

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**TRABAJO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD DE
ESPECIALIZACIÓN: MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES.**

“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: HOUSE 503 EXPERTS”

PRESENTADO POR:

NOMBRE

CÓDIGO

JUAN MILTON AMAYA RÍOS
ROXANA IVETH DIAZ PEÑA
KAREN JEANNETTE VÁSQUEZ CANTARERO

AR01036
DP18015
VC18037

MARTES 11 DE NOVIEMBRE 2025

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: ING. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTOR: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIA: Msc. JUAN PABLO MARÍN
**COORDINADOR GENERAL DE
PROCESO DE GRADUACIÓN:** MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

**COORDINADOR GENERAL DE
PROCESOS DE GRADUACIÓN:** MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA
**COORDINADOR DE PROCESOS DE
GRADO DE LA ESCUELA DE
MERCADO INTERNACIONAL:** MCE. JULIO ALBERTO GARCÍA HERNÁNDEZ
DOCENTE ASESOR: LICDA. CARMEN IVETTE ALVARENGA LAZO
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. LUIS ALBERTO BARRERA CRUZ
LIC. DANIEL ANTONIO CALLES CRISÓSTOMO

ÍNDICE

CAPÍTULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.1.1 Antecedentes.....	1
1.1.2 Descripción.....	4
1.1.3 Formulación.....	4
1.2 Delimitación del problema.....	4
1.2.1 Geográfica y temporal.....	5
1.2.2 Teórica.....	5
1.3 Justificación de la investigación.....	6
1.4 Objetivos.....	7
1.5 Marco teórico.....	7
1.5.1 Histórico.....	7
1.5.2 Conceptual.....	8
1.5.3 Legal.....	9
1.5.3.1 Ley de Comercio Electrónico.....	9
1.5.3.2 Ley especial contra los delitos informáticos y conexos.....	10
1.5.3.3 Ley de Firma Electrónica.....	10
CAPÍTULO II - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
2.1 Metodología de la investigación.....	13
2.1.2 Generalidades.....	13
2.1.2 Método.....	14
2.1.3 Enfoque de investigación.....	14
2.1.4 Universo.....	14
2.1.5 Población.....	16
2.1.7 Técnicas de investigación.....	17
2.1.8 Instrumento de la investigación.....	18
2.1.9 Presentación de resultados.....	18
2.1.9.1 ENCUESTA.....	18
2.1.9.2 ENTREVISTA.....	30
2.2 Diagnóstico.....	38
2.2.2 Desarrollo de las Fuerzas de Michael Porter.....	38
2.2.3 Desarrollo de PESTEL.....	39

2.2.3. Lienzo CANVAS.....	42
2.3. Conclusiones del Diagnóstico de la Situación	43
CAPITULO III - PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO	44
3.1 Descripción del negocio	44
3.1.1 Nombre del Negocio.....	44
3.1.2 Información General del Negocio	45
3.2 MARCO ESTRATÉGICO.....	45
3.2.1 Misión.....	45
3.2.2 Visión	45
3.2.3 Valores.....	45
3.2.4 Objetivos.....	46
3.2.5 Metas	46
3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	47
3.3.1 Prototipos / Descripción General.....	48
3.4 VENTAJA COMPETITIVA.....	50
3.5 PLAN ORGANIZACIONAL.....	53
a. Objetivos del plan organizacional.....	53
b. Estructura organizativa de la empresa	53
c. Organización de gestión y recursos humanos	54
d. Proceso Administrativo.....	55
e. Identificación y Características de Recursos Humanos	57
3.6 PLAN DE MERCADEO.....	58
a. Objetivos del Plan de Mercadeo	58
b. Resultados de la Investigación de Mercadeo	59
c. Marketing Mix Digital	61
d. Estrategias del Marketing Mix Digital	63
3.7 PLAN DE VENTAS	73
a. Objetivos del Plan de Ventas	73
b. Proyección de Ventas (1 año).....	73
3.8 PLAN FINANCIERO	73
a. Objetivos del Plan Financiero	73
b. Plan de Inversión	75
c. Estructura de Costos	80
d. Análisis de Rentabilidad y Punto de equilibrio	82

3.9 PLAN DE TRABAJO	86
a. Objetivos del Plan de Trabajo.....	86
b. Cronograma de Actividades.....	87
3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN	88
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
BIBLIOGRAFÍA.....	92
ANEXOS	94

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de grado, desarrolla el diseño de un modelo de negocio digital, llamado House 503 Experts. Su objetivo es cambiar el sector de diseño, construcción y remodelación de casas en El Salvador a través de una plataforma digital completa.

El proyecto nace al darse cuenta de varios problemas en el mercado, como la dificultad para acceder a información confiable, la falta de un sistema central donde se reúnan los proveedores, problemas en la comunicación entre clientes y profesionales, y la escasa digitalización en el sector. También se observa un aumento en la necesidad de soluciones modernas, sostenibles y que usen tecnología, así como oportunidades en el comercio en línea y la educación digital.

En este escenario, House 503 Experts sugiere una plataforma en línea que combina servicios de diseño, construcción y remodelación. Además, ofrece asesorías personalizadas, contenido educativo, interacción con la comunidad y una tienda digital con productos innovadores, que incluyen soluciones para el hogar inteligente. El propósito es hacer que los clientes tengan una mejor experiencia, mejorar los procesos y ayudar a tomar decisiones bien fundamentadas.

La investigación se basa en métodos numéricos y de palabras, utilizando herramientas como encuestas, entrevistas, el análisis PESTEL, las fuerzas de Porter y el modelo Canvas. Esto ayuda a comprobar si el negocio es viable y a definir lo que ofrece. El modelo presenta planes importantes en varias áreas: organización, marketing digital, ventas y finanzas, lo que muestra que es sostenible y puede generar ganancias. También se incluye en las leyes de El Salvador que se aplican al comercio en línea, la protección de datos y la construcción.

En resumen, House 503 Experts ofrece una solución novedosa y práctica que atiende las necesidades del mercado actual. Utiliza la digitalización para crear valor, mejorar la experiencia de los usuarios y ayudar al crecimiento económico y tecnológico en el sector de la construcción en El Salvador.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte de este viaje académico y han contribuido a la realización de este proyecto, que es una muestra de lo que, de ahora en adelante cosecharemos después de este enriquecedor proceso.

En primer lugar, agradezco a mis docentes y mentores por su invaluable orientación, apoyo y conocimientos. Su dedicación y entusiasmo por la enseñanza han sido una fuente de inspiración constante. A mis compañeros de carrera, gracias por los momentos compartidos, las ideas intercambiadas y el apoyo mutuo. Juntos hemos enfrentado retos y celebrando logros, y esas experiencias quedarán grabadas en nuestras mentes.

A mi familia, especialmente a mi esposa, hija y mis padres, su amor, paciencia y apoyo incondicional han sido fundamentales en este proceso. Gracias por creer en mí y por motivarme a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles. Finalmente, agradezco a todos aquellos que, de alguna manera, han influido en mi vida académica y personal. Cada uno de ustedes ha dejado una huella en mi camino.

– **Juan Milton Amaya Ríos.**

Agradezco principalmente a Dios por brindarme fortaleza y sabiduría necesaria durante todo el proceso que conlleva este gran logro en mi vida, a mi madre CLAUDIA YANETH CANTARERO AYALA por el esfuerzo constante y su apoyo incondicional en mi educación y formación profesional; a mi hija por ser el motor que me ha impulsado a salir adelante. Sin ellos no podría culminar mi licenciatura y es por eso que les dedico este logro. Asimismo, agradezco a mis compañeros y docentes que contribuyeron a culminar este logro.

– **Karen Jeannette Vásquez Cantarero.**

En primer lugar, a Dios quien llena mi vida de innumerables bendiciones y es quien me ha permitido cumplir este sueño.

A mi esposo, que inicio esta carrera conmigo y que ahora desde el cielo comparte la alegría de esta meta alcanzada.

A mis hijos, madre, mejor amiga y hermanos en Cristo por su apoyo incondicional a lo largo de toda la carrera.

A mis catedráticos, tutores y asesores de la formación académica, gracias por transmitirme los conocimientos necesarios en cada uno de los peldaños de la carrera.

Y, por último, pero no menos importante, a la Universidad de El Salvador por permitirme ser miembro de una comunidad con excelencia académica y compromiso social.

– **Roxana Iveth Diaz Peña.**

INTRODUCCIÓN

En un mundo donde el diseño y la remodelación del hogar avanzan constantemente, surge una demanda crítica de innovaciones digitales que fusionan la personalización y la productividad. **House 503 Experts**, tiene como objetivo revolucionar la industria del diseño, la construcción y la renovación de los hogares, a través de una plataforma digital que abarca todo, atiende a las necesidades actuales y futuras del mercado.

House 503 Experts ofrece servicios de diseño, construcción y renovación residenciales a través de dicha plataforma en línea, la cual combina varias características para atender a los requisitos de clientes y de la industria. Esta empresa en línea tiene como objetivo abordar desafíos particulares del mercado ofreciendo un entorno digital integral que agilice cada fase del procedimiento de atención y administración.

House 503 Experts, es una plataforma de referencia digital integral, que atiende a las necesidades de diseño, construcción y remodelación de los propietarios de viviendas. Al fusionar los servicios personalizados, la participación web, el material de instrucción y un mercado digital sofisticado, el objetivo es establecer una configuración que satisfaga los requisitos actuales del cliente y aborde proactivamente las próximas tendencias del mercado. Por lo tanto, este documento tiene como objetivo mostrar el marco de comercio digital que enfatiza una estrategia que abarca todo y sus rasgos pioneros que satisfacen las demandas del mercado.

CAPÍTULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se presenta información basada en la idea de negocio digital, los datos recopilados se convierten en el antecedente del proyecto para respaldar las decisiones que se tomarán y justificar el desarrollo del proyecto. Luego se formaliza el problema respecto al modelo de negocio que describe los componentes históricos, conceptuales y legales que justifican las variables que se analizan.

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Antecedentes

En base a la investigación y experiencia compartida por algunos profesionales que se desarrollan en el sector de la remodelación y construcción, además de experiencia manifestada por usuarios de estos servicios, se identifican las siguientes necesidades:

1. Acceso limitado a servicios de construcción y remodelación.

- **Brecha de información:** la falta general de información fiable de diseño y construcción hace difícil para los consumidores tomar decisiones informadas.
- **Disponibilidad de proveedores de calidad:** no existe un ecosistema donde están centralizados todos los servicios de calidad, lo que causa pérdida en la confianza y frustración para los clientes.

2. Barreras aseguradas de comunicación entre clientes y profesionales.

- **No hay canales efectivos de comunicación:** los clientes no tienen una forma efectiva de consultar con profesionales o expresar sus necesidades, lo que lleva a malentendidos y proyectos insatisfactorios.
- **No hay foros comunitarios:** los clientes y los profesionales de la construcción no tienen un lugar donde compartir conocimiento y experiencia.

3. Con las tendencias y tecnologías sin actualización.

- **Poco conocimiento de lo nuevo:** muchos clientes desconocen las novedades en diseño y edificación, optando así por soluciones que ya no son las más modernas.
- **Ausencia de formación constante:** al no existir materiales informativos en internet, los usuarios ignoran las tecnologías recientes y las prácticas ecológicas, perdiendo interés o demanda en los bienes y servicios del sector.

4. Problemas en la experiencia del cliente.

- **Proceso de contratación obstaculizado:** buscar proveedores adecuados suele ser un proceso que consume mucho tiempo y es tedioso, obteniendo resultados insatisfactorios.
- **Obstáculos indeseados en la gestión de proyectos:** el cliente necesita un mejor seguimiento y comunicación en su proyecto en desarrollo.

5. Productos de barrera para el hogar y periféricos que limitan el acceso

- **Opciones locales limitadas:** hay pocas tiendas que ofrecen una amplia gama de productos para el hogar y accesorios que están integrados con tecnología para el hogar inteligente, especialmente IA.
- **Desafío de comparación de precios y calidad:** en ausencia de una plataforma única, el mismo consumidor visita múltiples lugares diferentes para encontrar lo que necesita.

6. Sostenibilidad y conciencia ambiental.

- La creciente necesidad de opciones amigables con el medio ambiente en la construcción y el diseño sin el conocimiento adecuado sobre qué puede usarse como alternativa.

7. Opciones de expansión dentro del comercio electrónico.

- **Auge del comercio electrónico:** la digitalización ha traído crecimiento para el comercio electrónico en El Salvador, aunque hay una brecha en los servicios ofrecidos alrededor de la construcción y el mejoramiento del hogar.

Estas necesidades descritas, no solo permiten identificar que hace falta una plataforma como "House 503 Experts", sino que también muestran la oportunidad de revolucionar el sector de la construcción y remodelación en El Salvador al mejorar la experiencia del cliente y permitirles acceder a servicios y productos de calidad.

Además, se exploran las siguientes oportunidades de mercado:

1. Expansión en la edificación y modernización.

- **Rumbo al ámbito de la edificación:** la industria de la construcción ha presenciado una expansión constante durante los últimos años, sobre todo motivado por un aumento en la necesidad de hogares y la modernización de locales mercantiles.
- **El gasto en modernizaciones se acrecienta:** puesto que algunos que algunos compradores eligen modernizar en lugar de comprar, los servicios de modernización están viviendo un apogeo.

2. Digitalización de servicios

- **Aumento de los canales digitales:** la pandemia aceleró la digitalización en varias industrias, incluyendo la construcción, donde los consumidores se inclinan hacia soluciones en línea.
- **Cambio en el modo de consumo:** los clientes prefieren utilizar servicios de diseño y construcción de manera digital.

3. Educación y asesoramiento en línea

- **Contenido educativo en demanda:** los clientes buscan mantenerse informados sobre tendencias y avances en diseño y construcción. Para lograr esto, puedes tener un blog y videos.
- **Foros:** las personas quieren interactuar entre sí y con profesionales, y crear una comunidad que los mantenga motivados.

4. Integración de tecnología

- **Inteligencia artificial (IA) y la utilización de objetos para el hogar:** el uso de la IA en objetos y complementos para el hogar puede brindar una vivencia de usuario perfeccionada con soluciones centradas y permanentes.
- **Hogares inteligentes:** la creciente demanda de los clientes por hogares inteligentes permite la inclusión de productos tecnológicos dentro de la tienda.

5. Sostenibilidad y eficiencia

- **Edificación sostenible:** la sostenibilidad en la edificación está en crecimiento y puede ser un valor añadido para los servicios brindados.
- **Materiales y técnicas eficientes:** La sostenibilidad es una inquietud creciente entre los consumidores, que están cada vez más interesados en prácticas y productos que disminuyan su huella ambiental.

6. Competencia y nicho de mercado

- **Análisis de la competencia:** Analizar plataformas similares en el mercado y sus ofertas de servicio es una excelente manera de entender un nicho de mercado desaprovechado o brechas en los servicios.
- **Nicho por comunidad:** Proporcionar un espacio donde tanto clientes como profesionales puedan conectarse puede diferenciar a House 503 Experts del resto.

7. Evolución de la experiencia del cliente

- **Enfoque en la experiencia del usuario:** las empresas profesionales se comprometen a brindar una experiencia positiva al cliente desde la consulta inicial, pasando por el inicio del proyecto y hasta su finalización.
- **Retroalimentación en tiempo real:** al agregar un sistema de retroalimentación, se pueden realizar mejoras constantes en sus servicios y ofertas.

En ese contexto, estos antecedentes reflejan la relevancia de House 503 Experts y el papel potencial que se puede desempeñar en ese espacio, considerando las necesidades del consumidor.

1.1.2 Descripción.

El objetivo del trabajo de grado es desarrollar una plataforma digital que permita a los usuarios acceder a **House 503 Experts** una nueva empresa comprometida a brindar soluciones holísticas en los campos de diseño de interiores, construcción y renovación del hogar. Contamos con una línea de negocio distintiva que asegura majestuosidad y modernidad; redefiniendo la forma de la vivienda para todos con proyectos distintos que combinan practicidad funcional, lujo y tecnología actualizada.

1.1.3 Formulación.

¿Cómo puede **House 503 Experts** lograr el máximo alcance de los clientes potenciales de manera equitativa y personal, cubriendo los requisitos de diseño, construcción y remodelación por medio de su plataforma?

1.2 Delimitación del problema.



La identificación de los conceptos en el contexto del establecimiento geográfico, cuándo se lleva a cabo la investigación y el área de **House 503 Experts** que se impartirá, son aspectos clave importantes del área preferencial.

1.2.1 Geográfica y temporal

Geográfica

House 503 Experts es una plataforma digital que se especializa en el área de San Salvador, que consta de 5 municipios y 19 distritos. Esta área es adecuada porque es una de las zonas que está creciendo comercialmente, facilitando a los clientes el acceso al servicio.

Temporal

El desarrollo del modelo de negocio tomará un promedio de tres meses, entre enero de 2025 y marzo de 2025. Este es el período durante el cual se desarrollará la especialización en modelos de negocio digitales.

1.2.2 Teórica.

El alcance teórico del modelado digital de negocios se basará en literatura de libros y artículos donde sea posible, filosofando sobre temas que reflejen nuevos estudios tanto sobre modelos de comercio digital como sobre la oportunidad que brinda la adaptación tecnológica. Las industrias de servicios tradicionales, las empresas de construcción y remodelación de viviendas tienen un gran potencial para desarrollar digitalmente sus plataformas electrónicas para promocionar y vender sus servicios, ya que los consumidores prefieren cada vez más comprar en línea.

El trabajo ha sido apoyado por los siguientes textos:

- **Metodología de la investigación**, *Hernández Sampieri, R., Fernández Collado & Baptista Lucio (2010)*. Ayudó a definir la metodología expuesta en la investigación, reconocer, analizar e interpretar los datos para determinar la viabilidad del proyecto de grado.
- **Marketing 4.0**, *Philip Kotler (2010)*: Permitió entender la transición del marketing tradicional a la digital, y destacó el uso de tecnologías, redes sociales, y marketing digital, mostrando cómo hoy en día los consumidores están hiperconectados, hiper informados y no compran sin comparar antes.
- **Fundamentos de Marketing, 11ª ed.**, *Philip Kotler (2013)*. Describe las ideas centrales de la mezcla de marketing clásico, lo que ayudó a sentar las bases para la estrategia de marketing.
- **Generación de Modelos de negocio (Business Model Generation)** de *Alexander Osterwalder (2010)*, Este libro es una guía práctica para descubrir e implementar los bloques básicos en el modelo de negocio digital, como:
 - ◆ Modelo Canvas: a través de sus nueve módulos:

a) Segmentos de mercado	f) Recursos clave
b) Propuesta de valor	g) actividades clave
c) Canales	h) Asociaciones clave
d) Relaciones con los clientes	i) Estructura de costes
e) Fuentes de ingresos	

- ◆ Esto ofrece una comprensión de cómo el autor define un modelo de negocio: “es una descripción de cómo una empresa crea, entrega y captura valor”, algo ampliamente utilizado hoy en día.
- ◆ Es un tutorial de diversas plataformas multilaterales y modelos de negocio digitales como free, premium, freemium, etc.

1.3 Justificación de la investigación

El objetivo es convencer con argumentos que, según la opinión y necesidades del público movilizado de este sector, encontrarán la posibilidad de solventar cualquier necesidad en un sitio web como "House 503 Experts" que además de ser atractivo es la mejor marca de entre miles de propuestas en el mercado.

Novedad.

Las empresas centradas en la construcción y remodelación del hogar no están bien posicionadas hoy en día para utilizar nuevas tecnologías. Este trabajo de grado pretende alcanzar esto usando elementos de marketing para crear un modelo digital; HOUSE 503 Experts ofrece un servicio de asesoría continuo utilizando tecnologías como la inteligencia artificial, optimizando la planificación del trabajo, mejorando el rendimiento de los materiales, la productividad del equipo, y todos los demás aspectos relacionados con el servicio.

Utilidad Social.

House 503 Experts no solo se ocupa de los servicios tradicionales de construcción y remodelación de viviendas que ofrecemos; también es una empresa generadora de empleo, dado que la industria de la construcción es uno de los contribuyentes más importantes de una economía. El crecimiento y desarrollo digital está garantizado a través de un modelo de servicio avanzado. El modelo tradicional limita el mercado, y la tienda en línea será la oportunidad de proporcionar servicio en la plataforma 24/7 que el cliente puede usar sin limitación geográfica.

Los propietarios del modelo de negocio digital y principalmente el cliente que contrata el servicio obtendrá el mayor beneficio en la investigación; de manera similar, los gerentes de sitio, arquitectos, contratistas, ingenieros, topógrafos, electricistas, albañiles, asistentes y otros. Se piensa que este estudio puede ser beneficioso para futuras reflexiones sobre este campo.

Viabilidad.

Para El Salvador, según el estudio del Banco Mundial, el REDI-SR* los costos de infraestructura ocupan el tercer lugar con un 18%, solo detrás de los costos laborales y de materias primas. La remodelación o construcción de una vivienda es un modelo de negocio viable; el diseño de la tienda en línea es una brecha para mejorar la comercialización digital del sector, teniendo acceso a la información que es necesaria para el desarrollo de la tienda en línea y la investigación del sector.

*REDI-SR: Informe Estratégico del Banco Mundial que analiza los desarrollos económicos recientes en infraestructura de El Salvador.

1.4 Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un modelo de negocio digital sostenible, mediante una página web que ofrezca servicios de diseño, construcción y remodelación de espacios habitacionales con el fin de proporcionar soluciones completas, adaptadas a las necesidades y preferencias de los usuarios.

Objetivos específicos

- a) Realizar un estudio exhaustivo del mercado para conocer las necesidades, expectativas, competencia existente y tendencias actuales de los clientes.
- b) Integrar activamente estrategias creativas a través de características que la plataforma House 503 Experts utilizará como un atractivo y un diferenciador competitivo.

1.5 Marco teórico

1.5.1 Histórico

Las mezclas de culturas y tecnologías a lo largo de la historia pueden verse en nuestro país como resultado de muchos diseños diferentes usados no solo en los edificios de entidades públicas y en la industria privada, sino también que se preservan dentro de las viviendas, donde cada uno adopta el modelo o estilo de ventas de su elección y combina diversas soluciones.

Esto significa que el campo creado por House 503 Experts está entre los más buscados y, a pesar de eso, es el más meticuloso. Así, la opción de promocionar estos servicios y productos en un espacio en línea resulta ser la única salvación. Desde allí se buscan alternativas no naturalistas y se cumplen los desafíos innovadores día a día.

Se ha observado un claro aumento en el uso de tecnologías digitales en El Salvador durante la última década. ya que, han surgido numerosas plataformas en diseño, construcción y remodelación; ofreciendo todo, desde consultas en línea y foros hasta información educativa. Estas crean una forma de servicio más accesible y personalizada para sus usuarios. Pero cuando la tecnología de clase mundial se arraiga en casa, las empresas locales han comenzado a despertar al hecho de que necesitan aprovecharla para brindar una experiencia al cliente más ecológica y eficiente.

House 503 Experts, una plataforma en línea que brinda servicios especializados con tecnología de punta, está lista para transformar el mercado de diseño y remodelación de hogares en El Salvador. Este es el primer servicio de este tipo en el área, donde notamos una necesidad importante en el mercado local y ofrecemos una solución integral a través de asesorías virtuales, contenido formativo y una tienda con productos novedosos.

1.5.2 Conceptual.

Se presenta una lista de los conceptos fundamentales más usados en el desarrollo del trabajo de grado, incluyendo la terminología general relacionada al entorno digital, sitio web y marketing digital.

Diseño de interiores: se refiere a la concepción y el desarrollo de ambientes para vivir que resulten funcionales, estéticos y que se ajusten a los requerimientos del usuario. Este diseño considera la organización de los componentes en un lugar, la selección de los materiales, tonalidades y terminaciones, y la incorporación de alternativas útiles y ornamentales.

Construcción: implica la puesta en marcha tangible de proyectos de diseño, desde la creación de construcciones inéditas hasta la ejecución de remodelaciones en lugares ya existentes. La edificación exige la armonización de puntos técnicos, incluyendo la administración de materiales, la vigilancia de trabajos y la observancia de estándares de protección y excelencia.

Remodelación: se centra en la modernización y el perfeccionamiento de ambientes para vivir que están contruidos. Esto podría abarcar tanto mejoras visuales como prácticas, tales como modernizar las infraestructuras, reconfigurar la organización de las áreas, o incorporar innovaciones tecnológicas y nuevos componentes.

Ámbito digital: un lugar en el que tienes a tu disposición cada uno de los servicios que ponemos a tu alcance. Ahí mismo puedes pedir asesoramiento, presupuestos y agendar visitas de nuestros técnicos, además de ver contenido que te enseñará mucho y comprar en nuestra tienda.

Entorno multilateral: esta clase de está diseñado para enlazar a dos o más grupos de usuarios que se benefician entre sí; sin ellos, la actividad no tendría razón de ser.

Venta en Línea: conocida también como tienda digital o virtual, es un entorno creado para que puedas adquirir productos o solicitar servicios valiéndose de herramientas digitales.

Esquema Freemium: este modelo de negocio combina lo "gratis" con lo "premium". Te damos una versión básica de un producto o servicio sin costo, pero si quieres más funciones, puedes pagar una cuota mensual o suscripción.

Modelo de negocio: siguiendo las ideas del libro Generación de Modelos de Negocio de Alexander Osterwalder Pigneur, este concepto explica como una empresa inventa, presenta

y gana dinero con el valor que crea. Básicamente, es un mapa que muestra cómo la empresa usa sus recursos y actividades principales para mantener un flujo de ingresos constante.

Videoblogs y foros: áreas en la plataforma para compartir y debatir información relevante sobre diseño y edificación. Los videoblogs ofrecen material formativo mediante textos y grabaciones, a la vez que los foros alientan la comunicación entre personas, dándoles la oportunidad de recibir sugerencias de profesionales y demás consumidores.

Asesoramiento y presupuestos: servicios personalizados que hacen posible que los usuarios obtengan guía experta y estimaciones económicas para sus planes. El asesoramiento puede ofrecerse virtualmente o mediante visitas técnicas.

Inteligencia artificial (IA): tecnología integrada en la tienda online para brindar sugerencias personalizadas basadas en las elecciones y el historial de cada usuario. La IA mejora la experiencia de compra al recomendar productos y soluciones ajustadas a las necesidades particulares.

Artículos inteligentes para casas que usan IA: productos vanguardistas equipados con inteligencia artificial, pensados para enriquecer la funcionalidad y el bienestar dentro del hogar. Abarcan desde plataformas de automatización y control lumínico inteligente, hasta métodos de seguridad y demás aparatos que brindan opciones superiores para la administración del hogar.

1.5.3 Legal

El marco legal de esta investigación se encontrará regido por diferentes leyes como:

1.5.3.1 Ley de Comercio Electrónico.

Esta es una ley esencial para cualquier plataforma digital que esté involucrada en el comercio por la misma razón. Esto garantiza que cualquier dato con respecto a cualquiera de las partes esté protegido.

Los expertos también tienen la responsabilidad de supervisar dicha confidencialidad y permitir que los usuarios tengan el derecho de recibir información sobre cada evento y un comprobante que respalde cada transacción que ocurra.

Entró en vigor el 10 de febrero de 2021 y busca regular todo tipo de comercialización por medios tecnológicos o por redes de la comunicación que utilicen internet. Además, pretende mantener los derechos tanto de empresas como de consumidores considerando la posibilidad de emitir facturas y la facilidad de tener acceso al detalle de compra y agilizar el comercio por medio de contratos digitales.

Se establecen ciertas obligaciones en el Art. 15:

- Pasos a seguir para la contratación.
- Términos y condiciones.
- Precio de los bienes y gastos adicionales para cada uno de los bienes.
- Tiempo de entrega.
- Formas de resolución de controversias.
- Forma de pago.

1.5.3.2 Ley especial contra los delitos informáticos y conexos.

Es necesario que el sitio siga esta ley sin distinción para evitar ser sancionado legalmente o que se le impida su uso debido al manejo de información sensible (datos personales, información bancaria, entre otros) que aloja de usuarios y marcas. Expresan las fronteras entre la privacidad, la aplicación de información personal identificable y la eventual propiedad de esos datos.

Art. 24 del citado Decreto y que dice así:

“El que sin autorización utilice datos personales a través del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, violando sistemas de confidencialidad y seguridad de datos, insertando o modificando los datos en perjuicio de un tercero, será sancionado con prisión de cuatro a seis años”. Seguido con: “La sanción aumentará hasta una tercera parte del máximo de la pena prevista en el inciso anterior a quien proporcione o revele a otro, información registrada en un archivo o en banco de datos personales cuyo secreto estuviere obligado a preservar”.

1.5.3.3 Ley de Firma Electrónica.

En 2015 se aprueba esta ley que pretende, entre otras cosas, dinamizar el comercio electrónico en la compra y venta de productos y servicios por medios digitales.

En el **Art. 5 del Decreto Legislativo N°133**.- describe lo siguiente:

En lo que respecta al manejo de la información personal que efectúan las empresas de certificación y las que dan servicios de almacenamiento digital, se aplicarán las siguientes normas: 1) Tendrán la prohibición de ceder los datos personales de los usuarios a terceros; 2) Los titulares podrán solicitar la rectificación o cancelación de los datos personales, cuando estos fueren o incompletos; y, 3) Por lo tanto, las empresas tendrán la obligación de mantener la confidencialidad de los mismos y al deber de guardarlos.

Estas obligaciones legales seguirán vigentes incluso después de que termine la relación con quien controla el registro de datos y las empresas. La ausencia de un límite claro sobre la transferencia de datos personales no exime a estos proveedores de enfrentar castigos, multas y deberes, sin importar si sus servicios operan en la nube o con algún sistema electrónico fuera del país.

Esta ley resguarda la validez jurídica de las transacciones que se realicen dentro del sitio web, así como la seguridad de cualquier dato ingresado por usuarios tanto salvadoreños como turistas internacionales.

Información legal que debe contener un sitio web.

Datos legales alusivos a la empresa (Nombre o denominación social, Datos de inscripción en el Registro mercantil, Autorización administrativa para el ejercicio de la actividad económica).

Aviso legal, términos que regulan la utilización de la web. Los usuarios deben poder consultarlo haciendo clic sobre un enlace situado en el pie del sitio web.

Aviso de cookies, debe aparecer automáticamente sobre el contenido (ya sea en la parte superior o inferior de la página de inicio en el dispositivo del usuario) y explicar cómo se utilizará la información, y que al navegar por el sitio están proporcionando dicha información voluntariamente y aceptando el uso de cookies.

Términos y condiciones legales, aunque no es obligatorio, se aconseja mencionar claramente los términos y condiciones de los servicios/productos que consideres relevantes y necesarios para que el usuario esté informado y deben tener explicaciones apropiadas.

Disposiciones legales para urbanismo y construcción

1. Reglamento de la ley de urbanismo y construcción en lo relativo a parcelaciones y urbanizaciones habitacionales:

Contiene todas las todas las disposiciones necesarias para la tramitación de permisos de parcelación y normas de notificación, equipamiento comunal y público, sistema vial e infraestructura de los servicios públicos que deberán cumplir los propietarios y urbanizaciones de parcelación habitacional. Portal de Transparencia El Salvador.

2. Código municipal:

Cada municipalidad tiene su propio código que regula la planificación urbana y el uso del suelo. Es necesario consultar el código de la municipalidad donde se llevará a cabo el proyecto.

3. Permisos de construcción

Licencia de construcción: Requerida para cualquier obra, ya sea nueva, remodelación o ampliación. Se debe solicitar en la municipalidad correspondiente.

4. Permisos VMVDU

Para dar inicio a un proceso de construcción de inmuebles, es necesario obtener los permisos de calificación de línea y de construcción ante el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano. Es necesario contar previamente con ciertas autorizaciones y solvencias.

5. Permisos OPAMSS

La oficina de Planificación del Área Metropolitana de San Salvador es la encargada de coordinar y controlar el desarrollo urbano y la construcción; por lo tanto, a través de ella se puede obtener el permiso de línea de construcción, calificación del sitio, viabilidad de aguas lluvias y el permiso de construcción, entre otros.

Estudio de impacto ambiental: Donde sea aplicable o en el caso de grandes desarrollos, también se puede requerir una evaluación de los impactos ambientales del desarrollo.

6. Normas Técnicas

Las construcciones están sujetas a normas técnicas que garantizan la seguridad y calidad. Estas incluyen diseño estructural, instalaciones eléctricas y sanitarias.

7. Requisitos Documentales

Se deben proporcionar los planos de las casas, estudios de suelo y documentos que indiquen que se posee el terreno, entre otros.

8. Reglamento de Protección Civil

En cuanto a los edificios destinados a uso comercial, deben adherirse a las normas establecidas de seguridad y prevención de riesgos supervisadas por la Dirección General de Protección Civil.

9. Impuestos y Tasas

Al momento de solicitar permisos, puede haber impuestos o tarifas adicionales, dependiendo de la ubicación y el tipo de proyecto

10. Normativa de Vivienda

La Ley de vivienda también regula la construcción de viviendas, con una influencia particular sobre los programas de vivienda social y las regulaciones de urbanismo.

Proceso General

- Consulta previa: antes de ir al municipio, se recomienda verificar qué requisitos necesitarás cumplir.
- Solicitud de permisos: completar la documentación requerida.
- Revisión y aprobación por parte del municipio: si la solicitud cumple con las normativas, el municipio emitirá la licencia correspondiente.
- Inicio de Obras: después de tener todos los permisos, se puede comenzar la construcción.

Es imperativo contar con el asesoramiento de un arquitecto o ingeniero para asegurar que se siga la legislación local.

CAPÍTULO II - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Primero, se realiza una explicación general de la metodología. Luego, se presenta el método y el enfoque mixto, que abarca técnicas cuantitativas y cualitativas, proporcionando una mejor comprensión del entorno donde operará la empresa.

Presentando una definición uniforme del universo y de la población de estudio, así como los criterios de selección para la muestra. Los métodos de recolección y análisis de datos se explican con los métodos de investigación seleccionados, herramientas y técnicas, es decir, cuestionarios utilizados y grupos focales ó focus groups.

Según las Fuerzas de Michael Porter, el análisis CANVAS y PESTEL, luego se realizará el diagnóstico del entorno empresarial, y se comprenderán los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que impactan en la industria de la construcción y remodelación.

Finalmente, se presentan las conclusiones del diagnóstico, que revelan los principales hallazgos que guiarán la estrategia de House 503 Experts para tener éxito en un mercado competitivo. Este capítulo no solo demostrará una base para la oferta de la empresa, sino un marco para la toma de decisiones en el futuro.

2.1 Metodología de la investigación.

Estos estudios complementarán la metodología de la investigación realizada en este caso en particular, lo que ayudará a interpretar la información necesaria para evaluar la viabilidad de desarrollar el trabajo de grado.

En consecuencia, se anticipa una forma de abordar el asunto planteado, que se realizará recolectando información para determinar la viabilidad del esquema comercial y el grado de acogida entre los destinatarios clave de House 503 Experts.

2.1.2 Generalidades.

Se realizó investigación del mercado de construcción y remodelación de hogares, que actualmente es un buen negocio, ya que, hay muchos consumidores que tienen una necesidad específica de adquirir este tipo de servicio; por lo tanto, se considera que esta es una buena idea de negocio dado que, en la actualidad, la adquisición del servicio se presenta en su mayoría de forma física.

Por lo tanto, se vislumbra una solución al problema enunciado, a llevarse a cabo mediante la recopilación de datos para identificar la continuidad del modelo de negocio y la aceptación que pueda tener en el segmento objetivo de la audiencia de House 503 Experts.

2.1.2 Método.

La metodología científica representa una vía estructurada y organizada para la investigación, facilitando a los investigadores descubrir nuevos conocimientos y la interpretación de sucesos. Fundamentalmente, es una metodología que utiliza datos concretos, la lógica y el discernimiento para obtener resultados coherentes (Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B., 2014)

Para entender y descifrar los actos y las razones de ser del público meta, se ha optado por un esquema de investigación que une métodos tanto de tipo cualitativo como cuantitativo.

En la investigación de mercados, tanto las estrategias cualitativas como las cuantitativas son cruciales. Las primeras les dan a los analistas una perspectiva íntima y minuciosa sobre las ideas y sentimientos de los consumidores, mientras que las segundas posibilitan la recolección de datos extensos y concretos para su estudio estadístico.

El esquema de negocio de House 503 Experts fusiona estas dos perspectivas, lo que podía traducirse en una visión completa del mercado y, por ende, orientar a la compañía en su completa estrategia de mercadeo.

2.1.3 Enfoque de investigación

Según Sampieri (2014) el propósito investigación mixta no consiste en suplantar ni la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino en aprovechar los beneficios de ambos tipos de exploración, uniéndolas e intentando reducir al mínimo sus posibles carencias.

De acuerdo con esto, en el método de investigación para House 503 Experts, el estudio introduce un método mixto que permite una visión más amplia y clara, revelando mayor información con la investigación.

Collins, Onwuegbuzie y Sutton (2006) identificaron cuatro razones para utilizar los métodos mixtos:

- a) Enriquecimiento de la muestra (se mejora al realizar una combinación de métodos).
- b) Mayor fidelidad del instrumento (mejora de la verificación de su identidad, su adecuación y utilidad, pero también de las herramientas existentes).
- c) Integridad del tratamiento o intervención (asegurando la integridad del tratamiento).
- d) Optimizar significados (esto permite una mejor comprensión y entendimiento de los datos, interpretaciones aceleradas y ventajas en los hallazgos). (Sampieri, 2010)

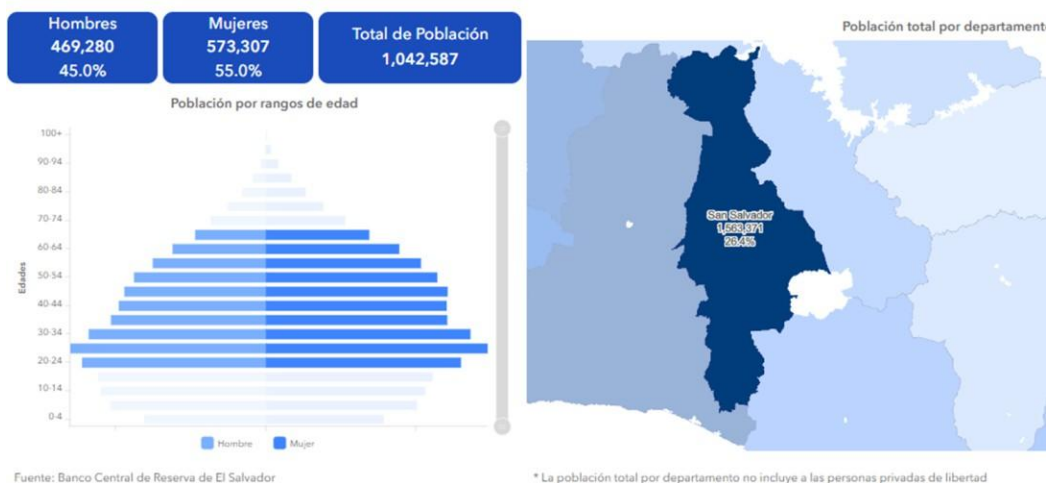
2.1.4 Universo

Para el estudio de House 503 Experts, el universo está compuesto por hombres y mujeres entre 20 y 70 años, residentes en el municipio de San Salvador, y en el departamento de San Salvador, según indican los datos oficiales del último censo de CNR. Los datos son los siguientes:

Grupos de edad (quinquenal)	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
20-24	61,206	64,727	125,933
25-29	65,253	73,738	138,991
30-34	58,991	67,882	126,873
35-39	51,599	60,157	111,756
40-44	48,984	59,971	108,955
45-49	47,104	60,264	107,368
50-54	43,901	56,839	100,740
55- 59	37,642	51,397	89,039
60-64	31,052	44,148	75,200
65-69	23,548	34,184	57,732
TOTAL	469,280	573,307	1,042,587

Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador

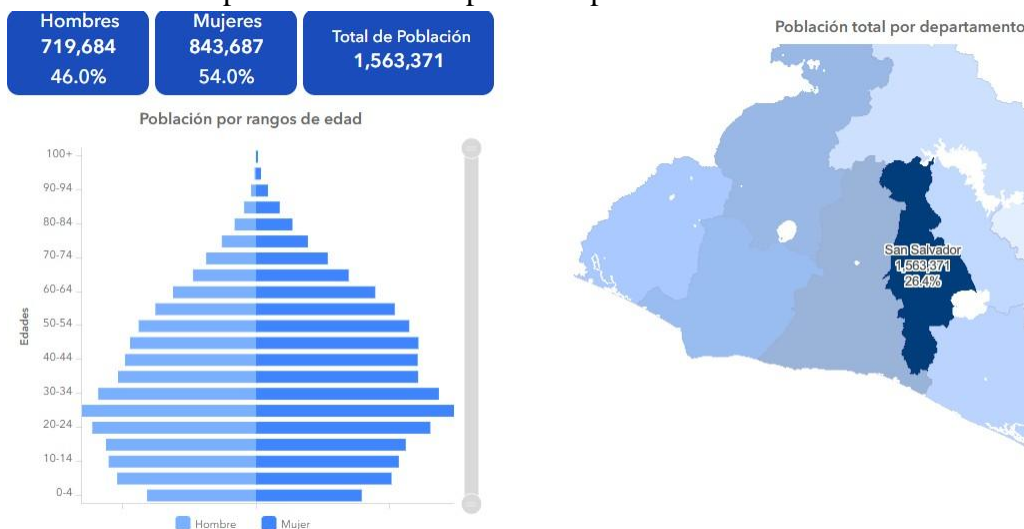
Pirámide poblacional



Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador

* La población total por departamento no incluye a las personas privadas de libertad

El total de la población censada para el departamento de San Salvador es de 1,563,371



fuelle: Poblacion | GeoPortal <https://geoportal.bcr.gob.sv/pages/poblacion>

2.1.5 Población.

La población objetivo de House 503 Experts se define como los grupos individuales de personas capaces de proporcionar información relevante sobre el mercado de la construcción, diseño y remodelación del hogar. Esta población se puede dividir en algunos grupos principales:

1. Propietarios de Viviendas:

- Propietarios actuales que están contemplando renovaciones o mejoras en sus hogares.
- Propietarios de proyectos de construcción recientemente completados, para entender sus experiencias y expectativas.

2. Inquilinos y Nuevos Compradores:

- Inquilinos que buscan personalizar o renovar espacios alquilados.
- Compradores de viviendas que están buscando activamente hacer una renovación en el hogar inmediatamente después de la compra.

3. Expertos del sector:

- Arquitectos y diseñadores de interiores que participan o influyen en el diseño de reformas.
- Contratistas y subcontratistas que ejecutan proyectos de construcción y renovación, comentando retos y novedades.

4. Expertos y consultores:

- Asesores en diseño y construcción que pueden proporcionar información sobre el mercado y la debida diligencia, así como sobre las mejores prácticas en la industria.

5. Entidades de construcción:

- Asociaciones relacionadas con la construcción y cámaras de comercio que pueden ofrecer perspectivas sobre el mercado, regulaciones y tendencias.

6. Clientes potenciales:

- Consumidores interesados que necesitan servicios de construcción y remodelación, que vendrán de las encuestas donde indican sus necesidades, preferencias y nivel de satisfacción con los servicios actuales.

2.1.6 Muestra.

Según Bernal (2006, p,165) la muestra “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio.

Se tomará como población objetivo a 160 posibles clientes en el área de San Salvador interesados en adquirir el servicio de House 503 Experts, con la finalidad de recolectar datos necesarios.

Así como también se considera la unidad de análisis a profesionales en la construcción de viviendas y remodelación de hogares.

El muestreo se ha realizado de manera no probabilística por conveniencia, de acuerdo a Sampieri tienen un valor limitado a la muestra en sí, mas no a la población. Es decir, los datos no pueden generalizarse a ésta. En las muestras de este tipo, la elección de los casos no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de personas que recolectan los datos (Sampieri, Baptista, & Fernández, 2014, p. 190).

Muestra	Tamaño de la muestra
Encuestas	50 Posibles clientes (24 hombres y 26 mujeres mayores de edad)
Entrevistas	13 profesionales en el rubro de construcción y remodelación de hogares

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación.

2.1.7 Técnicas de investigación.

Para la creación de HOUSE 503 Experts, el uso del método mixto de investigación es absolutamente clave para adquirir la información más pertinente sobre el mercado de la construcción, diseño y remodelación del hogar. A continuación, se presentan las técnicas utilizadas:

Encuesta cuantitativa:

Descripción: se llevan a cabo mediante cuestionarios bien diseñados, que se distribuyen entre un grupo de personas que representan a la población objetivo (dueños de viviendas, inquilinos, etc.).

Enfoque: la meta es juntar datos numéricos sobre lo que les gusta, lo que necesitan, cuanto pueden gastar y que tan satisfechos están con los servicios que ya existen.

Entrevista directa:

Descripción: charlas individuales con personas que tienen mucho conocimiento del sector y profesionales de la construcción.

Objetivo: se busca entender a fondo sus puntos de vista, conocer las vivencias, que esperan y que es lo que está en el mercado.

2.1.8 Instrumento de la investigación.

El cuestionario se define como “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir”. (Sampieri, Baptista, & Fernández, 2014, p. 217).

Para la recopilación de datos se utilizó el cuestionario dirigido a posibles clientes de House 503 Experts, instrumento de la técnica de la encuesta, que consta de doce preguntas: 4 de clasificación de datos y 8 preguntas principales del cuestionario. (Ver anexo #1).

Para los especialistas de la industria se empleó un cuestionario de diez preguntas elaborado cuidadosamente. Se busca que los participantes aporten información clave para el estudio necesario del proyecto. (Ver anexo #2).

2.1.9 Presentación de resultados

A continuación, se presenta el análisis y las representaciones visuales de los datos obtenidos de la encuesta realizada a posibles usuarios de House 503 Experts.

2.1.9.1 ENCUESTA

Pregunta 1. Género.

Objetivo: Definir el género de las personas a las cuales se les realizó la encuesta.

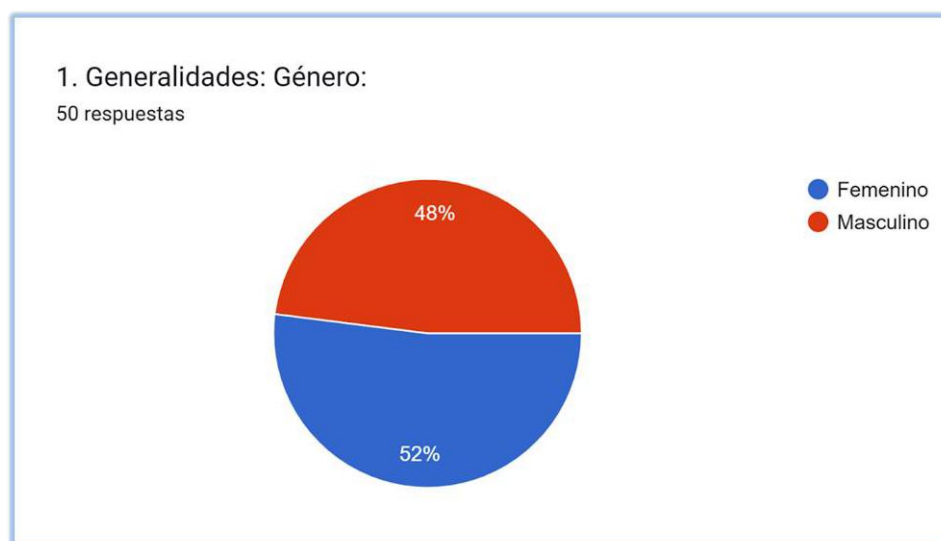


Figura 1. Género de los encuestados.

Tabla 1
Género de los encuestados.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	24	48%
Femenino	26	52%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: en la encuesta, las mujeres representan un 52% de los encuestados son mujeres y el 48% hombres, con una leve preponderancia femenina.

Análisis: Estos datos sugieren que el universo de la renovación y construcción de hogares capta más la atención del público femenino.

Pregunta 2. Edad.

Objetivo: Identificar el público objetivo ideal para la propuesta de negocio de House 503 Experts.

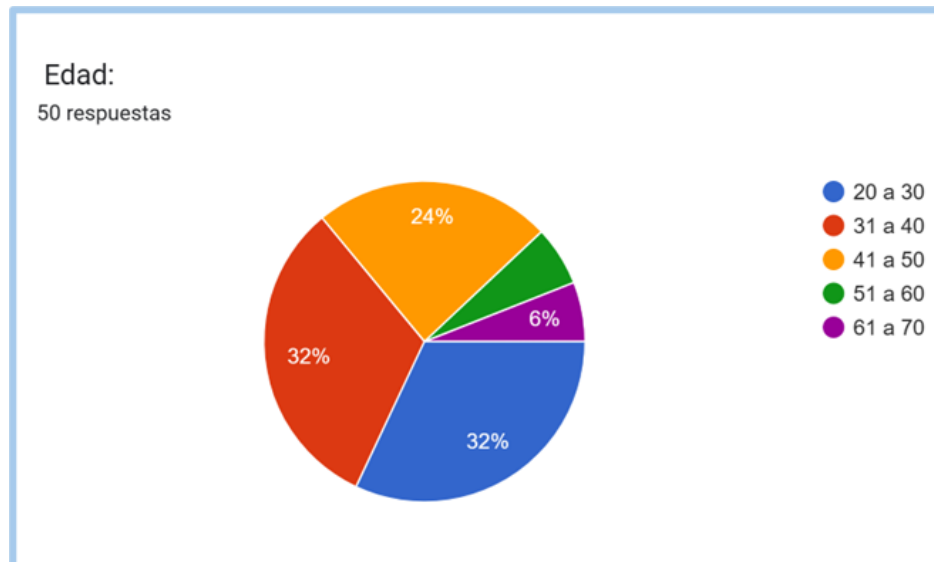


Figura 2. Edad de los encuestados.

Tabla 2
Edad de los encuestados.

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
20-30 años	16	32%
31-40 años	16	32%
41-50 años	12	24%
51-60 años	3	6%
61-70 años	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: un 32% de los encuestados tiene entre los 20 y 30 años, otro 32% entre 31 y 40, un 24% entre los 41 y 50, un 6% entre los 51 y 60 y el 6% restante entre los 61 y 70 años.

Análisis: la publicidad se enfocará en las edades de 20 a 50 años, quienes más usan House 503 Experts.

Pregunta 3. Ingresos familiares.

Objetivo: Conocer el nivel de ingresos de las familias para identificar clientes potenciales que incluyan en su presupuesto una remodelación.

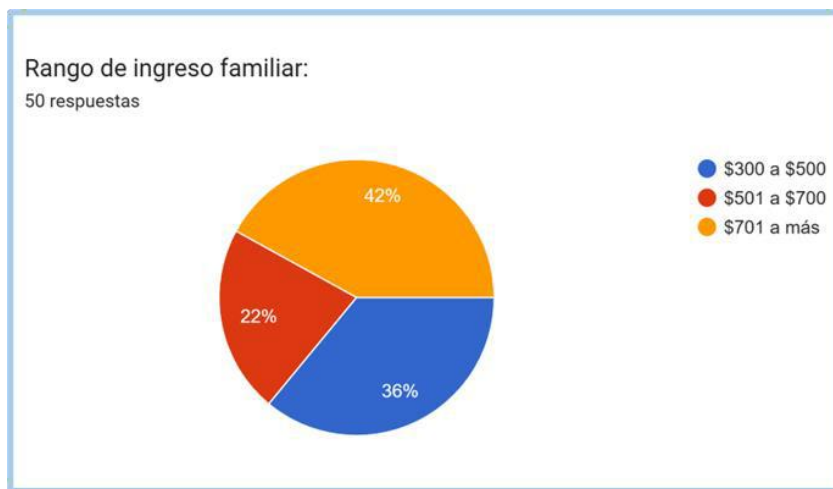


Figura 3. Nivel de ingresos de los encuestados.

Tabla 3
Nivel de ingresos de los encuestados.

Nivel de ingresos	Frecuencia	Porcentaje
\$300 a \$500	21	42%
\$501 a \$700	18	36%
\$701 a más	11	22%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: los datos obtenidos, muestran que, del total de las personas sondeadas, un 42% tiene ingresos familiares de \$300 a \$500, un 36% de \$501 a \$700, y un 22% gana más de \$700.

Análisis: Esto indica que House 503 Experts puede captar a personas que buscan mejorar sus casas.

Pregunta 4. Ocupación o actividad a la que se dedica.

Objetivo: Conocer la ocupación o actividad a la que se dedican las personas encuestadas para identificar la situación económica actual.

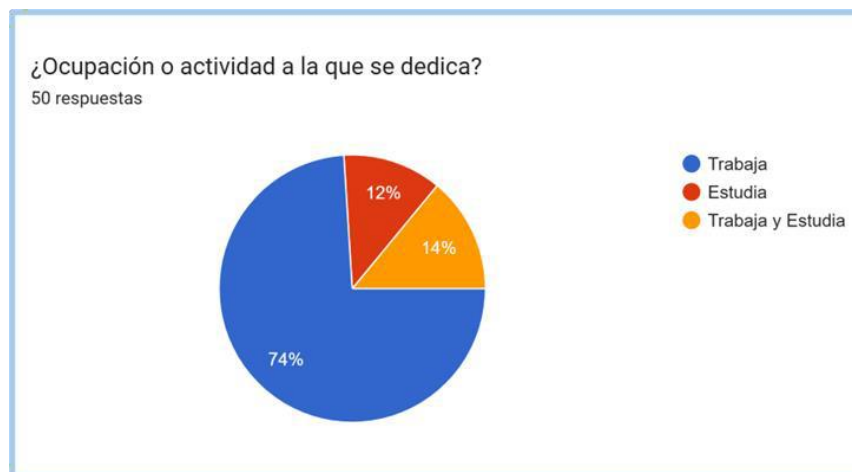


Figura 4. Ocupación o actividad de los encuestados.

Tabla 4
Ocupación o actividad a la que se dedica.

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja	34	74%
Estudia	7	14%
Trabaja y estudia	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: la información que se obtuvo revela que el 74% de los participantes laboran, el 14% estudian y el 12% combinan ambas ocupaciones.

Análisis: en consecuencia, la mayoría de los participantes gozan de ingresos mensuales fijos, lo cual insinúa que la coyuntura económica actual podría influir.

Pregunta 5. Servicios que frecuentemente se contratan.

Objetivo: Identificar cuáles son los servicios que se contratan con mayor frecuencia en las residencias, para que en la propuesta de negocio se incluyan los servicios de acuerdo a las necesidades del público objetivo.



Figura 5. Servicios que frecuentemente contratan los encuestados.

Tabla 5
Servicios que frecuentemente se contratan.

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Reparaciones	31	62%
Remodelaciones	11	22%
Construcción	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: los resultados señalan que, del total de participantes, un 62% necesita servicios de reparación, un 22% busca remodelaciones y un 16% necesita construcción.

Análisis: los arreglos de reparación son los servicios con mayor demanda, con las remodelaciones en segundo lugar. Esto implica que House 503 Experts podría priorizar las reparaciones en su estrategia, considerándolas su principal fuente de ganancias, ya que, satisfacen las necesidades más frecuentes del público objetivo.

Pregunta 6. Servicios de profesionales que se contratan.

Objetivo: Conocer qué tipo de profesional es el que se contrata con mayor frecuencia.



Figura 6. Profesionales que contratan los encuestados.

Tabla 6
Profesionales que frecuentemente se contratan.

Profesional	Frecuencia	Porcentaje
Albañil	32	64%
Electricista	9	18%
Fontaneros	6	12%
Arquitectos	0	0%
Ingenieros	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: en San Salvador, la albañilería, es el servicio más requerido un 64% del total. Los servicios de electricistas le siguen con un 18%, los fontaneros con un 12% y, finalmente, los ingenieros con un 6%.

Análisis: los Albañiles son, por lo tanto, los profesionales más requeridos, seguidos de cerca por electricistas y fontaneros. Para House 503 Experts, ofrecer los servicios que abarquen desde albañilería, hasta electricidad y fontanería resulta esencial para captar más clientes y responder a las necesidades del mercado.

Pregunta 7. Opciones de búsqueda para contratación de servicios.

Objetivo: Identificar cuál opción de búsqueda es la que prefieren los encuestados.



Figura 7. Opciones que prefieren los encuestados para buscar servicios.

Tabla 7
Opciones que prefieren los encuestados para buscar servicios.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Profesional recomendado	42	84%
Redes sociales	3	6%
Página web	3	6%
Visitar empresas	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: los datos obtenidos indican que un 84% de los encuestados elige buscar recomendaciones de personas de confianza al contratar un servicio. Un 6% utiliza plataformas sociales y sitios web, mientras que solo un 4% acude directamente a las compañías en busca de la alternativa más conveniente.

Análisis: las referencias de un experto son la vía predilecta para la búsqueda de servicios entre los encuestados; por consiguiente, el saber y la reputación brindados deberían incluir la contratación de expertos que, a través de su labor, logren atraer al mayor número posible de clientes.

Pregunta 8. Factores para la toma de decisión.

Objetivo: Identificar las categorías más influyentes al momento de la obtención de servicios.

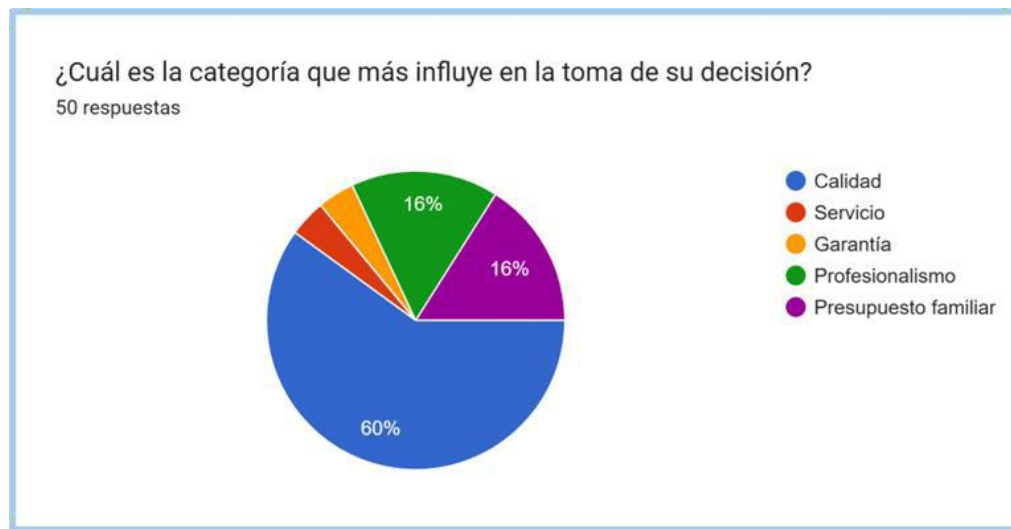


Figura 8. Categorías que influyen en la toma de decisión.

Tabla 8
Categorías que influyen en la toma de decisión.

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	30	60%
Servicio	2	4%
Garantía	2	4%
Profesionalismo	8	16%
Presupuesto Familiar	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: los datos obtenidos en relación con esta interrogante revelan que el factor determinante en la selección es la calidad, muestra un 60%. Le siguen en importancia el profesionalismo y el presupuesto familiar, ambos con un 16%, y finalmente, el servicio y la garantía, cada uno con un 4%.

Análisis: cuando se busca contratar algún servicio, particularmente si se trata de renovar o construir una casa, la buena calidad suele ser lo más importante a la hora de decidir.

Pregunta 9. Preferencia de servicios.

Objetivo: Conocer si los encuestados están dispuestos a adquirir los servicios de construcción y remodelación por medio de una página web.

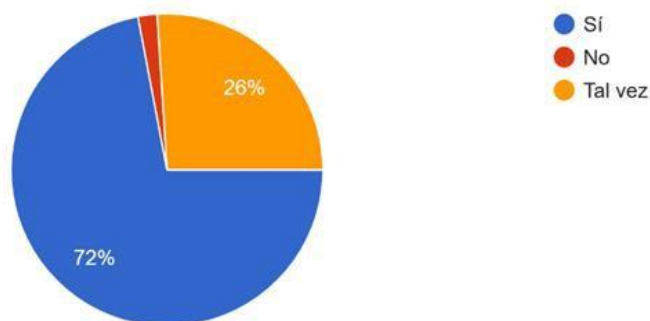


Figura 9. Opciones que prefieren los encuestados para buscar servicios.

Tabla 9
Opciones que prefieren los encuestados para buscar servicios.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	72%
No	13	26%
Talvez	1	2%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: al revisar las respuestas sobre esta interrogante, se observa un considerable 72% de las personas muestran interés en contratar servicios de construcción y remodelación a través de internet. Por el contrario, un 26% mostro su desacuerdo, mientras que un pequeño 2% no estaba seguro.

Análisis: la mayoría de los encuestados se inclina por la idea de adquirir servicios de construcción y renovación por medio de una página web, se puede decir que House 503 Experts tiene una buena oportunidad de negocio.

Pregunta 10. Servicios de preferencia

Objetivo: Identificar cuáles servicios prefieren las personas encuestadas.

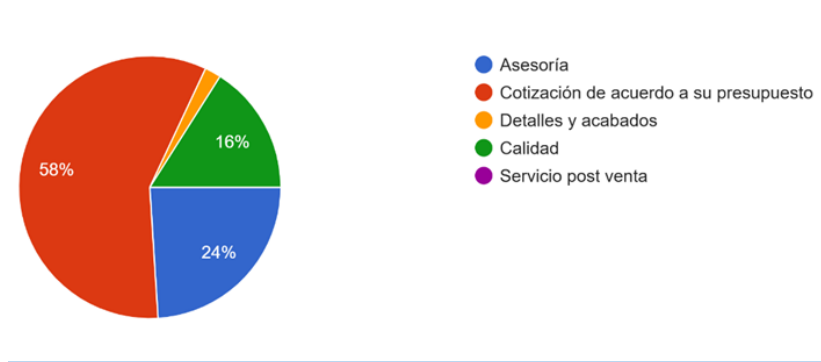


Figura 10. Servicios que les gustaría a los encuestados encontrar en la página web.

Tabla 10
Servicios que les gustaría a los encuestados encontrar en la página web.

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Cotización de acuerdo a su presupuesto	29	58%
Asesoría	12	24%
Calidad	8	16%
Detalles y acabados	1	2%
Servicio post venta	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: según los datos obtenidos en esta pregunta, vemos que, de todos los que participaron en la encuesta, un 58% prefiere contratar un servicio de cotizaciones que se ajuste a su presupuesto. Un 24% de preferencia por recibir ayuda, mientras que un 16% le da más importancia a la calidad. Finalmente, un 2% se fija en los detalles y acabados.

Análisis: para muchos encuestados, el coste es crucial al pedir precios, sobre todo para proyectos de construcción o reforma.

Pregunta 11. Foros en línea y asesorías virtuales.

Objetivo: Conocer la opinión de los encuestados en relación a los foros en línea y asesorías virtuales.

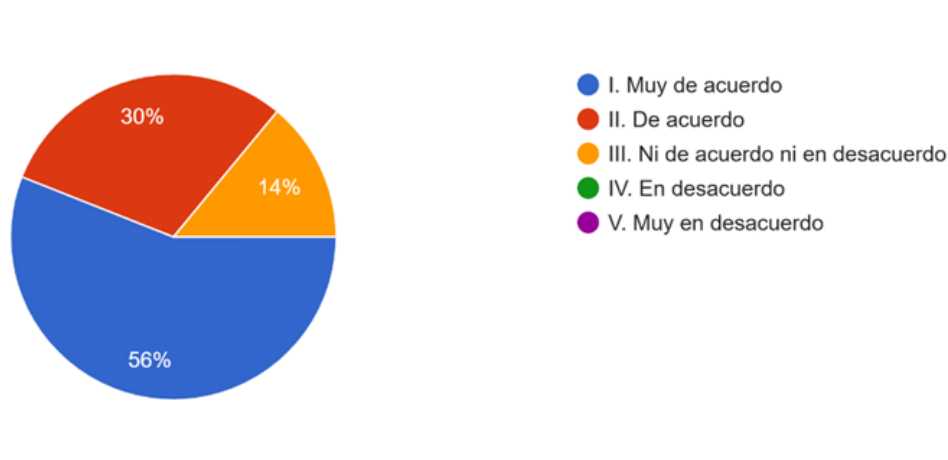


Figura 11. Opinión de los encuestados sobre los foros y asesorías virtuales.

Tabla 11
Opinión de los encuestados sobre los foros y asesorías virtuales.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	28	56%
De acuerdo	15	30%
Talvez	7	14%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: analizando las respuestas un 56% apoya mucho el interactuar en foros y recibir asesoramiento online, un 30% lo ve bien, y un 14% se lo plantearía.

Análisis: El notable interés manifestado por los encuestados hacia los foros virtuales y el asesoramiento en línea representa una valiosa ocasión para que House 503 Experts capte nuevos usuarios.

Pregunta 12. Método de pago.

Objetivo: Identificar el método de pago con mayor preferencia.

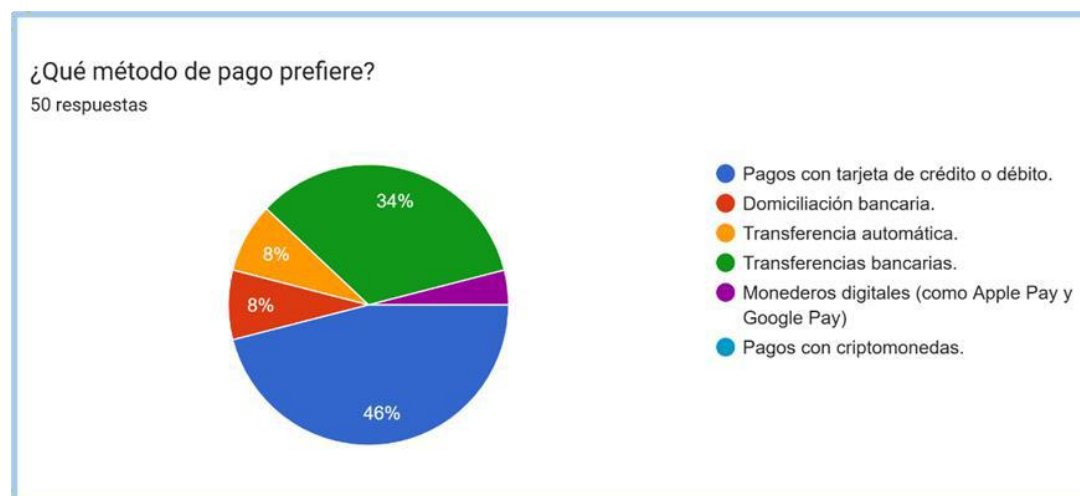


Figura 12. Método de pago que prefieren los encuestados.

Tabla 12
Método de pago que prefieren los encuestados.

Método	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeta de crédito	23	46%
Domiciliación bancaria	4	8%
Transferencia automática	4	8%
Transferencia bancaria	17	34%
Monederos digitales	2	4%
Pagos con criptomonedas	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: En relación con la consulta realizada, la información recabada revela que, del conjunto de participantes, un 46% opta por abonar con tarjeta de crédito. Un 8% elige la domiciliación bancaria, otro 8% se inclina por la transferencia automática, un 34% se decide por la transferencia bancaria tradicional y solo un 4% utiliza monederos digitales.

Análisis: El método de pago predilecto es la tarjeta de crédito.

2.1.9.2 ENTREVISTA

- Interés en participar en el modelo de negocio.

El modelo de negocios que plantea House 503 Experts pretende dar oportunidad a profesionales en el rubro, que deseen trabajar por proyecto, de manera colaborativa, y con flexibilidad de horarios; De los 15 profesionales entrevistados la disponibilidad reflejada es del 100% favorable.



Figura 13. Interés en participar en el modelo de negocio

Tabla 13

Interés en participar en el modelo de negocio

Profesión	N° de personas
Arquitecto	4
Electricista	2
Ingeniero	7
Total	13

- Aspectos que resultan más atractivos de esta colaboración

Objetivo: Conocer la disponibilidad de profesionales para cada rubro y así considerarlos en los proyectos adquiridos.



Figura 14. Disponibilidad de profesionales por rubro.

Tabla 14

Disponibilidad de profesionales por rubro

Opciones de respuestas	N° de personas
Supervisión de proyectos	2
Diseño interiores y exteriores	5
Diseño estructural o arquitectónico	1
Administración de proyectos	3
Ingeniería eléctrica	1
Topografía	1
Planeación	0
Maestro de obra	1
Plomería	0
Electricista	0
Profesional de fibras	0

Interpretación: El 38.5% de los profesionales están interesados en brindar servicio en diseño de interiores y exteriores; el 23.1% en participar como maestros de obra y un 15.4% como supervisores en el área de proyectos

Análisis: Se refleja en el resultado que la mayor parte de los profesionales están interesados en participar en el área de diseño de interiores, por lo tanto, tenemos el reto de promover y hacer la convocatoria de las áreas profesionales que no se reflejan en la intención de trabajo.

- Proyectos adicionales que cada profesional puede asumir en un mes, considerando tus compromisos actuales.

Objetivo: Evaluar la capacidad de cada profesional para cubrir proyectos, considerando cómo equilibrarían esto con sus tareas primarias o secundarias. complementarias.

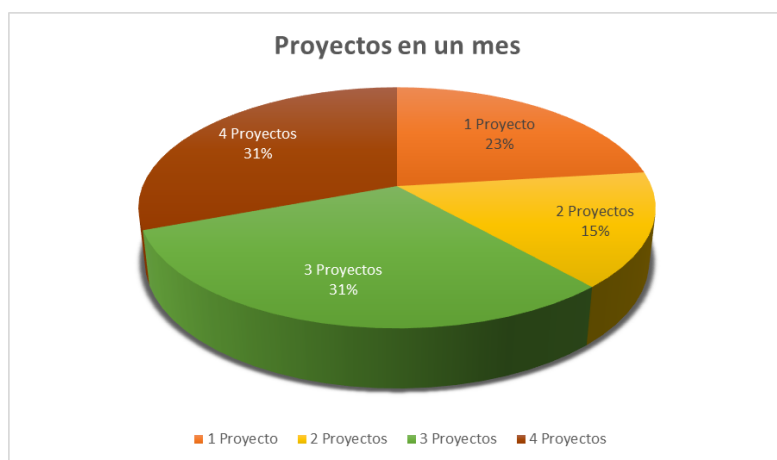


Figura 15. Disponibilidad en proyectos en el mes.

Tabla 15
Proyectos a asumir en un mes.

Proyectos	Frecuencia	Porcentaje
1 Proyectos	3	23%
2 Proyectos	2	15%
3 Proyectos	4	31%
4 Proyectos	4	31%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia.

Resultados: De las 13 personas que respondieron, un 23% (3) se comprometió a un proyecto mensual, un 15% (2) a dos proyectos, un 31% (4) a tres y otro 31% (4) a cuatro.

Conclusión:

Los 13 participantes pueden asumir 33 proyectos al mes en total. Esta cifra podría usarse como base para definir el número máximo de proyectos que se pueden cubrir.

- Flexibilidad en el horario para participar en foros y colaborar en blogs

Objetivo: Conocer cuántos profesionales estarían dispuestos a participar de forma voluntaria en foros y blogs.

Tabla 16
Flexibilidad de horario en participación.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	85%
NO	2	15%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 16. Flexibilidad en horario del profesional.

Interpretación: Del total de encuestados el 85% que corresponde a los 11 profesionales entrevistados, está dispuesto a participar de forma voluntaria en foros y blogs.

Análisis: El resultado refleja que la mayoría de los entrevistados tiene la disponibilidad y el tiempo de participar en los espacios colaborativos, por lo cual se estima que dichos espacios contarán con material suficiente.

- Experiencia en proyectos de diseño y construcción residencial

Objetivo: Determinar la cantidad de profesionales especializados en el rubro de hogares o espacios residenciales.

Opciones de respuestas	N° de personas
1 a 2 años	7
3 a 6 años	4
10 o más años	2



Figura 17. Experiencia en proyectos de diseño y construcción.

Interpretación: Después de analizar la información recabada de los expertos, se aprecia que un 46. 2% cuenta con una trayectoria profesional de tres años o más.

Análisis: Es crucial conocer el nivel de experiencia de los profesionales para poder brindar un servicio que cumpla con altos estándares de calidad.

- Áreas específicas en las que a los profesionales les gustaría enfocarse

Objetivo: Determinar con precisión los campos de interés y el nivel de solicitud de los mismos por parte de los profesionales.

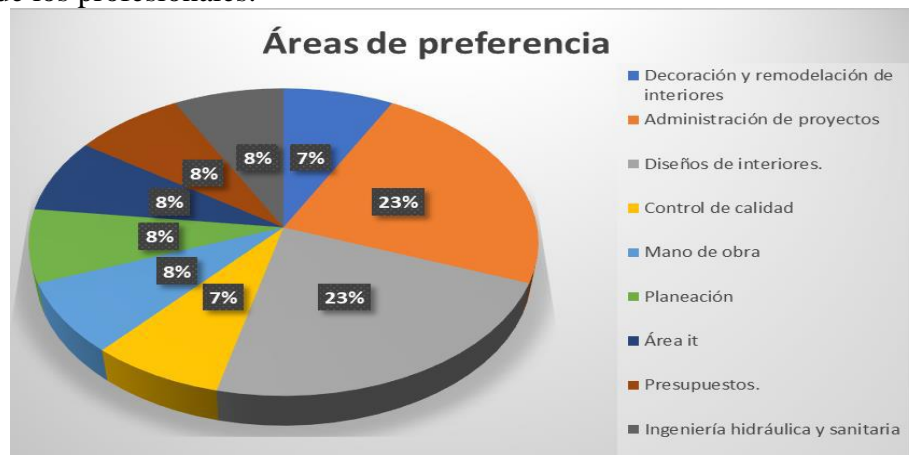


Figura 17. Áreas de preferencia de los profesionales.

Interpretación: Un notable 76% muestra inclinación por involucrarse en el ámbito operativo de la compañía, frente a un 24% que busca participar en la gestión administrativa.

Análisis: El mayor porcentaje de profesionales desean participar en el área operativa por lo cual se refuerza la capacidad de respuesta que House 503 Experts podría ofrecer.

- Participación activa en foros y blogs para compartir los conocimientos y experiencias.

Objetivo: Confirmar cuantos expertos desean colaborar generando material para las zonas comunes del portal de House 503 Experts.

Participar activamente en foros y blogs para compartir tus conocimientos y experiencias

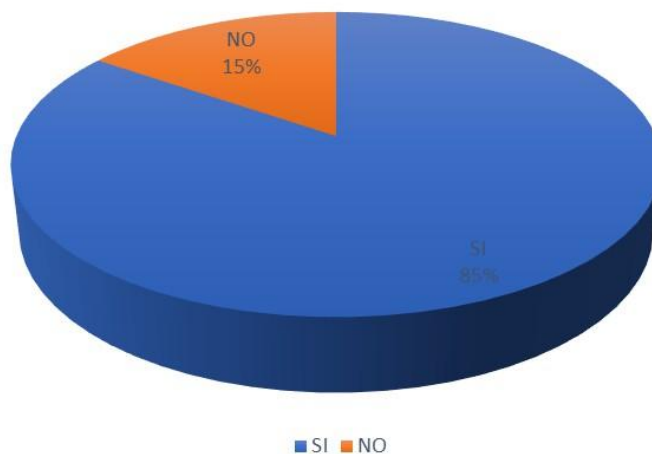


Figura 18. Participación activa en foros y blogs de los profesionales.

Interpretación: Un notable 85% se muestra inclinado a involucrarse de manera activa, mientras que un 15%, sin explicitar las razones, prefiere no contribuir.

Análisis:

Los resultados nos garantizan que en base a la disponibilidad de los profesionales se podrá contar con una buena cantidad de contenido orgánico.

- Temas que los profesionales consideran que serían más relevantes para los clientes y otros profesionales

Objetivo: Contar con la opinión de los profesionales para la elección de temas a manejar en los espacios colaborativos y participativos.



Figura 19. Temas más relevantes para clientes y profesionales.

Interpretación: El 25% coincide en que es importante manejar temas de costos y presupuestos contra un 75% que considera otros temas de aspectos técnicos.

Análisis:

El enfoque de los profesionales ha sido tocar temas técnicos, dejando de lado temas de interés para los clientes por lo tanto debemos saber segmentar la opinión de los profesionales y mantener el enfoque de la empresa.

- Expectativa en cuanto a honorarios por servicios profesionales

Objetivo: Determinar, tomando como referencia los promedios de distintos proyectos, cuáles son las ambiciones salariales de los profesionales.



Figura 20. Expectativa en cuanto a honorarios por tus servicios profesionales.

Interpretación: Un 77% de los profesionales tiene aspiraciones de percibir ingresos entre \$1000 a \$3000, y un 23% aspira al rango de \$500 a \$1000.

Análisis: En términos generales, las expectativas salariales de los expertos son bastante elevados, pero las estimaciones de alcance de los proyectos facilitarán una aproximación más certera a dichos ingresos.

- Estructurara los pagos en este modelo de trabajo por proyectos

Objetivo: Determinar la capacidad de respuesta que como empresa podemos cubrir las expectativas de pago.

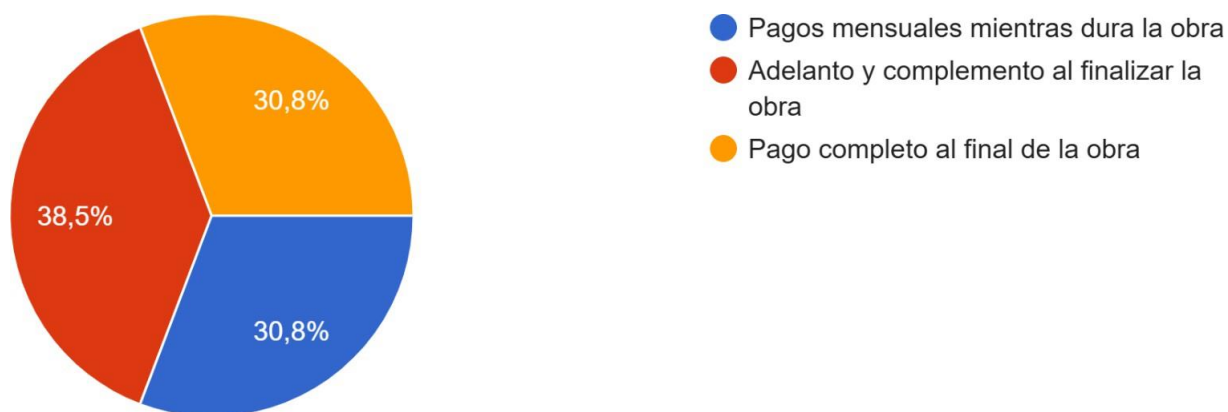


Figura 21. Estructura de los pagos en este modelo de trabajo por proyectos

Interpretación: El 38.5% prefieren percibir un 50% de adelanto por el total de pagos de honorarios por la obra, el 30.8% prefieren recibir el pago completo al final de proyecto y un 30.8% optaron por recibir pagos mensuales.

Análisis:

Para la empresa es más conveniente entregar pagos mensuales, por lo tanto, se debe trabajar en la manera de negociar con el alto porcentaje de profesionales que prefieren recibir un 50% de sus honorarios de manera previa a la ejecución del proyecto.

2.2 Diagnóstico

House 503 Experts, es una oportunidad de negocio, considerando que el 100% de los usuarios encuestados muestran interés en la forma que se presenta, considerando además que el 77% de los profesionales que trabajan de manera integral y personalizada, están dispuestos a trabajar para cubrir las necesidades de diseño, construcción y remodelación del público objetivo.

El 55% considera que House 503 Experts puede maximizar la experiencia del usuario a través de la plataforma en línea, además de mejorar comunicación entre clientes y profesionales por medio de sus blogs y foros en los que un 84% de los profesionales están dispuestos a colaborar brindando información sobre la actualización en tendencias, tecnologías y promoviendo la conciencia ambiental y sostenibilidad.

House 503 Experts, brinda oportunidades de crecimiento en el comercio electrónico, ya que el 73% está dispuesto adquirir servicios de diseño, construcción y remodelación de espacios habitacionales.

2.2.2 Desarrollo de las Fuerzas de Michael Porter.

1) Amenaza de nuevos competidores.

Análisis de competencia.

Descripción: Estudiar a empresas competidoras en el sector de construcción y remodelación, analizando sus ofertas, precios y estrategias de marketing.

Objetivo: Identificar fortalezas y debilidades de la competencia y encontrar oportunidades de diferenciación para House 503 Experts.

En este sector, el nivel de amenaza es relativamente alto. El auge del comercio electrónico y las plataformas digitales permite que nuevos competidores entren rápidamente al mercado. House 503 Experts puede combinar tecnologías avanzadas (como la inteligencia artificial) y marketing para destacarse de otros expertos por la calidad de sus servicios.

2) Poder de negociación de los proveedores.

En esta fuerza, House 503 Experts dependerá de proveedores de servicios de alojamiento web, como proveedores de hosting para comercio electrónico, así como proveedores de hosting para herramientas de diseño y construcción.

Proveedores de materiales y accesorios: en el caso de la tienda virtual de accesorios para el hogar, los proveedores de productos pueden tener diferentes niveles de poder de negociación dependiendo del nivel al que la oferta sea exclusiva y presente en el mercado.

Impacto en House 503 Experts, utilizará su posición para impulsar precios competitivos, así como ofertas de productos exclusivos a través de negociaciones con proveedores. La diversificación de proveedores y la búsqueda de acuerdos estratégicos ayudan a mitigar riesgos, asegurar la calidad y los costos.

3) Poder de negociación de los clientes.

Dado que el servicio es altamente vertical, el poder de negociación para los clientes potenciales es alto.

La información que mejora el poder de negociación de los clientes de House 503 Experts se equilibrará con un servicio personalizado, contenido valioso en vlogs y foros, y la experiencia de usuario. Las tendencias en la industria minorista, como las tecnologías mejoradas y una tienda virtual inventiva, podrían marcar la diferencia.

4) Amenaza de productos o servicios sustitutos.

Habrán amenazas significativas en este sector ya que los clientes pueden elegir entre diseños tradicionales o servicios de remodelación, lo que significa que los consumidores pueden recurrir a lo que mejor conocemos.

5) Rivalidad entre competidores existentes.

La competencia en el mercado de diseño digital y construcción podría ser excesiva, con muchas tiendas locales y mundiales ofreciendo servicios comparables.

Por lo tanto, necesitamos aplicarnos, como primera medida, para mantener el ritmo con los proveedores y productos más demandados. Por eso emplean tácticas para ofrecer la experiencia de compra definitiva en línea.

2.2.3 Desarrollo de PESTEL.

Factores políticos:

- **Estabilidad gubernamental:** la situación política tiene efectos que pueden causar retrasos más allá del sector en sí mismo e impactan la confianza tanto de los locales como de los compatriotas que buscan construir o remodelar en El Salvador.
- **Regulaciones y normas:** se deben conocer las leyes de construcción, zonificación y ambientales junto con los permisos que se requieren para operar.
- **Incentivos gubernamentales:** los programas o subsidios existentes que recompensan la construcción y remodelación de viviendas pueden representar oportunidades comerciales.

Factores económicos:

- **Crecimiento económico:** la tasa de crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) puede influir en el poder adquisitivo de los consumidores y en las inversiones que fluyen hacia el sector de la construcción.
- **Tasa de interés:** algunos de los principales factores de los préstamos hipotecarios y el deseo de los consumidores de comprar propiedades o la demanda de renovación están relacionados con las tasas de interés o las condiciones de aplicación.

- **Alta inflación:** mientras la inflación se mantiene alta, habrá un aumento en el costo de los materiales y la mano de obra, lo cual puede reducir la ganancia que está relacionada con las ventas.
- **Disponibilidad de mano de obra calificada:** la disponibilidad y salarios de diferentes niveles de habilidad en el mercado de la construcción son variables importantes.

Factores sociales:

- **Demografía:** el crecimiento de la población, así como la urbanización, afectan la demanda de viviendas y renovaciones.
- **Tendencias de estilo de vida:** los cambios en las preferencias del consumidor hacia viviendas más sostenibles o de estilo más moderno afectan los tipos de viviendas diseñadas y los servicios ofrecidos.
- **Cultura y valores:** la importancia de la calidad y la estética en la construcción varía, y reconocer esto ayudará en la alineación de los servicios proporcionados.

Factores tecnológicos:

- **Innovación en construcción:** las empresas que adoptan nuevas tecnologías como materiales sostenibles o técnicas de construcción modular son más competitivas, además de promover y utilizar productos o materiales que incorporan inteligencia artificial.
- **Digitalización:** el uso de software diseñados específicamente para el diseño y gestión de proyectos lleva a procesos más simplificados y mejora la comunicación con los clientes.
- **Redes sociales y marketing digital:** en un mercado cada vez más digitalizado, una presencia en línea y el uso de las redes sociales son esenciales para atraer clientes.

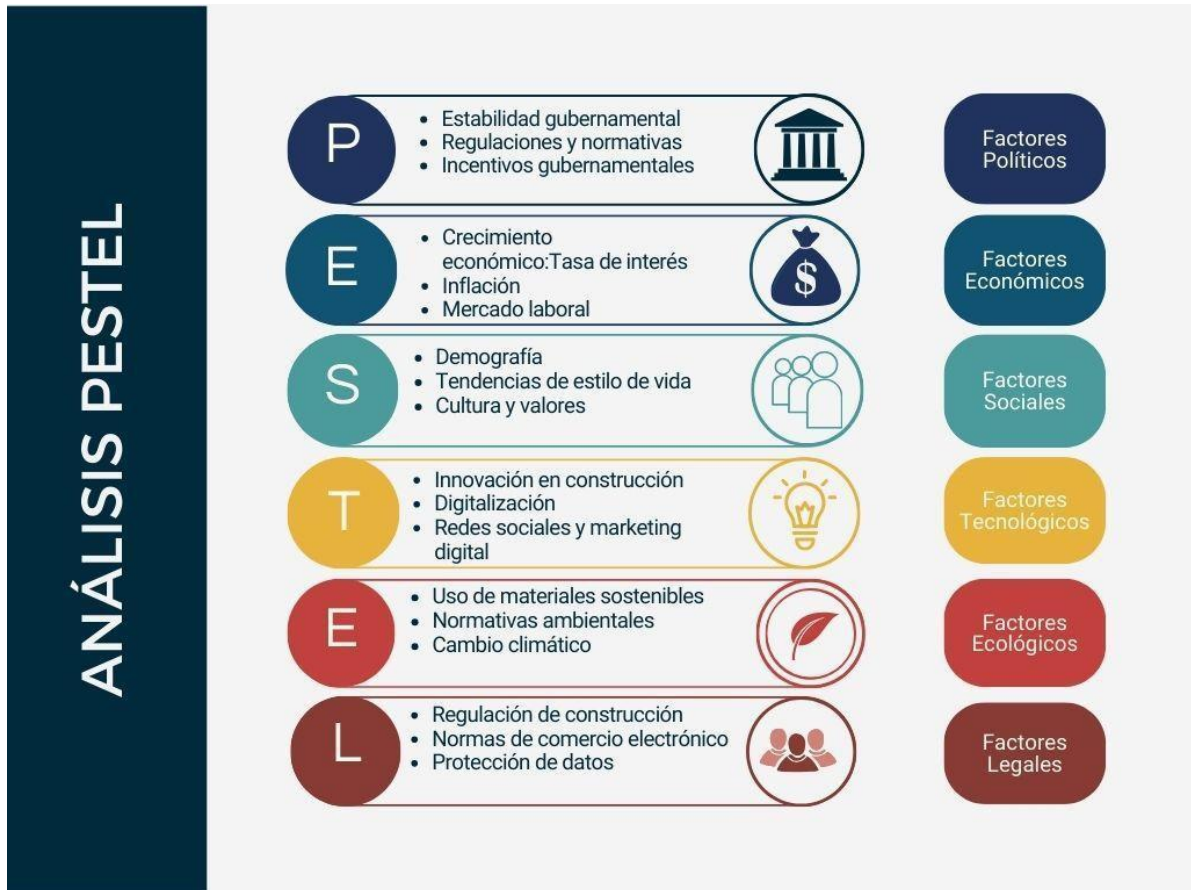
Factores ecológico o sustentable:

- **Uso de materiales sostenibles:** la demanda de materiales de construcción sostenibles podría fomentar el suministro de productos innovadores.
- **Normativas ambientales:** las leyes respecto a los desechos de la construcción y la eficiencia energética pueden impactar los costos y procesos.
- **Cambio climático:** la demanda por renovaciones y la elección de materiales resistentes pueden verse afectados por cosas como lluvias intensas o un terremoto.

Factores legales:

- **Regulación de construcción:** para evitar sanciones, se deben seguir los permisos de construcción y las regulaciones.

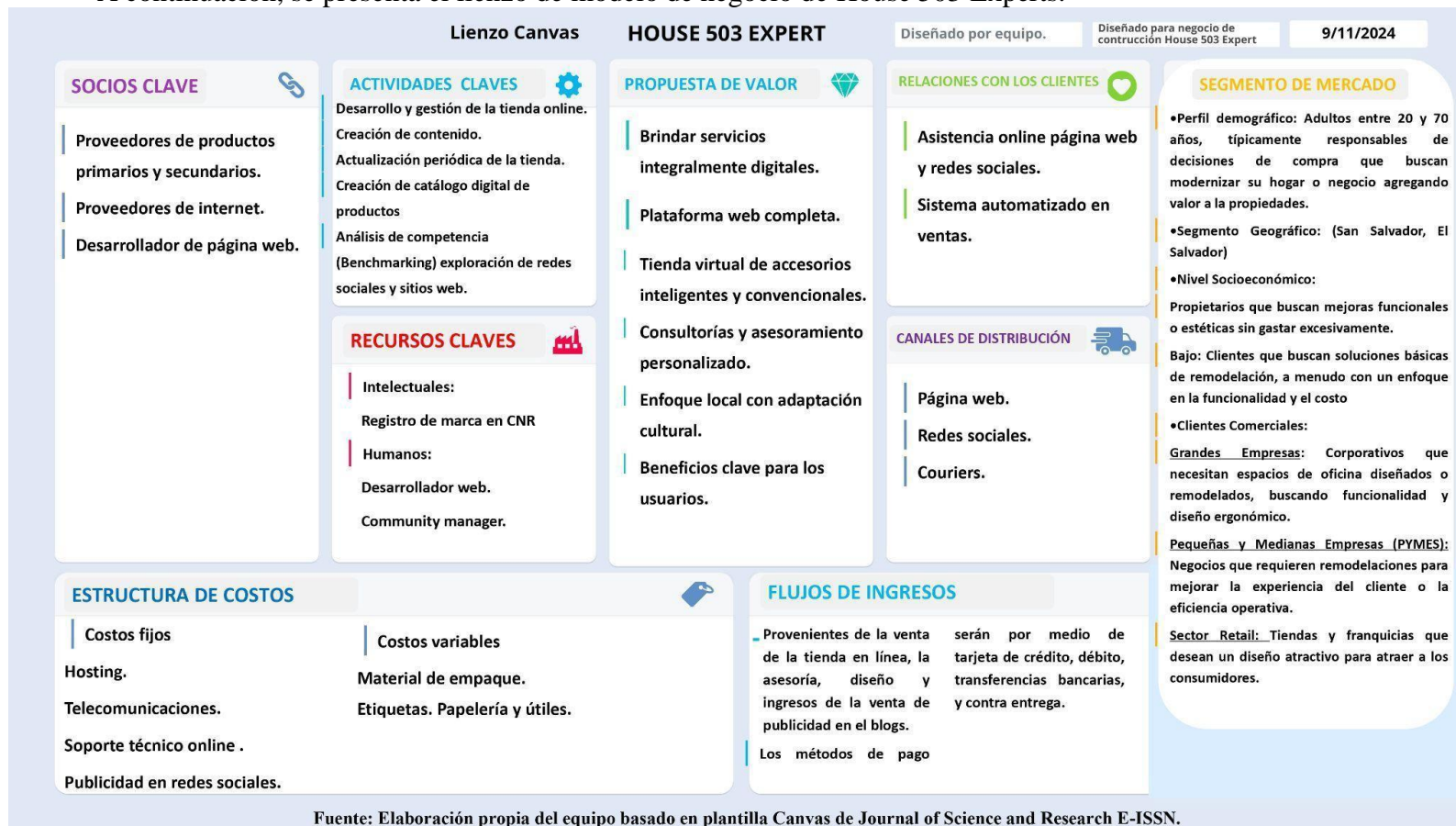
- **Normas de comercio electrónico:** es necesario cumplir con las normas sociales como las leyes de protección al consumidor y tributación digital.
- **Protección de datos:** la plataforma digital debe garantizar la privacidad y seguridad de los usuarios.



2.2.3. Lienzo CANVAS

El Business Model Canvas, o Lienzo de Modelo de Negocio, es una herramienta de gestión estratégica que permite visualizar y definir nueve elementos fundamentales de un negocio: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, flujos de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costos. (Crespo, 2022)

A continuación, se presenta el lienzo de modelo de negocio de House 503 Experts:



2.3. Conclusiones del Diagnóstico de la Situación

La situación actual claramente necesita promover el servicio de acuerdo con las necesidades de los consumidores. Debido a la conveniencia para los consumidores potenciales, así como a la garantía y seguridad para los usuarios en casa o en el trabajo, la oportunidad de negocio en el mercado es alta para la provisión de este tipo de servicio.

Los datos obtenidos a través del formulario son muy importantes, porque las necesidades que presenten los futuros clientes permiten definir mejor el segmento de mercado que se quiere alcanzar. Este es un servicio que puede ser comercializado digitalmente y lograr un mayor alcance, encontrando aceptación entre el público objetivo.

Teniendo en cuenta el presupuesto que tienen las familias en el departamento de San Salvador para remodelar o hacer una construcción en la casa que poseen actualmente, se puede contar con un porcentaje bastante alto, por lo tanto, la oportunidad completa que House 503 Experts actualmente ofrece satisface lo que se necesita.

Al crear una comunidad social virtual, los foros, asesoría e interacción, se pueden generar clientes potenciales y únicamente de ellos se obtiene un mayor ingreso para la empresa de este tipo.

CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

La propuesta de modelo de negocio para House 503 Experts, se ha creado en función de las expectativas del consumidor, que buscan comodidad y eficiencia en todos los aspectos, incluyendo su forma de adquirir productos. Con un modelo de negocio bien fundamentado y estratégico; se transformaría la manera en que los clientes se enfocan en la remodelación y construcción de sus hogares, ofreciendo una experiencia de compra más fluida, rápida y accesible mediante descripciones de marca y los servicios disponibles.

También incluye la presentación de la estructura organizacional, el diseño del plan de marketing y la implementación de estrategias de Marketing Mix a partir los hallazgos obtenidos en la investigación realizada. La definición de la estructura de costos y del plan operativo se realizará de forma similar.

3.1 Descripción del negocio

House 503 Expert es un modelo de empresa creado para ofrecer una experiencia completamente nueva que se desarrollará en el ámbito digital, permitiendo de manera sencilla la adquisición de servicios relacionados con construcción y remodelación del hogar en el departamento de San Salvador.

3.1.1 Nombre del Negocio



Figura 1. Logo del negocio.
Fuente: Elaboración propia

Nombre legal: House 503 Experts, S.A. de C.V.

Nombre comercial: House 503 Experts

Se pretende una conexión amigable entre el concepto de hogar (House), el país (503), así como la calidad y experiencia (Experts).

Giro del negocio: Construcción, ampliación y reforma de edificios residenciales e instalaciones eléctricas y de fontanería y otras instalaciones para obras de construcción.

(Banco Central de Reserva de El Salvador, Oficina Nacional de Estadísticas y Censos, Unidad de clasificadores - Clasificación de actividades económicas de El Salvador 2022 / Cod. 1001-432)

3.1.2 Información General del Negocio

House 503 Experts nace con la idea de revolucionar el mercado de la forma en que se asimila la experiencia de diseño, construcción y renovación de los hogares. Incorporando las tendencias del sector, la experiencia y profesionalismo en la ejecución de proyectos y la tecnología se desarrollan con Ideas Lab y Saagie Solutions soluciones innovadoras adaptadas al cliente y a la coyuntura del mercado.

Sector/Rubro: Diseño, Construcción y Remodelación de Hogares.

3.2 MARCO ESTRATÉGICO

3.2.1 Misión

Misión.

Brindar a nuestros clientes un servicio de alta calidad en el área del diseño, construcción y remodelación de los hogares incorporando, calidad, innovación y tecnología, generar una comunidad espacial y unida en nuestras plataformas digitales.

3.2.2 Visión

Visión.

Cambiar la concepción que las personas tienen sobre la percepción del diseño y remodelación de la vivienda con soluciones innovadoras y personalizadas que se fusionen entre belleza, lo útil y la tecnología.

3.2.3 Valores

Innovación: mantenernos al día con las últimas tecnologías y sus tendencias para ofrecer soluciones de vanguardia.

Calidad: buscamos destacarnos en cada uno de nuestros procesos.

Compromiso: demostrar que servimos a nuestros clientes con una experiencia singular.

Integridad: actuamos en consonancia con nuestros valores personales y con principios que rigen nuestro negocio.



Figura 2. Valores del modelo de negocio House 503 Experts.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4 Objetivos

- Establecer la marca como una alternativa innovadora para contratar servicios de renovación y edificación de viviendas por internet.
- Ofrecer maneras originales de acceder al servicio, cubriendo las necesidades del cliente y aportando un valor único.

3.2.5 Metas

La meta de House 503 Experts, es modernizar el sector de la construcción y el diseño en el territorio, brindando una solución completa para cada hogar.

House 503 Experts, una plataforma digital vanguardista, facilita servicios de diseño y remodelación a medida; además de productos de construcción apropiados y de alta calidad para el hogar, priorizando la tecnología inteligente.

Se pretende impulsar una comunidad online dinámica, que facilite a los clientes las soluciones que buscan, mientras estimula la interacción, la formación y los orienta para tomar decisiones fundamentadas para sus proyectos. Con un enfoque integral e integración de tecnología en cada servicio y producto ofrecido, aspira a ser un referente en este campo, al tiempo que contribuye al bienestar de los usuarios con soluciones que promueven una mejor calidad de vida basada en la tecnología.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Productos (tienda en línea)

- Materiales de construcción: herramientas, materiales y equipos de calidad.
- Decoración y complementos para el hogar: mobiliario, iluminación, textiles y más.
- Soluciones inteligentes: dispositivos con inteligencia artificial para optimizar la funcionalidad del hogar como: termostatos, cerraduras y sistemas de seguridad.

Servicios

1. Construcción de proyectos
 - Diseño y desarrollo arquitectónico.
 - Supervisión y ejecución de obras civiles.
 - Edificaciones personalizadas según las necesidades del cliente.
2. Remodelación y renovación
 - Transformación de espacios interiores y exteriores.
 - Mejora de áreas específicas como: cocinas, baños y jardines.
 - Asesoría en elección de materiales y estilos.
3. Instalaciones técnicas
 - Instalaciones eléctricas: desde cableado hasta sistemas de iluminación inteligente.
 - Sistemas hidráulicos: reparación e instalación de tuberías y redes de agua.
 - Soluciones de climatización y eficiencia energética.
4. Levantamientos topográficos y diseño estructural
 - Análisis de terreno y estudios previos.
 - Creación de planos y propuestas estructurales basadas en normativas locales.
5. Servicios a través de la plataforma Online
 - Vlog Informativo
 - Artículos tendencias actuales en construcción, diseño y decoración.
 - Consejos útiles para optimizar espacios y presupuestos.
 - Innovaciones tecnológicas en el sector de la construcción.
 - Foro de Consultas y Comunicación
 - Espacio para clientes que desean resolver dudas sobre proyectos.
 - Canal de interacción entre profesionales y personas en busca de servicios específicos.
 - Comunidad para compartir experiencias, opiniones y sugerencias.

3.3.1 Prototipos / Descripción General

Los prototipos son una herramienta decisiva en la creación de modelos de negocios novedosos y revolucionarios. Los prototipos son una técnica tomada inmediatamente de los campos del diseño y la ingeniería. El término es familiar para la mayoría de la gente en relación con el diseño de productos y arquitectura, y de forma más reciente, el diseño de interacción. La gestión empresarial en sí ha prestado bastante poca atención a los prototipos, ya que normalmente se realiza con algo menos tangible que el producto construido o el edificio. (Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010)

a) Prototipo de servicios de construcción y remodelación

Descripción:

- Diseño arquitectónico y planificación estructural.
- Ejecución de obras (interiores y exteriores).
- Servicios técnicos especializados (eléctricos, hidráulicos y levantamientos topográficos).

Características clave:

- Procesos eficientes y sostenibles.
- Supervisión continua con estándares de calidad.
- Equipos modernos y personal capacitado.

Interacción con el cliente:

- Sesiones iniciales de consulta para definir las necesidades.
- Seguimiento detallado del progreso del proyecto.
- Garantía en cada etapa de ejecución.

b) Prototipo de Vlog informativo

Descripción:

Un espacio en la página web donde se comparten conocimientos y tendencias sobre construcción, diseño y decoración.

Características clave:

- Secciones dedicadas a la innovación en los materiales y estilos de diseño.
- Consejos prácticos para el mantenimiento del hogar.
- Publicación regular de casos de éxito y proyectos destacados.

Interacción con los usuarios:

- Artículos que opción a comentarios.
- Sugerencias de temas por parte de los visitantes del sitio.

c) Prototipo del foro interactivo

Descripción:

Un espacio virtual donde los clientes y profesionales pueden interactuar, compartir ideas y resolver dudas.

Características clave:

- Categorías organizadas (preguntas técnicas, recomendaciones y tendencias).
- Moderación activa para mantener la calidad de las discusiones.
- Acceso a perfiles de expertos y sus proyectos previos.

Interacción con los usuarios:

- Respuestas personalizadas por parte del equipo de House 503 Experts.
- Participación de la comunidad en debates y sugerencias de proyectos.

d) Prototipo de la tienda en línea

Descripción:

E-commerce especializado en productos de construcción, decoración y soluciones inteligentes para el hogar.

Características clave:

- Catálogo dividido en:
 - Materiales de construcción.
 - Accesorios y decoración.
 - Dispositivos con inteligencia artificial (IA).
- Sistema de recomendaciones personalizadas basado en proyectos previos.
- Opciones de envío rápida y asistencia técnica postventa.

Interacción con los usuarios:

- Evaluaciones y calificaciones de productos.
- Ofertas exclusivas y paquetes personalizados para proyectos.

e) Prototipo de la interfaz web (Estructura general)

Inicio:

- Presentación visual atractiva con un banner que resalte proyectos recientes y promociones.
- Botones de acceso directo a Servicios, Vlog, foro y tienda en línea.

Sección de servicios:

- Detalle de cada servicio con ejemplos visuales (imágenes y videos).
- Formulario para agendar consultas o visitas técnicas.

Vlog:

- Entradas recientes destacadas con imágenes atractivas y títulos llamativos.
- Buscador para encontrar temas específicos.

Foro:

- Sistema de registro sencillo para participar.
- Categorías visibles desde la página principal.

Tienda en línea:

- Búsqueda avanzada y filtrado por categoría.
- Imágenes 3D de los productos.
- Integración de métodos de pago seguros y opciones de financiación.

f) Prototipo de experiencia del usuario escenario**Escenario:**

Un usuario ingresa al sitio web interesado en remodelar su casa.

1. **Inicio:** encuentra rápidamente la sección de remodelación con ejemplos inspiradores.
2. **Foro:** consulta sobre tendencias de diseño y recibe sugerencias de expertos.
3. **Tienda en línea:** compra materiales recomendados y accesorios decorativos con IA para personalizar su espacio.
4. **Vlog:** lee consejos sobre cómo mantener el nuevo diseño en óptimas condiciones.

3.4 VENTAJA COMPETITIVA

House 503 Experts revoluciona el sector de la construcción, remodelación y diseño del hogar con características distintivas y soluciones integrales. Las ventajas competitivas claves son las siguientes:

a) Servicios integrales y personalizados

- **Cobertura total:** desde la planificación y el diseño hasta la ejecución y el mantenimiento, incluyendo aspectos técnicos como instalaciones eléctricas, hidráulicas y levantamientos topográficos.
- **Adaptabilidad:** soluciones diseñadas para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente, integrando funcionalidad y estética.

b) Innovación tecnológica

- **Dispositivos inteligentes:** la inteligencia artificial (IA) permite soluciones de última generación que incluyen termostatos, cerraduras inteligentes y sistemas de automatización, todos disponibles en su tienda en línea.
- **Plataforma digital:** Un sitio web intuitivo con herramientas interactivas (foro, vlog tienda en línea), que brinda a los clientes acceso a servicios educativos de consultoría y de compra desde cualquier lugar.

c) Experiencia digital enriquecida

- **Vlog educativo:** esto implica la creación de actualizaciones y tendencias significativas de construcción y decoración, posicionamiento a la empresa como especialista y atrayendo tanto a profesionales de renovación y clientes.
- **Foro interactivo:** implica la comunicación inmediata entre clientes, expertos y proveedores, creando un ecosistema floreciente para que la confianza y las ideas prosperen.

d) Calidad y eficiencia

- **Estándares altos:** mientras que la mayoría se centraría solo en obtenerlo lo más pronto posible, especialmente en materiales y equipos de temporada alta, se garantizará durabilidad a largo plazo con un resultado final elegante.
- **Procesos optimizados:** equipos capacitados y procesos eficientes para cumplir con los plazos de entrega, con calidad asegurada.

e) Accesibilidad y conexión con el cliente

- **Soporte completo:** acompañamiento desde el inicio hasta la finalización del proyecto, donde el enfoque es resolver las dudas e ir más allá de las solicitudes.
- **Compromiso directo:** están disponibles a través de su foro y servicio de atención al cliente, brindando comunicación constante con los usuarios.

f) Diversificación de productos y servicios

- **Tienda en línea:** ofrece una variedad de productos de construcción, decoración y automatización del hogar.
- **Niveles de precios múltiples:** desde opciones económicas hasta soluciones premium de alta tecnología.

g) Compromiso con la sustentabilidad

- **Método verde:** implica el uso de métodos sostenibles y materiales amigables con el medio ambiente.
- **Viviendas eficientes en energía:** la defensa de soluciones inteligentes que mejoran el consumo energético de las localidades residenciales.

h) Comunidad de expertos y clientes

- **Red profesional:** permite a arquitectos, diseñadores y contratistas colaborar en una sola plataforma, creando un ecosistema de oportunidades e interdependencia.
- **Lealtad del cliente:** la satisfacción y la confianza del cliente conducen a relaciones de largo plazo.

i) Diferenciación en el mercado

- **Estrategia multicanal:** los servicios presenciales y digitales funcionan de manera integrada para ofrecer una experiencia de 360 grados.
- **Posicionamiento:** una sólida imagen de marca que fusiona la tradición en la construcción con la innovación tecnológica.

3.5 PLAN ORGANIZACIONAL

Un plan organizacional necesita ser internalizado dentro de la propia estructura. En ese sentido, House 503 Experts describe la visión estructural del negocio, explicando los roles que seguirán un camino claro hacia la finalización del proyecto, continuando con el desarrollo exitoso y resultados sostenibles.

a. Objetivos del plan organizacional

- * Definir y asignar la estructura general del negocio.
- * Desarrollar las áreas organizacionales y de gestión de House 503 Experts.
- * Determinar el proceso administrativo para el funcionamiento de la empresa.

b. Estructura organizativa de la empresa

La estructura interna dentro de la empresa se muestra de la siguiente manera; ayudando a priorizar, analizar y tomar decisiones cruciales sobre la reestructuración para mejorar dentro de esas áreas de House 503 Experts.

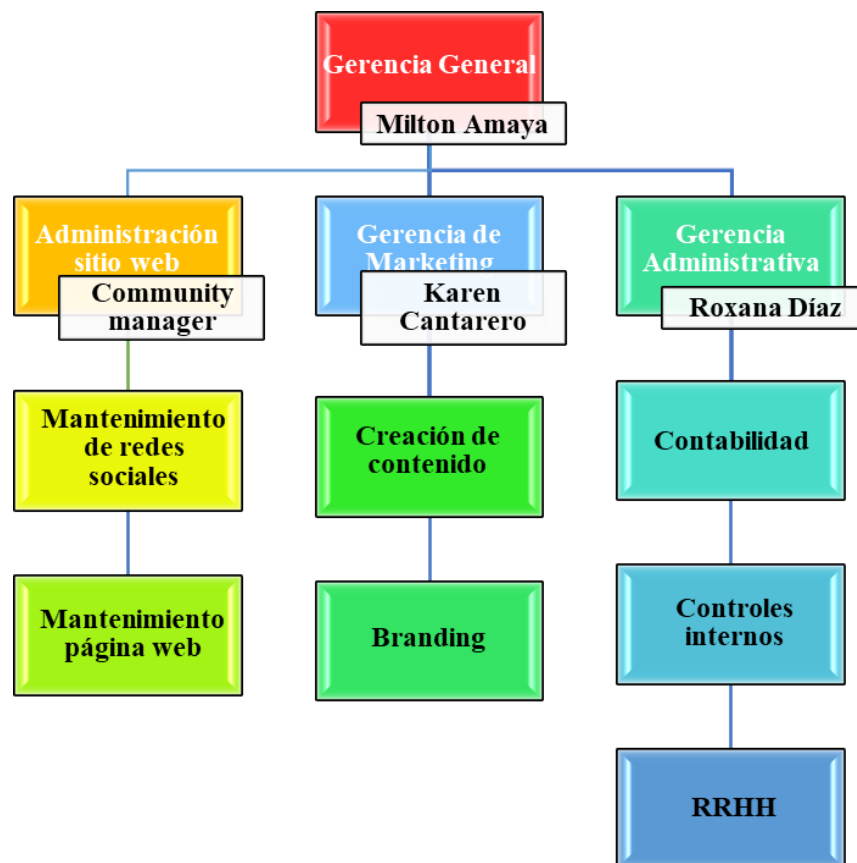


Figura 3. Organigrama empresarial House 503 Experts.

Fuente: Elaboración propia basada en (González,2010)

c. Organización de gestión y recursos humanos

Los campos de gestión son una prioridad en cualquier negocio y es importante describir cada una de estas áreas, así como las actividades representadas en cada una de ellas, y el conocimiento que se necesita tener en estos roles de la organización.

Tabla 1. Descripción de la organización de gestión.

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades Requeridas	N. de personas	¿Quién lo lleva a cabo?
Gerencia general	Planificar, organizar y controlar actividades de la empresa, coordinar con las gerencias de las diferentes áreas, toma de decisiones, supervisión general de actividades, análisis financiero	Liderazgo, responsabilidad, planificador, organizador, trabajo en equipo, estrategia, resolución de conflictos, relaciones interpersonales, comunicación	1	Milton Amaya
Gerencia administrativa	Mantener el buen funcionamiento de la empresa mediante el manejo de las finanzas, recursos humanos y planeación estratégica para lograr los objetivos y metas	Líder, trabajar bajo presión y en equipo, prestar atención a los detalles, ser confiable y saber escuchar.	1	Roxana Díaz
Gerencia de marketing	Desarrollar el reconocimiento de marca y su posicionamiento, así como estrategias de promoción, SEO/SEM, elaboración de presupuesto destinado a marketing.	Saber gestionar su tiempo, completar tareas con eficacia, liderazgo, trabajo bajo presión, creativo e innovador.	1	Karen Cantarero

Fuente: Elaboración propia.

d. Proceso Administrativo

Para Fayol, administrar significa planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Estas fases, a su vez, influyen los elementos de la administración: planeación, organización, dirección y control; etapas imprescindibles para la buena gestión gerencial.

Para que todos sus procesos administrativos se ejecuten de manera que avancen los objetivos y metas del negocio, House 503 Experts operará en las fases de: planificación, organización, dirección y control.

Al inicio de cada periodo, debe elaborarse un presupuesto general, omitiendo los gastos en cada área para que los diversos movimientos financieros de la empresa puedan ser debidamente controlados. También es necesario organizar todas las facturas recibidas de los proveedores para controlar los ingresos y gastos del negocio.

- **Proceso administrativo y financiero.**

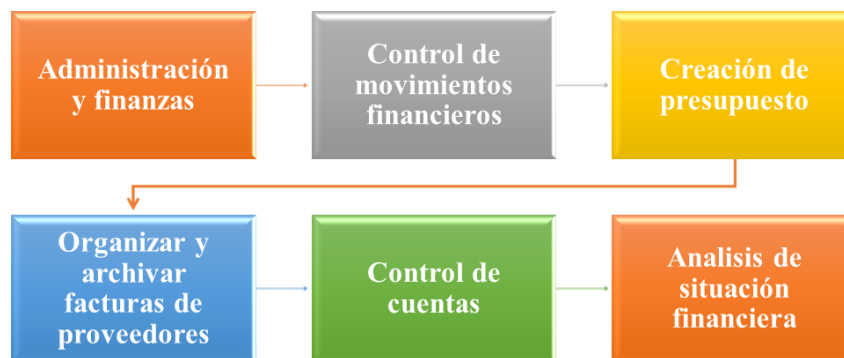


Figura 4. Proceso administrativo y financiero.

Fuente: Elaboración propia.

Si el análisis de la situación financiera da resultados financieros positivos indican que los objetivos y metas del negocio están siendo abordados. Si no es así, su planificación debe ajustarse para mejorar la rentabilidad.

- **Proceso de mercadeo y ventas.**

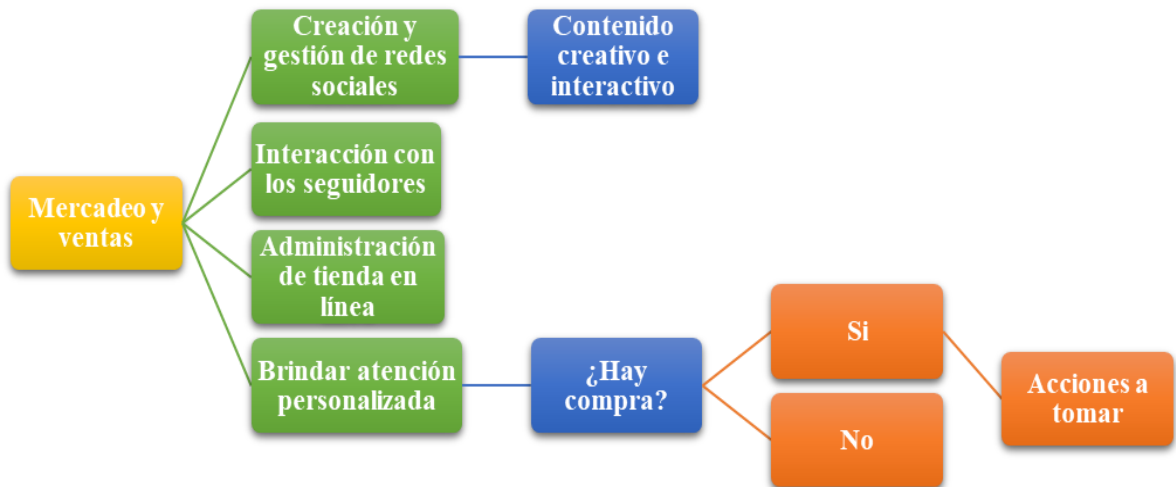


Figura 5. Proceso de mercadeo y ventas.

Fuente: Elaboración propia

Diseñando la presencia en redes sociales de House 503 Experts en los siguientes canales: Facebook, Instagram y TikTok, se lanzarán publicaciones atractivas y creativas para mostrar la identidad de la marca y permitir que el público interactúe con la marca en cada red.

Se debe verificar si hay compras en la plataforma en línea porque, si no las hay, se tomarán algunas acciones, como definir nuevas estrategias para aumentar la interacción en la red y, así, atraer nuevos clientes.

- **Proceso de talento humano**

Para cada tarea, se elegirá a la persona ideal mediante un proceso de selección. Se examinará cuidadosamente cada currículum para encontrar a los candidatos más prometedores.

Al contratar, se reunirá información clave de cada nuevo miembro, desde sus datos personales hasta su trayectoria profesional.

Después de las entrevistas, se realiza la contratación del nuevo personal, se dará la bienvenida a los elegidos, se integrarán a la empresa y se sumarán a la nómina, se definirá su salario y se le brindará lo que necesiten.

Cada persona será evaluada continuamente para asegurar que su desempeño sea el mejor posible en su rol.

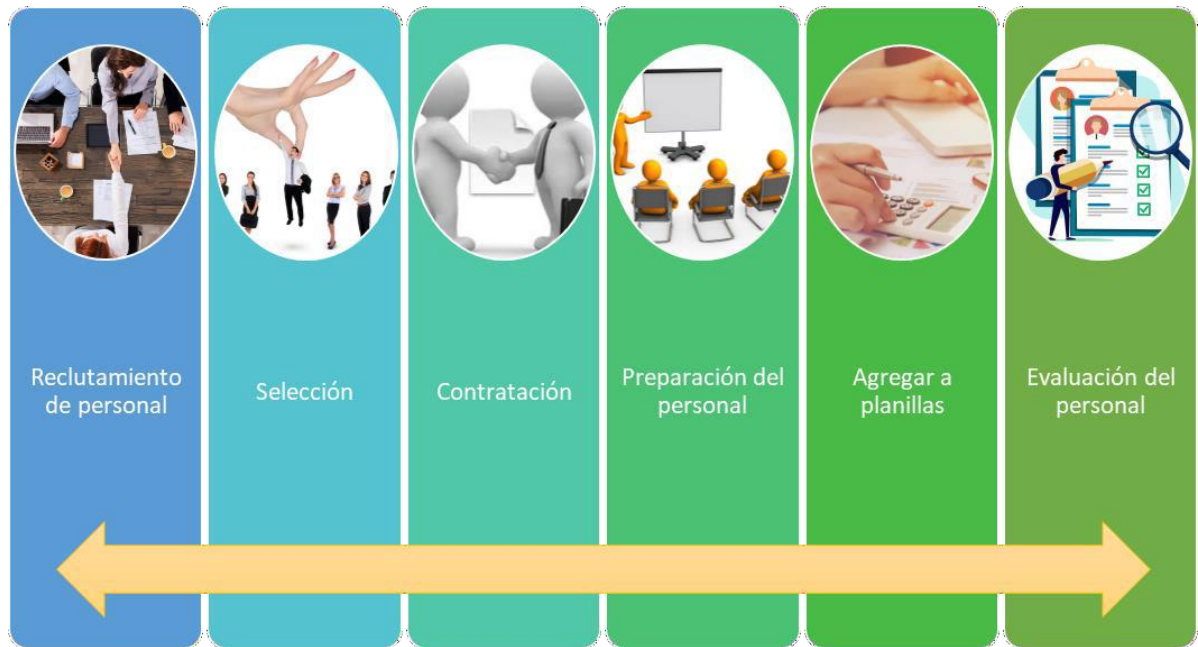


Figura 6. Proceso de recursos humanos

Fuente: Elaboración propia

e. Identificación y Características de Recursos Humanos

Para House 503 Experts comprender a fondo la naturaleza del capital humano es esencial, ya que, este concepto abarca mucho más que la simple gestión de personal. Involucra la integración de todos los aspectos del negocio, su misión de lograr metas estratégicas, y al mismo tiempo, brindar un entorno que valore y desarrolle a los empleados.

Las principales características de House 503 Experts son:

- **Fomentar un buen ambiente laboral.**

Es fundamental construir un espacio de trabajo donde la gente se sienta apreciada, respetada y motivada.

- **Establecer un sistema salarial justo.**

Diseñar sistemas equitativos donde los empleados reciban una remuneración adecuada por su trabajo, en comparación con roles similares en el mercado.

- **Evaluar el desempeño del personal.**

Es importante identificar a los empleados que cumplen sus funciones de manera satisfactoria y, por el contrario, a aquellos trabajadores que necesitan mejorar.

- **Elección de las personas adecuadas.**

Localizar a las personas idóneas para cubrir las plazas disponibles es esencial para el buen funcionamiento de cualquier organización. Es necesario perfilar puestos, publicar ofertas laborales, preseleccionar currículos, realizar entrevistas y gestionar los tests para la selección de personal.

- **Asegurar el cumplimiento legal.**

Esto implica, entre otras cosas, que la empresa cumpla con todas las leyes y regulaciones laborales pertinentes.

- **Gestionar los conflictos de manera eficaz.**

Administrar y mediar en los conflictos que puedan surgir entre los empleados, entre equipos o entre un empleado y la gerencia de la empresa.

- **Promover la diversidad y la inclusión en el trabajo.**

Ampliar la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo para fomentar un entorno laboral donde los empleados respeten la individualidad de los demás.

La eficiencia de la empresa se fortalece gracias a la gestión de los recursos humanos.

3.6 PLAN DE MERCADEO

De acuerdo con lo invitado por Kotler (2001), la planificación estratégica dirigida al mercado es el proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos y los recursos de la organización y las oportunidades cambiantes del mercado.

Con un plan detallado, todos los negocios estarán mejor situados para introducir un nuevo producto y están también mejor situados para vender los productos existentes. (Kotler & Armstrong, 2012) por lo tanto para House 503 Experts es importante que el plan de marketing desarrolle las estrategias y tácticas que permitan alcanzar los objetivos organizacionales, partiendo del cliente y con los recursos adecuados.

a. Objetivos del Plan de Mercadeo

General

Crear una plataforma digital para diseño, construcción y renovación en áreas residenciales que integre consultas personalizadas con secciones de intercambio de información en formato de vlog y foro, junto con la tienda virtual de accesorios para el hogar impulsada por tecnología de inteligencia artificial comercial.

Específicos

- 1) Para fidelizar a los clientes, ofrecemos servicios de diseño y remodelación a medida, comenzando con asesorías personalizadas, seguidas de presupuestos detallados y visitas técnicas para apoyar la planificación y desarrollo de cada proyecto.
- 2) Buscamos atraer a los usuarios compartiendo contenido actual y útil sobre diseño y construcción, con la meta de incrementar el uso en un 30% durante los primeros meses.

b. Resultados de la Investigación de Mercadeo

Análisis de la competencia.

Descripción: examinar empresas competidoras en el sector de construcción y remodelación, analizando sus ofertas, precios y estrategias de publicidad.

Objetivo: analizar información de los competidores, abarcando atributos, precios, atención al cliente y presencia en línea para hallar oportunidades de diferenciación para House 503 Experts.

En este sector, esta amenaza es comparativamente alta. Los nuevos competidores pueden ingresar fácilmente al mercado a través del e-commerce y plataformas digitales. A su vez Mientras tanto, los usuarios potenciales buscan la diferenciación en House 503 Experts en la calidad de los servicios, la integración de tecnologías avanzadas (ej., inteligencia artificial) y la eficiencia del marketing.

Segmentación del mercado

Los adultos entre 20 y 70 años, que generalmente toman las decisiones de compra en hogares o negocios.

Clientes residenciales

Propietarios, de un nivel socioeconómico medio alto que desean mejoras funcionales, estéticas y básicas de remodelación, sin gastar demasiado.

Clientes comerciales,

Grandes empresas: corporaciones que necesiten diseño o remodelación de espacios de oficina, buscando funcionalidad y diseño ergonómico.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a menudo necesitan renovaciones para optimizar tanto la experiencia del cliente como la eficiencia en sus operaciones.

Sector minorista: incluyendo tiendas y franquicias, busca diseños atractivos que capten la atención de los consumidores.

Propuesta de valor

¿Qué hace que House 503 Expert sobresalga de sus competidores? Se muestra a continuación:

- Ofrece servicios totalmente digitales.
- Plataforma web muy completa.
- Tienda virtual con accesorios inteligentes como tradicionales.
- Consultorías y asesoramiento a la medida de cada usuario.
- Enfoque local, adaptado a nuestra cultura.
- Beneficios importantes para todos los usuarios.

Estrategias y acciones

- Desarrollo y administración de la tienda virtual.
- Creación de contenido.
- Actualización periódica de la tienda virtual.
- Creación de catálogo digital de productos.
- Análisis de competencia (Benchmarking).
- Exploración las redes sociales y sitios web relevantes.

Canales de distribución

- Página web.
- Redes sociales.
- Servicios de mensajería.

Métricas

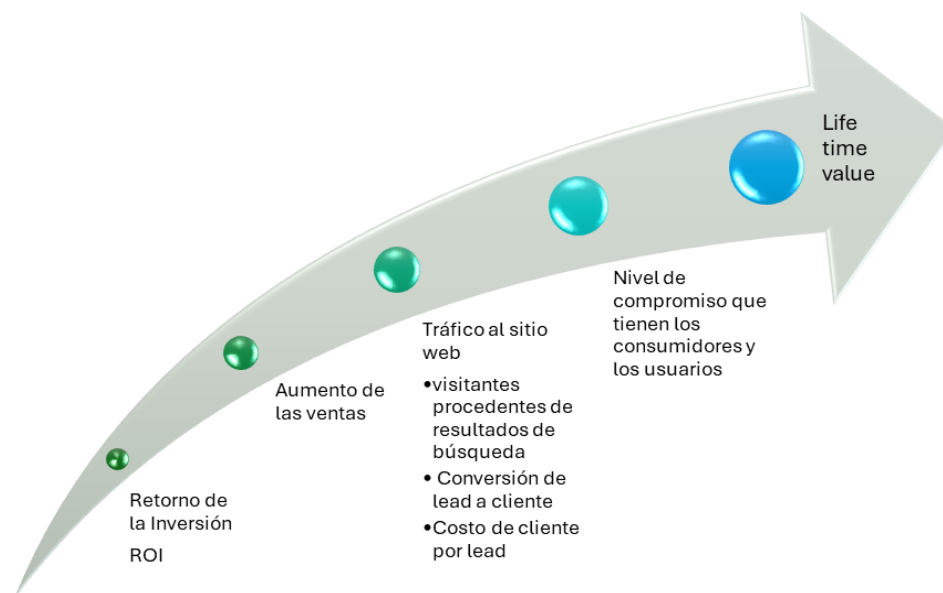


Figura 7. KPIs House 503 Experts

Fuente: Elaboración en base a <https://blog.hubspot.es/marketing/kpi-marketing>

Roles y responsabilidades del equipo

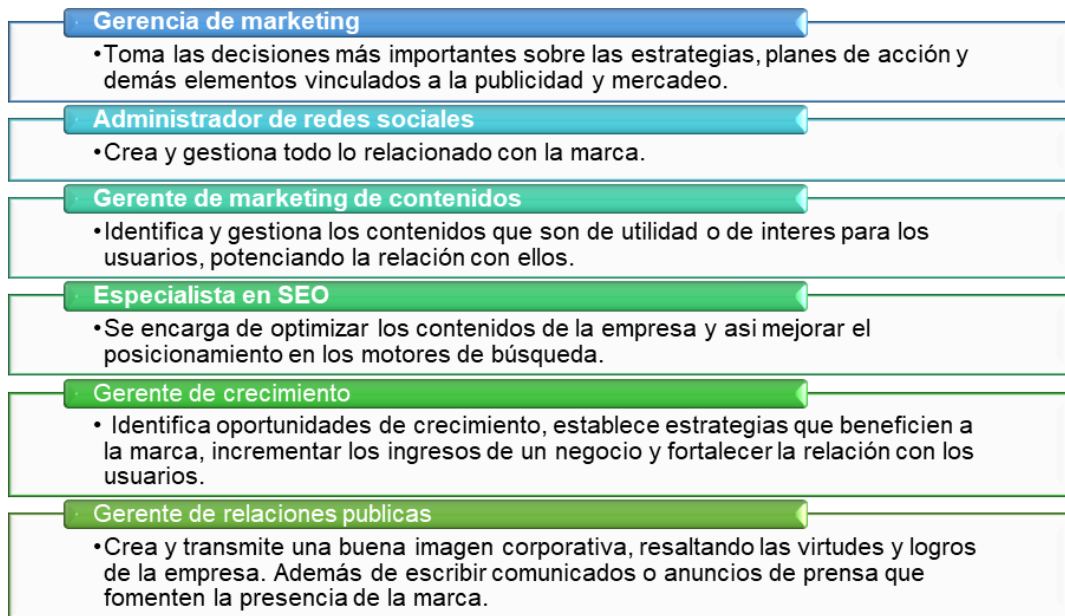


Figura 8. Roles y responsabilidades del equipo de mercadeo

Fuente: Elaboración en base a <https://www.indeed.com/>

c. Marketing Mix Digital

El marketing mix se origina en la obra de Borden *The Concept of marketing mix* (1948) el teórico Borden de publicidad y marketing de la Escuela de Negocios de Harvard se basaba en una investigación de Culliton que describe el trabajo del técnico de marketing como una especie de «mezclador de ingredientes» y pone en esta fase una lista con doce elementos del marketing mix industrial. (Kubicki, 2020).

El marketing de servicio no solo requiere del marketing externo, sino también del marketing interno para motivar a los empleados, y del marketing interactivo para poder potenciar las habilidades de entrega del servicio.

La forma de poder hacerlo es siendo los mercadólogos de servicios capaces de lograr diferenciación competitiva, de entregar un servicio de calidad, de encontrar maneras de aumentar la productividad del servicio (Kolter, 2012).



Figura 7. Las 7P del marketing mix

Fuente: El marketing mix para servicios (Kotler, 2012)

Producto (product), la oferta principal de House 503 Experts consiste en brindar servicios integrales de diseño, construcción y renovación de espacios habitacionales, pensados para ajustarse a las necesidades y gustos particulares de cada cliente.

Precio (price), House 503 Experts busca que el precio de los materiales empleados en cada proyecto sea lo más ajustado posible, de manera que el costo final sea asequible para los clientes, siempre respetando el presupuesto acordado al inicio del servicio.

La empresa procura que el precio final de cada remodelación o construcción sea superior a los costos operativos, asegurando así un margen de ganancia adecuado.

Plaza (place), House 503 Experts operará principalmente a través de canales online, abarcando toda la red.

Promoción (promotion), para dar a conocer los servicios de House 503 Experts, se implementarán campañas de publicidad digital, optimización SEO, marketing en redes sociales y marketing directo. Durante los primeros seis meses, se ofrecerán promociones mensuales, que luego se espaciarán a cada tres meses, dependiendo de la respuesta del público.

Personas (people), contratar al personal altamente capacitado y cualificado, capaz de brindar un servicio profesional y de calidad, que cuente con las certificaciones necesarias para cada tarea asignada, buscando así construir relaciones duraderas con los clientes.

Proceso (processes), House 503 pone especial atención en el servicio al cliente y su potencial, anticipando y gestionando quejas o problemas antes de que ocurran.

La correcta definición y desarrollo eficiente de cada proceso genera confianza en el cliente y permite a la empresa gestionar cualquier inconveniente de manera efectiva.

Perceptibles, el posicionamiento virtual en plataformas como Facebook, Instagram, WhatsApp y TikTok permitirá una mayor visibilidad de la marca, además de contar con personal capacitado para la venta directa a través del sitio web.

La presentación del producto al cliente, incluyendo su entorno, es fundamental. Por ello, el sitio web de House 503 Experts será de fácil navegación y accesible para todo tipo de usuario, incluyendo aquellos con conocimientos profesionales en el sector.

d. Estrategias del Marketing Mix Digital

Estrategia 1 - Marketing de Servicios

Objetivo: Dar a conocer a House 503 Experts como una Operación total con un diseño, remodelación y construcción con tecnología integrada para satisfacer las necesidades de los clientes.

Descripción: La estrategia de marketing de servicios sería la más pertinente para que House 503 Experts, como empresa constructora de viviendas muestre el valor con el que se define a sus servicios de construcción de viviendas a través de experiencias personalizadas, innovación tecnológica y la calidad garantizada en el grupo de fases del proyecto: es decir, del plan, diseño y ejecución del proyecto, además del post-venta, es gestionado a través de una plataforma digital intuitiva y funcional.

Táctica 1 – Experiencias personalizadas:

- Realizar sesiones de consulta inicial gratuitas en la plataforma para comprender los requisitos y áreas de interés de los clientes.
- Mostrar ejemplos únicos de alisados de proyectos anteriores en las reuniones iniciales para generar confianza y credibilidad.
- Incorporar un sistema de seguimiento que permita a los clientes monitorear el progreso de sus proyectos en tiempo real.

Táctica 2 – Respaldo de Calidad y Garantía:

- Compartir opiniones y valoraciones de clientes satisfechos en la página web y redes sociales, mostrando la calidad del servicio brindado.

- Ofrecer una garantía de satisfacción que asegure la excelencia de los servicios ofrecidos.
- Crear una sección en el sitio web con ejemplos prácticos que demuestren cómo los servicios de House 503 Experts superaron las expectativas de los clientes.

Táctica 3 – Simplificación digital de la contratación:

- Integrar un formulario interactivo en la página web que permita a los usuarios solicitar presupuestos personalizados para sus proyectos.
- Ofrecer demostraciones en línea del uso de tecnologías como estudios topográficos, diseño 3D y simulaciones arquitectónicas.
- Establecer un sistema de reservas en línea para programar visitas técnicas o sesiones de asesoramiento.

Táctica 4 – Formación del Cliente:

- Utilizar el videoblog para educar a los clientes sobre las últimas tendencias de remodelación y mejores prácticas para el mantenimiento de espacios.
- Organizar seminarios webs gratuitos en los que expertos expliquen los beneficios de los servicios ofrecidos.
- Enviar boletines informativos mensuales con contenido relevante y consejos personalizados según los intereses del cliente.

Táctica 5 – Oferta de Servicios Especializados:

- Crear paquetes integrales que combinen servicios de diseño, remodelación y construcción a precios competitivos.
- Ofrecer servicios complementarios como supervisión de obra, selección de materiales y asesoramiento en decoración para proyectos más ambiciosos.
- Ofrecer descuentos y promociones especiales al contratar de servicios combinados o recurrentes.

Estrategia 2 - Publicidad y Promoción

Objetivo: aumentar el reconocimiento de la marca House 503 Experts para establecer una conexión con clientes potenciales a través de campañas multicanal innovadoras y coherentes, que destaquen la excelencia en los servicios de remodelación, construcción y tecnología de punta de la empresa.

Descripción: la estrategia publicitaria busca llegar a los consumidores a través de diversos canales digitales y tradicionales para posicionar la marca en sus mentes. Las

campañas resaltarán aspectos distintivos como la personalización, la calidad y la tecnología. Las herramientas de segmentación ayudaran a alcanzar el público objetivo en San Salvador y sus alrededores.

Táctica 1- Campañas Digitales en Redes Sociales

- Crear anuncios llamativos en plataformas como Facebook, Instagram, y TikTok, utilizando imágenes y videos que muestren proyectos "antes y después".
- Lanzar campañas segmentadas para alcanzar a usuarios interesados en construcción, diseño y remodelación en San Salvador.
- Publicar contenido patrocinado con figuras influyentes locales que sean relevantes en temas de hogar, decoración y sostenibilidad.

Táctica 2 - Anuncios en Google Ads

- Desarrollar campañas de búsqueda basadas en palabras clave relacionadas con "remodelación en El Salvador", "construcción de viviendas" y "diseño de interiores".
- Atraer a los usuarios que visitaron la página web sin realizar una compra a través de anuncios gráficos.
- Ejecutar campañas enfocadas en San Salvador, haciendo énfasis en promociones y servicios únicos en la zona.

Táctica 3 - Promociones en video:

- Crear videos cortos de entre 30 y 60 segundos mostrando servicios, proyectos ya finalizados y tecnología innovadora.
- Publicar estos videos en YouTube, plataformas sociales y páginas web de interés.
- Añadir opiniones de clientes contentos para aumentar la fiabilidad y la buena reputación de la marca.

Táctica 4 - Email y Noticias digitales:

- Realizar envíos de emails a clientes ya existentes y a quienes podrían serlo, enfatizando ofertas, servicios nuevos y material formativo.
- Crear noticias digitales sobre temas como "Lo último en reformas" o "Pasos para tu futura obra".

Táctica 5 - Eventos y puestas en marcha:

- Asistir a ferias de construcción y diseño para mostrar los servicios de la empresa

cara a cara a los que están interesados.

- Participar en eventos en barrios cercanos, dando pruebas gratis de servicios como diseño 3D o asesoramiento técnico.

Táctica 6 - Mensajes unificados siempre

- Definir una forma de hablar y un estilo parecido en todo el material de promoción, como redes, web y publicidad.
- Crear una frase clave como: "*Cambiamos lugares, mejoramos vidas con tecnología y diseño*", que una todas las comunicaciones.
- Diseñar una imagen de marca fuerte que use colores, letras e imágenes que vayan con lo que la marca representa.

Táctica 7 – Unir varios canales:

- Redes Sociales:
 - Publicar contenido constante que mezcle fotos de proyectos, ideas de diseño y ejemplos de éxitos.
 - Usar Instagram Stories y TikTok para enseñar como avanzan proyectos importantes en tiempo real.
 - Email Marketing:
 - Mandar noticias digitales cada mes con ofertas únicas, cosas nuevas y consejos que sirvan.
 - Publicidad:
 - Poner enlaces a redes y a la tienda online en todos los anuncios, tanto digitales como de siempre, para que la gente se mueva entre ellos.

Táctica 8 – Experiencia en el punto digital:

- Mejorar la página web para que se comprenda, sea fácil de usar y muestre de manera correcta el mensaje principal de la marca.
- Integrar un asistente virtual que transmita la personalidad cordial y seria de la empresa al comunicarse con los clientes.
- Poner a disposición del público herramientas como recreaciones tridimensionales desde la plataforma, mostrando así el progreso técnico.

Táctica 9 – Iniciativas de Relaciones Públicas:

- Comunicar novedades y logros clave mediante comunicados de prensa oportunos.

- Aumentar la visibilidad de House 503 Experts participando activamente en eventos y entrevistas del sector.

Táctica 10 - Programas de fidelización y promociones:

- Coordinar campañas promocionales que se difundan de forma coherente en redes sociales, correos y el sitio web.
- Implementar un programa de fidelización que unifique las interacciones digitales y físicas con el cliente.

Táctica 11 – Análisis continuo y mejora:

- Evaluar el impacto de las campañas usando herramientas como Google Analytics y datos de redes sociales.
- Realizar encuestas de satisfacción para asegurar que la comunicación resuena con los clientes.

Estrategia 3 – Portafolio de Productos

Objetivo: construir una gama variada de productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades del cliente, desde la construcción hasta la decoración, maximizando la satisfacción y ventas.

Descripción: la mezcla de productos es la estrategia de oferta que busca cubrir todas las fases de la remodelación o construcción con una oferta básica, complementaria e innovadora. Esto abarca desde servicios de diseño hasta productos físicos en la tienda en línea y soluciones tecnológicas avanzadas.

Táctica 1 - Diversificación de ofertas:

- **Servicios centrales:** Diseño arquitectónico, renovación de interiores y construcción a medida. Ejemplo: paquetes integrales con diseño 3D, ejecución y seguimiento técnico.
- **Productos anexos:** Materiales para construcción y elementos decorativos. Ejemplo: Ampliar el catálogo en línea con acabados únicos y accesorios de iluminación.
- **Innovación digital:** Soluciones inteligentes para el hogar. Ejemplo: Termostatos, sistemas de seguridad y automatización.

Táctica 2 - Creación de Paquetes a medida:

- **Crear combinaciones de servicios y productos con precios atractivos.** Ejemplo: remodelación de cocina combinada con electrodomésticos inteligentes.
- **Ofrecer descuentos al adquirir servicios y productos juntos.** Ejemplo: diseño arquitectónico con el 15% de descuento en accesorios de decoración.

Táctica 3 - Expansión del Catálogo online:

- **Organizar el catálogo en secciones claras:** Materiales de Construcción, Decoración, Tecnología Inteligente.
- **Añadir imágenes 3D interactivas** para mejorar la experiencia de compra online.
- **Promocionar productos exclusivos o ediciones limitadas** para clientes premium.

Táctica 4 – Análisis del Ciclo de Vida (Producto):

- **Identificar los servicios y productos más demandados** y evaluar cuáles renovar o eliminar.
- **Añadir nuevas soluciones basadas en tendencias,** como materiales sostenibles o tecnología ecológica.

Táctica 5 – Campañas estacionales y Temáticas:

- **Considera la posibilidad de ofrecer ofertas atractivas,** durante las épocas del año de mayor actividad, por ejemplo, el verano o las festividades de fin de año, cuando muchas personas están pensando en renovar sus espacios.
- **Desarrolla líneas de productos únicos para celebraciones significativas,** tal como el Día de la Independencia, proponiendo elementos decorativos y artículos que reflejen el espíritu patrio.

Estrategia 4 – Posicionamiento

Objetivo: Convertirse en la plataforma digital líder en El Salvador para diseño, remodelación y construcción de hogares, basada en confianza, calidad, tecnología e innovación.

Propuesta de valor para posicionamiento

“Soluciones integrales para tu hogar en un solo lugar: diseño, construcción, remodelación y asesoría profesional.”

Esta propuesta se basa en los siguientes aspectos:

- Seguridad y profesionalismo comprobado.
- Procesos digitales ágiles (cotizaciones, asesorías, foros y tienda online).
- Experiencia y transparencia.
- Comunidad activa con expertos.

Posicionamiento por calidad: proyectos profesionales, supervisión, materiales premium.

Posicionamiento por conveniencia digital: cotización rápida, asesorías virtuales, tienda en línea.

Posicionamiento como marca experta: contenidos educativos, foros, participación de profesionales.

Posicionamiento emocional: “Construimos tu hogar con tecnología, diseño y confianza”.

Estrategia 5 – SEO

SEO es clave porque el público sí busca servicios en línea, aunque hoy se basan mucho en recomendaciones.

SEO On-Page

- Optimizar: estructura de la web (velocidad, navegación, mobile friendly).
- Páginas de servicios:
 - 1) Diseño de interiores
 - 2) Remodelación
 - 3) Construcción
 - 4) Instalaciones eléctricas
 - 5) Fontanería
- URLs amigables
 - Ejemplo: /remodelacion-de-interiores-san-salvador
- Keywords principales:
 - 1) “Remodelación de casas en San Salvador”
 - 2) “Diseño de interiores El Salvador”
 - 3) “Servicios de construcción El Salvador”
 - 4) “Reparaciones del hogar San Salvador”
- Keywords secundarias:
 - 1) “Cuánto cuesta remodelar una casa”

- 2) “Tendencias de diseño para 2025”
- 3) “Mejores materiales para construcción”
- 4) “Instalación eléctrica segura”

Estrategia 6 – Contenido (Blog + Vlog + Foro)

Crear contenidos semanales:

- 1) Guías prácticas: “Cómo calcular tu presupuesto de remodelación”.
- 2) Tendencias: “Colores y acabados 2025”.
- 3) Tips: “5 errores al remodelar tu baño”.
- 4) Videos cortos: casos reales, procesos, testimonios.

SEO Off-Page

- 1) Backlinks (enlace de sitio a sitio) de proveedores de materiales.
- 2) Alianzas con blogs salvadoreños de arquitectura y estilo de vida.
- 3) Aparición en medios digitales locales.

SEO Local

- 1) Optimizar Google Business Profile:
- 2) Fotos profesionales.
- 3) Testimonios.
- 4) Publicaciones semanales.

Estrategia 7 – Redes Sociales

Plataformas recomendadas

- 1) Facebook (audiencia 20–70 años, ideal para materiales visuales y anuncios).
- 2) Instagram (portafolios, reels de transformaciones, diseño).
- 3) TikTok (procesos, trends, “antes y después”).
- 4) YouTube (tutoriales, vlogs, testimonios).
- 5) LinkedIn (posicionamiento profesional y alianzas con proveedores).

Objetivos por red

Red	Objetivo	Tipo de contenido
Facebook	Alcance masivo y generación de clientes	testimonios, anuncios, lives, ofertas
Instagram	Inspiración + portafolio	reels, stories, diseños, renders
TikTok	Viralidad y alcance joven	tips rápidos, errores comunes, procesos
YouTube	Autoridad y posicionamiento	tutoriales, casos reales, asesoría
LinkedIn	Networking y reputación	proyectos, alianzas, profesionales

Plan de contenido mensual

Cantidad de publicaciones	Contenido
8	Reels / TikToks: “antes/después”, tendencias, consejos.
4	Publicaciones educativas: infografías, materiales, IA para hogares.
2	Casos de estudio: proyecto ejecutado.
4	Historias semanales: detrás de cámaras.
1	Live mensual: “Haz tu consulta en vivo”.
2	Blogs + 1 vlog semanal (SEO + autoridad).

Automatización

- Chatbot en Facebook/Instagram.
- CRM para seguimiento de leads.
- Bot de cotización inicial automática.

Estrategia 8 – Publicidad (Paid Media)

Objetivo: aumentar conversiones en los siguientes aspectos:

- 1) Cotizaciones
- 2) Tráfico a la tienda
- 3) Asesorías virtuales
- 4) Visitas técnicas

Canales:

- 1) Meta Ads (Facebook e Instagram)
- 2) Google Ads
- 3) TikTok Ads
- 4) YouTube Ads (Shorts)

Temas de intereses:

Construcción, remodelación y arquitectura.

Remarketing

El remarketing es una estrategia de marketing digital que consiste en mostrar anuncios a usuarios que ya han interactuado previamente con un sitio web o aplicación. En el caso de House 503 Experts se dirige a:

- Visitantes de la página.
- Usuarios que abandonaron un formulario.
- Personas que interactuaron con tus redes.

Presupuesto de Medios Digitales (Mensual)

Basado en precios de mercado de Agencia de Marketing Digital (SERSEO)

Canal	Objetivo	Inversión sugerida
Meta Ads	Leads + tráfico + posicionamiento	\$250
Google Ads	Búsqueda directa (alta intención)	\$200
TikTok Ads	Alcance y viralidad	\$80
YouTube Ads	Branding + confianza	\$70
Herramientas	CRM, automatización, email marketing	\$50
TOTAL MENSUAL	Estrategia completa	\$650

3.7 PLAN DE VENTAS

Según la Cámara de Comercio de Madrid, un plan de ventas es básicamente un informe que estima las ventas para un período específico, usualmente un año. (<https://www.mba-madrid.com>)

La gestión de la relación con clientes o CRM (Customer Relationship Management), se refiere a la administración unificada de ventas, marketing y soporte al cliente en cada interacción.

a. Objetivos del Plan de Ventas

- Que el equipo de ventas de la empresa, además de cerrar un trato, construya vínculos con el cliente que posibiliten futuras compras.
- Incrementar las ventas anuales en un 5%.

b. Proyección de Ventas (1 año)

MES	Proyección mensual
Enero	\$ 55,000.00
Febrero	\$ 55,000.00
Marzo	\$ 55,000.00
Abril	\$ 55,000.00
Mayo	\$ 55,000.00
Junio	\$ 55,000.00
Julio	\$ 55,000.00
Agosto	\$ 55,000.00
Septiembre	\$ 55,000.00
Octubre	\$ 55,000.00
Noviembre	\$ 55,000.00
Diciembre	\$ 55,000.00
Proyección anual	\$ 660,000.00

Figura 8. Proyección de ventas

Fuente: Elaboración propia

3.8 PLAN FINANCIERO

a. Objetivos del Plan Financiero

Desarrollar y gestionar una estrategia económica integral para HOUSE 503 Experts, que incluya remodelación, edificación, diseño de interiores, asesoramiento y ventas online; garantizando a la vez expansión, beneficios y viabilidad en el sector.

Análisis de mercado

Es importante conocer el mercado que House 503 Experts desea abordar antes de llevar a cabo una proyección financiera:

- **Se dirige a los propietarios de vivienda**, a las personas interesadas en la construcción y en hacer remodelaciones, a empresas constructoras, y a los diseñadores de interiores.
- **La competencia a la que se enfrentara**, son las empresas de remodelación y construcción de la zona, las empresas de comercio electrónico como Amazon, y las tiendas de materiales de construcción. Sin embargo, la vinculación entre inteligencia artificial, la atención personalizada y la orientación hacia la comunidad digital son factores que permiten marcar la diferencia.
- **Tendencias del mercado:** Incremento de la digitalización de servicios, aumento de la demanda de inmuebles renovados, interés por la sostenibilidad y las nuevas tecnologías en la edificación.

Estructura de ingresos

House 503 Experts obtiene ingresos por diversas vías:

1. **Servicios de remodelación y edificación**
 - Tarifas por proyectos de renovación, edificación y diseño de interiores.
 - Servicios de asesoramiento online (consultorías virtuales o presenciales).
 - Instalaciones eléctricas e hidráulicas.
2. **Plataforma digital y foros interactivos**
 - Suscripciones mensuales o anuales para acceder a contenido premium o foros especializados.
 - Comisiones por publicidad y promoción de productos de terceros (afiliación).
3. **Venta de productos en línea (tienda digital)**
 - Materiales de edificación, herramientas y accesorios para el hogar.
 - Productos inteligentes (tecnología IoT para el hogar).
 - Equipos y materiales relacionados con proyectos de construcción y diseño de interiores.
4. **Videoblog y contenido virtual**
 - Monetización mediante anuncios en el videoblog o videos promocionales.
 - Acuerdos estratégicos con marcas del sector de la edificación y el diseño.

Proyecciones financieras

Proyección de ingresos anuales

Vamos a suponer una estructura de ingresos dividida entre los diferentes servicios y productos mencionados:

Fuente de Ingreso	Proyección Mensual (USD)	Proyección Anual (USD)
Servicios de remodelación y construcción	\$40,000	\$480,000.00
Asesoría y consultorías	\$5,000	\$60,000.00
Tienda en línea (productos)	\$10,000	\$120,000.00
Total ingresos	\$55,000	\$660,000.00

b. Plan de Inversión

La estrategia de inversión se ha elaborado para impulsar el progreso y crecimiento de la compañía, enfocándose en tres pilares clave: ampliar la estructura digital, potenciar el reconocimiento, obtener herramientas técnicas de alto nivel y adquisición de productos.

Objetivos del Plan de Inversión

- **Robustecer la plataforma en línea:** perfeccionar la interfaz de usuario (UI) y la vivencia del usuario (UX) en el sitio web.
- **Sumar herramientas de inteligencia artificial:** integrar la IA para adecuar la vivencia de compra y orientación, refinando la interacción entre clientes y especialistas.
- **Extender la gama de servicios:** agrandar el rango de servicios brindados (asesoramiento, consultoría y productos vinculados).
- **Ampliar la clientela:** acrecentar el alcance de la empresa a través de proyectos de publicidad digital.

- **Cultivar la estructura logística:** Pulir la vía de distribución de artículos desde la tienda virtual.

Estructura del Plan de Inversión

i) Infraestructura Digital y Plataforma Web

1. Diseño del sitio web

Objetivo: optimizar la vivencia del usuario (UX) y la interfaz de usuario (UI), garantizando que el sitio sea más sencillo, veloz y resguardado.

Acciones:

- Reestructuración de la tienda virtual y su integración con el vlog.
- Desarrollo de un sistema de recomendación personalizado basado en IA, que proponga materiales o servicios según las inclinaciones y acciones de los usuarios.
- Adición de foros participativos y funciones para preguntas al instante con profesionales.
- Optimización para dispositivos móviles y plataformas de simple acceso.

2. Plataforma de IA para personalización

Objetivo: Poner en marcha soluciones de IA que realce la sugerencia de artículos, servicios y contenido.

Acciones:

- Poner en marcha un motor de IA para adecuar las sugerencias de artículos y servicios en la tienda online.
- Utilizar la IA para brindar orientación personalizada en los foros, ayudando a los usuarios a obtener consejos y soluciones de expertos en tiempo real.
- Analizar el comportamiento del cliente y mejorar la división del marketing.

ii) Marketing Digital y Visibilidad

1. Publicidad Digital

Objetivo: Aumentar la visibilidad de la marca mediante una serie de marketing digital y SEO.

Acciones:

- Crear anuncios digitales atractivos en Google Ads y redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube.
- Mejorar el contenido del blog para más gente lo encuentre usando técnicas SEO (Search Engine Optimization).
- Crear campañas de marketing de contenidos sobre lo último en remodelación, materiales innovadores y consejos de construcción.
- Trabajar con influencers y expertos en el sector para que más usuarios conozcan la página web.

2. Estrategias de email marketing

Objetivo: Conectar mejor con los clientes actuales y atraer nuevos mediante email marketing.

Acciones:

- Dividir a los clientes y prospectos para enviarles contenido que les interese.
- Ofrecer ofertas especiales, descuentos y contenido único sobre remodelación y construcción.

iii) Expansión de la tienda virtual

1. Expansión de la tienda virtual.

Objetivo: Tener más variedad de productos y servicios disponibles en nuestra tienda online.

Acciones:

- Añadir materiales de construcción, herramientas, accesorios y tecnología para el hogar.
- Incluir productos ecológicos y sostenibles, siguiendo las tendencias de construcción responsable.
- Unir fuerzas con proveedores de materiales exclusivos y de la mejor calidad.

2. Servicios de asesoramiento y consultoría

Objetivo: Ampliar la oferta de servicios de asesoría para la construcción y remodelación.

Acciones:

- Ofrecer asesoría virtual a través de la web y usar la IA para dar recomendaciones según lo que el cliente necesite.
- Añadir servicios especializados como diseño 3D, planificación de proyectos y gestión de obra.

iv) Logística y Gestión Operativa

1. Optimización de la logística de distribución

Objetivo: Mejoramiento de la cadena de abastecimiento, así como la entrega de los productos de la tienda en línea.

Acciones:

- Realizar acuerdos con empresas de logística para hacer las entregas más rápidas en El Salvador.
- Invertir en un sistema automático para gestionar el inventario, evitar la falta de stock y tener siempre productos disponibles.

Fuentes de Financiamiento

Para llevar a cabo este plan de inversión, HOUSE 503 Experts puede considerar diversas fuentes de financiamiento, para reforzar la inversión que cada socio con fondos propios de inicio a la operación, tales como:

- **Inversión privada:** encontrar socios estratégicos o inversores interesados en el sector de la construcción.
- **Préstamos bancarios:** Pedir créditos a bancos locales con buenas condiciones.

Esquema de costos de inversión Inicial

Detalle de costos de inversión inicial		
Categoría de costos	Descripción	Costo estimado
Infraestructura digital y plataforma web	Inversión en desarrollo de páginas web, vlog y foro de consulta, y tienda en línea. Incluye diseño, sitio y optimización.	\$ 600.00
Equipo tecnológico	Inversión para la compra de equipo para desarrollo de la página y actividades cotidianas de trabajo profesional	\$ 5,000.00
Diseño y desarrollo web	Desarrollo de la página web interactiva, que incluye una tienda en línea, blog y foros. Optimización para móviles y fácil de navegar.	\$ 3,000.00
Mantenimiento y seguridad web	Gastos que provienen de mejorar la estructura de medidas de seguridad y el mantenimiento del sitio web.	\$ 300.00
Marketing digital	Marketing web, diseño de páginas, redes sociales, SEO, publicidad de pago por clic y otras actividades digitales.	\$ 500.00
Creación de contenido para el vlog y foros	Los gastos están relacionados con la creación de contenido en video y textual, así como con la colaboración con influencers y especialistas de la industria.	\$ 500.00
Productos para la tienda en línea	Inversión en materiales y productos innovadores para tener una catálogo muy variado y atractivo en nuestra tienda virtual	\$ 45,000.00
Logística y gestión operativa	Gastos vinculados a la entrega de productos de la plataforma de comercio electrónico y control de acciones	\$ 700.00
Sistema de gestión de inventarios	Implementación de un sistema automatizado para el control de inventarios y optimización de la logística de distribución.	\$ 300.00
Renta de equipo de construcción y remodelación	Base monetaria para el pago mensual de renta de equipo de construcción, materiales o equipo de transporte	\$ 3,000.00
Servicios legales y contables	Pago a abogado y contador	\$ 1,500.00
Servicios de mantenimiento de plataforma y redes sociales	Pago a community manager y técnico en sistemas	\$ 500.00
Pago de bodegaje	Pago de local para bodegaje de mercadería y equipos de trabajo	\$ 1,500.00
Fondo de contingencia	Corresponde al 10% del total de la inversión inicial	\$ 6,240.00
Total		\$ 68,640.00

v) Cronograma de Implementación

- **Primer trimestre:** se elaborará el diseño de la página web y se empezarán a incorporar herramientas de IA.
- **Segundo Trimestre:** se pondrán en marcha tácticas de marketing online, mejorando el SEO y la publicidad.
- **Tercer trimestre:** reforzar la tienda en línea con nuevos productos y servicios de asesoría.
- **Meses 10-12:** mejorar la logística de distribución y evaluación de los resultados.

c. Estructura de Costos

Los costos están divididos entre los costos operativos directos e indirectos de la empresa:

Categoría de costos	Proyección Mensual (USD)	Proyección Anual (USD)
Costos de operación y personal	\$10,000	\$120,000
Costos de productos y materiales	\$12,000	\$144,000
Marketing y publicidad digital	\$3,000	\$36,000
Mantenimiento de la plataforma web	\$2,000	\$24,000
Gastos administrativos (oficinas, servicios)	\$2,500	\$30,000
Total costos	\$29,500	\$354,000

Ganancia bruta y margen de beneficio

Concepto	Proyección Mensual (USD)	Proyección Anual (USD)
Ingresos totales	\$33,000	\$396,000
Costos totales	\$29,500	\$354,000
Beneficio bruto	\$3,500	\$42,000
Margen de beneficio bruto	10.60%	10.60%

Indicadores financieros claves

Para evaluar la salud financiera de *HOUSE 503 Experts*, algunos de los indicadores clave a monitorear incluyen:

- **Rentabilidad:** Beneficio neto / Ingresos totales.
- **Liquidez:** Activos líquidos / Pasivos corrientes.
- **Eficiencia en la gestión de costos:** Gastos operativos / Ingresos.
- **Crecimiento de los ingresos:** Variación porcentual anual en los ingresos.

Estrategias de crecimiento y rentabilidad

I. Expansión de la tienda en línea:

- Ampliar la oferta de productos mediante alianzas con marcas de materiales y equipos de construcción.
- Integrar más productos inteligentes (tecnología IoT, sistemas automatizados para el hogar).

II. Optimización de la plataforma digital:

- Mejorar la experiencia del usuario y la integración de inteligencia artificial para ofrecer asesoramiento personalizado.
- Aumentar las suscripciones premium y ofertas exclusivas para profesionales y empresas del sector.

III. Marketing y publicidad:

- Invertir en publicidad digital segmentada para atraer nuevos clientes interesados en servicios de remodelación, construcción y productos de la tienda.
- Colaborar con influencers y expertos de la industria para promover contenido del vlog.

IV. Internacionalización:

Considerar la posibilidad de expandir los servicios y la tienda en línea a mercados regionales en Centroamérica, aprovechando la digitalización y el e-commerce.

d. Análisis de Rentabilidad y Punto de equilibrio

El análisis de rentabilidad y punto de equilibrio es crucial para determinar la viabilidad financiera de la empresa House 503 Experts, al tratarse de un negocio digital, el análisis se centrará en los ingresos derivados de los servicios y ventas en línea, con un énfasis en los costos fijos y variables asociados con su operación.

Estimación de Ingresos Promedio Mensuales:

- Servicios de Remodelación y Construcción:

Suponiendo que la empresa ofrece 20 proyectos mensuales de remodelación, cada uno con un costo promedio de \$2,000 USD, los ingresos mensuales por estos servicios serían:

$$20 \text{ proyectos} \times 2,000 \text{ USD} = \mathbf{\$40,000 \text{ USD}}$$

- Venta de Productos (Tienda en Línea):

Supongamos que la tienda online genera un promedio de \$10,000 USD en ventas mensuales.

\$10,000 USD mensuales

- Consultoría y Asesoría:

Si se ofrecen servicios de asesoría a un precio promedio de \$100 USD por consulta, con un volumen de 50 consultas mensuales:

$$50 \text{ consultas} \times 100 \text{ USD} = \mathbf{\$5,000 \text{ USD}}$$

- Ingresos Totales Mensuales Estimados:

$$40,000 \text{ USD} + 10,000 \text{ USD} + 5,000 \text{ USD} = \mathbf{\$55,000 \text{ USD}}$$

Costos Variables

Los costos que fluctúan son aquellos que varían según el volumen de ventas o servicios prestados. Para HOUSE 503 Experts, estos incluyen lo siguiente:

Costos de materiales de construcción y artículos vendidos: un 40% de los ingresos generados por la tienda en línea.

$$40\% \times 10,000 \text{ USD} = \mathbf{\$4,000 \text{ USD}}$$

Costo de la mano de obra (para remodelación, construcción, asesorías y consultoría): Se estima que el costo de la mano de obra para cada proyecto de remodelación es de aproximadamente el 30% del costo total de cada proyecto.

$$30\% \times 40,000 \text{ USD} = \mathbf{\$12,000 \text{ USD}}$$

Costos asociados a la plataforma digital (transacciones, software, mantenimiento): Estimamos un 10% de los ingresos totales mensuales de la página web.

$$10\% \times 55,000 \text{ USD} = \mathbf{\$5,500 \text{ USD}}$$

Costos Variables Totales:

Materiales	\$ 4,000 USD
Mano de obra	\$12,000 USD
Plataforma digital	<u>\$ 5,500 USD</u>
Costos Variables Totales	\$21,500 USD

Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que se mantienen sin importar el volumen de ventas. En este caso, los costos fijos son los siguientes:

- Salarios administrativos y de gestión: \$5,000 USD mensuales.
- Publicidad digital y marketing: \$3,000 USD mensuales.
(anuncios en Google Ads, redes sociales, SEO).
- Gastos de infraestructura: \$2,500 USD mensuales.
(alquiler de oficina, internet, licencias de software, etc.).
- Gastos financieros y contables: \$1,000 USD mensuales.

Costos Fijos Totales:

Salarios	\$ 5,000 USD
Publicidad	\$ 3,000 USD
Infraestructura	\$ 2,500 USD
Financieros	<u>\$ 1,000 USD</u>
Costos Fijos Totales	\$11,500 USD

Rentabilidad

Para saber cuáles son las ganancias o determinar la rentabilidad, debemos calcular las ganancias netas, teniendo en cuenta los ingresos, los costos variables y los costos fijos.

Ingresos Totales:	\$55,000 USD
Costos Variables Totales:	\$21,500 USD
Costos Fijos Totales:	\$11,500 USD

Ganancia Bruta: $55,000 \text{ USD} - 21,500 \text{ USD} = 33,500 \text{ USD}$

Ganancia Operativa (después de costos fijos): $33,500 \text{ USD} - 11,500 \text{ USD} = 22,000 \text{ USD}$

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se calcula como el nivel de ingresos en el que los costos totales (fijos y variables) son iguales a los ingresos, es decir, no hay ganancias ni pérdidas.

La fórmula para calcular el punto de equilibrio en unidades de ingreso es:

$$\text{Punto de Equilibrio (en ingresos)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Costos Variables/Ingresos Totales}}$$

Usando los valores de costos fijos y variables, tenemos: Costos Fijos: **\$11,500 USD**

Porcentaje de Costos Variables sobre los Ingresos Totales:

$$\{21,500\} / \{55,000\} = 0.3909 \text{ \{ ó 39.09\% \}}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio:

$$11,500 / 1 - 0.3909 = 11,500 / 0.6091 \approx \mathbf{\$18,868 \text{ USD}}$$

Punto de Equilibrio Estimado: La empresa debe generar aproximadamente **\$18,868 USD** en ingresos mensuales para cubrir sus costos fijos, costos variables y además no tener ni ganancia ni pérdida.

Flujos de efectivo (Cash Flow)

Se define considerando:

Ingresos mensuales:	\$55,000
Costos variables mensuales:	\$21,500
Costos fijos mensuales:	\$11,500

Flujo neto mensual (Cash Flow Operativo):
 $55,000 - (21,500 + 11,500) = 22,000$ USD

Flujo neto anual: $22,000 \times 12 = 264,000$ USD

Flujo de efectivo proyectado

Concepto	Mensual (USD)	Anual (USD)
Ingresos totales	\$55,000	\$660,000
Costos variables	\$21,500	\$258,000
Costos fijos	\$11,500	\$138,000
Flujo neto / flujo de caja operativo	\$22,000	\$264,000

Inversión inicial

Inversión inicial estimada: \$68,640.00

Período de recuperación (payback)

Formula: $\text{Período de recuperación} = \text{Inversión Inicial} / \text{Flujo de Efectivo Neto Anual}$

$\text{Payback} = 68,640 / 264,000$

$\text{Payback} = 0.26$ años ≈ 3.1 meses

La empresa recuperaría su inversión aproximadamente en 2 a 3 meses.

Esto indica una alta viabilidad financiera, principalmente por un fuerte margen operativo mensual (\$22,000).

3.9 PLAN DE TRABAJO

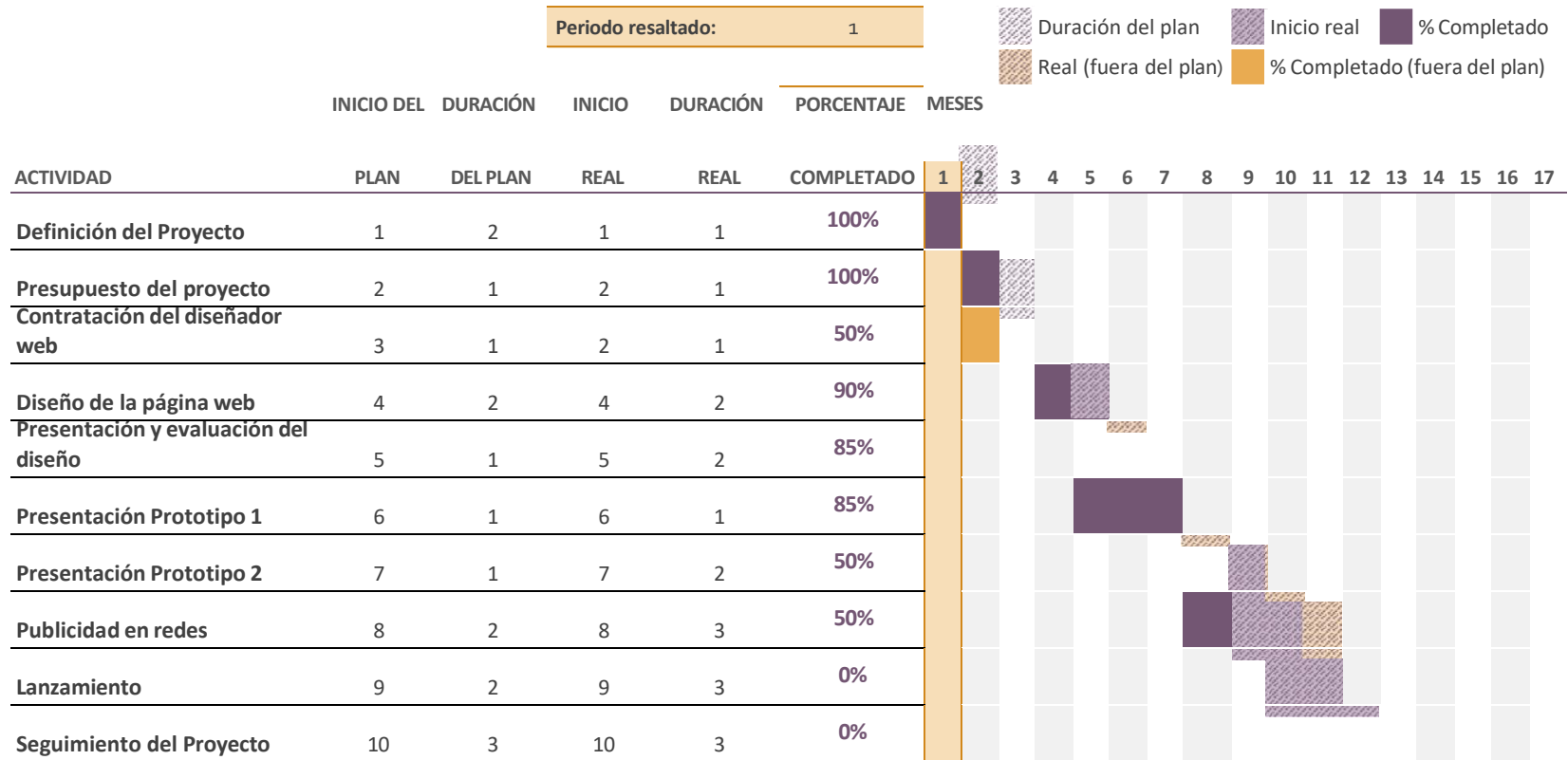
En el esquema de trabajo se presenta de manera secuencial las tareas realizadas en el periodo de planeación e investigación n del modelo de negocio House 503 Experts.

a. Objetivos del Plan de Trabajo

- Precisar las acciones a ejecutar en el modelo de negocio digital permitiendo así una comprensión clara del trabajo requerido.
- Estructurar metódicamente cada una de las tareas que se llevaran a cabo en este periodo del modelo de negocio.
- Asignar las obligaciones del equipo para concentrarse en el avance global y asegurar que el proyecto avance según el cronograma.

b. Cronograma de Actividades

A continuación, se detallan las actividades claves para el desarrollo exitoso de House 503 Experts:



3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN

Para hacer un seguimiento del desempeño de los procedimientos que se pondrán en marcha en House 503 Experts, se han definido los siguientes indicadores clave de rendimiento (KPI): se establecen los siguientes indicadores KPI'S:

Plan organizacional:

- Índice de permanencia del personal.
- Índice de cambio de empleados.
- Productividad de los trabajadores.
- Índice de faltas al trabajo.

Plan de mercadeo:

- Grado de contento de los usuarios.
- Visitas al sitio en línea.
- Cantidad de oportunidades de venta.
- Porcentaje de conversión.
- Nivel de interacción.

Plan de comercialización o ventas:

- Inversión para ganar un cliente.
- Aumento mensual de las ventas.
- Ventas realizadas por mes.

Plan financiero:

- Costos.
- Ganancias o Rentabilidad.
- Retorno de la inversión (ROI).

Plan de trabajo:

- Logro de objetivos.
- Rendimientos laborales.

Tabla: Indicadores de medición.

Plan	Descripción	KPI
Plan organizacional	Describe el porcentaje de estabilidad laboral que brinda la empresa.	Tasa de estabilidad laboral.
	Este mide el proceso en el que el personal se tiene que ir de la empresa y tiene que ser reemplazado por otro.	Tasa de rotación de empleados.
	Describe qué tan efectivos son los trabajadores para el cumplimiento de objetivos y la productividad de la empresa.	Eficacia de colaboradores.
	Nos indica el porcentaje de ausencias que hay en la empresa por parte de los trabajadores en un periodo determinado	Tasa de ausencia
Plan de mercadeo	Describe qué tan satisfechos se encontrarán los clientes con los productos, entregas, y experiencia generada en el proceso de compra y recibimiento del producto.	Nivel de satisfacción de clientes.
	Mide el número de visitas que tiene el sitio web de manera orgánica o a través de redes sociales.	Tráfico en la página web.
	Nos describe el número de personas que están interesadas en adquirir los productos y que brindaron sus datos.	Número de leads.
	Describe el número de personas que pasaron a ser clientes.	Tasa de conversión.
	Describe el grado de interacción que se logró con el contenido en las diferentes redes sociales.	Tasa de engagement.
Plan de ventas	Mide la inversión que hace tu empresa hasta que un lead se convierte en cliente.	Costo de adquisición por cliente.
	Mide el aumento o disminución de los ingresos de las ventas mensuales.	Crecimiento mensual en ventas.
	Se conocen las victorias obtenidas por cada venta cerrada en el mes.	Ventas facturadas mensualmente.
Plan financiero	Mide el retorno de la inversión que se realiza.	ROI
	Rendimiento que la empresa obtiene de ganancias por cada dólar vendido y por cada dólar invertido en activos totales y el retorno de la inversión.	Rentabilidad.
Plan de trabajo	Medir las metas que se han alcanzado y si no es así revisar el porcentaje que falta para cumplirla.	Cumplimiento de metas.
	Horas trabajadas en un proyecto, en donde se evalúan retrasos y oportunidades	Eficiencia del trabajo.

CONCLUSIONES

Planteamos un modelo de empresa digital "**House 503 Experts**" que da respuesta a una necesidad latente en El Salvador en lo que respecta a diseño, edificación y renovación de casas, brindando una solución completa y novedosa mediante la digitalización de servicios, la formación del cliente y un espacio interactivo.

Sin duda, el implementar este gran impulso en un modelo tan concreto ayudará a modernizar el sector de la construcción y remodelación en El Salvador, ya que facilita un mejor trámite, personalización y durabilidad, que los usuarios actuales solicitan, lo que se traduce en un buen efecto en esta área a nivel nacional.

Diversos argumentos que confirman la demanda de estos servicios y la innovación mediante una plataforma digital se basan y comprueban a través del análisis económico, que concluye en que el negocio tiene la capacidad de ser provechoso, con un margen de beneficio bruto aproximado del 10. 60% y un punto de equilibrio factible, clave para la viabilidad del proyecto.

Además de prever su posible impacto social y tecnológico, no solo mejora el acceso a servicios de calidad, sino también la integración tecnológica en un sector tradicional, desde su interior, brindando accesibilidad y soluciones inteligentes. La inteligencia artificial, los foros interactivos y el videoblog informativo atraen en el mercado a House 503 Experts como líder, enfatizando ahora la innovación tecnológica y la experiencia del cliente, asegurando el nivel de singularidad y valor añadido que su compañía quiere dar.

La forma de operar de House 503 Experts incluye los aspectos laborales habituales de una empresa de servicios digitales/marketing, organizados en un sitio que promete cambiar el proceso de obtener sus servicios de construcción, con la alternativa de pagarlos a través de la plataforma.

Lo que consideramos el aporte más esencial de la investigación proviene de entrevistas a profesionales del sector de la construcción, que se muestran optimistas con el modelo de servicio de House 503 Experts lanzado en un entorno digital. Por otra parte, las encuestas efectuadas revelaron información muy relevante, ya que demostraron que hay un público interesado en contratar servicios de construcción y renovación de viviendas de una manera más individualizada, cumpliendo con estándares de calidad y modernidad, aprovechando las ventajas de la asesoría a distancia y un grupo de trabajo especializado en el lugar, capaz de satisfacer las necesidades integrales de este sector.

A pesar de todo, es innegable la ventaja de tener estas herramientas tecnológicas disponibles, aunque solo sea por el ahorro económico que supone disminuir los gastos de prestación de servicios relacionados con las visitas e inspecciones frecuentes. Esta propuesta de gran calidad y comodidad para el cliente generará una enorme ventaja competitiva en el mercado, una vez que se haya logrado una sólida base de clientes contentos, lo que resultará crucial para el progreso a largo plazo; y para un progreso aún mayor, el incremento continuo de la clientela lo asegurará.

RECOMENDACIONES

- Finalmente, el marketing digital resulta ser fundamental para identificar nichos de mercado; por ello, es crucial reforzarlo mediante campañas publicitarias impactantes en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) y buscadores, abarcando así más canales y atrayendo a más clientes desde el principio.
- Es importante pensar en expandir los servicios más allá de San Salvador, aprovechando la infraestructura digital para entrar en mercados a nivel nacional o regional, lo cual representaría un modelo de crecimiento mucho más actualizado y eficiente.
- La captación diaria de leads en la web de House 503 Experts facilitará la creación de estrategias que permitan obtener una mayor cantidad de clientes potenciales cada día, lo que ayudará a disponer de información personal valiosa para generar ventas futuras y aumentar la satisfacción del cliente y la tasa de conversión.
- La generación diaria de leads en el sitio web de **House 503 Experts** ayudará a planificar estrategias que permitirán la recolección de más clientes potenciales diariamente, lo que ayudará al disponer de datos personales de calidad que se convertirán en ventas futuras; además, obtendrás una mayor satisfacción del cliente, así como una mayor tasa de conversión.
- Colaborar con proveedores de materiales y profesionales locales ya establecidos puede mejorar las ofertas de la tienda virtual, garantizando así la calidad de los productos y aumentando el margen de ganancias para asegurar la sostenibilidad de la empresa.
- Se capacitará periódicamente al resto del personal en tecnología, atención al cliente, tendencias de diseño y construcción para asegurar que el servicio que se brinda cumpla con los más altos estándares de calidad y profesionalismo.
- Es Resulta clave formalizar las oportunidades de negocio con un portafolio de servicios profesional, con todas las certificaciones vigentes para poder ejecutar cada tarea (arquitectos, ingenieros, electricistas, etc.) y así fortalecer la lealtad con clientes clave.
- Estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y del mercado es fundamental para que las empresas mantengan su relevancia y competitividad. En el caso de HOUSE 503 Experts, invertir en tecnologías emergentes y mejorar su plataforma y servicios puede generar una importante ventaja competitiva.

BIBLIOGRAFÍA

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocios (Business Model Generation). *Deusto*. Recuperado de: <https://cecma.com.ar/wpcontent/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>.
- Bernal Pablo, P. (2018). La Investigación en Ciencias Sociales: Técnicas de recolección de la información. Universidad Piloto de Colombia.
- Asamblea Legislativa, Ley de Comercio Electrónico, Decreto N 463, Diario oficial N 27, 10 de febrero de 2021.
- Asamblea Legislativa, Ley especial contra delitos informáticos y conexos, Decreto N 236, Diario Oficial N 40, 04 de febrero de 2016.
- Asamblea Legislativa, Ley de Firma electrónica, Decreto N 133, Diario Oficial N 196, 01 de octubre 2015.
- Osorio, J. (30 de enero de 2018). Privacidad, datos personales en El Salvador. Obtenido de Instituto Panameño de Derecho y Nuevas Tecnologías: <https://www.ipandetec.org/2018/01/30/privacidad-datos-personales-en-el-salvador/>
- Portal de Transparencia de El Salvador, <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/tonacatepeque-san-salvador/documents/482070/download>
- Crespo, M. (abril de 2022). RD STATION. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvasque-es>
- Economipedia. (10 de diciembre de 2016). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- KOTLER, P. (2013). Fundamentos de Marketing Decimoprimera Edición. México: PEARSON EDUCATION.
- iLab. (2019, August 26). ¿Qué es un modelo de negocio? | iLab. Retrieved August 30, 2024, from iLab website: <https://ilab.net/que-es-un-modelo-de-negocio/>

- Entra en vigor la Ley de Comercio Electrónico en El Salvador. (2021, February 10). Retrieved August 30, 2024, from García & Bodán website: <https://garciabodan.com/entra-en-vigor-la-ley-decomercio-electronico-en-el-salvador/>
- Steven Jorge Pedrosa. (2017, March 20). Código de Comercio. Retrieved August 30, 2024, from Economipedia website: <https://economipedia.com/definiciones/codigo-de-comercio.html>
- MUNDIAL, B. (10 de 10 de 2006). *El Salvador - Desarrollos económicos recientes en infraestructura: informe estratégico (REDI-SR)*. Obtenido de <https://documents1.worldbank.org/curated/en/272181468027569912/pdf/376890SV0SPANISH0Infrastructure.pdf>
- Sampieri, R. H. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, Quinta edición*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Reserva, B. C. (2024). *Portal Geo estadístico, Resultados del Censo de población y vivienda 2024*. Obtenido de <https://geoportal.bcr.gob.sv/>
- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2010). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: DEUSTO.

ANEXOS

ANEXO 1. Diseño de instrumento de investigación: Cuestionario.

Cuestionario dirigido a: “posibles clientes”	
<p>La encuesta corresponde a una investigación académica sobre "Construcción y remodelación de hogares".</p> <p>Este estudio tiene propósitos académicos y de investigación, cuyo objetivo es analizar el comportamiento de posibles clientes y usuarios.</p> <p>Las respuestas obtenidas son confidenciales, y serán utilizadas exclusivamente para el ejercicio académico, su colaboración es fundamental para el desarrollo de este estudio. Por eso se le agradece anticipadamente por su disponibilidad y participación.</p>	
1.	<p>Generalidades:</p> <p>Género: F ___ M ___ Edad: 20 a 30 ___ 31 a 40 ___ 41 a 50 ___ 51 a 60 ___ 61 a 70 ___</p> <p>Rango de ingreso familiar: \$300 a \$500 ___ \$501 a \$700 ___ \$701 a más</p> <p>Ocupación o actividad a la que se dedica:</p>
2.	<p>¿Cuáles son los servicios que frecuentemente contrata en su residencia?</p> <p>a) Reparaciones b) Remodelaciones c) Construcción</p>
3.	<p>¿En su casa cuando se le ha presentado una necesidad que tipo de profesional contrata? a) Electricistas b) Fontaneros c) Arquitectos d) Ingenieros e) Albañil</p>
4.	<p>¿Al momento de remodelar o construir, cuál de las siguientes opciones prefiere?</p> <p>a) Buscar los servicios de un profesional recomendado</p> <p>b) Buscar una página web que ofrezca estos servicios</p> <p>c) Redes sociales (WA, FB, X, INSTAGRAM)</p> <p>d) Visitar empresas personalmente que brinden este tipo de servicios</p>
5.	<p>¿Cuál es la categoría que más influye en la toma de su decisión?</p> <p>a) Calidad b) Servicio c) Garantía d) Profesionalismo e) Presupuesto familiar</p>
6.	<p>¿Si existiera una página web que le ofreciera todos los servicios que usted necesita, estaría dispuesto a adquirirlos por este medio?</p> <p>Si No</p>

7.	<p>¿Qué le gustaría encontrar en la página web que brinde este servicio?</p> <p>Asesoría ____ Cotización de acuerdo a su presupuesto ____ Detalles y acabados ____ Calidad Servicio post venta</p>
8.	<p>¿Cuál es su opinión en relación a los foros en línea o asesorías virtuales?</p> <p>I. Muy de acuerdo II. De acuerdo III. Ni de acuerdo ni en desacuerdo IV. En desacuerdo V. Muy en desacuerdo</p>
9.	<p>¿Qué método de pago prefiere?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pagos con tarjeta de crédito o débito. • Domiciliación bancaria. • Transferencia automática. • Transferencias bancarias. • Monederos digitales (como Apple Pay y Google Pay) • Pagos con criptomonedas.

Enlace a Google Forms:

https://docs.google.com/forms/d/1pzLkCism8k5pP10_ObLvbr0NT53Pdjhmz6kWOTyxqs/edit

ANEXO 2. Diseño de guía de entrevista.

ENTREVISTA

Preguntas a realizar a profesionales que participarán en el modelo de negocio digital House 503 Experts:

Se identifican cinco aspectos principales que definen la participación de los profesionales, en los cuales se generan las siguientes preguntas:

Interés en la colaboración:

- 1) ¿Qué tan interesado estarías en participar en un modelo de empresa que trabaja por proyectos en diseño, construcción y remodelación de hogares?
- 2) ¿Qué aspectos te resultan más atractivos de esta colaboración?

Disponibilidad de tiempo:

- 1) ¿Cuántos proyectos adicionales podrías asumir en un mes, considerando tus compromisos actuales?
- 2) ¿Tienes flexibilidad en tu horario para participar en foros y colaborar en blogs?

Experiencia y especialización:

- 1) ¿Cuál es tu experiencia en proyectos de diseño y construcción residencial?
- 2) ¿Hay áreas específicas en las que te gustaría enfocarte o en las que te sientas más cómodo trabajando?

Interés en compartir conocimientos:

- 1) ¿Te gustaría participar activamente en foros y blogs para compartir tus conocimientos y experiencias?
- 2) ¿Qué temas consideras que serían más relevantes para los clientes y otros profesionales?

Expectativas de honorarios y compensación:

- 1) ¿Cuál es tu expectativa en cuanto a honorarios por tus servicios profesionales?
- 2) ¿Cómo te gustaría que se estructuraran los pagos en este modelo de trabajo por proyectos?

Enlace a Google Forms:

https://docs.google.com/forms/d/1mzDp0q5L-UJm1SzFd9o-gxBGhH_fnOZKPQEc_zKA038/edit