

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:
DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES**

TEMA:

MODELO DE NEGOCIO DIGITAL CONSTRUPRO SOLUTIONS

PRESENTADO POR:

NOMBRES DE ESTUDIANTES	CODIGO DE LA CARRERA
HENRY GIOVANI CAMPOS RUBIO	L10804
CECILIA ELIZABETH HERNÁNDEZ GARCÍA	L10804
MAYRA ALEJANDRA JIMÉNEZ LANDAVERDE	L10804

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

JULIO 25, 2025

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

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DECANO: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN

SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARÍN

**COORDINADOR GENERAL DE
PROCESO DE GRADUACIÓN:** MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA
PINEDA

**COORDINADORA DE PROCESO
DE GRADUACIÓN:** LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA

DOCENTE ASESOR: LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTINEZ
CRUZ

JURADO EXAMINADOR: LICDA. LICDA. GEORGINA MARGOT MARTINEZ
CRUZ
LIC. RAÚL EDUARDO DURÁN SÁNCHEZ
LIC. ELIN ENRIQUE AMADOR TORREALBA

JULIO 25, 2025

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

En agradecimiento a Dios padre por permitir me culminar esta etapa de mi vida, al Divino Niño Jesús y a la Santísima Virgen por concederme la fuerza y sabiduría de finalizar mis estudios universitarios, con gratitud y cariño a mi familia, a mi mamá Cecilia García gracias por ser un ejemplo de resiliencia, por enseñarme el amor hacia Dios, por amarme y guiarme. En memoria de mi papá Moisés Hernández, mis abuelos Leonor y Francisco García, y mi tía Elsy por ser un legado de amor e inculcarme el valor de la perseverancia y esfuerzo, mi hermana Sofía y a Osito por su apoyo y cariño, a mi novio Melvin Martínez gracias por su amor y comprensión. A mi familia García Pineda en especial a mis tíos Deisy, Miltón, Arístides, Carmen y Francisco, a mi familia Hernández Gavidia en especial a Reina, Ramiro. Gracias a Andrés Navarrete y David Rivas por su apoyo incondicional, a cada persona, docente y amistades que fue parte fundamental de mi proceso de formación profesional y me motivaron a seguir. A la Universidad de El Salvador que me abrió sus puertas y me permitió formarme académicamente, a mi asesora Licda. Georgina por su paciencia y guiarnos, a mí misma por el esfuerzo y dedicación ¡Gracias totales!

Cecilia Elizabeth Hernández García

Agradezco profundamente a mis padres por apoyarme en cada reto durante mi carrera, a Dios por darme fortaleza durante las adversidades y también a los catedráticos de la Universidad de El Salvador por su paciencia y deseo en guiar en el desarrollo de la licenciatura.

Henry Giovani Campos Rubio

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN.....	ii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Antecedentes.....	2
1.1.2 Descripción.....	4
1.1.3 Formulación.....	5
1.2 Delimitación del problema	6
1.2.1 Geográfica y temporal	6
1.2.2 Teórica.....	6
1.3 Justificación de la investigación.....	7
1.4 Objetivos.....	9
1.5 Marco teórico.....	9
1.5.1 Histórico.	10
1.5.2 Conceptual.....	11
1.5.3 Legal.....	17
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.1 Metodología de la investigación.....	20
2.1.2 Generalidades.	20

2.1.2 Método.....	21
2.1.3 Enfoque de investigación.....	21
2.1.4 Universo	22
2.1.5 Población.	22
2.1.6 Muestra.....	23
2.1.7 Técnicas de investigación.....	23
2.1.8 Instrumento de Investigación.....	24
2.1.9 Presentación de Resultados.	25
2.2 Diagnóstico.....	45
2.2.2 Desarrollo de las Fuerzas de Michael Porter.	45
2.2.3 Desarrollo de Pest.....	47
2.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación	50
CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO	52
3.1 Descripción del negocio	52
3.1.1 Nombre del Negocio.....	52
3.1.2 Información General del Negocio.	53
3.2 Marco estratégico	53
3.2.1 Misión.....	53
3.2.2 Visión.	53
3.2.3 Valores.....	54

3.2.4	Objetivos.....	54
3.2.5	Metas.....	55
3.3	Descripción de los productos y servicios.....	55
3.3.1	Prototipos / Descripción General.....	56
3.4	Ventaja competitiva.....	64
3.5	Plan organizacional.....	66
3.6	Plan de mercadeo.....	70
3.7	Plan de ventas.....	82
3.8	Plan financiero.....	85
3.9	Plan de trabajo.....	91
3.10	Indicadores de medición.....	94
	CONCLUSIONES.....	99
	RECOMENDACIONES.....	100
	BIBLIOGRAFÍA.....	101
	ANEXOS.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ventaja competitiva.....	65
Tabla 2. Descripción de puestos de trabajo.....	67
Tabla 3: Identificación y Características de Recursos Humanos.....	69
Tabla 4. Marketing Mix.....	72
Tabla 5. Estrategia de personalización.....	73
Tabla 6. Estrategia de Participación.....	75
Tabla 7. Estrategia Par a Par en comunidades (Peer-to-Peer Communities).....	78
Tabla 8: Estrategia Predictive Modelling o Predicciones modeladas.....	81
Tabla 9: Proyección de ventas en unidades para el primer año.....	83
Tabla 10: Proyección de ventas en dólares para el primer año.....	84
Tabla 11: Proyecciones de ventas en dólares para el año 2 al año 5.....	84
Tabla 12: Proyecciones Financieras- Supuestos de Inversión y Financiación.....	86
Tabla 13: Cuota del Préstamo.....	86
Tabla 14: Detalles de Costo por Plan.....	87
Tabla 15: Costo Bruto.....	87
Tabla 16: Costo de personal sin prestaciones.....	88
Tabla 17: Estructura de otros costos y gastos.....	88
Tabla 18: Análisis de rentabilidad ConstruPro Solutions.....	89
Tabla 19: Punto de equilibrio ConstruPro Solutions.....	89
Tabla 20: Ingreso de equilibrio.....	91
Tabla 21. Cronograma de actividades.....	92
Tabla 22. Plan de trabajo.....	93

Tabla 23. Medición estrategia de personalización.....	95
Tabla 24. Medición estrategia de participación.....	96
Tabla 25. Medición estrategia de par en par en comunidades.....	97
Tabla 26. Medición estrategia de predicciones modeladas.	98

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Mock Up de ConstruPro Solutions.....	56
<i>Figura 2.</i> Descripción ConstruPro Standard.	57
<i>Figura 3.</i> Descripción ConstruPro Premium.....	58
<i>Figura 4:</i> Descripción ConstruPro Business.....	60
<i>Figura 5.</i> Descripción Plan Standard.	62
<i>Figura 6.</i> Descripción Plan Premium.....	63
<i>Figura 7.</i> Estructura organizativa de ConstruPro Solutions.....	66
<i>Figura 8.</i> Resultados de la investigación de mercadeo.	72
<i>Figura 9.</i> Diseño adaptable de ConstruPro Solutions.	74
<i>Figura 10.</i> Imagotipo ConstruPro Solutions	74
<i>Figura 11.</i> Creación de perfil en Facebook.....	76
<i>Figura 12.</i> Publicación en redes sociales.	76
<i>Figura 13.</i> Contenido para redes sociales #1.	77
<i>Figura 14.</i> Contenido para redes sociales #2	78
<i>Figura 15.</i> Contenido para profesionales.	79
<i>Figura 16.</i> Programa de referencia.....	80
<i>Figura 17.</i> Contenido para el programa de referencia.....	80
<i>Figura 18.</i> Recompensa por programa de referencia.	81
<i>Figura 19.</i> Ingreso de equilibrio.....	90

RESUMEN EJECUTIVO

ConstruPro Solutions es un modelo de negocio digital diseñado para ser un excelente intermediario entre profesionales seleccionados en la ingeniería y diseños de interiores con aquellas empresas o individuos que desean realizar un proyecto.

El enfoque principal es conectar a distintas empresas o individuos que deseen ejecutar proyectos de construcción, sean estos personales, comerciales e industriales, con profesionales que ofrecen servicios de ingeniería y diseño que aporten planos de construcción o remodelación para sus proyectos. ConstruPro Solutions se encarga de crear portafolios de perfiles que orienten al usuario de la plataforma a dirigir sus proyectos de manera profesional y segura. El sector de construcción desde hace unos años ha tenido una tendencia de crecimiento y actualmente posee una alta demanda, por ello las empresas relacionadas al diseño de planos puedan escalar a grandes oportunidades ofreciendo sus servicios. Es habitual encontrarse con diversas problemáticas y desafíos durante la contratación o elección de un ingeniero especializado o asociaciones de ingeniería comprometidas al proyecto, siendo una tarea complicada encontrar la mejor opción, sin conocer antecedentes o recomendaciones al respecto, ni mucho menos conocer sus trabajos anteriores. ConstruPro Solutions busca resolver este problema siendo un puente de interacción ofreciendo portafolios actualizados de perfiles de empresas o profesionales que ofrecen sus servicios de ingeniería y diseño para sus proyectos, sobre el catálogo se podrán observar datos de la persona, sus proyectos, duración del proyecto, presupuestos, número de personal encargado y mucha otra información necesaria, estos catálogos tendrán en detalle a cuáles empresas se les ha trabajado, junto con fotos o videos de los proyectos construidos con anterioridad, comentarios de los clientes, apartado de sugerencias y personal de trabajo, visualizando en tiempo real la disponibilidad de trabajadores y la ubicación.

INTRODUCCIÓN

En El Salvador, la digitalización y el uso de plataformas digitales están tomando cada vez más relevancia por lo que diferentes industrias empiezan a crear o administrar páginas web, donde puedan destacar sus productos y servicios en un mercado competitivo.

Este proyecto se enfoca en la creación y promoción de una página web relacionada a la búsqueda y selección de profesionales en el área de ingeniería y arquitectura relacionada al diseño de interiores, es decir, se encarga de ser el enlace entre los profesionales y los usuarios de la plataforma. ConstruPro Solutions es una plataforma moderna e innovadora para toda aquella persona que desee realizar proyectos de construcción que buscan un aliado que cumpla con los estándares de calidad y modernidad además el sitio web poseerá características de velocidad de carga y adaptabilidad a dispositivos móviles para una mejor experiencia a los usuarios.

La página web será desarrollada con un enfoque en la experiencia del usuario, asegurando que sea intuitiva y fácil de navegar, lo cual es crucial para mantener a los visitantes seguros y facilitar su conversión en clientes. Además, se integrarán herramientas de optimización para motores de búsqueda (SEO) y métricas de análisis que permitirán medir el rendimiento de la web, asegurando que alcance su máximo potencial dentro del mercado salvadoreño. Esta iniciativa no solo busca crear una presencia en línea efectiva, sino también proporcionar una plataforma sólida que apoye el crecimiento y la expansión digital de para los profesionales en el diseño de interiores en El Salvador.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En El Salvador debido a las políticas impulsadas por el gobierno de Nayib Bukele ha mejorado la imagen del país lo cual ha transformado al país para ser un destino atractivo para hacer negocios. Actualmente el área de construcción es de los sectores de la economía que está aumentando sus actividades económicas impulsadas por la inversión.

El sector privado es él que ha generado una mayor inversión aumentando los proyectos de construcción e incentivando la demanda de profesiones en este rubro, para poder realizar diseños de construcción se necesita de un profesional que se encargue de diseñar los planos de construcción en cuanto a las diversas opciones que se ofrece en el mercado a los consumidores se les dificulta tomar decisiones. En este contexto las personas buscan soluciones que les ayuden a determinar correctamente a contratar al mejor profesional calificado, para ello se creará un sitio web enfocado en ser la conexión entre el consumidor final y el ingeniero y arquitecto que serán los encargados de ofrecer sus servicios de diseño de planos de construcción, diseño de interiores entre otros servicios para la ejecución de proyectos de construcción según las necesidades que demande el cliente.

1.1 Planteamiento del problema

Es el inicio de una investigación y la base fundamental ya que en esta parte se describe la situación que se necesita solucionar. En esta primera fase es necesario considerar elementos y para ello se estudiará en primer lugar los antecedentes los cuales nos permitirán obtener información específica sobre la problemática, se realizará una descripción sobre detalles del objeto de estudio y se formularan interrogantes que orienten la investigación.

1.1.1 Antecedentes.

El Salvador desarrolla diversas actividades económicas, pero en los últimos años el sector construcción ha sido el sector propulsor de la economía nacional debido a la inversión en infraestructura de turismo.

Uno de los lugares donde se están desarrollando negociaciones es el Centro Histórico de San Salvador, en este sitio comedores, hoteles y tiendas están a la espera de aperturar sus nuevos locales.

El Centro Histórico de San Salvador estaría por recibir nuevas inversiones por parte de empresas interesadas en el desarrollo de nuevos proyectos, según informó el director de la Autoridad del Centro Histórico, Manuel Rodríguez, durante una entrevista en radio YSKL. Durante su intervención, Rodríguez detalló algunas de las empresas que abrirán en el centro capitalino, entre las que se encuentran las siguientes: Llaollao, Pizzería La Clásica, Búfalo Wings, McDonald's, Wendy's, La Tecleña, Mike Mike, Hotel Cardedeu. (La Prensa Gráfica, 2024)

El gobierno también apoya a las empresas que priorizan el desarrollo técnico y estandarizan las prácticas de construcción contemporáneas. En el mercado de la construcción y la infraestructura de El Salvador, existe una creciente demanda de modelado de información de construcción, construcción modular y materiales de construcción. (Mordor Intelligence , s.f.)

Las construcciones en el país no solo se realizan en el área capitalina, sino que también en las costas salvadoreñas donde el turismo demanda de sitios de hospedajes, restaurantes, zonas de recreación para turistas nacionales y extranjeros.

En este nuevo El Salvador ofrece múltiples escenarios de inversión en infraestructura de turismo para el impulso de proyectos de sol y playa, potencial de inversión en hoteles en San Salvador, la zona de mayor concentración hotelera del país, desarrollos hoteleros en San Miguel y el corredor vial San Salvador - Santa Ana, así como en las cercanías del Aeropuerto Internacional San Oscar Arturo Romero y Galdámez. (Invest in El Salvador, 2023)

Otra de las áreas en donde se desarrollan proyectos de construcción es en los proyectos habitacionales y áreas de entretenimiento en los diferentes departamentos del país.

La construcción de torres de apartamentos, hoteles y centros comerciales que siguen surgiendo en el país hacen prever al presidente de la Cámara Salvadoreña de la Construcción (Casalco), José Velásquez, que el sector cerrará nuevamente con números positivos este año, muy similares al crecimiento del 18% que registró en 2023. (Invest in El Salvador , 2024)

LinkedIn es la mayor red profesional online a nivel mundial. Puedes utilizar LinkedIn para encontrar el trabajo o las prácticas perfectas, conectar y fortalecer las relaciones profesionales, y aprender las aptitudes necesarias para tener éxito en tu carrera profesional. Puedes acceder a LinkedIn desde un escritorio, una aplicación móvil de LinkedIn o una experiencia web móvil. Un perfil de LinkedIn completo puede ayudar a conectar con oportunidades, ya que muestra tu historial profesional a través de la experiencia, las aptitudes y la educación. (V., 2023)

Los sitios web se han convertido en una oportunidad para los profesionales donde pueden por medio de la publicación de su perfil promocionar sus habilidades y a través de ello acceder al mercado y formar parte de la lista de candidatos a ser contratados.

1.1.2 Descripción.

Para los consumidores que desean ejecutar proyectos de construcción es un desafío poder encontrar un espacio que facilite la búsqueda de profesionales en el área de ingeniería y arquitectura y a los profesionales se les dificulta encontrar el canal de comunicación idóneo para ofrecer sus servicios.

A los consumidores se les hace difícil contactar con exactitud a un profesional de ingeniería y arquitectura ya que no existe un espacio que agrupe la información de estos profesionales. Los ingenieros y arquitectos tienen aspectos logísticos y económicos que deben de considerar para presentarse presencialmente.

Hay personas que pretenden realizar obras de construcción, pero no pueden ejecutar sus proyectos ya que necesitan de un profesional que se encargue de todo el proceso de diseño de la construcción, al no existir un enlace entre profesionales y consumidores se genera diversos problemas, una de las más destacadas es de que los consumidores al no conocer a ningún profesional de este rubro tienen la poca o nula posibilidad de contratar a alguien destruyendo la oportunidad de la creación de sus proyectos de construcción, al no tener diversas opciones de perfiles profesionales existe la posibilidad de contratar a alguien ineficiente lo que generara la mala gestión del proyecto, la contratación de personal ineficiente generara diversas dificultades en relación a contratiempos, mala distribución de espacio, pérdida de tiempo y dinero, materiales de baja calidad, incurrir en gastos extras, errores en planificación y ejecución de proyectos.

Por esa razón es que ConstruPro Solutions es la solución al facilitar la interacción con profesionales del área de ingeniería y arquitectura. ConstruPro Solutions es un sitio web que te ofrece un portafolio de profesionales que contribuirán en la gestión y coordinación de tu proyecto de construcción.

ConstruPro Solutions proporciona un espacio donde los consumidores tienen la opción de visualizar perfiles profesionales para seleccionar al profesional a que deseen contratar, al contratar a un ingeniero o arquitecto adecuado el cliente obtendrá beneficios entre ellos acceso a diseños personalizados adaptados a los gustos y necesidades del cliente, diseños funcionales con una mejor distribución de espacio, ahorro de tiempo y dinero. ConstruPro Solutions contribuye a que a través de la contratación conveniente de profesionales los consumidores obtengan entornos funcionales que reflejen su estilo de vida y manteniendo la estética agradable y armoniosa.

1.1.3 Formulación.

Para la formulación del problema a continuación se presentan las siguientes interrogantes que buscan resolver la investigación:

¿Cómo la implementación de una herramienta digital puede contribuir a mejorar la comunicación entre los profesionales de ingeniería y arquitectura y los clientes para poder seleccionar adecuadamente al profesional que se desea contratar?

¿Qué herramientas digitales de contenido son ideales para poder conseguir una interacción de usuarios en la plataforma?

¿Cuáles son las principales problemáticas que los usuarios experimentan al querer contratar a un especialista para el diseño en su proyecto?

¿Cómo se podría segmentar a los usuarios de la plataforma al ofrecer los servicios de ingeniería y arquitectura?

¿Qué tipo de características buscan los usuarios de la plataforma para poder optar por un profesional de diseño e ingeniería que aporten a su proyecto?

1.2 Delimitación del problema

La delimitación del problema tiene como objetivo identificar y especificar los límites del desarrollo del sitio web de ConstruPro Solutions. Para ello es importante detallar el área de interés, establecer un alcance y decidir los límites en espacio y tiempo.

1.2.1 Geográfica y temporal

Geográfica.

Se delimitó geográficamente el departamento de San Salvador ya que es un lugar representativo al público objetivo y es donde hay una alta demanda de proyectos de construcción.

Temporal

La investigación se desarrollará en un periodo comprendido de 3 meses, desde septiembre a diciembre de 2024.

1.2.2 Teórica.

Con relación al proyecto se toman en cuenta todos aquellos aspectos relacionados e involucrados dentro de la elaboración de este modelo de negocio digital, siendo estos conceptos y leyes que amparen y den validez a lo planteado en este documento.

Nuevos modelos de negocio en la era digital: “Es un estudio sobre el análisis los modelos de negocio existentes en Internet para que puedan determinar las oportunidades de negocio y los beneficios derivados de cada uno de ellos” (Dosdoce.com).

Marketing 5.0: “Por definición, es la aplicación de tecnologías que imitan a los humanos” (Kotler, 2021).

Ley de comercio electrónico: “La presente Ley tiene por objeto establecer un marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes” (Asamblea Legislativa, 2021).

Ley de marcas y otros signos distintivos: La presente Ley tiene por objeto regular la adquisición, mantenimiento, protección, modificación y licencias de marcas, expresiones o señales de publicidad comercial, nombres comerciales, emblemas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen, así como la prohibición de la competencia desleal en tales materias. (Infotrade, 2006)

1.3 Justificación de la investigación

Los consumidores demandan servicios profesionales de ingenieros y arquitectos que estén dispuestos a diseñar proyectos de construcción y los ingenieros y arquitectos están en busca de fuentes de trabajo. El año 2020 es un año de referencia debido a la pandemia por covid-19 ya que este acontecimiento a nivel mundial marca un antes y un después en el estilo de vida de las personas y como consecuencia de ello el comportamiento del consumidor en donde lo presencial paso a un segundo plano y se le da prioridad a la digitalización siendo indispensable la innovación e implementación de tecnología para los profesionales que deseen ofrecer sus servicios al mercado.

Con lo mencionado anteriormente se destaca a dos grupos de interés dentro de la investigación los cuales presentan situaciones que se deben de resolver. El sector de la construcción en el país es un sector que está creciendo, los profesionales de este rubro tienen la oportunidad de ser contratados y ejecutar nuevos proyectos y los consumidores la oportunidad de que su proyecto de construcción sea diseñado por el ingeniero o arquitecto que satisfaga mejor sus necesidades por ello el presente trabajo busca investigar cómo crear un espacio que permita la conexión de

profesionales y empleadores para que los clientes tengan la oportunidad de contratar al profesional mejor calificado.

Para el sector construcción la pandemia por Covid-19 obligó a esta industria a implementar herramientas tecnológicas que les permitan a los profesionales a ser eficientes. Por ello con este trabajo se centrará en desarrollar una herramienta digital en el que los consumidores tengan a su disposición un elemento virtual en el que esté almacenada y a su disposición información relevante que contribuya a tomar decisiones certeras para la ejecución de sus proyectos.

A partir de la transformación en la pandemia se les da prioridad a tendencias laborales con modelos remotos y digitales. En este contexto nace la necesidad de tener comunicación sin contacto físico y es así como se da origen a una herramienta en línea que tenga la capacidad de ayudar a las personas a poder buscar, encontrar y contratar personal capacitado.

El sitio web estará diseñado para que los consumidores puedan acceder fácilmente y tener la opción de evaluar perfiles, seleccionar candidatos y contratar al profesional de su preferencia exclusivamente por medio de esta herramienta en línea.

La construcción en el país es un rubro que sigue creciendo, generando fuentes de empleo para los salvadoreños aportando así para la economía del país. Esta investigación busca ser una base en primer lugar para los ingenieros y arquitectos para que puedan aplicar este modelo de negocio digital y ver los beneficios que obtendrían y para los demás rubros que quieran implementar una herramienta digital. El modelo ha sido creado específicamente para que los consumidores al acceder al sitio web tengan la facilidad de ver, evaluar perfiles y seleccionar al ingeniero o arquitecto según las necesidades de cada proyecto de construcción que deseen ejecutar. Al ser eficientes en la selección del profesional según las habilidades que posea se obtendrán beneficios como: proceso fácil en la selección del ingeniero o arquitecto a contratar, mejores decisiones en

la selección del ingeniero o arquitecto a contratar considerando costos, tiempo y calidad de los diseños, oportunidad para los ingenieros o arquitectos de ser contratados casi inmediatamente y reducción de tiempo y costos debido a que no habrá la necesidad de movilizarse hasta donde los posibles clientes para ofrecer sus servicios.

1.4 Objetivos

General

Desarrollar una conexión entre ingenieros, arquitectos y consumidores mediante un plan de modelo de negocio digital en el que se logre que un 15% de los ingenieros y arquitectos del área San Salvador acceda a ConstruPro Solutions con la finalidad de brindar eficientemente información sobre sus servicios.

Específicos

Diseñar una página web que proporcione perfiles profesionales del área de ingeniería y que enlace a ingenieros, arquitectos y consumidores según necesidades, habilidades aprovechando el recurso humano.

Incentivar el registro y creación de perfiles a los profesionales de ingeniería y arquitectura a través de la generación de contenido personificado con la finalidad de poseer una amplia oferta de personal en el sitio web.

Diseñar un plan de mercadeo que ayuden a la marca a establecer un posicionamiento en el mercado salvadoreño y atraer al público meta hacia ConstruPro Solutions.

1.5 Marco teórico

La siguiente sección presenta la base conceptual y teórica para esta investigación. Esta parte considerará las teorías y conceptos básicos que guiarán la investigación y facilitarán una comprensión más profunda del problema.

1.5.1 Histórico.

En El Salvador, existía una empresa estatal de telefonía llamada ANTEL (Asociación Nacional de Telecomunicaciones). La telefonía en el país estaba bajo la autoridad de esta institución, pero los recursos necesarios ralentizaban el crecimiento de las conexiones. "Pero esto era El Salvador a principios de la década de 1990, cuando era difícil encontrar un número de teléfono o línea. Incluso se habían comercializado a un alto costo, y las solicitudes podían tardar años en procesarse.

Costa Rica fue el primer país de América Central en conectarse a Internet en 1993, seguido por El Salvador, que pronto tomó medidas similares. En septiembre de 1994, algunas universidades junto con FUSADES, CONACYT y ANTEL crearon la Asociación SVNET. En ese mismo año, el 4 de noviembre, El Salvador adquirió el dominio es.sv que diferenciaría los sitios web salvadoreños de los de otras partes. Después de esto, UUNET (ahora Verizon Business) fue contratada para la transmisión de datos hacia y desde El Salvador."

El propio dominio y el servicio de correo electrónico se trasladaron a "@es.com.sv"; se hicieron disponibles para el público. Enviar o recibir correos electrónicos no fue inmediato, ya que los servidores separados en El Salvador se conectan a medianoche con los servidores de UUNET para sincronizar los correos electrónicos entre El Salvador y los Estados Unidos, por lo que un correo electrónico podría tardar supuestamente hasta 24 horas en enviarse o recibirse.

En la primera etapa de conectividad con los enlaces dedicados, fueron utilizados por la Universidad de El Salvador, la Universidad Centroamericana, la Universidad Don Bosco y Conacyt, todos los cuales también inauguraban estos enlaces dedicados a Internet. En la segunda fase del proyecto, lograron conectar exitosamente algunas instituciones gubernamentales.

1996: Comenzaron a aparecer sitios web nacionales; este fue uno de ellos es.com.sv, un sitio administrado por ANTEL que proporcionaba servicios de correo electrónico y algunos hipervínculos a instituciones que (también) estaban en Internet. (Barrios, s.f.)

1.5.2 Conceptual.

A continuación, se presentan conceptos y definiciones clave para guiar y tener una mejor comprensión de la idea de negocio de ConstruPro Solutions.

Modelo de negocio digital:

Es un marco que describe cómo una organización crea y proporciona valor a sus clientes en el espacio digital y cómo vende sus productos y servicios utilizando tecnología y plataformas en línea. Este modelo implica la interacción y optimización de diversas variables interdependientes que permiten la oferta eficiente de productos o servicios. (Lifting group, s.f.)

Las empresas que implementan una estrategia de negocios digitales son aquellas que diseñan y construyen procesos internos y externos en línea con la transformación digital, para ofrecer mayor valor a los clientes. Crear una estrategia de negocios digitales implica más que solo conocer cuáles son las últimas tendencias tecnológicas: significa integrar estratégicamente nuevas tecnologías en productos, servicios y operaciones comerciales porque se cree que tienen efectos reales. (Barcelona, s.f.)

Los modelos de negocios digitales son los esfuerzos de las empresas, utilizando herramientas digitales como plataforma, para habilitar empresas impulsadas por Internet que aprovechan la computación en la nube. Aprovechan el software para proporcionar a los clientes productos, servicios y experiencias sin requerir una presencia física. (Dealhub, 2024)

Sitio Web:

Una colección de páginas web interconectadas que comparten un dominio común y están alojadas en un servidor accesible a través de Internet. Estas páginas están diseñadas para ofrecer información, servicios, productos o simplemente contenido multimedia. Los usuarios pueden navegar en ellas introduciendo una URL en sus navegadores web. (Coppola, s.f.)

Se puede considerar un sitio web como un conjunto de páginas accesibles en Internet donde, usando texto, imágenes, video y otros elementos, uno se conecta con sus clientes. A través de un sitio web, los clientes pueden explorar productos o servicios y realizar una compra, por ejemplo, en cualquier momento, día o noche; no es necesario visitar tiendas en persona. (HubSpot, 2024)

Un sitio web puede ofrecer páginas en Internet donde se pueden mostrar información, imágenes y videos para interactuar con los clientes. Los clientes navegan por productos o servicios, los compran y contactan para servicios al cliente a través de un sitio web. Además, un sitio web no es solo una herramienta para vender, sino también una herramienta para comunicar y difundir conciencia. (Islas, 2024)

Página web:

“Una página web es un documento electrónico que puede contener cualquier tipo de contenido (texto, sonido, video, programas informáticos, enlaces, imágenes, etc.) desarrollado utilizando un lenguaje de programación, generalmente HTML” (jurídico, 2023).

“Una página web es un documento individual, generalmente escrito en HTML, que contiene información y puede llevar texto, imágenes, enlaces o cualquier otro tipo de elementos” (Islas, 2024).

Una página de Internet es un documento electrónico que está conectado a la red de información global llamada Internet y contiene información específica sobre algún tema. Está almacenado en un sistema informático conectado a esta enorme red de comunicaciones global que proporciona servicios a todos, para que cualquiera que tenga acceso y permiso pueda encontrar el documento almacenado. (Milenium, 2025)

Hosting:

“Un hosting o servidor significa donde se aloja el sitio web (todos los elementos de programación). Hay varios tipos de alojamientos con incluso diferentes capacidades; por lo general, múltiples sitios comparten o se alojan en el mismo servidor” (Coppola, s.f.).

En el que se almacena el espacio de internet para un sitio web. Un servicio de naturaleza digital, su objetivo es almacenar información del sitio web y mantenerla, un centro de procesamiento de datos rápido en un entorno completamente seguro. En resumen, el alojamiento web es necesario para que un sitio esté disponible en internet porque no hay otra clase de servicio como este. Proporciona tanto espacio como recursos para el almacenamiento. (HubSpot, 2023)

“Es el espacio de internet en el que se configura una página web para ser accedida por un navegador a través de cualquier nombre de dominio” (Peiró, 2019).

Ingeniero:

Un profesional capacitado en realizar una amplia gama de actividades en el sistema de construcción, en particular aquellas relacionadas con la dirección de la ejecución material de la obra, su organización y programación, control de calidad, seguridad y salud, la economía, y el control y gestión de costos . (jurídico, 2023)

Es una persona formada en las más altas escuelas de tecnología, principalmente en las ciencias aplicadas y en las artes tecnológicas aplicadas; una persona que, partiendo del conocimiento, ideas, recursos materiales, medios de producción y fuerza de trabajo, crea objetos o productos técnicamente avanzados, lleva a cabo proyectos de ingeniería y desarrolla procesos industriales.

(Aquiles, s.f.)

Una persona que lidera y supervisa el diseño, planificación y construcción de edificios y otras estructuras. Tienen funciones, incluyendo diseño, planificación y gestión de proyectos, habilidades de diseño y experiencia trabajando con materiales de construcción, códigos y estándares de seguridad. (Comunicación, s.f.)

Arquitecto:

“Profesional formado en una escuela superior de arquitectura a través de la cual, en los procesos de construcción, es capaz del diseño y dirección de edificios u obras similares” (jurídico, 2023).

Profesional responsable del diseño, planificación y control de la construcción o mantenimiento de edificios, urbanizaciones, estructuras urbanas y ciudades. Esta persona es un creador de espacios amigables para el uso que la gente necesita para vivir o trabajar. Tiene un equilibrio ambiental que contribuye a la calidad de vida. Este tipo de persona debe tener imaginación, talento y originalidad, y esa flexibilidad indispensable para hacer cambios y moverse con los tiempos porque es necesario que todos los nuevos proyectos se incorporen a las tendencias internacionales. (Europea, 2022)

Perfil Profesional:

“Es una descripción o resumen que resume habilidades, conocimientos, experiencia laboral, antecedentes educativos y competencias relevantes” (Norte, 2024).

“Es un resumen de tu vida profesional. Es un registro de tus habilidades, experiencias y logros en el mundo laboral. Un perfil profesional efectivo comprende tanto un formato excelente, contenido relevante como una presentación alegre” (LinkedIn, 2023).

Proyecto de construcción:

“Un esfuerzo temporal llevado a cabo por una organización o grupo de proyectos en el campo de la ingeniería estructural destinado a crear un producto o servicio único según planes específicos y dentro de los límites de recursos” (Stepanets, 2024).

Son desarrollos llevados a cabo en terrenos, ya sea con fines de construcción, reconstrucción o renovación, modificación, demolición, reparación y mantenimiento de edificios, estructuras y cimientos, obras de ingeniería civil y sistemas de cualquier tipo. Estos trabajos pueden reunirse en varios proyectos. Incluyen desde la construcción de una nueva casa, agregar una habitación a una propiedad ya existente o reemplazar un edificio dañado, por ejemplo. (Escuela de Postgrado de Ingeniería y arquitectura. , 2023)

Cliente:

“Persona o entidad que compra los bienes o servicios disponibles de una corporación” (Quiroa, 2019).

Marketing:

“Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y construyen relaciones sólidas con ellos para capturar valor de los clientes a cambio” (Philip Kotler, 2012, pág. 5).

“Es la actividad, el conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, socios y la sociedad en general” (Jaworski, Lutz, Marshall, Price, & Varadarajan, 2017).

“Es la realización de tareas que podrían permitir a una empresa alcanzar sus objetivos propuestos, siendo capaz de anticiparse a las necesidades del consumidor y crear productos o servicios adaptados al mercado” (McCarthy, 1964).

Marketing Digital:

“Proceso social en el que individuos y grupos satisfacen sus deseos y necesidades a través de la creación, oferta y libre negociación de productos y servicios de valor con otros” (Kotler, 2021).

Se refiere a los principios y prácticas del marketing convencional integrados con el aparato interactivo de Internet, proporcionando bienes y servicios que satisfacen una necesidad del consumidor. Las organizaciones emplean marketing para interactuar con los consumidores a través de Internet. (Govoni, 2018)

Cualquier técnica de marketing que se realice en una computadora, incluyendo esfuerzos de marketing en línea realizados en Internet. Al ejecutar marketing digital, una empresa puede usar Internet (por ejemplo, sitios web, motores de búsqueda, blogs, redes sociales, videos, correo electrónico) y canales similares para conectarse con clientes existentes y potenciales. (AMA, s.f.)

1.5.3 Legal.

Para hacer un modelo de negocio digital, se debe de considerar las regulaciones legales que existen en El Salvador, por lo que debemos tener en cuenta las siguientes leyes:

Código de comercio: El Código de Comercio en El Salvador tiene por objeto regular el comercio y las actividades mercantiles en el país.

Art. 1.- Los comerciantes, los actos de comercio y las cosas mercantiles se regirán por las disposiciones contenidas en este código y en las demás leyes mercantiles, en su defecto, por los respectivos usos y costumbres, y a falta de éstos, por las normas del código civil.

Art. 2.- Son comerciantes:

Las personas naturales titulares de una empresa mercantil, que se llaman comerciantes individuales. Las sociedades, que se llaman comerciantes sociales. Se presumirá legalmente que se ejerce el comercio cuando se haga publicidad al respecto cuando se abra un establecimiento mercantil donde se atienda al público. Los extranjeros y las sociedades constituidas con arreglo a las leyes extranjeras, podrán ejercer el comercio en El Salvador con sujeción a las disposiciones de este Código y demás leyes de la República.

Art. 3.- Son actos de comercio:

Los que tengan por objeto la organización, transformación o disolución de empresas comerciales o industriales y los actos realizados en masa por estas mismas empresas. Los actos que recaigan sobre cosas mercantiles. Además de los indicados, se consideran actos de comercio los que sean análogos a los anteriores.

Art. 4.- Los actos que sean mercantiles para una de las partes, lo serán para todas las personas que intervengan en ellos. (Legislativa, 1970)

Las personas naturales o jurídicas que realicen actividades comerciales se consideran comerciantes y se regirán a las disposiciones del Código de Comercio. Construpro Solutions ofrece su servicio de perfiles profesiones de ingenieros y arquitectos con fines comerciales la cual es una actividad mercantil y se deberá de regular por el Código de Comercio.

Ley de Comercio Electrónico: Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto establecer un marco legal de las relaciones electrónicas de índole comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes.

Construpro Solutions es un sitio web que ofrece el servicio de portafolios de perfiles profesionales por medio de una plataforma en línea a la cual se le debe de aplicar la Ley de Comercio Electrónico, ya que por medio de elementos del comercio electrónico facilita la prestación de otros servicios o el acceso a información.

El sitio web debe de garantizar a clientes y usuarios la seguridad y confidencialidad de la información personal que se proporcione a través de las transacciones que se realicen por medio del sitio web y que se construya la recepción y gestión de reclamos.

Adicionalmente se debe de cumplir con las obligaciones y requerimientos que requiere la ley como: informar de forma fácil, directa sobre términos y condiciones del servicio a adquirir, precio total, gastos adicionales, formas de pago. (Legislativa, Asamblea Legislativa, 2020)

Ley para la Protección de Datos Personales: Art. 1.- La presente ley tiene por objeto establecer la regulación para la protección de los datos personales, determinando los requisitos esenciales para realizar el tratamiento legítimo e informado de éstos y el marco normativo que debe seguirse en su recolección, uso, procesamiento, almacenamiento y otras actividades

relacionadas a ellos; todo en aras de garantizar el derecho a la intimidad y a la autodeterminación informativa de las personas naturales.

Art. 2.- Esta ley se aplicará a toda persona natural o jurídica, de carácter público o privado, que lleve a cabo actividades relativas o conexas al tratamiento de datos personales, ya sea de manera manual, parcial o totalmente automatizado o a través de terceros. Se entenderán incluidos incluso aquellos sujetos que realicen las referidas actividades sin cumplir con los requisitos y límites dispuestos en la presente ley. Los órganos del Estado, sus dependencias, las instituciones oficiales autónomas, las autoridades municipales y cualquier otra entidad u organismo, independientemente de su forma, naturaleza o situación jurídica, mediante las cuales se administren recursos públicos, bienes del Estado o ejecuten actos de la administración pública en general, así como los servidores públicos y personas que laboren en ellas, dentro o fuera del territorio de la República, estarán sujetos específicamente a las disposiciones que se establecen en el Título III de la presente ley. (Legislativa, 2024)

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En esta parte de la investigación se definen y clasifican los procedimientos que servirán para la recolección de información confiable con la finalidad de tomar decisiones sobre el diseño de la plataforma.

La metodología de la investigación es el procedimiento que se realizará para resolver el problema de investigación a través definiciones generales, determinación de la muestra, establecimiento instrumentos a utilizar, recolección de datos a través de distintas técnicas, presentación e interpretación de datos recopilados y la conclusión de los datos obtenidos.

2.1 Metodología de la investigación

En esta sección se establecen las bases de la investigación que nos permite llevar a cabo los procesos necesarios para evaluar el modelo de negocios, evaluando el método de investigación y la población de estudio.

2.1.2 Generalidades.

Un elemento fundamental en la dirección de marketing es la elaboración de estrategias y planes de marketing creativos e inteligentes para que sirvan de orientación al resto de las actividades de marketing de la empresa. Para desarrollar la estrategia de marketing más adecuada es necesario combinar disciplina y flexibilidad. Las empresas deben apearse a una estrategia, pero también deben encontrar la manera de mejorarla constantemente. Para elaborar una estrategia, también es necesario saber con exactitud cómo funciona el marketing. (Kotler y Keller, 2006, pág. 35)

Para Construpro Solutions la metodología de la investigación permitirá conocer las necesidades, dificultades, gustos y preferencias de los clientes en relación a la ingeniería y arquitectura. A través de la definición del método a utilizar, la recolección de datos cualitativos y

cuantitativos, el análisis de preferencias, hábitos de consumo se puede informar, respaldar decisiones y modificar aspectos que conformaran el sitio web.

Hacer uso de la metodología se comprende y se respaldan las actividades cada una de las actividades que se realizan lo que permite ofrecer a los futuros clientes soluciones según sus necesidades.

2.1.2 Método.

El método científico “es un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativo” (Tamayo, El proceso de la investigación científica, 2014, pág. 30).

Al hacer uso del método científico se asegura de que el diseño de la página web de ConstruPro Solutions sean respaldados por el conocimiento científico y se diseñe según las necesidades de los consumidores. Los pasos del método científico son: Percepción de una dificultad, identificación y definición de la dificultad, soluciones propuestas para el problema, deducción de las consecuencias de las soluciones propuestas, verificación de la hipótesis mediante la acción. (Tamayo, El proceso de la investigación científica, 2003)

2.1.3 Enfoque de investigación.

“Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos” (Hernández-Sampieri, 2014, pág. 1).

El tipo de investigación a utilizar para la creación de ConstruPro Solutions es la investigación mixta, ya que se recopila y analiza información cualitativa y cuantitativa. Se aplicará este tipo de investigación mixta debido a que se requiere de una mejor interpretación del problema de

investigación al emplear ambos métodos se obtiene una perspectiva más amplia y se refuerza la credibilidad de los resultados.

2.1.4 Universo.

Para la determinación del universo se debe de considerar la “Ley especial para la reestructuración municipal” en donde la Asamblea Legislativa (Asamblea Legislativa, 2023) en el Art.1 El territorio de El Salvador para su administración continuará dividido en los actuales catorce departamentos, con cuarenta y cuatro municipios y doscientos sesenta y dos distritos municipales.

“El universo es conjunto al que se desea analizar y establecer conclusiones” (Ingeniería de Calidad , s.f.).

Para la determinación del universo en la investigación presentada, se tomará en cuenta a todos los hombres y mujeres que residen en el departamento de San salvador.

Al tener presente la nueva distribución territorial, la población del Departamento de San Salvador la conformaría la sumatoria de los 5 municipios (Norte, Oeste, Este, Centro y Sur). De acuerdo a (Censo de Población y Vivienda El Salvador 2024, 2024) el total de la población del Departamento de San Salvador es de 1,563,371 habitantes.

2.1.5 Población.

Para la investigación la población a la que se investigará será hombres y mujeres de 30 a 60 años, residentes en el departamento de San Salvador, que desean realizar proyectos de construcción.

Según datos de Banco Central de Reserva En el VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado en el 2024, se contabilizaron un total de: 1,563,371 hombres y mujeres en el departamento de San Salvador. (Censo de Población y Vivienda El Salvador 2024, 2024)

2.1.6 Muestra.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

n=384

Donde:

n= Tamaño de la muestra que se desea calcular

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

z= Coeficiente de confianza para un nivel de confianza determinado

e= Error de muestra

2.1.7 Técnicas de investigación.

En la presente investigación, se utilizarán dos técnicas para recopilar la información necesaria. Las técnicas de investigación para la recolección de información primaria son: la encuesta como instrumento cuantitativo y la entrevista como instrumento cualitativo.

“Las empresas realizan encuestas para conocer qué saben, creen y prefieren los consumidores, así como para descubrir qué les satisface, y para generalizar los descubrimientos a la totalidad de la población” (Kotler y Keller, 2006, pág. 105).

Se realizarán encuestas dirigidas a individuos que residan en departamento de San Salvador, de 30 a 60 años de edad con una o más fuentes de ingresos. El propósito de realizar la encuesta es recopilar información primaria para conocer las perspectivas de los consumidores sobre contratación de personal a través de medios digitales, descubrir que características debe de poseer

el sitio web para satisfacer las necesidades de los consumidores además de investigar acerca de preferencias en habilidades profesionales, perfiles y comunicación con la finalidad de ofrecer un portafolio de profesionales que haga de ConstruPro Solutions un sitio web funcional.

2.1.8 Instrumento de Investigación.

Un cuestionario es un conjunto de preguntas que se presenta a las personas seleccionadas para obtener una respuesta. Como se trata de un instrumento muy flexible, los cuestionarios son, sin duda, el instrumento más común para recopilar información primaria. (Kotler y Keller, 2006, pág. 107)

Al obtener las respuestas del cuestionario se busca conocer información precisa sobre las opiniones, actitudes, comportamientos y características de los clientes potenciales, así como comprender las problemáticas y necesidades que presentan los consumidores durante la búsqueda de profesionales de diseños de construcción. Esta información será fundamental para diseñar una plataforma que satisfaga de manera efectiva las expectativas de los usuarios y que puedan solucionar de manera práctica la problemática de contratación de personal.

Cuestionario:

El desarrollo de encuestas ayuda a identificar algunas características de los clientes potenciales al modelo de negocio, por ello una de las herramientas que ayudan en la recolección de información es el cuestionario que, siendo un flujo estructurado de preguntas, nos permite obtener datos reales y representativos.

Objetivo: Identificar los beneficios que una plataforma digital pueda ofrecer para los servicios de ingeniería y diseño.

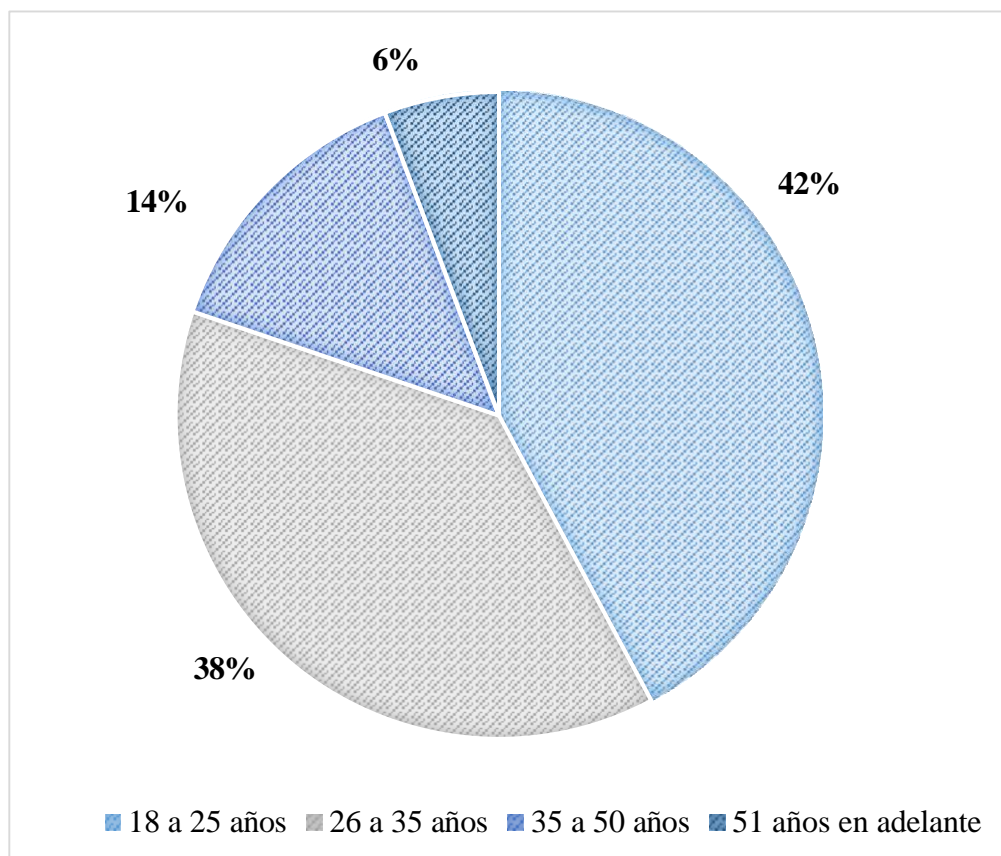
2.1.9 Presentación de Resultados.

Descripción de gráficos de la encuesta sobre la percepción de los clientes de la plataforma dedicada a la creación de perfiles profesionales de ingenieros y arquitectos.

Sección 1: Datos generales. En esta primera sección de la encuesta incluye preguntas con el objetivo de recolectar datos demográficos.

Edad:

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 a 25 años	162	42%
26 a 35 años	146	38%
35 a 50 años	54	14%
51 años en adelante	22	6%
Total	384	100%



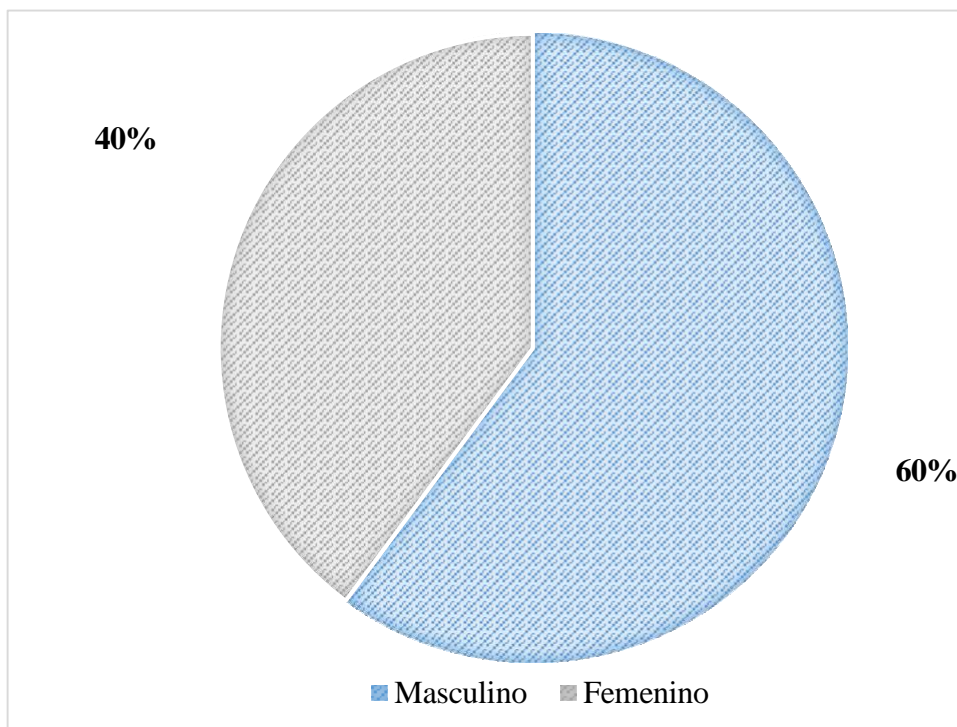
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: De los resultados obtenidos de la edad de los usuarios potenciales la mayoría se encuentra en un rango de 18 a 25 años de edad a lo que se refiere que la mayoría son jóvenes que se están introduciendo a las etapas laborales, obteniendo ingresos mediante fuentes de ingreso, sin dejar atrás al 38% de adultos que rondan las edades de 26 a 35 años de edad, además un 14% son personas adultas de 35 a 50 años de edad y solo un 6% son personas mayores de edad

Conclusión: Debido a los resultados donde se preguntó la edad, el rango únicamente pretende analizar la madurez en la toma de decisiones y como esto también influyen en el poder adquisitivo, en donde el 80% son personas jóvenes y adultos inferiores a los 50 años.

Sexo:

Opciones:	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	231	60%
Femenino	153	40%
Total	384	100%



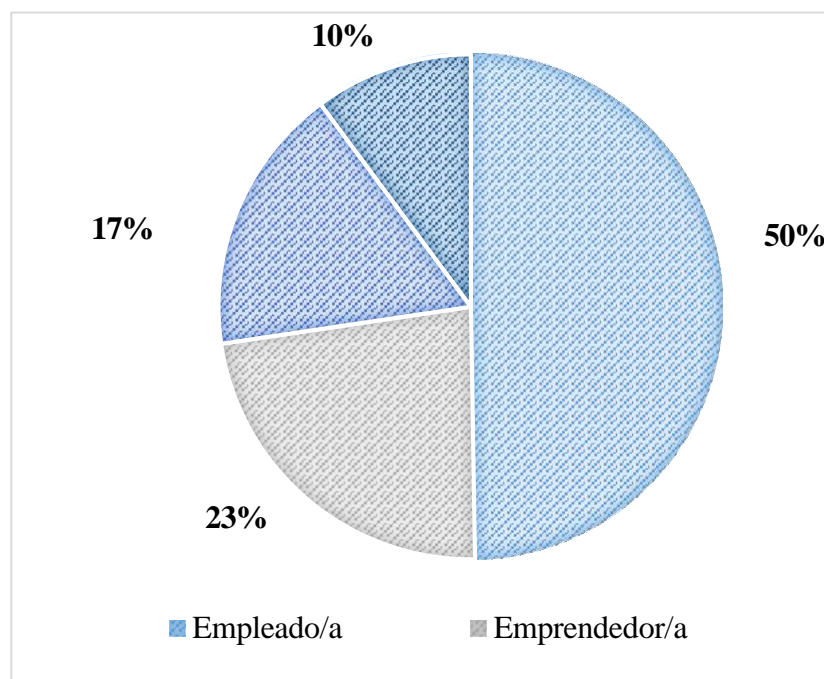
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: De los datos obtenidos con respecto al género de los usuarios potenciales por género se determinó la mayor participación de las encuestas fueron del género masculino, sin embargo, hubo una gran participación de las mujeres del 40% de los encuestados

Conclusión: De acuerdo a los resultados donde la mayor parte de los encuestados eran del género masculino, estos resultados pueden verse levemente determinado por los gustos y preferencias de este género, aunque hubo gran participación de ambos géneros en las encuestas.

¿De dónde provienen sus ingresos?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Empleado/a	191	50%
Emprendedor/a	88	23%
Propietario/a	66	17%
Recibo remesa	39	10%
Total	384	100%



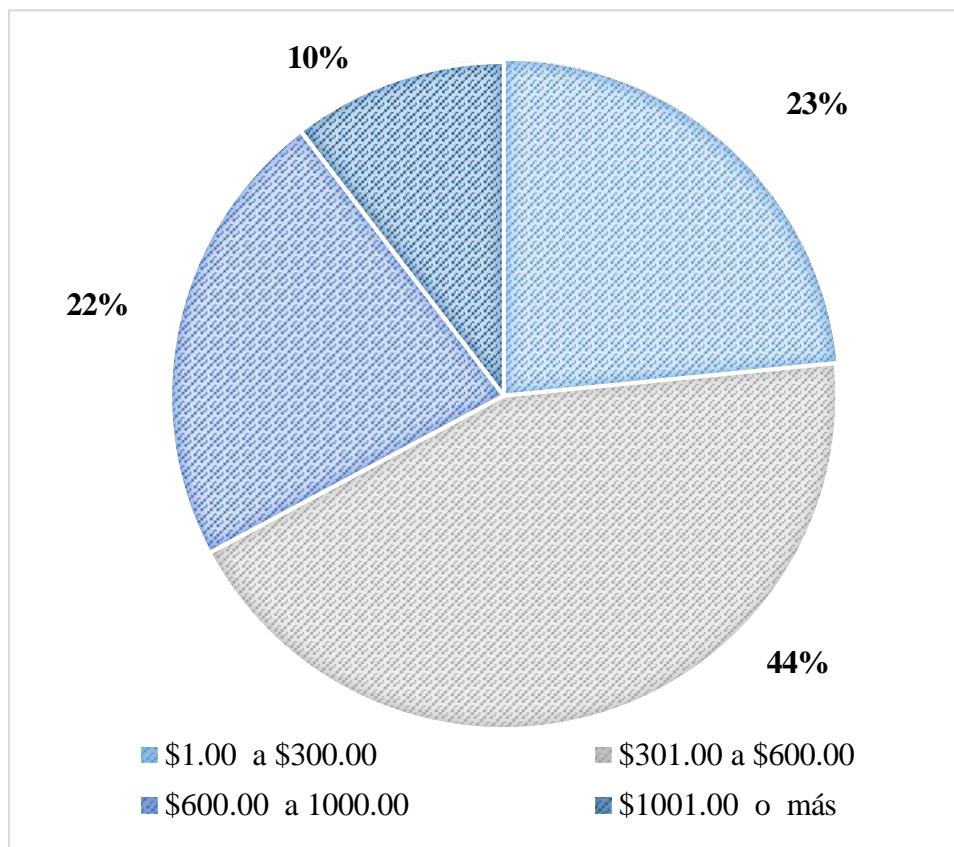
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Los resultados arrojaron que la gran parte de los entrevistados tienen un empleo fijo donde el 50% de ellos cuentan con ingresos mediante un empleo, sin embargo un 23% son emprendedores con ingresos constantes y el 17% tienen negocios propios, por último solo el 10% de los encuestados son personas que reciben remesas del extranjero

Conclusión: Se puede interpretar que la mayoría de los encuestados cuentan con ingresos fijos y constantes, llevando sus finanzas en ciclos de pago mensual, quincenal o fechas exclusivas de pago, esto es muy importante tomando en cuenta el nivel de ingreso de la mayoría de los encuestados y su fuente de ingresos, por lo que la mayoría tienen empleos con salarios de \$300 a \$600 dólares.

Nivel de ingresos mensuales:

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$1.00 a \$300.00	90	23%
\$301.00 a \$600.00	168	44%
\$600.00 a 1000.00	86	22%
\$1001.00 o más	40	10%
Total	384	100%



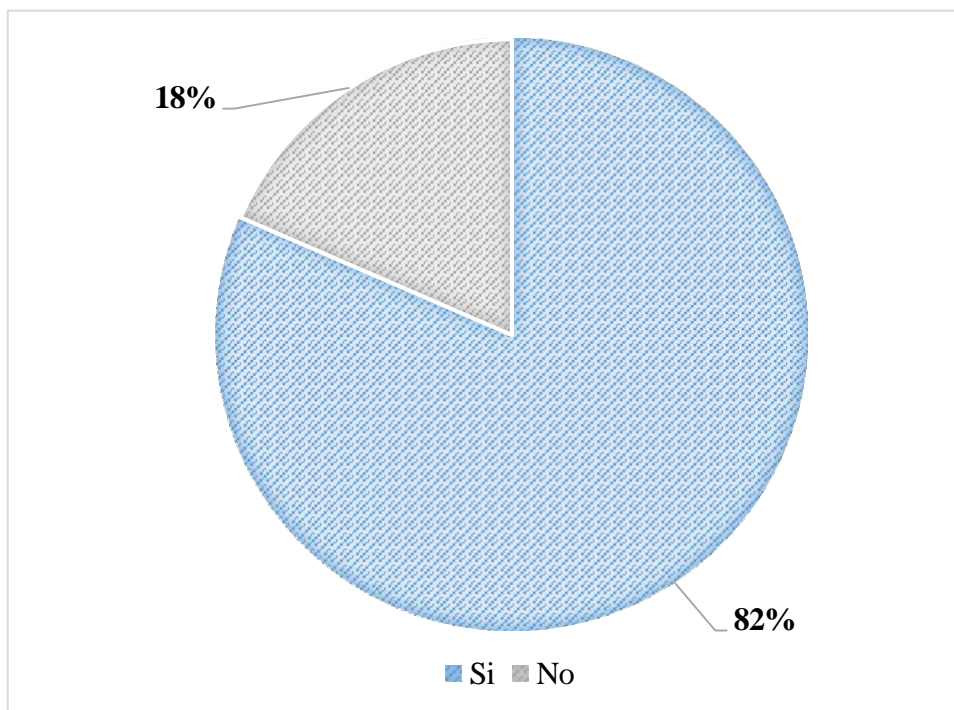
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: La gran mayoría de los encuestados tienen ingresos entre los \$301.00 a los \$600.00 y tomando en cuenta la pregunta anterior se puede concluir que una gran parte son por empleos o emprenden, por otra parte, el 32% son personas con salarios arriba de los \$600.00 dólares

Conclusión: Debido al rango de ingresos ayudan a determinar los precios que se pretende establecer por los servicios de ConstruPro Solución, además se puede interpretar que la mayoría de encuestados deberán de incurrir a financiamientos o bases de ahorro para ejecutar los proyectos de construcción.

1. **¿Alguna vez ha tenido la necesidad de buscar una página en línea sobre servicios de ingeniería o arquitectura para la elaboración de planos de construcción?**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	313	81.5%
No	71	18%
Total	384	100%



Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

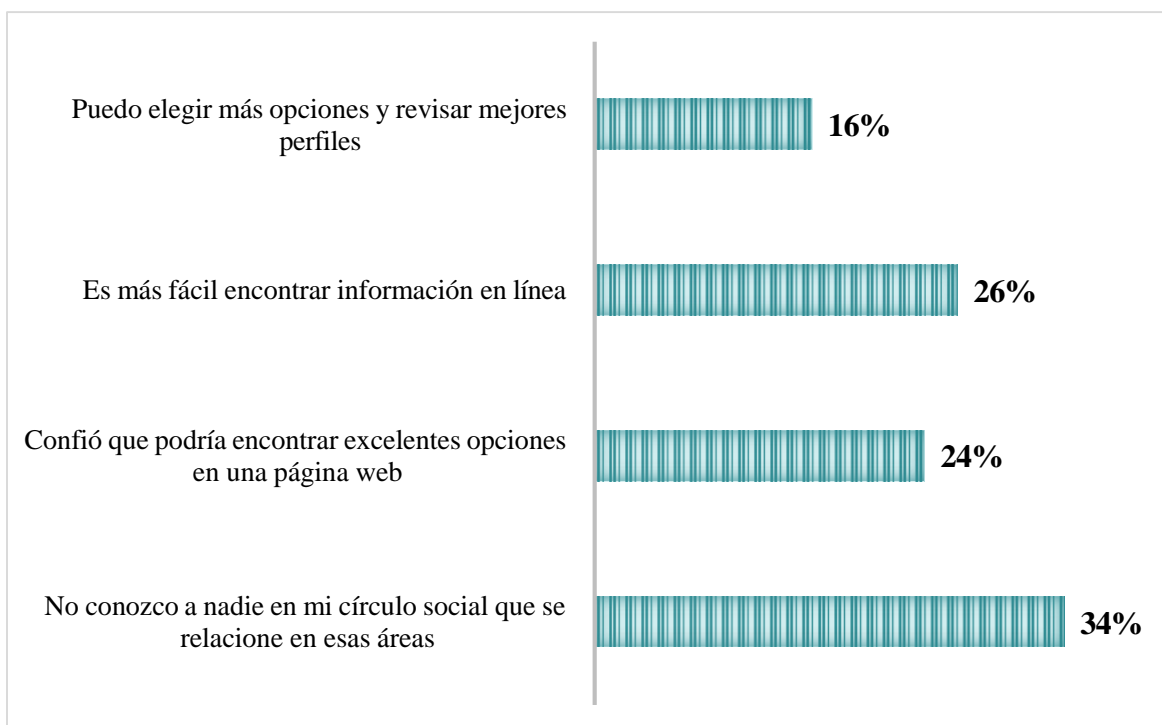
Análisis: Es evidente que existe una necesidad que se deber acudir ya que la mayoría de los encuestados tiene interés de saber más sobre el servicio de ingeniería y diseño de interiores en El Salvador, por otro lado, un 18% no está de acuerdo en que sea necesario este rubro debido a que no han tenido la necesidad del servicio.

Conclusión: La gráfica demuestra que existe un gran interés por parte de los encuestados en visitar la página web de ConstruPro Solutions, ya que ha existido la necesidad de buscar los

servicios de ingeniería y arquitectura. El 82% de los encuestados son potencialmente consumidores de los servicios de la plataforma, que pretende ser innovadora y eficiente.

2. ¿Qué lo motivaría a buscar en línea servicios profesionales de ingenieros o arquitectos para el diseño de en proyectos personales?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No conozco a nadie en mi círculo social que se relacione en esas áreas	242	34%
Confió que podría encontrar excelentes opciones en una página web	170	24%
Es más fácil encontrar información en línea	187	26%
Puedo elegir más opciones y revisar mejores perfiles	112	16%
Total	711	100%



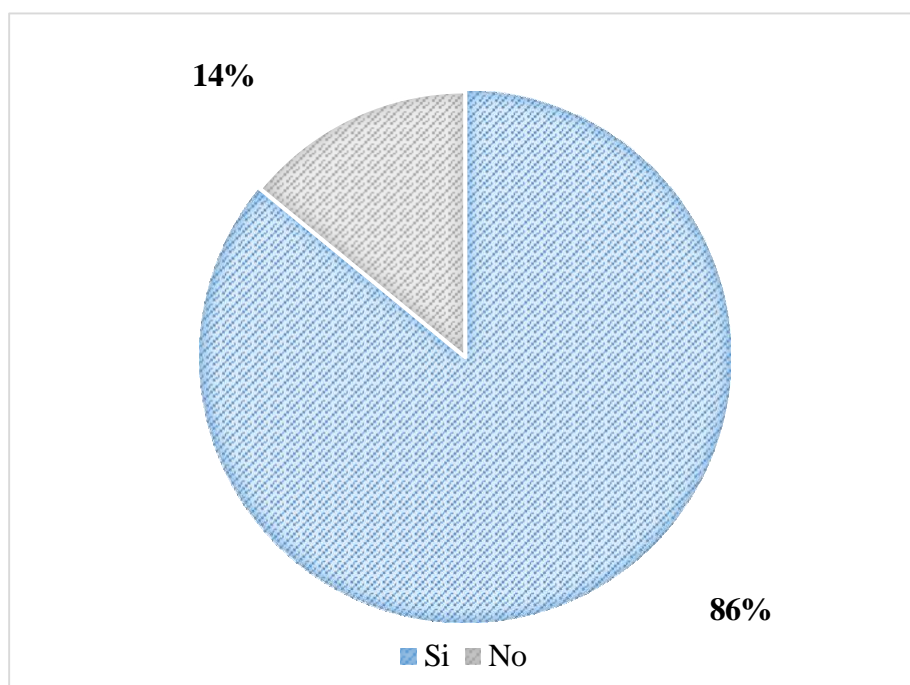
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Referente a la gráfica sobre lo que motivaría a los encuestados a buscar los servicios de diseño de interiores en la plataforma el 34% opino que lo haría principalmente por que no conoce a nadie en el área. Además, un 26% afirma que la plataforma es un medio fácil para poder encontrar información en la red y únicamente el 16% de los encuestados piensan que pueden elegir más opciones y revisar perfiles.

Conclusión: El uso de la plataforma en línea es una herramienta útil para poder llegar a más usuarios, existe disponibilidad de información además se podría encontrar buenas opciones.

3. ¿Estarías interesado/a en un sitio web dedicado a la presentación de perfiles profesionales en el área de ingeniería y arquitectura?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	330	86%
No	54	14%
Total	384	100%



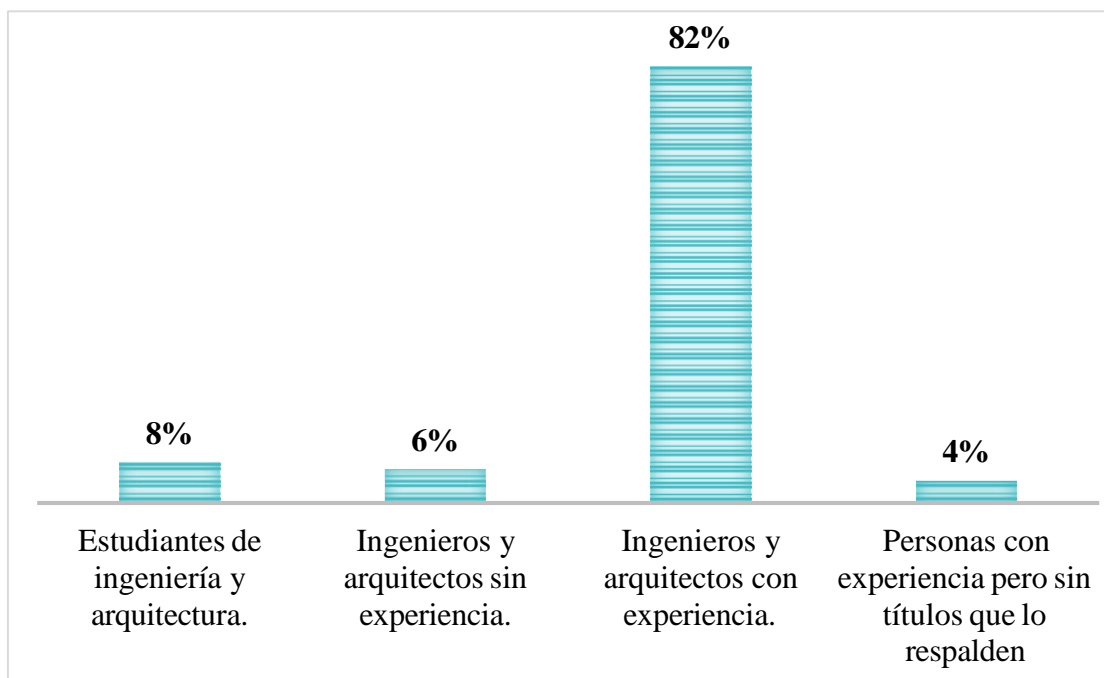
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Según los datos obtenidos de las encuestas se puede observar que el 86% de los encuestados piensa que existe interés por el rubro y que el 14% no tienen ningún tipo de interés en la plataforma.

Conclusión: Tomando en cuenta los resultados de las encuestas, se confirma que existe gran interés y apoyo por el uso de la plataforma digital, ya que ayudaría a unir a la sociedad para poder encontrar perfiles profesionales, en el área de la construcción, esta aprobación de los encuestados es una afirmación que la sociedad busca innovar la forma de hacer negocios.

4. ¿Qué perfil profesional deben tener los perfiles mostrados en la página web?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Estudiantes de ingeniería y arquitectura.	29	8%
Ingenieros y arquitectos sin experiencia.	24	6%
Ingenieros y arquitectos con experiencia.	315	82%
Personas con experiencia pero sin títulos que lo respalden	16	4%
Total	384	100%



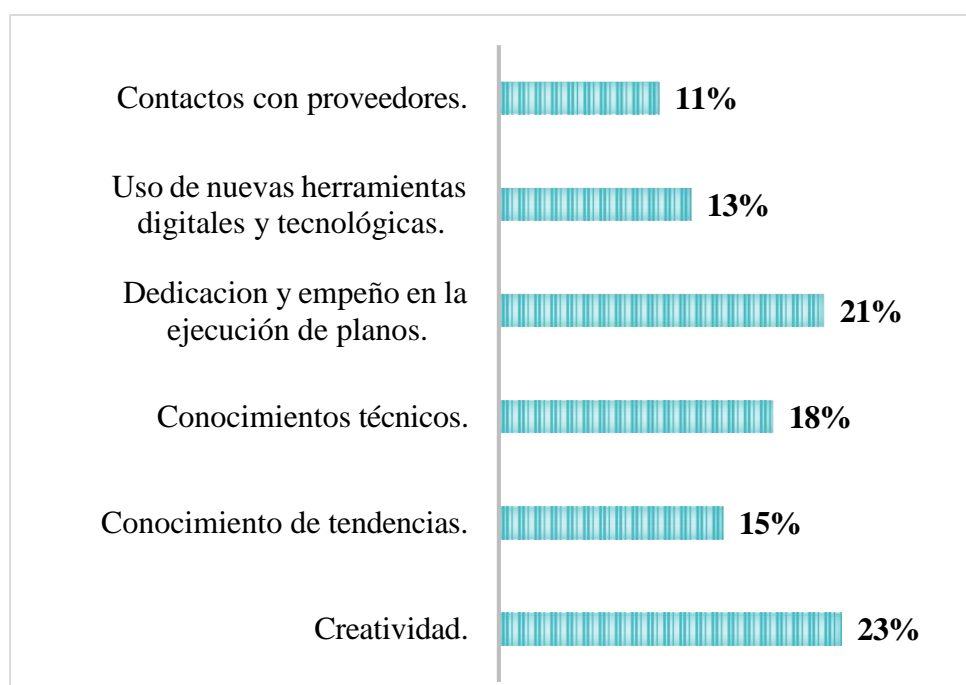
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Un alto nivel de los encuestados piensa que los perfiles que se proyectaran en la plataforma deben ser ingenieros o arquitectos con experiencia previa, solo el 8% opino que se deben incluir a los estudiantes de las carreras, finalmente un 4% piensa que también puede haber personas con experiencia, pero sin títulos, para incluir a las personas del sector informal.

Conclusión: Por lo que se percibe en los resultados de las encuestas, se observa la preferencia de los encuestados ya que prefieren que los perfiles profesionales sean representados por personas graduadas en ingeniería y arquitectura, además que posean experiencia comprobada en sus áreas.

5. ¿Qué criterios considera importantes en los profesionales en el área de ingeniería y arquitectura?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Creatividad.	235	23%
Conocimiento de tendencias.	154	15%
Conocimientos técnicos.	188	18%
Dedicación y empeño en la ejecución de planos	223	21%
Uso de nuevas herramientas digitales y tecnológicas	132	13%
Contactos con proveedores	110	11%
Total	1042	100%



Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

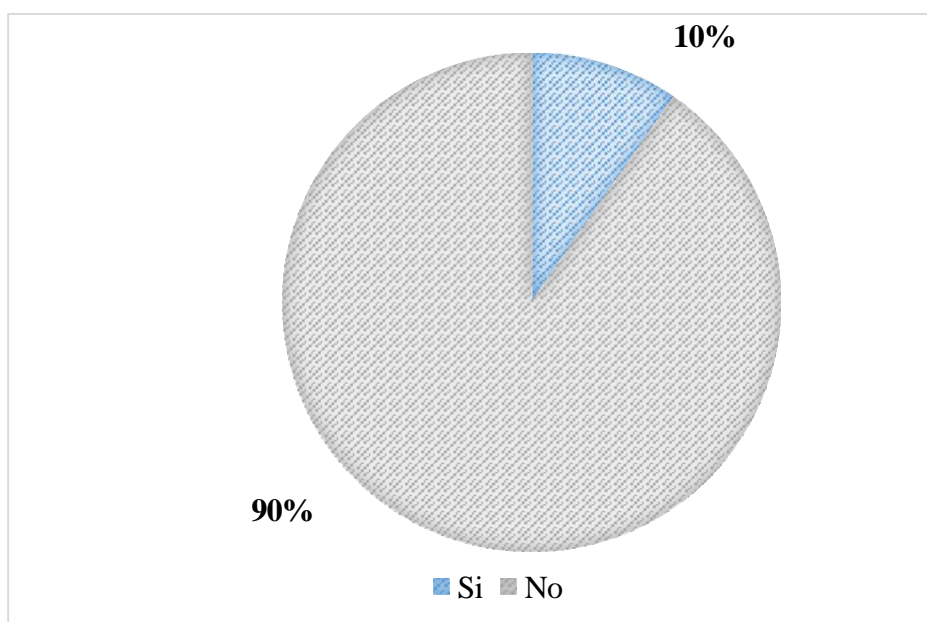
Análisis: Los resultados de la encuesta muestran que las características que más le importan que posean los profesionales que brinden sus servicios dentro de la plataforma es la creatividad con un 23% de aceptación y seguidamente la dedicación y empeño en la ejecución de planos.

Conclusión: Para contratar a los proveedores de servicios profesionales ConstruPro Solutions debe de considerar la opinión de sus usuarios y requerir de los servicios profesionales de aquellos

profesionales que aporten no solo con conocimientos técnicos si no que sean creativos y dediquen su tiempo a la correcta ejecución de planos y así hacer del sitio web una herramienta útil.

6. ¿Ha utilizado algún sitio web relacionado ofrecer servicios profesionales para la contratación de personal del área de diseño, ingeniería o arquitectura?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	37	10%
No	347	90%
Total	384	100%



Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

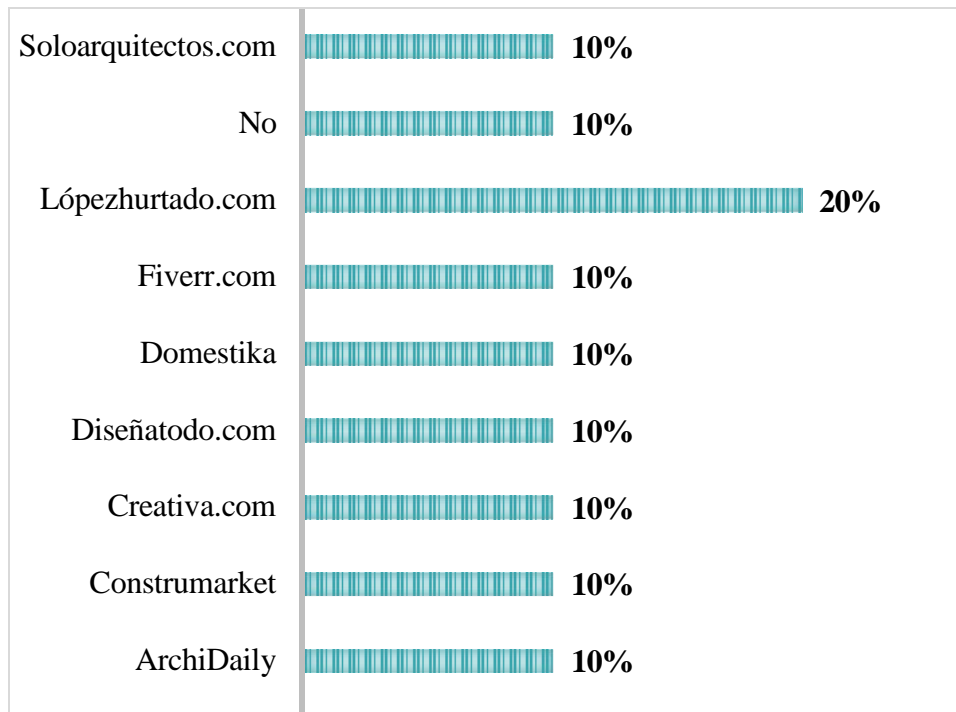
Análisis: Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de los encuestados el 90% no ha utilizado un sitio web para contratar a algún profesional en el área de ingeniería y arquitectura para la planificación o ejecución de proyectos de construcción y una minoría del 10% si ha utilizado este tipo de sitios webs.

Conclusión: La minoría de los encuestados ha hecho uso de sitios webs para contratar a profesionales del área de ingeniería y arquitectura lo cual demuestra que la mayoría de los

encuestados desconoce de la existencia de sitios webs dedicados a ofrecer los servicios profesionales de ingenieros y arquitectos.

Si su respuesta a la pregunta anterior fue “Si” Mencione el nombre del sitio web.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
ArchiDaily	1	10%
Construmarket	1	10%
Creativa.com	1	10%
Diseñatodo.com	1	10%
Domestika	1	10%
Fiverr.com	1	10%
Lópezhurtado.com	2	20%
No	1	10%
Soloarquitectos.com	1	10%
Total	10	100%



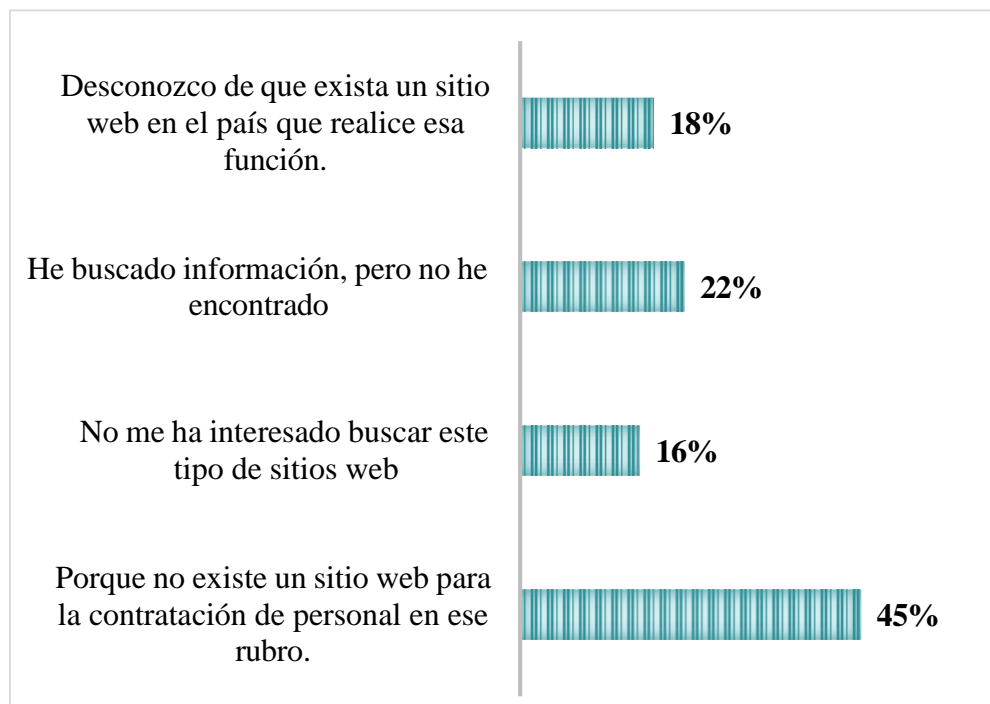
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Con la finalidad de obtener información acerca de que otros sitios webs dedicados a ofrecer los servicios profesionales de ingenieros y arquitectos conoce la muestra se realizó una pregunta en que si había hecho uso de algún sitio web de este tipo se mencionara su nombre y se obtuvieron las siguientes respuestas: ArchiDaily, Construmarket, Creativa.com, Diseñatodo.com, Domestika, Fiverr.com, Lópezhurtado.com, No, Soloarquitectos.com.

Conclusión: Las opciones de las que han hecho uso la muestra ArchiDaily es una herramienta para experimentar proyectos, productos y tendencias además de recopilar y difundir información para los arquitectos, Construmarket es una tienda de artículos de oficina, educación, hogar, algunos sitios webs no fueron encontrados, Domestika se dedica a seleccionar profesores y producir cursos, los siguientes son sitios webs de El Salvador pero López hurtado.com ofrece el servicio de portafolios de construcción y Solo arquitectos.com ofrece los servicios profesionales únicamente de arquitectos. ConstruPro Solutions es un sitio web personalizado y enfocado en las necesidades personales de cada usuario.

Si su respuesta a la pregunta anterior fue “No” Seleccione ¿Cuál fue el motivo por el cual no ha utilizado un sitio web para la contratación de profesionales?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Porque no existe un sitio web para la contratación de personal en ese rubro.	168	45%
No me ha interesado buscar este tipo de sitios web	59	16%
He buscado información, pero no he encontrado	81	22%
Desconozco de que exista un sitio web en el país que realice esa función.	66	18%
Total	374	100%



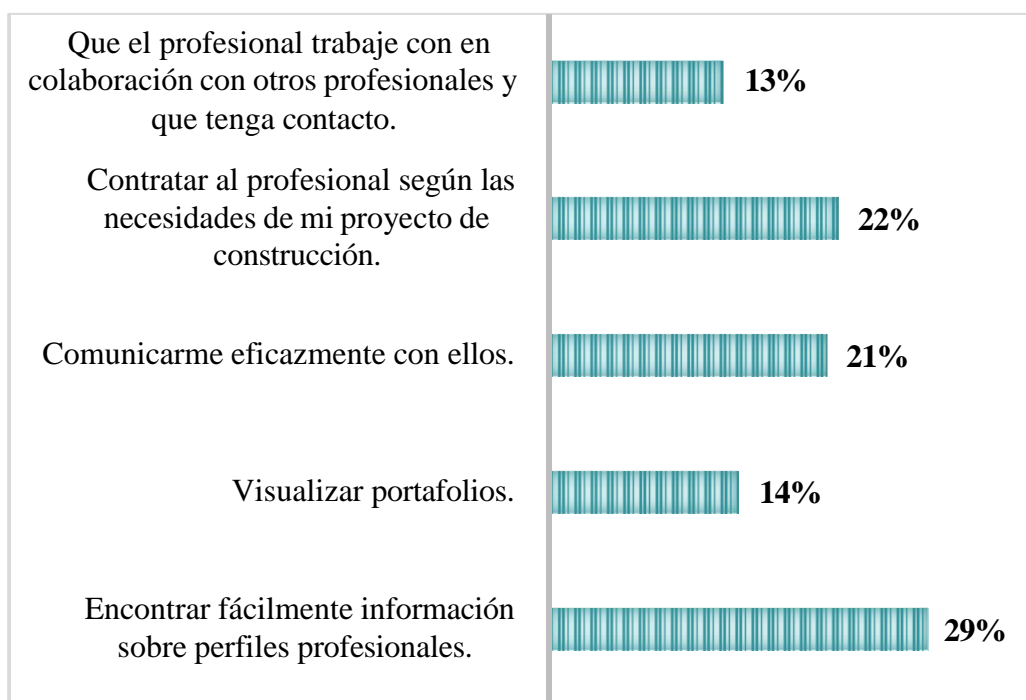
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Las causas por las que los encuestados no han hecho uso de sitios webs dedicados a ofrecer los servicios profesionales de ingenieros y arquitectos es en primer lugar con el 45% es porque no existe un sitio web para la contratación de personal para ese rubro y seguidamente con el 22% es porque ha buscado información, pero no ha encontrado.

Conclusión: La principal causa de no hacer uso de sitios webs en donde el usuario tenga la oportunidad de contratar a un profesional en el área de ingeniería y arquitectura es porque para la mayoría de la muestra no existe un sitio web dedicado a ofrecer este tipo de servicios por lo cual ConstruPro Solutions tiene la potencialidad de satisfacer la demanda.

7. ¿Cuál creería que debe ser el objetivo de usar herramienta digital de diseño, ingeniería y arquitectura?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Encontrar fácilmente información sobre perfiles profesionales.	261	29%
Visualizar portafolios.	131	14%
Comunicarme eficazmente con ellos.	192	21%
Contratar al profesional según las necesidades de mi proyecto de construcción.	200	22%
Que el profesional trabaje con en colaboración con otros profesionales y que tenga contacto.	121	13%
Total	905	100%



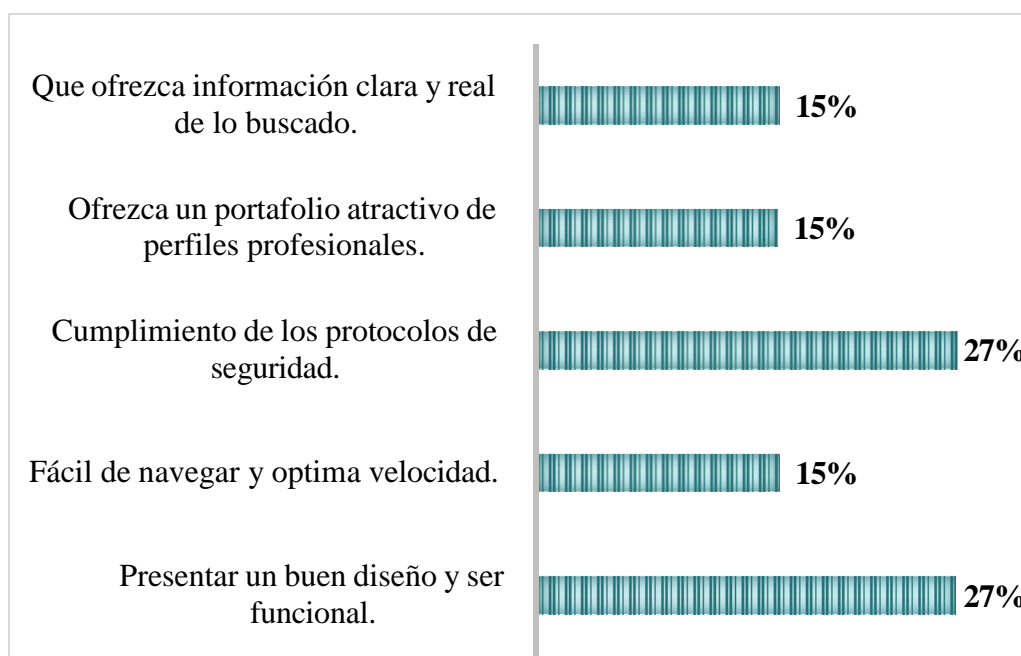
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: El resultado de los encuestados muestra que mayoritariamente el objetivo de hacer uso de una herramienta digital para la contratación de personal del rubro de construcción es encontrar fácilmente información sobre perfiles profesionales con un 29% de aceptación y contratar al profesional según las necesidades de mi proyecto de construcción con un 22%.

Conclusión: Para los encuestados se destaca el encontrar fácilmente información sobre perfiles profesionales y contratar al profesional según las necesidades de mi proyecto. El sitio web para ser atractivo para sus usuarios en cada portafolio debe de incluir información relevante del profesional, además de crear elementos visuales que destaquen los proyectos realizados de los profesionales debido a que los usuarios buscan contratar al profesional según sus necesidades.

8. ¿Qué es lo que debe tener un sitio web para mantenerte navegando en él?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Presentar un buen diseño y ser funcional.	255	27%
Fácil de navegar y optima velocidad.	147	15%
Cumplimiento de los protocolos de seguridad.	256	27%
Ofrezca un portafolio atractivo de perfiles profesionales.	146	15%
Que ofrezca información clara y real de lo buscado.	147	15%
Total	951	100%



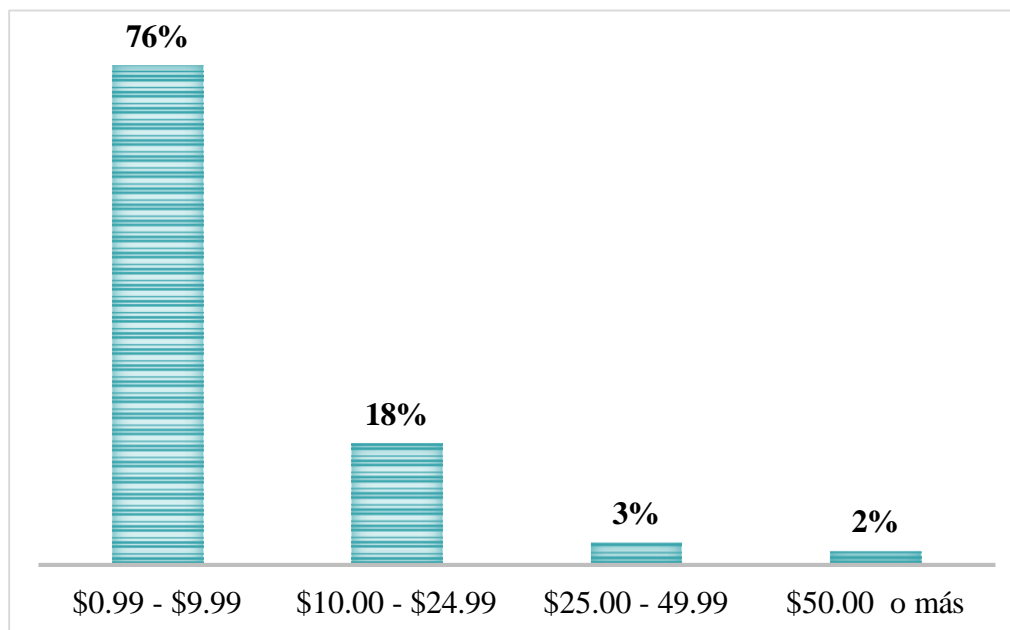
Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Los encuestados manifestaron que para mantenerse navegando en el sitio web este debe de poseer ciertas características, las dos principales con un 27% de aprobación son que se cumpla con los protocolos de seguridad y que el sitio presente un buen diseño y sea funcional.

Conclusión: Es importante considerar la opinión de los usuarios con respecto a las características que debe de poseer ConstruPro Solutions para que sus usuarios se mantengan navegando en él, es por ello que se debe de dar cumplimiento a las demandas de los usuarios y así garantizar al usuario una experiencia satisfactoria.

9. ¿Cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar por acceder al sitio web?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$0.99 - \$9.99	292	76%
\$10.00 - \$24.99	71	18%
\$25.00 - 49.99	13	3%
\$50.00 o más	8	2%
Total	384	100%



Fuente: Autoría propia en base a encuesta ConstruPro Solutions, Google Forms.

Análisis: Los encuestados manifestaron que están dispuestos a pagar por acceder al sitio web, la mayoría de los encuestados un 76% respondieron que prefieren pagar un precio entre \$0.99-\$9.99.

Conclusión: La mayoría de los encuestados prefiere pagar un precio bajo por hacer uso del sitio web. El precio puede ser influenciado por el tipo de servicio que se les brindara a los usuarios.

ENTREVISTAS A PROFESIONALES DEL RUBRO DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA.

La finalidad de realizar las entrevistas es obtener información acerca de la opinión de los profesionales del rubro de construcción en el área de ingeniería y arquitectura sobre ofrecer sus servicios profesionales a través del sitio web de ConstruPro Solutions. Por medio del enfoque cualitativo se busca recopilar información sobre opiniones, experiencias y comportamientos para valorar el nivel de interés de los profesionales y así evaluar la viabilidad del desarrollo del proyecto de ConstruPro Solutions en el mercado salvadoreño.

Se realizaron entrevistas a profesionales del rubro de construcción y a continuación se muestran los resultados.

Nombre:	Sexo:	Edad:	Profesión:	Datos de contacto:
Miguel José Herrera Láinez.	Masculino.	36 años.	Arquitecto.	Número telefónico: 78723371 Correo electrónico: mijohel@gmail.com

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista al profesional de ingeniería y arquitectura.

Datos relevantes:

- Labora para la empresa L Group S.A. de C.V.

- En la actualidad utiliza medio de comunicación con sus clientes para la solicitud de sus servicios por vía telefónica.
- Una de las ventajas que considera es que al ofrecer sus servicios a través de un sitio web es que al crear un perfil profesional este tendría proyección internacional.

Beneficios obtenidos:

- Encuentra interesante el uso de la plataforma y estaría dispuesto a ofrecer sus servicios profesionales en un sitio web que se dedica específicamente crear comunicación entre profesionales y empleadores por medio de la visualización de perfiles profesionales en su área.
- Destaca que uno de los aspectos que le afectan directamente para hacer promoción de sus servicios profesionales de arquitectura en el país es que desconoce de la población a la que le puede ofrecer sus servicios en zonas del interior del país, además de que sus conocimientos técnicos van enfocados a diseño, matemáticas, materiales de construcción, mapas de arquitectura y habilidades en dibujo desconoce de estrategias de publicidad y promoción para promocionarse por sí mismo y la inversión que se debe de realizar.
- Menciona que tiene una alta importancia la visibilidad de su perfil profesional ante las personas que buscan profesionales arquitectos para la realización de proyectos de construcción.

Aspectos de interés.

- Considera que las características esenciales para destacar dentro de una plataforma y promocionar su perfil profesional es destacar imágenes de trabajos realizados.

- Además de que dentro del sitio web se cree su perfil profesional está dispuesto a hacer a realizar un pago para que la plataforma promocióne su perfil profesional y el rango de precio que está dispuesto a pagar es de \$ 100 a \$ 300.

2.2 Diagnóstico

Esta parte de la investigación trata del proceso de recopilar información para conocer la situación del modelo de negocio digital, se realizarán dos tipos de modelos de análisis. Primero se realizarán las Fuerzas de Michael Porter este modelo analiza la competitividad de la industria, posteriormente se realizará un análisis PEST esta herramienta ayuda a analizar y evaluar factores que podrían afectar el modelo de negocio digital. Al implementar estos dos modelos se conocerá el entorno en el que se encuentra ConstruPro Solutions y crear estrategias de acuerdo a las problemáticas que se encuentren

2.2.2 Desarrollo de las Fuerzas de Michael Porter.

Las 5 fuerzas de Michael Porter es un modelo que analiza la competitividad de un sector, al aplicar este modelo nos ayuda a tener conocimiento del sector en el que está compitiendo la empresa y con esta información enfrentar a la competencia. Aplicando este modelo nos damos cuenta que la competencia por las utilidades no se trata solamente de competidores directos, sino que esta incluye a clientes, proveedores, posibles entrantes y productos sustitutos.

1. Amenaza de entrada.

“Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir” (Porter, 2008).

La amenaza de nuevos competidores se considera alta debido a que ConstruPro Solutions es un negocio digital nuevo que localmente hay sitios web que se dedican a la prestación de servicios profesionales los cuales son se podrían considerar como la mayor competencia de ConstruPro Solutions, además, se debe de enfrentar a otros criterios como el nivel de las barreras de entrada, economías de escala, costos para los clientes, requisitos de capital.

2. Poder de los proveedores.

“Los proveedores poderosos capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector” (Porter, 2008).

ConstruPro Solutions es un sitio web que para ofrecer sus servicios necesita de proveedores para la creación, desarrollo y mantenimiento de ConstruPro Solutions el poder de negociación es alto ya que los servicios que ofrecen son considerados escasos y difícil de reemplazarlos.

3. Poder de los compradores.

Son capaces de capturar más valor si obligan a que los precios bajen, exigen mejor calidad o mejores servicios (lo que incrementa los costos) y, por lo general, hacen que los participantes del sector se enfrenten; todo esto en perjuicio de la rentabilidad del sector. (Porter, 2008)

ConstruPro Solutions ofrece sus servicios a dos tipos de clientes potenciales.

Cientes profesionales en el área de construcción: Este tipo de cliente posee un poder de negociación es intermedia debido a que no hay un sitio web que conecte a profesionales con empleadores de la forma en que ConstruPro Solutions planea realizarlo.

Cientes empleadores de profesionales: Los clientes tienen opciones similares en el mercado de la prestación de servicios profesionales en el área de construcción considerando un poder de

negociación para los clientes alto, pero si ConstruPro Solutions se destaca en ofrecer un servicio de calidad y diferenciador podría reducir el poder de negociación de los clientes a moderado.

4. Amenaza de los sustitutos.

“Un sustituto cumple la misma función –o una similar– que el producto de un sector mediante formas distintas” (Porter, 2008).

La amenaza por productos sustitutos es considerada intermedia debido a que existen otros sitios web que se dedican a ofrecer servicios profesionales similares a los que ofrece ConstruPro Solutions.

5. La rivalidad entre competidores existentes.

“La rivalidad entre los competidores existentes adopta muchas formas familiares, incluyendo descuentos de precios, lanzamientos de nuevos productos, campañas publicitarias, y mejoramiento del servicio. Un alto grado de rivalidad limita la rentabilidad del sector” (Porter, 2008).

Para ConstruPro Solutions la rivalidad entre competidores es considerada intermedia ya que se ofrece a los clientes un servicio personalizado y completo en un mismo sitio en donde pueden seleccionar al perfil profesional que mejor satisfaga sus necesidades.

2.2.3 Desarrollo de PEST.

El análisis PEST es una herramienta que permite identificar factores sobre los que la empresa no tiene control. Este análisis le permitirá a ConstruPro Solutions evaluar al mercado indicando su potencial, crecimiento, su atractivo y conveniencia.

El análisis PEST permitirá comprender los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que pueden influir en el funcionamiento del sitio web.

Entorno Político:

- Estabilidad gubernamental: El Salvador ha experimentado un aumento en la estabilidad política luego de la toma de posición del actual presidente Nayib Bukele, lo cual es favorable para el desarrollo de la tecnología y la infraestructura digital. (News, 2023)
- Iniciativas gubernamentales: El gobierno y CEPAL crean una propuesta de Política mediante la conformación de un Grupo Gestor integrado por representantes de las principales instituciones públicas, gremiales, académicas y de la sociedad civil vinculadas a la vivienda y el hábitat de los salvadoreños, asegurando hogares seguros y dignos (CEPAL, 2023)

- Legales

Debido a que el gobierno está dispuesto en invertir en el desarrollo tecnológico del país se creó la Ley de fomento a la innovación y manufactura de tecnologías (LEGISLATIVA, 2023)

Nueva ley elimina los impuestos sobre los beneficios, los bienes inmuebles, las ganancias de capital y las tasas de importación para los avances tecnológicos, la programación de software y aplicaciones, la inteligencia artificial (IA), la fabricación de hardware informático y las Telecomunicaciones. (chain, 2023)

- Ley de Propiedad intelectual.

Art. 1.- La presente ley tiene por objeto establecer un marco legal para la protección y observancia de los derechos de Propiedad Intelectual y otros derechos y privilegios industriales, así como, para la protección de la innovación y la creatividad, facilitando la difusión de información, conocimiento, tecnología, cultura y artes, impulsando con ello el desarrollo del crecimiento económico y sostenible del país. (Legislativa., 2024)

Entorno Económico:

- Inversiones en tecnología: Existe un interés en atraer inversiones extranjeras del sector tecnológico, incentivado por políticas fiscales favorables como la ley de fomento a la innovación y manufactura de tecnologías (FINANZAS, 2020)
- E-comer en El Salvador ha crecido significativamente especialmente por la pandemia del Covid 19, representando una oportunidad importante en el desarrollo tecnológico, mejorando las plataformas digitales y la presencia en línea. (FINANZAS, 2020)

- Economía

Porcentaje de Población Económicamente Activa por Sexo:

Hombres 66.4%

Mujeres 40.44%

- Ingreso Mensual

El ingreso promedio mensual de los hogares a nivel nacional es de \$700.94 (Reserva, Encuesta de hogares de propósitos múltiple, 2023)

Entorno Social:

- Población

La población de El Salvador es de 6,029,976 se contabiliza un total de 2,848,533 hombres y 3,181,443 mujeres a nivel nacional.

- Educación

Grado de escolaridad promedio de la población 8.0

Población que asiste actualmente a educación formal:

Hombres 49.3%

Mujeres 50.7% (Reserva, Censo de Población y Vivienda 2024, 2024)

- Energía eléctrica

Con el acceso a servicios básicos como lo es la energía eléctrica el 86% de los hogares salvadoreños cuentan con acceso a alumbrado eléctrico propio. (Reserva, Encuesta de hogares de propósitos múltiple, 2023)

- Accesibilidad

Un total de 4,496,275 salvadoreños tienen acceso a internet.

Entorno Tecnológico:

- En El Salvador un total de 5,634,803 personas hacen uso de al menos una de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
- El Internet, los Smartphone, las computadoras son de las tecnologías más utilizadas entre la población salvadoreña. (Reserva, Censo de Población y Vivienda 2024, 2024)

2.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación

ConstruPro Solutions es una opción interesante en el mercado laboral en el rubro de construcción. Dentro de sus fortalezas se incluye portafolios personalizados de los profesionales, contribuir a que los usuarios gestionen la mano de obra a través de medios digitales realizando un proceso de selección y contratación ágil. Aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado laboral dentro del rubro de construcción en El Salvador como la tendencia en crecimiento de este rubro, el aumento de uso de tecnología en la población salvadoreña y la accesibilidad a herramientas tecnológicas.

El análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter se realizó para comprender y enfrentar la competencia de ConstruPro Solutions. La amenaza de nuevos competidores para este rubro se

considera alta debido a que el sitio web es un negocio digital nuevo que tiene competidores que ofrecen servicios similares. Por otro lado, el poder de la negociación con los proveedores está dividida en dos, primeramente, el poder de negociación de los proveedores de servicios profesionales es considerada moderada ya que se tiene que llegar a un acuerdo económico con los profesionales de ingeniería y arquitectura para que estén dispuestos a ofrecer sus servicios profesionales y en el caso de los proveedores para la creación de ConstruPro Solutions el poder de negociación es considerada alta ya que no existe un sustituto para lo que ofrece el grupo proveedor. En el caso del poder de negociación de los compradores es alto debido a que en el mercado laboral existe la prestación de servicios similares. De igual forma la amenaza por productos sustitutos es considerada alta ya que existen sitios webs que se dedican a ofrecer servicios profesionales similares. La rivalidad entre competidores es considerada intermedia ya que se ofrece a los clientes un servicio personalizado y completo en un mismo sitio en donde pueden seleccionar al perfil profesional que mejor satisfaga sus necesidades.

CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

En la última parte de la investigación se desarrollan criterios importantes del plan de negocio iniciando por la descripción del negocio que representa una breve reseña del negocio, marco estratégico que es la ruta de orientación del negocio, descripción del producto donde se presentaran las características y cualidades del servicio a ofrecer, y demás aspectos importantes como ventaja competitiva, plan organizacional, plan de mercadeo, ventas, financiero y de trabajo y los indicadores de medición.

En El Salvador el rubro de construcción ha experimentado una tendencia alta y se espera que está tendencia siga aumentando en los próximos años, la construcción en el país se ha convertido una de las actividades principales, la creación de un sitio web que ofrezca la oportunidad para enlazar a profesionales con los clientes representa una oportunidad en el mercado laboral en el área de construcción.

3.1 Descripción del negocio

Una parte fundamental de los negocios digitales se basa en describir correctamente la idea de negocio, sus funciones y sus características que lo distinguen de cualquier otro producto o servicio, ConstruPro Solutions nace para satisfacer las necesidades de los individuos de realizar proyectos de construcción y no encontrar un espacio que facilite la búsqueda de profesionales en el área de ingeniería y arquitectura.

3.1.1 Nombre del Negocio.

ConstruPro Solutions

ConstruPro= Hace referencia a la Construcción.

Solutions= Hace referencia a brindar soluciones en la búsqueda de profesionales.

3.1.2 Información General del Negocio.

ConstruPro Solutions es una plataforma diseñada para la contratación de profesionales como ingenieros y arquitectos que se dedican a la asesoría, planeación, diseño, elaboración de planos y coordinación de proyectos de construcción, en donde individuos o empresas nacionales puedan desarrollar sus proyectos con estilo, fiabilidad y bajo la supervisión de profesionales.

En esta plataforma se podrá encontrar portafolios de los profesionales en donde se encontrará información relevante como sus habilidades, trabajos realizados, proyectos, recomendaciones, experiencia en ciertas áreas y sus contactos

La plataforma se encarga en recolectar portafolios confiables y seguros, donde cada ofertante tendrá que llenar los formularios de confidencialidad, comprometerse en realizar sus tareas encomendadas por los usuarios y mantener perfiles completamente actualizados.

3.2 Marco estratégico

3.2.1 Misión.

Somos una empresa de servicios que busca solucionar a nuestros clientes la complicada localización de personal, colaboramos en la búsqueda confiable de personal en el área de ingeniería y arquitectura. Nuestros esfuerzos están enfocados en ofrecer a partir de la virtualidad una plataforma funcional que promueva la conexión entre profesionales y empleadores.

3.2.2 Visión.

Convertirnos en una empresa líder en el mercado laboral en el rubro de construcción comprometida en crear oportunidades de empleo para profesionales. Trabajamos para conectar profesionales con sus futuros clientes a través del mejoramiento de la comunicación y transformando la información en un portafolio de perfiles profesionales brindando accesibilidad, visualización, relevancia y utilidad a nuestros clientes para la contratación su personal.

3.2.3 Valores.

Responsabilidad: Nos esforzamos por crear para nuestros clientes un sitio donde se construyen relaciones sólidas entre nuestros clientes y los profesionales dentro de la plataforma.

Calidad: Comprometidos en ofrecer los elementos y características que permitan garantizar la alta calidad del servicio.

Innovación: Caracterizarnos por buscar soluciones nuevas y creativas aplicando tendencias y tecnología con la finalidad de mejorar continuamente la experiencia del usuario.

Accesibilidad: Implementar elementos de navegación que faciliten al usuario el acceso a la plataforma.

Seguridad: Garantizar el cumplimiento de normas de seguridad y la protección de datos del usuario.

3.2.4 Objetivos.

- Desarrollar una plataforma digital que permita la generación de fuentes de empleo a través de la creación de perfiles profesionales de ingenieros y arquitectos donde puedan promover y ofrecer sus servicios profesionales y los usuarios puedan visualizar desde sus dispositivos tecnológicos el perfil profesional del personal que desea contratar.
- Posicionar a ConstruPro Solutions en el mercado laboral para el área de construcción como una opción donde encontrar profesionales calificados para la realización de proyectos de construcción.
- Administrar correctamente el recurso humano para formar un portafolio de profesionales que desempeñen sus servicios de manera eficaz y eficiente.
- Incrementar la oportunidad laboral de los profesionales por mejoras en la visibilidad de sus perfiles profesionales dentro de la plataforma.

- Brindar al cliente una experiencia intuitiva y agradable al acceder al sitio web además del cumplimiento de protocolos de seguridad.

3.2.5 Metas.

- Lograr que 1,000 usuarios se suscriban a la página de ConstruPro Solutions al brindar una página web con diseño responsivo, implementando optimización y velocidad de datos, seguimiento de estándares web y realizar pruebas de navegadores garantizando así que el sitio web sea adaptable a todos los dispositivos electrónicos y los usuarios tengan facilidades al utilizarlo.
- Aumentar el tráfico web un 10% en 4 meses por medio de la creación de contenido atractivo en redes sociales.
- Alcanzar un 30% de visibilidad al implementar estrategias de optimización en los motores de búsquedas y el uso de palabras claves y específicas que mejoren la visibilidad del sitio web en los resultados de búsqueda.
- Optimizar un 80% el recurso humano de ConstruPro Solutions permitiendo el ingreso al sitio web a los profesionales que cumplan con los requisitos establecidos por los usuarios de la plataforma además de utilizar herramientas de calificación y medidas de desempeño para evaluar a los ingenieros y arquitectos.
- Alcanzar el 10% de los ingenieros y arquitectos registrados en el sitio web accedan a un servicio personalizado que consiste en mejorar la visibilidad de su perfil.

3.3 Descripción de los productos y servicios

ConstruPro Solutions es un sitio web que se dedica a crear un medio de conexión entre empleadores (clientes) y candidatos (profesionales de ingeniería y arquitectura) para que estos

ofrezcan sus servicios al mercado por medio de la visualización perfiles profesionales y tengan la oportunidad de ser contratados.

ConstruPro Solutions ofrece dos tipos de servicios dirigidos a:

Profesionales del área de ingeniería y arquitectura: A formar parte de la comunidad de ConstruPro Solutions por medio de un plan de suscripción, con esto tienen acceso a la creación de su perfil profesional y la opción de elegir un plan standard o un plan premium.

Para el mercado: A personas o empresas que necesitan realizar un proyecto de construcción pueden acceder a un plan de suscripción, con esto tienen acceso a buscar y visualizar perfiles profesionales y la opción de elegir un ConstruPro Standard, un ConstruPro premium o ConstruPro Business.

3.3.1 Prototipos / Descripción General.



Figura 1 Mock Up de ConstruPro Solutions.

Nota: La figura representa el inicio del sitio web, elaboración propia.

Link de acceso a la página web: <https://henrygiovani2012.wixsite.com/construpro-solutions>

ConstruPro Solutions ofrece dos tipos de planes de suscripción para los clientes (empleadores) y 1 para empresas:



ConstruPro Solutions

ConstruPro Standard

\$8.00

- **Registro.**
- **Visualización de perfiles profesionales.**
- **Capacidad de interacción**
- **Red de contacto.**
- **Material fotográfico.**

COMPRAR

Figura 2. Descripción ConstruPro Standard.

Nota: La figura representa una referencia detallada de las características de ConstruPro Standard, elaboración propia.

- **ConstruPro Standard:** Con este tipo de plan se le ofrece al usuario el acceso a las siguientes secciones:

- Registro: Los usuarios se pueden registrar por medio de dirección de correo electrónico o redes sociales.
- Visualización de perfiles profesionales: Ingresar al perfil profesional observar detalles sobre intereses, habilidades, experiencias, trayectoria profesional, educación, proyectos. (Este tipo de suscripción se limita a restringir el acceso a perfiles profesionales premium).
- Capacidad de interacción: Permite que el usuario califique y deje reseñas.
- Red de contacto: Contacto por medio de mensajes con el profesional.
- Material fotográfico: Acceso a material fotográfico de los proyectos realizados por el profesional.



Construpro Solutions

Construpro Premium

\$12.00

- Registro.
- Visualización de perfiles profesionales.
- Capacidad de interacción.
- Red de contacto.
- Material fotográfico y audiovisual.
- Datos de colaboradores.
- Búsqueda avanzada.

COMPRAR

Figura 3. Descripción Construpro Premium.

Nota: La figura representa una referencia detallada de las características de ConstruPro Premium, elaboración propia.

- **ConstruPro Premium:** Con este tipo de plan se le ofrece al usuario el acceso a las siguientes secciones:
 - Registro: Los usuarios se pueden registrar por medio de dirección de correo electrónico o redes sociales.
 - Visualización de los perfiles profesionales: Ingresar al perfil profesional observar detalles sobre intereses, habilidades, experiencias, trayectoria profesional, educación, proyectos.
 - Capacidad de interacción: Permite que el usuario califique y deje reseñas.
 - Red de contacto: Contacto por medio de mensajes o videoconferencia con el profesional.
 - Material fotográfico y video visual: Acceso a material fotográfico y video de los proyectos realizados por el profesional.
 - Datos de colaboradores: Acceder a información clave como listado de colaboradores y proveedores.
 - Búsqueda avanzada: Acceder al icono de búsqueda avanzada en donde tienes la opción de ingresar palabras claves de las necesidades de tu proyecto y automáticamente te sugiere perfiles profesionales.



ConstruPro Solutions

ConstruPro Business

\$25.00

- **Registro.**
- **Visualización de perfiles profesionales.**
- **Capacidad de interacción.**
- **Red de contacto.**
- **Material fotográfico y audiovisual.**
- **Datos de colaboradores.**
- **Búsqueda avanzada.**
- **Publicar vacantes de empleo.**

COMPRAR

Figura 4: Descripción ConstruPro Business.

Nota: La figura representa una referencia detallada de las características de ConstruPro Business, elaboración propia.

- **ConstruPro Business:** Este tipo de plan está diseñado para empresas donde se les ofrece el acceso a las siguientes secciones:
 - Registro: Los usuarios se pueden registrar por medio de dirección de correo electrónico o redes sociales.
 - Visualización de los perfiles profesionales: Ingresar al perfil profesional observar detalles sobre intereses, habilidades, experiencias, trayectoria profesional, educación, proyectos.
 - Capacidad de interacción: Permite que el usuario califique y deje reseñas.

- Red de contacto: Contacto por medio de mensajes o videoconferencia con el profesional.
- Material fotográfico y video visual: Acceso a material fotográfico y video de los proyectos realizados por el profesional.
- Datos de colaboradores: Acceder a información clave como listado de colaboradores y proveedores.
- Búsqueda avanzada: Acceder al icono de búsqueda avanzada en donde tienes la opción de ingresar palabras claves de las necesidades de tu proyecto y automáticamente te sugiere perfiles profesionales.
- Publicar vacantes de empleo: Con esta opción puedes publicar ofertas de empleo y que los profesionales se postulen, además puedes disponer del uso de herramientas que te ayuden a seleccionar al mejor candidato.

ConstruPro Solutions ofrece dos tipos de planes para los profesionales:



ConstruPro Solutions

PORTOFOLIO

Plan Standard

\$10.00

- Registro.
- Creación de perfil.
- Visualización.
- Insignia de destacado.
- Acceso a vacantes de empleo.
- Comentarios e interacciones.

COMPRAR

Figura 5. Descripción Plan Standard.

Nota: La figura representa una referencia detallada de las características del Plan Standard, elaboración propia.

- **Plan Standard:** Este tipo de plan ofrece a los profesionales el acceso a las siguientes secciones:
 - Registro: Para formar parte de la comunidad de Construpro Solutions para iniciar sesión por primera vez el usuario profesional deberá completar un formulario el cual ayudara a aprobar su ingreso a la plataforma, los usuarios se pueden registrar por medio de dirección de correo electrónico o redes sociales.
 - Creación de perfil: Disponibilidad de plantillas standar para ingresar datos.

- Visualización: Proyección de material fotográfico.
- Insignia de destacado: Permite la visualización en el perfil la insignia de destacado asegurando que ha aprobado los controles de calidad de ConstruPro Solutions.
- Acceso a vacantes de empleo: Recibir notificaciones de ofertas de empleo.
- Comentarios e interacciones: Visibilidad de comentarios o interacciones por parte de los clientes.



ConstruPro Solutions

PORTOFOLIO

Plan Premium

\$12.00

- Registro.
- Creación de perfil.
- Visualización.
- Insignia de destacado.
- Acceso a vacantes de empleo.
- Comentarios e interacciones.
- Promoción por parte de ConstruPro Solutions.

COMPRAR

Figura 6. Descripción Plan Premium.

Nota: La figura representa una referencia detallada de las características de ConstruPro Premium, elaboración propia.

- **Plan Premium:** Este tipo de plan ofrece a los profesionales el acceso a las siguientes secciones:
 - Registro: Para formar parte de la comunidad de ConstruPro Solutions para iniciar sesión por primera vez el usuario profesional deberá completar un formulario el cual ayudara a aprobar su ingreso a la plataforma, los usuarios se pueden registrar por medio de dirección de correo electrónico o redes sociales.
 - Creación de perfil: Disponibilidad de plantillas personalizadas adaptadas al estilo personal del profesional con cambio de colores, tipografía, iconos con la finalidad de reflejar la esencia y personalidad del profesional además de garantizar visibilidad, destacar entre los demás perfiles.
 - Visualización: Proyección de material fotográfico y audiovisual.
 - Insignia de destacado: Permite la visualización en el perfil la insignia de destacado asegurando que ha aprobado los controles de calidad de ConstruPro Solutions.
 - Acceso a vacantes de empleo: Recibir notificaciones sobre ofertas de empleo.
 - Comentarios e interacciones: Visibilidad de comentarios o interacciones por parte de los clientes.
 - Promoción por parte de ConstruPro Solutions: Publicidad de los servicios de ConstruPro Solutions a través de los canales de comunicación oficiales del sitio web.

3.4 Ventaja competitiva

Durante los proyectos de negocios digitales, se deben definir los producto o servicios que se desea ofrecer al cliente, estos deben ser innovadores, nuevos y creativos con la idea de satisfacer

sus necesidades, En 1980, Michael E. Porter describió la estrategia competitiva, como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria, acciones que eran la respuesta a las cinco fuerzas competitivas que el autor indicó como determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba a una empresa y que, como resultado, buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión. (Campos, 2019). Estas ventajas competitivas ayudan a enfocar las acciones de marketing para impulsar de manera eficaz sus atributos que los separa de la competencia.

Tabla 1 Ventaja competitiva.

Ventaja Competitiva	
Negocio Innovador:	La idea de negocio es nueva e interesante, tener a un clic el acceso de visualizar diferentes perfiles, realizar en línea por medio de la página web la búsqueda y selección de profesionales, interactuar y contratar los servicios profesionales de ingenieros o arquitectos que son pieza clave en el desarrollo de proyectos de construcción ya que desempeñan diversas funciones, planificar, diseñar estructuras, gestionar y supervisar proyectos, entre otras tareas. El contratar los servicios profesionales de ingenieros o arquitectos le permitirá al cliente construir, mejorar el aspecto del hogar o negocio de forma eficiente, además de ofrecer métodos de pago flexibles y así poder realizar tus proyectos fácilmente.
Categoría:	En ConstruPro Solutions ofrecerá 2 categorías: ingenieros y arquitectos para un mejor control de profesionales del área de construcción.
Uso de fuentes y datos exclusivos:	La agrupación de perfiles profesionales en una plataforma de manera que, los visitantes de la página puedan tener acceso a toda la información que el profesional ha subido a la página, fotos, videos, datos de proyectos, planos.
Calidad en el servicio	ConstruPro Solutions es un sitio que tiene optimizada su página web para que sea fácil de navegar y también realiza controles de calidad a los profesionales que desean formar parte de la comunidad.

Nota: El cuadro representa los distintos factores que componen la ventaja competitiva de

ConstruPro Solutions, elaboración propia.

3.5 Plan organizacional

El plan organizacional para ConstruPro Solutions es la forma en el que está organizado y en la que se realizan las funciones operativas para el mejoramiento en general y el éxito de la empresa.

a. Objetivos del Plan Organizacional.

- Ofrecer una buena experiencia al usuario manteniendo la velocidad de carga del sitio web optimizada mejorando el tiempo de permanencia del usuario.
- Realizar contrataciones según las necesidades en los puestos de trabajo y el crecimiento de ConstruPro Solutions con la finalidad de mantener los recursos y finanzas del sitio web.
- Atraer tráfico al sitio de ConstruPro Solutions haciendo uso de herramientas como google Ads.

b. Estructura Organizativa de la Empresa.



Figura 7. Estructura organizativa de ConstruPro Solutions.

Nota: La figura representa la distribución de las funciones de la empresa, elaboración propia.

c. Organización de Gestión y Recursos Humanos.

Tabla 2. Descripción de puestos de trabajo.

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades Requeridas	Número de personas	¿Quién lo hará?
Soporte Técnico	Mantenimiento y actualización del sitio web	-Atención de fallas. -Solución de problemas. -Innovación de la página.	Personal Responsable: 1 Personal ayudante: 1	Ingeniero en sistemas informáticos
Marketing y publicidad	Dirigir correctamente el funcionamiento de la imagen de la marca mediante planes estratégicos.	-Liderazgo. -Toma de decisiones responsables. -Pensamiento creativo. -Planificación estratégica. -Gestión de tiempo y contenido de calidad.	Personal responsable: 1 Personal ayudante: 1	Egresados o Licenciados en Mercadeo Internacional
Administración y finanzas	Planificar y coordinar las acciones administrativas de la empresa, así como acciones financieras y presupuestos.	-Conocimiento de finanzas. -Organización y eficiencia . -Pensamiento analítico.	Personal Responsable: 1 Personal ayudante: 1	Egresados o Licenciados en Mercadeo Internacional o Administración de empresas

Nota: El cuadro describe a cada una de las distintas áreas de trabajo que conforman la empresa, elaboración propia.

d. Proceso Administrativo.

El proceso administrativo para ConstruPro Solutions es esencial para el buen funcionamiento del sitio web, brindándole a los usuarios calidad de perfiles profesionales. A continuación, se detallan las etapas del proceso administrativo.

1. **Planificación:** Está a cargo de del CEO debido a que es el encargado de que la que toma las decisiones sea de acuerdo a los objetivos y metas establecidas, además se debe de tomar en cuenta a los jefes de los demás departamentos para la elaboración y evaluación de planes, procedimientos, presupuestos, estrategias y políticas.
2. **Organización:** Las funciones fueron delegadas por cada una de las áreas que forman parte de esencial para el funcionamiento de ConstruPro Solutions.

En primer lugar, el CEO será el encargado de la gestión y el correcto funcionamiento del negocio digital, así como la toma de decisiones que contribuyan al crecimiento del sitio web. Seguidamente soporte técnico será el encargado de todo lo relacionado con el funcionamiento de la plataforma, actualizaciones, velocidades de carga, resolver problemas técnicos. Marketing y Publicidad es el encargado de la imagen de ConstruPro Solutions, creación de contenido, planificación de estrategias. Administración y finanzas es el encargado de todo lo relacionado a acciones financieras y presupuestos.

3. **Dirección:** Motivación, comunicación y supervisión son fundamentales en esta etapa para poder guiar a los subordinados que están bajo el mando de los jefes de cada área. Para lograr que las funciones se realicen correctamente y de acuerdo al cumplimiento de objetivos se debe de tener una comunicación clara

y precisa entre las distintas áreas y supervisar las tareas que realizan los empleados para corregir errores, productividad del personal.

4. **Control:** En esta etapa se evalúa la ejecución de los planes con la finalidad de monitorear el rendimiento y establecer medidas correctivas. Aplicar estándares de calidad y seguimiento de desempeño.

e. Identificación y Características de Recursos Humanos.

Tabla 3: Identificación y Características de Recursos Humanos.

Recurso Humano	Descripción	Características
Gestión de la fuerza laboral	Proceso de actividades relacionadas a la asignación y distribución de talento humano y recursos.	<ul style="list-style-type: none"> -Reclutar. - Selección. -Formación -Evaluación de desempeño. -Bienestar laboral.
Administración de personal.	Serie de tareas administrativas.	<ul style="list-style-type: none"> -Formalización de contratos. -Seguros sociales. -Gestión de permisos, vacaciones, horas extras.
Desarrollo de recursos humanos	Proceso para crear planes de formación y optimizar el talento humano para ser productivos y eficientes.	<ul style="list-style-type: none"> -Motivación. -Participación. -Potencial del personal. -Control de desempeño de tareas.
Cultura organizacional	Valores que guiaran a la empresa en las actividades diarias para que el talento humano cumpla con los objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> -Resultados. -Liderazgo. -Trabajo en equipo. -Sana competitividad entre trabajadores.

Relaciones laborales	Resolución de problemas laborales.	-Medidas para equilibrar desigualdades. -Clima de trabajo agradable.
-----------------------------	------------------------------------	---

Nota: El cuadro detalla las características de recursos humanos de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

3.6 Plan de mercadeo

Para esta etapa de la investigación se muestra los resultados obtenidos anteriormente de la encuesta para la estructuración del plan de mercadeo del sitio web de ConstruPro Solutions el cual contiene objetivos, marketing mix y estrategias.

a. Objetivos del Plan de Mercadeo.

- Generar posicionamiento virtual de la marca ConstruPro Solutions en el mercado laboral.
- Incrementar las suscripciones de profesionales de ingeniería y arquitectura en un 5% en los primeros 3 meses de la plataforma.
- Atraer y convertir a visitantes en leads mediante estrategias efectivas de contenido en redes sociales.

b. Resultados de la Investigación de Mercadeo (Presentar lo relacionado al Plan de Negocio)

82%

Necesita buscar en línea servicios profesionales.

Motivos de buscar en línea servicios profesionales:

- No conocer a nadie.
- Excelentes opciones en página web.
- Mayor información en línea.

82%

Prefiere perfiles profesionales de ingenieros y arquitectos con experiencia

Características importantes en el profesional:

- Ejecución de planos
- Creatividad.
- Conocimientos técnicos.

Objetivos de usar el sitio web:

- Encontrar información fácilmente.
- Visualizar perfiles.
- Comunicación directa.

Características del sitio web para mantenerse navegando:

- Diseño funcional
- Fácil de navegar.
- Perfiles atractivos.

Preferencia en el precio:

76%

Están dispuestos a pagar un precio entre \$0.99-\$9.99

Muestran interés por ofrecer sus servicios en la plataforma.

Reconocen la importancia de la visibilidad en perfiles profesionales.

Los profesionales están dispuestos a pagar por publicidad.

Es importante destacar imágenes de proyectos realizados

Es importante tener buena comunicación con el cliente.

Figura 8. Resultados de la investigación de mercadeo.

Nota: La figura representa los resultados obtenidos en la investigación de mercado de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

d. Marketing Mix Digital.

Tabla 4. Marketing Mix

P1	Crear una conexión entre empleadores y trabajadores por medio de la visualización de perfiles profesionales.
Personalización	Se debe de basar en la opinión del cliente para admitir a profesionales que cumplan con las preferencias del cliente y así crear perfiles profesionales y de acuerdo a las necesidades del cliente.
P2	Formar una relación con el cliente para que formen parte de la comunidad digital y nos expresen sus opiniones.
P3	Valorar la opinión del cliente y que compartan sus experiencias con nosotros y la comunidad.
Par a Par en comunidades (Peer-to-Peer Communities)	
P4	Realizar campañas de publicidad mediante canales adecuados para conocer los gustos y preferencias del cliente.
Predictive Modelling o Predicciones modeladas	

Nota: El cuadro representa las diferentes estrategias que conforman el marketing mix digital de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

f. Estrategias del Marketing Mix Digital.

Tabla 5. Estrategia de personalización.

Estrategia de personalización	
<p>Objetivo: Crear una plataforma digital que permita la conexión entre empleadores y profesionales por medio de la visualización de perfiles profesionales según las necesidades del cliente permitiendo la satisfacción y retención de clientes.</p>	<p>Actividades</p>
<p>Táctica 1: Aplicación de medios digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de la plataforma de Wix para la creación de la página web de ConstruPro Solutions que proporcione un portafolio de perfiles profesionales. - Cumplimiento del diseño de ser intuitivo e interactivo para garantizarse al cliente un uso fácil.
<p>Táctica 2: Manual de marca e imagen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crear el manual de marca e imagen de ConstruPro Solutions que establezca las reglas y directrices para el uso correcto de aspectos como: logotipo, colores, tipografías y elementos gráficos.
<p>Táctica 3: Perfiles profesionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de perfiles según la opinión y necesidades del cliente donde se detallen estudios, contactos, experiencias y trabajos realizados.

Nota: El cuadro representa el primer elemento del marketing mix, muestra a detalle la estrategia de personalización, elaboración propia.

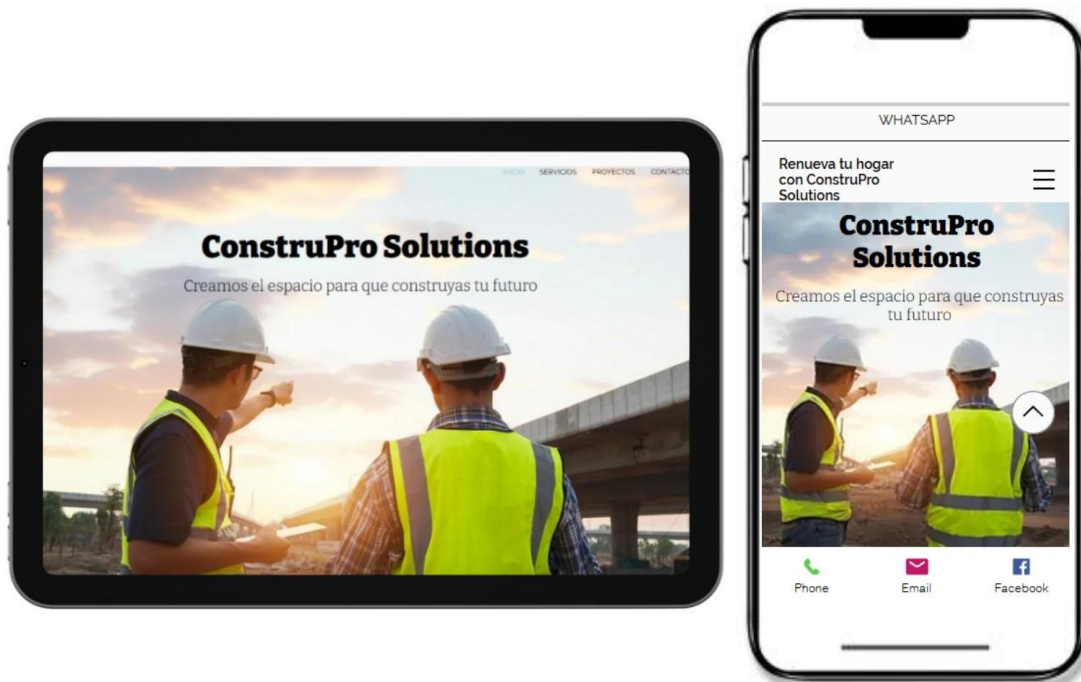


Figura 9. Diseño adaptable de Construpro Solutions.

Nota: La figura representa la página web en dos versiones ajustada a diferentes tamaños de pantalla, elaboración propia.



Figura 10. Imagotipo Construpro Solutions

Nota: La figura muestra la representación visual de Construpro Solutions, elaboración propia.

Tabla 6. Estrategia de Participación.

Objetivo: Establecer formas de comunicación entre la marca y el cliente para aumentar la participación de los usuarios de ConstruPro Solutions.	Actividades
Táctica 1: Uso de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de perfiles en redes sociales como Facebook e Instagram. - Compartir contenido que genere interacciones con los usuarios y que promocióne los servicios que ofrece ConstruPro Solutions.
Táctica 2: Contratación de personal.	<ul style="list-style-type: none"> - Contratar profesionales de diseño gráfico o comunicadores. - Realizar material visual para generar contenido en redes sociales.
Táctica 3 Descuentos por pagos y suscripción.	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer descuento de bienvenida a aquellos clientes que se suscriban por primera vez. - Ofrecer descuento a aquellos suscriptores que obtén por pagar seis meses.

Nota: El cuadro representa el segundo elemento del marketing mix, muestra a detalle la estrategia de participación, elaboración propia.



Figura 11. Creación de perfil en Facebook.

Nota: La figura representa el perfil de Construpro Solutions en la red social de Facebook, elaboración propia.



Figura 12. Publicación en redes sociales.

Nota: La figura muestra la publicación de contenido realizado en la red social de Facebook de Construpro Solutions, elaboración propia.



Figura 13. Contenido para redes sociales #1.

Nota: La figura representa contenido visual de Construpro Solutions para sus redes sociales, elaboración propia.



Figura 14. Contenido para redes sociales #2

Nota: La figura representa contenido visual de ConstruPro Solutions para sus redes sociales, elaboración propia.

Tabla 7. Estrategia Par a Par en comunidades (Peer-to-Peer Communities)

Estrategia Par a Par en comunidades (Peer-to-Peer Communities)	
<p>Objetivo: Garantizar la experiencia del usuario al acceder a ConstruPro Solutions para establecer confianza con los clientes y promover el conocimiento de la marca.</p>	<p>Actividades</p>
<p>Táctica 1: Mejorar la experiencia del usuario.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer al usuario: Realizar encuestas para recolección de datos del usuario e identificar necesidades, experiencias, expectativas. - Diseño intuitivo: Navegación simple, tipografía legible y tamaño adecuado, elementos visuales atractivos. - Registro fácil: Simplificar el acceso al sitio web.
<p>Táctica 2: Asociarse con profesionales del área de ingeniería y arquitectura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Búsqueda de profesionales: Identificar a ingenieros y arquitectos que este dispuestos a ofrecer sus servicios dentro de la plataforma. - Creación de contenido para promocionar en redes sociales y atraer profesionales.
<p>Táctica 3 Programa de recomendaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crear un programa de recomendaciones. - Elegir incentivos o recompensas. - Determinar los canales adecuados para promocionar el programa.

Nota: El cuadro representa el tercer elemento del marketing mix, muestra a detalle la estrategia par en par en comunidades, elaboración propia.



Figura 15. Contenido para profesionales.

Nota: La figura representa contenido visual para promocionar el sitio web de Construpro Solutions en sus redes sociales, elaboración propia.



Figura 16. Programa de referencia.

Nota: La figura representa contenido visual para promocionar en redes sociales el programa de referencia dentro del sitio web de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Programa de referencia

**¡Creemos que las cosas buenas se deben compartirse!
Por eso estamos emocionados de presentar nuestro programa de recompensas por referencias, diseñado exclusivamente para nuestros valiosos clientes como usted.**



Figura 17. Contenido para el programa de referencia.

Nota: La figura representa contenido visual para promocionar en redes sociales el programa de referencia dentro del sitio web de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Trabajamos incansablemente para asegurarnos de que cada cliente que visita nuestra página web tenga una increíble servicio en la búsqueda de profesionales, y nos apasiona llevar esa experiencia a nuevas comunidades. Cuando recomiendes a un amigo que esté buscando servicios de profesionales en ingeniería y arquitectura, **obtendrás acceso gratis a Construpro Premium por 10 días ó 20% de descuento.**

Ingresar a:

www.construproolutions/referencias.



Construpro Solutions.

Figura 18. Recompensa por programa de referencia.

Nota: La figura representa contenido visual para promocionar en redes sociales la recompensa por acceder al programa de referencia dentro del sitio web de Construpro Solutions, elaboración propia.

Tabla 8: Estrategia Predictive Modelling o Predicciones modeladas.

Estrategia Predictive Modelling o Predicciones modeladas	
<p>Objetivo: Pronosticar el comportamiento del consumidor para adaptar campañas y realizar acciones que mejoren el servicio y cumplir con las expectativas del cliente.</p>	<p>Actividades</p>
<p>Táctica 1: Creación de contenido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar plan de medios: Planificar las actividades a ejecutar en las redes sociales. - Contenido visual: Diseños atractivos, creación de reels,

	publicaciones informativas, lograr la atención para generar interacción.
Táctica 2:	- Programación consciente y eficaz: Publicar contenido en redes sociales de forma regular.
Medición de datos.	- Elección del medio para recolección de datos: Google Analytics. - Creación de cuenta en Google Analytics. - Creación de código de medición JavaScript. - Procesamiento de datos y generación de informes.
Táctica 3: Adaptación de campañas y servicios.	Analizar información. Identificar patrones, tendencias. Utilizar la información recolectada para tomar decisiones informadas para planificación de campañas y modernización del servicio al cliente.

Nota: El cuadro representa el cuarto elemento del marketing mix, muestra a detalle la estrategia de predicciones modeladas, elaboración propia.

3.7 Plan de ventas

En la siguiente etapa se proyectará un plan de ventas estructurado por objetivos y acciones que ayudan a determinar directrices y pasos específicos para aumentar las ventas, mejorar la relación con los clientes y optimizar los procesos comerciales.

a. Objetivos del Plan de Ventas.

- Promover y asegurar la adopción de los servicios que ofrece ConstruPro Solutions a la población salvadoreña en el periodo de abril a diciembre del 2025 mediante campañas enfocadas al reconocimiento de la marca y la promoción de los servicios.

- Incrementar la participación de nuevos usuarios a la plataforma de ConstruPro Solutions, a medida que aumente al menos 15 nuevos usuarios por mes, con el fin de ampliar la cartera de clientes y fidelizar a los ya existentes.
- Optimizar los recursos necesarios para mejorar la relación entre la plataforma y el usuario mediante un equipo de ventas que se encargue en la dirección y atención de consultas y dudas del uso de la plataforma y los servicios.

b. Proyección de Ventas

Tabla 9: Proyección de ventas en unidades para el primer año

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	ConstruPro Standard	1 pc	\$8.00	10	15	20	35	45	55	65	75	85	95	105	115	720
2	ConstruPro Premium	1 pc	\$12.00	4	8	12	20	27	34	41	48	55	62	69	76	456
3	ConstruPro Bussiness	1 pc	\$25.00	5	8	10	12	14	16	18	20	22	24	28	30	207
4	Plan Standard	1 pc	\$10.00	10	12	14	16	20	24	28	30	32	34	36	38	294
5	Plan Premium	1 pc	\$12.00	12	15	18	21	24	27	30	33	36	39	42	44	341

Nota: El cuadro representa la proyección de ventas en unidades para el primer año de funcionamiento de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Tabla 10: Proyección de ventas en dólares para el primer año.

No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												TOTAL
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
1	ConstruPro Standard	\$80.00	\$120.00	\$160.00	\$280.00	\$360.00	\$440.00	\$520.00	\$600.00	\$680.00	\$760.00	\$840.00	\$920.00	\$5,760.00
2	ConstruPro Premium	\$48.00	\$96.00	\$144.00	\$240.00	\$324.00	\$408.00	\$492.00	\$576.00	\$660.00	\$744.00	\$828.00	\$912.00	\$5,472.00
3	ConstruPro Bussiness	\$125.00	\$200.00	\$250.00	\$300.00	\$350.00	\$400.00	\$450.00	\$500.00	\$550.00	\$600.00	\$700.00	\$750.00	\$5,175.00
4	Plan Standard	\$100.00	\$120.00	\$140.00	\$160.00	\$200.00	\$240.00	\$280.00	\$300.00	\$320.00	\$340.00	\$360.00	\$380.00	\$2,940.00
5	Plan Premium	\$144.00	\$180.00	\$216.00	\$252.00	\$288.00	\$324.00	\$360.00	\$396.00	\$432.00	\$468.00	\$504.00	\$528.00	\$4,092.00
Total de Ventas Mensuales		\$497.00	\$716.00	\$910.00	\$1,232.00	\$1,522.00	\$1,812.00	\$2,102.00	\$2,372.00	\$2,642.00	\$2,912.00	\$3,232.00	\$3,490.00	\$23,439.00
Total de Ventas Anuales =														

Nota: El cuadro representa la proyección de ventas en US dólares para el primer año de funcionamiento de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Tabla 11: Proyecciones de ventas en dólares para el año 2 al año 5.

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	ConstruPro Standard	1 pc	\$5,979.20	\$6,202.21	\$6,429.08	\$6,659.87
2	ConstruPro Premium	1 pc	\$5,769.12	\$6,071.64	\$6,379.62	\$6,693.16
3	ConstruPro Bussiness	1 pc	\$5,731.75	\$6,299.12	\$6,877.26	\$7,466.33
4	Plan Standard	1 pc	\$3,171.40	\$3,407.13	\$3,647.27	\$3,891.86
5	Plan Premium	1 pc	\$4,375.32	\$4,663.90	\$4,957.81	\$5,257.13
Total de Ventas Anuales			\$25,026.79	\$26,643.99	\$28,291.04	\$29,968.35

Nota: El cuadro representa la proyección de ventas en US dólares para el año 2 al año de 5 de funcionamiento de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

3.8 Plan financiero

El desarrollo del plan financiero permite identificar aspectos como el plan de inversión, estructura de costos y análisis de rentabilidad los cuales son importantes para la organización y administración de recursos de ConstruPro Solutions.

a. Objetivos del Plan Financiero.

- Determinar las fuentes de financiamiento para la ejecución del sitio web y optar por el tipo de inversión necesario para ConstruPro Solutions.
- Evaluar la viabilidad de ConstruPro Solutions a partir de análisis financieros e identificar riesgos que comprometan la viabilidad del sitio web.
- Proyectar gastos del sitio web para tomar decisiones informadas y gestionar eficientemente de los recursos económicos de ConstruPro Solutions.

b. Plan de Inversión.

Tabla 12: Proyecciones Financieras- Supuestos de Inversión y Financiación.

Concepto	FINANCIAMIENTO			
	Monto	Fondos Propios	Fondos - ETI	Préstamos Financieros
Locales:	\$ 150.00	\$ -	\$ -	\$ 150.00
Alquiler de instalaciones.	\$150.00			\$ 150.00
Maquinaria:	\$ 1,498.00	\$ -	\$ -	\$ 1,498.00
Laptop HP	\$869.00			\$ 869.00
Celular iPhone 13	\$629.00			\$ 629.00
Equipo:	\$ 598.00	\$ -	\$ -	\$ 598.00
Escritorio Expandible.	\$159.00			\$ 159.00
Escritorio Oviedo (3).	\$237.00			\$ 237.00
Silla Ejecutiva.	\$85.00			\$ 85.00
Silla Juvenil (3).	\$117.00			\$ 117.00
Herramientas de Trabajo:	\$ 1,167.99	\$ -	\$ -	\$ 1,167.99
Diseño y Desarrollo del Sitio Web.	\$800.00			\$ 800.00
Dominio, Almacenamiento, Google Ads con Wix.	\$288.00			\$ 288.00
Programas Informáticos.	\$79.99			\$ 79.99
Totales:	\$ 3,413.99	\$ -	\$ -	\$ 3,413.99

Nota: El cuadro representa proyecciones de supuestos de inversión para el funcionamiento del sitio web de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Tabla 13: Cuota del Préstamo.

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto:	\$ 3,413.99
Interés Anual:	7.50%
Plazo en Meses:	12
Cuota:	(\$296.19)
Seguros:	1.00%
Cuota Total:	\$ 299.15

Nota: El cuadro detalla la cuota de préstamo por el financiamiento del proyecto, elaboración propia.

c. Estructura de Costos.

Tabla 14: Detalles de Costo por Plan

Detalle COSTO BRUTO	ConstruPro Standard		ConstruPro Premium		ConstruPro Bussiness		Plan Standard		Plan Premium	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Wix	\$0.25	9%	\$0.25	5%	\$0.25	3%	\$0.25	4%	\$0.25	3%
Conexión a Internet	\$0.80	28%	\$0.80	16%	\$0.80	9%	\$0.80	12%	\$0.80	10%
Wompi	\$0.85	29%	\$0.85	17%	\$0.85	10%	\$0.85	12%	\$0.85	11%
Publicidad	\$1.00	34%	\$3.00	61%	\$7.00	79%	\$5.00	72%	\$6.00	76%
Total	\$2.90	100%	\$4.90	100%	\$8.90	100%	\$6.90	100%	\$7.90	100%

Nota: El cuadro representa los costos que se tendrán detalladamente por cada plan a ofrecer en Construpro Solutions, se detalla los elementos que conforman el costo, costo en US dólares y el porcentaje que le corresponde a cada elemento, elaboración propia.

Tabla 15: Costo Bruto.

Porcentaje de Incremento Anual Estimado	1.0%
--	------

COSTO BRUTO	Año 1		
	Línea de Productos	Unidades	Costo Unitario
ConstruPro Standard	720	\$2.90	\$2,088.00
ConstruPro Premium	456	\$4.90	\$2,234.40
ConstruPro Bussiness	207	\$8.90	\$1,842.30
Plan Standard	294	\$6.90	\$2,028.60
Plan Premium	341	\$7.90	\$2,693.90
Total	2018	\$31.50	\$10,887.20

Nota: El cuadro representa a detalle el costo unitario por cada plan y total de costo en un año, elaboración propia.

Tabla 16: Costo de personal sin prestaciones.

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	1	1	2	3	3
Salarios	\$3,000.00	\$3,030.00	\$6,120.60	\$9,272.71	\$9,365.44
Prestaciones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costo Personal	\$3,000.00	\$3,030.00	\$6,120.60	\$9,272.71	\$9,365.44

Nota: El cuadro representa el costo del personal de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Tabla 17: Estructura de otros costos y gastos.

Otros Costos y Gastos						Costos Fijos
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Alquileres de Locales	7.70%	7.70%	7.70%	7.70%	7.70%	\$150.00
Mantenimiento	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	\$30.00
Agua, Electricidad	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%	2.60%	\$50.00
Comunicaciones	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	\$30.00
Útiles de Oficina	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	\$20.00
Promoción y Publicidad	1.30%	1.30%	1.30%	1.30%	1.30%	\$25.00
Ventas \$ / Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas \$	\$23,439.00	\$25,026.79	\$26,643.99	\$28,291.04	\$29,968.35	

Nota: El cuadro detalla los costos fijos de ConstruPro Solutions del año 1 al año 5, elaboración propia.

e. Análisis de Rentabilidad y Punto de equilibrio.

Tabla 18: Análisis de rentabilidad ConstruPro Solutions.

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)	2 Años Aprox.
Valor Actual Neto(VAN)	\$ 8,470.81
Tasa Interna de Retorno(TIR_{reg})	63.47%
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)	69.72%
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)	3.48

Nota: El cuadro representa el cálculo de indicadores económicos que determinan la rentabilidad de ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Para la elaboración del análisis de rentabilidad se han utilizado métricas e indicadores económicos que sus resultados determinan que ConstruPro Solutions es un modelo de negocio rentable ya que métricas como el PRI se utiliza para calcular el tiempo que tarda un negocio en recuperar la inversión inicial es de aproximadamente de 2 años, el VAN indica valores positivos por lo que la inversión será rentable y la TIR indica valores mayores a 0 por lo que la rentabilidad esperada es mayor que la tasa de descuento utilizada.

Tabla 19: Punto de equilibrio ConstruPro Solutions.

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	ConstruPro Standard	1 pc	\$720.00	36%	\$8.00	\$2.90	###	441	\$3,527.08
2	ConstruPro Premium	1 pc	\$456.00	23%	\$12.00	\$4.90	###	279	\$3,350.72
3	ConstruPro Bussiness	1 pc	\$207.00	10%	\$25.00	\$8.90	###	127	\$3,168.86
4	Plan Standard	1 pc	\$294.00	15%	\$10.00	\$6.90	###	180	\$1,800.28
5	Plan Premium	1 pc	\$341.00	17%	\$12.00	\$7.90	###	209	\$2,505.69
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS			\$2,018.00	100%	Margen de Contribución Combinado		###	1,236	\$14,352.63

$$\begin{aligned}
 \text{Unidades Combinadas de Equilibrio} &= \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} \\
 &= \frac{\$7,685.97}{\$6.22} = \mathbf{1,235.70 \text{ Unidades}}
 \end{aligned}$$

Nota: El cuadro representa a detalle el cálculo de elementos para obtener el punto de equilibrio en unidades y en US dólares, elaboración propia.

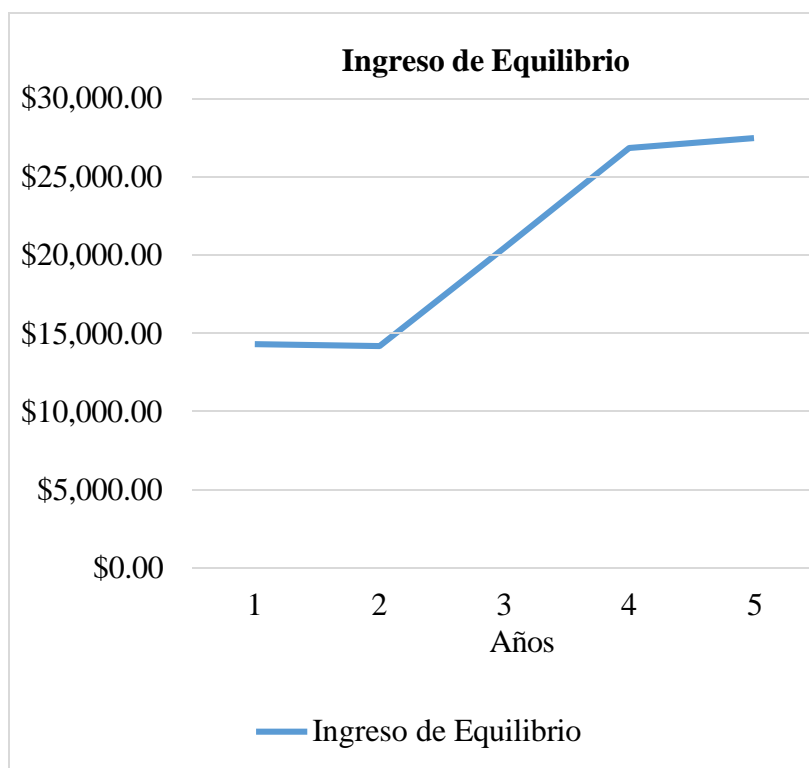


Figura 19. Ingreso de equilibrio.

Nota: El grafico representa el ingreso a percibir ConstruPro Solutions en US dólares en un periodo de 5 años, mostrando tendencia al alza a partir del segundo año, elaboración propia.

Tabla 20: Ingreso de equilibrio.

Año	Ingreso de Equilibrio
1	\$14,352.63
2	\$14,231.94
3	\$20,488.46
4	\$26,873.81
5	\$27,507.39

Nota: El cuadro representa a detalle el punto de equilibrio en US dólares del año 1 al año 5 , elaboración propia.

3.9 Plan de trabajo

El plan de trabajo se encarga de organizar detalladamente las actividades necesarias para el desarrollo del negocio detallando las actividades a realizar en un periodo determinado.

a. Objetivos del Plan de Trabajo.

- Organizar cronológicamente las actividades necesarias para alcanzar los objetivos del proyecto mediante la asignación de fechas para la ejecución de las acciones y la delimitación de actividades.
- Describir las actividades a realizar en un periodo determinado para establecer avances y analizar resultados que ayudan a optimizar cada área de estudio de ConstruPro Solutions.
- Determinar métodos de recolección de información a manera que faciliten el análisis de datos y ayude a la toma de decisiones para la creación de la página web y la promoción de servicios de arquitectura y diseño

b. Cronograma de Actividades.

Tabla 21. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril	
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
CAPÍTULO 1																														
1.1 Planteamiento del problema					■	■																								
1.2 Delimitación del problema						■	■																							
1.3 Justificación de la investigación								■	■																					
1.4 Objetivos										■																				
1.5 Marco teórico											■																			
CAPÍTULO 2																														
2.1 Metodología de la investigación												■	■	■	■	■	■	■	■	■										
2.2 Diagnóstico																				■										
2.3 Conclusiones del diagnóstico																					■									
CAPÍTULO 3																														
3.1 Descripción del negocio																						■								
3.2 Marco estratégico																							■							
3.3 Descripción de los productos																							■							
3.4 Ventaja competitiva																								■						
3.5 Plan organizacional																									■	■				
3.6 Plan de mercadeo																										■	■			
3.7 Plan de ventas																											■			
3.8 Plan financiero																												■		
3.9 Plan de trabajo																												■		
3.10 Indicadores de medición																												■		
Conclusiones																												■		
Recomendaciones																												■		
Bibliografía					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Anexos					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
OTRAS ACTIVIDADES																														
Consulta CNR		■																												
Diseño manual de marca																														
Diseño del sitio web																														
PRESENTACIÓN DEL DOCUMENTO																														

Nota: El cuadro representa a detalle las actividades que se han realizado para la ejecución del modelo de negocio digital de ConstruPro Solutions, elaboración propia

Tabla 22. Plan de trabajo

N°	OBJETIVO	ACCIONES	PERIODO DE TIEMPO	RESPONSABLE
1	Definición del modelo de negocio digital	Recopilación de ideas para el negocio digital	Del 25 de septiembre al 30 de septiembre de 2024	Henry Campos y Cecilia Hernández
2	Verificación de nombre en el CNR	Visitar las instalaciones de el Centro Nacional de Registro para la inscripción del nombre del negocio digital	02 de septiembre de 2024	Henry Campos
3	Desarrollo de la idea del modelo de negocio digital para la creación de un espacio digital para conectar a profesionales del área de construcción con empleadores.	Asignación del docente asesor Reunión con el docente asesor	Del 07 de octubre al 08 de octubre de 2024	Junta Directiva/ Docente asesor
4	Estudio de la situación del mercado salvadoreño	Revisión de antecedentes Elaboración de descripción y formulación del problema	Del 09 de octubre al 30 de noviembre de 2024	Cecilia Hernández
5	Realizar encuestas sobre la opinión de usuarios potenciales del modelo de negocio digital	Elaboracion de cuestionario en la plataforma Google Forms relacionada al modelo de negocios de ConstruPro Solutions	Del 16 de enero al 30 de enero de 2025	Henry Campos y Cecilia Hernández
6	Entrevista a profesionales en el área de arquitectura	Elaboracion de entrevista a un profesional del area de construccion con experiencia en la rama	Del 01 de febrero al 05 de febrero de 2025	Cecilia Hernández
7	Elaboracion de un manual de marca	Realizar un manual de marca para presentar la imagen de ConstruPro Solution, asi como su imagen corporativa y sus componentes visuales	Del 01 de febrero al 22 de febrero de 2025	Cecilia Hernández
8	Elaboración de plan de marketing	Elaboracion y proyeccion de un plan de marketing donde se detallan las estrategias a seguir	Del 01 de marzo al 15 de marzo de 2025	Henry Campos y Cecilia Hernández
9	Desarrollo de estrategias de publicidad y creación de redes sociales	Elaboracion de estrategias para la ejecucion del plan de maketing	Del 10 de marzo al 15 de marzo	Cecilia Hernández
10	Elaboración de un plan de ventas para 12 meses	Elaborar un plan para proyectar las ventas, numero de usuarios y los objetivos del plan de ventas	Del 02 de marzo al 08 de marzo de 2025	Henry Campos
11	Elaboración del plan financiero y toma de decisiones	Planificar las actividades financieras que se proyectan al ejecutar el proyecto	Del 09 de marzo al 15 de marzo de 2025	Cecilia Hernández
12	Creación de contenido de reconocimiento de marca	Establecer cantidad y calidad de contenido para promocionar la marca para darse a conocer	Del 10 de marzo al 15 de marzo	Cecilia Hernández

13	Elaboración de indicadores de medición	Elaboración del plan de medición de estrategias a ejecutadas para ConstruPro Solutions	Del 16 de marzo al 22 de marzo de 2025	Henry Campos
14	Diseño y desarrollo del diseño de la plataforma ConstruPro solutions	Utilizar como herramienta la plataforma Wix para poder crear y diseñar la página web donde se eligen las imágenes visuales y tipografía	Del 16 de febrero al 02 de marzo de 2025	Henry Campos
15	Desarrollo del blog ConstruPro Solutions	Desarrollo de un blog informativo que se adjuntara a la página principal	Del 02 de marzo al 05 de marzo de 2025	Henry Campos
16	Pruebas del demo de la página ConstruPro Solutions	Elaboración de pruebas que sean necesarias para optimizar la página web	Del 06 de marzo al 08 de marzo de 2025	Cecilia Hernández
17	Finalización del sitio web	Publicar el sitio web	31 de marzo de 2025	Henry Campos y Cecilia Hernández

Nota: El cuadro representa las distintas actividades que conforman el plan de trabajo de ConstruPro Solutions

3.10 Indicadores de medición

A continuación, se presenta el sistema de medición para el correcto análisis del plan de mercadeo que consiste principalmente en identificar los parámetros KPI (Key Performance Indicador) adecuados para cada acción y posteriormente evaluar bajo los siguientes parámetros de porcentajes:

- **Resultado óptimo:** Es la acción realizada satisfactoriamente con resultados positivos obtenidos mayor al 50%, la cual puede repetirse o ser tomada en cuenta para el siguiente año.
- **Resultado tolerable:** Es la acción realizada con impacto positivo, sin embargo, los resultados no fueron los esperados siendo iguales al 50%. Dichas actividades serán tomadas en cuenta a futuro con planes de mejora.

- **Resultado deficiente:** Acción realizada con un impacto negativo, teniendo como resultado porcentajes menores al 50%. Estas actividades se evaluarán para su continuidad en el plan a futuro.

Tabla 23. Medición estrategia de personalización

ESTRATEGIA	MEDICION (KPIs)	RENDIMIENTO		
		OPTIMO MAYOR AL 50%	TOLERABLE IGUAL AL 50%	DEFICIENTE MENOR AL 50%
ESTRATEGIA 1 Estrategia de personalización.				
TACTICA 1. Aplicación de medios digitales				
Aplicación de medios digitales: Uso de la plataforma de Wix para la creación de la página web de ConstruPro Solutions que proporcione un portafolio de perfiles profesionales.	Nivel de optimización de la página para ofrecer sus servicios			
	Suscripciones a los planes estándar y premium			
	Rendimiento de la plataforma digital en cuanto a velocidad de navegación			
Cumplimiento del diseño de ser intuitivo e interactivo para garantizarse al cliente un uso fácil	Numero de reacciones en las páginas de redes sociales			
	Visitas a la página en un periodo de 30 días			
TACTICA 2: Manual de marca e imagen				
Crear el manual de marca e imagen de ConstruPro Solutions que establezca las reglas y directrices para el Uso correcto de aspectos como: logotipo, colores, tipografías y elementos gráficos.	Nivel de satisfacción de los clientes con respecto a imagen y reconocimiento de marca			
TACTICA 3: Perfiles profesionales				
Creación de perfiles según la opinión y necesidades del cliente donde se	Nivel de desarrollo de perfiles al completar la información requerida			

detallen estudios, contactos, experiencias y trabajos realizados	Numero de perfiles gestionados en un periodo determinado de tiempo			
--	--	--	--	--

Nota: El cuadro representa parámetros en porcentaje para medir el rendimiento de la estrategia de personalización para ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Tabla 24. Medición estrategia de participación.

ESTRATEGIA	MEDICION (KPIs)	RENDIMIENTO		
		OPTIMO MAYOR AL 50%	TOLERABLE IGUAL AL 50%	DEFICIENTE MENOR AL 50%
ESTRATEGIA 2 Estrategia de participación.				
TACTICA 1. Uso de redes sociales				
Creación de perfiles en redes sociales como Facebook e Instagram	Número de usuarios nuevos de la página de Facebook e Instagram			
Compartir contenido que genere interacciones con los usuarios y que promocione los servicios que ofrece ConstruPro Solutions	Numero de visualizaciones de las campañas publicitarias efectuadas en redes sociales			
TACTICA 2: Contratación de personal				
Contratar profesionales de diseño gráfico o comunicadores.	Nivel de académico necesario para obtener el puesto laboral			
Realizar material visual para generar contenido en redes sociales	Número de post realizados en un mes para redes sociales y google Ads			
TACTICA 3: Descuentos por pagos y suscripción				
Ofrecer descuento de bienvenida a aquellos clientes que se suscriban por primera vez	Porcentaje de descuento otorgado a nuevos clientes según mes de suscripción			
Ofrecer descuento a aquellos suscriptores que obtén por pagar seis meses	Porcentaje de ahorro que pueden optar al seleccionar un pago por un periodo de 6 meses			

Nota: El cuadro representa parámetros en porcentaje para medir el rendimiento de la estrategia de participación para ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Tabla 25. Medición estrategia de par en par en comunidades.

ESTRATEGIA	MEDICION (KPIs)	RENDIMIENTO		
		OPTIMO MAYOR AL 50%	TOLERABLE IGUAL AL 50%	DEFICIENTE MENOR AL 50%
ESTRATEGIA 3 Estrategia Par a Par en comunidades (Peer-to-Peer Communities)				
TACTICA 1. Mejorar la experiencia del usuario.				
Conocer al usuario: Realizar encuestas para recolección de datos del usuario e identificar necesidades, experiencias, expectativas.	Numero de encuestados, cuantificación de las necesidades, experiencias y expectativas de la marca			
Diseño intuitivo: Navegación simple, tipografía legible y tamaño adecuado, elementos visuales atractivos	Nivel de aceptación de los usuarios en la página web, preferencias de diseño y tipografía			
Registro fácil: Simplificar el acceso al sitio web	Nivel de satisfacción de los usuarios al ingresar a la plataforma			
TACTICA 2: Asociarse con profesionales del área de ingeniería y arquitectura				
Búsqueda de profesionales: Identificar a ingenieros y arquitectos que este dispuestos a ofrecer sus servicios dentro de la plataforma	Cantidad de profesionales registrados en la plataforma			
Creación de contenido para promocionar en redes sociales y atraer profesionales	Cantidad de publicaciones mensuales que se realizaran para la promoción de plataforma			
TACTICA 3: Programa de recomendaciones				
Crear un programa de recomendaciones	Cantidad de recomendaciones positivas y negativas			
Elegir incentivos o recompensas	Nivel adecuado para poder otorgar incentivos o recompensas según sea el caso			
Determinar los canales adecuados para promocionar el programa	Cantidad de canales establecidos para la promoción de la plataforma			

Nota: El cuadro representa parámetros en porcentaje para medir el rendimiento de la estrategia de par en par en comunidades para ConstruPro Solutions, elaboración propia.

Tabla 26. Medición estrategia de predicciones modeladas.

ESTRATEGIA	MEDICION (KPIs)	RENDIMIENTO		
		OPTIMO MAYOR AL 50%	TOLERABLE IGUAL AL 50%	DEFICIENTE MENOR AL 50%
ESTRATEGIA 4 Estrategia Predictive Modelling o Predicciones modeladas				
TACTICA 1. Creación de contenido				
Desarrollar plan de medios: Planificar las actividades a ejecutar en las redes sociales	Cantidad de actividades según cronograma			
Contenido visual: Diseños atractivos, creación de reels, publicaciones informativas, lograr la atención para generar interacción	Numero de reels, diseños y publicaciones para generar interacción			
Programación consciente y eficaz: Publicar contenido en redes sociales de forma regular	Nivel de promoción durante los primeros meses del lanzamiento de la marca			
TACTICA 2: Medición de datos				
Elección del medio para recolección de datos: Google Analytics	Presupuesto proyectado en Google Analytics			
Creación de cuenta en Google Analytics	Determinar el grado de ayuda al involucrar google Analytics			
Procesamiento de datos y generación de informes	Evaluar la calidad de informes para el procesamiento de datos			
Creación de código de medición JavaScript	Calculo de codificación de medición de Java Scrip			
TACTICA 3: Adaptación de campañas y servicios.				
Analizar información. Identificar patrones, tendencias. Utilizar la información recolectada para tomar decisiones informadas para planificación de campañas y modernización del servicio al cliente.	Evaluar los patrones y tendencias de los usuarios sobre el uso de la plataforma			

Nota: El cuadro representa parámetros en porcentaje para medir el rendimiento de la estrategia de predicciones modeladas para ConstruPro Solutions, elaboración propia.

CONCLUSIONES

ConstruPro Solutions es un modelo de negocio digital que a través de un espacio virtual crea la conexión entre clientes y profesionales en donde los clientes pueden visualizar perfiles profesionales del área de construcción y tienen la oportunidad de comunicarse con ellos contribuyendo a la generación de fuentes de empleo para ingenieros y arquitectos.

Los resultados obtenidos en la investigación de mercado revelan las necesidades del mercado salvadoreño de tener un espacio en donde se puedan tener conexiones e interactuar, un sitio que permita buscar perfiles profesionales según las necesidades de sus proyectos de construcción, donde se pueda visualizar información personal de los profesionales además de visualizar proyectos de construcción realizados por ellos. La aceptación del mercado hacia el uso de nuevas tecnologías que faciliten la comunicación y la aprobación de contratar profesionales con estudios superiores con experiencia muestran apoyo para implementar el proyecto.

La información recolectada le muestra a ConstruPro Solutions la oportunidad de ofrecer sus servicios en el mercado salvadoreño. Además, el modelo para analizar la competitividad de la industria reveló que si bien hay aspectos considerados con poderes de negociación alto estos se pueden enfrentar y aminorarlos. La herramienta para evaluar factores del entorno de ConstruPro Solutions es el análisis PEST el cual destaca aspectos favorables como el uso de las TICs en la población salvadoreña.

La ventaja competitiva se basa en ofrecer un negocio innovador de dos categorías, visualización de información relevante y calidad en el servicio.

RECOMENDACIONES

Recolectar comentarios de los clientes y analizarlos para garantizar la experiencia del usuario además aplicar desarrollo continuo en el sitio web que incluya navegación intuitiva, contenido interactivo y proveer perfiles profesionales según las necesidades de los clientes.

Realizar estudios para conocer la opinión del cliente acerca de que otras prestaciones adicionales del área de construcción ofrecer para aumentar la participación en el mercado.

Invertir en la creación de estrategias de marketing digital para atraer al público objetivo. Incluyendo marketing de contenidos, publicidad en redes sociales, además incluir dentro del público objetivo a salvadoreños en el exterior.

Ampliar la disponibilidad de ConstruPro Solutions en todo El Salvador, de forma que manera que se pueda ofrecer a los 14 departamentos para que los profesionales tengan la oportunidad de ser parte del proyecto, esto también ayuda a los usuarios a encontrar más opciones

Ofrecer a los profesionales y usuarios de la página un soporte personalizado y continuo que se sirva para solventar las dudas que se enfrentan a la hora de gestionar la página o realizar un registro en la plataforma.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Campos, E. C. (2019). *Centro de innovacion y creatividad empresarial*. Peru.

CECAR, J. L. (2015). *Enfoques, Teorías y Perspectivas*. Lima: Investigacion.

FINANZAS, E. Y. (Nov de 2020). *Friedrich-Ebert*. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fesamcentral/17052.pdf>

Hernández-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana.

Industrias, C. (2024). *Diseño Industrial*. Londres.

Kotler y Keller. (2006). *Dirección del marketing*. PEARSON EDUCACIÓN.

Kotler, P. (2021). *Marketing 5.0 Tecnología para la humanidad*.

McCarthy, J. (1964). *Marketing básico: un enfoque global y gerencial*. Richard D, Irwin, Homewood.

Philip Kloter, G. A. (2012). *Marketing*.

Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*.

Somalo. (2020). *Modelo de Negocios Digitales*.

Tamara Bravo Paniagua, S. V. (s.f.). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: cuestionarios*.
<https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A355.pdf>.

Tamayo, M. T. (2003). *El proceso de la investigación científica*.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso_de_la_investigacion_cientifica_Mario_Tamayo.pdf.

Tamayo, M. T. (2014). *El proceso de la investigación científica*. LIMUSA S.A. de C.V.

Revistas

School, M. E. (2019). *La Ingeniería*. Bogota: Revista Digital .

Periódicos

FARO, E. (2024). *EL FARO* . Obtenido de <https://elfaro.net/es/202303/columnas/26787/el-regreso-de-la-mineria-metalica-no-ofrece-futuro-para-el-salvador>

La Prensa Gráfica. (2024). Obtenido de <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Desde-restaurantes-hasta-hoteles-Estas-son-las-empresas-que-abriran-proximamente-en-el-Centro-Historico-de-San-Salvador-20241003-0017.html>

LPG. (2024). *Periodico Digital LPG*. Obtenido de <https://www.laprensagrafica.com/economia/El-Salvador-tendra-en-2025-un-instituto-especializado-en-ingenierias-sabes-sobre-esta-iniciativa-20241112-0089.html>

News, B. (2023). *BBC News*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/articles/cq5e23nvx0yo>

Documentos web

Jaworski, B., Lutz, R., Marshall, G., Price, L., & Varadarajan, R. (2017). *American Marketing Association*. Obtenido de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

AMA. (s.f.). *American Marketing Association* . Obtenido de <https://www.ama.org/what-is-digital-marketing/>

Aquiles, G. (s.f.). Obtenido de <https://blogs.iadb.org/agua/es/muchos-ingenieros-y-a-veces-poca-ingenieria->

- chain, b. (2023). *Blockchain*. Obtenido de <https://www.blockchainsummit.la/el-salvador-elimina-impuestos-a-la-innovacion-tecnologica/>
- Comunicación, F. d. (s.f.). *Universidad El Bosque*. Obtenido de <https://www.unbosque.edu.co/blog-universidad-el-bosque/que-es-un-arquitecto-y-que-hace>
- Coppola, M. (s.f.). *Blog de Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web>
- Coppola, M. (s.f.). *Blog de Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web>
- Dealhub*. (2024). Obtenido de <https://dealhub.io/glossary/digital-business-models/#:~:text=Los%20modelos%20de%20negocio%20digitales%20son%20aquellos%20que%20permiten%20a,necesidad%20de%20una%20presencia%20f%C3%ADsica.>
- Dosdoce.com. (s.f.). *Nuevos Modelos de Negocio en la Era Digital*.
- Europea, U. (2022). *Universidad Europea*. Obtenido de <https://universidadeuropea.com/blog/que-hace-arquitecto/>
- FINANZAS, E. Y. (Nov de 2020). *Friedrich-Ebert*. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fesamcentral/17052.pdf>
- FUNDEMAS. (Diciembre de 2024). *FUNDEMAS ORG*. Obtenido de <https://fundemas.org/>
- Govoni, N. D. (2018). *El Diccionario Universal de Marketing*. Obtenido de <https://marketing-dictionary.org/d/digital-marketing/>
- HubSpot*. (2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/website/hosting>
- HubSpot*. (Diciembre de 2024). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web>
- Industrias, C. (2024). *Diseño Industrial*. Londres.
- Infotrade*. (2006). Obtenido de <http://infotrade.minec.gob.sv/wp-content/uploads/ley-marcas.pdf>

Ingenieria de Calidad . (s.f.). Obtenido de <https://www.ingenieriadecalidad.com/2020/04/que-es-muestreo.html>

Invest in El Salvador . (2024). Obtenido de <https://investinelsalvador.gob.sv/es/construction-sector-in-el-salvador-projected-to-grow-18-by-2024/>

Invest in El Salvador. (2023). Obtenido de <https://investinelsalvador.gob.sv/es/proximity-to-key-markets/>

Islas, D. S. (2024). *WixBlog*. Obtenido de <https://es.wix.com/blog/que-es-un-sitio-web>

jurídico, D. p. (2023). *Diccionario panhispánico del español jurídico*. Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/arquitecto-t%C3%A9cnico>

Legislativa, A. (1970). Obtenido de https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072920482_archivo_documento_legislativo.pdf

Legislativa, A. (10 de Febrero de 2020). *Asamblea Legislativa*. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/BAA0E931-E117-487D-8900-A1D9876D5FBE.pdf>

LEGISLATIVA, A. (2023). *Asamblea.gob.* Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/node/12756>

Legislativa, A. (2024). Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/7A4FBD85-7E1B-46BE-9408-6FC549E53E00.pdf>

Legislativa., A. (2024). *Asamblea Legislativa*. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/dictámenes/F0E0B75B-7A51-4B4A-95C3-96615BF75FD6.pdf>

- Lifting group*. (s.f.). Obtenido de <https://www.liftinggroup.com/expertise/modelos-de-negocio-digitales-exitosos-fundamentos/>
- Milenium*. (2025). Obtenido de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>
- Mordor Intelligence* . (s.f.). Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/el-salvador-construction-market/market-size>
- Norte, U. P. (01 de Abril de 2024). Obtenido de <https://blogs.upn.edu.pe/empleabilidad/que-es-el-perfil-profesional>
- Peiró, R. (2019). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/hosting.html>
- Quiroa, M. (01 de Noviembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Reserva, B. C. (2023). *Encuesta de hogares de propósitos múltiple*.
- Reserva, B. C. (2024). *Censo de Población y Vivienda 2024*. Obtenido de <https://geoportal.bcr.gob.sv/pages/tics>
- Stepanets, A. (16 de Octubre de 2024). *GANTTPRO*. Obtenido de <https://blog.ganttpro.com/es/gerencia-administracion-de-proyectos-de-construccion/>
- Turismo, M. d. (Enero de 2024). Obtenido de <https://www.oepm.es/es/disenios/como-proteger-los-disenios/conceptos-basicos/que-son-los-disenios-industriales/>
- V., M. (2023). *LinkedIn*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-un-perfil-profesional-y-debes-incluir-marlene-v-/>
- WASC, C. d. (2024). *Carrera de Diseño Industrial*. Obtenido de <https://pregrado.upc.edu.pe/facultad-de-disenio/disenio-industrial/>

DISTINTIVO:		Construpro Solutions							
Clase: 36,37									
Presentación	Fecha Sol. Ins.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo%P	
20110146813	20/01/2011	ST94	00113	00204	07/01/2013--		MELENDEZ MULATO Y COMPAÑIA	M01 39	
Distintivo	2011106870	IMMOBILIARE REAL ESTATES SOLUTIONS							
Clase: 36,37,45									
Presentación	Fecha Sol. Ins.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo%P	
20180269872	05/06/2018	ST200	--	--	--	--	CONSULTORES LEGALES SALVADOREÑOS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CONSULEG, S.A. DE C.V.	M01 47	
Distintivo	2018169384	CONSTRULEGAL							
20170252694	05/06/2017	ST200	--	--	--	--	CONSULTORES LEGALES SALVADOREÑOS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CONSULEG, S.A. DE C.V.	47	
Distintivo	2017161206	CONSTRULEGAL						M01	

Anexo 2: Pagina de inicio de ConstrPro Solutions.

El inicio se compone por el nombre de ConstrPro Solutions y seguidamente del slogan “creamos el espacio para que construyas tu futuro” haciendo referencia a que hemos creado un espacio virtual donde profesionales podran proyectar sus perfiles y los clientes tengan la oportunidad de visualizar sus perfiles y comunicarse con ellos. Tambien se encuentran 5 botones que facilitan el recorrido en el sitio web, tenemos los botones de servicios, proyectos, contacto, programa de referencias, contacto por WhatsApp.



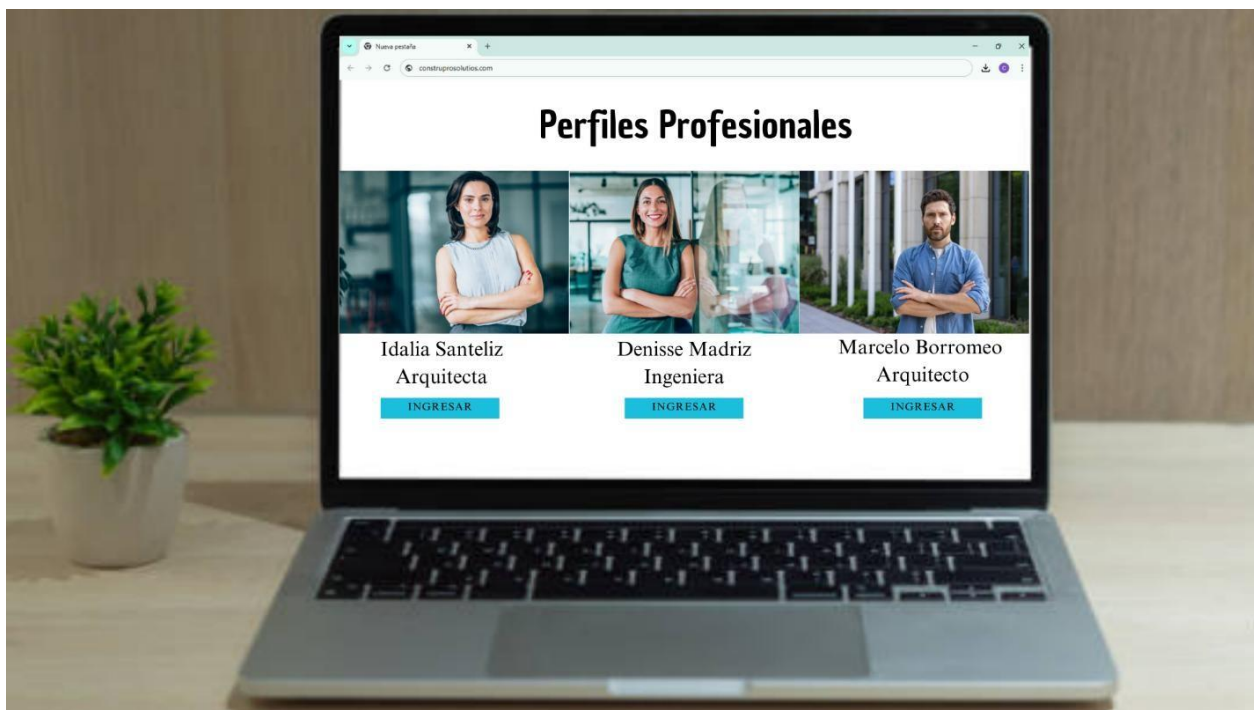
Anexo 3: Pestaña sobre ConstruPro Solutions.

En esta sección se encuentra una breve reseña acerca de ConstruPro Solutions.



Anexo 4: Pestaña de portafolio de profesionales.

En esta sección se encuentra el perfil profesional de ingenieros y arquitectos que formán parte de la comunidad de ConstruPro Solutions.



Anexo 5: Manual de marca.



Perfil de marca

ConstruPro Solutions es un sitio web que establece un medio de conexión entre clientes y profesionales.

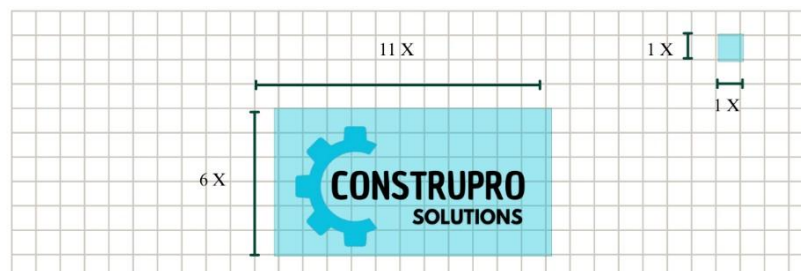
Es un sitio web con diseño intuitivo e interactivo con portafolios profesionales adaptados a las necesidades del cliente.

El sitio web ofrece a los profesionales la oportunidad de ser contratados y a los clientes a realizar sus proyectos de construcción.

Logotipo









Retícula de construcción



Área de protección



Paleta de color

					
RGB(2, 2, 2)	RGB(194, 250, 252)	RGB(27, 191, 221)	RGB(109, 109, 109)	RGB(25, 73, 148)	RGB(14, 194, 217)
#020202	#C2FAFC	#1BBFDD	#6D6D6D	#194994	#0EC2D9
HSL(0,0%,1%)	HSL(182,91%,87%)	HSL(189,78%,49%)	HSL(0,0%,43%)	HSL(217,71%,34%)	HSL(187,88%,45%)



**Fuentes
tipográficas**

TÍTULOS

Chau Philomene

**AaBbCcDdEeF f
G H I J K LMNOPQR**

STUVWXYZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

€ ¢ \$ % { } ! * ° " ; .

**Fuentes
tipográficas**

TEXTO

Times New Roman

**AaBbCcDdEeF f
G H I J K LMNOPQR**

STUVWXYZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

& @ \$ % { } ! * ° " ; .

Papelería

TARJETAS DE PRESENTACIÓN



Papelería

HOJA MEMBRETADA



Uniforme



MANUAL DE MARCA


APLICACIONES 13

Firma digital



Nombre Apellido

PUESTO EMPRESA

 Tel. (503) 61160207

www.construpro solutions.com

MANUAL DE MARCA

APLICACIONES 14

Anexo 6: Cuestionario

En el siguiente formulario se le realizarán preguntas con la finalidad de obtener información acerca de su opinión sobre el lanzamiento de una herramienta digital creada para conectar a clientes con profesionales a través de la visualización de perfiles profesionales de ingenieros y arquitectos.

Indicaciones: Lea cuidadosamente y seleccione la alternativa que crea conveniente.

SECCIÓN 1: DATOS GENERALES.

Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 35 años
- 35 a 50 años
- 51 años en adelante

Sexo

- Masculino
- Femenino

¿De dónde provienen sus ingresos?

- Empleado/a
- Emprendedor/a
- Propietario/a
- Recibo remesa

Nivel de ingresos mensuales:

- \$1.00 a \$300.00
- \$301.00 a \$600.00
- \$600.00 a \$1,000.00
- \$1,001.00 o más.

SECCIÓN 2: PERSPECTIVA SOBRE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE INTERIORES

1. ¿Alguna vez ha tenido la necesidad de buscar una página en línea sobre servicios de ingeniería, diseño de interiores o arquitectura para la elaboración de planos de construcción?

- Si
- No

2. ¿Qué lo motivaría a buscar en línea servicios profesionales de ingenieros o arquitectos para el diseño de en proyectos personales?

- No conozco a nadie de mi círculo social que se relacione en esas áreas.
- Confió en que podría encontrar excelentes opciones en una página web.
- Es más fácil encontrar información en línea.
- Puedo elegir más opciones y revisar mejores perfiles.

3. ¿Estarías interesado/a en un sitio web dedicado a la presentación de perfiles profesionales en el área de ingeniería y arquitectura?

- Si

No

4. ¿Qué perfil profesional deben tener los perfiles mostrados en la página web?

- Estudiantes de ingeniería y arquitectura.
- Ingenieros y arquitectos sin experiencia.
- Ingenieros y arquitectos con experiencia.
- Personas con experiencia, pero sin títulos que los respalden.

5. ¿Qué criterios considera importantes en los profesionales en el área de ingeniería y arquitectura?

- Creatividad.
- Conocimiento de tendencias.
- Conocimientos técnicos.
- Dedicación y empeño en la ejecución de planos.
- Uso de nuevas herramientas digitales y tecnológicas.
- Contactos con proveedores.

6. ¿Ha utilizado algún sitio web relacionado a la contratación de profesionales del área de diseño, ingeniería o arquitectura?

- Si
- No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue “Si” Mencione el nombre del sitio web.

Si su respuesta a la pregunta anterior fue “No” Seleccione ¿Cuál fue el motivo por el cual no ha utilizado un sitio web para la contratación de profesionales?

- Porque no existe un sitio web para la contratación de personal en ese rubro.
- No me ha interesado buscar este tipo de sitios web.
- He buscado información, pero no he encontrado.
- Desconozco de que exista un sitio web en el país de que realice esa función.

7. ¿Cuál creería que debe ser el objetivo de usar herramienta digital de diseño, ingeniería y arquitectura?

- Encontrar fácilmente información sobre perfiles profesionales.
- Visualizar portafolios.
- Comunicarme eficazmente con ellos.
- Contratar al profesional según las necesidades de mi proyecto de construcción.
- Que el profesional trabaje con en colaboración con otros profesionales y que tenga contacto con proveedores.

8. ¿Qué es lo que debe tener un sitio web para mantenerte navegando en él?

- Presentar un buen diseño y ser funcional.
- Fácil de navegar y optima velocidad.
- Cumplimiento de los protocolos de seguridad.
- Ofrezca un portafolio atractivo de perfiles profesionales.
- Que ofrezca información clara y real de lo buscado.

9. ¿Cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar por acceder al sitio web?**Seleccione un rango:**

- \$0.99 - \$9.99
- \$10.00 - \$24.99
- \$25.00 - 49.99
- \$50.00 o más

Anexo 7: Formato para entrevista a profesionales del área de construcción.

Objetivo. Estudiar las variables que componen las aplicaciones digitales en El Salvador para la valoración de la viabilidad del desarrollo e implementación de una infraestructura digital que permita a profesionales de ingeniería y arquitectura ofrecer sus servicios profesionales a la población salvadoreña.

SECCIÓN 1: DATOS PERSONALES**Nombre:****Profesión:****Experiencia:****Contacto:****SECCIÓN 2: ENTREVISTA**

- 1. ¿Actualmente por qué medio de comunicación solicitan los clientes tus servicios profesionales?**
- 2. ¿En qué medios digitales ha promocionado sus servicios profesionales?**
- 3. ¿Estarías dispuesto a ofrecer tus servicios profesionales en un sitio web dedicada a la creación de perfiles profesionales?**

4. **¿Qué aspectos consideras que afectan la promoción tus servicios profesionales?**
5. **¿Qué características consideras esenciales destacar para una plataforma donde puedas mostrar tu perfil laboral?**
6. **¿Qué tan importante considera la visibilidad de su perfil, ante empresas o personas que buscan profesionales en su área y en proyectos específicos?**
7. **¿Qué opinas sobre la posibilidad de acceder a un servicio personalizado que mejore la visibilidad de su perfil en la plataforma, como por ejemplo destacarte en búsquedas, redes sociales y promocionar sus servicios?**
8. **¿Estarías dispuesto a pagar adicionalmente porque se te realice publicidad dentro del sitio web?**

Anexo 8: Encuesta de usabilidad del sitio web.



CONSTRUPRO
SOLUTIONS

Encuesta de usabilidad del sitio web.

Nombre:

Edad:

Número de contacto:

Gmail:

Genero: **Mujer** **Hombre**

¿Te gustó el diseño del sitio web?

Si **No**

¿Pudiste diferenciar los enlaces fácilmente?

Sí **No**

¿Te resultaron útiles las imágenes del sitio web?

Sí No

¿Cómo fue la experiencia con nuestra web en tu smartphone?

Excelente Buena Promedio Mala Muy mala

¿El sitio web se mostró bien en su navegador?

Sí No

¿Qué te gusta de nuestro sitio web actual?

¿Qué te gustaría ver en nuestro nuevo sitio web?

¿Le pareció relevante el contenido del sitio web?

¿Enfrentó algún desafío al utilizar nuestro sitio web?

¿Tiene alguna sugerencia o comentario?

Gracias por tomarte el tiempo de completar la encuesta de usabilidad de nuestro sitio web.

Tu comentario nos ayudara a mejorar nuestro servicio.

Anexo 9: Cotización computadora.

la curacao


¿Qué está buscando?

Mi Cuenta Entrar / Registrarse Mi carrito

CATEGORÍAS Promociones TV y video Telefonía Línea blanca Muebles Computación Pago de cuota

Inicio > Laptop HP 16GB M.2 512GB 15.6" Plateado 15EH3002LA

- 24%



HP
Laptop HP 16GB M.2 512GB 15.6" Plateado 15EH3002LA
EN STOCK | UPC 467508000015

~~\$1,149.00~~
\$869.00

AGREGAR AL CARRITO

COMPRAR POR WHATSAPP

Favoritos

¡Escribenos!

Anexo 10: Cotización celular.

- 43%






Apple
Celular Apple iPhone 13 128 GB 6.1" Midnight
EN STOCK | UPC 462471800013

~~\$1,099.00~~
\$629.00

¡Escribenos!

Anexo 11: Cotización silla ejecutiva.


El Salvador

EPA

Soyapango

Productos **▼** Tiendas **▼** Ideas **▼** Promociones **▼** Folleto Nuevos Los más buscados Únete al equipo [Iniciar Sesión](#)

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Muebles y organización](#) / [Oficina](#) / [Sillas](#) / **Silla ejecutiva negra (59 x 58 x 93) cm**



Silla ejecutiva negra (59 x 58 x 93) cm

\$ 109

Saporta: 330lb
Código: SV-0926072
Servicio disponible *

-- Por favor Seleccione --

Cantidad **Agregar**

Producto disponible **▼**

Detalles Más información Garantía

Anexo 12: Cotización escritorio expandible.

El Salvador

EPA

Soyapango

Productos **▼** Tiendas **▼** Ideas **▼** Promociones **▼** Folleto Nuevos Los más buscados Únete al equipo [Iniciar Sesión](#)

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Muebles y organización](#) / [Oficina](#) / [Escritorios](#) / **Escritorio expandible Alfie de melamina fresno - wengue (72.5 x 120 x 51) cm**



Escritorio expandible Alfie de melamina fresno - wengue (72.5 x 120 x 51) cm

\$ 159

Código: SV-0910130
Servicio disponible *

-- Por favor Seleccione --

Anexo 13: Cotización escritorio.


El Salvador

EPA

Soyapango

Productos Tiendas Ideas Promociones Folleto Nuevos Los más buscados Únete al equipo [Iniciar Sesión](#)

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Muebles y organización](#) / [Oficina](#) / [Escritorios](#) / [Escritorio Oviedo cañac \(120 x 73 x 60\) cm](#)



**Escritorio Oviedo cañac
(120 x 73 x 60) cm**

Oportunidad

\$59

\$79
120 x 73 x 60cm
Desde 19/3/2025 hasta 06/4/2025
Código: SV-0910095
Servicio disponible *

-- Por favor Seleccione --

Anexo 14: Cotización silla juvenil.


El Salvador

EPA

Soyapango

Productos Tiendas Ideas Promociones Folleto Nuevos Los más buscados Únete al equipo [Iniciar Sesión](#)

[Inicio](#) / [Productos](#) / [Muebles y organización](#) / [Oficina](#) / [Sillas](#) / [Silla juvenil de tela negra base plástica](#)



**Silla juvenil de tela negra
base plástica**

\$39

Soporta 70 kg (154 lb).
Código: SV-0926029
Servicio disponible *

-- Por favor Seleccione --

Cantidad **Agregar**

Anexo 15: Cotización Microsoft Office.

Office DEPOT *Buscar por categoría, producto o marca

Mis productos \$0.00

Categorías Ubicar tienda > Veritas Corporativas >

Categoría > Todas > Cómputo > Software > MICROSOFT OFFICE 365 6PCS

MICROSOFT OFFICE 365 6PCS
SKU: 1302000029

Precio exclusivo online:
\$79.99

Cantidad: 1

[Comprar y recoger en tienda](#)

Características Métodos de pago Comentarios

Anexo 16: Cotización Wix

50% DE DESCUENTO	50% DE DESCUENTO	50% DE DESCUENTO	
<p>Business Elite Para optimizar y llevar tu negocio al siguiente nivel</p> <p>US\$ 24 /mes 48,00 US\$</p> <p>Elegir</p> <p>100 colaboradores</p> <p>Espacio de almacenamiento ilimitado</p> <p>Paquete de marketing avanzado</p> <p>Dominio gratis por 1 año 📅</p> <p>Aceptar pagos</p> <p>eCommerce avanzado</p> <p>Plataforma avanzada para desarrolladores</p>	<p>Business Para expandir y hacer crecer tu marca</p> <p>US\$ 13.50 /mes 27,00 US\$</p> <p>Elegir</p> <p>10 colaboradores</p> <p>100 GB de espacio de almacenamiento</p> <p>Paquete de marketing estándar</p> <p>Dominio gratis por 1 año 📅</p> <p>Aceptar pagos</p> <p>eCommerce estándar</p>	<p>Core Para interactuar con tu audiencia</p> <p>US\$ 7 /mes 14,00 US\$</p> <p>Elegir</p> <p>5 colaboradores</p> <p>50 GB de espacio de almacenamiento</p> <p>Paquete de marketing esencial</p> <p>Dominio gratis por 1 año 📅</p> <p>Aceptar pagos</p> <p>eCommerce esencial</p>	<p>Light Para obtener las funciones esenciales</p> <p>US\$ 9 /mes</p> <p>Elegir</p> <p>2 colaboradores</p> <p>2 GB de espacio de almacenamiento</p> <p>Paquete de marketing básico</p> <p>Dominio gratis por 1 año 📅</p>