costo
Implementar ERP para inventarios, facturación y gestión documental	Producto / Administración / Operaciones	Pago de sistema de ERP (pago único, Cabal-app)	\$350
Capacitar al personal en uso del ERP	Producto / Administración	Especialista capacitador	\$50
Desarrollar plan estratégico con visión a 3 años	Administración	Consultor	\$600
Diseñar perfiles funcionales por área y sistema de inducción	Administración	Diseñadora de perfiles	\$75
Elaborar Manual de Marca (Brand Book)	Marketing	Especialista en marcas	\$225
Implementar plataforma de email marketing y CRM básico	Marketing	Pago de servicio de email marketing	\$75

Mediano Plazo			
Acción	Área	Desembolso dirigido directamente a:	Costo
Formalizar colaboraciones con influencers (2 por trimestre)	Marketing	Costes de materia prima + envío	\$80
Mejorar SEO on-page con palabras clave geolocalizadas	Marketing	Paso de servicio de plataforma	\$40
Creación e implementación de membresía	Marketing	Diseño e impresión de agente de membresía	\$25
Diseño e implementación de Sorteos mensuales	Marketing	Campaña de sorteo mensual	\$120
Realización de activaciones de marca en ferias	Marketing	Promotor de marca	\$80
Total			\$1720

Tabla 28*Presupuesto de implementación Largo plazo*

Largo Plazo			
Acción	Área	Desembolso dirigido directamente a:	Costo
Mantener y rediseñar de forma mensual el calendario editorial (dinámicas, retos, videos, educación)	Marketing	Especialista en marketing	\$900
Desarrollar y ajustar plan HACCP con KPIs de calidad	Operaciones	Consultor	\$200
Crear y mantener dashboard de KPIs operativos	Operaciones / Dirección	Especialista asesor	\$150
Total			\$1250

Impacto Económico

Se considera un incremento del 15% anual en ventas para cada año en la proyección.

Tabla 29

Impacto económico del plan

Concepto	Año		
	2026	2027	2028
Ventas	\$46,342.00	\$53,293.30	\$61,287.30
Costo de ventas	\$34,856.56	\$40,085.04	\$46,097.80
Margen de contribución	\$11,485.44	\$13,208.26	\$15,189.49
Gastos fijos	\$5,749.20	\$6,611.58	\$7,603.32
Utilidad antes de impuesto	\$5,736.24	\$6,596.68	\$7,586.18
Impuesto sobre la renta	\$0.00	\$0.00	\$310.74
Utilidad neta	\$5,736.24	\$6,596.68	\$7,275.44

**Tomando en cuenta que la utilidad neta anual aproximada de la empresa es \$4,988.03

UNE	\$748.21	\$1,608.64	\$2,287.40
Ganancia	\$4,644.25		
Inversión Total	\$3,445		

ROI: 34.88%

Por cada dólar invertido, MexiDulces recupera \$1.35 aprox.

Conclusiones

El análisis reveló que MexiDulces cuenta con una oferta diversa y una identidad cultural sólida, pero aún opera bajo procesos informales que limitan su eficiencia. La gestión manual de inventarios y facturación impide generar reportes en tiempo real y aumenta el riesgo de quiebres de stock. Por ello, implementar un sistema ERP que integre módulos de ventas, inventarios y facturación electrónica es prioritario. Esta digitalización fundamenta una toma de decisiones más ágil y la reducción de errores operativos.

La adopción de un plan de inocuidad alimentaria basado en HACCP y la estandarización de recetas y protocolos de producción garantizarán la calidad y seguridad de los productos. El establecimiento de puntos críticos de control, listas de verificación diarias y auditorías internas permitirá detectar no conformidades y adoptar acciones correctivas oportunas. Estas prácticas no solo elevarán la percepción de profesionalismo, sino que también facilitarán el cumplimiento de normativas y abrirán la puerta a nuevas oportunidades de exportación.

En el ámbito del marketing, la optimización de la presencia digital a través de SEO local, campañas de Google Ads y Facebook Ads, la implementación de un calendario editorial multicanal y la colaboración con microinfluencers mejorarán la visibilidad y la captación de clientes. La creación de programas de fidelización, como un sistema de puntos y envíos de email marketing segmentados, fortalecerá la relación con el cliente y elevará la tasa de recompra. La coherencia en la voz de marca y un manual de estilo asegurarán una comunicación uniforme.

Con respecto al talento humano a través de manuales de puesto, procesos formales de contratación y planes de capacitación y evaluación trimestrales consolidará una cultura organizacional basada en la excelencia. La contratación de personal temporal para temporadas altas y la definición clara de roles operativos garantizarán la continuidad del servicio. El plan estratégico, dividido en tres horizontes temporales y respaldado por indicadores SMART, permitirá medir avances y asegurar un crecimiento sostenible y escalable para MexiDulces.

El cronograma de implementación define acciones a corto plazo (hasta 6 meses) orientadas a formalizar permisos y contratos; mediano plazo (6–24 meses) para la digitalización de sistemas y diversificación de canales; y largo plazo (más de 2 años) para consolidar la mejora continua mediante dashboards de KPIs operativos y la actualización permanente del plan HACCP. Este enfoque escalonado y medible facilitará la priorización de recursos y garantizará el logro de los objetivos de rentabilidad y posicionamiento.

Bibliografía.

Ledezma, M. D. D. L., Velázquez, J. G. C., & Vizcaíno, D. J. A. (2017). *Influencia del marketing digital en la compra de alimentos light sin azúcar en jóvenes adultos de México*.

Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Nayarit.

Deloitte. (2023). Tendencias globales del consumidor 2023. <https://www2.deloitte.com>

INCAE Business School. (2022). Tendencias del consumidor 2022-2025.

<https://www.incae.edu>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Dirección de marketing* (16.^a ed.). Pearson Educación.

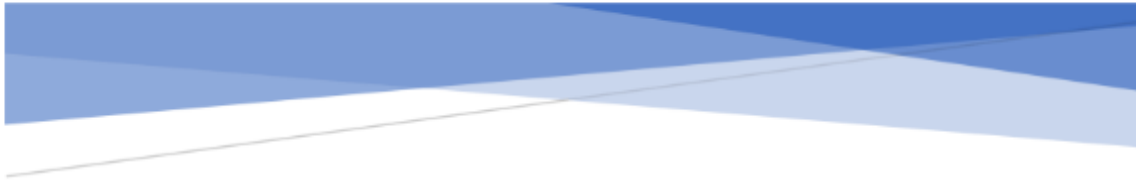
Smith, A. (2019). *Ediciones limitadas como estrategia de marketing en productos de consumo*. Estrategias Comerciales, 17(4), 22–29.

García, R., & Martínez, L. (2020). *Tendencias del consumidor en productos tradicionales y saludables en México*. Revista de Ciencias Sociales, 28(3), 155170. <https://doi.org/10.22201/rscs.2020.28.3.018>.

López, G. (2021). *Plan de negocios*. San Miguel.

Anexos

Manual de Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal



MANUAL DE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Manual empresarial

Descripción breve

Este manual documenta el proceso estandarizado de reclutamiento, selección y contratación de personal para MexiDulces, ajustado a sus necesidades operativas y culturales. Incluye objetivos, responsabilidades, políticas y procedimientos a seguir para atraer talento de calidad, evaluarlo de forma objetiva y formalizar su incorporación.

Equipo consultor
consultor.team@outlook.com

1. Introducción

MexiDulces es una empresa salvadoreña dedicada a la importación y venta de productos mexicanos de alta calidad. El capital humano es clave para garantizar la consistencia, innovación y excelente atención al cliente. Este manual define cómo atraer, evaluar e incorporar a nuevos colaboradores en alineación con la misión y valores de la marca.

2. Objetivos del Manual

Objetivo General

Establecer las políticas y pasos necesarios para reclutar y seleccionar candidatos idóneos, asegurando un procedimiento transparente, eficiente y legal.

Objetivos Específicos

- Documentar el flujo completo de reclutamiento, selección y contratación.
- Definir roles y responsabilidades de cada actor del proceso.
- Asegurar el cumplimiento de leyes laborales y equidad de oportunidades.
- Facilitar la integración rápida y satisfactoria del nuevo colaborador.

3. Alcance

Aplica a todos los puestos de MexiDulces, tanto temporales como permanentes, en áreas de producción, ventas, administración y marketing. Excluye cambios internos de puesto (reubicaciones) que se regirán por política interna propia.

4. Responsabilidades

Actor	Rol principal
Gerente General	Autoriza creación de plazas y contratos definitivos.
Jefes de Área	Detectan necesidad de personal, definen perfil y participan en entrevistas.
Departamento de Recursos Humanos (DRRHH)	Coordina todo el proceso: publicación de vacantes, screening, evaluación y entrega de documentación.
Candidato	Cumplir requisitos mínimos, presentar documentación completa y participar en cada etapa del proceso.

5. Tipos de Personal

Tipo	Definición	Duración típica
Permanente	Plaza aprobada en presupuesto. Derecho a prestaciones legales.	Indefinido
Temporal	Proyectos o picos de demanda. Sin prestaciones sociales.	Hasta 6 meses
Por Proyecto	Contratación específica para lanzamientos o eventos (p.ej., ferias).	Según proyecto
Interno	Empleado actual que cambia de posición.	N/A

6. Descripción de Puestos y Perfiles

Antes de iniciar cualquier proceso, el jefe de área y DRRHH elaboran una **Ficha de Puesto** con:

- **Identificación:** Nombre del puesto, departamento y nivel jerárquico.
- **Funciones:** Lista de responsabilidades clave.
- **Requisitos:** Educación, experiencia, habilidades técnicas y blandas.
- **Condiciones:** Jornada, salario, beneficios.

(Anexo 1: Formato de Ficha de Puesto)

7. Proceso de Reclutamiento

7.1 Planeación de Recursos Humanos

- Revisar plan anual de requerimientos por área.
- Determinar vacantes permanentes o temporales con autorización de Gerente General.

7.2 Fuentes de Reclutamiento

- **Internas:** Banco de talento (empleados y candidatos previos).
- **Externas:**
 - Portales de empleo (Tecoloco, LinkedIn, EmpleosSV).
 - Redes sociales corporativas (Facebook, Instagram).
 - Referidos (programa de incentivos).
 - Universidades y ferias de empleo.

7.3 Estrategias de Difusión

- Publicación simultánea en web, RRSS y portales.
- Diseño de anuncio con cargo, beneficios y link a formulario online.
- Plazo de recepción de CV: mínimo 7 días.

8. Proceso de Selección



8.1 Screening de CV

DRRHH filtra CV según requisitos mínimos (educación, experiencia, habilidades).

8.2 Pruebas y Evaluaciones

- **Prueba técnica o práctica:** según puesto (ej. montaje de línea de producción, case de marketing).
- **Evaluación de competencias blandas:** encuesta breve en línea (comunicación, trabajo en equipo, adaptabilidad).

8.3 Entrevistas

1. **Entrevista preliminar (DRRHH)**
 - Objetivo: validar motivación, salario deseado, disponibilidad.
2. **Entrevista con Jefe de Área**
 - Profundización en habilidades técnicas y ajuste cultural.
3. **Entrevista final con Gerente General** (para puestos clave)
 - Alineación estratégica y culturales.

Anexo 2: Guía de Preguntas para Entrevistas

8.4 Validación de Referencias

- Contacto a antiguos empleadores para confirmar fechas, desempeño y conducta.
- Verificación de documentos de estudio y certificados.

8.5 Evaluación Final

Comité interno (DRRHH + Gerente) califica candidatos en matriz de decisión y elige al idóneo.

9. Procedimiento de Contratación

Paso	Detalle
Oferta formal	DRRHH envía carta oferta con salario, fecha de ingreso y beneficios.
Recepción de documentos	de DPI, NIT, certificados de estudios, hoja de vida firmada.
Elaboración contrato	de Contrato individual conforme al Código de Trabajo de El Salvador.
Firma y registro interno	Firma del colaborador y Gerente General. Copia en expediente y en carpeta digital de RRHH.

(Anexo 3: Formato de Contrato de Trabajo)

10. Inducción y Período de Prueba

10.1 Plan de Inducción (Primeros 5 días)

- Día 1: Bienvenida y tour de instalaciones.
- Día 2: Presentación de organigrama y cultura MexiDulces.
- Día 3: Entrenamiento en tareas específicas y sistemas (ERP, WhatsApp Business).
- Día 4: Presentación de equipo y metodología de trabajo.

- Día 5: Reunión de cierre de inducción y asignación de mentor.

10.2 Evaluación del Período de Prueba (Hasta 30 días)

- Checklist de desempeño por tareas clave.
- Retroalimentación semanal entre Jefe de Área y colaborador.
- Informe final: recomendación de continuidad o terminación del contrato.

11. Políticas Clave

11.1 Igualdad de Oportunidades

- Selección basada en mérito, sin discriminación por género, etnia, religión o discapacidad.

11.2 Confidencialidad

- Toda la información de candidatos y expedientes es confidencial; acceso restringido a DRRHH.

11.3 Compensación y Beneficios

- Salario conforme a análisis de mercado y tabla salarial interna.
- Prestaciones de Ley: vacaciones, aguinaldo, ISSS, AFP.
- Beneficios corporativos: descuento en productos, participación en programa de puntos (Clientes VIP aplicable al personal).

12. Banco de Talento

Función	Descripción
Creación	Incluir todos los CV recibidos, incluso no seleccionados.
Actualización	Depuración anual de perfiles inactivos (>12 meses).
Consulta	Jefes de área pueden solicitar DRRHH candidatos internos antes de reclutar externamente.

13. Monitoreo y Mejora Continua

- **Indicadores**
 - Tiempo promedio de contratación (target ≤ 30 días).
 - Tasa de retención a 6 meses (> 80 %).
 - Satisfacción de nuevos empleados (encuesta a 30 días ≥ 4/5).
- **Revisión trimestral**
 - Análisis de cuellos de botella en proceso.
 - Actualización de fichas de puesto y políticas.
 - Capacitación de DRRHH en mejores prácticas y legislación laboral.

14. Anexos

Anexo 1: Formato de Ficha de Puesto

Campo	Descripción
Nombre del Puesto	(Ej. Asesor/a de ventas)
Departamento/Área	(Ej. Ventas)
Reporta a	(Ej. Gerente de Ventas)
Supervisa a	(Ej. Al equipo de sala de ventas)
Nivel Jerárquico	(Ej. Ejecutivo de Ventas)
Objetivo General del Puesto	Breve resumen (2–3 líneas) del propósito y aporte del rol a los resultados de MexiDulces.
Funciones y Responsabilidades	- Lista numerada de tareas clave (5–8 ítems). - Enfocar en resultados esperados y metas medibles.
Requisitos Mínimos	- Educación: (grado, carrera). - Experiencia: (años y área). - Certificaciones o licencias.
Habilidades Técnicas	- Software, maquinaria o metodologías específicas.
Competencias Blandas	- Trabajo en equipo, comunicación, adaptabilidad, iniciativa.
Condiciones de Trabajo	- Jornada: horas diarias y semanales. - Modalidad: presencial, híbrida o remota. - Ubicación.
Rango Salarial	Indicar banda salarial o nivel de grupo salarial interno.
Fecha de Elaboración	
Aprobado por	Nombre y cargo del responsable que valida la ficha.

Anexo 2: Guía de Preguntas para Entrevistas

- Entrevista de Preselección (DRRH)
 - ¿Qué te motivó a postularte en MexiDulces?
 - ¿Cuál es tu expectativa salarial y fecha de inicio?
 - ¿Disponibilidad de horario y traslado?
- Entrevista Técnica (Jefe de Área)
 - Situacional: "Describe un caso en el que..."
 - Procedimental: "Explicame paso a paso cómo..."
 - Resultados: "¿Qué indicadores usaste para medir tus logros?"
- Entrevista de Competencias Blandas (Jefe de Área + DRRH)
 - Trabajo en equipo: "Cuéntame sobre un conflicto que mediaste."
 - Adaptabilidad: "¿Cómo manejas cambios de última hora?"
 - Comunicación: "Describe tu estilo al presentar un reporte."
- Entrevista Final (Gerente General)
 - Visión estratégica: "¿Cómo contribuirías al crecimiento de MexiDulces?"
 - Cultura y valores: "¿Qué significa para ti un servicio al cliente excepcional?"
 - Compromiso: "¿Dónde te ves en dos años dentro de la empresa?"

Anexo 3: Formato de Contrato de Trabajo

Contrato Individual de Trabajo

MexiDulces S. de R.L. de C.V.

En San Salvador, a ___ de _____ de 20___, comparecen por una parte MexiDulces S. de R.L. de C.V., representada por _____, mayor de edad, portador(a) de DUI No. _____ y NIT No. _____, con domicilio en _____, en lo sucesivo "El Empleador"; y por la otra _____, mayor de edad, de sexo _____, portador(a) de DUI/Pasaporte No. _____ y NIT No. _____, con domicilio en _____, en lo sucesivo "El Trabajador"; y de conformidad con lo dispuesto en los artículos 18, 23, 25, 26, 161 y demás relativos del Código de Trabajo de El Salvador, convienen en celebrar el presente Contrato Individual de Trabajo, sujeto a las siguientes cláusulas:

1. Clase de Trabajo o Servicio

El Trabajador se obliga a desempeñarse bajo la denominación de _____, en el área de _____, realizando, entre otras, las siguientes funciones principales:

1. _____
2. _____
3. _____

2. Duración del Contrato y Período de Prueba

- Duración: (marcar opción)
 - Indefinida (Art. 25 C.T.)
 - A plazo determinado ("Razón que motiva dicho plazo: _____"), desde el #20__ hasta el #20__ (Art. 26 C.T.).
- Período de prueba: los primeros siete (7) días, al término de los cuales cualquiera de las partes podrá dar por terminado el presente contrato sin expresión de causa.

3. Lugar de Prestación de Servicios y Alojamiento

- El Trabajador prestará sus servicios en: Municipio de _____, Departamento de _____.
- Alojamiento: (marcar opción)
 - Sí, proporcionado por el Empleador en _____
 - No

4. Jornada de Trabajo

- Días laborables: de _____ a _____
- Horario: de _____:_____ a _____:_____
- Pausa para alimentación: de _____:_____ a _____:_____
- Horas semanales pactadas: _____ (no exceder 44 horas).
- Trabajos extraordinarios se pactarán por acuerdo mutuo, con recargo del 25 % para horas nocturnas.

5. Salario: Forma, Período y Lugar de Pago

- Salario bruto: USD _____ (_____ dólares) mensuales/quincenales/semanales.
- Forma de pago: (marcar)
 - Transferencia bancaria a cuenta No. _____
 - Cheque

- Efectivo
- Lugar de pago: _____
- El salario mínimo legal vigente sustituye cualquier estipulación inferior (Art. 148 C.T.).

6. Herramientas y Materiales

- El Empleador suministrará al Trabajador las siguientes herramientas y materiales necesarios para sus labores:
 1. _____
 2. _____
 3. _____
- Estado de entrega: _____
- Deberán devolverse al término de la relación laboral, salvo desgaste por uso normal.

7. Personas Dependientes del Trabajador

El Trabajador declara tener las siguientes personas que dependen económica y legalmente de él/ella (Art. 23 num. 11 C.T.), o en su defecto, designa beneficiario(a) para prestaciones por muerte (Art. 313 C.T.):

Nombre y Apellido	Parentesco	Edad	Dirección

8. Otras Estipulaciones

9. Legislación Aplicable y Reemplazos

Quedan incorporados al presente contrato, según corresponda:

- Derechos y deberes consagrados en el Código de Trabajo y sus Reglamentos.
- Reglamento Interno de MexiDulces S. de R.L. de C.V.
- Contratos colectivos o acuerdos vigentes en la empresa.

Este Contrato sustituye cualquier acuerdo previo, escrito o verbal, sin afectar derechos adquiridos por antigüedad.

10. Firmas

En prueba de conformidad, se firman tres ejemplares del mismo tenor y a un sólo efecto.

Por El Empleador	Por El Trabajador
_____	_____
Nombre y Cargo: _____	Nombre: _____
Fecha: /20__	Fecha: /20__
Firma y sello: _____	Firma: _____
	Huellas digitales (si no sabe firmar):

Anexo 4: Checklist de Inducción y Período de Prueba

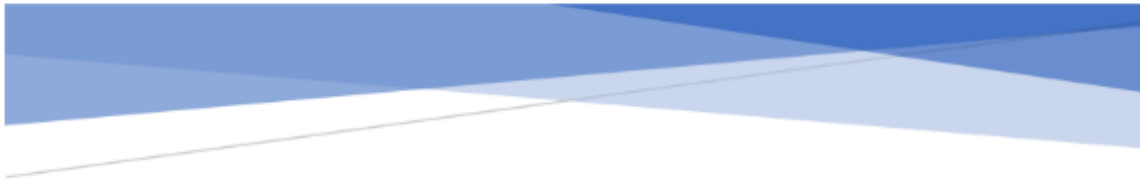
Día	Actividad	Responsable	Cumplido (✓/✗)
Día 1	Bienvenida y recorrido de instalaciones. Presentación con equipo.	DRRHH + Jefe	
Día 2	Explicación de misión, visión y valores de MexiDulces. Revisión de organigrama y políticas.	DRRHH	
Día 3	Capacitación en sistemas y herramientas (ERP, WhatsApp Business, CRM).	TI + Jefe	
Día 4	Demostración de procesos operativos y estándares de calidad.	Jefe de Área	
Día 5	Dinámica de integración: roles y expectativas. Asignación de mentor.	Jefe de Área	

Evaluación del Período de Prueba (hasta 30 días)

Criterio	Descripción	Ponderación (%)	Comentarios
Calidad del trabajo	Precisión, presentación y cumplimiento de estándares.	30	
Productividad	Volumen de tareas completadas vs objetivo.	25	
Actitud adaptación	Colaboración, iniciativa y receptividad a feedback.	20	
Puntualidad asistencia	Cumplimiento de horarios y ausencias justificadas.	15	
Comunicación	Claridad, cortesía y eficacia en mensajes orales/escritos.	10	

- Al día 30, Jefe de Área (en este caso, la gerente de la empresa) elabora informe final y recomienda continuidad o terminación.

Manual de Capacitación



MANUAL DE CAPACITACIÓN

Manual Empresarial

Descripción breve

Breve manual que detalla los diferentes apartados que se deben llegar a tomar en cuenta al momento de capacitar a un miembro del personal

Equipo consultor
consultor.team@outlook.com

MexiDulces S. de R.L. de C.V.

Este manual establece un sistema de formación alineado con la naturaleza artesanal e industrial de MexiDulces, garantizando que cada colaborador adquiera competencias técnicas, de calidad, seguridad e innovación.

1. Objetivos de la Capacitación

- Asegurar el dominio de procesos productivos de confitería y chocolatería.
- Cumplir estándares de higiene y normas HACCP.
- Promover habilidades de mejora continua e innovación de producto.
- Fortalecer competencias de servicio al cliente y ventas.
- Impulsar la cultura organizacional y valores de MexiDulces.

2. Alcance

Este manual abarca:

- Nuevos ingresos en planta, almacén, empaquetado y áreas administrativas.
- Supervisores y mandos medios responsables de turno y calidad.
- Personal de ventas, atención al cliente y marketing digital.
- Equipos de mantenimiento, logística y administración.

3. Marco Metodológico

Metodología	Descripción	Herramientas
Presencial	Talleres, demostraciones de maquinaria, simulaciones de línea	Sala de capacitación, planta
E-learning	Módulos teóricos, videos de recetas, protocolos de higiene	Plataforma LMS, videos internos

Metodología	Descripción	Herramientas
On the job	Acompañamiento con mentor en turno	Checklist de actividades
Role play	Escenarios de atención a cliente y manejo de reclamos	Guiones, observador externo
Talleres de innovación	Sesiones de ideación y prueba de nuevas recetas	Sala creativa, prototipos

4. Estructura de Competencias por Área

Área	Competencias Técnicas	Competencias Blandas
Producción	Operación de maquinaria, mezclado, horno, envasado	Trabajo en equipo, disciplina, atención al detalle
Calidad e Higiene	Normas HACCP, muestreo, análisis sensorial	Responsabilidad, comunicación clara
Mantenimiento	Mantenimiento preventivo, diagnóstico de fallas	Resolución de problemas, seguridad
Almacén y Logística	Gestión de inventarios, empaquetado, trazabilidad	Organización, gestión de tiempo
Ventas y Atención	Técnicas de venta, uso de CRM, negociaciones	Empatía, persuasión, negociación ética para que se pague
Marketing Digital	Creación de contenido, análisis de métricas, CRM	Creatividad, pensamiento estratégico

5. Plan de Capacitación por Módulos

Módulo	Objetivo de Aprendizaje	Duración	Público	Método
Inducción Corporativa	Conocer misión, visión, cultura y políticas de MexiDulces	1 día	Todos los nuevos ingresos	Presencial

Módulo	Objetivo de Aprendizaje	Duración	Público	Método
Procesos de Confeitería	Operar mezcladoras, cocederas, temperadoras y líneas de envasado	16 horas	Producción	Presencial
Normas HACCP y Buenas Prácticas	Aplicar plan HACCP y protocolos de limpieza y sanitización	8 horas	Calidad, Producción	Taller
Seguridad Industrial	Identificar riesgos, usar EPP y responder emergencias	6 horas	Todos los operativos	Presencial
Mantenimiento Preventivo	Programar y ejecutar mantenimiento rutinario de maquinaria	8 horas	Mantenimiento	On the job
Gestión de Inventarios y Trazabilidad	Controlar entradas/salidas y registrar lotes y fechas	8 horas	Almacén, Logística	E-learning
Atención al Cliente y Ventas	Desarrollar habilidades de comunicación, CRM y cierres de venta	10 horas	Ventas, Soporte	Role play
Marketing Digital Aplicado	Crear campañas, gestionar redes y medir resultados	12 horas	Marketing	E-learning
Innovación y Desarrollo de Producto	Idear y prototipar nuevos sabores y presentaciones	8 horas	Producto, I+D	Taller creativo
Evaluación y Retroalimentación	Medir conocimientos, actitudes y plan de acción de mejora	4 horas	Todos los participantes	Evaluación mixta

6. Cronograma Anual y Frecuencia

Trimestre	Actividad Principal	Participantes
Primer	Inducción, HACCP, Procesos de Confitería	Nuevos ingresos y operativos
Segundo	Seguridad Industrial, Inventarios, Mantenimiento	Todos los operativos
Tercer	Atención al Cliente, Ventas Avanzadas, Marketing	Ventas, Soporte, Marketing
Cuarto	Innovación de Producto, Evaluaciones y Reforzamientos	I+D, Producción, Calidad

7. Recursos y Materiales

- Plataforma LMS con seguimiento de avances y reportes.
- Manuales de operación de maquinaria y guías rápidas impresas.
- Listas de verificación (checklists) para limpieza y mantenimiento.
- Kits de EPP adaptados a cada rol.
- Software CRM y ERP para prácticas en sandbox.

8. Instrumentos de Evaluación

- Pruebas teóricas (LMS): mínimo 80 % de aprobación.
- Evaluaciones prácticas en planta: checklist de desempeño.
- Encuestas de satisfacción post-curso: $\geq 4/5$.
- Seguimiento de indicadores operativos tras 3 meses de entrenamiento.

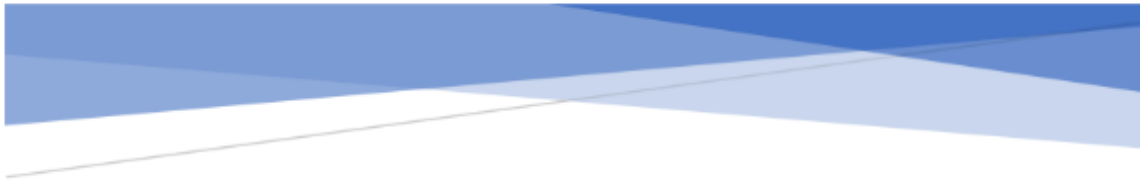
9. Roles y Responsabilidades

- Dirección de RRHH: diseño curricular, coordinación y control de calidad de la capacitación.
- Jefes de Área: validar contenido técnico y facilitar espacios/productos para prácticas.
- Instructores Internos y Externos: impartir sesiones y documentar evidencias.
- Mentores de Turno: acompañar nuevos ingresantes y evaluar desempeño en tareas diarias.

10. Seguimiento y Mejora Continua

- Reuniones trimestrales de revisión de resultados y necesidades emergentes.
- Actualización de contenidos en función de cambios en tecnología y regulaciones.
- Incorporación de feedback cualitativo de participantes y mandos medios.
- Incentivos a formadores destacados y programas de recompensa para colaboradores certificados.

Manual de Proceso de Servicio al Cliente



MANUAL DE PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE

Manual Empresarial

Descripción breve

Presentación de algunas políticas que se pueden implementar para ofrecer servicios de atención a los usuarios

Equipo Consultor
consultor.team@outlook.com

MexiDulces S. de R.L. de C.V.

Este manual documenta las políticas, flujos y estándares para ofrecer un servicio de atención al cliente consistente y de alta calidad en todos los canales de contacto que MexiDulces pone a disposición de sus "mexiclientes".

1. Objetivos

- Garantizar respuestas oportunas y precisas a todas las consultas y pedidos.
- Unificar criterios de atención en WhatsApp, redes, web y eventos.
- Resolver reclamos y devoluciones con agilidad y transparencia.
- Fidelizar clientes mediante un trato cercano, empático y profesional.

2. Ámbitos de Servicio

Servicio	Canal	Horario de Atención	Responsables
Pedidos y consultas generales	WhatsApp Business	L-V: 8 AM-6 PM; S: 9 AM-1 PM	Equipo de Ventas
Consultas y mensajes en RRSS	Instagram DM, Facebook Messenger, TikTok DM	L-V: 9 AM-7 PM	Community Manager
Pedidos en e-commerce	Formulario web + email	24 h (auto) R: días hábiles	Soporte Web
Atención en ferias y eventos	Puntos de venta físicos	Según evento	Equipo de Operaciones
Postventa: devoluciones/reclamos	WhatsApp, email, Facebook	L-V: 8 AM-5 PM	Atención al Cliente
Clientes VIP	Grupo WhatsApp/VIP + email exclusivo	24/7 (auto)	Coordinador VIP

3. Proceso General de Atención

1. **Recepción** • Llega mensaje o solicitud en canal.
2. **Registro** • Ingresar ticket en CRM/hoja de seguimiento (ID, fecha, canal).
3. **Clasificación** • Tipo: pedido, consulta producto, reclamo, devolución. • Prioridad: urgente (reclamos, errores de entrega) o normal.
4. **Respuesta** • Plantilla de bienvenida y tiempo estimado de solución. • Respuesta concreta y amable.
5. **Seguimiento** • Actualizar estado en CRM cada 24 h. • Escalar a supervisor si supera 48 h sin resolver.

6. **Cierre** • Confirmar con cliente satisfacción y documentar feedback. • Marcar ticket como cerrado y guardar conversación.

4. Flujos Específicos por Servicio

4.1 Pedidos y Consultas por WhatsApp Business

Paso	Descripción	Plantilla / Herramienta
1. Saludo y validación	"¡Hola! Gracias por contactar a MexiDulces. Soy [Nombre]. ¿En qué te ayudo?"	Mensaje rápido
2. Recolección de datos	Nombre, producto, cantidad, dirección de entrega, fecha deseada.	Formulario interno
3. Confirmación de stock	Verificar en ERP o Excel dashboard el inventario disponible.	ERP / Hoja de cálculo
4. Cotización y pago	Enviar total con costo de envío y opciones de pago (link o transferencia).	Link de pago, QR
5. Confirmación final	Compartir número de pedido y fecha estimada de entrega.	Mensaje estándar
6. Envío de estado	"Tu pedido #123 está en ruta. Llegará mañana entre 10 AM–12 PM."	Lista de difusión
7. Cierre y feedback	"¿Cómo calificarías tu experiencia?" + enlace a encuesta breve.	Google Forms / Typeform

SLA: primer mensaje en ≤ 15 min; cotización formal en ≤ 1 h; confirmación en ≤ 24 h.

4.2 Consultas en Redes Sociales

Paso	Descripción	Herramienta
1. Monitoreo	Revisar bandeja de mensajes y menciones cada 2 h.	Meta Business Suite
2. Plantilla inicial	"¡Hola! Gracias por tu mensaje. En breve te ayudo con eso."	Respuestas guardadas
3. Investigación	Indagar detalles (modelo, sabor, disponibilidad, precio).	ERP / CRM
4. Respuesta final	Brindar solución: info de producto, link tienda, agendar cita (evento).	DM privado
5. Seguimiento	Programar reminder si requiere respuesta adicional o agendamiento.	Metricool / Trello
6. Cierre	Solicitar testimonio o review si fue positivo.	Sticker de encuesta

SLA: primera respuesta en ≤ 30 min; resolución en ≤ 4 h.

4.3 Atención en Ferias y Eventos

Paso	Descripción	Formato
1. Bienvenida	Saludo presencial y presentación de productos.	Guión breve
2. Demostración	Mostrar producto, origen y proceso de elaboración.	Material POP + QR
3. Registro de leads	Solicitar nombre, email/WhatsApp para envío de muestras o promo.	Tablet / QR code
4. Pedido en sitio	Tomar pedido con catálogo impreso y confirmar método de pago.	Formato impreso
5. Entrega y seguimiento	"Tu pedido estará listo en..." + envío de tracking por WhatsApp.	Plantilla WhatsApp

6. Feedback	Encuesta rápida en tablet: satisfacción del stand y productos.	Google Forms
--------------------	--	--------------

SLA: atención continua durante horario de evento; registro de leads en tiempo real.

4.4 Atención E-commerce (Web)

Paso	Descripción	Herramienta
1. Auto acuse	Mensaje automático al completar formulario de contacto.	Chatbot web / email auto
2. Registro de ticket	Crear ticket en CRM con datos y tipo de solicitud.	CRM (Zoho, HubSpot)
3. Confirmación	Email al cliente con resumen de su consulta/pedido.	Mailchimp / SendGrid
4. Procesamiento	Derivar al área de Ventas o Soporte según petición.	Workflow CRM
5. Envío de respuesta	Personalizada según tipo: info producto, estado de pedido.	Plantilla de email
6. Cierre	Marcar ticket y enviar encuesta NPS tras 7 días de entrega.	SurveyMonkey

SLA: autoacuse instantáneo; respuesta en ≤ 24 h.

4.5 Postventa: Reclamos y Devoluciones

Paso	Descripción	Herramienta
1. Recepción reclamo	"Lamentamos tu inconveniente. ¿Podrías compartir foto y detalle?"	WhatsApp / email
2. Verificación interna	Confirmar lote, fecha y condiciones de entrega; consultar ERP.	ERP
3. Propuesta de solución	Reposición, reembolso parcial o cupón de descuento.	Plantilla propuesta
4. Implementación	Coordinar recogida del producto o emisión de reembolso/cupón.	CRM + WhatsApp
5. Confirmación cliente	Verificar que la solución fue satisfactoria.	Mensaje final
6. Documentación	Registrar caso y tiempo de resolución.	CRM / base de datos

SLA: primer contacto ≤ 4 h; propuesta ≤ 24 h; cierre ≤ 72 h.

5. Roles y Responsabilidades

Rol	Responsabilidad Principal
Community Manager	Monitoreo RRSS, respuestas iniciales y escalación
Equipo de Ventas	Gestión de pedidos WhatsApp, cotizaciones y cierres de venta
Soporte Web	Respuesta a formularios web y email
Atención al Cliente	Procesamiento de reclamos, devoluciones y encuestas postventa
Coordinador Eventos	Organización de stands, registro de leads y seguimiento en ferias
Coordinador VIP	Gestión de grupo VIP, promociones exclusivas y feedback

6. Indicadores de Desempeño (KPIs)

Métrica	Objetivo	Fuente de datos
Tiempo medio de respuesta	≤ 1 h (WhatsApp) ≤ 4 h (RRSS)	CRM / métricas RRSS
Tasa de resolución en primer contacto	≥ 80 %	CRM
Nivel de satisfacción (CSAT)	≥ 4.5 / 5	Encuestas post-cierre
Net Promoter Score (NPS)	≥ 50	SurveyMonkey
Tiempo de resolución de reclamos	≤ 72 h	CRM
Tasa de recompra post-servicio	≥ 30 %	ERP / CRM

7. Capacitación y Calidad de Servicio

- **Inducción:** formación en flujos y scripts de atención.
- **Talleres trimestrales:** manejo de objeciones, empatía y guías de comunicación escrita.
- **Role plays mensuales:** simulación de casos complejos y feedback.
- **Evaluaciones:** test de conocimiento de protocolos y revisión de conversaciones grabadas.

8. Herramientas y Plantillas

Herramienta	Uso
CRM (Zoho/HubSpot)	Registro y seguimiento de tickets
ERP	Verificación de stock y datos de pedido
WhatsApp Business	Canal principal de pedidos y postventa
Meta Business Suite	Gestión de bandeja de mensajes en RRSS
Chatbot Web	Autoacuse y FAQs en sitio web
SurveyMonkey	Encuestas CSAT y NPS
Google Calendar	Programación de recordatorios de seguimiento

9. Revisión y Mejora Continua

- **Revisión mensual** de KPIs con equipo de atención.
- **Informe trimestral** de hallazgos y actualización de scripts.
- **Encuestas de cliente** cada 6 meses para identificar oportunidades de mejora.
- **Actualización anual** del manual y entrenamiento en nuevas versiones.

Formato de Contrato con Clientes

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING MÓVIL

Entre las partes:

MEXIDULCES, S. de R.L. de C.V., con NIT No. _____, domicilio en _____, San Miguel, El Salvador, a quien en lo sucesivo se le denominará "EL PRESTADOR"; y

_____, con NIT/DUI No. _____, domicilio en _____,

a quien en lo sucesivo se le denominará "EL CLIENTE"; ambas partes mayores de edad, identificadas con los documentos al pie de sus firmas, acuerdan celebrar el presente contrato de prestación de servicios de catering móvil, el cual se regirá por las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Objeto del Contrato

EL PRESTADOR se obliga a prestar con autonomía técnica y presupuestal un servicio de catering móvil basado en un carrito de snacks y toppings, incluyendo:

- Carrito móvil equipado para preparación y exhibición de snacks.
- Insumos desechables: platos, vasos, cubiertos y servilletas.
- Variedad de toppings: gomitas, sprinkles, salsas dulces y picantes, frutas, etc.
- Personal uniformado/identificado (chef, auxiliar).
- Traslado, montaje, desmontaje y limpieza final del área.
- Permisos sanitarios vigentes y seguro de responsabilidad civil.

Los detalles específicos de cantidades, variedades y tiempos se describen en el **Anexo 1**.

SEGUNDA: Plazo de Ejecución

El presente contrato tendrá vigencia desde la firma hasta la completa ejecución de los servicios descritos en el Anexo 1.

- Fecha del Evento: ___ de _____ de 20__
- Horario de Servicio: de ____:____ a ____:____

TERCERA: Valor y Forma de Pago

EL CLIENTE pagará a EL PRESTADOR la suma total de **USD** _____ (**_____ Dólares**), distribuidos así:

- **Anticipo:** 50 % al momento de la firma del contrato.
- **Saldo:** 50 % a más tardar ___ días antes de la fecha del evento.

Parágrafo. Los pagos se efectuarán mediante:

- Transferencia bancaria a la cuenta No. _____ (Banco _____).
- Cheque nominativo a nombre de MexiDulces, S. de R.L. de C.V.

En caso de mora en el pago del saldo, se aplicará un interés moratorio del 10% mensual sobre el monto pendiente.

CUARTA: Subcontratación

EL PRESTADOR podrá subcontratar personal o proveedores externos para el cumplimiento parcial o total del objeto contractual, asumiendo la responsabilidad y las cargas legales derivadas.

Parágrafo. EL PRESTADOR mantendrá indemne a EL CLIENTE frente a cualquier reclamación laboral o legal que surja de dichos subcontratados.

QUINTA: Obligaciones de EL PRESTADOR

1. Cumplir con las cantidades y calidad de productos y servicios indicados en el Anexo 1.
2. Presentar personal uniformado/identificado y capacitado.
3. Garantizar cumplimiento de normas de higiene y seguridad alimentaria (Ley de Higiene y Salud, HACCP).
4. Contar con permisos sanitarios vigentes.
5. Mantener activo un seguro de responsabilidad civil por daños a terceros.
6. Realizar montaje mínimo 1 hora antes del inicio pactado.
7. Desmontaje y limpieza completa del área 30 min después de finalizado el servicio.

SEXTA: Relación Laboral

Las sumas pagadas a EL PRESTADOR son honorarios por servicio independiente y no constituyen vínculo laboral de ningún tipo entre EL CLIENTE y el personal del PRESTADOR.

SÉPTIMA: Solución de Conflictos

En caso de controversia, las partes acuerdan acudir en primera instancia a un centro de conciliación certificado en El Salvador. Si no se resuelve, someterán la disputa a la jurisdicción de los Juzgados de lo Civil y Mercantil de San Miguel.

OCTAVA: Domicilio y Notificaciones

Para efectos legales y notificaciones, las partes señalan como domicilios:

- EL PRESTADOR: San Miguel, El Salvador, _____
- EL CLIENTE: _____, _____

Las notificaciones se considerarán recibidas al día hábil siguiente de su envío por correo electrónico o entrega física.

NOVENA: Confidencialidad

Ambas partes se obligan a mantener confidencial toda información técnica, comercial o personal intercambiada con ocasión de este contrato, salvo autorización escrita en contrario.

DÉCIMA: Exclusividad

EL CLIENTE autoriza que EL PRESTADOR ofrezca servicios de catering móvil a terceros, siempre que no se divulgue información sensible ni se vulneren las obligaciones de confidencialidad.

UNDÉCIMA: Pólizas y Seguros

EL PRESTADOR mantendrá vigentes los siguientes seguros mínimos:

- Seguro de responsabilidad civil por USD 10,000.
- Póliza de accidentes personales para su personal en servicio.

En constancia de conformidad, se firma el presente contrato en dos ejemplares de igual tenor, en San Miguel, a los __ días del mes de _____ de 20__.

Por EL PRESTADOR: | Por EL CLIENTE: _____ |

_____ Nombre: _____ |

Nombre: _____ Cargo: _____ |

DUI/NIT: _____ DUI/NIT: _____ | Fecha:

//20__ Fecha: //20__ |

DUODÉCIMA: Política de Devolución de Dinero**1. Cancelación por parte de EL CLIENTE**

- Si se realiza en las próximas 24h después de haber firmado el contrato: reembolso del 100% del anticipo
- Con > 21 días de antelación a la fecha del evento: reembolso del 70 % del anticipo.
- Con 10–21 días de antelación: reembolso del 50% del anticipo
- Con <10 días de antelación: no procede reembolso alguno; EL CLIENTE deberá cubrir el 100 % del valor total.

2. Cancelación imputable a EL PRESTADOR

- Si EL PRESTADOR cancela por razones distintas a fuerza mayor, reembolsará el 100 % de las sumas pagadas por EL CLIENTE.
- El reembolso se hará efectivo dentro de los 5 días hábiles siguientes a la notificación de cancelación.

3. Fuerza mayor
 - o En caso de fuerza mayor debidamente comprobada, cualquiera de las partes podrá cancelar sin penalidad.
 - o Se reembolsará el 100 % de los montos pagados, en un plazo máximo de 10 días hábiles tras la notificación.
4. Procedimiento para solicitar el reembolso
 - o EL CLIENTE enviará por escrito (correo electrónico o carta simple) su solicitud de devolución, indicando: • Nombre y datos del contrato • Fecha del evento originalmente pactada • Monto a reembolsar y cuenta bancaria destino.
 - o La solicitud deberá recibirse antes del término de los plazos señalados en el punto 1.
5. Plazo y medio de devolución
 - o EL PRESTADOR dispondrá de un máximo de 10 días hábiles, contados desde la recepción de la solicitud, para transferir el reembolso al mismo medio de pago utilizado originalmente.
 - o En caso de que el pago original se hiciera en efectivo o con cheque, EL PRESTADOR coordinará con EL CLIENTE la entrega del monto correspondiente en efectivo o mediante cheque bancario.
6. Excepciones
 - o No procederán devoluciones parciales fuera de los supuestos descritos en los numerales 1 a 3.
 - o Los montos cubiertos por servicios efectivamente prestados (horas de montaje, insumos consumidos, personal movilizado) podrán descontarse del reembolso, siempre que se compruebe su ejecución previa a la cancelación.

Anexo 1: Detalle de Evento y Menú

Concepto	Descripción	Cantidad/ Porciones	Precio Unitario (USD)	Total (USD)
Carrito móvil de snacks	Equipo completo para elaboración y exhibición de snacks. Incluye traslado y montaje.			
Toppings	Gomitas, sprinkles, salsas dulces, salsas picantes, frutas, entre otros.			
Insumos desechables	Platos, vasos, cubiertos y servilletas de un solo uso proporcionados por MexiDulces.			
Traslado y montaje	Transporte y personal para montaje (1h antes) y desmontaje del equipo.			
Personal de servicio	Chef, auxiliares y meseros uniformados y acreditados.			
Limpieza final	Retiro de desechos, limpieza de área y desarmado de equipo.			
Subtotal				
IVA (13 %)				
Total General				

Anexo 2: Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA)

Servicio	Métrica	Nivel Mínimo de Cumplimiento	Penalidad por Incumplimiento
Montaje a tiempo	Carrito listo 1 h antes del inicio	100 %	5 % del valor total por cada ½ hora de retraso
Personal presente	Chef, auxiliar uniformados/identificados al inicio	100 %	3 % del valor total por persona ausente
Limpieza final	Área limpia 30 min después de finalizado el evento	100 %	2 % del valor total por cada 20 min de demora

Anexo 3: Formulario de Confirmación de Evento

Campo	Detalle
Nombre del Cliente	
NIT / DUI	
Teléfono / Celular	
Correo electrónico	
Fecha del evento	
Hora de inicio / fin	De ____:____ a ____:____
Lugar / Dirección	
Municipio / Departamento	
Menú seleccionado	<input type="checkbox"/> Carrito de snacks con toppings <input type="checkbox"/> Snacks con temática X <input type="checkbox"/> Etc
Cantidad estimada de porciones	
Fecha y hora de montaje	
Fecha y hora de desmontaje	
Persona de contacto en el lugar	Nombre: _____ Teléfono: _____
Observaciones adicionales	

Confirmando que la información anterior es correcta y autorizo la prestación del servicio según estas condiciones.

Firma del Cliente: _____ Fecha: /#20__

Firma de MexiDulces, S. de R.L. de C.V.: _____ Fecha: /#20__

Los PDF de los manuales se pueden visualizar en el siguiente enlace:

https://drive.google.com/drive/folders/125yI8bPq0e2cM4NcxeZFS1bN-yDhIRiF?usp=drive_link

Filosofía de la Empresa

Filosofía Empresarial

Misión

"Somos un referente de tienda en línea y física de dulces mexicanos, teniendo como punto de partida la innovación y el servicio cercano con los clientes." (López, 2021)

Visión

"Ser una empresa reconocida e innovadora por su amplio catálogo de dulces, salsas y antojitos mexicanos en El Salvador en un tiempo de 3 a 5 años." (López, 2021)

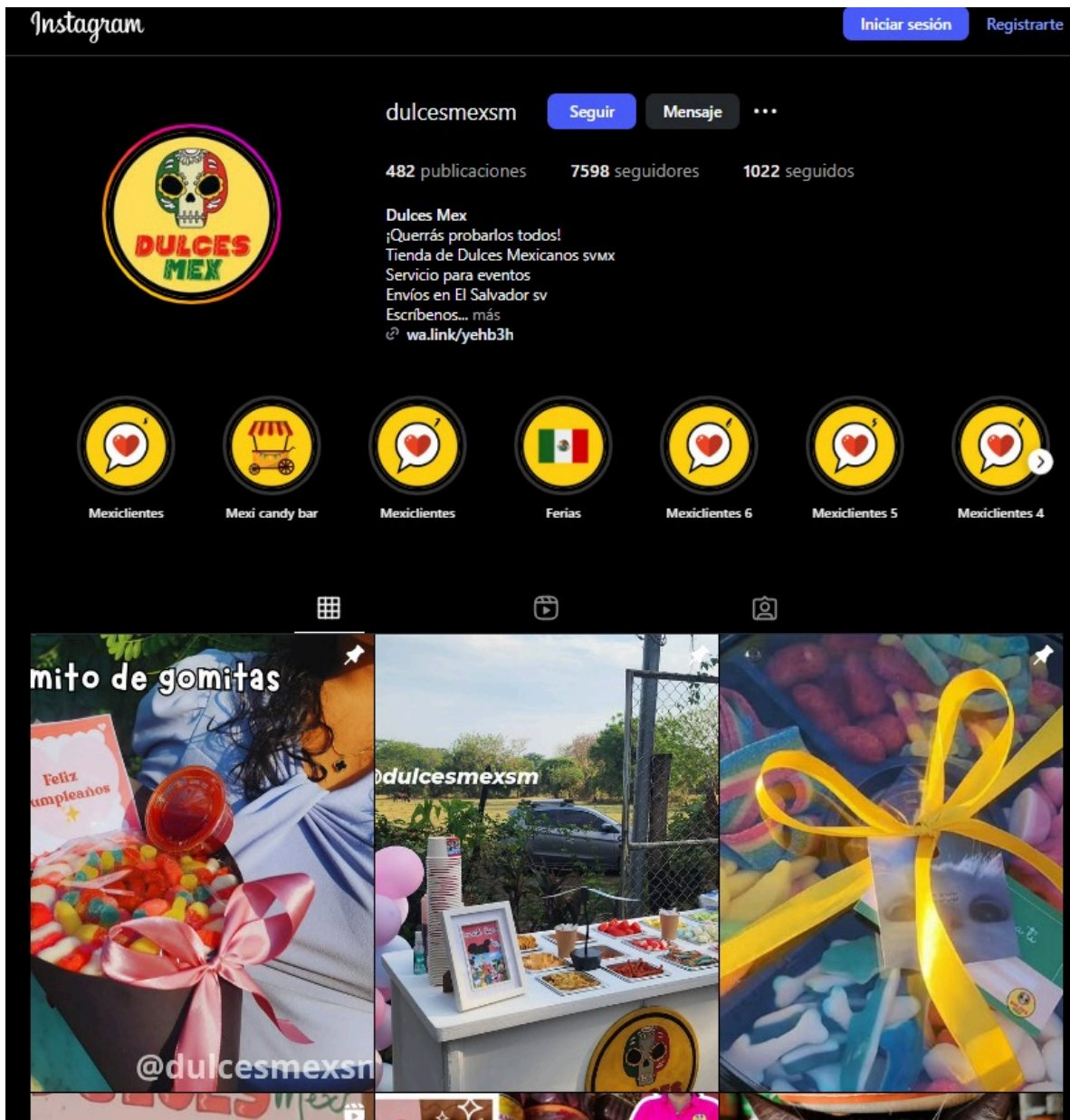
Propósito

Ofrecer dulces mexicanos que despierten alegría, fusionando nuestra pasión por la cultura mexicana con la excelencia operativa y un servicio cercano para generar valor sostenible.

Valores

"Los valores y principios que rigen el quehacer de la empresa son: Amabilidad. Honestidad. Responsabilidad. Pasión. Lealtad." (López, 2021)

Redes Sociales de la Empresa





Dulces Mex

2,5 mil Me gusta • 2,9 mil seguidores

Publicaciones Información Reels Fotos Videos

Detalles

Tienda de golosinas de producto mexicano, ubicada en San Miguel, se hacen envíos a toda la Zona Ori

- Página - Tienda de golosinas
- 5 calle oriente, polígono 6, #12, San Miguel, El Salvador
- 7670 6749
- wa.link/yehb3h
- Siempre abierto ▾
- Rango de precios - \$\$
- Aún sin calificación (1 opinión) ⓘ

Fotos

[Ver todas las fotos](#)



Dulces Mex

15 de agosto a las 10:40 am · 🌐

Con mucho alegría y profundo agradecimiento celebramos 5 años de aniversario con nuestra marca, que empezó con una necesidad de dos hermanas por salir adelante y que ahora es una marca migüeña, reconocida en El Salvador *eso esperamos 😊*

Gracias por tanto, esperamos seguir creciendo siempre con su apoyo, mexiclientes.

Con mucho cariño, las mexivendedoras con los michigerentes.... Ver más



[Privacidad](#) · [Condiciones](#) · [Publicidad](#) · [Opciones de anuncios](#)

38

7

dulcesmex Dulces Mex

Seguir Mensaje

229 Siguiendo 6093 Seguidores 41.1K Me gusta

¡Querrás probarlos todos!
Tienda de dulces mexicanos, candy bar en El Salvador.

Videos Publicaciones compartidas Me gustó Recientes Popular Más antiguos

Grid of 18 video thumbnails:

- 1. Anclado: Bazooka candy sticks. 32K views.
- 2. Anclado: Assorted candies. Text: "No sabías que los necesitabas... ¡pero que los gratis por aquí!". 56.3K views.
- 3. Anclado: Assorted candies. Text: "¡Síguenos!". 80.2K views.
- 4. Dulces Mex logo. 1918 views.
- 5. Banderita Mora Azul candy jar. 1544 views.
- 6. Woman holding a candy jar. 1424 views.
- 7. Woman in a blue shirt. 960 views.
- 8. Assorted candies. 1380 views.
- 9. Assorted candies. 1836 views.
- 10. Assorted candies. 1400 views.
- 11. Assorted candies. 1664 views.
- 12. Assorted candies. 1087 views.
- 13. Assorted candies. Views not visible.
- 14. Assorted candies. Views not visible.
- 15. Assorted candies. Views not visible.
- 16. Assorted candies. Views not visible.
- 17. Assorted candies. Views not visible.
- 18. Assorted candies. Views not visible.

Plan De Marketing

Objetivos

Objetivo General. Consolidar el posicionamiento y la rentabilidad de MexiDulces en el próximo año través de acciones integradas de marketing digital y tradicional que impulsen un crecimiento sostenible en ventas, conversión de leads y engagement.

Objetivos Específicos.

Aumentar la tasa de conversión de leads entre el 8% al 23% en un año mediante campañas de remarketing segmentado en Facebook Ads y Google Ads.

Incrementar la retención de clientes recurrentes entre el 20% al 30% en 6 meses mediante un programa de puntos gamificado y una secuencia automatizada de email marketing.

Expandir la comunidad en redes sociales entre un 25% al 30% en un año, publicando contenidos de valor y colaboraciones estratégicas.

Generar de 20 a 30 leads cualificados en los próximos 6 meses mediante la impresión y distribución de flyers y folletos.

Público Objetivo

Al realizar la entrevista a la dueña del negocio, ella nos describió que su público objetivo se puede clasificar en tres diferentes tipos: jóvenes entre los 18 a 30 años de edad, emprendedores, y madres de familia. A modo de detallar más, cómo equipo decidimos elaborar la siguiente tabla:

Tabla 30*Público Objetivo*

Segmento	Demografía	Psico-grafía	Canales preferidos	% Ventas Est.
Jóvenes	18 a 30 años, ingreso medio-alto	Buscan experiencias auténticas, con interés en los dulces mexicanos, que consumen contenido en redes sociales sobre la cultura mexicana.	Instagram, TikTok, WhatsApp	50 %
Emprendedores	18 en adelante, clase media	Valoran conveniencia y naturalidad, buscan hacer uso de productos mexicanos en su industria o lo comercializan	Facebook, IG, Google Search	40 %
Madres de familia	18–50 años, diferenciados geográficamente	Desean cultura y tradición, buscan realizar eventos sociales con temática mexicana	FB, TikTok, Google Ads	10 %

Fuente: elaboración propia

Comunicación

Este apartado define el marco de comunicación de MexiDulces, articulando el arquetipo de marca, los pilares de contenido y la estrategia de palabras clave para campañas de Google Ads.

Arquetipo de Marca. El arquetipo guía la personalidad y las emociones que la marca transmite.

MexiDulces adopta el **arquetipo del Creador**, que se caracteriza por fomentar la originalidad, la innovación y la autoexpresión.

Características. Creatividad e innovación constantes, búsqueda de la excelencia artesanal, inspiración para que los clientes valoren y compartan su propia creatividad al degustar los productos.

Aplicación. Narrativas que muestren el proceso de diseño de nuevas paletas (por ejemplo “cómo nace la Paleta del Mes”), imágenes y vídeos que destaquen la elaboración manual, el colorido de los ingredientes y la experimentación, lenguaje inspirado en el arte y la inspiración: “Imagina tu próximo bocado...”

Beneficios. Diferenciación frente a competidores de dulces convencionales, alineación con públicos que buscan experiencias únicas y “hechas a mano”.

Pilares de Contenido

Contenido Cotidiano

Objetivo: Forjar conexión emocional mostrando el día a día, la cultura interna y el rostro humano detrás de la marca.

Mensajes clave: “Así creamos con pasión”, “Detrás de cada dulce hay un equipo”, “Cada detalle importa”

Tabla 31

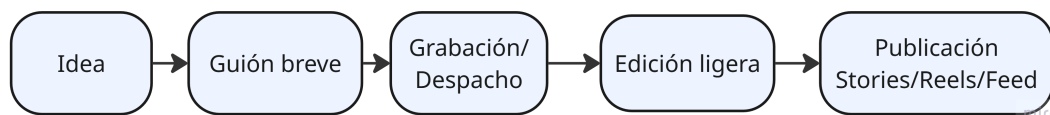
Tipos De Contenido & Formatos: Contenido Cotidiano

Tipo	Formato	Detalle
Detrás de cámaras	Stories, Reels/TikTok (15–30 s)	Timelapses de batido, empaquetado, pruebas de sabor
Conoce al equipo	Feed (carrusel de 3–5 imágenes)	Mini entrevistas, “Mi día en MexiDulces”
Celebraciones internas	Stories, Posts de feed	Cumpleaños, logros, aniversarios
Interacciones espontáneas	Historias interactivas (stickers Q&A)	Preguntas al equipo, mini encuestas

Fuente: elaboración propia

Ilustración 4

Diagrama De Flujo De Producción



Fuente: elaboración propia

Tabla 32

Frecuencia Recomendada Para Contenido Cotidiano

Formato	Frecuencia semanal
Stories	4–6 publicaciones
Reels/TikTok	1 vídeo
Feed (carrusel)	1 publicación cada 2 semanas

Fuente: elaboración propia

Métricas clave. Vistas de Stories y retención, comentarios y reacciones en Reels, nuevos seguidores motivados por contenido humano.

Contenido De Venta.

Objetivo: Generar acción de compra, impulsar promociones y comunicar lanzamientos de forma persuasiva pero alineada al tono de marca.

Mensajes Clave. “No te quedes sin tu favorito”, “Oferta limitada: prueba hoy”, “Edición especial disponible ahora”

Tabla 33

Tipos De Contenido & Formatos: Contenido De Venta

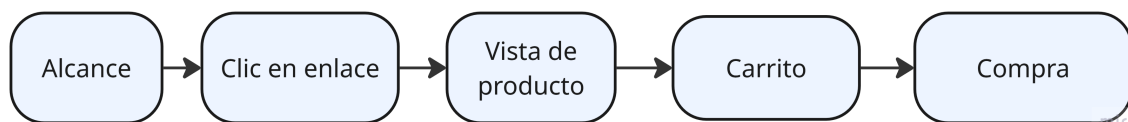
Tipo	Formato	Detalle
Lanzamiento de productos	Feed (imagen + link)	Presentación de nuevo sabor, kit o edición limitada

Promociones y descuentos	Stories destacadas	Stickers de enlace, cuenta regresiva
Recordatorio de stock	Feed (carrusel)	“Últimas unidades” con llamada a acción clara
Bundles y paquetes	Feed y Stories	Comparativa de ahorro, testimonial de cliente satisfecho

Fuente: elaboración propia

Ilustración 5

Embudo De Conversión (ASCII)



Fuente: elaboración propia

Tabla 34

Frecuencia Recomendada Para El Contenido De Venta

Formato	Frecuencia mensual
Feed (venta)	2 publicaciones
Stories campaña	3–5 durante periodos clave
Carrusel tutorial	+1 puntual (cómo comprar)

Fuente: elaboración propia

Métricas Clave. CTR en stickers y enlaces, tasa de conversión (pedidos vs clics), valor promedio de pedido

Contenido de valor

Objetivo. Posicionar a MexiDulces como autoridad en repostería artesanal, ofreciendo conocimientos prácticos que fidelicen y atraigan a amantes de la cocina.

Mensajes Clave. “aprende con nosotros”, “donde la tradición se encuentra con la innovación”, “tus recetas, mejoradas”

Tabla 35*Tipos De Contenido & Formatos: Contenido De Valor*

Tipo	Formato	Detalle
Mini-tutoriales	Reels/TikTok (30–60 s)	Técnicas de decoración, tips de ingredientes
Carrusel educativo	Feed (5–7 slides)	Pasos detallados con texto y gráfica simple
Ebooks y guías	Landing page / PDF descargable	Recetario estacional o guías de iniciación
Datos curiosos y tips	Stories (stickers Quiz/Slider)	Encuestas sobre sabores, trivia dulce

Elaboración propia

Flujo De Distribución

1. Publicación teaser en Stories
2. Reel/TikTok con tip o fragmento
3. Feed con carrusel ampliado
4. Link a recurso descargable en bio

Tabla 36*Frecuencia Recomendada Para Contenido De Valor*

Formato	Frecuencia trimestral
Reels/TikTok	2 vídeos
Feed (carrusel)	1 publicación
Recursos descargables	1 ebook / guía

Fuente: elaboración propia

Métricas Clave. descargas de ebooks y guías, tiempo medio de visualización de vídeos, alcance y guardados en carruseles

Palabras Clave (Adwords/Keywords). Se identificaron las palabras claves que la dueña del negocio consideraba que estaban relacionadas con su negocio, dichas palabras son:

Picante, México, chamoy, Valentina, gomitas, emprendimiento, dulces mexicanos, tequila, mazapán, picafresas, mayoreo, San Miguel, obsequios personalizados, gomitas en kilo, tajín.

Estrategia de Social Media

Canales De Publicación. MexiDulces utilizará una combinación de canales digitales estratégicamente seleccionados para llegar a su público objetivo, maximizar la visibilidad de marca y facilitar la conversión. Cada canal cumple un propósito diferente y complementario:

Tabla 37

Canales Para Estrategia De Social Media

Canal	Rol Estratégico	Frecuencia
Instagram	Plataforma visual clave. Para mostrar productos, promociones, procesos creativos y testimonios.	Publicaciones 3 veces/semana + Stories diarias
TikTok	Generación de viralidad con retos, tendencias y humor juvenil. Ideal para contenido fresco y atrevido.	3 videos semanales
Facebook	Canal informativo y de interacción con un público más amplio. Ideal para ventas, transmisiones en vivo y eventos.	2 publicaciones/semana + 1 live mensual
WhatsApp Business	Atención directa al cliente, catálogo visual, seguimiento de ventas y postventa.	Permanente
Google My Business	Visibilidad local, reseñas, ubicación. Refuerza SEO local.	Actualización mensual de fotos y posts

Fuente: elaboración propia

Calendario De Contenido. El calendario se enfoca exclusivamente en contenido de venta y valor, alternando entre publicaciones persuasivas y educativas. Esta estructura busca estimular la compra directa y construir autoridad de marca, manteniendo alta la atención de la audiencia.

Objetivo. Alternar estratégicamente los tres tipos de contenido para:

- *Contenido Cotidiano:* humanizar la marca y generar cercanía.
- *Contenido de Venta:* impulsar conversiones y pedidos inmediatos.
- *Contenido de Valor:* educar, inspirar y fidelizar a la audiencia.

Tabla 38

Calendario de contenido

Semana 1:

Día	Tipo de Contenido	Ejemplo Concreto	Formato	CTA
Lunes	Venta	Lanzamiento de la <i>Paleta del Mes</i> con foto profesional y descripción del sabor.	Imagen + copy persuasivo	"¡Pide la tuya ahora por WhatsApp!"
Martes	Valor	Carrusel: "¿Qué es el chamoy y por qué nos encanta?".	Carrusel IG/FB	"Desliza y descubre más"
Miércoles	Cotidiano	Reel mostrando el empaque y salida de pedidos del día.	Reel/TikTok	"Haz tu pedido hoy"
Jueves	Valor	Trivia en Stories sobre ingredientes mexicanos.	Historias interactivas	"Participa y aprende"
Viernes	Venta	Foto de cliente disfrutando la <i>Paleta del Mes</i> .	Imagen UGC	"Haz como [nombre] y pruébala hoy"
Sábado	Cotidiano	Video corto de preparación en el taller.	Reel/TikTok	"Síguenos para más detrás de cámaras"
Domingo	Venta	Promoción 2x1 de fin de semana.	Imagen + texto	"Aprovecha antes de que termine"

Semana 2:

Día	Tipo de Contenido	Ejemplo Concreto	Formato	CTA
Lunes	Venta	Promoción Flash del combo más vendido + código QR.	Imagen con QR	"Escanea y pide ahora"
Martes	Valor	Infografía: "3 formas diferentes de disfrutar tus gomitas picantes".	Infografía vertical	"Guarda esta idea"
Miércoles	Cotidiano	Historias con fotos del equipo preparando pedidos.	Historias	"Mira cómo creamos dulzura"
Jueves	Valor	Encuesta en Stories: "¿Cuál topping prefieres?".	Historias interactivas	"Vota y cuéntanos"
Viernes	Venta	Video de cliente recibiendo el combo.	Reel	"Pídelo hoy"
Sábado	Cotidiano	Foto del equipo en actividad interna o decoración de local.	Imagen	"Así vivimos en MexiDulces"
Domingo	Venta	Descuento especial solo ese día.	Imagen + texto	"Haz tu pedido antes de que termine"

Semana 3:

Día	Tipo de Contenido	Ejemplo Concreto	Formato	CTA
Lunes	Venta	Testimonio en video de cliente feliz.	Video vertical	"Escríbenos ahora"
Martes	Valor	Carrusel: "Maridajes ideales: dulces picantes + bebidas frías".	Carrusel	"Guarda esta recomendación"
Miércoles	Cotidiano	Reel con el equipo probando un nuevo sabor.	Reel/TikTok	"Comenta si lo probarías"
Jueves	Valor	Historias con quiz: "Adivina el sabor de la próxima paleta".	Historias interactivas	"Participa y gana"

Viernes	Venta	Post destacando producto premium.	Imagen	"Ordénalo hoy"
Sábado	Cotidiano	Video mostrando el proceso de empaquetado para envío.	Reel	"Así cuidamos cada pedido"
Domingo	Venta	Oferta por compras mayores a cierto monto.	Imagen + copy	"Aprovecha hoy"

Semana 4:

Día	Tipo de Contenido	Ejemplo Concreto	Formato	CTA
Lunes	Venta	Anuncio de sorteo mensual: dulces + envío gratis.	Imagen con mecánica	"Participa ahora"
Martes	Valor	Reel: "El tamarindo y su historia ancestral".	Reel/TikTok	"Comenta si lo sabías"
Miércoles	Cotidiano	Historias mostrando el momento de elegir al ganador del sorteo.	Historias	"Mira quién ganó"
Jueves	Valor	Post educativo: cómo se prepara un dulce tradicional.	Imagen + texto	"Comparte si amas lo artesanal"
Viernes	Venta	Contador regresivo para cierre del sorteo.	Historia con sticker countdown	"Activa recordatorio"
Sábado	Cotidiano	Foto del equipo celebrando con clientes.	Imagen UGC	"Momentos que nos hacen felices"
Domingo	Venta	Publicación de ganadores + CTA para seguir página.	Imagen/video	"Síguenos para más premios"

Contenido.

Contenido Cotidiano. El contenido cotidiano mostrará el lado humano y cercano de MexiDulces, conectando emocionalmente con los seguidores y transmitiendo transparencia en la operación diaria. Se presentarán momentos reales de la marca, desde el taller de producción hasta las interacciones con clientes, reforzando la confianza y el sentido de comunidad.

Formatos Sugeridos:

- Historias (Instagram y Facebook) con fotos y videos cortos (5–15 segundos).
- Reels y TikToks de 15–30 segundos mostrando procesos y momentos divertidos.
- Carruseles en Instagram con varias fotos de un mismo momento o evento.
- Publicaciones en feed con copy breve y emojis para transmitir cercanía.
- Lives ocasionales mostrando producción o interacción con clientes en tiempo real.

Ejemplos Concretos:

1. *Historias Diarias:* Videos rápidos mostrando combos listos para entrega, clientes recibiendo pedidos, o el empaque de la Paleta del Mes
2. *Detrás de Cámaras:* Reel mostrando cómo se mezclan los ingredientes de un nuevo sabor o cómo se organizan los pedidos antes del envío.
3. *Cultura Empresarial:* Foto del equipo decorando el local para una fecha especial como el Día de la Independencia o Navidad.
4. *Momentos Espontáneos:* Video de un cliente reaccionando al probar un dulce por primera vez o un clip gracioso de la producción.

Beneficios Esperados:

- *Conexión Emocional:* Los seguidores se sentirán más cercanos a la marca al ver su lado humano.
- *Aumento del Engagement:* Publicaciones auténticas generan comentarios, reacciones y mensajes directos.
- *Fidelización:* Los clientes actuales reforzarán su vínculo con MexiDulces y serán más propensos a recomendarla.

Objetivo: Humanizar la marca mostrando el día a día de MexiDulces, sus procesos, su equipo y sus clientes, generando cercanía, confianza y engagement de forma constante.

Contenido De Venta (Fuerte Y Persuasivo). Diseñado para aumentar conversiones, genera urgencia e incentiva la acción directa.

Formatos Sugeridos:

- *Sorteos virales:* con reglas simples para aumentar seguidores y visibilidad
- *Promociones Flash:* ofertas de 24 horas o códigos con descuentos (códigos, ofertas 2x1, combos)
- *Lanzamiento de productos:* reels dinámicos y teasers para nuevos sabores o combos
- *Testimonios y UGC:* en video o imagen, destacando la experiencia de clientes reales

Ejemplos Concretos:

- *TikTok:* “¡La paleta más picante del mes ya está aquí! ¿Te atreves?”
- *Instagram:* Post con imagen llamativa del combo del mes + CTA “Pídelo en WhatsApp”
- *Facebook:* Sorteo semanal “Etiqueta a quien te debe dulces”

Objetivo: Incrementar las ventas y el tráfico a canales de pedido directo (WhatsApp, link de compra).

Contenido De Valor (Educativo, Cultural Y Entretenido). Crea una relación a largo plazo con la audiencia al enseñar, inspirar o entretener, reforzando la identidad de la marca.

- *Carruseles Informativos:* historia de los dulces, curiosidades, cultura mexicana
- *Infografías Y Recetas:* cómo combinar gomitas picantes, maridajes
- *Reels Y Tiktoks Educativos:* datos curiosos, retos con contexto, recetas rápidas
- *Mini Blogs O Posts Extendidos:* “¿Por qué el picante es adictivo?” , “¿Qué es el tamarindo?” / “Dulces mexicanos vs salvadoreños”
- *Videos De Maridaje O Formas Creativas De Servir Los Productos*

Ejemplos Concretos:

- *Reel:* “¿De dónde viene el tamarindo? Un viaje exprés a su historia”
- *Carrusel IG:* “Cómo combinar gomitas con snacks salados para una fiesta perfecta”
- *Infografía Story:* “3 trucos para mantener tus dulces frescos”

Objetivo: Aumentar el tiempo de visualización, la interacción educativa y la fidelidad hacia la marca.

Colaboraciones Y Alianzas Estratégicas Con Externos

Alianzas Estratégicas Y Expansión Local

Aliados sugeridos:

- *Microinfluencers de San Miguel y zona oriental:* para retos o reseñas.

- Tiendas de ropa urbana / barberías: puntos de venta cruzados.
- Universidades / colegios: ferias, eventos estudiantiles con combos especiales.
- Redes locales: logística económica y rápida (alianza con repartidores independientes o plataformas como Hugo).

Justificación:

La conexión local permite crear una red que refuerza la presencia de la marca sin depender de inversión en infraestructuras adicionales. Además, los influencers conectan directamente con el segmento ideal de la marca.

Marketing De Productos

En este apartado como equipo ahondamos en la estrategia de marketing de productos, abordando cada campaña con su fundamento, tácticas, creatividades y métricas, además de recomendaciones generales que abarcan desde el posicionamiento hasta la mejora continua.

Campañas De Marketing.

Campaña De Posicionamiento – “Descubrí El Sabor Que Te Conecta”.

Objetivo: Establecer a MexiDulces como una marca fresca, auténtica y cercana, despertando curiosidad en un público joven y familiar.

Público Objetivo:

- Millennials y Gen Z (18–35 años) interesados en experimentar de disfrutar de dulces mexicanos
- Familias que buscan dulces mexicanos y de calidad.

Fases Y Tácticas.

1. *Prelanzamiento (14 A 8 Días Antes Del Lanzamiento)*. Teasers en Instagram Stories y TikTok (videos de 5–15 s mostrando de forma visual). Micrositio “coming soon” con contador regresivo y captura de leads.
2. *Expectativa (7 A 3 Días Antes Del Lanzamiento)*. Colaboración con algún microinfluencer, que publique unboxing de paquete misterioso. Sorteos diarios de “Cupón VIP” entre quienes compartan el hashtag #SaborQueConecta.
3. *Cuenta Regresiva Final (2 A 1 Días Antes Del Lanzamiento)*. Historias con cuenta atrás en Facebook e Instagram. Email marketing a la base de leads con invitación al evento de lanzamiento.
4. *Evento De Lanzamiento (Día Del Lanzamiento)*. Transmisión en vivo en Facebook con chef presentando el proceso de preparación. Interacción en tiempo real: encuestas y Q&A sobre sabores.
5. *Post-Lanzamiento (3 A 7 Días Después Del Lanzamiento)*. Recopilación de UGC (testimonios en video) y repost en Instagram. Oferta flash de bienvenida: 10 % de descuento en primeras 48 h.

Creative Guidelines.

- Paleta vibrante (amarillo, rojo, turquesa) que evoque sabores y frescura.
- Tono cercano: “vos” para canalizar familiaridad y autenticidad.
- Imágenes que muestren manos manipulando ingredientes frescos y coloridos.

Kpis

- Impresiones totales: +30 % sobre baseline
- Engagement en redes (likes, comentarios, compartidos)
- Leads capturados en micrositio (> 1 000)
- Menciones de #SaborQueConecta

Campaña De Conversión – “Pruébalo Hoy, Vuelve Mañana”.

Objetivo. Transformar el interés generado en compras efectivas, maximizando la tasa de conversión y el ticket promedio.

Público Objetivo:

- Usuarios que interactuaron con la campaña de posicionamiento.
- Visitantes de la web o perfil de redes sin compra previa.

Puntos De Contacto:

- Anuncios en Facebook e Instagram con llamada a la acción clara.
- Landing page optimizada para conversión con testimonios, fotos de producto y venta rápida por WhatsApp.

Tácticas Y Flujo:

1. *Ad Creativo.* Video de 15 s mostrando la “experiencia MexiDulces” al primer bocado. Copy persuasivo: “Un viaje de sabor en 3 mordidas. 10 % de descuento solo hoy.”
2. *Landing Page.* Secciones: descripción, beneficios, fotos, reseñas, CTA “Comprar ahora” y botón WhatsApp. Trust signals: sellos de “100 % artesanal” y calificaciones de clientes.
3. *Remarketing.* Público personalizado: quienes visitaron landing sin comprar. Anuncio secuencial: primero recordatorio suave, luego oferta ampliada (bundle con precio especial).
4. *Secuencia post-compra.* Email de agradecimiento con código 15 % descuento en segunda compra. WhatsApp con upsell de bebidas artesanales o toppings.

Kpis:

- Tasa de conversión (meta ≥ 8 %)
- Costo por adquisición (CPA)
- Ticket promedio
- Uso de cupones en segunda compra

Campaña De Fidelización – “Clientes Vip”.

Objetivo: Construir comunidad y elevar la recompra a través de un programa de lealtad gamificado.

Público Objetivo:

- Clientes con al menos una compra previa.
- Segmento de mayor frecuencia de pedido (top 20 %).

*Componentes Del Programa:**1. Programa De Puntos*

- 1 punto por cada USD 1 gastado.
- Canje de 50 puntos por una paleta gratis.
- Niveles: Bronce (0–100 puntos), Plata (101–300), Oro (> 300).

2. Beneficios Exclusivos

- Acceso anticipado a nuevos sabores (pre-venta).
- Eventos virtuales mensuales con el chef de MexiDulces.
- Descuentos especiales en fechas clave (cumpleaños, aniversarios).

3. Comunicación Personalizada

- Newsletter VIP con recetas avanzadas y tips de conservación.

- Chat grupal en WhatsApp para recibir feedback directo y propuesta de co-creación de sabores.

4. *Dinámicas De Cocreación*

- Encuestas trimestrales para votar por el “Sabor del Mes”.
- Concurso de nombre y receta entre miembros Oro.

Kpis:

- Tasa de recompra (objetivo +30 %)
- Adopción programa (% de clientes inscritos)
- Participación en encuestas y eventos
- NPS (Net Promoter Score) ≥ 70

Recomendaciones Generales De Marketing De Productos.

Posicionamiento Y Propuesta De Valor. Definir claramente qué hace único a MexiDulces.

- Valor funcional: productos mexicanos de calidad
- Valor emocional: nostalgia de sabores mexicanos, momentos especiales
- Propuesta de valor: “Paletas artesanales que rescatan la esencia de México y te conectan con momentos felices”.

Herramientas.

- *Mapa de Beneficios:* vincular característica → beneficio → emoción.

Packaging Narrativo. El envase debe ser un canal de storytelling:

- *Cara frontal:* imagen del producto y logotipo.
- *Lateral:* breve historia del sabor (“Inspirado en la receta de la abuela Rosa, de Oaxaca”).

- *Reverso*: ingredientes destacados, beneficios (sin preservantes) y QR con video del proceso.
- *Material*: cartón reciclado con interior sellado para preservar frescura.

Estrategia de portafolio. Segmentar la oferta para distintos públicos y ocasiones:

Tabla 39

Segmentación De Públicos Y Ocasiones

Línea	Descripción	Público objetivo	Frecuencia de lanzamiento
Core	5 sabores clásicos permanentes	Consumo diario/familias	Siempre disponible
Seasonal	Ediciones limitadas (festividades y frutas de temporada)	Aficionados a novedades	Cada 3 meses
Premium	Sabores gurmés con toppings y texturas adicionales	Regalos, ocasiones especiales	Cada 6 meses
Corporate	Kits personalizables para empresas y eventos	Regalos corporativos	Bajo demanda

Fuente: elaboración propia

Bundles Y Kits. Optimizar unidades vendidas y ticket promedio mediante combinaciones:

- *Sampler Pack (5 Unidades)*: 5 % de descuento vs unitario.
- *Family Pack (12 Unidades)*: 10 % de descuento + 1 paleta extra.
- *Gift Box*: packaging premium + tarjeta personalizada. (ya se realiza)

Incluir guías de maridaje (te, café, aguas frescas) y cupones de descuento para compras futuras.

Estrategias De Precios. *Anclaje* (mostrar comparación entre individual, pack y premium, destacando ahorro significativo), *precio psicológico* (fijar en USD 4.99 en lugar de USD 5.00 para paleta individual), *descuentos condicionados* (primera compra 10% de descuento, segunda compra con cupón de 15 % de descuento, descuento por referidos; 5 % para ambos).

Upsell Y Cross-Sell. Integrar sugerencias durante el checkout y post-compra: *Al Momento De Pagar*, “¿Te gustaría agregar una bebida artesanal por +USD 2.50?”, *Email Post-Compra*, “Oferta de topping premium (frutas deshidratadas) con descuento 20 %.” *Whatsapp Automation*, recordatorio de carrito abandonado con bundle sugerido.

Feedback Y Mejora Continua. Implementar un ciclo permanente de mejora:

1. *Recogida De Datos*

- Encuestas post-compra (CSAT).
- Reseñas en sitio web y redes.
- Grupos focales con clientes VIP.

2. *Análisis*

- Identificar patrones de insatisfacción o propuestas de sabores.
- Revisar métricas del programa de puntos y tasa de recompra.

3. *Optimización*

- Ajustar recetas, empaque o precios según feedback.
- Planificar nuevos lanzamientos (sabores ganadores en encuestas).

4. *Comunicación*

- Comunicar mejoras a la comunidad VIP.
- Lanzar versiones “Mejoradas según vos” para reforzar vínculo.

Customer Journey

Tabla 40

Etapas Clave.

Etapa	Acción del cliente	Acción de la marca
1. Descubrimiento	Ve un TikTok o reel viral.	Publicar contenido viral llamativo.
2. Interés	Revisa perfil y catálogo.	Tener un perfil optimizado y visualmente atractivo.
3. Consideración	Pregunta por precios o disponibilidad.	Activar respuestas automáticas y buena atención.
4. Compra	Hace el pedido por redes o WhatsApp.	Flujo rápido, catálogo visible, múltiples pagos.
5. Postventa	Sube una historia etiquetando.	Repostear, agradecer, enviar cupón si etiqueta.
6. Recompra	Compra otra vez por incentivo.	Enviar promociones o combos sorpresa.

Soporte De Canales.

- WhatsApp Business con catálogo y respuestas programadas.
- Linktree centralizado (perfil Instagram/Bio TikTok).

Acciones Comerciales Y Publicitarias.

Acciones Principales:

Tabla 41

Acciones principales comerciales

Acción	Frecuencia / Justificación
Publicar 4 reels semanales	Para alimentar el algoritmo y atraer tráfico.
Crear catálogo visual en WhatsApp	Facilita la decisión de compra.
Activar respuestas automáticas en redes	Mejora tiempos de respuesta.
Sorteos mensuales con combos picantes	Incentiva viralización y seguidores.
Cupones por contenido compartido	Fomenta la recompra y marketing orgánico.
Lives mensuales con “reacciones”	Humaniza y genera confianza.

Acciones

Marketing Digital. La estrategia digital de MexiDulces será multicanal, medible y centrada en conversión, con acciones en tres frentes principales:

Seo Local. Completar y optimizar ficha de Google My Business (fotos, descripciones, horarios).

Uso De Adwords. Optimización de meta títulos, meta descripciones y encabezados, por ejemplo: dulces picantes, gomitas enchiladas, dulces mexicanos en El Salvador.

Geolocalización. Incluir términos como San Miguel, Usulután, La Unión en los textos.

Estrategia SEO Para MexiDulces.

Objetivos SEO. Aumentar el tráfico orgánico desde búsquedas geolocalizadas, mejorar la posición en Google al buscar dulces picantes, chamoy o gomitas mexicanas, potenciar la autoridad de la marca en la categoría “snacks mexicanos” en El Salvador.

Tabla 42

Tipos De Palabras Clave Para SEO

Tipo de keyword	Ejemplos adaptados	Propósito
Head Keywords	“dulces mexicanos”, “gomitas enchiladas”	Atraer tráfico masivo general
Mid-Tail Keywords	“dulces mexicanos picantes San Miguel”, “chamoy artesanal El Salvador”	Relevancia + conversión local
Long-Tail Keywords	“dónde comprar gomitas enchiladas en San Miguel”, “tienda de dulces picantes mexicanos a domicilio El Salvador”	Alta conversión y bajo costo SEO

Fuente: elaboración propia

Optimización Recomendada.

Títulos Y Descripciones. En sitio web y ficha de Google My Business con keywords locales.

Encabezados H1–H3. Que incluyan combinaciones como: “dulces picantes en El Salvador”.

Imágenes Etiquetadas Con Keywords. MexiDulces-gomitas-enchiladas.jpg, etc.

Contenidos Blog O Reels Educativos. temas como “¿Qué es el chamoy?” o “Top 5 dulces mexicanos virales”.

Estrategia De Google Ads (Google Adwords). Google Ads será utilizado para campañas de conversión geolocalizada enfocadas en atraer usuarios con alta intención de compra.

Objetivos Google Ads. Generar clics cualificados con intención comercial, promover lanzamientos de productos, combos o la Paleta del Mes, convertir búsquedas locales en ventas vía WhatsApp o sitio web.

Tabla 43

Tipo de palabras clave por coincidencia

Tipo	Ejemplo	Uso
Coincidencia Amplia	dulces mexicanos	Atraer tráfico general y descubrir nuevos términos
Coincidencia de Frase	“dulces picantes San Miguel”	Mejor control y relevancia media
Coincidencia Exacta	[comprar gomitas enchiladas San Miguel]	Alta precisión para ventas locales
Palabras clave negativas	“gratis”, “receta de dulces”	Evitar tráfico irrelevante o educativo

Creatividades Y CTA Sugeridos:

- Título: “Gomitas enchiladas en San Miguel – ¡Pedidos por WhatsApp!”
- Descripción: “Dulces mexicanos picantes, artesanales y virales. Promociones semanales. ¡Haz tu pedido hoy!”
- CTA directo: “Pídelo ahora”, “Ver catálogo”, “Envío a domicilio”

Nota: “CTA” significa llamado a la acción

Herramientas De Apoyo Para Palabras Clave

Google Keyword Planner. Para encontrar palabras relevantes en El Salvador.

Ubersuggest. Para obtener ideas de keywords de baja competencia.

Google Trends. Para detectar términos populares como “dulces virales” o “chamoy salvadoreño”.

Redes Sociales.

Objetivos. Generar viralidad, fidelidad y tráfico al canal de ventas, comunicar la personalidad creativa de la marca, humanizar y emocionar al público joven y amante del picante.

Tabla 44

Estrategia Por Canal.

Canal	Objetivo	Formato Clave
Instagram	Conexión emocional y visual	Reels, carruseles, historias
TikTok	Alcance viral	Retos, reacciones, humor
Facebook	Comunidad y ventas directas	Lives, sorteos, ofertas
Pinterest	Inspiración visual	Recetas, tableros temáticos
YouTube	Profundidad y credibilidad	Minidocumentales, tutoriales

Hashtags sugeridos

#MexiDulces

#PaletaDelMes

#MexiClientes

#MexiDulcesSanMiguel

#SaborConFuego

Campañas.

Campañas Publicitarias (Meta Ads). Geolocalizadas en San Miguel, La Unión, Usulután, enfocadas a edades de 18–50 años, creatividades: videos cortos, testimonios, promociones flash, presupuesto sugerido: \$50 mensual (inicial).

Marketing Tradicional

Marketing Tradicional De Publicidad. Material impreso con estrategia QR, volantes, tarjetas y etiquetas con diseño profesional, código QR directo a redes sociales o tienda digital, puntos de distribución: universidades, cafés, librerías.

Ferias, Eventos Y Activaciones. Participación en ferias emprendedoras, eventos universitarios y comunitarios, degustaciones o activaciones en cafeterías, patios de comida, eventos deportivos, banner físico promocional que incluya un código QR integrado, el cual redirija de manera directa a las redes sociales oficiales.

Colaboraciones Físicas.

Alianzas Con Pequeños Negocios. Venta en vitrinas, cafeterías, centros de salud o estudios de yoga, etc.

Intercambio De Promoción. Tú recomiendas sus servicios, ellos el tuyo.

Publicidad En Medios Tradicionales (Si Hay Presupuesto). Spots en radios estudiantiles o comunitarias, menciones en podcasts salvadoreños, publicidad impresa en revistas universitarias.

Presupuesto Estimado Mensual

Tabla 45

Presupuesto mensual estimado

Concepto	Monto estimado
Publicidad en redes	\$50
Influencers (1 por mes)	\$30
Sorteos (productos + envío)	\$30
Diseño / edición reels	\$15
Emergencias / imprevistos	\$20
Total aproximado	\$145

Justificación. Optimización de recursos con enfoque digital. El mayor peso va a publicidad y contenido audiovisual que genera viralidad y confianza por medio de creadores de contenido que aporten al negocio más credibilidad y alcance.

Proyecciones Y Metas

Objetivo. Posicionar a Dulces Mex como la tienda líder de dulces mexicanos picantes y virales en el oriente de El Salvador, particularmente en San Miguel y zonas cercanas (La Unión, Morazán, Usulután), con una estrategia integral de marketing y ventas que fortalezca el canal digital, incremente la fidelización de clientes y potencie el crecimiento sostenido a mediano y largo plazo. El objetivo será medido mediante indicadores SMART como aumento de seguidores, ventas, ticket promedio y reconocimiento de marca.

Tabla 46*Proyecciones y metas*

Periodo	Seguidores IG + TikTok	Ventas promedio/semana	Ticket promedio	Ingresos estimados/mes
Mes 1	+100	15	\$5.00	\$300
Mes 3	+300	40	\$6.50	\$1,040
Mes 6	+600	70	\$7.00	\$1,960
Mes 9	+900	100	\$7.50	\$3,000
Mes 12	+1,200	140	\$8.00	\$4,480
Año 2	+3,000	220	\$8.50	\$7,480
(Conservador)				
Año 2	+4,500	350	\$9.00	\$12,600
(Optimista)				