

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



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:**  
**DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES**  
**TEMA: DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: SWEEP SV**

**PRESENTADO POR:**

Stephanie Melissa Fernández Hernández. L10804

Ana Patricia García Corado. L10804

Belinda Natali Solano De Gallardo L10804

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**  
**LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**JUNIO 2024**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

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

**VICERRECTOR ACADÉMICO:** DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN

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

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

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

**SECRETARIO:** LIC. PEDRO JAVIER RIVAS MEJÍA

**COORDINADOR GENERAL DE  
PROCESOS DE GRADUACIÓN:** MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

**ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

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

**COORDINADORA DE PROCESO**

**DE GRADUACIÓN:** LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIAS

**DOCENTE ASESOR:** LIC. OSCAR JOSE AMAYA SANCHEZ

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

LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS

LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ

JUNIO 2024

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA**

## **AGRADECIMIENTOS**

El presente trabajo va de dedicado a Dios, que como guía ha estado presente bendiciéndome continuar con mis metas. A mis padres, Bessy Esmeralda Hernández y Carlos Ernesto Fernández por su apoyo incondicional, el optimismo y tenacidad de ambos que son valores que he aplicado a lo largo de mi vida gracias a ello e podido sobresalir más allá de lo que planeado. A todos es dedico un profundo y eterno agradecimiento por que sin su ayuda no sería la persona que soy actualmente.

**Stephanie Melissa Fernández Hernández.**

Le agradezco a Dios, por darme las energías, perseverancia, y fortaleza que necesite a lo largo de este proceso. A mi madre: Marilen Veraly Corado Velásquez que ha sido de gran apoyo y el motor que impulsa mis esperanzas y sueños, A mi compañero de vida: Gracias por todo el apoyo que me ha dado en este proceso de estudio, gracias por motivarme siempre para culminar mis estudios. Gracias a mis tutores nuestro asesor y demás personas implícitas en este proceso gracias a todos esta sería el paso final para cerrar uno de los capítulos más importantes

**Ana Patricia García Corado**

Quiero agradecer primeramente a Dios por ayudarme a culminar una parte importante en mi vida. A mis padres Belinda de Solano e Israel Solano por apoyarme y ayudarme siempre para ser mejor y seguir mis sueños. A mi hermana Alejandra Solano que siempre ha sido una parte importante de mi vida ya que mi familia ha sido un pilar importante para cumplir esta meta, a todo el personal académico incluyendo nuestro asesor Lic. Oscar Amaya y mis compañeras que han sido parte fundamental en este camino.

**Belinda Natali Solano Sarmiento**

## INDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	i
INTRODUCCIÓN .....	ii
<b>1. CAPITULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Planteamiento del problema .....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Antecedentes .....	1
1.1.2 Descripción .....	2
1.1.3 Formulación.....	3
<b>1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
1.2.1 Geográfica y temporal .....	5
1.2.2 Teórica .....	5
<b>1.3 MARCO TEORICO .....</b>	<b>8</b>
1.3.1 Histórico.....	8
1.3.2 Marco Conceptual.....	9
1.3.3 Marco Legal.....	10
<b>2 CAPITULO II - METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1. Metodología de la investigación .....</b>	<b>12</b>
2.1.1 Generalidades.....	12
2.1.2 Método .....	13
2.1.3. Enfoque de la investigación .....	14
2.1.4 Población o Universo.....	14
2.1.5 Muestra.....	14
2.1.6 Técnicas a utilizar en la investigación.....	15
2.1.7 Instrumentos a utilizar en la investigación.....	15
2.1.8 Presentación de resultados .....	16
<b>2.2 DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL .....</b>	<b>17</b>
2.2.1 FODA CRUZADO .....	17
2.2.2 PEST. ....	18
2.2.3 LAS 5 FUERZAS DE PORTER .....	23
<b>2.2 CONCLUSION DEL DIAGNOSTICO .....</b>	<b>25</b>
<b>3. CAPITULO III - PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS: SWEEP SV .....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 DESCRIPCION DEL NEGOCIO.....</b>	<b>28</b>
<b>3.2 MARCO ESTRATEGICO .....</b>	<b>29</b>

3.2.1. MISION .....	29
3.2.2. VISION .....	29
3.2.3. VALORES .....	29
3.2.4 OBJETIVOS.....	30
3.2.5. METAS .....	30
3.3. DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS .....	31
3.4. VENTAJA COMPETITIVA .....	32
3.5 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA .....	32
3.5.1 Estructura Organizativa de la empresa.....	32
3.5.2. Organización de gestión y recurso humano. ....	33
3.5.3 Proceso administrativo .....	40
3.5.4 Identificación y características de los proveedores .....	41
3.6 PLAN DE MERCADEO.....	43
3.6.1. Resultados de análisis de mercado .....	43
3.6.2 Marketing Mix Digital .....	49
3.7 PLAN DE VENTAS .....	56
3.7.1. Ciclo de Ventas .....	56
3.7.2 Proyección de ventas .....	57
3.8 PLAN FINANCIERO .....	58
3.8.1 plan de inversión .....	58
3.8.2 Estructura de costo .....	59
3.8.3 Flujo de efectivo .....	61
3.8.4. Estado de resultados proyectado.....	62
3.8.5 Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio .....	63
3.9 PLAN DE TRABAJO .....	65
3.10 INDICADORES DE MEDICION.....	67
CONCLUSIONES .....	71
Bibliografía.....	72

## INDICE DE TABLAS

TABLA 1 – Foda Cruzado .....	17
TABLA 2 - Cronograma 2023 y 2024.....	27
TABLA 3 - Descripción de áreas de gestión .....	33
TABLA 4 - Descripción de puestos de trabajo .....	35
TABLA 5 - Listado y características de proveedores de la empresa.....	41
TABLA 6 Tabulación Pregunta 1 “residentes por hogar” .....	43
TABLA 7 - Pregunta 2 “rango salarial” .....	44
TABLA 8 - Pregunta 3 “Labores de limpieza en el hogar” .....	45
TABLA 9 - Pregunta 8 “aplicaciones similares a Sweep sv” .....	46
TABLA 10 - Pregunta 9 “interés de los encuestados en usar Sweep sv” .....	47
TABLA 11 - Proyección de ventas para el primer año en productos .....	57
TABLA 12 - Proyección de ventas para el primer año en dólares .....	57
TABLA 13 - Proyección de ventas para los primeros 5 años de operaciones .....	57
TABLA 14 - Proyección de ventas para los primeros 5 años de operación .....	57
TABLA 15 - Plan de inversión .....	58
TABLA 16 - Calculo de cuota de financiamiento.....	59
TABLA 17 - Estructura de costo.....	59
TABLA 18 - Estructura de costo total en base a unidad de servicios prestados proyección para 5 años ..	60
TABLA 19 - Estructura de costo total en base a unidad de servicios prestados proyección para 5 años ..	60
TABLA 20 - Flujo de efectivo .....	61
TABLA 21 - Estado de resultados proyectado .....	62
TABLA 22 - Análisis de rentabilidad.....	63
TABLA 23 - Puntos de equilibrio operativos .....	64
TABLA 24 - Diseño de plan de trabajo.....	65

## INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 - Las 5 fuerzas de porter .....	24
FIGURA 2 - Lienzo canvas Sweep SV .....	26
FIGURA 3- Logo .....	28
FIGURA 4 - Organigrama de la empresa Sweep SV .....	32
FIGURA 5 – Grafico pregunta 1 “residentes por hogar” .....	43
FIGURA 6 – Grafico pregunta 2 “rango salarial” .....	44
FIGURA 7 – Grafico pregunta 3 “Labores de limpieza en el hogar” .....	45
FIGURA 8 – Grafico pregunta 8 “aplicaciones similares a Sweep sv” .....	46
FIGURA 9 - Gráfico pregunta 9 “interés de los encuestados en usar Sweep sv” .....	47
FIGURA 10 - Marketing Mix Sweep sv .....	49
FIGURA 11 - Arte a Utilizar para promoción del negocio .....	50
FIGURA 12 - Arte a utilizar para promocionar la aplicación móvil .....	51
FIGURAS 13 Y 14 - Redes Sociales (Facebook, Instagram).....	52
FIGURA 15 y 16 - Diseño de la aplicación móvil .....	53
FIGURA 17 - Las 4 p’s del Marketing digital .....	54
FIGURA 18 - Embudo de Ciclo de Ventas .....	55
FIGURA 19 - Ciclo de ventas.....	56

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Para desarrollar el trabajo de graduación dentro de la especialización en Marketing Digital realizamos un análisis de un modelo de negocios en el cual pudiéramos aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera, desde la selección de la idea hasta la evaluación de la viabilidad, rentabilidad y aceptación de la misma.

Decidimos seleccionar una idea de una aplicación móvil que pueda servir de manera colaborativa e intermediaria para poder satisfacer las necesidades de un grupo de personas que buscan un servicio de limpieza en su hogar y otro grupo que ofertan dichos servicios.

Seleccionamos un nombre único llamado “SWEEP SV” que relaciona la actividad principal de la empresa así como la necesidad principal por la que los consumidores nos buscarían además de realizar un análisis tanto interno como externo con el uso de modelos estratégicos que permiten una evaluación efectiva y verídica.

Se recolectaron datos de posibles usuarios a través de encuesta, obteniendo resultados de aceptación netamente positivos para el desarrollo de la aplicación.

La evaluación en el ámbito financiero es vital para prevenir pérdidas y tomar un plan de acción ante cualquier inversión por lo cual se han desarrollado las proyecciones respectivas que respaldan el éxito de SWEEP SV Como un negocio restable y sostenible.

Nuestro proyecto pretende ser la App líder en su giro en El Salvador, siendo una plataforma atractiva y fácil de utilizar,

Por lo tanto se espera que al lograr un buen prestigio y aceptación la aplicación goce de un rendimiento exitoso.

## INTRODUCCIÓN

La economía colaborativa ha revolucionado la forma en que realizamos tareas diarias. Es por eso que estamos emocionados de presentar nuestra nueva aplicación, la cual se convertirá en tu aliado de confianza para todas tus tareas domésticas de limpieza.

Imagina poder contar con profesionales dedicados a la limpieza, dispuestos a ayudarte en cualquier momento y en cualquier lugar. Nuestra aplicación te conectará con personal especializado en hacer labores de limpieza, quienes estarán encantados de brindarte su experiencia y habilidades.

Lo mejor de todo es que nuestra aplicación te permitirá encontrar a esa persona de manera rápida y sencilla. Podrás navegar por perfiles detallados, conocer su experiencia, verificar sus calificaciones y leer comentarios de otros usuarios satisfechos.

Sabemos lo importante que es para ti contar con un servicio confiable y seguro. Es por eso que hemos implementado rigurosos procesos de selección y verificación para nuestro personal. De esta manera, te aseguramos que recibirás un servicio de calidad y confianza.

En nuestra empresa, la comodidad y la satisfacción del cliente son nuestra prioridad. Queremos facilitar tu vida y ahorrarte tiempo y preocupaciones. Por eso, podrás programar tus limpiezas de acuerdo a tu conveniencia, realizar pagos seguros y recibir notificaciones en tiempo real. Todo esto, desde la comodidad de tu teléfono móvil.

No pierdas más tiempo buscando soluciones para tus tareas domésticas de limpieza. Descarga nuestra aplicación y descubre la comodidad y la tranquilidad que todo esté limpio.

## **1. CAPITULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO**

### **1.1 Planteamiento del problema**

En este apartado podemos encontrar una descripción concisa y clara del problema que necesita ser abordado en el planteamiento del problema se resalta la necesidad de explorar soluciones viables y potenciales para abordar la problemática planteada

#### **1.1.1 Antecedentes**

Dentro de la legislación salvadoreña en el año 1950 la constitución de la republica dentro de su capítulo 2 específicamente en el artículo 190, incorpora los primeros derechos para aquellos trabajadores dedicados a labores "domesticas" a pesar de ser un concepto más amplio, dentro de él podemos agrupar todas aquellas actividades de limpieza dentro del hogar. En el ámbito laboral - legal lo encontramos definido como "trabajo doméstico" legislado en el código de trabajo en los artículos del 76 al 83, abordado de una manera general debido a que no contempla, jornadas, remuneraciones ni días de asueto y dejando de lado todas aquellas empresas ya sea industriales o comerciales dedicadas a este rubro.

A pesar de los vacíos en la ley hacia las labores de limpieza en el hogar hay una cantidad importante de personas que se dedican a esto y muchas otras migran del oriente y occidente del país a las colonias con más poder adquisitivo para poder tener acceso a un empleo de este tipo, Roxana Rodríguez, de la Coordinadora Social para la Economía del Cuidado (COSEC) Asociación para el Desarrollo y Autodeterminación de Mujeres Salvadoreñas (AMS), denomina trabajo de cuidados a todas las labores que se realizan en el hogar, y se refiere en principio a quienes lo realizan sin remuneración alguna. «Supuestamente se hace por amor», agrega, y no solamente

sostiene a las familias, sino que permite que la vida se reproduzca y continúe, que las sociedades funcionen y los países avancen (Ramírez, 2022, p.1).

Según la encuesta de Hogares de propósitos múltiples elaborada por la DIGESTYC en 2012 la población ocupada asciende a 2, 559,315 de los cuales 111,780 están empleadas en trabajo de limpieza doméstica, En El Salvador, las mujeres dedican un 20.5 % de su tiempo a estos trabajos, casi el triple que los hombres, que solo usan un 7.2 %, según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022).

¿Qué tan importante es para la salud personal el acceso a estos servicios? Un estudio publicado en “Personality and Social Psychology Bulletin,” encontró que las personas que describieron sus espacios de vida como desordenados o llenos de proyectos inconclusos eran más propensas a estar fatigadas y deprimidas que las personas que describieron sus hogares como descansados y restauradores.

Actualmente para que un hogar promedio pueda acceder a este tipo de servicios existen dos opciones la primera hacer un contrato con una empresa que preste servicios de ornato y limpieza sin embargo los contratos están dirigidos en paquetes empresariales y son significativamente costosos o contratar una persona particular recomendada o que simplemente se promocione así misma ya sea por medios digitales o tradicionales, arriesgándonos a contratar personal con experiencia no comprobable y en muchas ocasiones con dudas acerca de su comportamiento u honradez

### **1.1.2 Descripción**

Los datos obtenidos mediante investigación teórica e histórica, previamente descritos en los antecedentes del presente informe, nos han dado información relevante sobre el mercado que

estamos explorando a si mismo las necesidades que podemos cubrir, esta información a pesar de ser teórica y documental ha sido indispensable para el desarrollo de nuestro proyecto ya que ha dado las bases para crear un sistema más apegado a las necesidades de nuestros posibles cliente y colaboradores.

Con nuestra aplicación se pretende tener disponible un catálogo de profesionales en limpieza disponibles para poder ayudar a nuestros clientes en cualquier lugar y momento, conectando a nuestros clientes con personal de limpieza previamente seleccionado los cuales estarían disponible para poder compartir las habilidades, y poder satisfacer las necesidades de limpieza y orden que tengan en sus hogares, ayudando y cubriendo las funciones de búsqueda y evaluación de personal que en muchas ocasiones el cliente final no puede realizar y ahorrándole un servicio industrial de limpieza en muchas ocasiones puede llegar hacer costoso y hasta innecesario.

### **1.1.3 Formulación**

*¿En qué medida la falta de una aplicación móvil digital para la limpieza en hogares incide en el acceso que tienen las familias en la contratación de profesionales que presten dichos servicios?*

La anterior pregunta sintetiza una cantidad de interrogante la cual funciona como guía tanto para la elaboración del proyecto actual como para poder ejecutar dicho plan para llegar a ella hay que considerar muchos factores,

La vida cotidiana está expuesta a constantes cambios ocasionados por una numerosa cantidad de factores, entre los más importantes podemos destacar, cambios sociales como la inclusión de las mujeres al mundo laboral educativos político y otros, el incremento de las

necesidades diarias económicas que conlleva a toda la familia a trabajar diariamente para poder no solo subsistir si no acceder a todos los servicios tanto básicos como avanzados disponibles y los avances tecnológicos que cada día abarcan más actividades cotidianas y que para poder acceder a ellas es necesarios un conocimiento básico sobre tecnología (pedir comida, taxis, entregas, encomiendas, reservaciones para hospedajes etc.)

Con el incremento en el costo de la vida y la inclusión de la mujer en actividades diarias laborales, poco a poco el estereotipo de “ama de casa” desaparece y para ello los hogares tiene algunas alternativas para atender las necesidades de limpieza y orden en su hogar, hoy en día es más común compartir las labores de limpieza en el hogar, pero:

¿Qué pasa con las personas que tiene extensas o cansadas jornadas labores en su trabajo negocio o emprendimiento?

¿El costo hoy en día por servicios profesionales de limpieza es demasiado alto y hasta inaccesible?

¿Qué tan satisfechas están las familias con los servicios de limpieza ofertados actualmente en cuanto a condiciones y confiabilidad del personal?

¿El tiempo y la búsqueda de personal para poder cubrir las funciones de limpieza en el hogar son demasiado largo?

¿Qué tan importante es para la salud personal y mental el convivir en un ambiente limpio y ordenado?

¿Sera que este grupo de personas que está dispuesta a poder pagar cantidades razonables y aceptar condiciones razonables porque las labores de limpieza les sean realizadas en sus hogares?

¿Existe hoy en día algún mecanismo web o aplicaciones digitales, capaz de proporcionar servicios de limpieza brindada por profesionales confiables y a precios accesibles?

## **1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Lo más importante para poder delimitar un problema es conocerlo a fondo primeramente haber realizado la investigaciones tanto de campo como bibliográficas necesarias.

### **1.2.1 Geográfica y temporal**

La investigación se realizó en el municipio de La Libertad Sur, Distrito Santa Tecla en departamento de la Libertad entre el mes de marzo 2023 al mes de marzo 2024.

### **1.2.2 Teórica**

#### **a) Limpieza en el hogar**

“Personality and Social Psychology Bulletin” es una revista científica publicada mensualmente por SAGE Publishing, en uno de sus foros internacionales La revista se publica mensualmente, información importante para conocer los problemas psicológicos que conlleva no tener la casa limpia y ordenada, dicho boletín sostiene que las personas que poseen hogares desordenados o repletos de proyectos sin terminar tienen más probabilidades de sentirse desgastadas y deprimidas que aquellos que decían que sus hogares eran reparadores y organizados.

Los servicios de limpieza domestica son una de las ocupaciones más antiguas, históricamente realizada en su mayoría por mujeres y vinculado con la esclavitud y la servidumbre ya que son actividades labores no reguladas o en muchas ocasiones con regulaciones limitadas que no garantizan la protección de las personas que lo realizan, sin embargo organizaciones

internacionales como la OIT han creado cantidades de regulaciones para efectos de poder dar un trato digno, remuneración, y condiciones adecuadas a las personas que desempeñan estas labores.

### **b) Los negocios digitales y las aplicaciones móviles**

Un negocio digital es aquel que ocupa la tecnología para darle ese valor agregado sobre los modelos de negocios convencionales, volviéndolo novedoso, más atractivo y fácilmente más al alcance de todos, el termino negocio digital incluye negocios nativos digitales y aquellos que han dedicado a transformar sus negocios a la era digital.

La herramienta auxiliar perfecta para un negocio digital es una aplicación móvil, estas son herramientas de software, escritas en lenguajes de programación adaptadas a las exigencias, estas funcionan principalmente en dispositivos móviles y se caracterizan por ser dinámicas fáciles de instalar y manejar

Hoy en día existen aplicaciones de todo tipo como noticias, juegos, mensajería, social, deportes, idiomas y un largo etcétera.

### **c) Economía colaborativa**

Es un modelo económico en el cual los usuarios aprovechan los avances tecnológicos para prestar servicios comprar vender mercadería o alquiler o compartir bienes, este modelo está en constante evolución ya que cada día nacen nuevos espacios

### **d) Tipos de economía colaborativa**

**Consumo Colaborativo:** Se basa en el intercambio en el cual se usan plataformas digitales, existe un amplio catálogo de productos al que se puede acceder mediante el intercambio producto-dinero.

**Conocimiento abierto:** Son plataformas sin fines de lucro donde se difunde información, el punto importante es que lo que se difunda por este medio no debe estar sujeto a derechos de autor para que la persona que lo necesite pueda acceder.

**Producción colaborativa:** Son espacios virtuales donde las personas interactúan para ayudar en la gestión de proyectos de productos y servicios, en este modelo varios profesionales ponen en marcha sus habilidades para sacar adelante una producción, es común aplicar este modelo a rubros como el diseño o la ingeniería.

**Finanzas Colaborativas:** Existen sistemas de crédito como préstamos, depósitos, préstamos, préstamos para máquinas y préstamos híbridos como los préstamos hipotecarios. En el caso del crowdfunding, un proyecto es posible gracias a las aportaciones de otras personas. Se utiliza a menudo en la música, el arte, la cultura y otros campos.

#### e) Sectores de la economía colaborativa

**Alojamiento:** Aplicaciones donde se pueden brindar servicios de hospedaje alquileres venta de casas, o terrenos entre personas de cualquier país. Algunas plataformas actúan como intermediarias entre los huéspedes y los propietarios del alojamiento.

**Transporte:** Existen aplicaciones que ponen en contacto usuarios de transporte y personas que prestan el servicio,

**Segunda Mano:** La gente encuentra muchos trabajos vendiendo cosas usadas o de segunda como ropa, libros, productos electrónicos y cualquier cosa que no se use en su hogar

**Restauración:** Para evitar el desperdicio de alimentos en los bares, supermercados y tiendas de comestibles proporcionan paquetes que contienen productos no vendidos (pero consumibles) que deben desecharse.

## **1.3 MARCO TEORICO**

### **1.3.1 Histórico**

La limpieza y el higiene son partes fundamentales y que contribuyen a la prevención de muchas enfermedades y preservar en buen estado la salud de la población, las prácticas de limpieza tanto personal como del entorno se remontan al menos a 7000 años antes, en las inclusiones arqueológicas realizadas en Babilonia Egipto Roma y Grecia, se han encontrados jabones aromatizantes y productos de limpieza en general que datan entre los 4800 y 7000 años de antigüedad, los cuales se utilizaban con fines médicos y de limpieza, así también personajes como Hipócrates medico griego del año 460 A.C. Determino y fundamento que la limpieza y renovación de agua fresca diaria podría prevenir todo tipo de infecciones.

La edad media comprendido entre el siglo V y el siglo XV se dice que inicio en el año 476 DC y finalizo cerca del año 1492, se conoce como una era caótica en cuanto al tema del saneamiento los pueblos y sus hogares se mantenían en su mayoría sucios y masificados de personas epidemias como la tuberculosis, el cólera, difteria, viruela y otras se extendían por falta de higiene y limpieza al punto de reducir la esperanza de vida a los 30 años,

Al principio del siglo XIX y después que la peste negra acabara con el 60% de Europa, se reconocieron los jabones, desinfectantes y productos farmacéuticos que podían controlar todo este tipo de enfermedades, fue el comienzo del cambio con respecto a las prácticas de saneamiento y salud pública, como la limpieza de chimeneas eliminación de polvo mugre de los hogares y prendas de vestir entre otros,

a comienzos del siglo XX los británicos y estadounidenses, unieron la tecnología con los principios de limpieza y crearon maquinas vanguardistas a propulsión de gasolina y eléctricas con mangueras largas para alcanzar el interior de los hogares y que maximizaban en aseo, impulsando esta iniciativa como un negocio de puerta en puerta, dicha industria ha crecido constantemente para dar servicios a una población cada vez más grande, el cambio más considerable a través del tiempo es que cada vez está al alcance de un público más amplio ya que en sus inicios se limitaba a altas esferas de la sociedad.

En El Salvador el trabajo de limpieza domestica remunerada ha sido históricamente feminizado, a pesar que desde la época de la conquista española se establece un sistema de dominio en donde la carga de trabajo productivo labores de limpieza jardinería se imponía a hombres y mujeres indígenas, posteriormente no solo en El Salvador si no en Latinoamérica se llegó a pensar que la contratación de servicios de limpieza para sus hogares era un símbolo de mantener su estatus social. Más tarde con el ascenso de la clase media los motivos de contratación de servicios de limpieza en el hogar se diversificaron y empezaron a prestarse los servicios de este tipo sin importar nacional o condición de los contratados.

Así el trabajo de limpieza paso en El Salvador pasó de ser considerado como servidumbre y realizado únicamente por mujeres a ser una relación laboral, la evolución jurídica se ha ido reconociendo a lo largo del tiempo lamentablemente no ha sido siempre en beneficio de la clase trabajadora, en muchas ocasiones sus vacíos legales obligan al trabajador a aceptar condiciones que no son siempre las mejores.

### **1.3.2 Marco Conceptual**

**Negocio Digital:** Son aquellos que por medio del internet y la tecnología venden sus productos o servicios, es un modelo de negocios innovador que actualmente ofrece crecimiento constante e innumerables oportunidades

**App móvil (Aplicación Móvil):** es un tipo de software de computadora diseñado para realizar determinadas funciones o actividades que el usuario determina, con la final de simplificar

su nombre se les llama APP y son el motor del funcionamiento de los teléfonos móviles hoy en día, ya sea en sus dos principales sistemas operativos (IOS , android)

**Servicio de limpieza:** Persona, empresa u organización que mediante prestación de servicios provee orden eliminación de suciedad mediante métodos como barrer, aspirar, cepillar, el uso de químicos desinfectantes etc., los servicios pueden ser prestados principalmente en el hogar, sin embargo nada impide que puedan ejecutarse en locales comerciales como oficinas.

**Economía Colaborativa:** Son nuevos conceptos de negocio basados en las nuevas tecnologías y redes colaborativas. Por medio de herramientas tecnológicas (páginas web, Software, App) cantidad y variedad de producto o servicio que pueda alquilarse, transferirse, venderse, prestarse o comprarse es comercializado de una manera peculiar y efectiva, los bajos costos y la alta efectividad hace de este método de los mejores de la nueva era.

### 1.3.3 Marco Legal

**Constitución de la república de El Salvador** (Decreto legislativo N38, Diario Oficial N234 Tomo N281 publicado el 16 de diciembre de 1983): El artículo 2 de la constitución de la república de El salvador, estipula el trabajo como el derecho que toda persona posee,

El artículo 37 reconoce el trabajo como una función social, protegiendo la actividad en carácter de estado así mismo lo exime de ser considerado un objeto de comercio y establece que es el estado quien brindara todos los recursos al alcance para poder proporcionar una ocupación al trabajador para garantizar estabilidad económica y existencia digna.

El artículo 45 regula parcialmente el trabajo doméstico, que es la vinculación más cercana que tenemos con el servicio de limpieza en hogares, dicho artículo protege los principales derechos del trabajador como salarios, jornadas, descansos, indemnizaciones entre otros.

El título 2 capítulo 1 sección segunda los artículos del 37 al 52 estipula una serie de regulaciones en cuanto a la actividad laboral en el salvador, estableciendo derechos, leyes específicas, condiciones, contratos, salarios jornadas etc.

**Código de trabajo:** (Decreto legislativo N15 Diario oficial N142 tomo 236 del 31 de julio 1972), En los artículos del 76 al 83, abordado de una manera general debido a que no contempla, jornadas, remuneraciones ni días de asueto y dejando de lado todas aquellas empresas ya sea industriales o comerciales dedicadas a este rubro,

**Ley de comercio electrónico:** (Decreto N463 Diario Oficial N27 tomo N426 publicado el 10 de febrero 2020) Art. 15.- El proveedor de bienes y servicios que realice actividades de contratación electrónica, está obligado a poner a disposición antes de iniciar el procedimiento de contratación y mediante técnicas adecuadas al medio de comunicación utilizado, información completa, clara, comprensible e inequívoca. Dicha información deberá ser remitida al usuario por el medio acordado de forma permanente, fácil y gratuita, para su impresión o descarga, sin perjuicio del cumplimiento de los demás requisitos legales, la cual deberá contener lo siguiente:

- a) Los pasos que deberán seguirse para celebrar el contrato.
- b) Los términos y condiciones sobre el producto o servicio a adquirir o tipo de relación que se establecerá; debiendo detallar la información que se solicitará del usuario y la forma en que el proveedor almacenará y pondrá a disposición del usuario el documento electrónico donde conste la transacción.
- c) La orden o pedido de los bienes o servicios a adquirir con su descripción, precio individual, precio total y de ser aplicable, los gastos adicionales que deba pagar por envío o cualquier otro concepto, según aplique.

- d) Tiempo de entrega de los bienes o servicios.
- e) Los medios que pone a su disposición para revisar y validar los datos, corregir errores o cancelar la transacción.
- f) Los medios aplicables para resolver controversias.
- g) El idioma y la forma de pago en que podrá formalizarse el contrato.

Art. 20.- Los proveedores de bienes y servicios por vía electrónica deberán utilizar estándares especializados, o cualquier herramienta tecnológica disponible para brindar seguridad y confidencialidad a la información personal y crediticia proporcionada en las plataformas utilizadas para el comercio electrónico.

En lo relativo a la protección de datos personales se estará a lo dispuesto en la legislación pertinente; y en lo relativo a la información comercial y crediticia, se estará a lo dispuesto en la Ley de Regulación de los Servicios de Información sobre el Historial de Crédito de las Personas.

El proveedor deberá informar el nombre de la entidad certificadora del sitio web, o plataforma electrónica, o que no cuenta con certificación.

## **2 CAPITULO II - METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

### **2.1. Metodología de la investigación**

#### **2.1.1 Generalidades**

El presente análisis la metodología funcionara para poder poner en marcha un negocio digital realizar el estudio correspondiente que contribuya a poder hacer factible el proyecto, y

poder ponerlo en marcha con todo el éxito posible. La investigación se ha catalogado como cualitativa debido a que estamos buscando conocer lo que terceros piensan sobre nuestra idea de la aplicación móvil de limpieza en hogares así mismo se busca comprobar la efectividad y la popularidad que puede llegar a tener esta idea de negocios, la información recolectada deberá ser rica sobre percepciones interacciones y emociones de los usuarios

Sin embargo tampoco hay que perder de vista el tema numérico en cuanto a métricas, y mediciones relacionadas no solo a las finanzas si no al tema de descargas, vistas, usuarios, followers etc. Por lo que podemos catalogar nuestra investigación como CUANTI-CUALITATIVA

### **2.1.2 Método**

La investigación se basará en un método inductivo ya que partiremos de situaciones y eventos específicos para poder llegar a una conclusión generar de una teoría que ya se considera valida, es muy importante mencionar que esta conclusiones no son rígidas es decir pueden ser revisadas en base a nuevas observaciones.

Para ser específicos, con nuestro análisis se pretende comprender las necesidades y las preferencias de nuestros consumidores y posibles clientes en base a comportamientos, opiniones y porque no patrones de compra.

El método no es único, ni rígido, dentro del mismo podemos considerar también subcategorizarlo como estudio de tipo analítico, ya que se analizará todas aquellas partes y factores necesarios para poder fundamentar conclusiones e ideas finales solidas sobre la creación de nuestro negocio digital en vista del poder lograr la mayor éxito posible

### **2.1.3. Enfoque de la investigación**

En enfoque de la investigación se considera cuanti-cualitativo debido que está buscando conocer terceros piensan sobre nuestra idea de la aplicación móvil de limpieza en hogares así mismo se busca comprobar la efectividad y la popularidad que puede llegar a tener esta idea de negocios, sin embargo también se tomaran en cuenta métricas numéricas en el tema de finanzas y otros factores.

### **2.1.4 Población o Universo**

Estará formada por habitantes residentes ubicados en el municipio de la libertad sur distrito Santa Tecla, departamento de La Libertad las cuales conforman un universo de 136,468 habitantes, según últimos datos, recolectados por la en ese entonces Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), ahora Oficina de estadísticas y censos parte de Banco Central de Reserva,

### **2.1.5 Muestra**

La fórmula para determinar la muestra se tomó en cuenta una población finita (tiene un número limitado de elementos) de 136,468 personas residentes del municipio de la libertad sur distrito Santa Tecla, departamento de La Libertad, y se determinó a través de la formula común para determinación de muestras finitas:

$$\text{Tamaño de Muestra} = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

Donde,

Z. al nivel de confianza 0.95

p. al error en este caso es 0.05

c. al margen de error (0.04, 4)

Una situación que ocurre al calcular el tamaño de la muestra para poblaciones muy grandes (generalmente por arriba de 100,000) es la obtención del número 385, tanto si se trata de una población de 450,000 como una de 4,500, 000.

¿Se trata de un error? No el número 385 se obtiene al considerar, para un nivel confianza de 95%, la desviación media de 1.96, y un margen de error de 5%, a partir de lo anterior podemos concluir que.

**La muestra será de 385 personas residentes del municipio de la libertad sur distrito Santa Tecla, departamento de La Libertad**

#### **2.1.6 Técnicas a utilizar en la investigación**

Para la presente investigación se utilizara la técnica de encuesta, se considera ampliamente útil como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz,

#### **2.1.7 Instrumentos a utilizar en la investigación**

Como instrumento se utilizara un cuestionario detenidamente elaborado con el cual se permitirá evaluar indistintamente a cada persona individualmente.

Los cuestionarios contendrán preguntas claras y lógicas las cuales podrán ser cerradas o con opción múltiple de manera que se puedan determinar fortalezas, debilidades y que a su vez permita un análisis confiable y objetivo en cuanto al tema en estudio (VER ANEXO 4)

### **2.1.8 Presentación de resultados**

El análisis e interpretación de los datos recolectados en las encuestas mediante los cuestionarios se realizara en base a cada pregunta del cuestionario desarrollado y presentado en gráficas de pastel analizando la distribución de las frecuencias tanto en términos absolutos como en términos relativos, permitiendo la determinación de situaciones relacionadas con el problema en estudio.

La información secundaria se obtendrá mediante fuentes bibliográficas de las cuales se formara un fichero bibliográfico, así también a través de redes internacionales de comunicación (internet), la cual nos proporcionara investigar de la problemática en un sentido más amplio.

Para procesar la información en primer lugar se elaborara el cuestionario a emplear y luego se procederá a recolectar datos mediante encuesta, a las entidades seleccionadas como muestra del universo en el estudio, posteriormente se organizara y resumirá en cuadros la información obtenida para ser procesada y tabulada representándola gráficamente utilizando para ello un paquete utilitario Microsoft Excel.

El análisis se realizara a las respuestas que se obtuvieron de los encuestados, con la finalidad de identificar una explicación de la problemática planteada y posteriormente brindar una posible solución para la efectividad de la formulación y ejecución de los impuestos a las operaciones financieras.

La interpretación de los resultados, dar una explicación cualitativa a los gráficos obtenidos de los datos recolectados, con el fin de obtener conclusiones que sustente la propuesta.

## 2.2 DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL

### 2.2.1 FODA CRUZADO

TABLA 1 – Foda Cruzado

Matriz Foda Cruzada	Oportunidad	Amenaza
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad del servicio por clientes</li> <li>• Necesidad de Empleo.</li> <li>• Demanda constante.</li> <li>• Modelo de trabajo personalizado nuevo en el mercado</li> <li>• Personas con necesidad de ingresos adicionales</li> <li>• Personas con necesidad de empleo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia, empresas Profesionales.</li> <li>• Posible Guerra de precios.</li> </ul>
<b>Fortaleza</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación en el área de servicio de limpieza</li> <li>• Diversificación de servicios</li> <li>• Cobertura nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio brindado en la zona de Santa Tecla</li> <li>• Posicionarnos como una empresa que brinde servicios rápidos, a precios razonables y eficientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar personal calificado, adecuado y que genere confianza.</li> <li>• Creación de publicidad fuerte para todos nuestros posibles consumidores.</li> </ul>
<b>Debilidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de personal capacitado debido al nivel de estudio de las personas que ejercen el oficio.</li> <li>• Dificultad de generar confianza al momento de que una persona totalmente nueva ingrese a la casa.</li> <li>• Poca experiencia en publicidad ya que este proyecto debe tener mucha publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar diferencia entre los competidores.</li> <li>• Lograr ser la APP móvil número uno en limpieza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer capacitaciones a nuestro personal en cuanto a lo que esperamos en su realización del servicio y trato a nuestros clientes.</li> <li>• De ser necesario buscar un local para nuestra empresa.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 2.2.2 PEST.

**Político:** en El Salvador es importante considerar la estabilidad política y la influencia del gobierno en el sector de servicios, los cambios políticos pueden afectar las regulaciones y políticas comerciales.

Legislación laboral: las leyes laborales y los requisitos de contratación pueden tener un impacto en los costos y en la disponibilidad de personal para la empresa de servicios de limpieza.

Políticas fiscales: los impuestos y las políticas fiscales del gobierno también pueden afectar la rentabilidad y los costos operativos de la empresa.

**Económico:** La última tasa de variación anual del IPC publicada en El Salvador es de mayo de 2023 y fue del 4,4%.

Hay algunas variables que pueden ayudarle a conocer algo más si va a viajar a El Salvador o simplemente quiere saber más sobre el nivel de vida de sus habitantes.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de El Salvador, en 2021, fue de 3.845 dólares, por lo que se encuentra con esta cifra está en la parte final de la tabla, en el puesto 118. Sus habitantes tienen un bajísimo nivel de vida en relación a los 196 países del ranking de PIB per cápita.

Balanza comercial: La balanza comercial de El Salvador cerró el primer trimestre de 2023 con un déficit de más de \$2,149.5 millones, un 7.7 % menos que el registrado en el mismo lapso de 2022, de acuerdo con información del Banco Central de Reserva (BCR) consultada este miércoles por EFE.

Los datos de la institución financiera indican que el déficit comercial entre enero y marzo del año en curso fue inferior en 178.1 millones de dólares, frente a los 2,327.6 millones registrados en 2022.

**Sociales:** Demografía: El Salvador, situada en América Central, tiene una superficie de 21.040 Km<sup>2</sup> con lo que se encuentra entre los países más pequeños.

El Salvador, con una población de 6.314.000 personas, se encuentra en la posición 112 de la tabla de población, compuesta por 196 países y tiene una densidad de población de 300 habitantes por Km<sup>2</sup>.

Su capital es San Salvador y su moneda dólares USA.

El Salvador es la economía número 106 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 20.016 millones de euros, con una deuda del 82,44% del PIB. Su deuda per cápita es de 3.170 € euros por habitante.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en El Salvador es de mayo de 2023 y fue del 4,4%. (datosmacro.com, 2023)

Educación: En El Salvador los hombres tienen una tasa de alfabetización de un 82,8% y las mujeres, 77,7%, sin embargo, un 18% de la población no sabe leer ni escribir.

**Educación primaria y secundaria.** La educación parvulario (preescolar) atiende a niños de cuatro a seis años de edad. La educación básica se ofrece normalmente a estudiantes de siete a quince años de edad y es obligatoria. Se puede admitir alumnos de seis años, siempre que bajo criterio pedagógico demuestren madurez para iniciar estos estudios y existan los recursos en los

centros educativos. La educación básica comprende 9 grados de estudio divididos en tres ciclos de 3 años cada uno.

La educación media ofrece la formación en dos modalidades, una general y otra vocacional. Los institutos educativos oficiales que imparte la enseñanza del nivel medio se definen como Institutos Nacionales, mientras que las instituciones privadas son llamadas Colegios o Liceos. Los estudios de educación media culminan con el grado de Bachiller. El Bachillerato General tiene una carga semanal de 40 horas de clase y dura 2 años, mientras que el Bachillerato Técnico Vocacional posee 44 horas semanales, 10 horas corresponden al área técnica en los dos primeros años; el tercer año, 30 horas semanales, todas del área técnica.

**Educación superior:** La Universidad de El Salvador fue fundada el 16 de febrero de 1841, por Decreto de la Asamblea Constituyente, a iniciativa del Presidente de la República, Juan Nepomuceno Fernández Lindo, y del presbítero católico Crisanto Salazar, con el objetivo de proporcionar un centro de estudios superiores para la juventud salvadoreña. En sus primeros años, la Universidad de El Salvador tuvo una existencia precaria, por el escaso apoyo gubernamental que recibía.

Desde los años 50, la Universidad de El Salvador se convirtió en el principal referente de pensamiento de la izquierda salvadoreña y uno de los núcleos de oposición a los gobiernos autoritarios y militaristas del país. Por eso muchos de sus estudiantes y catedráticos fueron víctimas de la represión militar.

La primera universidad privada que surge es la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, cuyo antecedente más significativo se remonta a los inicios de la década de los sesenta, cuando Monseñor Luis Chávez y González, arzobispo de San Salvador, expresó la idea de fundar

una universidad católica dirigida por jesuitas, como hay muchas en diferentes países. (REDEM, 2023).

Salud: El gasto público en sanidad en El Salvador disminuyó 68,5 millones en 2017, es decir un 4,39%, hasta 1.019,1 millones de euros, con lo que representó el 19,24% del gasto público total. Esta cifra supone que el gasto público en sanidad en 2017 alcanzó el 4,61% del PIB, una caída de 0,37 puntos respecto a 2016, cuando el gasto fue el 4,98% del PIB.

En 2017, El Salvador descendió en la tabla que compara los países por la cuantía que dedican a sanidad, pasó del puesto 84 al 87. Más importante es su posición en el ranking de gasto público en sanidad respecto al PIB, en el que El Salvador ha descendido del puesto 47 al 51 de 192 países.

En referencia al porcentaje que supone la inversión en sanidad respecto al presupuesto gubernamental (gasto público), El Salvador se encuentra en el puesto 12.

En 2017, el gasto público per cápita en sanidad en El Salvador fue de 159 euros por habitante. En 2016 fue de 171 euros, luego cayó un 7,02%, 12 euros por persona. En la actualidad, según su gasto público en sanidad per cápita, El Salvador se encuentra en el puesto 96 de los 192 publicados.

Cultura: En El Salvador existen diferentes tipos de trajes típicos, en la cual la mayoría son utilizados en diferentes festividades, aunque hay algunos pueblos que aún utilizan estos. En el traje femenino es común ver elementos como un escapulario, un chal, un paño y diferentes adornos de colores, y con tela de algodón.<sup>1</sup> y pueden estar con una falda y una blusa, o un vestido, en el calzado se usan sandalias. En el traje masculino es común ver un traje de algodón, también en las fiestas tradicionales, se utilizan pantalones modernos, con una camisa de manta, en el calzado sandalias o botas, y un sombrero. Realmente son de carácter rural, y presentan diferentes

variaciones dependiendo del lugar.<sup>2</sup> especialmente en la zona norteña del país, predominando el vestuario clásico de vaquero.

En las festividades o fiestas patronales, se realizan danzas haciendo uso de estos trajes típicos. Con el pasar de los años los trajes se han modificado, teniendo un poco más de volumen y colores en sus estilos. El traje típico se dejó de usar en la población en general, aunque aún hay personas que mantienen viva esta tradición, siendo así que el traje sea utilizado solo en ocasiones especiales.

**Tecnológicos:** El 2023 con enfoque en educación tecnológica para las nuevas generaciones e innovación

El Salvador. Luego de un cierre de año 2022 exitoso, PBS El Salvador, compañía tecnológica con presencia en más de 20 países, se proyecta para un 2023 lleno de innovación y liderazgo tecnológico.

PBS es una compañía tecnológica con presencia en más de 20 países, Centroamérica, El Caribe y Colombia, con la distribución de marcas como Cisco, Oracle, Dell, Google, Xerox, entre otras.

La compañía apunta al desarrollo de nuevos negocios de la mano de las mejores marcas con representación a nivel mundial y con equipo de trabajo local preparado para atender las necesidades del mercado en seis líneas de negocios: división de imágenes e impresión, networking y seguridad, infraestructura de Tecnología de la Información, servicios profesionales (mantenimiento, soporte de equipos y asesoría técnica), impresión de documentos de seguridad y resolución de problemas de misión crítica de los clientes.

Gracias a ser un integrador de soluciones tecnológicas líder en Centroamérica, el Caribe y Colombia, con excelentes relaciones con partners de primer nivel y un eficiente servicio al cliente, Productive Business Solutions (PBS) se ha consolidado en el mercado como un socio confiable.

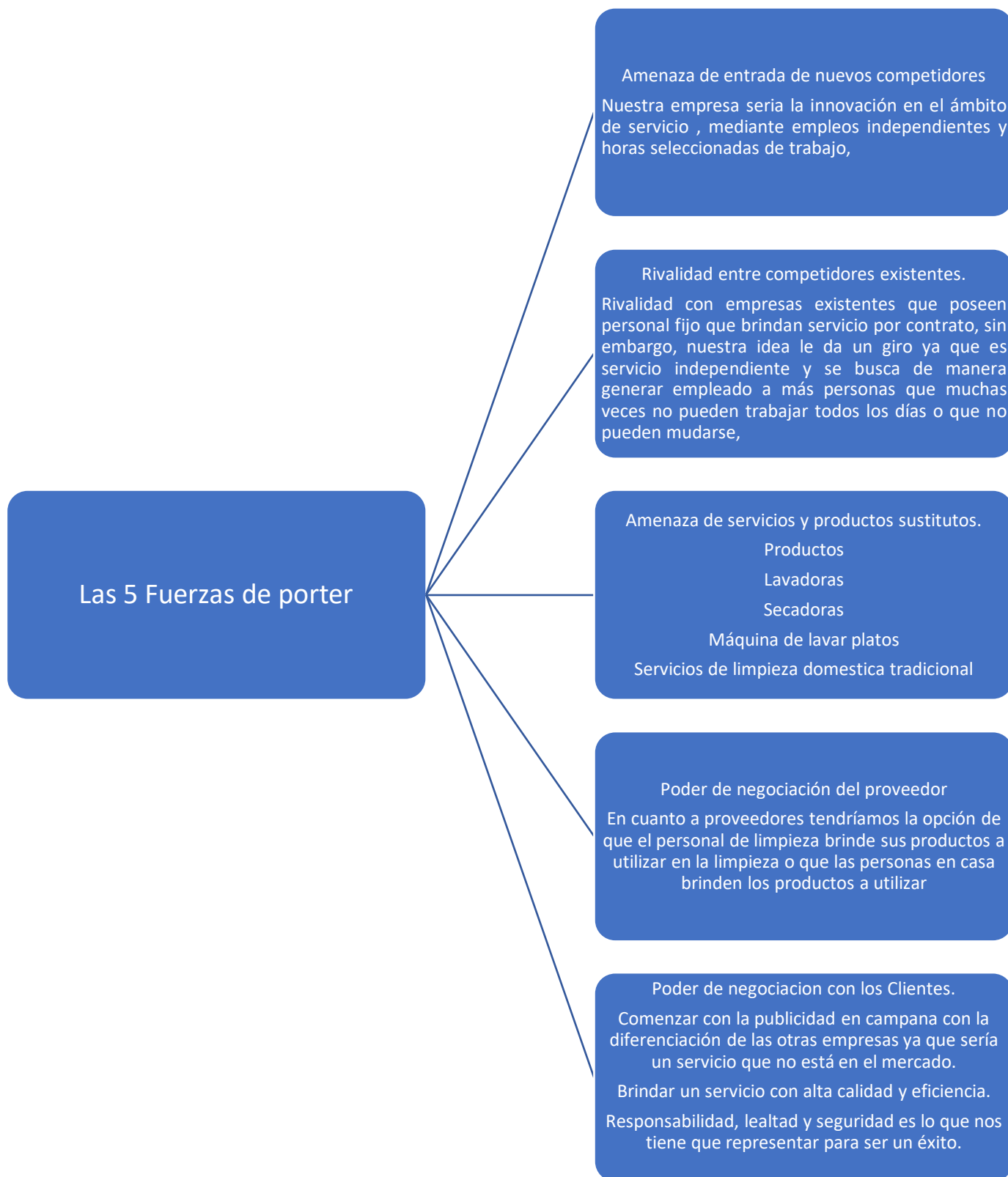
Dentro de los proyectos a trabajar para este 2023, se encuentra un nuevo programa de Sostenibilidad enfocado a la educación y tecnología para las nuevas generaciones. Así mismo, el desarrollo de proyectos de impacto a nivel tecnológico como la reciente acreditación de PBS El Salvador por la Unidad de Firma Electrónica del Ministerio de Economía donde fueron acreditados para emitir certificados electrónicos a través de video identificación a distancia y prueba de vida. Convirtiéndose así en la primera empresa con este tipo de acreditación.

“Creemos en la tecnología como un driver para impactar en nuestro entorno y mejorar la calidad de vida de las personas”, mencionó Mirian Alas, Gerente General de PBS El Salvador.

Para PBS, este año representa una nueva oportunidad para ayudar a cada cliente a ser más eficiente en sus procesos de negocio y así convertirse en su socio preferido en tecnología de integración de soluciones.

### **2.2.3 LAS 5 FUERZAS DE PORTER**

Bajo este modelo podemos establecer un marco para realizar un análisis del nivel competitivo dentro una determinada industria nos ayudara a establecer y a poder plantear una estrategia de negocios efectiva.

**FIGURA 1 - Las 5 fuerzas de porter**

## 2.2 CONCLUSION DEL DIAGNOSTICO

La implementación de esta aplicación revolucionara el servicio de contratación de limpieza como lo conocemos, debido a que en el mercado no hay una aplicación dedicada al rubro servicio de limpieza en los hogares , así mismo podemos mencionar que es una oportunidad para todos aquellos personas las cuales por falta de divulgación o publicidad no consiguen un empleo con características acopladas a su experiencias y a sus necesidades así mismo, aquellas personas interesadas en poder contratar un servicio de limpieza que cubra diversidad de necesidades, y necesidades específicas.

Es importante mencionar q una de las cosas que como administradores de la aplicación debemos tomar en cuenta es el tema de la competencia recordemos q al ser un tema innovador a pesar de todo el tipo de protección registrando nuestra marca la competencia siempre es algo que amenaza la operación y no por ser de los primeros en implementar la idea quiere decir q seremos los mejores o más efectivos, por lo que siempre es necesario mantener un plan de monitoreo de la competencia, las necesidades de los clientes puntos de mejora y situaciones que podrían dar lugar a puntos de mejora.

Al ser administradores de personal es importante mencionar que un mal elemento contratado puede significar un impacto negativo de magnitudes gigantescas por lo que es necesario tener un sistema de recolección de talento efectiva y especifica así mismo un sistema de control efectivo.

## 2.3 DESARROLLO DE LIENZO CANVAS PARA SWEEP SV

**FIGURA 2 - Lienzo canvas Sweep SV**



**Fuente:** Elaboración propia



### 3. CAPITULO III - PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS: SWEEP SV

FIGURA 3- Logo



FUENTE, elaboración propia

#### 3.1 DESCRIPCION DEL NEGOCIO

- **Nombre del negocio:** Sweep sv
- **Nombre del representante:** Belinda Natali Solano Sarmiento
- **Giro del negocio:** Prestación de servicio de limpieza en el hogar

Sweep sv surge como una de las propuestas para el presente proyecto, su idea inicia bajo la premisa que la vida actual va mucho más rápido aun y que las horas del día alcanza para cada vez menos actividades y entonces la limpieza del hogar resulta un problema, imagínense poder contar con una aplicación móvil en la podamos solicitar servicio de profesionales dispuestos a ayudarte en las labores del hogar, sin necesidad de estar solicitando recomendaciones o haciendo uno mismo el proceso de contratación de personal en donde en muchas ocasiones es prácticamente imposible comprobar si todo lo que prometen es cierto,

Nuestra aplicación te permitirá encontrar a esa persona de manera rápida y sencilla., conocer su experiencia de la persona, verificar sus calificaciones y leer comentarios de otros usuarios satisfechos. Además, podrás comunicarte directamente con ellos a través de nuestra plataforma, para así garantizar que todas tus necesidades sean atendidas de manera personalizada

## **3.2 MARCO ESTRATEGICO**

### **3.2.1. MISION**

Proveer servicios de limpieza en hogares a través de nuestra aplicación móvil online, caracterizándonos por brindar respuestas en el menor tiempo posible, y de manera personalizada, de esta manera nos permitiría satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### **3.2.2. VISION**

Ser una aplicación móvil web novedosa y líder en la prestación de servicio de limpieza en hogares a través de una interface novedosa y un servicio de calidad.

### **3.2.3. VALORES**

- Respeto: emplear una conducta en base al respeto y a la tolerancia hacia nuestros clientes en relación a sus derechos y opiniones, así mismo cumplir con todas las normas y las leyes establecidas.
- Honestidad: Actuar con la mayor transparencia y ética en los diferentes labores y actividades comerciales que se desempeñen.
- Confiabilidad: lograr una confianza total por parte de nuestros usuarios al utilizar la aplicación, sabedores que sus hogares y sus pertenencias están en las mejores y más confiables manos.

- Solidaridad: velar siempre por el bienestar tanto individual como colectivo de la organización ayudándose unos con otros
- Responsabilidad: Responder por cada acto realizado bueno o malo y cumplir cada uno de los compromisos adquiridos.
- Igualdad: Todos dentro de la empresa tendrían derechos y obligaciones que cumplir por igual sin algún tipo de distinción.

### **3.2.4 OBJETIVOS**

- Penetrar en el mercado como la primera aplicación web móvil que ofrece servicios de limpieza en hogares.
- Ofrecer servicios de limpieza en hogares innovadores y de la mejor calidad
- Lograr que SWEEP SV sea una marca llamativa e innovadora para los clientes

### **3.2.5. METAS**

- Posicionar SWEEP SV como una aplicación referente durante el primer año de lanzamiento.
- Promover el uso de la aplicación por medio de una estrategia publicitaria efectiva con la finalidad de poder obtener la mayor cantidad de descargas posible.
- Capacitar al personal de acuerdo a los valores para poder garantizar que los servicios son prestados bajo la ética profesional y honestidad
- Ofrecer a nuestros usuarios características únicas que vuelvan más atractivo y representativo nuestra aplicación y nuestro servicio.

### 3.3. DESCRIPCION DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

#### Limpieza general del hogar

Este servicio incluye la limpieza general del hogar incluyendo pisos, paredes, aspirado de muebles y alfombras, limpieza de cocina, limpieza de baño, entre otros. (No incluye servicios que escalen al grado de llegar a ser mantenimiento de local, como reparaciones, pintura de paredes, restauración de muebles, jardinería entre otras)

El cliente deberá poseer herramientas de limpieza y químicos aromatizantes de limpieza que sean de su agrado para poder ser aplicados por nuestro profesional de limpieza.

#### Lavandería

Para acceder a este servicio el cliente debe poseer obligatoriamente maquina lavadora de ropa, y el servicio incluye el lavado monitoreo de la misma doblado y almacenamiento de la misma, así mismo velar porque cada una de las prendas sometidas a este servicio se mantengan en optimo estado de color y estado, están sujetas a limpieza las prendas de vestir personales, cortinas, ropa de camas, toallas ya sea de uso personal y para limpieza, el secado de la misma puede ser efectuada ya sea con maquina secadora o por medios naturales exponiéndola a la luz solar

#### Planchado

Como en el servicio anterior es necesario que el cliente que contrata el servicio posea plancha o herramienta para eliminar las arrugas en la ropa ya sea personal o para la vivienda (ropa de cama, cortinas, manteles, tapetes, etc.).

### 3.4. VENTAJA COMPETITIVA

SWEEP SV es una marca acogedora amigable que hace a sus usuarios sentirse especiales confiados y muy cómodos, ofreciéndoles servicios profesionales de limpieza de calidad a precios razonables, a su misma vez creando valor en sus redes sociales, para realizar una conexión lo más cercana y de confianza posible con los usuarios de la aplicación.

### 3.5 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

#### 3.5.1 Estructura Organizativa de la empresa

El siguiente organigrama muestra la estructura interna de la empresa. Ayuda a visualizar, analizar y tomar decisiones para mejorar cada día la dirección dentro de la empresa.

**FIGURA 4 - Organigrama de la empresa Sweep SV**



Fuentes: Elaboración propia

### 3.5.2. Organización de gestión y recurso humano.

La Tabla numero permite ver con más detalle las acciones que debe realizar cada área gestión en la empresa. Por lo tanto ayuda a mejorar estas actividades. Además, facilita la identificación de áreas que necesitan mejora y a tomar decisiones que ayuden a mejorar los controles internos de la empresa.

Las áreas de gestión forman una parte fundamental dentro del negocio, en Sweep sv es sumamente importante describir cada área y con ello las actividades que contiene cada una de ellas, así mismo las habilidades que son requeridas dentro de cada función dentro de la organización,

**TABLA 3 - Descripción de áreas de gestión**

Área de Gestión	Responsabilidad	Habilidades Requeridas	Número de personas	Nombre del Encargado
Presidente	Persona elegida para poder actuar en nombre de la empresa, contrae obligaciones responsabilidades, firma principal ante contratos negociaciones y administración de la empresa.	Líder, Organizado, Analítico, Prudente y observador, audaz en la toma de decisiones	1	Belinda Natali Solano Sarmiento
Gerencia Administrativa	Mantener en óptimas condiciones la empresa por medio de las finanzas, así mismo la administración del recurso humano para lograr los objetivos y metas propuestos	Líder, trabajo bajo precio, detallista, confiable, buen escucha	1	Belinda Natali Solano Sarmiento

Gerencia de Marketing	Desarrollar y posicionar la marca mediante estrategias de promoción, vigilar y utilizar las redes sociales para poder potenciar las ventas. Crear contenido que nutra tanto las redes sociales como la publicidad tradicional	Creativo, innovador, habilidades de comunicación, eficaz, líder	1	Ana Patricia Garcia Corado
Gerencia de Operaciones	Recibir las solicitudes de los clientes y asignar los servicios de limpieza en función de los horarios y personal disponible, monitorear la calidad del servicio prestado mediante comunicación con los clientes	Organizado ,trabajo en equipo, líder	1	Stephanie Melissa Fernández

Fuente. Elaboración propia

### Descripción de puestos de trabajo

La descripción de las plazas de trabajo dentro de nuestra compañía sirven para asumir responsabilidades y de la misma manera se identifican los perfiles y las competencias que cada uno de los puesto requiere para su perfecta ejecución.

TABLA 4 - Descripción de puestos de trabajo

Nombre del puesto	Propósito del puesto	Principales responsabilidades	Actividades
Finanzas	Llevar el control del área financiera de una manera organizada, ética y responsable, con transacciones diarias y proporcionando información oportuna y veras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar control de actividades financieras</li> <li>• Elaborar e interpretar informes financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar informes financieros comparativos</li> <li>• Registrar diariamente todas las operaciones</li> <li>• Elaboración de Balances, planillas, e informes de impuestos</li> </ul>
Recursos Humanos	Gestionar el personal de la empresa en el proceso de la contratación, formación, y desarrollo de la persona dentro de la misma empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reclutar de acuerdo al procedimiento personal para empresa en las diferentes áreas</li> <li>• Llevar un registro de las personas contratadas en cada área respectiva</li> <li>• Velar por el cumplimiento de la normativa interna y laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar el personal según políticas</li> <li>• Crear un ambiente laboral adecuado</li> <li>• Crear un ambiente adecuado con oportunidades de desarrollo y capacitación constante</li> </ul>
Ventas	Idear estrategias y tácticas de ventas para poder hacer crecer el mercado nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con metas de venta</li> <li>• Elaborar informe de ventas</li> <li>• En generar incrementar la venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijas metas de venta</li> <li>• Analizar tendencias de mercado</li> <li>• Proponer estrategias de promoción</li> <li>• Realizar proyecciones de venta</li> </ul>
Atención al cliente	Poder Solventar cualquier duda o reclamo que el cliente final posea, dar seguimiento a dudas y comentarios del cliente, crear políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las necesidades de los clientes</li> <li>• Brindar respuestas satisfactorias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y organizar una base de clientes y mantenerla actualizada.</li> </ul>

	de fidelización de clientes.	puntuales y efectivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar atención a quejas reclamos y dudas</li> <li>• Descubrir puntos de mejora e identificar oportunidades.</li> </ul>
Community-Manager	Responsable de construir y gestionar comunidades en línea, gestionar la identidad e imagen de marca y construir y mantener relaciones sostenibles a largo plazo con clientes en línea.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar las ventas</li> <li>• Cuidar de la comunidad online</li> <li>• Planificar la publicación de contenidos</li> <li>• Hacer publicidad</li> <li>• Hacer seguimiento de la competencia</li> <li>• Saber actuar frente a crisis de reputación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer análisis internos</li> <li>• Conocer el mercado</li> <li>• Hacer análisis del sector.</li> <li>• Marcar objetivos</li> <li>• Establecer indicadores</li> <li>• Planificar medios y publicaciones</li> <li>• Contestar menciones en línea</li> </ul>
Encargado de Control de Calidad	Encargado de la implantación de programas, mecanismos, herramientas y/o técnicas en una empresa para la mejora de la calidad de sus productos, servicios y productividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisión de todas las actividades que afecten la calidad del producto</li> <li>• Supervisión y orientación de inspectores técnicos y otros trabajadores.</li> <li>• Realizar inspecciones periódicas e informar sobre el problema de calidad.</li> <li>• Crear procedimientos que contribuyan a los procesos de control de calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspecciones de control de calidad</li> <li>• Sondeo con los clientes por los servicios prestados</li> <li>• Realizar retroalimentación al personal operativo sobre los fallos en calidad.</li> <li>• Realizar evaluaciones de control de calidad sobre los trabajos efectuados</li> </ul>
Supervisor de operaciones	Dirigir organizar supervisar y retroalimentar al equipo de trabajo asegurándose que cumpla con todas las funciones asignadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir al equipo de trabajadores</li> <li>• Garantizar operaciones eficaces y eficientes</li> <li>• Desarrollar y aplicar políticas y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignar servicios al personal operativo disponible.</li> <li>• Sondear tiempos y calidad de trabajo realizado</li> </ul>

Personal Operativo (profesionales de limpieza)	Profesionales encargados de prestar servicios a clientes que solicitan servicios por medio de la aplicación móvil web	<p>procedimientos operativos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestar el servicio solicitado por el cliente de la mejor manera.</li> <li>• Cumplir con los horarios y procedimientos establecidos por la empresa</li> <li>• Cumplir con la normativa de honradez y respeto hacia los clientes y sus pertenencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar la comunicación entre el personal operativo y las áreas de gestión</li> <li>• Limpieza General del hogar de acuerdo a petición del cliente</li> <li>• Lavado de prendas de ropa ya sea personales o de muebles.</li> <li>• Realizar planchado de prendas de ropa ya sea personales o de muebles</li> </ul>
--	---	---	---

Fuente, elaboración propia

#### Políticas de reclutamiento y selección de personal.

En Sweep sv tenemos dos procedimientos de contratación de personal el primer procedimiento más tradicional está orientado a la contratación de personal administrativo (gerencia, encargados, analistas) el segundo procedimiento está diseñado para contratar personal directamente operativo, es decir personal que realice labores profesionales de limpieza en el hogar,

En caso de que una persona contratada como personal operativo demuestre tener capacidades adecuadas podrá ser priorizado para un accenso en caso que al mismo tiempo estuviese en requerimiento una plaza de importancia como de gerencia o supervisión.

## Procedimiento #1

**Convocatoria:** se envía la solicitud a RRHH ya sea por su misma área o por parte de alguna de las otras áreas del puesto solicitado el área RRHH deberá publicar el comunicado en lugares de fácil comunicación para poder encontrar la persona idónea

**Recepción de Hojas de vida:** se reciben ya sea físicos o por correo electrónico y se seleccionan los que más se apeguen a la hoja de solicitud

**Entrevistas:** se seleccionan los aspirantes adecuados y se citan para una entrevista presencial en la que se les exponen salarios, horarios, funcione etc. Así mismo se les realizan pruebas ya sea psicológicas o en materia acorde al puesto solicitado

**Análisis:** Se procede a analizar las pruebas así como a calificar las pruebas teóricas en caso de existir en caso de que existan, el aspirante con mayor puntaje con las aptitudes y actitudes requeridas es seleccionado.

**Selección:** Se procede a confirmarle al aspirante seleccionado su inicio al proceso de inducción y capacitación.

**Capacitación e inducción:** El personal seleccionado se presenta a la capacitación, su duración depende dela área a la cual el aspirante se dirige, podría esta entre 8 días y 30 días, en caso de mostrar el interés necesario se procede a la firma de contrato.

**Firma de contrato:** se procede a elaborar y a celebrar un contrato individual de trabajo con la persona que fue seleccionada tras superar exitosamente el periodo de capacitación,

## Procedimiento #2

El segundo procedimiento está orientado a poder encontrar personal de limpieza y orden que son los que interactuarían directamente con el cliente, y que sus perfiles figurarían en la aplicación móvil con la finalidad que los clientes tengan puedan tener una experiencia más práctica y sencilla.

**Convocatoria:** En la página Web [www.sweepsv.com](http://www.sweepsv.com) se publicara un link en cual al accionarlo da lugar a un formulario en la que los aspirante dejan sus números de teléfono, correo electrónico, nombre completo y documento de identidad, esto dará lugar a tener un base de datos de posibles aspirantes

**Recepción Documentación:** posteriormente los seleccionados recibirán un email que desplegara las opciones web por medio de las cuales se recopilan los documentos como DUI, NIT, recomendaciones personales solvencia de PNC, y antecedentes penales, y crearan un perfil en nuestra base de datos.

**Creación de un perfil en la App de Sweep sv (colaborador):** con el alta de los documentos se le asignara un código de seguridad con el que podrá crear su perfil en al App de Sweep sv (colaborador) donde cada persona que trabaja en Sweep sv puede iniciar sesión, seleccionar horarios, recibir órdenes de servicios, entre otros.

**Capacitación:** las personas seleccionadas recibirán una charla ya sea virtual o presencial donde se les expondrá las generales de la empresa y las condiciones del trabajo como remuneraciones selección de horarios, como usar la App etc.,

**Primer Servicio:** Se le asignara su primer servicio de limpieza, en la cual será acompañado/a de un profesional experto en la empresa.

**Alta como profesional de servicio:** una vez que el capacitador notifique a operaciones que ya fue finalizado el proceso llamado “primer servicio” se habilitara el perfil del profesional dentro de la App así mismo se enviara por medio de email el formulario para que la persona pueda asignar los horarios en los que podrá prestar su servicios semanalmente.

### **3.5.3 Proceso administrativo**

El proceso administrativo dentro de la empresa se rige por la teoría administrativa general la cual se basa en cuatro etapas básicas del proceso las cuales son la Planeación, Organización, Dirección y el Control con la finalidad de poder procedimental y encaminar hacia las metas y objetivos todos los procesos existentes.

**Planeación:** se realizan reuniones periódicas con las áreas de gestión y se expondrán actividades dentro de las cuales y con la opinión de los líderes se llevara un registro de las actividades planeadas para que al momento de ejecutar sea de ayuda para identificar puntos de mejora y optimización de recursos.

**Organización:** en la fase en la que se distribuyen y organizan las responsabilidades a cada una de las áreas respectivas tendrán y que la participación en estas tareas tenga buenos resultados.

**Dirección:** en la fase de dirección se nombraran personas líderes que dirijan y organicen a los demás subordinados logrando una buena comunicación trabajo en equipo, con la finalidad de mantener el proceso continuo y coordinado.

**Control:** con la finalidad de poder obtener puntos de mejora se tiene un proceso de valuación de resultados obtenidos, con estos análisis se obtienen posibles mejoras al proceso existente.

Ejemplo de procesos administrativos:

- Contratación de personal ya sea administrativo u operativo
- Compras y contrataciones de servicios
- Estudios de mercado
- Procesos de atención al cliente, quejas reclamos y solicitudes
- Campañas de publicidad y marketing
- Participación en licitaciones
- Presupuestos
- Diseño de procedimientos contables y financieros

### 3.5.4 Identificación y características de los proveedores

TABLA 5 - Listado y características de proveedores de la empresa

Nombre del proveedor	Producto o servicio	Telefono	Dirección	Formas de pago
CTE S.A. DE C.V.	Telecomunicaciones, internet, cable	2250-3300	Complejo Claro Roma, Edificio "F", 1er Nivel, Calle Liverpool y Final Calle El Progreso, Colonia Roma	Transferencia Bancaria
DISTRIBUDORA DE ELECTRICIDAD DEL SUR S.A. DE C.V.	Luz eléctrica	2233-5600	Centro Comercial El Trébol, Antiguo Cuscatlán. Entre Carretera Panamericana y Bulevar Merliot.	Transferencia Bancaria
ANDA	Agua potable	915	Avenida Don Bosco Final, San Salvador	Pagos en línea
OFFICE DEPOT	Muebles de oficina, artículos de oficina, papelería etc.	2260-4049	Avenida Norte y Alameda Juan Pablo II, El Salvador	Cheque

SUI-GENERIS S.A. DE C.V.	Equipo informático, software de ofimática, software principal, almacenamiento,	2212-1200	Carretera al puerto de la libertad, Centro comercial la joya santa tecla	Cheque
GOOGLE	Google App for bussines,	N/A	N/A	N/A
STI S.A. DE C.V.	Software contable, software especializados, administración de base de datos, seguridad informática,	2101-0401	Colonia Satélite calle Júpiter # 23-B San Salvador, El Salvador.	Transferencia bancaria
Applaudo Studios	Creación de la aplicación web móvil de Sweep sv, valuaciones y mantenimiento de la misma	2550.4161	Calle La Reforma, Centro Comercial Plaza, locales 1-3, San Salvador	Transferencia Bancaria
BANCO AGRICOLA	Cuenta Corriente y chequera	2210-0000	Boulevard constitución, y 1ra calle poniente	Transferencia bancaria
BANCO AMERICA CENTRAL	Cuenta Corriente y chequera	2206-4000	Alameda Roosevelt	Transferencia bancaria
UNICOMER S.A. DE C.V.	Adquisición de muebles	2250-2000	Alameda Manuel enrique Araujo	Transferencia bancaria
GASOLINERA UNIVERSALES S.A. DE C.V.	Venta de combustibles e hidrocarburos	2234-5678	Carretera panamericana km 7 santa tecla san salvador	Transferencia bancaria
AUTO EXPRESS S.A. DE C.V.	Servicios de mecánica automotriz	2334-5042	Avenida olímpica.	Cheque

### 3.6 PLAN DE MERCADEO

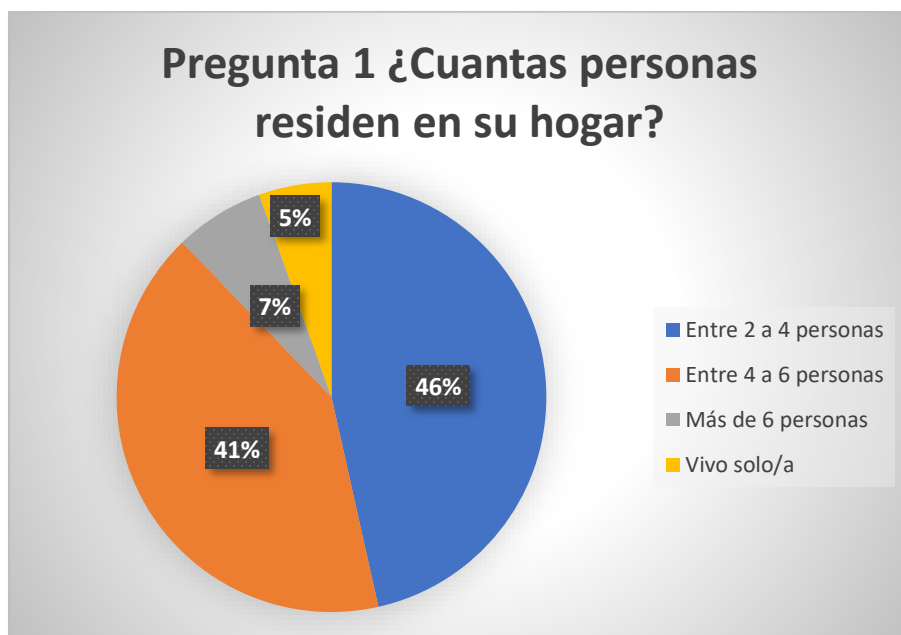
#### 3.6.1. Resultados de análisis de mercado

**TABLA 6** Tabulación Pregunta 1 “residentes por hogar”

¿Cuántas personas residen en su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Entre 2 a 4 personas	179	46%
Entre 4 a 6 personas	159	41%
Más de 6 personas	26	7%
Vivo solo/a	21	5%
n=385	385	100%

**FIGURA 5 – Grafico pregunta 1 “residentes por hogar”**



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

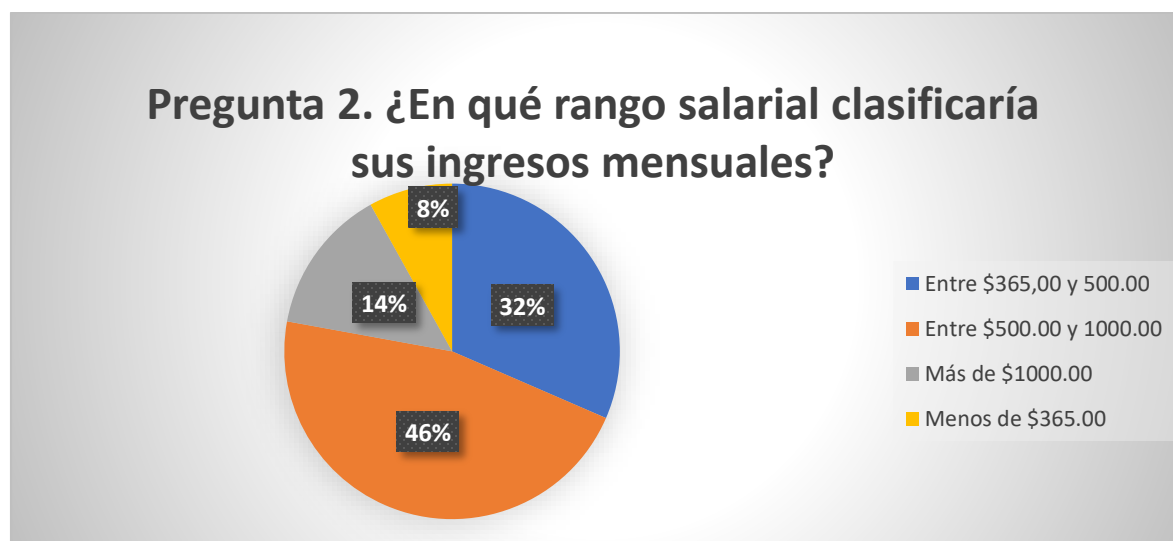
En esta grafica se puede observar que la mayoría de los encuestados viven de 2 a 6 personas ya que el 41% y 47%, descubrimos que los lugares donde habita más de una persona son más difíciles de limpiar

**TABLA 7 - Pregunta 2 “rango salarial”**

**¿En qué rango salarial clasificaría sus ingresos mensuales?**

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Menos de \$365.00	31	8%
Entre \$365,00	54	14%
Entre \$500.00 y 1000.0000	178	46%
Más de \$1000.00	121	32%
n=385	385	100%

**FIGURA 6 – Grafico pregunta 2 “rango salarial”**



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

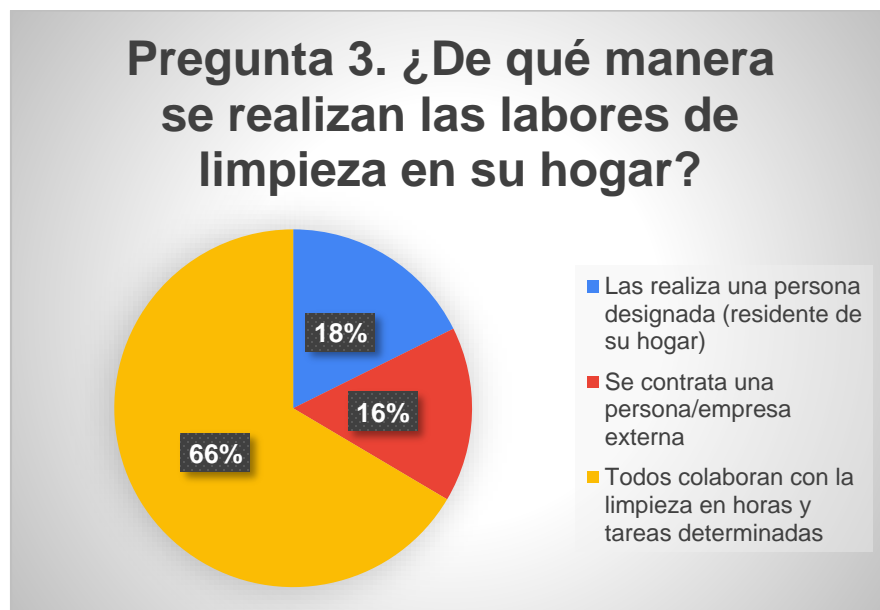
La mayoría de los encuestados que son el 46% son personas que tienen ingresos entre \$500 y \$1,000 dólares por lo que da una idea que pueden pagar los servicios de limpieza profesionales para su hogar y el otro 32% supera los \$1,000 de sueldo es decir que existe posibilidad adquisitiva para poder vender nuestro producto

**TABLA 8 - Pregunta 3 “Labores de limpieza en el hogar”**

**¿De qué manera se realizan las labores de limpieza en su hogar?**

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
La realiza una persona designada	68	18%
Se contrata una persona	61	16%
Todos colaboran	256	66%
n=385	385	100%

**FIGURA 7 – Grafico pregunta 3 “Labores de limpieza en el hogar”**



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

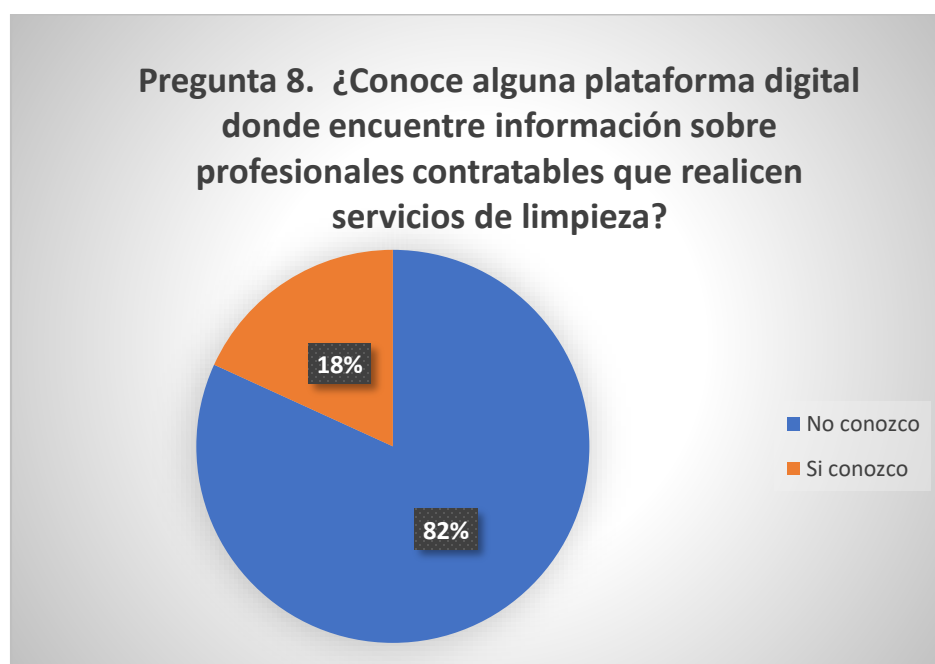
Según el 66% de los encuestados realizan la limpieza del hogar en forma colaborativa en horas específicas y con algún tipo de tarea determinada por lo que nos da un parámetro convirtiéndolos en clientes potenciales donde podríamos brindar el servicio como ayuda a estos hogares.

**TABLA 9 - Pregunta 8 “aplicaciones similares a Sweep sv”**

**¿Conoce alguna aplicación digital donde encuentre información sobre profesionales contratables que realicen servicios de limpieza?**

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Sí conozco	70	18%
No conozco	315	82%
n=385	385	100%

**FIGURA 8 – Grafico pregunta 8 “aplicaciones similares a Sweep sv”**



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

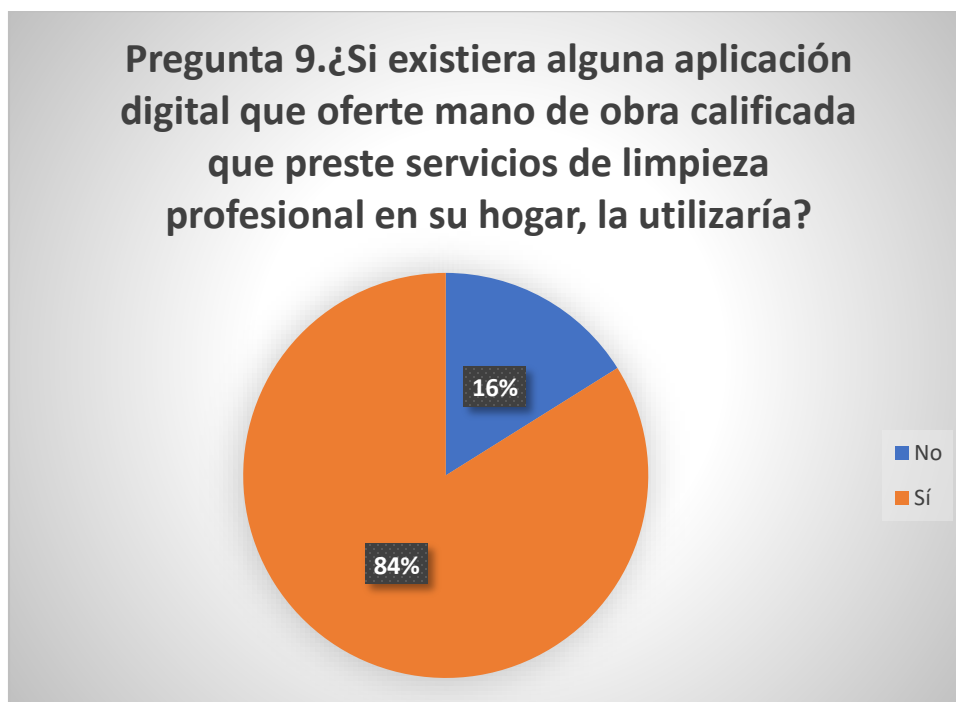
El 82% de los encuestados no tienen conocimiento sobre plataformas digitales de contratación de servicios de limpieza por lo que tendríamos una mayor ventaja para esta aplicación, sin embargo, se tendrá mayor desafío para las campañas de marketing que tenemos que darnos a conocer, a pesar que un 18% comentó conocer ciertas aplicaciones realizando búsquedas generales en internet no existe ninguna aplicación similar.

**TABLA 10 - Pregunta 9 “interés de los encuestados en usar Sweep sv”**

**¿Si existiera alguna aplicación digital que oferte mano de obra calificada que preste servicios de limpieza profesional en su hogar, la utilizaría?**

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Sí	323	84%
No	62	16%
n=385	385	100%

**FIGURA 9 - Gráfico pregunta 9 “interés de los encuestados en usar Sweep sv”**



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

El 84% de las personas encuestadas están en disponibilidad de utilizar una aplicación digital, convirtiéndonos en la opción principal para este mercado y seríamos los primeros en brindar servicios por medio de una aplicación en este tipo aplicaciones móviles.

Hemos seleccionado nuestro público objetivo entre los 18 y 50 años de edad, (según análisis de pregunta 1), económicamente activos y que su mayoría viven en grupos entre 2 a 6 personas solo un 5% viven solos,

En cuanto a la capacidad adquisitiva el 78% de las personas encuestadas tienen un nivel de ingreso mayor a \$500 dentro de entre ellas un 32% argumentaron tener ingresos mayores a 1,000 si tomamos en cuenta que un 87% de los encuestados viven en grupos de entre 2 a 6 personas siendo su mayoría entre 18 a 50 años, podemos concluir que el personal seleccionado para el lanzamiento de nuestro producto está en condiciones tanto personales como económicas para poder adquirir nuestro producto,

Según los encuestados el 66% de ellos se dividen las labores de limpieza y que el 75% a contratado por lo menos una vez un servicio de limpieza en su hogar que según las encuestas son personas naturales (82%) que han contratado las cuales en su mayoría (68%) se publicitan en redes sociales o de alguna manera en particular, y el 44% de los encuestados comentaron que alguien les ha recomendado una persona que presta el servicio de limpieza, reduciendo a un 18% las personas que recurren a un empresa formalmente establecida que preste dicho servicios, con lo anterior reiteramos la necesidad del servicio de limpieza en los hogares y la disponibilidad de los encuestados en poder servicios a personas naturales.

Según nuestro estudio el 82% de la muestra poblacional nunca ha usado ni conoce una aplicación web móvil que ofrezca estos servicios y el 84% de ellos dijeron estar dispuestos a poder contratarla, por lo menos una o dos veces por semana (61%) para poder en su mayoría contratar servicios de limpieza para sus hogares (60%), con ellos nos queda claro la novedad que significa el lanzamiento de nuestra App y el apoyo positivo que esta tendría de los clientes en dicho mercado. (Ver tabulaciones en anexos)

### 3.6.2 Marketing Mix Digital

FIGURA 10 - Marketing Mix Sweep sv



Fuente, Elaboración propia

**FIGURA 11 - Arte a Utilizar para promoción del negocio**

¿Le gustaría obtener un día en especial para poder brindarle nuestros servicios de limpieza?



OBTÉN  
**20%**  
DESCUENTO DE BIENVENIDA

Dejanos tu correo para poder enviarte nuestras promociones.



**SWEEP SV.**

Fuente: elaboración propia

**FIGURA 12 - Arte a utilizar para promocionar la aplicación móvil**

**Descarga  
nuestra app**

No pongas limites para  
tus planes usa nuestra  
app y olvidate de la  
limpieza de tu hogar.

-----

sweepsv2024@gmail.com

Escribenos o descarga la  
app para conocernos.

**Download**

Fuente: Elaboración propia

FIGURAS 13 Y 14 - Redes Sociales (Facebook, Instagram)

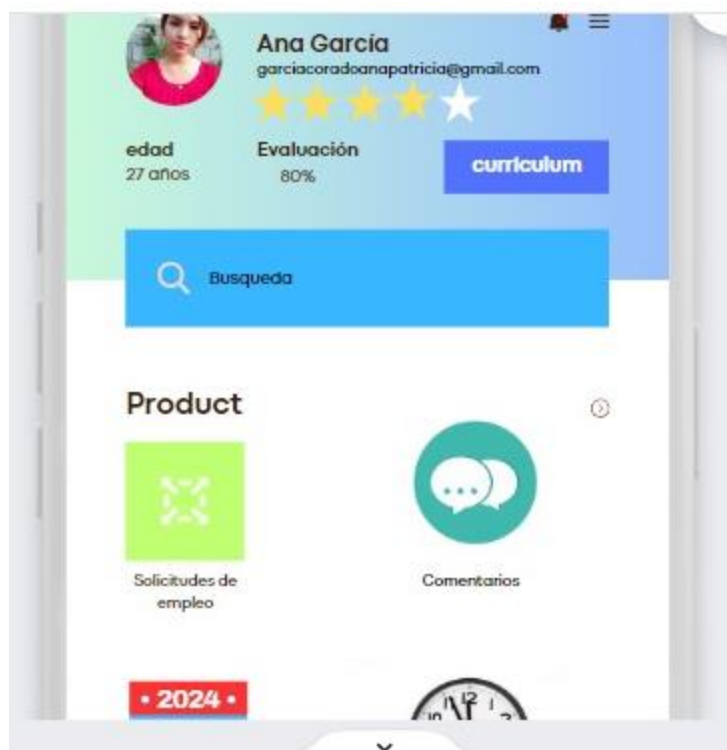


F



Fuentes: Elaboración Propia

FIGURA 15 y 16 - Diseño de la aplicación móvil



Fuente: Elaboración Propia

**FIGURA 17 - Las 4 p's del Marketing digital**



Fuente: elaboración propia

FIGURA 18 - Embudo de Ciclo de Ventas



Fuente: Elaboración propia

## 3.7 PLAN DE VENTAS

### 3.7.1. Ciclo de Ventas

FIGURA 19 - Ciclo de ventas



Fuente. Elaboración propia

### 3.7.2 Proyección de ventas

TABLA 11 - Proyección de ventas para el primer año en productos

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Limpieza general del hogar	Personas	\$ 30.00	100	125	125	145	150	180	190	200	215	250	270	285	2,235
2	Lavado de ropa	Personas	\$ 20.00	75	100	80	90	80	90	85	90	85	90	89	90	1,044
3	Planchado de ropa	Personas	\$ 25.00	50	75	50	45	75	80	75	85	50	75	60	75	795

TABLA 12 - Proyección de ventas para el primer año en dólares

No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
1	Limpieza general del hogar	\$ 3,000.00	\$ 3,750.00	\$3,750.00	\$4,350.00	\$4,500.00	\$5,400.00	\$5,700.00	\$6,000.00	\$6,450.00	\$7,500.00	\$8,100.00	\$8,550.00	\$ 67,050
2	Lavado de ropa	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$1,600.00	\$1,800.00	\$1,600.00	\$1,800.00	\$1,700.00	\$1,800.00	\$1,700.00	\$1,800.00	\$1,780.00	\$1,800.00	\$ 20,880
3	Planchado de ropa	\$ 1,250.00	\$ 1,875.00	\$1,250.00	\$1,125.00	\$1,875.00	\$2,000.00	\$1,875.00	\$2,125.00	\$1,250.00	\$1,875.00	\$1,500.00	\$1,875.00	\$ 19,875
<b>Total de Ventas Mensuales</b>		\$ 5,750.00	\$ 7,625.00	\$ 6,600.00	\$ 7,275.00	\$ 7,975.00	\$ 9,200.00	\$ 9,275.00	\$ 9,925.00	\$ 9,400.00	\$ 11,175.00	\$ 11,380.00	\$ 12,225.00	
<b>Total de Ventas Anuales = \$ 107,805</b>														

TABLA 13 - Proyección de ventas para los primeros 5 años de operaciones

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
			TOTAL	TOTAL		
1	Limpieza general del	Personas	2275	2150	2216	2282
2	Lavado de ropa	Personas	1125	1180	1207	1239
3	Planchado de ropa	Personas	840	890	898	906

TABLA 14 - Proyección de ventas para los primeros 5 años de operación

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
			TOTAL	TOTAL		
1	Limpieza general del	Personas	\$ 68,932.50	\$ 65,796.45	\$ 68,494.41	\$ 71,239.75
2	Lavado de ropa	Personas	\$ 22,725.00	\$ 24,074.36	\$ 24,871.47	\$ 25,786.17
3	Planchado de ropa	Personas	\$ 21,210.00	\$ 22,697.23	\$ 23,130.26	\$ 23,569.68
<b>Total de Ventas Trimestrales</b>						
<b>Total de Ventas Anuales</b>			\$ 112,867.50	\$ 112,568.04	\$ 116,496.13	\$ 120,595.60

## 3.8 PLAN FINANCIERO

### 3.8.1 plan de inversión

En el presente análisis podemos observar la situación actual financieramente hablando de la empresa Sweep sv, esto contribuye a conocer las acciones a tomar dentro un modelo de negocios en ejecución, se detallan los bienes adquiridos, los recursos de los cuales son provenientes e incluso una amortización de la deuda respectiva.

TABLA 15 - Plan de inversión

Concepto	FINANCIAMIENTO		
	Monto	Fondos Propios	Préstamos Financieros
<b>Locales:</b>	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -
<b>Maquinaria:</b>	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -
<b>Equipo:</b>	\$ 24,900.00	\$ 16,000.00	\$ 8,900.00
Mobiliario de oficina (14 posiciones)	\$7,000.00		\$ 7,000.00
Equipos de computo escritorio (9)	\$9,000.00	\$9,000.00	\$ -
Equipos de computo portatiles (5)	\$4,500.00	\$4,500.00	\$ -
Software de oficina basicos licencias	\$800.00		\$ 800.00
sotwares especializados	\$2,500.00	\$2,500.00	\$ -
impresora multifuncional	\$400.00		\$ 400.00
mobiliario variado	\$700.00		\$ 700.00
<b>Herramientas de Trabajo:</b>	\$ 700.00	\$ 400.00	\$ 300.00
papeleria y utiles de oficina	\$200.00	\$200.00	\$ -
telefono fijo (14)	\$300.00		\$ 300.00
equipo de limpieza para oficina	\$200.00	\$200.00	\$ -
<b>Vehículos:</b>	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -
<b>Capital de Trabajo:</b>	\$ 10,000.00	\$ 8,000.00	\$ 2,000.00
Efectivo	\$ 10,000.00	\$ 8,000.00	\$ 2,000.00
Materias Primas			\$ -
Bienes en Proceso			\$ -
<b>Otros:</b>	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -
<b>Totales:</b>	\$ 35,600.00	\$ 24,400.00	\$ 11,200.00

Fuente, elaboración propia

TABLA 16 - Calculo de cuota de financiamiento

<b>Monto:</b>	\$	11,200.00
<b>Interés Anual:</b>		12.00%
<b>Plazo en Meses:</b>		60
<b>Cuota:</b>		(\$249.14)
<b>Seguros:</b>		0.00%
<b>Cuota Total:</b>	\$	249.14

Fuentes. Elaboración propia

Las anteriores son las herramientas más importante del plan Ejecución del proyecto y desarrollo inicial determinar los recursos financieros disponibles para la ejecución de metas y objetivos así mismo si los recursos fueron obtenidos por dinero propio o financiamiento.

La financiación debe ser viable por ello también se plasma una tabla de amortización de deuda la cual explica porcentaje de abono a capital a interés periodos etc.

### 3.8.2 Estructura de costo

El costo de los servicios prestando por la empresa Sweep sv está conformado de la siguiente manera

TABLA 17 - Estructura de costo

Detalle COSTO BRUTO	Limpieza general del hogar		Lavado de ropa		Planchado de ropa	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Mano de obra	\$ 10.00	67%	\$ 8.00	62%	\$ 9.00	64%
costos indirectos	\$ 3.00	20%	\$ 3.00	23%	\$ 3.00	21%
Mantto de la APP	\$ 2.00	13%	\$ 2.00	15%	\$ 2.00	14%
Total	\$ 15.00	100%	\$ 13.00	100%	\$ 14.00	100%

Fuente. Elaboración propia

TABLA 18 - Estructura de costo total en base a unidad de servicios prestados proyección para 5 años

COSTO BRUTO Línea de Productos	Año 1			Año 2			Año 3		
	Unidades	Costo Unitario	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total
Limpieza general del hogar	2,235	\$ 15.000000	\$ 33,525.00	2275	\$ 15.150000	\$ 34,466.25	2150	\$ 15.301500	\$ 32,898.23
Lavado de ropa	1,044	\$ 13.000000	\$ 13,572.00	1125	\$ 13.130000	\$ 14,771.25	1180	\$ 13.261300	\$ 15,648.33
Planchado de ropa	795	\$ 14.000000	\$ 11,130.00	840	\$ 14.140000	\$ 11,877.60	890	\$ 14.281400	\$ 12,710.45
Total	4,074	\$ 42.00	\$ 58,227.00	4240	\$ 42.420000	\$ 61,115.10	4220	\$ 42.844200	\$ 61,257.01

Fuentes: elaboración propia

TABLA 19 - Estructura de costo total en base a unidad de servicios prestados proyección para 5 años

COSTO BRUTO Línea de Productos	Año 4			Año 5		
	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total
Limpieza general del hogar	2216	\$ 15.454515	\$ 34,247.21	2282	\$ 15.609060	\$ 35,619.88
Lavado de ropa	1207	\$ 13.393913	\$ 16,166.45	1239	\$ 13.527852	\$ 16,761.01
Planchado de ropa	898	\$ 14.424214	\$ 12,952.94	906	\$ 14.568456	\$ 13,199.02
Total	4321	\$ 43.272642	\$ 63,366.60	4427	\$ 43.705368	\$ 65,579.91

Fuentes: elaboración propia.

### 3.8.3 Flujo de efectivo

TABLA 20 - Flujo de efectivo

	Total	Total	Total	Total	Total
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ganancia Neta	\$ 29,105.85	\$ 30,869.60	\$ 30,545.72	\$ 31,774.04	\$ 33,114.93
Más:					
Depreciación	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00
Menos:					
Amortización de Préstamo	\$ 11,200.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Provision de impuestos	\$ 9,818.34	\$ 10,796.88	\$ 10,699.72	\$ 11,068.21	\$ 11,470.48
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 22,909.46	\$ 25,192.72	\$ 24,966.01	\$ 25,825.83	\$ 26,764.45

**Fuente:** elaboración propia

### 3.8.4. Estado de resultados proyectado

TABLA 21 - Estado de resultados proyectado

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>		
Ingreso por Ventas	107,805.00	\$ 112,867.50	\$ 112,568.04	\$ 116,496.13	\$ 120,595.60
Costo de Bienes Vendidos	58,227.00	\$ 61,115.10	\$ 61,257.01	\$ 63,366.60	\$ 65,579.91
Ganancia Bruta	\$ 49,578.00	\$ 51,752.40	\$ 51,311.03	\$ 53,129.53	\$ 55,015.69
Salarios	390.00	\$ 393.90	\$ 397.84	\$ 401.82	\$ 405.84
Prestaciones	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquileres de Locales	1,200.00	\$ 1,241.54	\$ 1,238.25	\$ 1,281.46	\$ 1,326.55
Alquileres de Maquinaria	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Seguros	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agua, Gas, Electricidad	300.00	\$ 338.60	\$ 337.70	\$ 349.49	\$ 361.79
Comunicaciones	600.00	\$ 677.21	\$ 675.41	\$ 698.98	\$ 723.57
Utiles de Oficina	300.00	\$ 338.60	\$ 337.70	\$ 349.49	\$ 361.79
Promoción y Publicidad	2,400.00	\$ 2,483.09	\$ 2,476.50	\$ 2,562.91	\$ 2,562.91
Pasajes y Viáticos	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Transportes	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00
Otros	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Generales y de	\$ 10,310.00	\$ 10,592.94	\$ 10,583.40	\$ 10,764.14	\$ 10,862.45
Intereses Pagados	460.20	\$ -	\$ -	\$ (0.00)	\$ (0.00)
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 38,807.80	\$ 41,159.46	\$ 40,727.63	\$ 42,365.39	\$ 44,153.24

**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.8.5 Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

**TABLA 22 - Análisis de rentabilidad**

Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		\$ 107,805.00	\$ 112,867.50	\$ 112,568.04	\$ 116,496.13	\$ 120,595.60
Costo de Bienes Vendidos		\$ 58,227.00	\$ 61,115.10	\$ 61,257.01	\$ 63,366.60	\$ 65,579.91
Ganancia Bruta		\$ 49,578.00	\$ 51,752.40	\$ 51,311.03	\$ 53,129.53	\$ 55,015.69
Salarios		\$ 390.00	\$ 393.90	\$ 397.84	\$ 401.82	\$ 405.84
Prestaciones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquileres de Locales		\$ 1,200.00	\$ 1,241.54	\$ 1,238.25	\$ 1,281.46	\$ 1,326.55
Alquileres de Maquinaria		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Seguros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agua, Gas, Electricidad		\$ 300.00	\$ 338.60	\$ 337.70	\$ 349.49	\$ 361.79
Comunicaciones		\$ 600.00	\$ 677.21	\$ 675.41	\$ 698.98	\$ 723.57
Útiles de Oficina		\$ 300.00	\$ 338.60	\$ 337.70	\$ 349.49	\$ 361.79
Promoción y Publicidad		\$ 2,400.00	\$ 2,483.09	\$ 2,476.50	\$ 2,562.91	\$ 2,562.91
Pasajes y Viáticos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Transportes		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación		\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00
Otros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Generales y de Admón.		\$ 10,310.00	\$ 10,592.94	\$ 10,583.40	\$ 10,764.14	\$ 10,862.45
Intereses Pagados		\$ 460.20	\$ (0.00)	\$ (0.00)	\$ (0.00)	\$ (0.00)
Ganancia Gravable(GAI)		\$ 38,807.80	\$ 41,159.46	\$ 40,727.63	\$ 42,365.39	\$ 44,153.24
Ganancia Neta		\$ 38,807.80	\$ 41,159.46	\$ 40,727.63	\$ 42,365.39	\$ 44,153.24
Más:						
Depreciación		\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00	\$ 5,120.00
Menos:						
Amortización de Préstamo		\$ 11,200.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inversión Inicial	\$ 35,600.00					
Más:						
Valor de Salvamento de Inversión	\$ -					
Recuperación del Capital de Trabajo						
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (35,600.00)	\$ 32,727.80	\$ 46,279.46	\$ 45,847.63	\$ 47,485.39	\$ 49,273.24

Fuentes: elaboración propia.

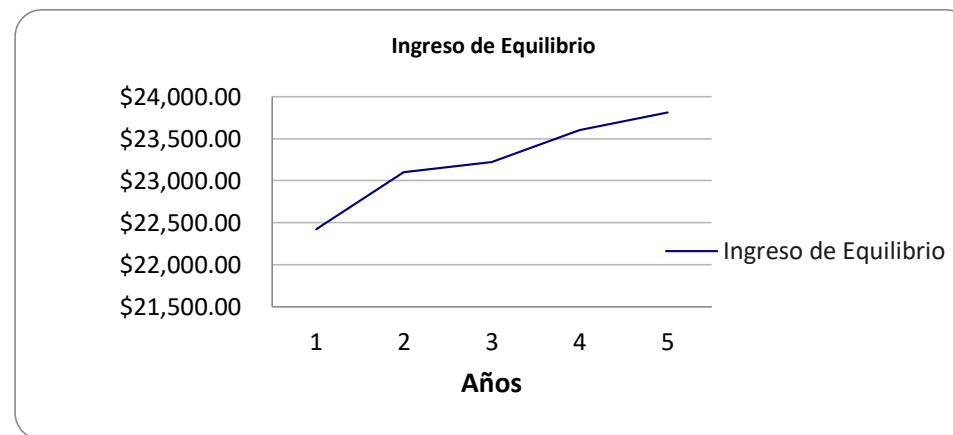
<b>Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)</b>	<b>2 Años Aprox.</b>
<b>Valor Actual Neto(VAN)</b>	<b>\$ 185,664.37</b>
<b>Tasa Interna de Retorno(TIR<sub>reg</sub>)</b>	<b>107.19%</b>
<b>Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)</b>	<b>116.41%</b>
<b>Índice de Rentabilidad(IR o RBC)</b>	<b>6.22</b>

TABLA 23 - Puntos de equilibrio operativos

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	Limpieza general del h	Personas	2,235	55%	\$ 30.00	\$ 15.00	\$ 15.00	465	\$ 13,943.39
2	Lavado de ropa	Personas	1,044	26%	\$ 20.00	\$ 13.00	\$ 7.00	217	\$ 4,342.10
3	Planchado de ropa	Personas	795	20%	\$ 25.00	\$ 14.00	\$ 11.00	165	\$ 4,133.11
<b>VOLUMEN TOTAL DE VENTAS</b>			4,074	100%	<b>Margen de Contribución Combinado</b>		\$ 12.17	847	\$ 22,418.60

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 10,310.00}{\$ 12.17} = 847.21 \text{ Unidades}$$

Fuente: Elaboración Propia



### 3.9 PLAN DE TRABAJO

En el presente apartado se describen actividades principales a seguir después de la aceptación del modelo de negocio Sweep sv y los tiempos estimados en los que se realizarán para asegurar una buena ejecución.

**TABLA 24 - Diseño de plan de trabajo**

#	Actividad	Descripción de las actividades	Responsables	Periodo a realizar	Notas
1	Investigación de mercados	Estudio de las necesidades de los cliente potenciales	Gerencia de Marketing	Todo el año	
2	Elaboración de plan de trabajo y negocios anual	Describir una propuesta de valor para atracción de clientes	Gerencia Marketing y Operaciones	Noviembre y diciembre del periodo anterior	
3	Proyecciones Financieras	Elaboración de proyección de ventas, flujo de efectivo y Estados de resultados presupuestado	Gerencia Administrativa – Contabilidad	Diciembre periodo anterior	
4	Legalización de la Empresa	Creación de la empresa y legalización en los diferentes ministerios.	Gerencia Administrativa	Enero a abril de cada año	La legación se realiza una vez en la vida de la empresa, posteriormente se realizaran solo renovaciones de licencias matrículas y permisos
5	Prueba y lanzamiento de la App	Se realizar la prueba piloto de la aplicación web poniéndola disponible para descarga en su versión BETA	Gerencia Comercial , Gerencia de Marketing , Proveedores de servicios Informáticos	Enero (solamente una vez)	El lanzamiento de la App se realizara en fecha Enero 2024 por única vez

6	Revisar y validar el funcionamiento de la App	Se realizaran pruebas constantes y se validaran comentarios de los usuarios de la aplicación	Gerencia de Marketing – community manager, Gerencia Comercial, Gerencia de operaciones, proveedores de servicios informáticos	Todo el año	
7	Realizar mejoras a la App	De acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación sobre el funcionamiento de la App se realizar las mejoras respectivas	Proveedores de servicios informáticos	Todo el año	
8	Reclutamiento del personal calificado	Llevar a cabo la contratación y selección de recurso humano, ya sea operativo o administrativo	Gerencia Administrativa – RRHH	Cuando sea requerido	Para el inicio de operaciones las contrataciones se realizaran un mes antes de la puesta en operaciones de la empresa
9	Capacitación inicial en cada área de trabajo	Llevar cabo la capacitación del recurso humano contratado	Gerencia administrativa – RRHH	Cuando sea requeridos	Se realizara según el proceso de reclutamiento
10	Mantenimiento y revisión de equipo informático	Revisión general de todo el equipo informático (especialmente previo al lanzamiento inicial de la App)	Proveedores de servicios informáticos	Enero, Marzo, junio, octubre, diciembre	
12	Lanzamiento de la Aplicación Sweep sv	Primer lanzamiento oficial de la aplicación web	Gerencia de Marketing, Gerencia de Operaciones, Gerencia Comercial.	Febrero (solamente una vez)	El lanzamiento oficial se realiza una tan sola vez

13	Implementación de las estrategias de marketing digital	Poner en marcha estrategias de marketing digital en sitio web y redes sociales	Gerencia de Marketing	Todo el año	
14	Recopilar la mayor cantidad de leads y contactarlos por medio de email	Recopilar en base de datos las personas afiliadas a la aplicación como usuarios	Gerencia comercial, Gerencia de operaciones	Todo el año	
15	Presentación de informes de resultados	Presentación de informes para la evaluación del funcionamiento de la empresa	Administrativa, Operaciones, Comercial, Marketing	Enero - Febrero	Los resultados presentados son del periodo o año anterior

Fuente: elaboración propia

### 3.10 INDICADORES DE MEDICION

Los indicadores de medición son algo vital para poder tener una idea sobre el rendimiento de la empresa, permiten identificar información clave para conocer niveles debilidades y fortalezas en tiempo real, para poder tomar decisiones correctivas también en tiempo real,

Los indicadores de medición varían dependiendo de cada función de la siguiente manera:

#### Recursos Humanos:

- **Ausentismo:** se miden el nivel de ausencia a las actividades laborales de la empresa en el caso de los administrativos su jornada laboral, en el caso del personal de operaciones es según a las jornadas elegidas, de acuerdo al código de trabajo es permitido tres ausencias no justificadas durante un mismo mes o dos ausencias no justificadas consecutivas.
- **Llegadas tardes:** las llegadas tarde no justificadas son penalizadas si el personal suma más de 20 minutos acumulados durante una misma semana laboral en este caso se procederá al descuento del día laborado más la prestación del séptimo día en el caso de los empleados

administrativos bajo pago mensual fijo, en el caso del personal de operaciones se le penalizara en su remuneración diaria y si la incidencia es recurrente se finalizara la relación laboral.

- **Rotación de personal:** Mide el tiempo que tarda una persona desde la contratación hasta su despido o retiro dentro de la empresa.

### **Financieros (razones e indicadores financieros)**

- **Solvencia:** Este indicador mide la capacidad de pago que tiene la empresa frente a obligaciones con plazos menores a 12 meses
- **Estabilidad:** Por medio de este indicador se puede medir el nivel de endeudamiento de la empresa es decir el grado en que la empresa ha sido financiada con deuda
- **Productividad:** este indicador mide la eficiencia con la que la empresa ha utilizado los recursos
- **Rentabilidad:** Aquí se mide la eficacia de la administración es decir el reflejo de las utilidades.

### **Indicadores de venta**

- **Ventas efectivas:** mide el nivel de servicios de limpieza prestados efectivos así como el nivel de facturación por periodos de tiempo
- **Devoluciones/reintegros:** cantidad de servicios de limpieza que por algún motivo es necesario reintegrarle al cliente lo pagado.
- **Clientes:** el indicador clientes mide clientes nuevos, clientes perdidos, clientes recurrentes.
- **Leads:** aquellos usuarios registrados en la App

### Atención al cliente

- **Tiempo promedio de resolución:** mide el tiempo que tardas en solventarle al cliente su consulta queja o solicitud
- **Tiempo promedio de gestión:** es el tiempo promedio en el cual se tarda un agente en responder una sola consulta.
- **Satisfacción del cliente:** este es el indicador clave con el que se conoce el grado de satisfacción que el cliente tiene con nuestros productos y servicios.
- **Volumen de atención promedio:** es el número de contactos que ha tenidos los clientes con el área de atención ya sea para dudas queja o alguna solicitud en especial.
- **Retención de clientes:** Es el porcentaje de clientes que han permanecido en tu empresa durante un periodo de tiempo determinado

### Marketing Digital y community manager

- **Leads:** clientes potenciales de la marca que han demostrado interés en consumir el producto o servicio
- **Seguidores en redes sociales:** cantidad de usuarios que nos siguen en las diferentes redes sociales
- **Menciones:** usuarios en redes sociales que etiquetan o mencionan nuestra marca al publicar o comentar algo.
- **Likes en Facebook:** son fundamentales para poder medir el sentimiento hacia la empresa y hacia la plataforma,
- **Impresiones en la página de Facebook:** esta brinda sobre la efectividad de su página y sus publicaciones interacciones entre usuarios y tu página.

- **Alcance diario de las publicaciones en Facebook:** indica cuantas personas tiene nuestro contenido en su timeline y cuantas personas han visto por única ocasión tus publicaciones
- **Hastings X:** crear hashtags validar y medir el alcance de los mismos
- **Menciones en X:** mide la interacción que tiene los usuarios con tu página en X y publicaciones

### Operativos

- **Conexiones,** mide los la cantidad de tiempo que un agente tiene conectado en la plataforma de Sweep sv.
- **Tiempo medio de operaciones,** se refiere al tiempo que se tarda un agente en finalizar su servicio de limpieza
- **Calificaciones de servicio,** cada usuario de la aplicación califica el servicio realizado así como una reseña u observación del servicio.
- **Nivel de servicio,** el nivel de servicio es una relación de la cantidad de servicios solicitados por los clientes y la cantidad de agentes que se tienen disponibles para poder prestar los servicios la cantidad idónea es que al dividir estas dos cantidades el resultado sea 1 o mayor a uno,
- **Disponibilidad,** tiempo en que uno o varios agentes se mantienen sin prestar servicio alguno,
- **Encuesta de satisfacción,** una serie de preguntas específicas llenadas por el cliente en base a la experiencia que ha tenido con la aplicación y con los servicios que se le han prestado

## CONCLUSIONES

La creación de nuestra aplicación web móvil llamada Sweep sv, contribuye a que las personas seleccionadas en segmento puedan tener un acceso más fácil y seguro a profesionales que realicen servicios de limpieza en sus hogares,

Los criterios técnicos conceptuales y legales son de vital importancia para poder elaborar un proyecto de negocio digital, que tiene como motor su propia aplicación, en este caso llamada Sweep sv dedicada a facilitar la búsqueda de profesionales para la limpieza en el hogar.

Como diseñadores no solo de la aplicación Sweep sv sino de todo el modelo de negocios digital podemos afirmar que la creación de dicho proyecto genera empleos dignos a un sector de la población que estaba básicamente operando en la informalidad, contribuyendo a poder formalizar muchos puestos de trabajo

El seguimiento del lineamiento legal salvadoreño por parte de la empresa Sweep sv tanto para su creación como para su operación diaria contribuye a generar una reputación saludable no solo para la misma corporación sino también para los colaboradores que se unen a ella.

Como conclusión final podemos mencionar que la creación de la aplicación Sweep sv incide en el acceso que tienen las familias en la contratación de profesionales que presten dichos servicios

## Bibliografía

### TEXTOS

CARLOS FERNANDO, B. C. (2014). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. MEXICO DF: MCGRALL HILL 6TA EDICION.

CESAR ARAUJO BERNAL, H. D. (2008). *EL PROCESO ADMINISTRATIVO EN LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XX*. UNIVERSIDAD DE LA SABANA, COLOMBIA: PEARSON.

M., T. (1999). *APRENDE A INVESTIGAR*, . MEXICO DF: ARFO EDITORES LTDA.

MCDANIELS C, Y. G. (2016). *INVESTIGACION DE MERCADO*. MEXICO DF: CENGAGES LEARNING EDITORES.

TAMAYO, M. (2003). *EL PROCESO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA*. MEXICO DF: LUMINOSA S.A. DE C.V.

### LINKS

<https://datosmacro.expansion.com/paises/el-salvador>

<https://datosmacro.expansion.com/estado/gasto/salud/el-salvador>

<https://www.redem.org/america-central-y-el-caribe/el-salvador/>

<https://www.salud.gob.sv/>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_de\\_El\\_Salvador](https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_El_Salvador)

<https://newsinamerica.com/pdcc/gerenciales/2023/pbs-el-salvador-se-proyecta-para-un-2023-de-innovacion-y-liderazgo-tecnologico/>

Carrasco, C. (2,019). *El trabajo de cuidados, historia,teoria y politicas*. Los libros de la catarata.

Vicente. (2018). Breve historia de la limpieza. *Acuamar*.

Links:

<https://datosmacro.expansion.com/paises/el-salvador>

<https://datosmacro.expansion.com/estado/gasto/salud/el-salvador>

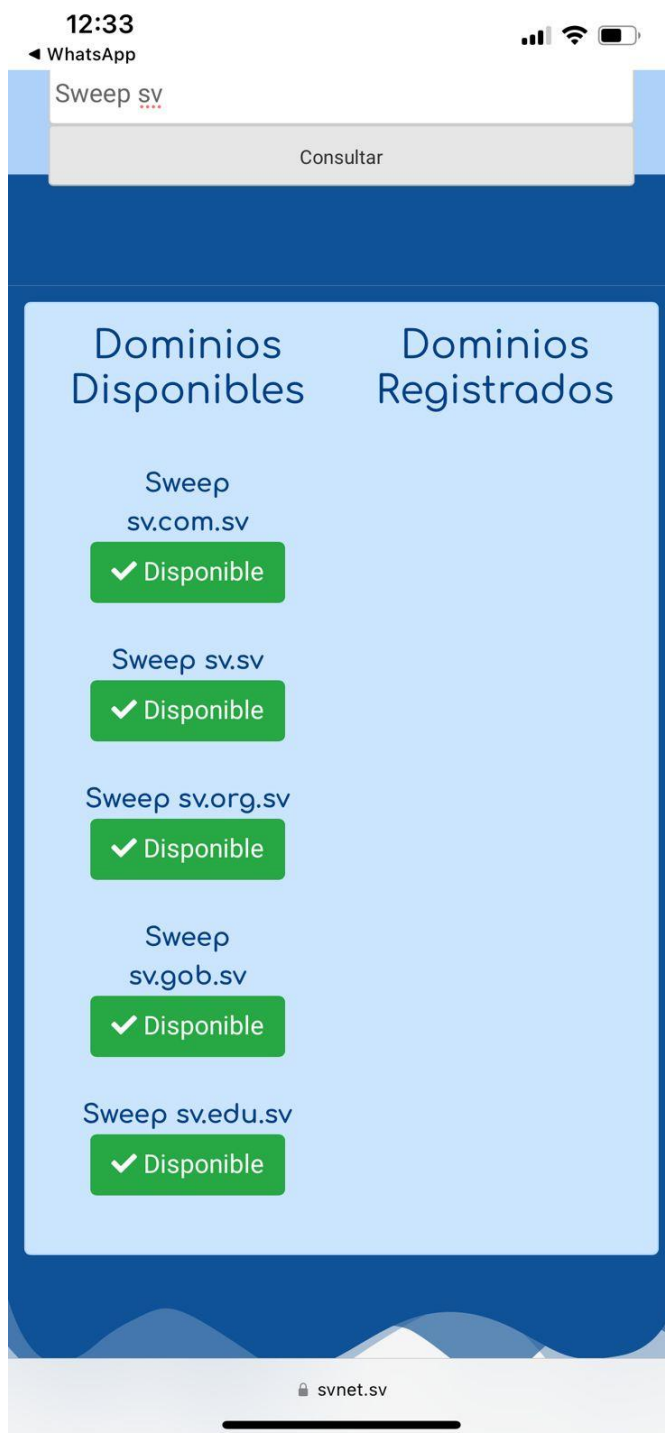
<https://www.redem.org/america-central-y-el-caribe/el-salvador/>

<https://www.salud.gob.sv/>

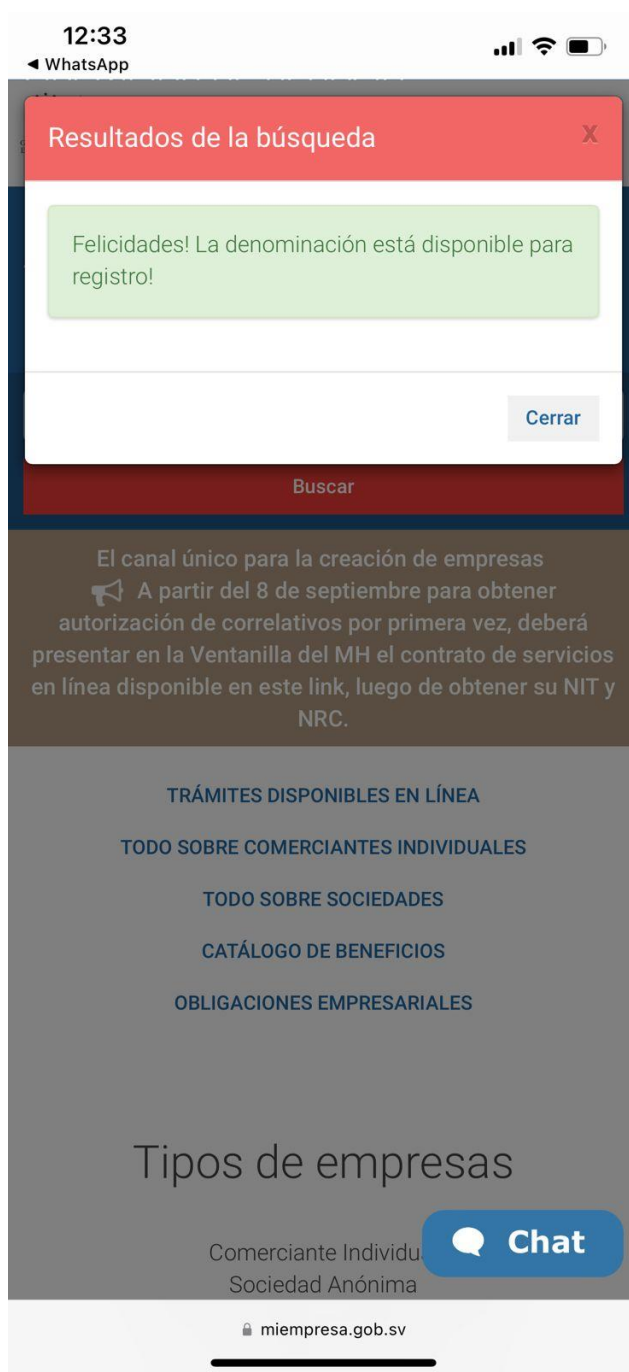
[https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura de El Salvador](https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_El_Salvador)

<https://newsinamerica.com/pdcc/gerenciales/2023/pbs-el-salvador-se-proyecta-para-un-2023-de-innovacion-y-liderazgo-tecnologico/>

# ANEXOS 1



## ANEXO 2



## ANEXO 3

Nivel de confianza	$Z_{\alpha}$
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

## ANEXO 4



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS SOBRE EL DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES (APLICACIÓN MOVIL DE SERVICIO DE LIMPIEZA EN HOGAR SWEEP SV)**

El propósito del presente es recolectar información sobre el grado de aceptación de la aplicación móvil de servicios de limpieza en el hogar

**Indicación:** Marque con una **X** la respuesta que considere conveniente.

EDAD:

\_\_\_\_\_

**1. ¿Cuántas personas residen en su hogar?**

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| 1) vivo solo/a          | <input type="checkbox"/> |
| 2) Entre 2 a 4 personas | <input type="checkbox"/> |
| 3) Entre 4 a 6 personas | <input type="checkbox"/> |
| 4) Más de 6 personas    | <input type="checkbox"/> |

**2. ¿En qué rango salarial clasificaría sus ingresos mensuales?**

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| 1) Menos de \$365.00        | <input type="checkbox"/> |
| 2) Entre \$365,00 y 500.00  | <input type="checkbox"/> |
| 3) Entre \$500.00 y 1000.00 | <input type="checkbox"/> |
| 4) Más de \$1000.00         | <input type="checkbox"/> |

**3. ¿De qué manera se realizan las labores de limpieza en su hogar?**

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1) Las realiza una persona designada (residente de su hogar)      | <input type="checkbox"/> |
| 2) Todos colaboran con la limpieza en horas y tareas determinadas | <input type="checkbox"/> |
| 3) Se contrata una persona/empresa externa                        | <input type="checkbox"/> |

**4. En el caso que su respuesta anterior fuera el literal 1 o 2 siga con la pregunta numero 5 Si su respuesta anterior fue la numero 3 conteste por favor ¿Se siente satisfecho con los servicios de limpieza en su hogar contratados? ¿Por qué?**

- 1) Si
- 2) No Especifique \_\_\_\_\_

**5. ¿En alguna ocasión ha contratado servicios de limpieza para su hogar?**

- 1) Si
- 2) No

**6. Si su respuesta anterior fue NO siga con la pregunta 8 en caso de ser SI conteste por favor; ¿Cuál es la modalidad en la que operan los servicios de limpieza que ha contratado para su hogar?**

- 1) Personas Naturales (trabajo informal)
- 2) Empresas ( Contrato empresariales)

**7. ¿De qué manera ha encontrado los servicios de limpieza contratados en su hogar?**

- 1) Recomendaciones de personas cercanas a usted
- 2) Por medio de anuncios en publicaciones en redes sociales
- 3) Por medio de publicidad formal de una empresa dedicada a estos servicios
- 4) Otros (especifique): \_\_\_\_\_

**8. ¿Conoce alguna plataforma digital donde encuentre información sobre profesionales contratables que realicen servicios de limpieza?**

- 1) Si la conozco
- 2) No la conozco

**9. ¿Si existiera alguna aplicación digital que oferte mano de obra calificada que preste servicios de limpieza profesional en su hogar, la utilizaría?**

- 1) Si
- 2) No

**10. ¿Qué tipo de servicios de limpieza en su hogar usted estaría dispuesto a contratar?**

- 1) Limpieza General del Hogar
- 2) Servicios de lavado de ropa
- 3) Servicios de planchado de ropa

**11. ¿Cada cuánto tiempo considera que podría necesitar los servicios de limpieza profesional en su hogar?**

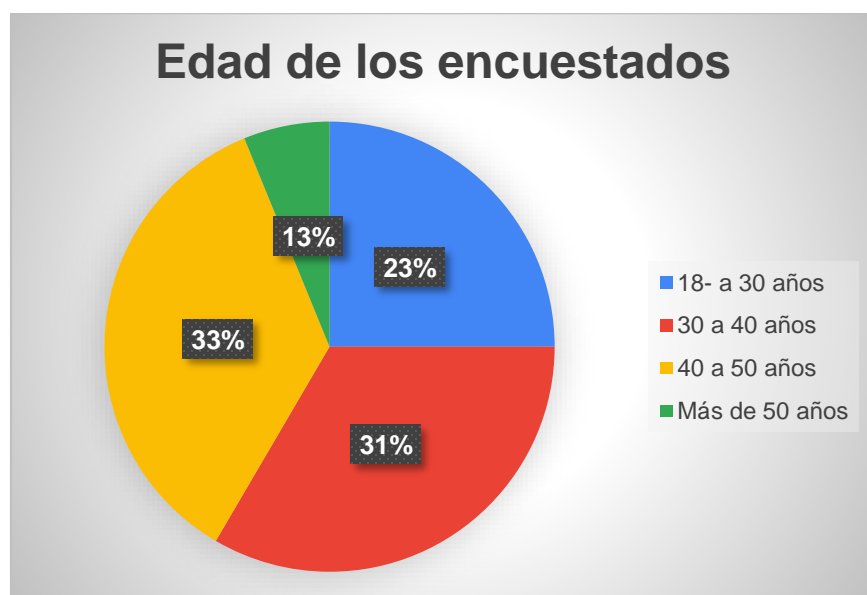
- 1) Diariamente
- 2) Una vez por semana
- 3) Una vez cada 2 semanas
- 4) Una vez cada mes
- 5) Dias esporadicos según su necesidad

## ANEXO 5

**Resultados de la investigación de mercado**

Opción (xi)	Frecuencia absoluta	Frecuencia porcentual
18 a 30 años	89	23%
30 a 40 años	119	31%
40 a 50 años	126	33%
Más de 50 años	51	13%
n=385	385	100%

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

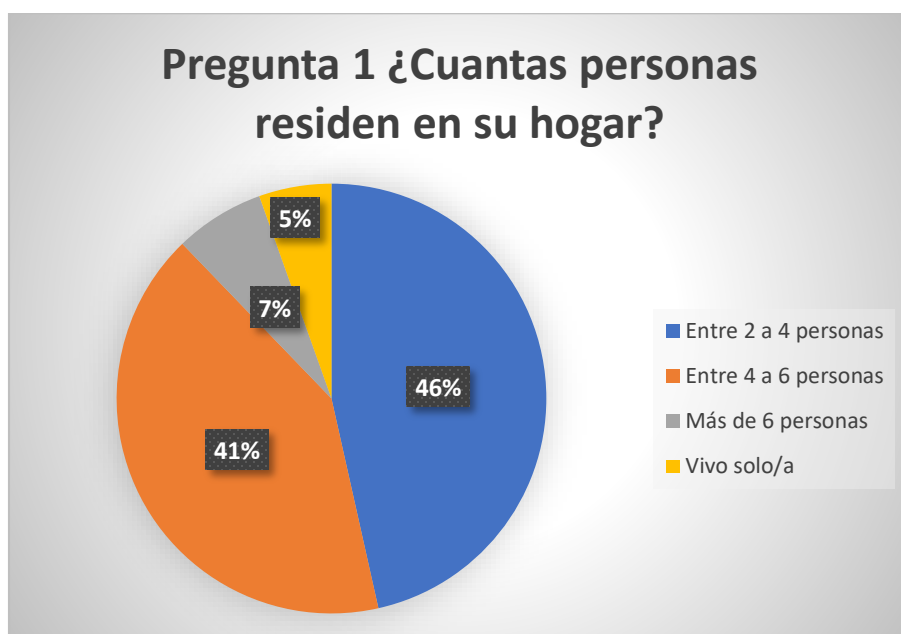
Entre 33% y el 31 % está entre la edad de 30 a 50 años según la cantidad de personas encuestadas por lo que será nuestro público objetivo

### Pregunta 1

¿Cuántas personas residen en su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Entre 2 a 4 personas	179	46%
Entre 4 a 6 personas	159	41%
Más de 6 personas	26	7%
Vivo solo/a	21	5%
n=385	385	100%

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

En esta grafica se puede observar que la mayoría de los encuestados viven de 2 a 6 personas ya que el 41% y 47% lo demuestra y esto nos da una opción de la necesidad de limpieza en estos hogares.

## Pregunta 2

¿En qué rango salarial clasificaría sus ingresos mensuales?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Menos de \$365.00	31	8%
Entre \$365,00	54	14%
Entre \$500.00 y 1000.0000	178	46%
Más de \$1000.00	121	32%
n=385	385	100%

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

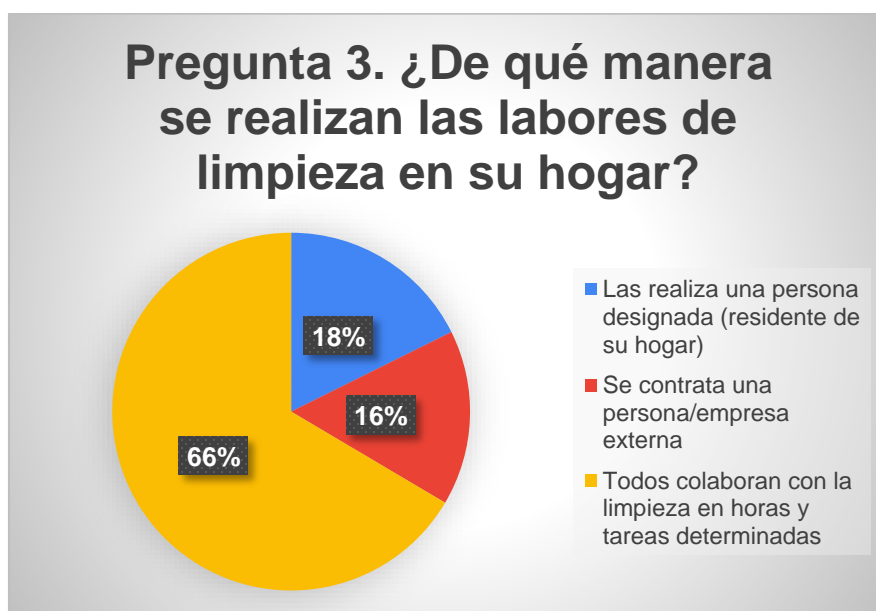
La mayoría de los encuestados que son el 46% son personas que tienen ingresos entre \$500 y \$1,000 dólares por lo que da una idea que pueden pagar los servicios de limpieza profesionales para su hogar.

### Pregunta 3

¿De qué manera se realizan las labores de limpieza en su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
La realiza una persona designada	68	18%
Se contrata una persona	61	16%
Todos colaboran	256	66%
n=385	385	100%

Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

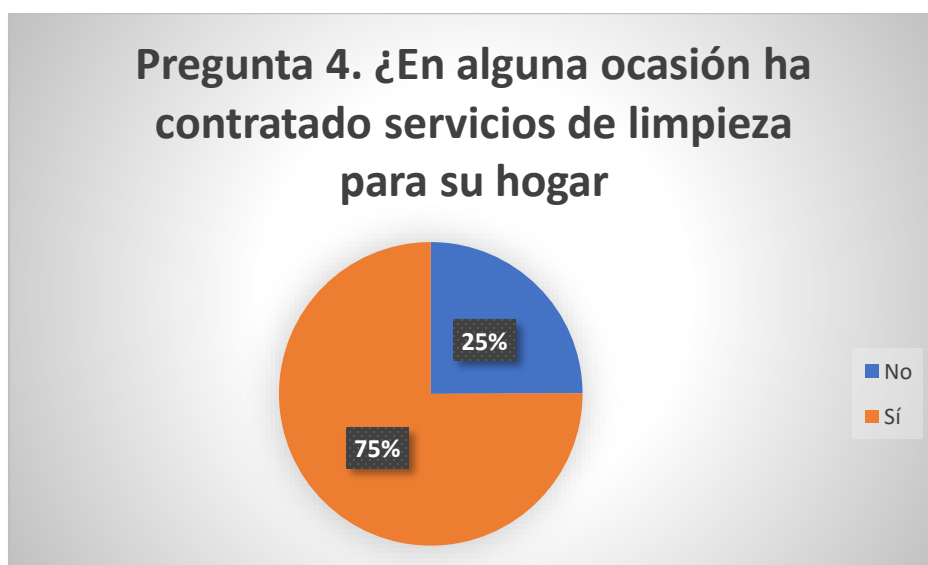
Según el 66% de los encuestados realizan la limpieza del hogar en forma colaborativa en horas específicas y con algún tipo de tarea determinada por lo que nos da un parámetro que no tienen mucho tiempo para hacer este tipo de tareas en donde podríamos brindar el servicio como ayuda a estos hogares.

#### Pregunta 4

¿En alguna ocasión ha contratado servicios de limpieza para su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Sí	289	75%
No	96	25%
n=385	385	100%

Gráfico 5



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

El 75% de los participantes de los encuestados ya están familiarizados con los servicios de limpieza contratados de forma externa por lo que puede ser de beneficio para nuestro modelo de negocio

### Pregunta 5

¿Está satisfecho con los servicios que ha contratado para su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Sí	241	63%
No	144	37%
n=385	385	100%

Gráfico 6



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

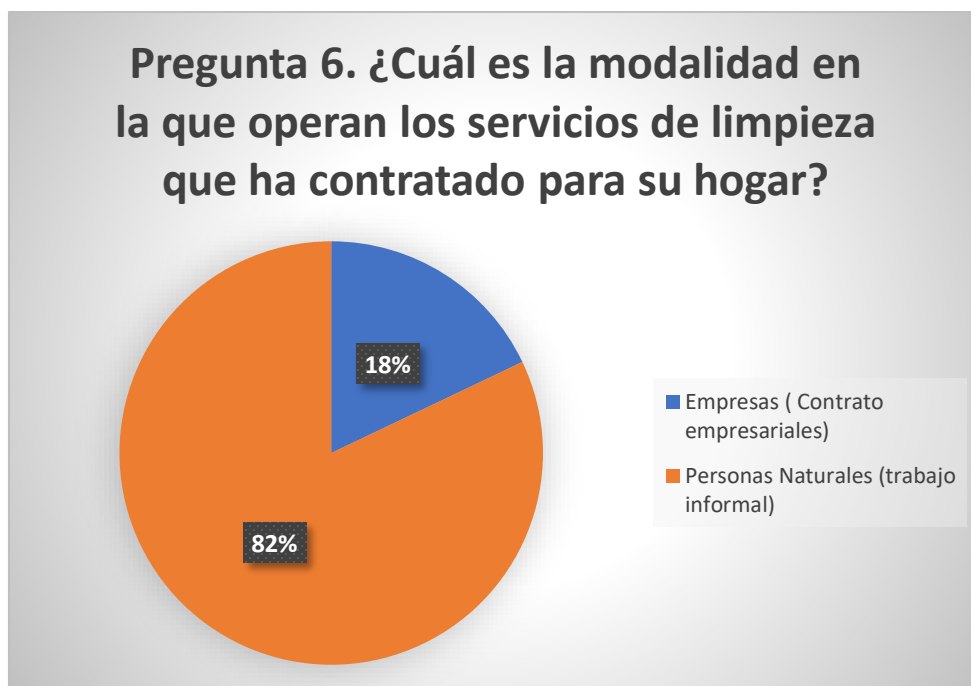
Según la gráfica el 63% de los encuestados está satisfecho con los servicios de limpieza que ha contratado por lo que da un parámetro de la competencia que tenemos y que nos tocara convencer y con la otra parte que es el 37% se tiene desacuerdo por lo que sería nuestro público objetivo de entrada.

### Pregunta 6

¿Cuál es la modalidad en la que operan los servicios de limpieza que ha contratado para su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Empresas	69	18%
Personas Naturales	316	82%
n=385	385	100%

Gráfico 7



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

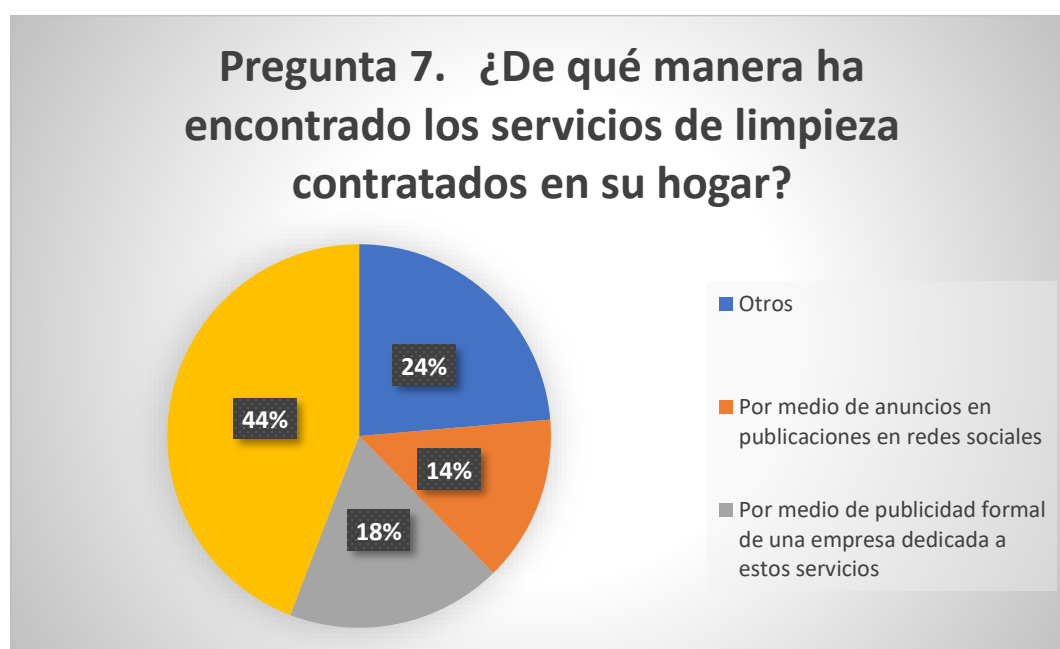
Según el 82% tiene mayor confianza en las personas naturales en lugar que las empresas por lo que la dificultad de darnos a conocer como negocio será mayor, pero por otro lado por el tipo de servicio que ofrecemos más personalizado puede darnos una oportunidad con estos clientes que tienen esta forma de contratación.

### Pregunta 7

¿De qué manera ha encontrado los servicios de limpieza contratados para su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Recomendaciones de personas cercanas	170	44%
Por medio de publicidad formal de una empresa.	70	18%
Por medio de anuncios en publicaciones en redes sociales	54	14%
Otros	91	24%
n=385	385	100%

Gráfico 8



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

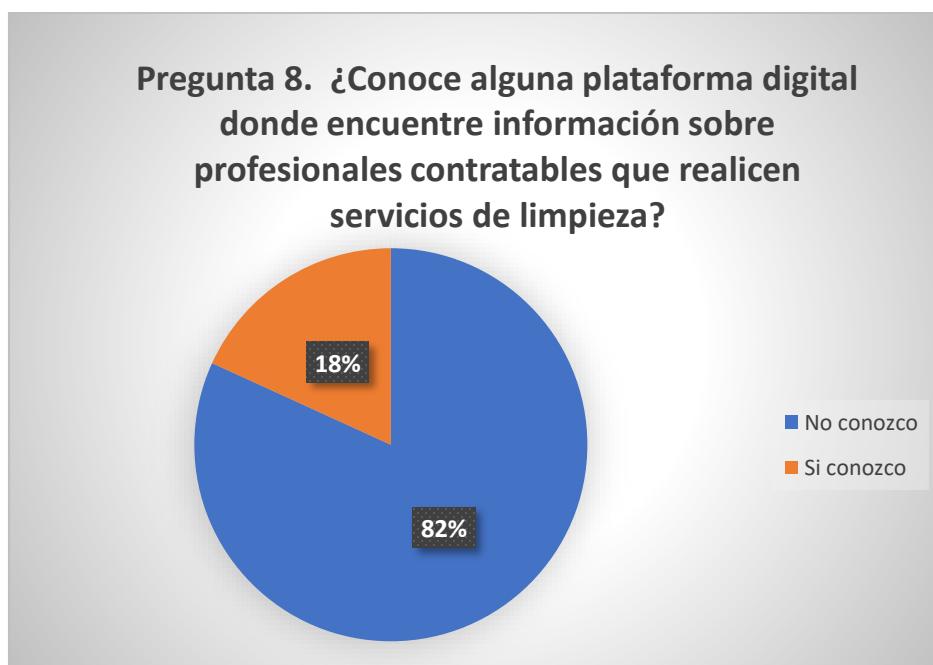
En esta grafica se observa que el 44 % de los encuestados prefiere a los servicios de limpieza profesional por medio de personas cercanas a la misma, por lo que las estrategias tendrían que ir orientada a los demás sectores restantes para poder darnos a conocer y crear recomendaciones a futuro por parte de nuestros clientes.

### Pregunta 8

¿Conoce alguna aplicación digital donde encuentre información sobre profesionales contratables que realicen servicios de limpieza?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Sí conozco	70	18%
No conozco	315	82%
n=385	385	100%

Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

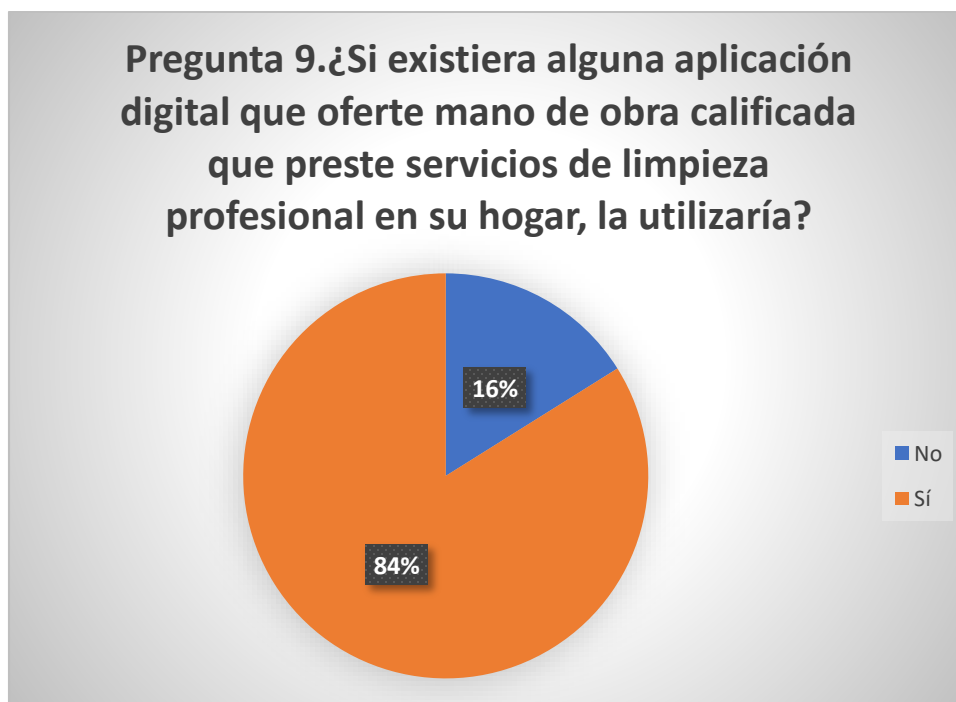
El 82% de los encuestados no tienen conocimiento sobre plataformas digitales de contratación de servicios de limpieza por lo que tendríamos una mayor ventaja para esta aplicación, sin embargo, se tendrá mayor desafío para las campañas de marketing que tenemos que darnos a conocer.

### Pregunta 9

¿Si existiera alguna aplicación digital que oferte mano de obra calificada que preste servicios de limpieza profesional en su hogar, la utilizaría?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Sí	323	84%
No	62	16%
n=385	385	100%

Gráfico 10



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

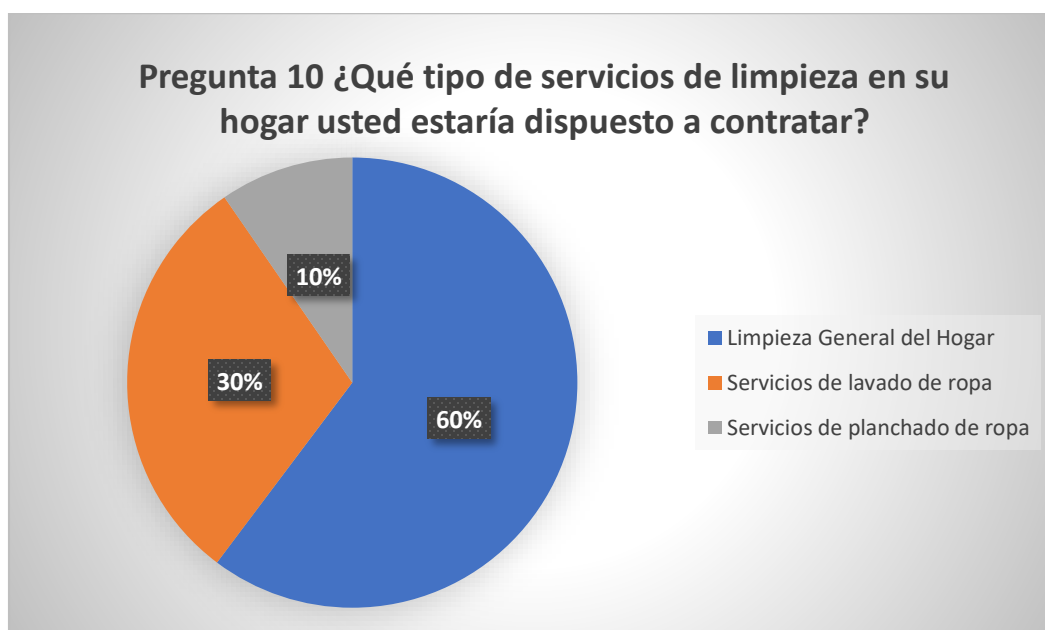
El 84% de las personas encuestadas están en disponibilidad de utilizar una aplicación digital, y esto da una ventaja competitiva ya que seríamos los primeros en brindar servicios por medio de una aplicación en este tipo aplicaciones móviles.

### Pregunta 10

¿Qué tipo de servicios de limpieza en su hogar usted estaría dispuesto a contratar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Limpieza general del hogar	232	60%
Servicios de lavado de ropa	116	30%
Servicios de planchado de ropa	37	10%
n=385	385	100%

Gráfico 11



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

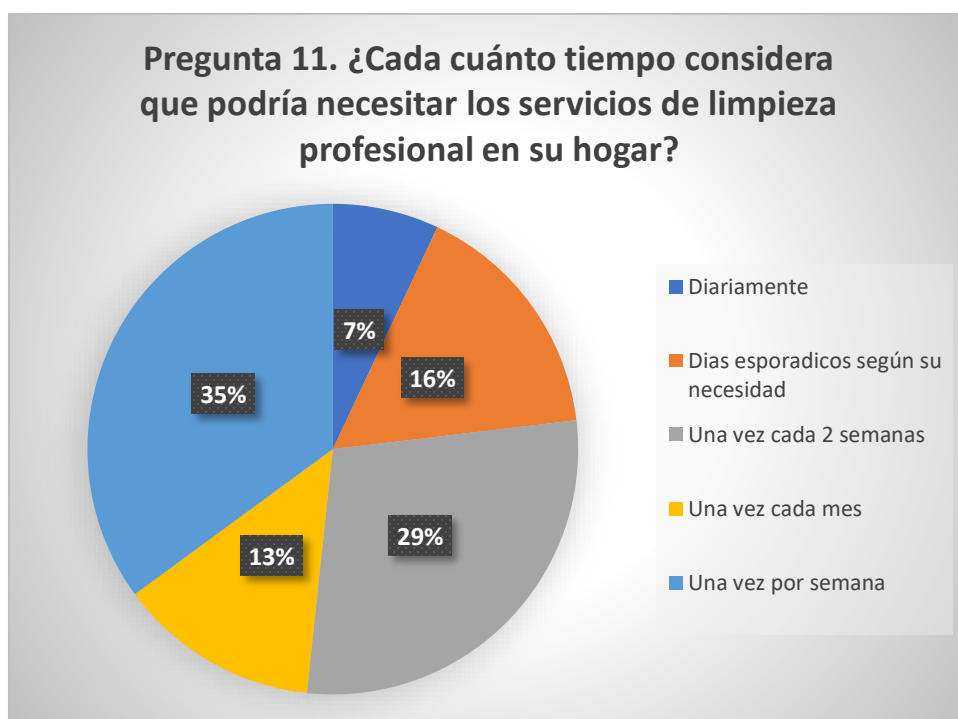
El 60% de los encuestados necesita un servicio completo de limpieza por lo que nos da una idea de que servicios ofrecer y ajustar precios más competitivos para lograr ganar estos clientes, estos datos son de gran importancia al momento de realizar la proyección de ventas.

### Pregunta 11

¿Cada cuánto tiempo considera que podría necesitar los servicios de limpieza profesional en su hogar?

Opción (xi)	frecuencia absoluta	frecuencia porcentual
Diariamente	27	7%
Días esporádicos según su necesidad	62	16%
Una vez cada dos semanas	110	29%
Una vez cada mes	51	13%
Una vez por semana	135	35%
n=385	385	100%

Gráfico 12



Fuente: Elaboración propia con datos recopilados en Google forms.

Según el gráfico el 35% de los encuestados necesitan servicio de limpieza una vez por semana y un 29% cada 2 semanas y esto da la idea con la frecuencia que deberíamos de brindar nuestros servicios.



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

FECHA: 30/10/2023

HORA: 14:59:47

**ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA**

DISTINTIVO: SWEEP SV

PRESENTACION: 20230268314

PETICIONARIO: BELINDA NATALI SOLANO SARMIENTO

CLASE: 14

CLASES RELACIONADAS:

PARA:

NOTA:

Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
<b>Clase: 01,02,03,04,05,07,08,09,11,14,16,18,20,21,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33</b>								
20140196857	12/02/2014	ST94	00012	00239	18/08/2014		Walmart Apollo, LLC	T0 47
Distintivo: MEMBER S MARK								
<b>Clase: 01,02,03,05,15,09,07</b>								
19670016100	25/10/1967	-	16100	00039	12/08/1968	SALVADOREÑA		T0 26
Distintivo: EISA								
<b>Clase: 03,09,14,16,18,21,24,25,28,29,30,32,41</b>								
20160233803	20/05/2016	ST401					DC COMICS	MC 40
Distintivo: DC								
<b>Clase: 03,09,14,16,18,21,24,25,28,41</b>								
20160234066	26/05/2016	ST94	00082	00294	10/11/2016		DC COMICS	MC 35
Distintivo: DC SUPER HERO GIRLS								
<b>Clase: 03,09,14,18,25,26,35</b>								
20150215542	27/03/2015	ST94	00165	00290	22/09/2016		Aktieselskabet af 21.november 2001	T0 38
Distintivo: PIECES								
<b>Clase: 03,09,14,18,25,35</b>								
20230352815	02/02/2023	ST401					BIMBA & LOLA, S.L.	MC 36
Distintivo: LB								
<b>Clase: 03,14,18,25</b>								
20120165171	29/02/2012	ST41	00007	00205	11/01/2013		INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A. (INDITEX, S.A.)	T0 40
Distintivo: BSK								

**IMP O R T A N T E: SIN PERJUICIO QUE APAREZCAN OTROS PRODUCTOS QUE TENGAN RELACION CON LOS PRODUCTOS SOLICITADOS Y QUE APAREZCAN EN OTRA CLASE DIFERENTE.**

FONR1002