

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



PROYECTO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD DE
ESPECIALIZACIÓN: MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: PURA DIVERSIÓN

PRESENTADO POR:

NOMBRE	CÓDIGO
TREJO MARTÍNEZ, MÓNICA ABIGAIL	L10803
QUINTANILLA LÓPEZ, RAQUEL ABIGAIL	L10803

SEPTIEMBRE 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Ing. Juan Rosa Quintanilla Quintanilla
Vicerrectora Académica: Dra. Evelyn Beatriz Farfán
Secretario General: Lic. Pedro Rosalío Escobar Castaneda

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: Licda. Celina Amaya de Calderón
Secretario: Lic. Pedro Javier Rivas Mejía
Coordinador General de Procesos de Graduación: Maf. Ronald Edgardo Gálvez Rivera

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

Coordinador de Escuela: Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Coordinador de Procesos de Graduación: MSc. Edwin David Arias Mancía
Docente Asesor: Lic. José Gerardo Jandres Jandres
Tribunal Evaluador: Lic. José Gerardo Jandres Jandres
MSc. Edwin Iván Pastore Chávez
Lic. Oscar José Amaya Sánchez

SEPTIEMBRE 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Mi corazón se llena de gratitud ante Dios porque es Él quien me ha permitido llegar a esta meta, agradezco a mis padres, mi hermano por siempre creer en mí y no dejar que renunciara, a mi novio por siempre motivarme a cumplir mis sueños y mostrarme que los caminos difíciles forman personas fuertes, a los Catedráticos que cuando salía tarde del trabajo y llegaba tarde a la clase me cerraron la puerta y no me dejaron entrar, ellos me ayudaron a no desistir ante los días malos, pero también agradezco a los Licenciados que me mostraron su empatía y apoyo porque ellos me inspiraban a seguir en la lucha; también quiero agradecer a mi yo del pasado: gracias porque nunca te rendiste aún ante madrugadas donde los buses no nos paraban cuando íbamos a la U solo con el pasaje, con esperanzas de encontrar en el camino algunas monedas y poder comprar algo de comer, aun cuando después del trabajo y con cansancio regresabas a la U y en las noches nos dejaba el bus y no podíamos volver a casa y tocaba caminar, ahora puedo abrazarte y decirte: ¡lo logramos!

Mónica Martínez

Agradezco a Dios por darme vida, fuerza de voluntad y la sabiduría necesaria para lograr terminar esta etapa, una de las más importantes de mi vida, a mi padre por todo su esfuerzo a lo largo de mi preparación académica, a mi madre que siempre ha sido mi apoyo incondicional, a mi hermana por su apoyo y amor infinito, a mis amigas Ruth Lazo por creer en mí y ser una de mis mayores fuentes de motivación y Yormi Pérez por ayudarme y estar para mí siempre que lo he necesitado, al docente asesor Lic. Gerardo Jandres por guiarme con paciencia en este proceso y motivarme en todo momento a seguir adelante, a los compañeros que en algún momento me brindaron su ayuda en estos años de estudio, a todos los docentes que tuve a lo largo de la carrera que con sus enseñanzas contribuyeron en mi formación profesional, a todos ustedes, gracias.

Abigail Quintanilla

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Antecedentes	4
1.1.2 Descripción	11
1.1.3 Formulaciones	11
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1 Geográfica y temporal	13
1.2.2 Teórica	13
1.3. MARCO TEÓRICO	15
1.3.1 Histórico	15
1.3.2 Conceptual	17
1.3.3 Legal	24
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.1.1 Generalidades	27
2.1.2 Método	28
2.1.3 Enfoque	28
2.1.4 Universo	29
2.1.5 Población	29
2.1.6 Muestra	30
2.1.7 Técnicas de investigación	31
2.1.8 Instrumento de investigación	32
2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	32
2.2.1 FODA cruzado	32
2.2.2 Desarrollo de cinco fuerzas de Michael Porter	34
2.2.3 Desarrollo de PEST	35
2.3. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	36
2.4. LIENZO CANVAS	38
CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: PURA DIVERSIÓN	38

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	39
3.2 MARCO ESTRATÉGICO	40
3.2.1 Misión	40
3.2.2 Visión	40
3.2.3 Valores	41
3.2.4 Objetivos	41
3.2.5 Metas	42
3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	42
3.4 VENTAJA COMPETITIVA	50
3.5 PLAN ORGANIZACIONAL	50
a.Estructura organizativa del negocio	51
b.Organización de gestión y Recursos Humanos	51
c.Proceso administrativo	53
d.Identificación y características de proveedores	54
3.6 PLAN DE MERCADEO	55
a.Resultados de la investigación de mercado	55
i.Resultados de la investigación cuantitativa	55
ii.Resultados de la investigación cualitativa	56
b. Marketing Mix Digital	57
3.7 PLAN DE VENTAS	65
a. Ciclo de Ventas	65
b. Proyección de ventas	67
PLAN FINANCIERO	71
a.Plan de inversión	71
b. Estructura de costos	73
c. Flujo de efectivo	75
d. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio	76
e. Estado de Resultados Proyectado	80
PLAN DE TRABAJO	82
INDICADORES DE MEDICIÓN	83
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	87

BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Síntomas de depresión reportados durante la cuarentena por Covid-19	2
Figura 2. Incremento de atenciones de salud mental	3
Figura 3. Usuarios de internet móvil en El Salvador	5
Figura 4. Comportamiento del consumo de internet previo a la pandemia de Covid-19	7
Figura 5. Comportamiento del consumo de internet durante la pandemia de Covid-19	8
Figura 6. Promedio de horas diarias dedicadas a las redes sociales	9
Figura 7. Comportamiento del consumo de redes sociales durante la pandemia de Covid-19	10
Figura 8. Descripción del juego	44
Figura 9. Descripción del juego	45
Figura 10. Duelo súbito	46
Figura 11. Tabla de posiciones	48
Figura 12. Estructura organizativa del negocio	51
Figura 13. Logo de Pura Diversión	59
Figura 14. Variaciones permitidas de la imagen corporativa	59
Figura 15. Key Visual de Pura Diversión	60
Figura 16. Adaptación del Key Visual para redes sociales	61
Figura 17. Ciclo de venta para el modelo de negocio Pura Diversión	65
Figura 18. Gráfica ingreso de equilibrio	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Marco legal y regulatorio vigente	25
Tabla N° 2. FODA cruzado	33
Tabla N° 3. PEST	35
Tabla N° 4. Lienzo CANVAS	38
Tabla N° 5. Descripción de los productos o servicios	42
Tabla N° 6 Organización de gestión y Recursos Humanos	51
Tabla N° 7. Identificación y características de proveedores	54
Tabla N° 8. Análisis de la competencia	58

Tabla N° 9. Plan de medios	61
Tabla N° 10. Las 4 P`s	62
Tabla N° 11. Estrategias de Marketing	63
Tabla N° 12. Proyección de ventas en unidades para el primer año	69
Tabla N° 13. Proyección de ventas en dólares para el primer año	69
Tabla N° 14. Proyección de ventas en unidades, del segundo al quinto año	70
Tabla N° 15. Proyección de ventas en dólares, del segundo al quinto año	70
Tabla N° 16. Supuestos de inversión	71
Tabla N° 17. Amortización de préstamo	72
Tabla N° 18. Cuota de préstamo y depreciación	73
Tabla N° 19. Costos brutos por cada plan.	73
Tabla N° 20. Costos brutos estimados, del primer al quinto año.	74
Tabla N° 21. Costo del personal	74
Tabla N° 22 Otros costos y gastos	74
Tabla N° 23. Flujo de caja proyectado del inversionista para el primer año	75
Tabla N° 24. Flujo de caja proyectado del inversionista del segundo al quinto año	75
Tabla N° 25. Cálculo de rentabilidad proyectada	77
Tabla N° 26. Reintegro de inversión	77
Tabla N° 27. Punto de Equilibrio	78
Tabla N° 28. Ingresos de equilibrio del primer al quinto año	79
Tabla N° 29. Estado de Resultados Proyectado para el primer año	80
Tabla N° 30. Estado de Resultados Proyectado del segundo al quinto año	81
Tabla N° 31. Plan de trabajo	82

RESUMEN EJECUTIVO

La sociedad salvadoreña se vio afectada por las drásticas medidas adoptadas por las autoridades competentes para evitar la propagación de la pandemia ocasionada por el virus SARS-CoVf-2 (COVID-19). El aislamiento social provocó en las personas cuadros de estrés, ansiedad, depresión e incluso conductas de irritabilidad; sin embargo, impulsó el uso de redes sociales y aplicaciones móviles, que se constituyeron en importantes medios de recreación y distracción.

Este paradigma, generó espacios para desarrollar nuevos modelos de negocios digitales, que ofrezcan a la población la oportunidad de liberar el estrés a través del uso de aplicaciones móviles y que proporcionen la posibilidad de generar ingresos a los usuarios al acertar con los resultados de partidos de fútbol de la liga española. Con el objetivo de evaluar la factibilidad de este proyecto, se realizó un estudio de mercado que permitió establecer el nivel de aceptación que tendría esta aplicación móvil en los habitantes del distrito de San Salvador. Además, se desarrolló un análisis de contexto, para identificar la situación que debería afrontar la aplicación móvil. Los resultados de los estudios de mercado, determinaron que existe la factibilidad técnica y potencial económico para el desarrollo de la aplicación móvil, al determinar un buen nivel de aceptación de los usuarios. De manera consecuente, se realizó un lienzo Canvas, con el objetivo de sistematizar los aspectos esenciales del modelo de negocio.

Con la finalidad de aprovechar la viabilidad para el desarrollo de la aplicación móvil, se elaboró un plan de negocios, donde se estableció el nombre de Pura Diversión, que contempló un marco estratégico, descripción de servicios ofertados, plan de negocios, plan de marketing digital, plan de ventas y plan financiero, que responden a los resultados obtenidos de la investigación de mercado.

INTRODUCCIÓN

Los padecimientos de estrés son muy comunes en la sociedad actual, la mayoría de personas en algún momento de su vida experimentan episodios de estrés, causado sobre todo por situaciones laborales, emocionales, económicas y sociales. A pesar de lo común de este padecimiento, el no prestarle la debida atención puede desencadenar en problemas más serios como los trastornos de ansiedad y depresión.

Una investigación llevada a cabo por la Universidad Tecnológica de El Salvador confirma que la crisis sanitaria por Covid-19 propició la aparición de problemas de salud mental y los agudizó en personas que ya sufrían estos padecimientos, debido al cambio radical que representó la pandemia en la vida de todas las personas, siendo una de las medidas más drásticas el aislamiento domiciliar obligatorio, que contribuyó grandemente en el aumento de estrés, ansiedad y depresión, asimismo según estudios realizados por la escuela de comunicación Mónica Herrera y la Universidad José Simeón Cañas en este periodo aumentó el uso de medios digitales como forma de comunicación, información y entretenimiento. Por tales motivos y debido a que la Ley Orgánica de la Lotería Nacional de Beneficencia faculta autorizar a terceros para ser operadores de juegos y pronósticos deportivos, se identificó la oportunidad de crear un modelo de negocio basado en el desarrollo de una aplicación móvil de pronósticos deportivos sobre la liga de fútbol española, que proporcione un espacio de esparcimiento a la población y les permita ganar premios al acertar con los resultados. Para evaluar el nivel de aceptación de este modelo de negocio se llevó a cabo un estudio de mercado fundamentado en el método deductivo, con enfoque mixto, utilizando encuesta y entrevista como herramientas de recolección de datos, de los cuales se presentan los resultados que validan la puesta en marcha del presente modelo de negocio.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se presenta la información recopilada de la investigación teórica realizada en torno al problema social para el cual se desarrolló como alternativa el modelo de negocio, se detallan los antecedentes, descripción y delimitación del problema y las bases teóricas y legales que amparan el desarrollo del modelo de negocio digital.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cuando el país se vio afectado a causa de la pandemia por el virus SARS-CoV-2 (COVID-19) a inicios del año 2020, se tomaron medidas drásticas por parte de las autoridades competentes para evitar su propagación, siendo la más importante, el aislamiento domiciliar de las familias. La prohibición de salir de los hogares, provocó en las personas estrés, ansiedad, depresión e incluso conductas de irritabilidad de las que algunas personas todavía mantienen consecuencias. Por otra parte, aunque las redes sociales ya formaban parte de la vida de las personas, la pandemia potenció el uso de plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, las cuales hoy en día se han convertido en un medio de recreación y distracción como parte de la nueva normalidad para evitar el aburrimiento o simplemente relajarse.

La rutina de miles de salvadoreños mayores de 18 años incluye jornadas de trabajo desde tempranas horas del día hasta la noche, debiendo soportar el tráfico vehicular, madrugar para llevar a sus hijos al colegio y la constante presión laboral; además, tuvieron que enfrentarse a la limitación de su vida social y fueron las redes sociales la alternativa más popular para entretenerse y/o desahogar sus problemas emocionales y psicosociales, no obteniendo ningún tipo de ganancia en dicho proceso.

Una investigación realizada por la Universidad Tecnológica de El Salvador, plantea que la pandemia potenció la aparición de alteraciones en la salud mental de las personas como el

estrés, ansiedad y depresión y agudizó estos problemas en personas que ya tenían esta patología debido al cambio drástico al que se vio expuesta la población, que de un momento a otro pasó de tener una vida normal a tener que acostumbrarse a empezar a poner en práctica ciertas medidas de higiene que tenían como finalidad evitar la propagación del virus tales como el uso de alcohol en todo momento, el distanciamiento social, e incluso medidas extremas como bañarse al llegar a casa, toda esta rutina representó un cambio radical que generó estrés en las personas.

Como se mencionó antes, los grandes protagonistas de la pandemia fueron las diversas redes sociales, sin embargo estas no fueron utilizadas solamente como medios de entretenimiento sino también como medios de información, que en su mayoría estaba cargada de noticias desalentadoras sobre lo que sucedía alrededor del mundo, lo que también se sumó a desequilibrar la mentalidad de las personas, infundiéndole en ellas el miedo al contagio y a la muerte.

Según el estudio entre los principales síntomas de depresión que las personas reportaron durante el periodo de distanciamiento social por la pandemia fue la tristeza, seguido por la pérdida de interés y fatiga en aumento, tal como se muestra en la **Figura 1**.

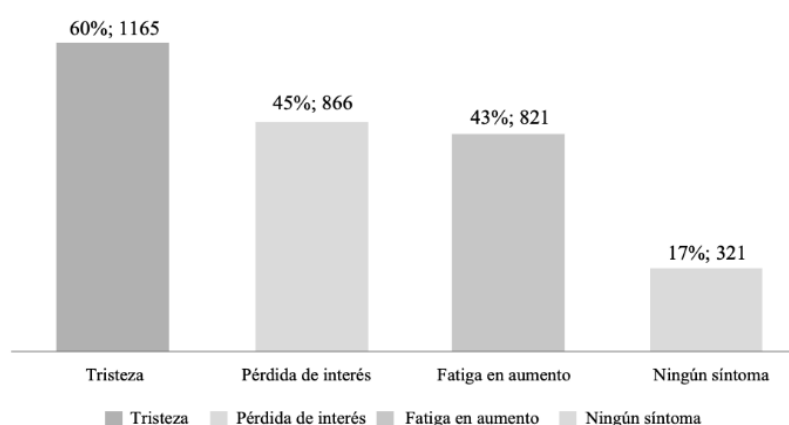


Figura 1. Síntomas de depresión reportados durante la cuarentena por Covid-19

Fuente. Elaboración propia con base en datos de estudio de la Universidad Tecnológica de El Salvador

Después de tres años de que el país enfrentara la pandemia del COVID-19, datos del Instituto de Medicina Legal (IML) y del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), reafirman que los síntomas de estrés son los padecimientos más habituales en sus consultorios, ya sean públicos o privados y que el coronavirus provocó una crisis de salud mental en la población a un nivel nunca antes visto.

Según se observa en la **Figura 2**, se incrementó el número de atenciones de salud mental, tal como se evidencia en los registros de consultas hechas en el ISSS de los años 2019 al 2022.

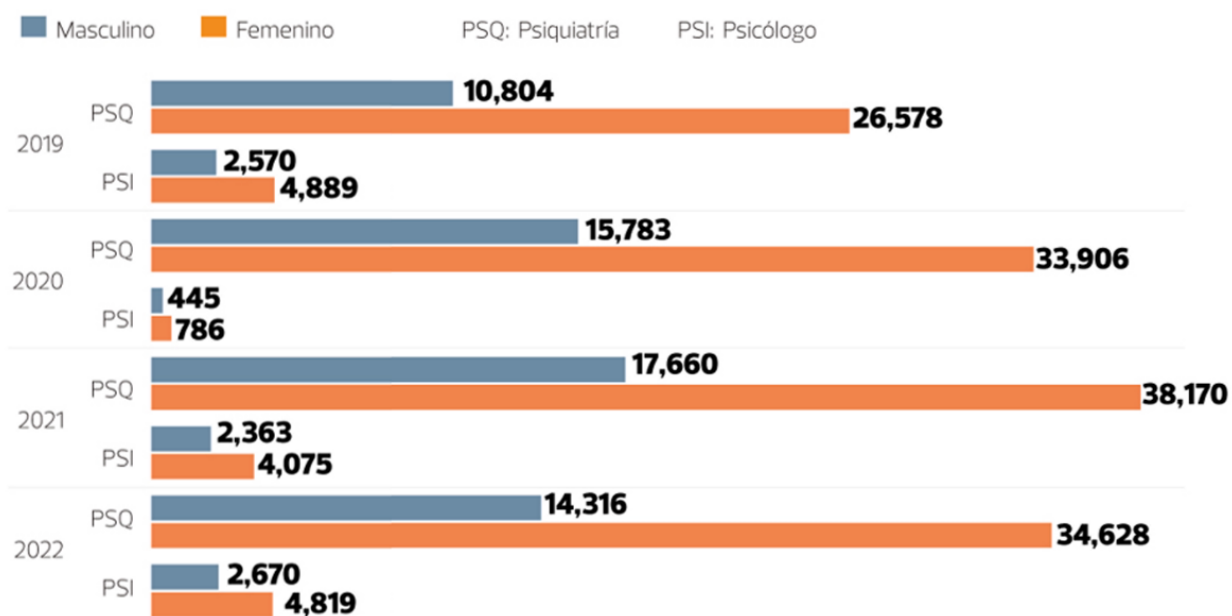


Figura 2. Incremento de atenciones de salud mental

Fuente. Elaboración propia con base en datos del ISSS

Los daños en la salud mental empeoraron, teniendo como consecuencia que la incidencia de suicidios también aumentó, ya que en 2019 se registraron 444 casos de suicidio, mientras que en 2021, se incrementó a un total de 517 casos, por lo que el Instituto de Medicina Legal (IML) confirmó que existe un deterioro en la salud mental de la población salvadoreña.

Asimismo, según un “Estudio de Salud Mental de la Fundación Predicación de El Salvador” las consultas por ansiedad, depresión y adicciones crecieron durante la pandemia como resultado de las circunstancias traumáticas, como el encierro, duelo y miedo al contagio.

Los datos proporcionados por el IML muestran que los hombres entre los 20 y 60 años son los que más cometen suicidio por medio de ahorcamiento, intoxicación o uso de armas de fuego o arma blanca; mientras que las mujeres entre los rangos de 15 a 40 años son las que más intentan atentar contra su vida sin lograr su objetivo.

Por lo antes mencionado, esta propuesta está orientada a desarrollar un modelo de negocio de entretenimiento que pueda ayudar en gran medida a los salvadoreños a liberar el estrés del día a día, a través del diseño de una aplicación móvil centrada en acertar pronósticos deportivos de la liga de fútbol española.

1.1.1 Antecedentes

El estrés es la reacción física o emocional del cuerpo ante las situaciones demandantes de la vida cotidiana, todas las personas experimentan estrés en algún momento de su vida, el cual en pequeñas cantidades puede ser incluso positivo, ya que este puede proteger del peligro e impulsar a terminar a tiempo algunas actividades, sin embargo cuando el estrés dura demasiado tiempo como semanas o meses, este se convierte en un padecimiento crónico, al que si no se le da la debida importancia, con el tiempo se puede caer en el riesgo de padecer problemas de salud como presión arterial alta, insuficiencia cardíaca, diabetes, obesidad, problemas de la piel como acné o eczema. En ocasiones se vuelve tan natural vivir sumergidos en estrés que las personas ni siquiera se dan cuenta de la situación en la que se encuentran y no prestan atención a los síntomas que este presenta, tales como diarrea y estreñimiento, dolores y achaques frecuentes, cuello o mandíbula rígidos, cansancio, malestares de estómago y pérdida o aumento de peso. No

obstante los problemas de salud no es lo único que provoca el estrés sino también puede conducir a padecimientos mentales como la ansiedad y depresión de lo cual también se presentan síntomas como mala memoria, problemas de insomnio o dormir demasiado.

Antes de la pandemia las personas disponían de múltiples opciones de entretenimiento para realizar fuera de casa y al aire libre, sin embargo con la llegada de la pandemia y las medidas impuestas para contener la expansión del virus, estas opciones se vieron limitadas, por lo que la mayoría de personas recurrió a los medios digitales para realizar las diversas actividades del día a día desde el trabajo, la comunicación con los seres queridos, la realización de compras y el entretenimiento.

Según Barrera (2021), quien cita un estudio llevado a cabo por la consultora iLifebelt durante el 2020, primer año de pandemia en el país, el uso de internet tuvo un crecimiento significativo, cerrando el año con 3.8 millones de internautas, representando 400,000 usuarios más que en años previos a la pandemia, tal como se puede apreciar en la **Figura 3**.

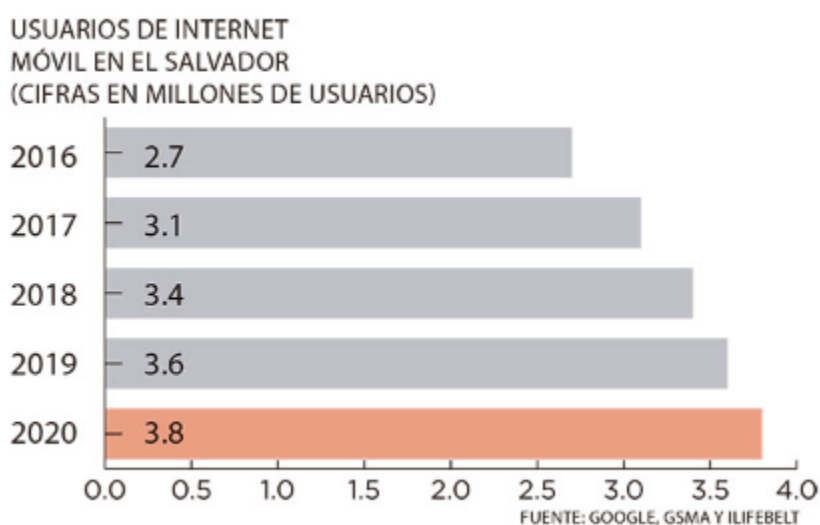


Figura 3. Usuarios de internet móvil en El Salvador

Fuente. Elaboración propia con base en datos de Diario El Mundo

En cuanto a consumo digital, un estudio llevado a cabo en la región Latinoamericana en 2022 por la Consultora Tendencias Digitales en alianza con el Grupo de Diarios América (GDA) reveló que el comportamiento de los consumidores cambió a raíz del impacto que la pandemia tuvo sobre los mismos.

El estudio manifiesta que la mayor parte de la población que posee internet accede a este por medio de un teléfono móvil, seguido por la notebook, pc de escritorio y tableta, siendo los sitios más visitados Google, Youtube y redes sociales. Según el estudio los usuarios acceden a internet principalmente para la búsqueda de información noticiosa, no obstante el 58% de los usuarios accede a internet en búsqueda de entretenimiento. Además, se encontró que más del 80% de los consumidores de la región se ha adaptado ya a las compras en línea ya sea de productos físicos como de contenido digital; principalmente juegos.

Por otra parte un estudio realizado a mediados del año 2022 por la empresa Justmob con el fin de investigar los hábitos de consumo de juegos móviles a partir del impacto de la cuarentena por la pandemia de Covid-19, reveló que la crisis sanitaria potenció que los juegos móviles ocuparan el segundo lugar del contenido más consumido en cuarentena, por personas en edades entre dieciocho a cincuenta años, las cuales accedían al contenido principalmente a través de teléfonos, jugando con una frecuencia de hasta cinco veces al día, independientemente de la hora.

Otro estudio realizado por la escuela de Comunicación Mónica Herrera en colaboración con la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas en 2019 y posteriormente en 2020, sobre el consumo mediático en El Salvador, permite realizar una comparación sobre la forma en que el Covid-19 impactó en la vida de las personas y como cambió el consumo de medios

tecnológicos. **Las figuras 4 y 6** presentan los resultados del estudio llevado a cabo en 2019 y **las figuras 5 y 7** los resultados obtenidos en 2020, referente al cambio de comportamiento del consumo digital en El Salvador.

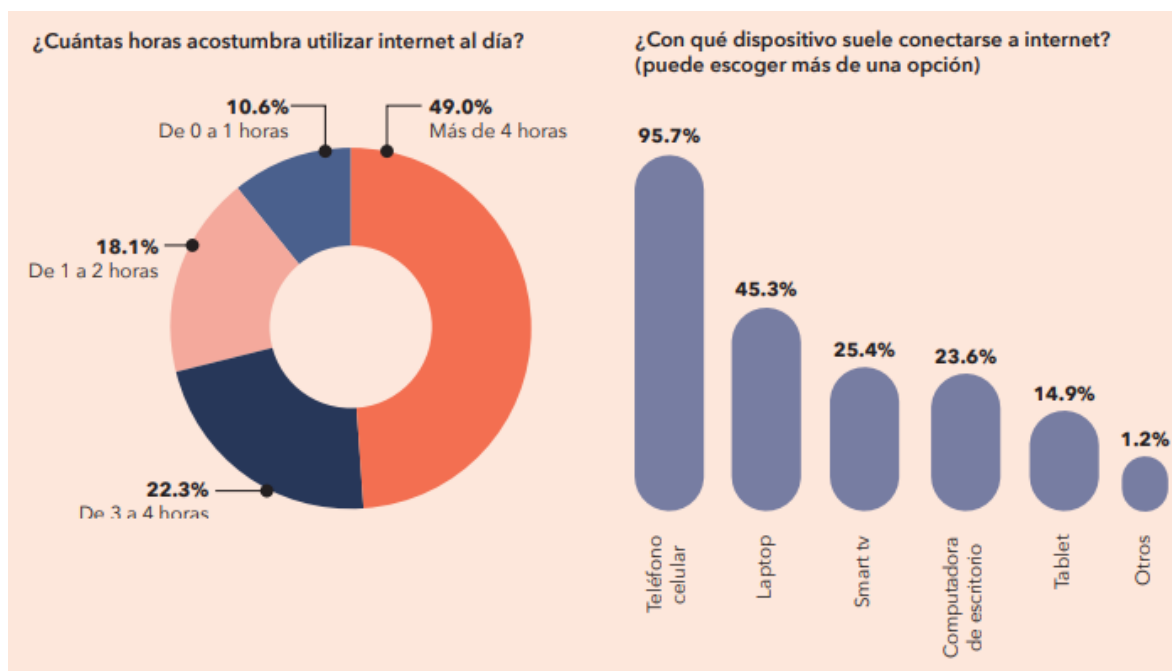


Figura 4. Comportamiento del consumo de internet previo a la pandemia de Covid-19

Fuente. Elaboración propia con base en datos de estudio de la Universidad José Simeón Cañas y Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

El estudio llevado a cabo en 2019 reveló que cerca de la mitad de las personas que manifestaron tener acceso a internet pasaban conectadas al mismo por más de cuatro horas, la cantidad de tiempo de conexión variaba dependiendo de la edad de los encuestados, mientras más jóvenes estaban, más tiempo pasaban conectados, a pesar de existir diversos dispositivos a través de los cuales se puede acceder a internet, la mayoría de los encuestados manifestó conectarse a través de un teléfono celular, lo cual encuentra explicación en lo imprescindible que se ha vuelto este dispositivo en la vida cotidiana de todas las personas.

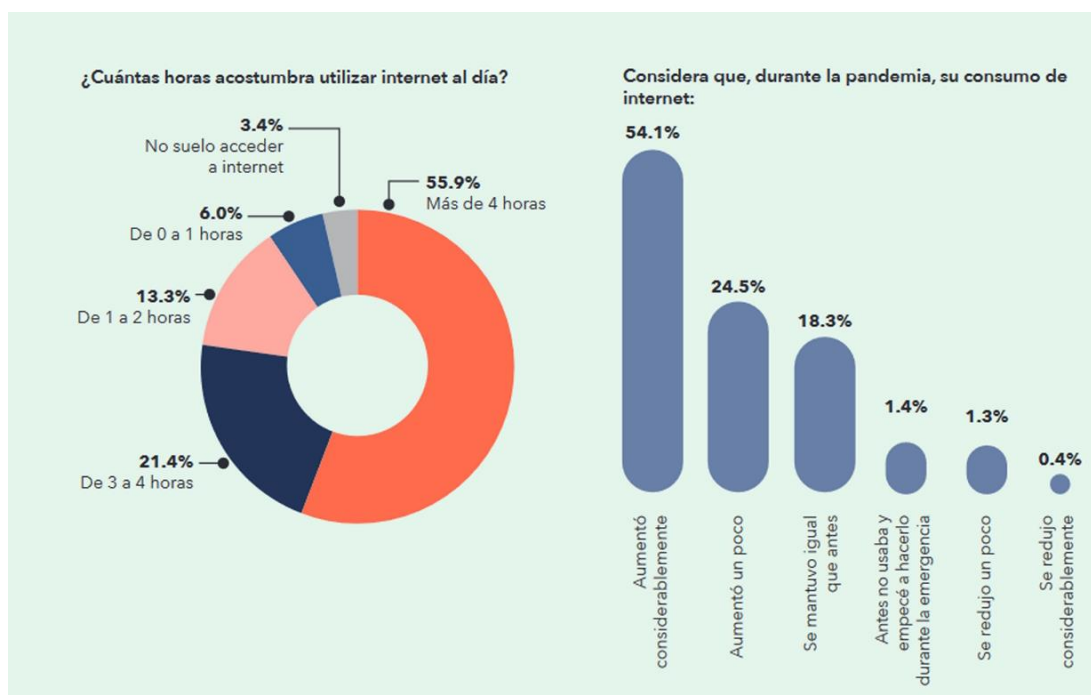


Figura 5. Comportamiento del consumo de internet durante la pandemia de Covid-19

Fuente. Elaboración propia con base en datos de estudio de la Universidad José Simeón Cañas y Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

En 2020 la pandemia impulsó el crecimiento del consumo de internet, pasando de un 49.0% de personas que se conectaban por más de cuatro horas a un 55.9%, esto debido al confinamiento obligatorio y la limitación de la mayor parte de las actividades cotidianas. Incluso hubo personas que manifestaron pasar conectados hasta siete horas al día.

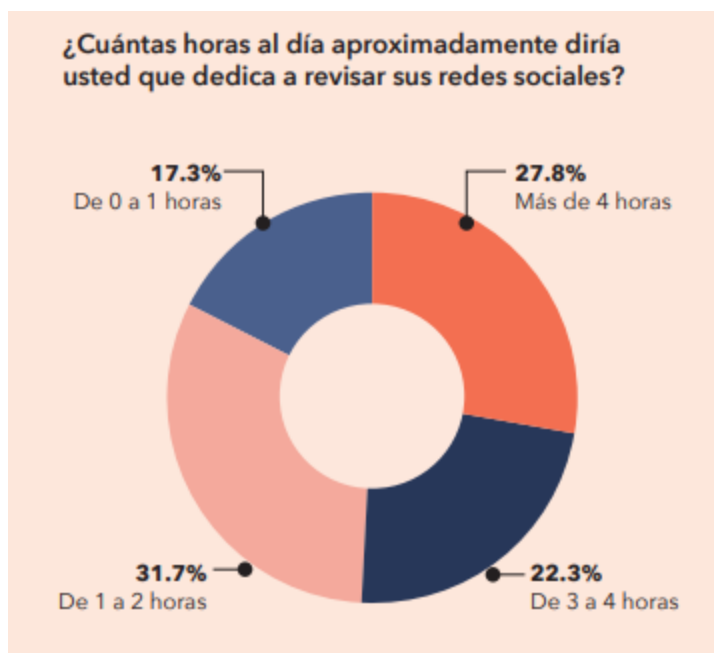


Figura 6. Promedio de horas diarias dedicadas a las redes sociales

Fuente. Elaboración propia con base en datos de estudio de la Universidad José Simeón Cañas y Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

La mayor parte de los encuestados manifestó dedicar de 1 a 2 horas para revisar sus redes sociales, siendo estas WhatsApp, Facebook, Instagram, X y Pinterest, la preferencia de cada una de ellas dependió del género, edad e ingresos de los encuestados, por ejemplo X era utilizada por las personas con niveles de ingresos superiores, Instagram y Pinterest era preferida en su mayoría por mujeres, Facebook y WhatsApp lideraban la preferencia independientemente del género de los encuestados, siendo utilizadas por el 86% de ellos.



Figura 7. Comportamiento del consumo de redes sociales durante la pandemia de Covid-19

Fuente. Elaboración propia con base en datos de estudio de la Universidad José Simeón Cañas y Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

Las redes sociales fueron las protagonistas durante la emergencia sanitaria por covid-19, la mayoría de personas las utilizaban como medios de comunicación, información y entretenimiento, incluso personas que no acostumbraban utilizarlas comenzaron a hacerlo, el tiempo invertido en ellas dependió en gran medida de la edad de los encuestados, a menor edad mayor consumo de redes, incluso personas de la tercera edad manifestaron un aumento en el uso de redes sociales principalmente para mantenerse en contacto con sus familiares.

Los resultados obtenidos del estudio comparativo demuestran que la pandemia provocó un aumento significativo de la cantidad de personas que consumen internet. Así mismo las diversas redes sociales tuvieron un incremento en la cantidad de usuarios pero manteniendo el orden de preferencia entre la población antes y durante la pandemia, siendo estas WhatsApp, Facebook, Youtube, Instagram y X, dichas redes ya eran parte de la vida cotidiana de la población sin embargo la pandemia influyó en que más personas hicieran uso de ellas, al menos

el 93% de personas hizo uso de las redes como forma de entretenimiento y búsqueda de información.

1.1.2 Descripción

El estrés es un problema que ha existido desde siempre en la vida moderna, sin embargo la llegada de la pandemia del Covid-19 hizo más evidente esta problemática, debido a los cambios drásticos que implicó para la población de todo el mundo.

La vida de todas las personas cambió de un momento a otro, teniendo que adaptarse rápidamente a una nueva realidad como el teletrabajo, clases en línea, cuarentena obligatoria, espacios de esparcimiento cerrados y noticias que en todas sus formas de difusión (televisión, internet, redes sociales) estaban llenas de información trágica de lo que estaba aconteciendo, todo esto generó angustia y estrés en la población, muchas veces sin que la gente pudiera percibirlo como tal.

Aunque actualmente el mundo ha vuelto a la normalidad, las secuelas del estrés siguen presentes en las personas, eso sumado a que la mayoría tiene una vida rutinaria y con poco tiempo para realizar actividades de esparcimiento.

En base a ello la creación del presente modelo de negocio digital está enfocado en ser una alternativa de entretenimiento al alcance de todas las personas, disponible las veinticuatro horas del día, con el fin de ayudar al sano esparcimiento de la población.

1.1.3 Formulaciones

El presente trabajo consta de dos objetos de estudio: usuarios y gerentes de marca, la importancia de conocer la tasa de aceptación en ambos radica en que los primeros serán los consumidores finales del servicio mientras que los segundos se constituyen como posibles

patrocinadores del proyecto, es por ello que se hace necesario realizar dos formulaciones, una dirigida a usuarios y otra enfocada a gerentes de marca, las cuales se detallan a continuación:

➤ ¿Cuál sería la tasa de aceptación de un modelo de negocio digital de pronósticos deportivos enfocados en fútbol español, entre hombres y mujeres de dieciocho a treinta y cinco años en el Departamento de San Salvador, Municipio de San Salvador Centro, Distrito de San Salvador, entre los meses de agosto y septiembre del año 2023?

➤ ¿Cuál sería la tasa de aceptación de un modelo de negocio digital de pronósticos deportivos enfocados en fútbol español entre los gerentes de marca del Departamento de San Salvador, Municipio de San Salvador Centro, Distrito de San Salvador, entre los meses de agosto y septiembre del año 2023?

Formulaciones Específicas

Las siguientes preguntas están dirigidas a usuarios potenciales y fueron formuladas para evaluar a hombres y mujeres de dieciocho a treinta y cinco años de edad, sin embargo por motivos de repetición se detalla únicamente el objetivo específico de cada pregunta.

- ¿Qué medios digitales son los más utilizados?
- ¿Cuáles son los medios de entretenimiento digitales favoritos entre los salvadoreños?
- ¿Cuánto es el promedio mensual de gastos en entretenimiento?
- ¿Qué medios de pago son los más utilizados?
- ¿Cuál es el deporte favorito de los salvadoreños?
- ¿Contribuye el entretenimiento digital a disminuir en alguna medida los niveles de estrés?

De igual forma es necesario establecer formulaciones específicas para los gerentes de marca, detalladas de la manera siguiente:

- ¿Qué nivel de popularidad tienen las plataformas digitales de entretenimiento deportivo?
- ¿Cuál sería la tasa de aceptación de una nueva plataforma de entretenimiento deportivo, enfocado en el fútbol español entre la población salvadoreña?
- ¿Hay interés de parte de los gerentes de marca de brindar apoyo a nuevas plataformas de entretenimiento digital?
- ¿Qué beneficios esperan obtener los empresarios al patrocinar nuevos emprendimientos?

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Con el fin de enfocar el desarrollo de la investigación para obtener resultados precisos, se procede a delimitarlo en aspectos geográficos, temporales y teóricos.

1.2.1 Geográfica y temporal

El proceso de investigación se llevó a cabo en el Departamento de San Salvador, Municipio de San Salvador Centro, distrito de San Salvador durante el periodo comprendido de agosto a septiembre de 2023.

1.2.2 Teórica

Para el logro de una investigación sólida, es necesario el apoyo de diversas fuentes que sustenten el desarrollo de la misma, a continuación se detallan las bases teóricas utilizadas en el curso de la investigación:

- **La salud mental salvadoreña durante el período de distanciamiento social por la pandemia de la COVID-19:** Estudio realizado por Ana Sandra Aguilar de Mendoza de la Universidad Tecnológica de El Salvador en el que aborda las prácticas sanitarias

llevadas a cabo por las familias salvadoreñas en el marco del confinamiento así como también el impacto de la pandemia en la salud mental de las personas.

➤ **Cuarentena, estudio del consumo de juegos móviles y cómo se comporta el usuario:** Estudio realizado por la empresa Justmob para conocer el comportamiento de los usuarios de juegos móviles a raíz del impacto de la pandemia de Covid-19.

➤ **Google:** Elemento utilizado para buscar diferentes estudios, noticias y artículos relativos a la temática de investigación.

➤ **Hay una emergencia de salud mental entre los salvadoreños, según expertos:** Reportaje elaborado por estudiantes de la Universidad de El Salvador y publicado por el periódico digital elsalvador.com, el cual trata sobre el decaimiento de la salud mental de la población y la atención a estos problemas por parte del sistema de salud, luego de la pandemia de Covid-19.

➤ **Así consumíamos medios en El Salvador antes de la COVID-19:** Estudio realizado por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) en colaboración con la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, con el fin de investigar el consumo de medios previo a la pandemia de Covid-19.

➤ **Así dio vuelta el consumo mediático en El Salvador durante la COVID-19:** Estudio realizado por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) en colaboración con la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, donde se investigó el crecimiento del consumo de internet y redes sociales durante la pandemia de Covid-19.

➤ **Consumidores digitales: Cómo la pandemia impactó en nuestros hábitos:** Artículo periodístico elaborado por Ricardo Sametband, el cual trata sobre la investigación realizada por la consultora Tendencias Digitales en alianza con el Grupo de Diarios América

sobre el cambio en el comportamiento de los consumidores digitales a raíz del impacto ocasionado por la pandemia de Covid-19.

➤ **Ley de comercio electrónico, Ley de protección de datos y habeas data, Ley de firma electrónica, Ley de protección al consumidor, Ley orgánica de La Lotería Nacional de Beneficencia, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:** Marco legal que regula el desarrollo y funcionamiento del modelo de negocio.

1.3. MARCO TEÓRICO

A continuación se exponen las bases históricas, conceptuales y legales en las que se sustentó el desarrollo de la investigación:

1.3.1 Histórico

Los juegos en línea son aquellos que usan las redes informáticas para su funcionamiento, los avances tecnológicos de hoy en día permiten acceder a juegos de última generación, con realidad aumentada, sin embargo sus inicios fueron muy diferentes a lo que hoy se conoce.

El primer juego para móviles fue Snake, una serpiente que seguía un cuadrado y aumentaba de tamaño a medida que se alimentaba, lanzado por Nokia que hoy es propiedad de Microsoft e introducido en el sistema del Nokia 6110, en esa época los dispositivos móviles eran de pantallas monocromáticas y teclados numéricos, a pesar de la simplicidad del juego, este se convirtió en un éxito rápidamente y sentó las bases para el desarrollo de los juegos móviles actuales.

En el año 2000 con la llegada de los smartphones, dispositivos con una capacidad de procesamiento muy superior a los dispositivos de la década anterior, se abrieron las puertas a nuevas posibilidades para los desarrolladores de juegos, los cuales pasaron de lo básico del

popular Snake de la década pasada a juegos más estructurados, coloridos y visualmente más atractivos, desde ahí los juegos móviles comenzaron a expandirse.

En 2009 la compañía finlandesa Rovio Entertainment Corporation lanzó al mercado el juego Angry Birds el cual consistía en lanzar pájaros para derribar construcciones asediadas por cerdos, el juego era sencillo y adictivo, tuvo un fuerte impacto en el mercado logrando más de 4,500 millones de descargas en todo el mundo.

Siguiendo con juegos de mecánica sencilla llegó en 2011 Fruit Ninja, desarrollado por Halfbrick Studio, el juego consistía en rebanar frutas, deslizando el dedo sobre la pantalla, cuidando de no rebanar también las bombas, debido a que el juego consta de tres vidas, las cuales se pierden si la fruta desaparece de la pantalla sin haber sido rebanada o si se rebana una bomba, este juego acumuló más de 1,600 millones de descargas.

En 2012 fue lanzado Candy Crush, desarrollado por la compañía King, de origen británico, sin duda alguna uno de los juegos móviles más adictivos de la historia, la mecánica consiste en alinear caramelos iguales que al coincidir desaparecen, así sucesivamente se intercambian filas y columnas para hacer coincidir más caramelos, el juego consta de miles de niveles e inicialmente fue lanzado como una aplicación en Facebook pero luego se adaptó para dispositivos iOS y Android, después de más de diez años de su lanzamiento sigue siendo tan adictivo como popular, acumulando actualmente 3,000 millones de descargas.

Un año más tarde Gameloft desarrolló un juego de carreras de automóviles, con un diseño muy realista, una amplia variedad de autos para elegir y un apartado de carreras en línea para competir con otros jugadores, con el nombre de Asphalt 8, descargado por más de 100 millones de personas.

Finalmente debido a que los juegos móviles avanzaron al mismo tiempo que la tecnología, en 2016 la compañía estadounidense Niantic desarrolló un juego de realidad aumentada llamado Pokemon Go, que llegó a revolucionar el mundo de los juegos móviles, ya que no solo ofrecía un espacio de entretenimiento sino que mezcló el entorno social debido a que el juego consiste en buscar monstruos virtuales en el mundo real, usando el GPS y Google Maps.

Al día de hoy, la industria de juegos móviles es una de las que más crecimiento ha tenido y una de las que más ingresos genera en cuanto a entretenimiento se refiere, superando los ingresos de los juegos para ordenadores y consolas, en conjunto.

Según Araque (2022), quien cita un informe elaborado por Newzoo, los juegos para móviles generaron en 2021 más de 90 mil millones de dólares en ingresos, representando el 52% del mercado de videojuegos, algo que puede deberse al fácil acceso actual a los teléfonos móviles, ya que la mayoría de personas posee un teléfono, más no un ordenador o una consola.

1.3.2 Conceptual

A continuación se detallan los conceptos de marketing digital que son necesarios para la correcta ejecución del proyecto, los cuales se dividen en conceptos de estrategias digitales y métricas de medición:

Estrategias digitales

Comprenden el conjunto de acciones que deben llevarse a cabo para promocionar el proyecto, la implementación de estas estrategias en la aplicación de pronósticos deportivos online pueden ser muy efectivas para atraer usuarios y mejorar la visibilidad de la marca, las acciones que se llevarán a cabo son las siguientes:

Estrategia SEO: Será implementada como un proceso continuo, siendo lo más importante estar siempre actualizados con las tendencias y cambios en los algoritmos de búsqueda, los pasos a seguir son:

➤ **SEO ON PAGE**

Palabras Clave: Se investigará y utilizará herramientas como Google Trends, Google Keyword Planner o SEMrush, que ayudarán a encontrar términos que los potenciales usuarios estén buscando y que puedan incluirse en títulos, descripciones y contenido, palabras clave relevantes como "pronósticos La Liga", "pronósticos deportivos", "predicciones partidos La Liga", "juego de pronósticos fútbol", "juegos deportivos" entre otros; para así aparecer en los motores de búsqueda sin necesidad de realizar un pago.

Contenido de Calidad: Se creará contenido atractivo y útil, como análisis de partidos, estadísticas de equipos y jugadores, consejos para hacer pronósticos y cómo debe utilizarse la APP. Con esto no solo se espera atraer a los usuarios, sino también mejorar el posicionamiento de la APP en los buscadores.

➤ **SEO OF PAGE**

Blog y Actualizaciones: Se mantendrá un blog con enlace externo (Backlinks) donde se publicará pronósticos semanales, resúmenes de partidos y noticias de La Liga. Esto ayudará a mantener el sitio actualizado y relevante.

Construcción de Enlaces (Link Building): Se trabajará en obtener enlaces de calidad desde otros sitios relevantes, se buscará hacerlo a través de colaboraciones con influencers, radios, publicaciones de invitados o creando contenido que otros quieran enlazar relacionados

con el fútbol o juegos de pronósticos deportivos. Con lo cual se espera mejorar la autoridad del sitio y visibilidad en los motores de búsqueda.

Redes Sociales: Se utilizará las redes sociales de Tiktok, Facebook, Instagram y YouTube para promocionar contenido y aumentar el tráfico en el sitio. Se animará a los usuarios a participar en discusiones, encuestas o foros, se compartirá calendarios de partidos, tablas de posiciones, información de los ganadores del mes, pasos de como poder registrarse y cualquier contenido interesante que pueda captar la atención de los usuarios.

➤ **SEO TÉCNICO**

Se garantizará que el sitio web sea rápido, esté optimizado para dispositivos móviles y tenga una estructura clara ya que muchos usuarios accederán desde sus teléfonos para consultar pronósticos. Se utilizará herramientas como Google PageSpeed Insights (PSI) o Google Search Console para identificar y solucionar problemas técnicos y así medir la salud del sitio.

Análisis y Ajustes: Se utilizará herramientas de análisis como Google Analytics para monitorear el tráfico y el comportamiento de los usuarios en Pura Diversión y se ajustarán las estrategias según los resultados que se vayan obteniendo.

Análisis de Competencia: Se observará qué están haciendo otros sitios de pronósticos de fútbol y se aprenderá de sus estrategias, esto ayudará a identificar oportunidades y mejorar el enfoque de la aplicación.

Métricas de medición

A continuación, se presentan algunas métricas importantes para medir la efectividad de las estrategias digitales del juego de pronósticos deportivos y cómo cada una puede contribuir al modelo de negocio:

Alcance de Usuarios:

- **Nuevos usuarios registrados:** Cantidad de usuarios que se registran específicamente para participar en pronósticos de La Liga.
- **Costo por Adquisición (CPA):** Cuánto cuesta atraer un nuevo usuario interesado en el juego de pronósticos de La Liga.
- **Tasa de conversión:** Porcentaje de visitas que se convierten en usuarios registrados.
- **Tráfico web y descargas:** Número de visitas al sitio web o descargas de la aplicación del juego de pronósticos.

Participación y Retención:

- **Tasa de retención de usuarios:** Qué porcentaje de los usuarios registrados siguen participando en el juego a lo largo de la temporada.
- **Frecuencia de participación:** Cuántas veces al mes o semana un usuario participa en los pronósticos deportivos.
- **Tiempo en la plataforma:** Tiempo promedio que los usuarios pasan interactuando con el juego.
- **Tasa de abandono (churn):** Porcentaje de usuarios que dejan de participar.

Optimización del Marketing Digital:

- **Retorno de la Inversión (ROI) en publicidad digital:** Se medirá cuánto beneficio genera cada dólar invertido en campañas publicitarias en Google Ads, redes sociales, etc.
- **Costo por lead (CPL):** Cuánto costará generar una oportunidad de conversión (un lead), es decir número de leads o usuarios potenciales generados tras campañas digitales centradas en los partidos más importantes de La Liga.
- **CTR (Click-Through Rate) en anuncios relacionados con La Liga:** Porcentaje de clics en anuncios que promocionan pronósticos específicos de La Liga.

Engagement (Interacción) y Viralidad en Redes Sociales:

- **Interacción con contenido de La Liga:** Número de interacciones (likes, compartidos, comentarios) en publicaciones relacionadas con La Liga.
- **Influencers y embajadores:** Impacto de influencers o embajadores que promuevan el juego en torno a partidos clave de La Liga.

Ingresos y Monetización

- **Valor de por vida del cliente (CLV):** El valor total que un usuario genera durante todo el tiempo que permanece activo en la plataforma.
- **Ingresos por usuario (ARPU):** Promedio de ingresos generados por cada usuario activo.

Satisfacción y Retención de Usuarios de La Liga

- **NPS (Net Promoter Score):** Medir la probabilidad de que los usuarios recomienden el juego de pronósticos de La Liga a sus amigos o familiares.

- **Valoración y feedback de usuarios en tiendas de apps:** Evaluar las reseñas y calificaciones específicas en tiendas de aplicaciones o encuestas internas que mencionen la calidad de los pronósticos y la cobertura de La Liga.
- **Tasa de retención:** Porcentaje de usuarios de La Liga que permanecen activos y participando en pronósticos a lo largo de toda la temporada.

Métricas Técnicas y de Rendimiento

- **Tasa de fallos o errores:** Frecuencia con la que los usuarios experimentan fallos técnicos o dificultades para participar.
- **Velocidad de carga y rendimiento del sitio:** Tiempo de carga de la plataforma, que influye en la experiencia del usuario.

Las métricas mencionadas son esenciales para medir y mejorar el rendimiento de una estrategia digital en un juego de pronósticos de fútbol centrado en La Liga, ya que aportan información clave sobre cómo los usuarios interactúan con la plataforma, cómo se generan ingresos y cómo se optimizan los esfuerzos de marketing. A continuación, se explica cómo cada una de estas métricas contribuye al modelo de negocio:

Alcance de Usuarios

- **Beneficio para el negocio:** Conocer cuántos usuarios nuevos se registran y el **costo por Adquisición (CPA)** permite medir la eficiencia de las campañas de marketing. Si el CPA es alto, puede indicar que es necesario ajustar la segmentación o el tipo de campaña para atraer a más usuarios a un costo menor. Más usuarios significa más oportunidades de monetización

Participación y Retención

- **Beneficio para el negocio:** La **participación frecuente y la retención de usuarios** son indicadores clave de la lealtad y el engagement. Un mayor nivel de participación significa que los usuarios están comprometidos con la plataforma, lo que aumenta las oportunidades de monetización a través de ventas recurrentes o suscripciones. La retención también es crítica: retener usuarios es más barato que adquirir nuevos, lo que mejora la rentabilidad a largo plazo.

Optimización del Marketing

- **Beneficio para el negocio:** Medir el **retorno de inversión (ROI)** de las campañas de marketing podrá asegurar que los recursos destinados a la adquisición de usuarios se utilicen de manera eficiente. Si la campaña genera más ingresos que lo que cuesta, entonces el negocio está en crecimiento. **Optimizar el costo por lead (CPL)** ayudará a reducir gastos de marketing, permitiendo al proyecto enfocarse en segmentos más rentables y ajustando estrategias para alcanzar nuevos mercados.

Engagement (Interacción)

- **Beneficio para el negocio:** El **engagement en redes sociales** y dentro de la plataforma genera visibilidad y viralidad, lo que puede atraer nuevos usuarios sin costo adicional. Un usuario altamente comprometido es más probable que gaste en funciones premium, participe en promociones o recomiende el juego a otros, impulsando el crecimiento de la base de usuarios de manera orgánica.

- **Los Influencers y embajadores:** invitarán a amigos, familiares y seguidores, lo que ayudará a adquirir nuevos usuarios sin incurrir en costos adicionales de marketing.

Monetización

- **Beneficio para el negocio:** Conocer los **ingresos por usuario (ARPU)** y el **valor de vida del cliente (CLV)** es esencial para determinar la viabilidad del modelo de negocio. Si cada usuario está generando más ingresos de los que cuesta adquirirlo y mantenerlo, el negocio será rentable. También, entender cómo responden los usuarios a las promociones y ofertas permite optimizar estrategias para maximizar ingresos sin aumentar los costos.

Satisfacción del Usuario

- **Beneficio para el negocio:** Un alto **Net Promoter Score (NPS)** indica que los usuarios están satisfechos y es probable que recomienden el juego, lo que puede aumentar el crecimiento de la base de usuarios a través de referencias para/por otros usuarios. Además, reseñas positivas en las tiendas de aplicaciones aumentan la credibilidad del juego, lo que facilita la adquisición de nuevos usuarios.

Al medir y ajustar la estrategia en función de estas métricas, se espera garantizar que el modelo de negocio se mantenga rentable y con un crecimiento sostenido que asegure la escalabilidad del negocio, atrayendo a más jugadores y patrocinadores potenciales.

1.3.3 Legal

El desarrollo de una nueva aplicación móvil debe sujetarse a distintas disposiciones legales para poder operar así como también garantizar la seguridad de sus usuarios.

A continuación se detalla el respaldo legal que ampara el desarrollo del presente proyecto:

Tabla N° 1. Marco legal y regulatorio vigente

Disposición legal	Aspectos regulatorios
Ley de comercio electrónico	Esta ley entró en vigencia en el año 2021, para ser un respaldo jurídico para las transacciones comerciales realizadas a través de medios electrónicos en el territorio nacional, mediante esta ley se regula la comunicación comercial electrónica, los contratos electrónicos los cuales producirán el mismo efecto que los contratos en formato físico, así como también obliga a los proveedores de productos o servicios a enviar un comprobante electrónico al usuario una vez que se haya realizado la transacción y a poner a disposición de los usuarios la información básica sobre la empresa que brinda los productos y/o servicios.
Ley de protección de datos y habeas data	Esta ley tiene como finalidad el resguardo de la seguridad de la información personal compartida con terceros en el territorio salvadoreño, con el objetivo de garantizar la preservación de la intimidad y privacidad de los titulares, adoptando para ello los medios técnicos necesarios para evitar el tratamiento no autorizado o las desviaciones de información que pudiesen dañar su integridad física o moral y permitiendo a los mismos mediante el habeas data el acceso a conocer, actualizar y rectificar toda información que haya sido recabada sobre ellos.
Ley de firma electrónica	Ley creada en el año 2015, cuyos objetivos son proporcionar igualdad a la firma electrónica con la firma autógrafa y velar por la seguridad jurídica de los usuarios de las comunicaciones electrónicas. En cuanto a aplicaciones móviles la ley de firma electrónica puede ser utilizada para validar la identidad del usuario garantizando de esta manera la seguridad en el uso de la aplicación.
Ley de protección al consumidor	Esta ley fue emitida en el año 2005, reformada por última vez en noviembre de 2022, tiene como objetivo proteger los derechos de los consumidores y establecer un equilibrio con los proveedores. Esta ley vela por el cumplimiento de derechos como la seguridad y calidad a través del establecimiento de obligaciones para los proveedores, protege los intereses económicos y sociales de los consumidores, determina las infracciones y

	<p>sanciones para los proveedores en caso de que estos no acaten las disposiciones de la ley.</p> <p>Establece obligaciones especiales para los proveedores de servicios mediante comercio electrónico, previos, durante y posterior a la contratación.</p>
<p>Ley orgánica de la lotería nacional de beneficencia</p>	<p>Ley reformada en diciembre del año dos mil veintiuno, con el fin de establecer un marco regulatorio para los juegos de azar.</p> <p>Esta ley establece que la Lotería Nacional de Beneficencia es la máxima potestad a nivel nacional en materia regulatoria, controladora, fiscalizadora y sancionadora de actividades relativas a juegos y pronósticos deportivos, independientemente de la forma en que se realicen, así como también es la encargada de brindar autorización a terceros para ser operadores de juegos, siempre que estos cumplan con los requisitos establecidos por la Lotería Nacional de Beneficencia.</p> <p>Esta ley establece los requisitos que deben cumplir para la obtención de las licencias y permisos, las personas naturales o jurídicas que pretenden dedicarse a los juegos de lotería y pronósticos deportivos, así como el procedimiento a seguir para su obtención, además de las obligaciones y prohibiciones de los mismos al ser operadores de juegos.</p>
<p>Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos</p>	<p>Obtener acreditaciones para usar el nombre, la marca y los emblemas de La Liga y sus clubes en un juego de pronósticos deportivos requiere establecer un acuerdo de licencia internacional formal con La Liga por encontrarnos fuera de España, lo cual incluye presentar una propuesta clara, negociar términos financieros que será sujeto a negociación estimando una oferta del 20% al 25%, y cumplir con las regulaciones legales. Este proceso es clave para garantizar que el juego pueda utilizar los elementos oficiales de manera legal y profesional.</p> <p>En El Salvador, es la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, la que regula la protección de las marcas comerciales y cualquier medio utilizado para su representación, por tanto, en virtud del artículo 35 de la referida ley, “Pura Diversión” podrá contratar una “Licencia de Uso” de marcas y distintivos de “La Liga”, para la cual no es necesario su registro para que surta efectos frente a terceros, sino que basta con la contratación. Lo anterior, debido a que en la plataforma virtual de la App, no se pretende la difusión o transmisión de los partidos, sino únicamente, el uso de los nombres de los equipos, sus distintivos, y la publicación</p>

	<p>de los resultados finales.</p> <p>En el caso de que en algún momento “Pura Diversión” haga uso de los derechos de autor de cualquier elemento protegido como tal según la ley, para utilizar derechos intelectuales de los equipos que conforman “La Liga”, en este caso, deberá llevarse a cabo un contrato, el cual deberá constar en escritura pública notarial la cual podrá inscribirse en el registro, según el artículo 56 de la Ley de la Propiedad Intelectual.</p> <p>Además, “La Liga” tiene a disposición el enlace https://acreditaciones.laliga.com/, en el cual “Pura Diversión” puede registrarse en el caso que como parte de su estrategia comercial desease transmitir partidos en la plataforma, para lo cual deberá llenar los requisitos exigidos en el sitio.</p> <p>Asimismo, en las contrataciones a realizar con “La Liga”, deberá tomarse en cuenta, la empresa que ostente la representación legal, los derechos de uso o licencias de uso de la marca en El Salvador, para efectos de establecer acuerdos.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se describe la metodología utilizada en el curso de la investigación, detallando el método, enfoque, muestreo, técnicas e instrumentos implementados.

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de investigación consta de todos aquellos métodos e instrumentos aplicados para dar respuesta al problema de investigación, es por ello que con el fin de recolectar los datos adecuados que permitieran establecer un análisis y conclusiones concretas sobre la viabilidad del proyecto, se empleó la metodología siguiente:

2.1.1 Generalidades

La investigación se enfocó en conocer el nivel de aceptación que tendría una aplicación móvil dedicada a la diversión, que proporcionara al usuario la posibilidad de ganar premios tanto

en efectivo como premios de patrocinadores. Dicho nivel de aceptación fue determinado mediante el diseño de una investigación basada en el método deductivo, con enfoque mixto, tomando como muestra un distrito del Departamento de San Salvador, al que se le aplicó diversas técnicas e instrumentos de investigación con el fin de recolectar información lo más fiable posible.

2.1.2 Método

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó el método deductivo, la deducción es un proceso mental o de razonamiento que va de lo universal o general a lo particular. Consiste en partir de una o varias premisas para llegar a una conclusión. (Hurtado León y Toro Garrido, 2007).

Para la aplicación de este método la investigación tomó de base los datos históricos sobre los juegos móviles, los cuales demuestran que desde sus inicios han tenido un alto nivel de aceptación entre las personas de todas las edades, por lo tanto la investigación no se orientó en la búsqueda de nuevos conocimientos sino en reafirmar que el nivel de aceptación de los juegos móviles sigue intacto e incluso va en aumento.

2.1.3 Enfoque

El enfoque empleado en la investigación fue de corte mixto, con el objetivo de obtener resultados más completos y profundos, debido a que el empleo de un solo enfoque no habría permitido obtener resultados suficientemente confiables, es por ello que se empleó una combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo. Por el lado cuantitativo se hizo uso de una encuesta, cuyos resultados permitieron medir las variables relacionadas al nivel de aceptación que tendría la nueva plataforma de juegos deportivos. Por el lado cualitativo se

empleó una entrevista a personas que cumplieran con un perfil específico, los resultados mostraron la valoración de los gerentes de marca respecto al desarrollo de la plataforma de juegos.

2.1.4 Universo

El universo de la investigación está compuesto por toda la población que habita en el Departamento de San Salvador.

2.1.5 Población

Población 1

Para determinar la tasa de aceptación de la plataforma entre los usuarios, la población objeto de estudio está constituida por los habitantes del Distrito de San Salvador, perteneciente al Municipio de San Salvador Centro, el cual tiene una densidad poblacional de 336,006 habitantes.

Población 2

Para la determinación de la tasa de aceptación de la plataforma entre gerentes de marca, la población está constituida por todos los profesionales graduados de las carreras de mercadeo, publicidad y comunicaciones que se desempeñan actualmente como gerentes de marca, del Distrito de San Salvador, Municipio de San Salvador Centro, sin embargo no se encontró un estudio que proporcionara información puntual sobre la cantidad de gerentes de marca residentes en el distrito.

Tipo de muestreo

Para el diseño del muestreo se utilizó una combinación entre probabilístico y no probabilístico, tal como se detalla a continuación:

Muestreo probabilístico aleatorio simple: Se empleó este tipo de muestreo para calcular el nivel de aceptación entre los usuarios debido a que del total de la población de 336,006 habitantes del distrito de San Salvador, todos tuvieron la misma posibilidad de ser elegidos para ser encuestados, resultando como muestra un total de 384 personas

Muestreo no probabilístico por conveniencia: Se utilizó este método para la realización de la entrevista con el fin de obtener una recolección eficaz de datos que permitiera determinar el nivel de aceptación de la plataforma entre los gerentes de marca. Debido a que no se contaba con un dato específico de la cantidad de profesionales que ejercían en ese momento como gerentes de marca, no se procedió a utilizar una fórmula, sino que se empleó el muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando dentro de la muestra a cinco personas que cumplieran con los requerimientos necesarios para ser entrevistados, los cuales eran: que fueran profesionales graduados de las carreras de mercadeo, publicidad y comunicaciones y que se desempeñaran en ese momento como gerentes de marca.

2.1.6 Muestra

Ya que se conocía el número total de habitantes del Distrito de San Salvador, se contaba con una población finita, de manera que para calcular la muestra se hizo uso de la siguiente fórmula propuesta por Murray y Larry (2005).

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N-1) + Z^2 \sigma^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra poblacional a obtener

N = Tamaño de la población total

σ = Representa la desviación estándar de la población, para este caso se utilizó el valor constante que equivale a 0.5

Z = Nivel de confianza, para el caso del estudio, se utilizó un nivel de confianza del 95% (1.96)

e = Margen de error, para este caso se utilizó el valor estándar, equivalente al 5% (0.05)

De esta forma se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 (336,006)}{(0.05)^2 (336,006 - 1) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (336,006)}{(0.0025) (336,005) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{322,700.1624}{840.0125 + 0.9604}$$

$$n = \frac{322,700.1624}{840.9729}$$

$$n = 383.7224$$

De esta manera se tiene que la muestra para el estudio es de 384 personas.

2.1.7 Técnicas de investigación

En toda investigación es fundamental el empleo de técnicas que permitan realizar de forma oportuna la recolección y el análisis de datos.

El desarrollo de la investigación se apoyó de las técnicas siguientes:

Encuesta: La aplicación de esta técnica proporcionó información relevante sobre el objeto de estudio, lo que permitió sentar las bases para realizar un diagnóstico sobre el nivel de

aceptación que tendría una plataforma de juego digital enfocado en pronósticos sobre la liga de fútbol española.

Entrevista: La aplicación de esta técnica se llevó a cabo de forma presencial a un cierto grupo de personas tomadas de la muestra y permitió conocer la opinión de diversos gerentes de marca sobre el desarrollo de la nueva plataforma.

2.1.8 Instrumento de investigación

Las técnicas de investigación antes mencionadas se implementaron por medio de los instrumentos siguientes:

Cuestionario: Elaborado con preguntas en su mayoría cerradas y semi-cerradas, con opciones de respuestas dicotómicas y múltiples, que permitieron obtener la información necesaria para realizar un análisis sobre la aceptación de la plataforma de juegos por parte de potenciales usuarios.

Guía semiestructurada: Formulada con interrogantes abiertas, con el fin de determinar si se podía obtener potenciales patrocinadores de la plataforma.

2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El diagnóstico de la situación actual incluye un análisis de ciertos instrumentos tales como la matriz FODA cruzada, las cinco fuerzas de Michael Porter y el análisis PEST, los cuales permiten conocer cuál es la situación del ambiente en el que se desarrollará el proyecto.

2.2.1 FODA cruzado

Con el fin de establecer el marco estratégico a seguir para la consecución de los objetivos del negocio, se ha elaborado la matriz FODA cruzada, tal como se muestra en la **Tabla N° 2**

Tabla N° 2. FODA cruzado

<p style="text-align: center;">Factores Externos</p> <p style="text-align: center;">Factores Internos</p>	<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Originalidad de la plataforma 2. Costo bajo de suscripción 3. Premios atractivos 4. Facilidad de uso de la aplicación 	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevos en el mercado 2. Poco conocimiento de los usuarios sobre el uso de la aplicación 3. Presupuesto de inversión limitado
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de usuarios con acceso a teléfonos móviles e internet 2. Estrés post pandemia 3. Aumento de interés de los usuarios por el entretenimiento digital 4. Alto porcentaje de aficionados al fútbol 	<p style="text-align: center;"><u>Estrategias ofensivas</u></p> <p>F2-O3 Diseño de diferentes paquetes de suscripción</p> <p>F3-O4 Crear alianzas con diversas marcas</p> <p>F1-O1 Crear promociones de descuento en suscripción, en casos específicos</p>	<p style="text-align: center;"><u>Estrategias de reorientación</u></p> <p>D1-O1 Aprovechar las diferentes herramientas de marketing en el diseño de un sitio web que se posicione en las primeras opciones de los motores de búsqueda.</p> <p>D2-O3 Diseño de una plataforma de juegos sencilla, de fácil comprensión para personas de todas las edades</p> <p>D1-O3 Crear alianzas con influencers</p>
<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversidad de plataformas de entretenimiento 2. Regreso a la normalidad después de la pandemia del Covid-19 3. Bajo nivel de confianza en la aplicación 4. Bajo nivel de suscriptores durante los primeros meses 	<p style="text-align: center;"><u>Estrategias defensivas</u></p> <p>F1-A3 Establecimiento de un periodo de prueba limitado de la aplicación</p> <p>F2-A2 Implementar estrategias de precios en las suscripciones, de manera que sea más accesible entretenerse en el juego móvil, que salir a un lugar de esparcimiento</p> <p>F1-A4 Promocionar la plataforma de juegos en las redes sociales más utilizadas por el público objetivo</p>	<p style="text-align: center;"><u>Estrategias de supervivencia</u></p> <p>D1-A3 Diseñar una buena campaña de publicidad para que las personas se familiaricen con la aplicación.</p> <p>D3-A3 Búsqueda de patrocinadores de marcas reconocidas</p>

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Desarrollo de cinco fuerzas de Michael Porter

Intensidad de la competencia actual: Con respecto a la competencia actual, esta es muy concentrada puesto que si bien es cierto existe una cantidad muy amplia de plataformas dedicadas al entretenimiento digital, las marcas autorizadas a nivel nacional para el entretenimiento deportivo a través de pronósticos sobre el fútbol español representan una competencia significativamente reducida.

Competidores potenciales: La reforma de la Ley Orgánica de la Lotería Nacional de Beneficencia hecha en diciembre del año 2021 redujo las barreras de entrada para las empresas dedicadas a juegos de lotería y pronósticos deportivos, hasta la fecha el mayor competidor nacional que hay que enfrentar es Dale.sv, ya que es el único operador autorizado de juegos online y apuestas deportivas en El Salvador, sin embargo existen competidores fuera de las fronteras dedicados a pronósticos deportivos a los cuales los usuarios nacionales pueden tener acceso.

Productos sustitutos: Como se mencionó anteriormente la mayor competencia es la Lotería Nacional de Beneficencia con su producto Dale.sv el cual se constituye como el sitio oficial de las apuestas deportivas en el Salvador, a dos años de su lanzamiento ha logrado mucha aceptación por parte de los usuarios, atribuyéndose una importante cuota de mercado de los aficionados a los deportes, Dale.sv posee dentro de su oferta de entretenimiento un espacio dedicado a las apuestas sobre la liga de fútbol española, siendo este el sustituto directo del presente modelo de negocio.

Poder de negociación de los proveedores: El poder de negociación con los proveedores es bastante limitado debido a que es un proyecto emergente y no cuenta aún con una reputación que lo respalde.

Poder de negociación de los clientes: El poder de negociación con los clientes es muy favorable debido al grado de diferenciación del servicio a ofrecer y a que no existen múltiples competidores de este rubro en el mercado nacional.

2.2.3 Desarrollo de PEST

El instrumento PEST ayuda a evaluar los factores externos que pueden afectar el desarrollo exitoso del modelo de negocio tanto en el presente como en el futuro, de manera que su análisis es de vital importancia para el desarrollo del plan estratégico del modelo de negocio.

Tabla N° 3. PEST

	Factor	Detalle	Plazo			Impacto
			Corto	Mediano	Largo	
Político	Legislación	El Salvador cuenta con una legislación que regula el funcionamiento de las plataformas de juegos, tales como la Ley Orgánica de La Lotería Nacional de Beneficencia que autoriza como operadores de juegos en el país y la Ley de protección de datos y habeas data. Dichas leyes se relacionan directamente con el modelo de negocio y brindan un amparo legal que permite brindar seguridad a los futuros usuarios			X	Positivo
	Recuperación post pandemia de la economía	El país se vio altamente afectado por la crisis sanitaria de Covid-19 sin embargo en el segundo trimestre de 2023 la mayor parte de las actividades económicas reflejan un crecimiento positivo.		X		Positivo
Económico	Tasa de empleo	Es uno de los mayores desafíos del gobierno actual, debido al impacto de la economía mundial sobre la economía salvadoreña, que aún se está recuperando luego de atravesar por la crisis de la pandemia, en la cual muchas personas perdieron el empleo, la tasa de desempleo se redujo de un 6.3% en 2021 a		X		Negativo

		un 5% para 2022, sin embargo no es un avance significativo debido a que una gran parte de la fuerza laboral se encuentra en el sector informal				
	Nivel de inflación	A raíz de la crisis sanitaria de Covid-19 y el impacto que esta tuvo en la economía mundial, los niveles de inflación en El Salvador en 2022 cerraron con un 7.3 % sin embargo a agosto de 2023 se registra una reducción a un 3.1%		X		Positivo
Social	Alto porcentaje de aficionados al fútbol	El fútbol es el deporte favorito entre los salvadoreños, el deporte más popular y practicado desde muy tempranas edades.			X	Positivo
	Alta densidad poblacional	El Salvador cuenta con más de seis millones de habitantes de los cuales más del 60% se encuentran en edad de trabajar, lo que incide directamente en el modelo de negocio debido a que la mayor parte de la población tiene la capacidad de generar ingresos y poder pagar una suscripción a la plataforma de juegos.			X	Positivo
	Sociedad consumista	Con las actividades económicas funcionando en su totalidad después de la emergencia sanitaria, los hábitos de consumo de los salvadoreños también han vuelto a niveles pre-pandémicos.		X		Positivo
Tecnológico	Crecimiento del acceso a internet	Actualmente el 63% de la población total del país tiene acceso a internet, al cual acceden principalmente a través de dispositivos móviles		X		Positivo
	Aumento del interés por el entretenimiento digital	Como consecuencia de la cuarentena implementada como medida de contención del covid-19 y el cierre de lugares de esparcimiento, aumentó el consumo de contenido de entretenimiento digital entre la población, que buscó la forma de mitigar el aislamiento.		X		Positivo

Fuente: Elaboración propia

2.3. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Después de evaluar diversos factores internos y externos que pueden afectar el desarrollo exitoso del modelo de negocio se puede determinar que las condiciones son en su mayoría favorables para el desarrollo de la aplicación, externamente uno de los factores más influyentes es el tema económico, el cual pasó por momentos críticos durante la Pandemia de Covid-19 sin

embargo a la fecha la mayoría de personas han logrado recuperarse en este sentido y aunque una gran parte de la población económicamente activa se encuentra en el área informal, esto no limita el acceso a dispositivos móviles e internet. El estudio realizado por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas en colaboración con la Escuela de Comunicación Mónica Herrera sobre el consumo mediático reveló que siete de cada diez salvadoreños con ingresos menores a \$300.00 tienen acceso a internet, lo que significa que el consumo de medios es tan importante que la mayoría de personas independientemente de su estrato social destinan una parte de sus ingresos para la compra de datos móviles y con la recuperación de la economía familiar luego de la emergencia sanitaria los niveles de consumo de medios han vuelto a los niveles pre-pandémicos.

Un aspecto que juega tanto a favor como en contra es el regreso a las actividades cotidianas después de la pandemia ya que se ha vuelto a las formas de entretenimiento tradicionales lo que puede amenazar el éxito de la aplicación, sin embargo la cuarentena sentó las bases del consumo de entretenimiento digital por lo que si se trabaja de forma adecuada en mejorar las condiciones de los factores internos actuales se puede lograr una buena aceptación por parte de los usuarios, otro de los aspectos a favor es la cantidad de aficionados al fútbol que hay en el país, aunque no existe un porcentaje exacto de la cantidad de personas aficionadas, se puede estimar que es muy alto debido a las grandes concentraciones de personas en los bares y restaurantes del país los días en los que habrá partidos importantes de la liga española, a nivel interno se necesita trabajar de manera adecuada en el marketing y publicidad de la aplicación para que se pueda conseguir una importante cuota de mercado al momento de su lanzamiento.

2.4. LIENZO CANVAS

El lienzo Canvas muestra los aspectos esenciales del modelo de negocio, los cuales han sido estructurados en la **Tabla N° 4**.

Tabla N° 4. Lienzo CANVAS

<u>SOCIOS CLAVE</u>	<u>ACTIVIDADES CLAVE</u>	<u>PROPUESTA DE VALOR</u>	<u>RELACIÓN CON CLIENTES</u>	<u>SEGMENTO DE CLIENTES</u>
Desarrolladores de Software	Publicidad	Experiencia del usuario	Marketing	Consumidores de entretenimiento digital
Patrocinadores	Convenios con patrocinadores	Plataforma innovadora	Servicio de atención al cliente	
Usuarios	<u>RECURSOS CLAVE</u>	Premios	<u>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</u>	Aficionados al fútbol
Proveedores de internet	Patrocinadores	Precio	Sitio web	En edades entre 18 a 35 años
Redes sociales	Fluidez de efectivo		Redes sociales	
	Protección de datos y seguridad de pago de los usuarios		Play Store	
<u>ESTRUCTURA DE COSTOS</u>			<u>FLUJO DE INGRESOS</u>	
Diseño y desarrollo de la plataforma			Suscripción mensual (en diferentes modalidades)	
Marketing y publicidad				
Premios				
Mantenimiento de la plataforma				

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: PURA DIVERSIÓN

En el presente capítulo se detallan las acciones a implementar para la puesta en marcha del modelo de negocio, se describe el negocio, el marco estratégico, la oferta de servicio con los diferentes planes de suscripción, así como también se desarrolla el plan organizacional, plan de

mercadeo, plan de ventas, plan financiero, plan de trabajo y los indicadores de medición a utilizar para la evaluación del proyecto.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El presente modelo de negocio digital consiste en la creación de una plataforma de entretenimiento de pronósticos deportivos enfocado en el fútbol español; será un espacio diseñado para la diversión que al mismo tiempo brindará la oportunidad de ganar premios tanto en efectivo como promocionales de marcas patrocinadoras. El propósito del modelo de negocio es brindarle a los fanáticos de los deportes una opción diferente, entretenida y accesible ya que con poca inversión tendrán la oportunidad de jugar, acertar sus pronósticos y participar por un premio.

Entre los beneficios que ofrece este servicio está el fácil acceso a la plataforma, lo único que se requiere es un dispositivo móvil con internet, y se podrá participar a través de un método de suscripción mensual cuyo precio para el usuario será en función del contenido y grado de participación que este desee tener dentro de la misma.

Pura Diversión es una alternativa efectiva para el entretenimiento familiar ya que por medio de la interacción de la comunidad aficionada al fútbol se está brindando a la sociedad una solución al estrés que hoy en día caracteriza las labores de los salvadoreños, las personas podrán divertirse acertando pronósticos, mostrando sus conocimientos sobre el deporte y tendrán la posibilidad de ganar premios de una manera sana, controlada y responsable.

- **Nombre del negocio:** Pura Diversión
- **Información General:**
 - **Giro del negocio:** Actividades de juegos y apuestas
 - **Servicios:** Plataforma de entretenimiento consistente en una aplicación de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol española.
 - **Ubicación:** 5ª Calle poniente, entre 77 y 75 Av. Nte, Col. Escalón, S.S
 - **Número de teléfono:** 2274-5948
 - **Facebook:** Pura Diversión
 - **Instagram:** Puradiversionsv
 - **Tik Tok:** Puradiversionsv
 - **Correo electrónico:** info@puradiversion.com

3.2 MARCO ESTRATÉGICO

El marco estratégico está compuesto por los elementos que ayudarán a definir el propósito del modelo de negocio, los cuales se detallan a continuación:

3.2.1 Misión

- Entretener de forma innovadora a todos los fanáticos del fútbol.

3.2.2 Visión

- Ser reconocidos como una de las mejores plataformas de entretenimiento deportivo a nivel nacional.

3.2.3 Valores

Innovación: Innovamos mediante el desarrollo de nuevas formas de entretenimiento que nos diferencian de la competencia.

Pasión por el deporte: Creamos experiencias inolvidables ofreciendo un espacio digital de entretenimiento de calidad.

Compromiso: Estamos comprometidos con brindar un servicio eficiente que satisfaga la necesidad de entretenimiento de los usuarios.

Excelencia: Nuestros servicios se desarrollan bajo las mejores prácticas que caracterizan al sector del entretenimiento, siempre enfocados en la mejora continua de nuestras propuestas de valor para los usuarios.

Seguridad: Desarrollamos una plataforma que garantiza la protección de la información personal de los usuarios.

Claridad: Nos esforzamos para que nuestros usuarios se sientan cómodos en su experiencia dentro de la plataforma, que las reglas de los juegos y las premiaciones sean lo suficientemente transparentes y entendibles por cada uno de los usuarios.

Responsabilidad: Cada una de las premiaciones es minuciosamente controlada, garantizando de esta manera la confiabilidad de nuestros usuarios.

3.2.4 Objetivos

- Obtener cinco mil suscriptores en el primer año de operaciones
- Lograr una valoración de tres estrellas en el primer año de operaciones

- Formalizar tres contratos durante el primer año de operaciones, con marcas patrocinadoras reconocidas a nivel nacional.

3.2.5 Metas

- Posicionar a Pura Diversión como uno de los primeros juegos de entretenimiento deportivos en El Salvador
- Lograr la expansión a nivel centroamericano en los primeros cinco años de operaciones.
- Ser la aplicación de entretenimiento digital de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol española, más utilizada entre hombres y mujeres del territorio salvadoreño.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Pura diversión es una aplicación al alcance de todos los bolsillos, ya que contará con una versión gratuita y versiones de pago, tal como se muestra en la **Tabla N°5**

Tabla N° 5. Descripción de los productos o servicios

PLAN FREE GRATUITO	PLAN BASIC \$3.99	PLAN PREMIUM \$5.99
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso a juego Monedas al Aire ✓ Noticias y detalles de todos los equipos de la liga Española. ✓ Participación en tablas de resultados para la liga Española (aplica solo premios promocionales). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso a juego Monedas al Aire y Juego de Reyes. ✓ Noticias y detalles de todos los equipos de la liga Española. ✓ Participación en tablas de resultados para la liga Española (premios promocionales y en efectivo) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso a juego Monedas al Aire, Juego de Reyes y Fichaje Real. ✓ Noticias y detalles de todos los equipos de la liga Española. ✓ Participación en tablas de resultados para la liga Española (premios promocionales y en efectivo). ✓ Participación en rifas (prendas o accesorios de equipos de la liga española) ✓ Participación en la diversión regalona del partido más importante de cada jornada en la liga Española.

Fuente: Elaboración propia

➤ **Descripción de Juegos**

“Monedas al aire” (MA): Pronostica el resultado final de los partidos en tiempo real: victoria, empate o derrota (se podrá jugar hasta una hora antes de iniciar el partido).

Cada acierto es un punto ganado, cada fallo es un punto menos el cual se irá sumando o restando en la tabla de posiciones de los usuarios durante el mes (se podrá ganar como máximo hasta cuarenta puntos, dependiendo de la cantidad de partidos jugados en el mes).

“Juego de Reyes” (JR): Se divide en dos partes:

a) Los usuarios tendrán hasta el día quince para enviar sus pronósticos sobre cuáles serán los tres primeros lugares en La Liga al finalizar el mes, quien acierte el primer lugar gana tres puntos; acertar el segundo lugar representa dos puntos ganados; tercer lugar solamente un punto, es decir que quien cierte los tres lugares acumularía seis puntos en ese mes.

b) Resultado correcto: Esta sección del juego estará habilitada hasta una hora antes de cada partido para predecir su resultado final (deberán acertar exactamente el total de goles hechos por cada equipo, al acertar ganarán un punto y se podrá ganar hasta cuarenta puntos dependiendo de la cantidad de partidos jugados en el mes).

“Fichaje real” (FR): Se divide en tres partes:

a) Pronosticar máximo goleador por mes, opción habilitada para jugar hasta el día quince (acertar equivale a un punto).

b) Primer gol y último gol: Se hace sobre qué equipo marcará el primer gol y/o el último gol; habilitado hasta una hora antes de cada partido (el máximo de puntos a ganar son dos; un punto si acierta el primer gol y un punto por predecir el último gol).

c) Se ganará un punto por adivinar el total de tarjetas amarillas y un punto por adivinar las tarjetas rojas recibidas por un equipo en cada partido, habilitado hasta una hora antes de cada partido.

➤ **Descripción gráfica**



PURAS DIVERSION DISFRUTA Y GANA POR TU PASION					
TABLA DE POSICIONES					
MES DE JUNIO					
POS	NOMBRE DE USUARIO	M.A	J.R	F.R	PTS
1	USUARIO 1	40	5	3	48
2	USUARIO 2	35	5	1	41
3	USUARIO 3	20	4	1	25
4	USUARIO 4	15	1	2	18
5	USUARIO 5	5	5	3	13

Figura 8. Descripción del juego

Fuente. Elaboración propia

La tabla de posiciones muestra la sumatoria en cada uno de los juegos de la plataforma (M.A = Monedas al Aire; J.R. = Juegos de Reyes; F.R Fichaje Real) la cual será actualizada

cada mes, los usuarios podrán ir observando su posición dentro de la misma y sus posibilidades de quedar entre los primeros lugares, lo que representa lograr ser parte de las premiaciones.

PURA DIVERSIÓN
DISFRUTA Y GANA POR TU PASIÓN

TABLA DE POSICIONES
MES DE AGOSTO

POS	NOMBRE DE USUARIO	M.A	J.R	F.R	PTS
1	USUARIO 4	40	5	3	48
2	USUARIO 6	40	5	3	48
3	USUARIO 7	40	5	3	48
4	USUARIO 10	40	5	3	48
5	USUARIO 15	40	5	3	48

Figura 9. Descripción del juego

Fuente. Elaboración propia

Tabla de posiciones que muestra que hay varios usuarios que tienen la misma cantidad de puntos acumulados.

DUELO SÚBITO

Opción dentro de la plataforma que será habilitada cuando al finalizar el mes entre los usuarios haya empates en sus puntajes acumulados y de esa manera lograr establecer los lugares dentro de la tabla de posiciones.



Figura 10. Duelo súbito

Fuente. Elaboración propia

OCTAVOS DE FINAL:

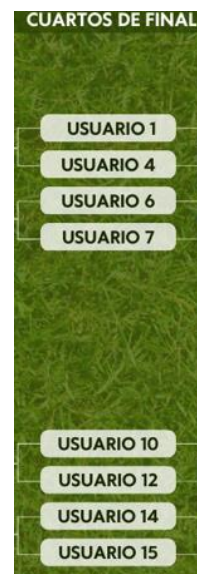
En octavos de final, del total de participantes, la aplicación creará al azar, dos grupos, denominados A y B, los cuales estarán conformados por x participantes cada uno (en el ejemplo se han conformado de ocho integrantes por cada grupo).

- Grupo A: De los participantes del grupo A, la aplicación conformara parejas de participantes conformados por “x” y “y” que se enfrentaran el uno contra el otro para que el ganador, cualquiera que sea, siga participando en los cuartos de final.
- Grupo B: Al igual que en el caso del grupo A, los participantes ganadores continuaran participando en cuartos de final.



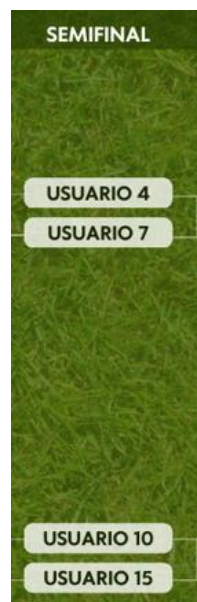
CUARTOS DE FINAL:

En cuartos de final, tanto el grupo A como B, estarán conformados por los 4 ganadores de octavos de final, quienes al igual que en la etapa anterior, competirán en parejas eliminándose el uno al otro, hasta conformar 2 participantes ganadores por grupo.



SEMI FINAL

Los 2 participantes ganadores de cada grupo (A y B) en cuartos de final, deberán enfrentarse entre sí para que el ganador pueda competir en la final.



FINAL

El ganador definitivo del grupo A, deberá enfrentarse al ganador del grupo B, hasta que el ganador se convierta en CAMPÓN ABSOLUTO.

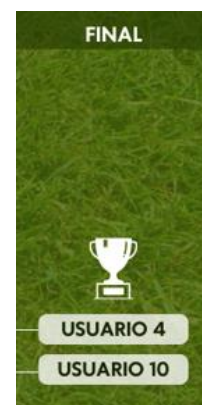


 TABLA DE POSICIONES MES DE AGOSTO						
POS	NOMBRE DE USUARIO	M.A	J.R	F.R	DUELO SUBITO	PTS
1	USUARIO 4	40	5	3	GANADOR 1º	48
2	USUARIO 10	40	5	3	GANADOR 2º	48
3	USUARIO 7	40	5	3	GANADOR 3º	48
4	USUARIO 15	40	5	3	GANADOR 4º	48
5	USUARIO 6	40	5	3	GANADOR 5º	48

Figura 11. Tabla de posiciones

Fuente. Elaboración propia

Tabla de posiciones ya con el lugar que cada usuario ganó en duelo súbito y los que serán acreedores de los premios del mes.

➤ **Seguridad de la plataforma**

Al tratarse del desarrollo de una aplicación móvil, se debe implementar medidas de seguridad efectivas que garanticen la confiabilidad en la misma, estas medidas serán implementadas de la forma siguiente:

1. Cumplimiento Legal: Pura Diversión se asegurará de cumplir con las regulaciones locales para garantizar que la plataforma esté legalmente protegida; asimismo cumplir el formulario "Conoce tu cliente" otorgado por la Unidad de Cumplimiento y Fiscalización de La Lotería Nacional de Beneficencia, el cual es requerido a los operadores de juego de acuerdo a los lineamientos de la Unidad de Investigación Financiera de la Fiscalía General de la Republica (FGR) para la Prevención de Lavado de Dinero y de Activos.

2. Autenticación Segura: Se implementará autenticación de dos pasos, donde los usuarios deberán ingresar un código enviado a su teléfono o correo, lo que añade una capa adicional de seguridad.

3. Monitoreo de Actividades: Se contará con un sistema que validará la información ingresada y detectará actividades inusuales, como inicios de sesión sospechosos. También se configurarán alertas para responder rápidamente a posibles fraudes.

4. Protección contra Ataques: Se mantendrá el uso de cortafuegos para proteger la plataforma de ciberataques. Además se implementará ModSecurity como un cortafuegos de aplicaciones web (WAF) y se utilizará SELinux en modo de aplicación (enforcing) para filtrar y monitorear el tráfico, asegurando que el acceso no autorizado sea bloqueado.

5. Cifrado de Datos: La información de la base de datos estará encriptada, lo que significa que incluso si alguien accede a los datos, no podrá leerlos sin la clave adecuada. Se utilizará protocolos de cifrado como SSL/TLS para proteger los datos personales y las transacciones financieras, garantizando que la información no sea interceptada.

6. Soporte Técnico y actualizaciones Regulares: Pura Diversión mantendrá el software y los sistemas actualizados de forma periódica, para corregir vulnerabilidades de seguridad y mejorar la protección en general.

Siguiendo estos pasos, el propósito es mejorar la seguridad de la plataforma y proteger tanto a los usuarios como la integridad de la plataforma.

3.4 VENTAJA COMPETITIVA

Pura Diversión se distingue de otras plataformas de entretenimiento digital debido a que permite la interacción en tiempo real con la comunidad a través de los pronósticos, con lo cual se fomenta el sano entretenimiento, al mismo tiempo se combaten problemas de salud derivados del estrés y agotamiento ocasionados por las diferentes rutinas a las que nos vemos sometidos día a día. Lo anterior, combinado con nuestro talento humano permite que la experiencia en la aplicación sea vanguardista y motivadora.

3.5 PLAN ORGANIZACIONAL

A continuación se detalla la estructura organizacional del negocio, así como las diferentes áreas que lo componen y las funciones a desempeñar por cada una de ellas.

a. Estructura organizativa del negocio

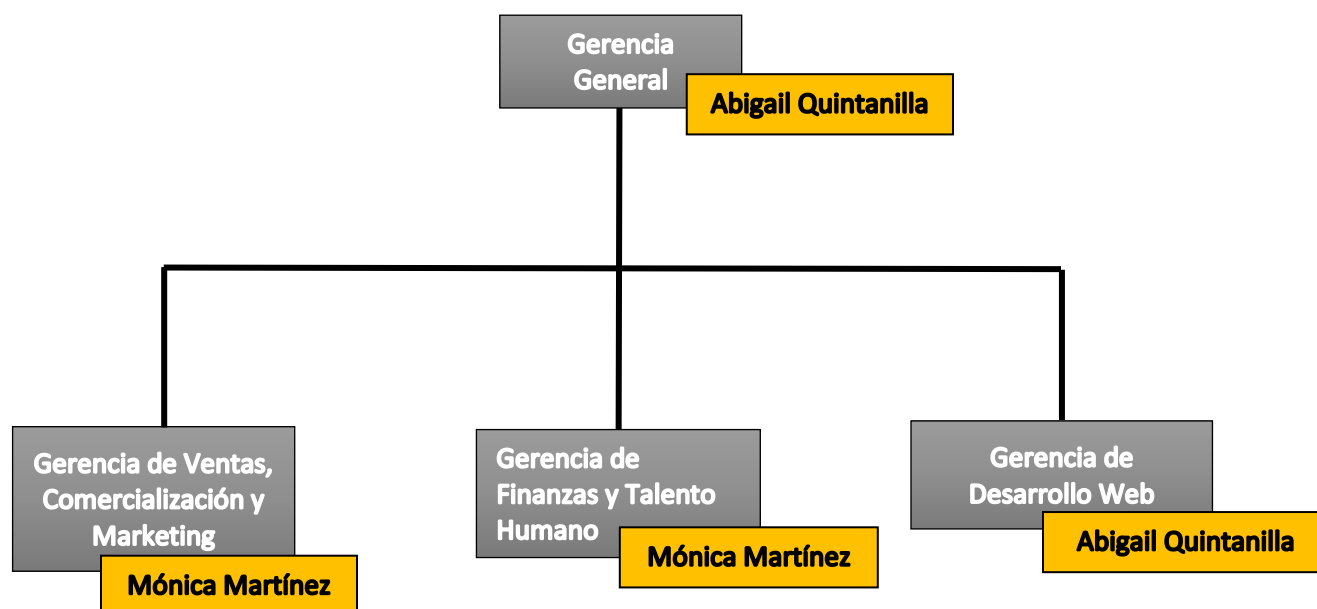


Figura 12. Estructura organizativa del negocio

Fuente: Elaboración propia

b. Organización de gestión y Recursos Humanos

Tabla N° 6 Organización de gestión y Recursos Humanos

Puesto	Funciones	Requisitos	Persona encargada
Gerente General	Planificación de estrategia de negocio, implementación de directrices que promuevan el crecimiento y sustentabilidad del negocio. Toma de decisiones, control del cumplimiento global de alcance de metas. Negociaciones con proveedores. Supervisión de las diversas actividades	Amplios conocimientos Administrativos Liderazgo Iniciativa Alta capacidad comunicativa Trabajo en equipo Organizado Alta capacidad de análisis Habilidades de negociación	Abigail Quintanilla

	<p>llevadas a cabo por cada departamento.</p> <p>Aprobación del presupuesto para cada área del negocio.</p> <p>Control del uso de los recursos financieros.</p>		
<p>Gerencia de Ventas, Comercialización y Marketing</p>	<p>Inteligencia de mercado y gestión de marca.</p> <p>Elaboración de reportes y cumplimiento de KPIs.</p> <p>Gestión de ventas y trabajo colaborativo con Recursos Humanos.</p> <p>Creación de contenido.</p> <p>Creación e implementación de estrategias de ventas.</p> <p>Manejo de redes sociales.</p> <p>Coordinación de entrega de premios</p>	<p>Manejo de personal de ventas.</p> <p>Capacidad de trabajo de campo</p> <p>Manejo de ofimática intermedio</p> <p>Habilidades de negociación.</p> <p>Proactivo</p> <p>Innovador</p> <p>Creativo</p> <p>Conocimientos sobre las tendencias del mercado y comportamiento del consumidor.</p> <p>Conocimiento sobre herramientas de marketing.</p> <p>Habilidades tecnológicas</p>	<p>Mónica Martínez</p>
<p>Gerencia de Finanzas y Talento Humano</p>	<p>Coordinar y controlar actividades de presupuestos, tesorería y contabilidad.</p> <p>Toma de decisiones.</p> <p>Integración con el resto de las áreas.</p> <p>Gestión de crédito con proveedores.</p> <p>Administración del personal (reclutamiento, selección y capacitación).</p> <p>Evaluación mensual de desempeño del recurso</p>	<p>Manejo intermedio de Ofimática.</p> <p>Habilidades cuantitativas y manejo de BigData.</p> <p>Honradez y confiabilidad.</p> <p>Conocimientos actualizados de leyes laborales.</p> <p>Capacidad de liderazgo</p> <p>Habilidades de planificación y organización.</p> <p>Capacidad de</p>	<p>Mónica Martínez</p>

	humano. Solución de conflictos entre el personal. Elaboración del presupuesto para cada área del negocio.	análisis. Capacidad estratégica	
Gerencia de Desarrollo Web	Diseñar, crear y dar mantenimiento a la plataforma de juegos y sitio web.	Amplios conocimientos en desarrollo de software. Habilidad comunicativa Organizado Capacidad analítica Conocimiento de herramientas técnicas para el diseño web	Abigail Quintanilla

Fuente: Elaboración propia

c. Proceso administrativo

El proceso administrativo de Pura Diversión se rige por cuatro etapas fundamentales, detalladas de la manera siguiente:

Planear: En esta etapa se establecerán la misión, visión, metas y objetivos del negocio, así como también el marco normativo interno bajo el cual se trabajará.

Organizar: Esta fase es el punto de partida para emprender las acciones necesarias para la consecución de los objetivos, se establecerán departamentos y se asignarán las funciones y responsabilidades de cada uno.

Dirigir: En esta etapa se verificará que los diferentes departamentos estén desempeñando correctamente sus responsabilidades, de manera que el trabajo realizado vaya de la mano para el logro de los objetivos establecidos en la etapa de planeación.

Controlar: En esta etapa se evaluará el logro de los objetivos, se diseñarán estrategias e implementarán acciones correctivas en las áreas en donde sean necesarias, con el fin de mantener el buen funcionamiento organizacional.

A continuación se detallan los procesos administrativos a nivel de bullet por área:

Gerencia General
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprobación del presupuesto ▪ Coordinación de reuniones mensuales con los gerentes de cada área ▪ Creación de alianzas con patrocinadores ▪ Contratos con proveedores
Gerencia de ventas, comercialización y marketing
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación e implementación de estrategias de marketing ▪ Creación de contenido publicitario ▪ Publicación de contenido en diversos medios ▪ Gestión de premios
Gerencia de finanzas y talento humano
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervisión del manejo de recursos financieros ▪ Transferencia de efectivo a cuentas de usuarios ganadores ▪ Reclutamiento, selección y capacitación del personal
Gerencia de desarrollo web
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimiento de la aplicación ▪ Suscripción de usuarios

d. Identificación y características de proveedores

Tabla N° 7. Identificación y características de proveedores

Nombre del proveedor	Dirección	Teléfono	Descripción
GoDaddy	Sitio Web	N/A	Proveedor de hosting, dominio y certificado SSL.
Gmail	Sitio Web	N/A	Proveedor de correo electrónico profesional

Wompi			Pasarela de pago
Digital Support	Col. Universitaria norte #2, calle alcaine, casa 24, Mejicanos, San Salvador	6060-5821	Servicio de informática y reparación de ordenadores
KiMax	5ª Calle poniente, entre 77 y 75 Av. Nte, Col. Escalón, S.S	2511-8500	Proveedor de oficina virtual
Simán	Centro Comercial Galerías, Paseo General Escalón, San Salvador	2298-3777	Proveedor de equipo de trabajo
Omnisport	Centro Comercial Metrocentro, 8ª etapa, locales N° 285 y 286, San Salvador	2261-7200	Proveedor de equipo de trabajo

Fuente: Elaboración propia

3.6 PLAN DE MERCADEO

Dentro del plan de mercadeo se detallan los resultados obtenidos de la investigación, los cuales sirven de guía para el desarrollo de estrategias de marketing.

a. Resultados de la investigación de mercado

Con el fin de poder realizar un análisis completo sobre el medio en el cual se desarrollará el proyecto, se implementaron instrumentos de recolección de datos tanto cuantitativos como cualitativos, de los cuales se muestran a continuación los resultados.

i. Resultados de la investigación cuantitativa

El fútbol es por excelencia el deporte favorito de la mayoría de personas alrededor del mundo, El Salvador no es la excepción, con el objetivo de poder tener un parámetro de la aceptación que tendrá el modelo de negocio se aplicó un cuestionario como método de

recolección de datos, a una muestra compuesta por 384 personas, obteniendo como resultado que el fútbol es el deporte favorito del 64.4% de ellos, lo cual representa una oportunidad para el desarrollo de la aplicación de pronósticos deportivos.

El 72% de los encuestados se encuentra laborando y en un rango de ingresos que va de los \$365.00 a los \$1,000.00 mensuales, del cual destinan al menos el 5% para gastar en actividades de esparcimiento, y aunque la mayor parte prefiere las actividades al aire libre, los juegos virtuales representan la segunda opción de entretenimiento, así como también la forma de entretenimiento en línea más conocida entre ellos.

Otro punto a destacar es que el 81.4% de los encuestados afirma que los medios de entretenimiento digital contribuyen en gran medida a disminuir los niveles de estrés a los que se ven sometidos día a día, para lo cual acceden a sus móviles al menos dos veces al día.

El 42.6% de la población total encuestada afirma no haber escuchado antes sobre juegos digitales de pronósticos deportivos, sin embargo están dispuestos a suscribirse a la plataforma por un pago mensual para lo cual el mayor porcentaje de ellos está dispuesto a pagar entre \$1.00 y \$6.99, prefiriendo las redes sociales como medio para recibir publicidad sobre la misma.

ii. Resultados de la investigación cualitativa

La recolección de datos cualitativos se llevó a cabo mediante la implementación de un guión de preguntas, para lo cual fueron entrevistadas cinco personas que cumplían con el requisito de desempeñarse como Gerentes de marca, los resultados obtenidos con la aplicación de este instrumento demostraron que en su mayoría los gerentes tienen conocimiento sobre la existencia de plataformas digitales de pronósticos deportivos, sin embargo no conocen sobre este tipo de plataformas a nivel nacional sino internacional, consideran que un proyecto de este tipo

atraería la atención de la población salvadoreña, sobre todo de los más jóvenes que están más acostumbrados a la tecnología, una de las principales ventajas que los gerentes entrevistados destacan sobre el proyecto es la poca competencia a nivel nacional en este tipo de aplicaciones, por lo que consideran que se podría atribuir una importante cantidad de usuarios.

En cuanto a la posibilidad de convertirse en patrocinadores del proyecto, el cual el fue el objetivo principal de la aplicación del instrumento, se obtuvo una respuesta favorable de parte de todos los entrevistados, quienes afirmaron que en caso de que la aplicación fuese lanzada al mercado, están en la disposición de apoyar con patrocinios mensuales de artículos como: camisetas, gorras, entradas a parques recreativos y descuentos en gimnasios, esperando de la aplicación un intercambio publicitario.

b. Marketing Mix Digital

El marketing Mix Digital comprende el conjunto de estrategias a implementar para la consecución de los objetivos del modelo de negocio, en este apartado se aborda el análisis de la competencia, perfil del consumidor, la imagen corporativa, campaña de lanzamiento, plan de medios y las estrategias de marketing.

i. Análisis de la competencia

A continuación se presenta el análisis de la competencia de Pura Diversión, tanto a nivel nacional como internacional.

Tabla N° 8. Análisis de la competencia

Competencia directa	
Plataforma	Descripción
<p>Dale sv</p> 	<p>Es un producto de la Lotería Nacional de Beneficencia que consta de un portal de apuestas deportivas y entretenimiento en línea. Incluye dentro de su oferta ligas y torneos internacionales y locales, juegos de casino, bingo, keno, entre otros.</p>
Competencia indirecta	
<p>1XBet</p> 	<p>Casa de apuestas europea, su principal ventaja es que ofrece la posibilidad de realizar apuestas en directo</p>
<p>Bet365</p> 	<p>Empresa británica de juegos de azar, dentro de su oferta se encuentran apuestas deportivas, tragaperras y slots, ruletas o juegos de mesa y póker.</p>
<p>22Bet</p> 	<p>Casa de apuestas con sede en Chipre, dentro de su oferta están las apuestas deportivas y juegos de casino, que incluye máquinas traga monedas, juegos de mesa y casino en vivo</p>
<p>Bodog</p> 	<p>Empresa de entretenimiento online de origen canadiense, ofrece servicios de apuestas deportivas, juegos de casino como slots, blackjack, ruleta, video bingo, póker, entre otros</p>

Fuente. Elaboración propia

ii. Perfil del consumidor

- Edad: 18 a 35 años.
- Género: Masculino y Femenino.
- Status Económico: Medio-alto.
- Nivel de estudios: Indiferente.
- Lugar de residencia: El Salvador.
- Gustos e intereses: Fanáticos del fútbol, específicamente de la liga española.
- Comportamiento del consumidor: Comprador de contenido digital.

iii. Imagen Corporativa

A continuación se presenta de manera gráfica la imagen corporativa de Pura Diversión, la cual ayudará a obtener distinción y reconocimiento entre los usuarios en el mercado.

- **Logo**



Figura 13. Logo de Pura Diversión

Fuente. Elaboración propia

- **Variaciones permitidas de la imagen corporativa**



Figura 14. Variaciones permitidas de la imagen corporativa

Fuente: Elaboración propia

- **Eslogan:** Disfruta y gana por tu pasión

iv. Campaña de lanzamiento

Gana jugando: El objetivo de la campaña es principalmente incentivar a las personas a divertirse acertando en el juego de pronósticos deportivos, sin embargo se ha denominado gana jugando, debido a que ganar no se refiere únicamente a los premios materiales o en efectivo sino también a la sensación de bienestar producida al realizar una actividad de entretenimiento.

v. Key Visual

En toda campaña publicitaria es de vital importancia el diseño de un elemento gráfico que defina la personalidad de la marca y transmita la forma en que esta desea ser recordada en la mente de los consumidores.

A continuación se presenta la referencia visual para el lanzamiento de la campaña de Pura Diversión.



Figura 15. Key Visual de Pura Diversión

Fuente. Elaboración propia

vi. Adaptación del Key Visual para redes sociales



Figura 16. Adaptación del Key Visual para redes sociales

Fuente. Elaboración propia

vii. Plan de medios

La siguiente tabla muestra el plan de medios a implementar para la difusión de la publicidad así como la inversión a realizar.

Tabla N° 9. Plan de medios

Mes	Medio	Tipo de compra	Inversión	KPI	Costo por KPI	Resultados
Enero	Meta	Subasta	\$ 300.00	CPC	\$ 0.06	188 suscriptores
Febrero	Meta	Subasta	\$ 300.00	CPC	\$ 0.06	188 suscriptores
Marzo	Meta	Subasta	\$ 300.00	CPC	\$ 0.06	188 suscriptores
Abril	Meta	Subasta	\$ 400.00	CPC	\$ 0.06	250 suscriptores
Mayo	Meta	Subasta	\$ 400.00	CPC	\$ 0.06	250 suscriptores
Junio	Meta	Subasta	\$ 400.00	CPC	\$ 0.06	250

						suscriptores
Julio	Meta	Subasta	\$ 500.00	CPC	\$ 0.06	313 suscriptores
Agosto	Meta	Subasta	\$ 500.00	CPC	\$ 0.06	313 suscriptores
Septiembre	Meta	Subasta	\$ 500.00	CPC	\$ 0.06	313 suscriptores
Octubre	Meta	Subasta	\$ 600.00	CPC	\$ 0.06	375 suscriptores
Noviembre	Meta	Subasta	\$ 600.00	CPC	\$ 0.06	375 suscriptores
Diciembre	Meta	Subasta	\$ 600.00	CPC	\$ 0.06	375 suscriptores
Total inversión anual			\$5,400.00			

Fuente: Elaboración propia

viii. Marketing Mix

Tabla N° 10. Las 4 P's

Producto	Plataforma de entretenimiento digital consistente en un juego de acumulación de puntos, al acertar en pronósticos deportivos en los que los usuarios pueden elegir entre diversos resultados de los partidos de la liga española, siendo ganadoras las primeras cinco personas que más puntos hayan acumulado al final de cada mes, de las cuales las primeras tres personas recibirán premios en efectivo, detallado de la siguiente manera: Plan Basic primer lugar \$75.00, segundo lugar \$50.00 y tercer lugar \$25.00; Plan Premium primer lugar \$150.00, segundo lugar \$100.00 y tercer lugar \$50.00, el resto de ganadores recibirá premio de patrocinadores. Los usuarios pueden elegir el plan que mejor se adapte a su bolsillo, siendo las opciones: Free, Basic y Premium.
Precio	Los precios de cada plan se han establecido de la siguiente manera: Plan Basic \$3.99 mensuales y Plan Premium \$5.99 mensuales, el plan Free no tendrá costo alguno, sin embargo consta de un tiempo de uso limitado de la plataforma, (un mes).
Plaza	La plataforma de juegos ha sido diseñada para ser distribuida a través de dispositivos móviles con acceso a internet a través de Play Store. Se contará con una oficina virtual para la entrega de premios de patrocinadores. El derecho al cobro de estos premios caducará a los dos meses, contados a partir del día siguiente de anunciar al ganador.
Promoción	Para promocionar la plataforma se hará uso de herramientas digitales como página web y redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok.

Fuente: Elaboración propia

ix. Estrategias de Marketing

Tabla N° 11. Estrategias de Marketing

Variable	Objetivo	Estrategia	Táctica
Producto	Diversificar las opciones de juego de la plataforma	Implementar un método de evaluación de servicio, de manera semestral y semanal entre los usuarios activos	Dentro de la plataforma se contará con una pestaña fija que se identificará como "ayudanos a mejorar tu juego" la cual tendrá como función ser un buzón de sugerencias, habilitado 24/7 para que el usuario pueda expresar quejas, reclamos o simplemente brinde ideas de lo que le gustaría ver dentro de la APP, la cual semanalmente estará siendo revisada y atendida por el personal de PURA DIVERSIÓN y semestralmente se tomará aleatoriamente un porcentaje de usuarios a los cuales se les contactará via telefónica para que puedan llenar una encuesta para conocer su nivel de satisfacción, en base a ello se ampliará las opciones de juego hacia otros deportes y otras nacionalidades.
	Fidelizar suscriptores	El proyecto estará enfocado en personalizar la experiencia del usuario, aumentar el valor percibido y fomentar la participación continúa, el cual se realizará por fases	La fidelización de suscriptores se realizará mediante las siguientes fases: <ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentación de usuarios: Se ofrecerá incentivos personalizados para usuarios nuevos, activos e inactivos. 2. Programas de lealtad: Recompensa con puntos o beneficios exclusivos por participación continua. 3. Personalización: Se enviará recomendaciones y contenido adaptado a cada usuario. 4. Gamificación: Se creará desafíos y ligas internas y eventos en vivo con apoyo de los patrocinadores para mantener el interés. 5. Comunicación constante: Se hará uso de notificaciones y encuestas para mantener el contacto. 6. Referidos: Se creará un programa donde los usuarios reciban recompensas por cada amigo que

			<p>inviten al juego y logren que este se registre, aumentando la retención y atrayendo nuevos usuarios.</p> <p>7. Soporte proactivo: Se proporcionará atención rápida y personalizada, con atención diferenciada para usuarios con alta actividad o nivel VIP.</p>
Precio	Aumentar la retención de suscriptores un 10% trimestralmente.	Monitorear los resultados de las campañas de marketing y hacer ajustes cuando sea necesario	<p>Aumentar la inversión en publicidad de Meta de manera trimestral, con el fin de impactar a una mayor cantidad de personas.</p> <p>Actualizar la APP constantemente para que pueda tener una mayor facilidad de uso, tanto para los que saben utilizar la tecnología como para los que todavía se les dificulta.</p>
Plaza	Lograr un excelente posicionamiento web	Implementación de marketing en buscadores	Diseño de página web, utilizando herramientas SEO de análisis y búsqueda de palabras clave como Google Analytics, Google Search Console y Keyword Explorer que ayuden a posicionar a Pura Diversión en las primeras opciones de los motores de búsqueda.
Promoción	Alcanzar un mínimo de 5,500 suscriptores en el primer año de operaciones	Implementación de inbound marketing, con el fin de crear conexión con los potenciales usuarios y generar una mayor cantidad de tráfico a la plataforma.	<p>Se hará uso de TIKTOK debido a que es la plataforma más utilizada actualmente entre la población en el rango de edad del público objetivo del proyecto, buscando crear contenido que sea atractivo para las personas a través de palabras claves que sirvan de enganche para que vean todo el video y se logre crear contenido viral, se harán grabaciones que conecten con las personas y no como anuncios publicitarios; en Facebook e Instagram se compartirá las premiaciones, calendarios de partidos, información de como registrarse en la APP y publicaciones de contenido valioso e informativo acerca de la plataforma.</p> <p>Se crearán alianzas con patrocinadores, donde ellos permitirán promover la App de Pura Diversión en sus negocios ayudando a redireccionar posibles suscriptores.</p>

	Obtener una mayor visibilidad de marca en redes sociales en el segundo año de operaciones	Implementación de marketing de influencers	<p>Se buscará contactar con influencers de las diferentes redes sociales, que apoyan emprendimientos, a los cuales se les explicará el proyecto y se buscará su colaboración para promover la App de Pura Diversión entre sus seguidores.</p> <p>Se diseñará contenido para las diversas redes sociales, basado en las historias de los usuarios ganadores, que incentiven a suscribirse a la plataforma.</p>
--	---	--	---

Fuente: Elaboración propia

3.7 PLAN DE VENTAS

a. Ciclo de Ventas

Este proceso está constituido por una serie de pasos para lograr convertir a los usuarios potenciales en usuarios reales.



Figura 17. Ciclo de venta para el modelo de negocio Pura Diversión

Fuente. Elaboración propia

A continuación se describe el ciclo de ventas de Pura Diversión:

i. Prospección

El ciclo de ventas de Pura Diversión comienza con la estructuración del perfil que deben cumplir los potenciales usuarios, compuesto por las características comunes de las personas interesadas en la aplicación, entre las que se destacan la edad: entre dieciocho a treinta y cinco años, el estatus económico: deben poseer ingresos mensuales y sus gustos y preferencias: deben ser personas apasionadas por el fútbol, específicamente por la liga española.

ii. Contacto con los clientes

El contacto con los usuarios se establecerá a través de redes sociales y la página web, en las redes sociales se publicará contenido de valor que despierte la motivación y curiosidad de los usuarios de explorar el funcionamiento de la aplicación, la página web estará diseñada con herramientas SEO que permitan a Pura Diversión posicionarse entre los primeros lugares de los motores de búsqueda en el momento en que los usuarios realicen búsquedas relacionadas al fútbol y actividades de entretenimiento, en ambos medios se publicarán los diferentes planes de suscripción con el precio y las opciones de juego que contiene cada plan.

iii. Reunión o presentación

Como forma de presentación Pura Diversión dispondrá de un plan gratuito, con acceso limitado y un periodo de duración de 30 días, con el fin de brindarle a los usuarios una primera experiencia e incentivar a adquirir una versión de pago.

iv. Manejo de objeciones

Inicialmente se contará dentro de la aplicación con un enlace a WhatsApp con el fin de gestionar quejas y solventar dudas, pasados seis meses se diseñará un espacio de preguntas frecuentes para optimizar el tiempo de respuesta para los usuarios.

v. Cierre de venta

Después de conocer los diferentes planes de juego, el usuario podrá elegir el que mejor se adapte a su bolsillo, para ello dará clic en la opción suscribirse donde se le solicitarán sus datos personales para efectuar el registro, finalizando con el pago de la suscripción el cual se hará a través de la pasarela de pago Wompi.

vi. Servicio Post- Venta

El seguimiento del servicio post-venta se efectuará a través de encuestas mensuales para conocer la satisfacción de los usuarios en su experiencia dentro de la aplicación, así como también enviando publicidad al correo electrónico de las personas que hayan estado de acuerdo con recibir publicidad por este medio.

b. Proyección de ventas

A continuación se presenta la proyección de ventas estimadas para el primer año de operaciones, las cuales se ha estimado que el emprendimiento generará un total de ingresos por US\$27,052.00 aproximadamente; proyectándose la obtención de 5,780 suscripciones.

Además, se ha estimado con base a los índices de inflación que reporta el Banco Central de Reserva de El Salvador, que el número de operaciones puede crecer en promedio un 3.02%

anual. Con dicho indicador se estiman los niveles de ventas tanto en unidades como en dólares, conforme se detallan en las tablas siguientes:

Tabla N° 12. Proyección de ventas en unidades para el primer año

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES															
Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	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	
Plan Basic	Suscripción	\$ 3.99	295	300	310	315	315	315	320	320	320	325	325	325	3,785
Plan Premium	Suscripción	\$ 5.99	145	150	155	165	165	165	170	170	170	180	180	180	1,995
Total de ventas mensuales			440	450	465	480	480	480	490	490	490	505	505	505	
Total de ventas anuales															5,780

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 13. Proyección de ventas en dólares para el primer año

PROYECCIÓN DE VENTAS EN DÓLARES													
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	
Plan Basic	\$ 1,177.05	\$ 1,197.00	\$ 1,236.90	\$ 1,256.85	\$ 1,256.85	\$ 1,256.85	\$ 1,276.80	\$ 1,276.80	\$ 1,276.80	\$ 1,296.75	\$ 1,296.75	\$ 1,296.75	\$ 15,102
Plan Premium	\$ 868.55	\$ 898.50	\$ 928.45	\$ 988.35	\$ 988.35	\$ 988.35	\$ 1,018.30	\$ 1,018.30	\$ 1,018.30	\$ 1,078.20	\$ 1,078.20	\$ 1,078.20	\$ 11,950
Total de ventas mensuales	\$ 2,045.60	\$ 2,095.50	\$ 2,165.35	\$ 2,245.20	\$ 2,245.20	\$ 2,245.20	\$ 2,295.10	\$ 2,295.10	\$ 2,295.10	\$ 2,374.95	\$ 2,374.95	\$ 2,374.95	
Total de ventas anuales													\$ 27,052

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 14. Proyección de ventas en unidades, del segundo al quinto año

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES													
Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
Plan Basic	Suscripcion	950	992	1008	1024	3974	1007	1052	1068	1085	4212	4549	5004
Plan Premium	Suscripcion	473	520	536	567	2096	501	551	568	601	2221	2399	2639
Total ventas trimestrales		1423	1512	1544	1591		1508	1603	1636	1686			
Total ventas anuales						6070					6433	6948	7643

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 15. Proyección de ventas en dólares, del segundo al quinto año

PROYECCIÓN DE VENTAS EN DÓLARES													
Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
Plan Basic	Suscripción	\$3,904.22	\$4,076.82	\$4,142.58	\$4,208.33	\$16,331.95	\$4,262.62	\$4,453.11	\$4,520.83	\$4,592.80	\$17,829.36	\$19,833.55	\$22,471.86
Plan Premium	Suscripción	\$2,918.27	\$3,208.24	\$3,306.96	\$3,498.22	\$12,931.69	\$3,183.75	\$3,501.49	\$3,609.52	\$3,819.23	\$14,113.99	\$15,702.50	\$17,791.60
Total ventas trimestrales		\$6,822.48	\$7,285.07	\$7,449.54	\$7,706.55		\$7,446.37	\$7,954.60	\$8,130.36	\$8,412.02			
Total ventas anuales						\$29,263.64					\$31,943.35	\$35,536.05	\$40,263.47

Fuente. Elaboración propia

PLAN FINANCIERO

El plan financiero consta de diversas estimaciones que en conjunto permiten evaluar la viabilidad económica del proyecto.

a. Plan de inversión

En el plan de inversión se detallan las herramientas esenciales para el desarrollo inicial del modelo de negocio.

Tabla N° 16. Supuestos de inversión

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

Concepto	Monto	FINANCIAMIENTO	
		Fondos Propios	Préstamos Financieros
Activos digitales	\$ 2,669.50	\$ -	\$ 2,669.50
Diseño y desarrollo de la App	\$2,500.00		\$ 2,500.00
Logotipo	\$169.50		\$ 169.50
			\$ -
Equipo:	\$ 1,985.00	\$ -	\$ 1,985.00
Computadoras portátiles (2)	\$1,198.00		\$ 1,198.00
Teléfonos móviles (2)	\$658.00		\$ 658.00
Impresora (1)	\$129.00		\$ 129.00
			\$ -
Capital de Trabajo:	\$ 5,000.00	\$ 3,000.00	\$ 2,000.00
Efectivo	\$ 5,000.00	\$ 3,000.00	\$ 2,000.00
			\$ -
Otros:	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -
Totales:	\$ 9,654.50	\$ 3,000.00	\$ 6,654.50

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 17. Amortización de préstamo

Tabla de Amortización de Préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 6,654.50
1	148.03	66.55	81.48	\$ 6,573.02
2	148.03	65.73	82.30	\$ 6,490.72
3	148.03	64.91	83.12	\$ 6,407.61
4	148.03	64.08	83.95	\$ 6,323.66
5	148.03	63.24	84.79	\$ 6,238.87
6	148.03	62.39	85.64	\$ 6,153.23
7	148.03	61.53	86.49	\$ 6,066.74
8	148.03	60.67	87.36	\$ 5,979.38
9	148.03	59.79	88.23	\$ 5,891.15
10	148.03	58.91	89.11	\$ 5,802.03
11	148.03	58.02	90.01	\$ 5,712.03
12	148.03	57.12	90.91	\$ 5,621.12
13	148.03	56.21	91.81	\$ 5,529.31
14	148.03	55.29	92.73	\$ 5,436.57
15	148.03	54.37	93.66	\$ 5,342.91
16	148.03	53.43	94.60	\$ 5,248.32
17	148.03	52.48	95.54	\$ 5,152.78
18	148.03	51.53	96.50	\$ 5,056.28
19	148.03	50.56	97.46	\$ 4,958.81
20	148.03	49.59	98.44	\$ 4,860.38
21	148.03	48.60	99.42	\$ 4,760.95
22	148.03	47.61	100.42	\$ 4,660.54
23	148.03	46.61	101.42	\$ 4,559.12
24	148.03	45.59	102.43	\$ 4,456.68
25	148.03	44.57	103.46	\$ 4,353.22
26	148.03	43.53	104.49	\$ 4,248.73
27	148.03	42.49	105.54	\$ 4,143.19
28	148.03	41.43	106.59	\$ 4,036.60
29	148.03	40.37	107.66	\$ 3,928.94
30	148.03	39.29	108.74	\$ 3,820.20
31	148.03	38.20	109.82	\$ 3,710.38
32	148.03	37.10	110.92	\$ 3,599.46
33	148.03	35.99	112.03	\$ 3,487.43
34	148.03	34.87	113.15	\$ 3,374.28
35	148.03	33.74	114.28	\$ 3,259.99
36	148.03	32.60	115.43	\$ 3,144.57
37	148.03	31.45	116.58	\$ 3,027.99
38	148.03	30.28	117.75	\$ 2,910.24
39	148.03	29.10	118.92	\$ 2,791.32
40	148.03	27.91	120.11	\$ 2,671.21
41	148.03	26.71	121.31	\$ 2,549.89
42	148.03	25.50	122.53	\$ 2,427.36
43	148.03	24.27	123.75	\$ 2,303.61
44	148.03	23.04	124.99	\$ 2,178.62
45	148.03	21.79	126.24	\$ 2,052.38
46	148.03	20.52	127.50	\$ 1,924.88
47	148.03	19.25	128.78	\$ 1,796.11
48	148.03	17.96	130.06	\$ 1,666.04
49	148.03	16.66	131.37	\$ 1,534.68
50	148.03	15.35	132.68	\$ 1,402.00
51	148.03	14.02	134.01	\$ 1,267.99
52	148.03	12.68	135.35	\$ 1,132.64
53	148.03	11.33	136.70	\$ 995.95
54	148.03	9.96	138.07	\$ 857.88
55	148.03	8.58	139.45	\$ 718.43
56	148.03	7.18	140.84	\$ 577.59
57	148.03	5.78	142.25	\$ 435.34
58	148.03	4.35	143.67	\$ 291.67
59	148.03	2.92	145.11	\$ 146.56
60	148.03	1.47	146.56	\$ 0.00

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 18. Cuota de préstamo y depreciación

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto:	\$6,654.50
Interés Anual:	12.00%
Plazo en Meses:	60
Cuota:	(\$148.03)
Seguros:	1.00%
Cuota Total:	\$ 149.51
Cálculo de Depreciación	
Depreciación Anual:	\$ 930.90
Cálculo de Costo de Capital	
	0.05%

Fuente. Elaboración propia

b. Estructura de costos

En este apartado se desglosan todos los costos necesarios para el funcionamiento de la plataforma tales como Hosting, Certificado SSL, Dominio, efectivo invertido en premios, salarios del personal, alquiler, comunicaciones y publicidad.

Tabla N° 19. Costos brutos por cada plan.

Detalle COSTO BRUTO	Plan Basic		Plan Premium	
	Costo	%	Costo	%
Hosting, Certificado SSL, Domini	\$ 0.03	5%	\$ 0.03	2%
Pasarela de pago	\$ 0.11	18%	\$ 0.17	8%
Premios usuarios	\$ 0.48	77%	\$ 1.80	90%
Total	\$ 0.62	100%	\$ 2.00	100%

Porcentaje de Incremento Anual Estimado	3.0%
--	------

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 20. Costos brutos estimados, del primer al quinto año.

COSTO BRUTO Línea de Productos	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Unidades	Costo Unitario	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total
Plan Basic	3,785	\$ 0.62	\$ 2,346.70	3,974	\$ 0.638600	\$ 2,537.80	4,212	\$ 0.657758	\$ 2,770.48	4,549	\$ 0.677491	\$ 3,081.91	5,004	\$ 0.697815	\$ 3,491.87
Plan Premium	1,995	\$ 2.00	\$ 3,990.00	2,096	\$ 2.060000	\$ 4,317.76	2,221	\$ 2.121800	\$ 4,712.52	2,399	\$ 2.185454	\$ 5,242.90	2,639	\$ 2.251018	\$ 5,940.44
Total	5,780	\$ 2.62	\$ 6,336.70	6,070	\$ 2.698600	\$ 6,855.56	6,433	\$ 2.779558	\$ 7,482.99	6,948	\$ 2.862945	\$ 8,324.81	7,643	\$ 2.948833	\$ 9,432.30

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 21. Costo del personal

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	3	3	3	3	3
Salarios	\$ 9,900.00	\$ 10,197.00	\$ 10,502.91	\$ 10,818.00	\$ 11,142.54
Prestaciones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costo Personal	\$ 9,900.00	\$ 10,197.00	\$ 10,502.91	\$ 10,818.00	\$ 11,142.54

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 22 Otros costos y gastos

Otros Costos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos
Alquileres de Locales	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	2.20%	\$ 50.00 al mes
Comunicaciones	2.70%	2.70%	2.70%	2.70%	2.70%	\$ 60.00 al mes
Utiles de Oficina	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	\$ 20.00 al mes
Promoción y Publicidad	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	\$ 450.00 al mes

Fuente. Elaboración propia

c. Flujo de efectivo

A continuación se presenta el flujo de efectivo proyectado para los primeros cinco años de operaciones.

Tabla N° 23. Flujo de caja proyectado del inversionista para el primer año

	Flujo de Caja Proyectado del Inversionista												Total Año 1
	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	
Ganancia Neta	\$ 23.58	\$ 61.19	\$ 115.67	\$ 173.25	\$ 174.09	\$ 174.94	\$ 212.59	\$ 213.46	\$ 214.33	\$ 271.96	\$ 272.85	\$ 273.75	\$ 2,181.67
Más:													
Depreciación	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	930.90
Menos:													
Amortización de Préstamo	81.48	82.30	83.12	83.95	84.79	85.64	86.49	87.36	88.23	89.11	90.01	90.91	1,033.38
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 19.67	\$ 56.47	\$ 110.12	\$ 166.87	\$ 166.87	\$ 166.87	\$ 203.67	\$ 203.67	\$ 203.67	\$ 260.42	\$ 260.42	\$ 260.42	\$ 2,079.19

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 24. Flujo de caja proyectado del inversionista del segundo al quinto año

	Flujo de Caja Proyectado del Inversionista											
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ganancia Neta	\$ 766.67	\$ 775.10	\$ 783.79	\$ 792.73	\$ 3,118.29	\$ 1,065.70	\$ 1,075.20	\$ 1,084.99	\$ 1,095.07	\$ 4,320.97	\$ 5,996.26	\$ 9,204.97
Más:												
Depreciación	232.73	232.73	232.73	232.73	930.90	232.73	232.73	232.73	232.73	930.90	930.90	930.90
Menos:												
Amortización de Préstamo	278.21	286.64	295.32	304.27	1,164.44	313.49	322.99	332.78	342.86	1,312.12	1,478.53	1,666.04
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 721.19	\$ 721.19	\$ 721.19	\$ 721.19	\$ 2,884.76	\$ 984.94	\$ 984.94	\$ 984.94	\$ 984.94	\$ 3,939.75	\$ 5,448.63	\$ 8,469.83

Fuente. Elaboración propia

d. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

El nivel de rentabilidad y punto de equilibrio definen si un proyecto es viable o no de ponerse en marcha, en términos financieros.

i. Análisis de Rentabilidad

Los datos financieros muestran que el proyecto obtendrá ganancias a partir del primer año, la cual irá aumentando gradualmente en los siguientes años de operaciones.

Al calcular los indicadores de rentabilidad del proyecto, se obtuvo resultados positivos en todos ellos. Al validar los resultados del VAN y la TIR ambos valores son positivos lo cual indica que el negocio es viable de ponerse en marcha. Particularmente la TIR da como resultado un valor de 28.43% lo que permite la viabilidad financiera del proyecto.

Asimismo, se estima que la inversión inicial se estaría recuperando en aproximadamente cuatro años, lo que implica una buena proyección a futuro, de ingresos para el proyecto. Mismos resultados positivos refleja el índice de rentabilidad de 2.36 que implica que por cada dólar invertido se obtendría más de dos dólares de retorno.

Tabla N° 25. Cálculo de rentabilidad proyectada

PROYECCIONES FINANCIERAS - CÁLCULO DE RENTABILIDAD PROYECTADA						
Flujo de Fondos Poyectado del Inversionista						
Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		27,052.20	29,263.64	31,943.35	35,536.05	40,263.47
Costo de Bienes Vendidos		6,336.70	6,855.56	7,482.99	8,324.81	9,432.30
Ganancia Bruta		\$ 20,715.50	\$ 22,408.08	\$ 24,460.35	\$ 27,211.24	\$ 30,831.16
Salarios		9,900.00	10,197.00	10,502.91	10,818.00	11,142.54
Prestaciones		-	-	-	-	-
Alquileres de Locales		600.00	643.80	702.75	781.79	885.80
Alquileres de Maquinaria		-	-	-	-	-
Mantenimiento		-	-	-	-	-
Seguros		-	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad		-	-	-	-	-
Comunicaciones		720.00	790.12	862.47	959.47	1,087.11
Útiles de Oficina		240.00	263.37	287.49	319.82	362.37
Promoción y Publicidad		5,400.00	5,852.73	6,388.67	7,107.21	7,107.21
Pasajes y Viáticos		-	-	-	-	-
Transportes		-	-	-	-	-
Depreciación		930.90	930.90	930.90	930.90	930.90
Otros		-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.		\$ 17,790.90	\$ 18,677.92	\$ 19,675.19	\$ 20,917.20	\$ 21,515.93
Intereses Pagados		742.93	611.87	464.19	297.78	110.27
Ganancia Neta		\$ 2,181.67	\$ 3,118.29	\$ 4,320.97	\$ 5,996.26	\$ 9,204.97
Más:						
Depreciación		930.90	930.90	930.90	930.90	930.90
Menos:						
Amortización de Préstamo		1,033.38	1,164.44	1,312.12	1,478.53	1,666.04
Inversión Inicial	\$ 9,654.50					
Más:						
Valor de Salvamento de Inversión	0					
Recuperación del Capital de Trabajo						
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (9,654.50)	\$ 2,079.19	\$ 2,884.76	\$ 3,939.75	\$ 5,448.63	\$ 8,469.83

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 26. Reintegro de inversión

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)	4 Años Aprox.
Valor Actual Neto(VAN)	\$ 13,125.81
Tasa Interna de Retorno(TIR_{reg})	28.43%
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)	51.42%
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)	2.36

Fuente. Elaboración propia

ii. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio de Pura Diversión para el primer año se encuentra en 4,964 suscriptores y \$23,232.99. Según las proyecciones, dichas cifras serán alcanzadas y superadas ya que en el primer año de operaciones se estiman 5,780 suscriptores e ingresos por \$27,052.00 lo cual proyecta un buen futuro financiero para el negocio.

Tabla N° 27. Punto de Equilibrio

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	Plan Basic	Suscripción	3,785	65%	\$ 3.99	\$ 0.62	\$ 3.37	3,251	\$ 12,970.04
2	Plan Premium	Suscripción	1,995	35%	\$ 5.99	\$ 2.00	\$ 3.99	1,713	\$ 10,262.95
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS			5,780	100%	Margen de Contribución Combinado		\$ 3.58	4,964	\$ 23,232.99

Fuente. Elaboración propia

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 17,790.90}{\$ 3.58} = 4,963.98 \text{ Unidades}$$

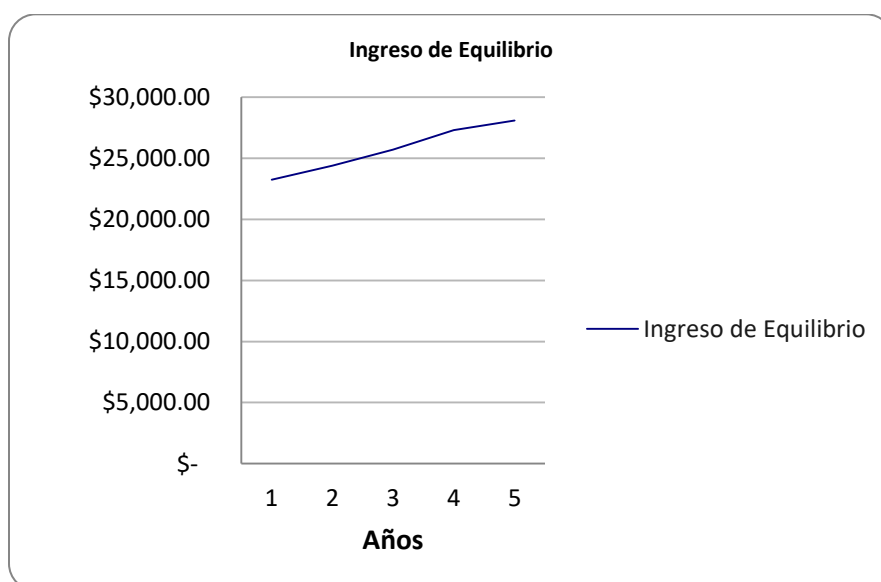


Figura 18. Gráfica ingreso de equilibrio

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 28. Ingresos de equilibrio del primer al quinto año

Año	Ingreso de Equilibrio
1	\$ 23,232.99
2	\$ 24,392.26
3	\$ 25,694.30
4	\$ 27,316.45
5	\$ 28,098.38

Fuente. Elaboración propia

e. Estado de Resultados Projectado

Tabla N° 29. Estado de Resultados Projectado para el primer año

Estado de Resultados Projectado													
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	Año 1
Ingreso por Ventas	2,045.60	2,095.50	2,165.35	2,245.20	2,245.20	2,245.20	2,295.10	2,295.10	2,295.10	2,374.95	2,374.95	2,374.95	27,052.20
Costo de Bienes Vendidos	472.90	486.00	502.20	525.30	525.30	525.30	538.40	538.40	538.40	561.50	561.50	561.50	6,336.70
Ganancia Bruta	\$ 1,572.70	\$ 1,609.50	\$ 1,663.15	\$ 1,719.90	\$ 1,719.90	\$ 1,719.90	\$ 1,756.70	\$ 1,756.70	\$ 1,756.70	\$ 1,813.45	\$ 1,813.45	\$ 1,813.45	\$ 20,715.50
Salarios	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	9,900.00
Prestaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquileres de Locales	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Alquileres de Maquinaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comunicaciones	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00	720.00
Útiles de Oficina	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00
Promoción y Publicidad	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	5,400.00
Pasajes y Viáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	77.58	930.90
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 1,482.58	\$ 17,790.90
Intereses Pagados	66.55	65.73	64.91	64.08	63.24	62.39	61.53	60.67	59.79	58.91	58.02	57.12	742.93
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 23.58	\$ 61.19	\$ 115.67	\$ 173.25	\$ 174.09	\$ 174.94	\$ 212.59	\$ 213.46	\$ 214.33	\$ 271.96	\$ 272.85	\$ 273.75	\$ 2,181.67
Impuesto sobre Renta(25%)													-
Ganancia Neta	\$ 23.58	\$ 61.19	\$ 115.67	\$ 173.25	\$ 174.09	\$ 174.94	\$ 212.59	\$ 213.46	\$ 214.33	\$ 271.96	\$ 272.85	\$ 273.75	\$ 2,181.67

Fuente. Elaboración propia

Tabla N° 30. Estado de Resultados Projectado del segundo al quinto año

	Estado de Resultados Projectado											
	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ingreso por Ventas	7,315.91	7,315.91	7,315.91	7,315.91	29,263.64	7,985.84	7,985.84	7,985.84	7,985.84	31,943.35	35,536.05	40,263.47
Costo de Bienes Vendidos	1,713.89	1,713.89	1,713.89	1,713.89	6,855.56	1,870.75	1,870.75	1,870.75	1,870.75	7,482.99	8,324.81	9,432.30
Ganancia Bruta	\$ 5,602.02	\$ 5,602.02	\$ 5,602.02	\$ 5,602.02	\$22,408.08	\$ 6,115.09	\$ 6,115.09	\$ 6,115.09	\$ 6,115.09	\$24,460.35	\$27,211.24	\$30,831.16
Salarios	2,549.25	2,549.25	2,549.25	2,549.25	10,197.00	2,625.73	2,625.73	2,625.73	2,625.73	10,502.91	10,818.00	11,142.54
Prestaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquileres de Locales	160.95	160.95	160.95	160.95	643.80	175.69	175.69	175.69	175.69	702.75	781.79	885.80
Alquileres de Maquinaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comunicaciones	197.53	197.53	197.53	197.53	790.12	215.62	215.62	215.62	215.62	862.47	959.47	1,087.11
Utiles de Oficina	65.84	65.84	65.84	65.84	263.37	71.87	71.87	71.87	71.87	287.49	319.82	362.37
Promoción y Publicidad	1,463.18	1,463.18	1,463.18	1,463.18	5,852.73	1,597.17	1,597.17	1,597.17	1,597.17	6,388.67	7,107.21	7,107.21
Pasajes y Viáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	232.73	232.73	232.73	232.73	930.90	232.73	232.73	232.73	232.73	930.90	930.90	930.90
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 4,669.48	\$ 4,669.48	\$ 4,669.48	\$ 4,669.48	\$18,677.92	\$ 4,918.80	\$ 4,918.80	\$ 4,918.80	\$ 4,918.80	\$19,675.19	\$20,917.20	\$21,515.93
Intereses Pagados	165.87	157.44	148.75	139.81	611.87	130.59	121.09	111.30	101.22	464.19	297.78	110.27
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 766.67	\$ 775.10	\$ 783.79	\$ 792.73	\$ 3,118.29	\$ 1,065.70	\$ 1,075.20	\$ 1,084.99	\$ 1,095.07	\$ 4,320.97	\$ 5,996.26	\$ 9,204.97
Impuesto sobre Renta(25%)					-					-	-	-
Ganancia Neta	\$ 766.67	\$ 775.10	\$ 783.79	\$ 792.73	\$ 3,118.29	\$ 1,065.70	\$ 1,075.20	\$ 1,084.99	\$ 1,095.07	\$ 4,320.97	\$ 5,996.26	\$ 9,204.97

Fuente. Elaboración propia

PLAN DE TRABAJO

Tabla N° 31. Plan de trabajo

	Acciones	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	Diseño y desarrollo de la App												
2	Creación de la página web												
3	Creación de cuentas en redes sociales Facebook, Instagram y Tik Tok												
4	Creación de contenido publicitario												
5	Implementación de campaña publicitaria												
6	Lanzamiento de la App												
7	Implementación de estrategias para lograr nuevos suscriptores												
8	Evaluación de satisfacción de usuarios												
9	Mantenimiento de la App												
10	Evaluación de indicadores de medición												

Fuente. Elaboración propia

INDICADORES DE MEDICIÓN

Los indicadores de medición permiten evaluar el rendimiento interno y establecen la pauta para implementar medidas correctivas y estratégicas para el funcionamiento exitoso de los negocios.

En este sentido se han establecido los siguientes indicadores de medición:

Rendimiento sobre ventas: Mide la eficiencia operativa del negocio

$$\begin{aligned} \text{Formula: } & \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas totales}} \times 100 \\ & = \frac{2,181.67}{27,052.00} \times 100 \\ & = 8.06 \end{aligned}$$

Área encargada: Gerencia de finanzas

Ventas anuales: Mide los ingresos obtenidos por concepto de ventas

$$\begin{aligned} \text{Formula: } & \frac{\text{Ventas en el periodo actual}}{\text{Objetivo de ventas}} \times 100 \\ & = \frac{\$27,052.00}{\$19,950.00} \times 100 \\ & = \$135.60 \end{aligned}$$

Área encargada: Gerencia de finanzas

ROI: Mide la cantidad de ingresos obtenidos en relación con la cantidad de dinero invertido para el lanzamiento del servicio.

$$\text{Formula: } \frac{\text{Ingresos} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}} \times 100$$

$$= \frac{27,052 - 9,654.50}{9,654.5}$$

$$= 180.20$$

Área encargada: Gerencia de finanzas

Satisfacción del cliente: Mide la satisfacción del cliente, luego de interactuar con la marca.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{Usuarios satisfechos}}{\text{Usuarios encuestados}} \times 100$$

$$= \frac{5,780}{4,624} \times 100$$

$$= 125$$

Área encargada: Gerencia de ventas, comercialización y marketing.

CONCLUSIONES

El entorno de los negocios requiere de una adecuada formación en los profesionales que lideran empresas. No obstante, se subestima con frecuencia los retos que implica la puesta en marcha de una idea de negocio desde cero y más aún cuando esta se aborda desde un punto de partida de un emprendimiento.

Los retos antes señalados en la actualidad incluyen también el enfrentarse al complejo mundo de las tecnologías de información y comunicaciones, al internet de las cosas y a todo un ámbito de digitalización acelerada de los procesos, cadenas de valor, posicionamiento de productos y sin duda la realización de las ventas para el logro de los objetivos. Lo anterior se elevó a significativos niveles de estrés para la población en general como resultado de la pandemia por Covid19, elevando las necesidades de atención contra la depresión, estrés y ansiedad.

Por tanto, la idea de negocio de *“Pura Diversión”* se presenta al público como alternativa para que los usuarios puedan mejorar sus niveles de estrés, ansiedad y depresión. Se presenta como un modelo de negocios de servicio innovador que permitirá entretener de forma sana a los usuarios que interactúen a través del sitio web y las diversas plataformas que se han puesto a la disposición.

Con la puesta en marcha del emprendimiento se podrá beneficiar en aproximadamente a 5,000 personas al año, con la interacción con los usuarios y la promoción para su participación en los juegos que se tiene a disposición. Asimismo, se tendrá tres opciones de suscripciones que permiten darle viabilidad financiera a esta iniciativa.

En ese sentido, se concluye que los emprendimientos son alternativas viables y novedosas que permiten tanto a quienes los implementan como a sus usuarios, obtener beneficios y lograr un ganar – ganar para los involucrados.

Asimismo, se concluye que el uso de herramientas digitales y el aprovechamiento del e-commerce son oportunidades para que actuales y futuros profesionales puedan poner en marcha sus ideas de negocio, en tanto que permiten una interacción en tiempo real con los usuarios y elimina la dificultad de la distancia física que puede representar obstáculos para acercar los productos y servicios a los usuarios finales.

RECOMENDACIONES

El proceso de un emprendimiento requiere, además de una idea de negocio, la realización de una serie de pasos que permitirán que la idea se materialice. Es así como la definición de un marco estratégico se vuelve fundamental para pasar de las ideas a la acción. Por tanto, la primera recomendación que surge de este estudio es que los emprendedores deben dedicar tiempo a la planificación de una misión, objetivos y metas concretos que les permitirá tener una ruta de acción para el logro de sus objetivos.

Una segunda recomendación que se obtiene es la importancia de definir con precisión el producto o servicio que se brindará al público meta. En el caso del emprendimiento de “Pura Diversión” se procura brindar un servicio de entretenimiento novedoso que permitirá fundamentalmente dar una alternativa a los problemas de esteres y ansiedad de las personas, siendo esto su principal propuesta de valor. Esto demuestra que una propuesta de valor novedosa que incluya un producto o servicio innovador permitirá que el emprendimiento genere resultados.

Como tercera recomendación, se debe elaborar un plan de ventas que sea consistente con la etapa en la cual se encuentra el emprendimiento. En el caso de “Pura Diversión” al ser un emprendimiento en su fase inicial, considera un escenario de ventas moderado pero que permitirá el logro de los objetivos y metas propuestos.

Aunado a lo anterior, un plan de marketing adecuadamente diseñado es fundamental para el cumplimiento de las metas de venta por parte de los emprendimientos. Por tal razón es que en “Pura Diversión” el mercadeo y publicidad son de los principales rubros de inversión para la puesta en marcha de la operación.

La definición de una estructura de funcionamiento con tareas y responsabilidades correctamente asignadas es la cuarta recomendación que se obtiene de este proceso. Dentro de “Pura Diversión” pese a ser el inicio del emprendimiento, se ha elaborado y designado un plan organizacional que permitirá al equipo entender su papel dentro de las actividades diarias para brindar con éxito el servicio.

Todo lo anterior se consolida en los planes financiero y de trabajo que fundamentalmente se sustentan del resto de planes que se han indicado. Es importante hacer cuentas de los gastos asociados, las inversiones necesarias y la estimación de los ingresos que se espera obtener, siendo esto la quinta recomendación resultante de este documento. Junto a esta, la sexta recomendación es la elaboración del plan de trabajo que básicamente resume los pasos a seguir para dar cumplimiento al resto de los planes y de esta forma alcanzar los objetivos propuestos.

En ese sentido, es que “Pura Diversión” que nace como una idea, ahora se puede poner en marcha, considerando que se ha tomado en cuenta todos los aspectos antes señalados.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar de Mendoza, A. S. (2021). La salud mental salvadoreña durante el período de distanciamiento social por la pandemia de la COVID-19. Universidad Tecnológica de El Salvador, 66-83.
- Barrera, J. (08 de febrero de 2021). El Salvador alcanzó los 3.8 millones de usuarios de internet en 2020. Diario El Mundo. Obtenido de <https://diario.elmundo.sv/Econom%C3%ADa/el-salvador-alcanzo-los-3-8-millones-de-usuarios-de-internet-en-2020>
- Carballo, W., & Marroquín, A. (2020). 2020 D.C. Así dio vuelta el consumo mediático en El Salvador durante la COVID-19. San Salvador: Escuela de Comunicación Mónica Herrera y Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación UCA.
- González, M., Duarte, M., & Barrientos, A. (20 de mayo de 2023). Hay una emergencia de salud mental entre los salvadoreños, según expertos. El Diario de Hoy. Obtenido de <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/isss-ministerio-de-salud-psiquiatricos-mental-/1060433/2023/>
- Carballo, W. y Marroquín, A. (2020). 2019 A. C. Así consumíamos medios en El Salvador antes de la COVID-19. San Salvador: Escuela de Comunicación Mónica Herrera y Maestría en Gestión Estratégica de la Comunicación, UCA.
- Medline Plus. (s.f.) El estrés y su salud. Obtenido de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003211.htm#:~:text=El%20estr%C3%A9s%20es%20un%20sentimiento%20de%20tensi%C3%B3n%20f%C3%ADsica,el%20peligro%20o%20cumplir%20con%20una%20fecha%20>
- Sametband, R. (30 de diciembre de 2022). Consumidores digitales: cómo la pandemia impactó en nuestros hábitos. La Prensa Gráfica. Obtenido de <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Consumidores-digitales-como-la-pandemia-impacto-en-nuestros-habitos-20221230-0010.html>
- Carrasco, J. (01 de marzo de 2023). Gaming online: todo lo que debes saber sobre su historia y evolución. Movistar blog. Obtenido de <https://www.movistar.es/blog/gaming/historia-y-evolucion-del-gaming-online-hasta-dia-de-hoy/>
- Méndez, K. (09 de agosto de 2023). Empleo en El Salvador creció 3.9% en 2023, según BCR. Megavisión. Obtenido de <https://megavision.com.sv/web/empleo-en-el-salvador-crecio-3-9-en-2023-segun-bcr/>
- Mejía, J. (13 de enero de 2023). El Salvador cerró el 2022 con una inflación del 7.32%. elsalvador.com. Obtenido de <https://www.elsalvador.com/noticias/negocios/2022-cero-con-inflacion-del-7-32-por-ciento-el-salvador/1031681/2023/>

YSKL. (27 de septiembre de 2023). Tasa de inflación anual se ubica en su nivel más bajo desde 2021, dice BCR. Obtenido de <https://radioyskl.com/2023/09/27/tasa-de-inflacion-anual-se-ubica-en-su-nivel-mas-bajo-desde-2021-dice-bcr/>

Machuca, E. (05 de abril de 2023). Tasa de desempleo en El Salvador baja a un 5% según la encuesta de hogares. El Economista. Obtenido de <https://www.eleconomista.net/economia/Tasa-de-desempleo-en-El-Salvador-baja-a-un-5--segun-la-encuesta-de-hogares-20230405-0001.html>

Juegos para móviles que hicieron historia. (06 de octubre de 2020). Xataka. Obtenido de <https://www.xataka.com/n/juegos-para-moviles-que-hicieron-historia>

ANEXOS

Anexo 1. Prototipo de la App



Pantalla inicial de la App

Ventana para el registro de información



Pestaña de ingreso de usuarios registrados



Oferta de juegos



Sección de noticias



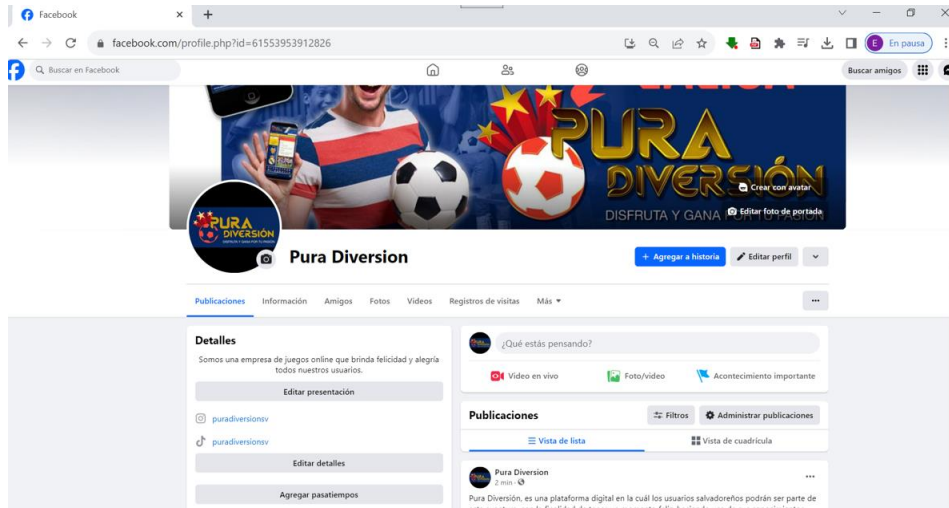
Opciones de juego



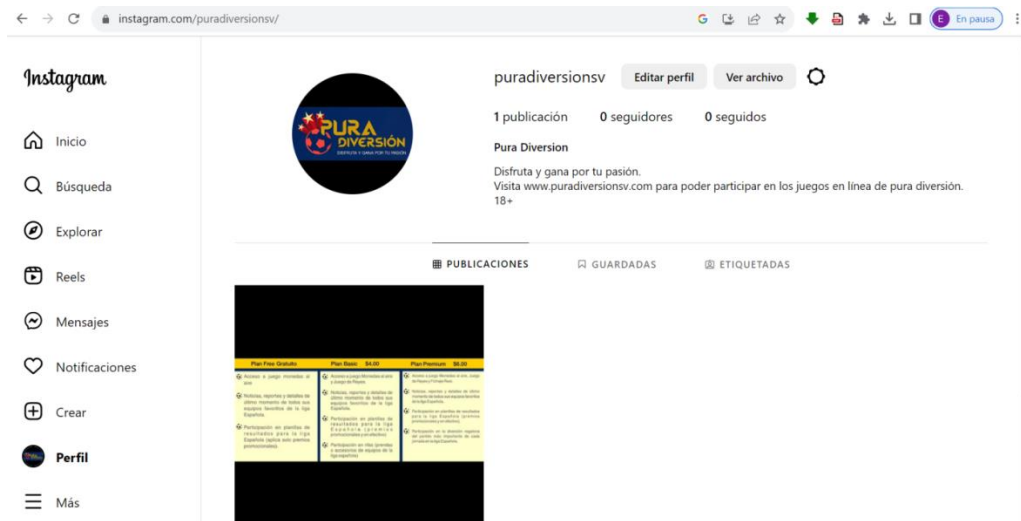
Opciones de juego

Anexo 2. Redes sociales de la App

Facebook



Instagram



TikTok

← → ↻ 🔒 tiktok.com/@puradiversionsv

TikTok Buscar + Cargar

- Para ti
- Siguiendo
- Explorar **Nuevo**
- LIVE
- Perfil**

Cuentas que sigues
Las cuentas que sigues aparecerán aquí

Crear efectos

Acerca de Sala de prensa Contactos Vacantes
TikTok for Good Publicidad

puradiversionsv
puradiversionsv

Editar perfil

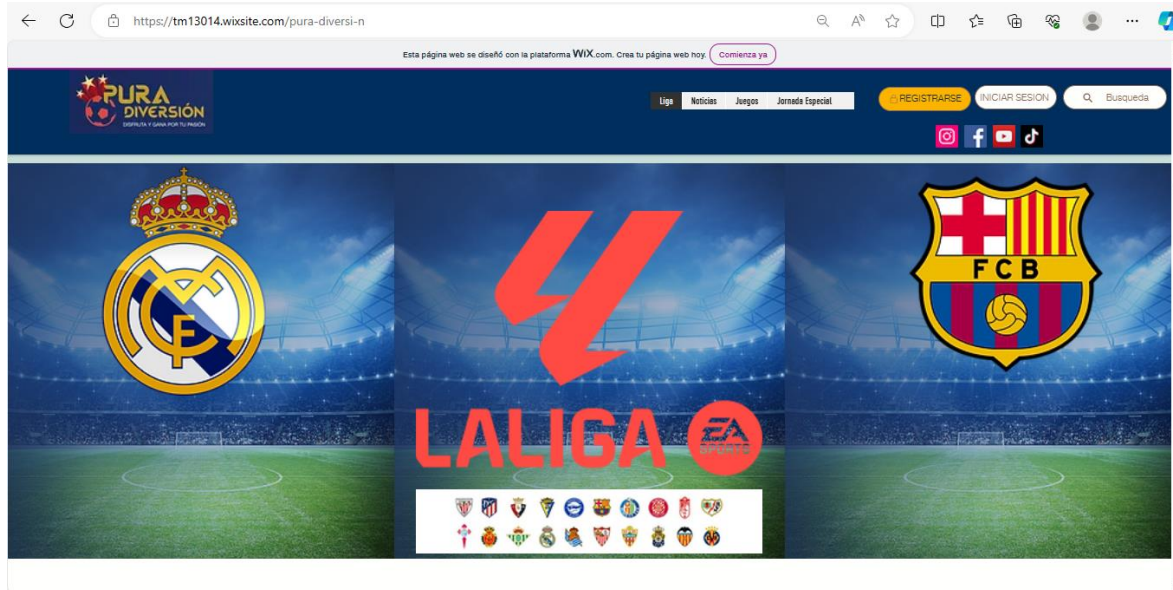
0 Siguiendo 0 Seguidores 0 Me gusta

Disfruta y gana por tu pasión.
Visita www.puradiversionsv.com
18+

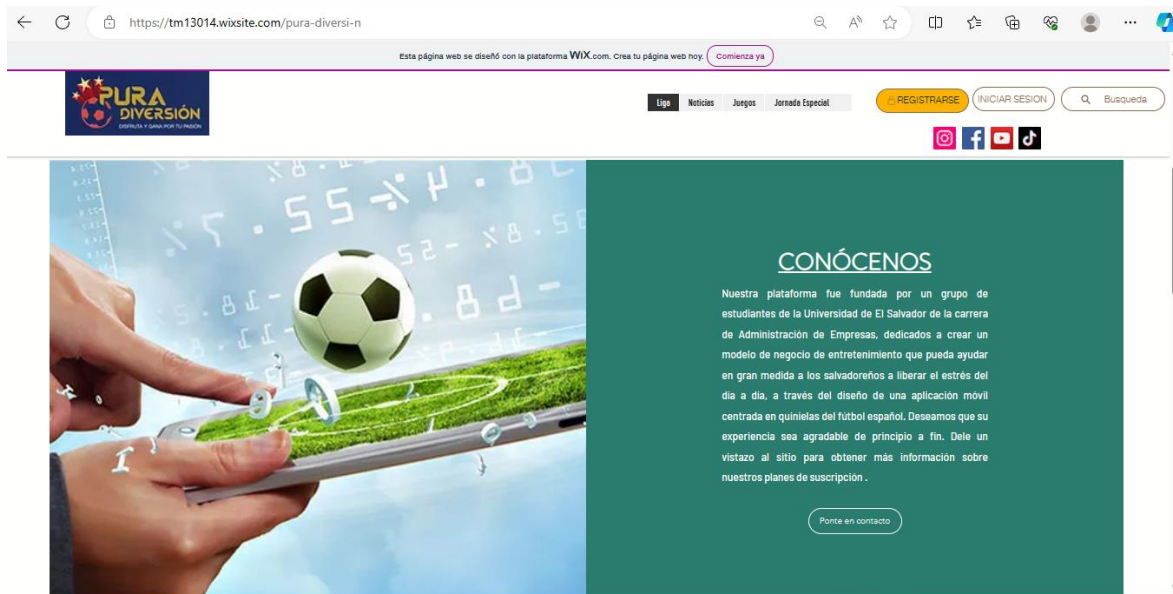
Videos Favoritos Me gusta

Instalar la aplicación

Anexo 3. Página Web de la App






Pantalla principal



Información del negocio

Nuestros Planes

Plan Free \$0.00

- Acceso a juegos interactivos al año
- Historias, noticias y detalles de último momento de todos sus equipos favoritos de la Liga Española
- Participación en plantillas de machibada para la Liga Española (depende de la oferta promocional)

Plan Basic \$4.00

- Acceso a juegos interactivos al año y Juego de Mesa
- Historias, noticias y detalles de último momento de todos sus equipos favoritos de la Liga Española
- Participación en plantillas de machibada para la Liga Española (depende de la oferta promocional)
- Participación en "Mapa Grande" o "Anatomía de equipos de la Liga Española"

Plan Premium \$6.00

- Acceso a juegos interactivos al año, Juego de Mesa y Plantillas
- Historias, noticias y detalles de último momento de todos sus equipos favoritos de la Liga Española
- Participación en plantillas de machibada para la Liga Española (depende de la oferta promocional)
- Participación en "Mapa Grande" o "Anatomía de equipos de la Liga Española"

Planes de suscripción

Anexo 4. Revisión de identidad de marca CNR

INSTITUCIONES
Portal de Transparencia



CNR Centro Nacional de Registros

REGISTROS E INSTITUTO
OTROS SERVICIOS

Registro de Comercio

Servicio: Consulta de Denominación y Abreviatura de Sociedades

INFORMACION: La denominación está disponible para registro!
✕

Centro Nacional de Registros
1ra Calle Poniente y 43 Av. Norte, San Salvador,
El Salvador C.A.

2593-5000



GOBIERNO DE EL SALVADOR

Únete a nuestra comunidad









Anexo 5. Cotización de diseño de logo



Cotización No.:
038/23
Validez de la Oferta
30 DIAS

Fecha: 30/10/2023	Cliente: FERNANDO MORAN
Atencion a: Teléfono: Dirección:	Email:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO U.	TOTAL
1	Elaboración de logo digital para marca de un "Juego de Quinielas en línea" futbol de la Liga española, con colores azules así como los que identifican La Liga, el slogan y la marca serán proporcionados por el cliente, y estos se detallan; Pura Diversión, Disfruta y gana por tu pasión. El arte final será entregado de forma digital y sus diferentes usos según la necesidad de este.	150.00	150.00

Neto \$	150.00
13% IVA \$	19.50
Total US \$	169.50

Oficina
Asesor Publicitario

Aceptación Cliente

Anexo 6. Formato de encuesta a usuarios potenciales de la aplicación móvil

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

ENCUESTA

Objetivo: Obtener información sobre la preferencia de los encuestados con relación a los juegos de pronósticos deportivos enfocados en fútbol español.

Indicación: Complete la información que se le solicita y marque la respuesta que usted considere más adecuada.

I Datos de Identificación

1) Por favor, indique a que rango de edad pertenece:

18 a 28 años	<input type="checkbox"/>
29 a 39 años	<input type="checkbox"/>
40 a 49 años	<input type="checkbox"/>
50 o más años	<input type="checkbox"/>

2) Género:

Femenino	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>

II Cuestionario

1) ¿Cuál es su situación laboral?

Empleado Desempleado

2) Por favor, indique su nivel de estudios:

Educación Básica Universitario
Educación Media Postgrado
Bachillerato

3) ¿En qué sector económico labora usted?

Público
Industrial (excepto maquila)
Comercial
Agropecuario

Industria textil y confección (maquila)

Otros _____

4) Indique en que rango de ingresos se encuentra

Menos de \$365.00

\$365.00 a \$500.00

\$501.00 a \$1,000.00

\$1,001.00--\$1,500.00

\$1,501.00--\$2,000.00

Mayores a \$2,000.00

5) De su presupuesto mensual, ¿qué porcentaje destina para actividades de esparcimiento?

5%	<input type="checkbox"/>
10%	<input type="checkbox"/>
15%	<input type="checkbox"/>

6) ¿Cuáles de las siguientes actividades de entretenimiento prefiere?

Actividades al aire libre	<input type="checkbox"/>
Actividades culturales y de lectura	<input type="checkbox"/>
Apuestas y juegos de azar	<input type="checkbox"/>
Videjuegos	<input type="checkbox"/>
Redes Sociales	<input type="checkbox"/>

7) ¿Tiene conocimiento de algún medio digital de entretenimiento?

Si No

8) ¿Qué tipos de entretenimiento digital conoce?

Juegos mentales	<input type="checkbox"/>
Ajedrez	<input type="checkbox"/>
Pronósticos deportivos	<input type="checkbox"/>
Apps de videojuegos	<input type="checkbox"/>

Otros: _____

9) ¿Considera que los medios de entretenimiento digital contribuyen a reducir el estrés del día a día?

- a) Si
- b) No

10) ¿En qué medida?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Mucho

11) ¿Qué día es de su preferencia para poder entretenerse?

Día de semana	
Fines de semana o días feriados	
Indistinto	

12) ¿Con cuanta frecuencia al día usted dedica tiempo a su esparcimiento de manera digital?

Cinco veces por día o más	
Tres veces por día	
De una a dos veces al día	
Pocas veces a la semana	

13) ¿Alguna vez ha escuchado sobre juegos de pronósticos deportivos?

Si No

14) ¿Estaría interesado en jugar en una plataforma de pronósticos deportivos?

Si No

15) ¿Cuál es su deporte favorito?

- a) Fútbol
- b) Basketball
- c) Béisbol
- d) Otro

16) A continuación, se le presenta un listado de diferentes ligas de futbol y se le pide valorar la preferencia de cada una de ellas, teniendo en cuenta que 1 indica poco o nada y 2 indica que es de su agrado.

Liga Española	
Liga Salvadoreña	
Liga Mexicana	
Liga Alemana	
Liga Italiana	
Otra	

Si su respuesta fue "Otra", por favor especifique: _____

17) ¿Estaría dispuesto a suscribirse por un pago mensual, en una aplicación móvil de pronósticos sobre futbol español, con la cual aparte de entretenerse tendrá la oportunidad de ganar premios?

Si No

18) Si su respuesta a la pregunta 13) fue no, ¿Podría exponer brevemente los motivos?

19) Si su respuesta fue si ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por participar en el juego de pronósticos deportivos de futbol español?

Entre \$2.00 a \$3.99	
Entre \$4.00 a \$5.99	
Entre \$6.00 a \$7.99	
Más de \$8.00	

20) Si la aplicación permitiera pagos electrónicos, ¿qué plataforma de pago preferiría utilizar?

La App de la institución financiera de mi preferencia	
Pago por medio de QR	
Pago por medio de links	

Otros: _____

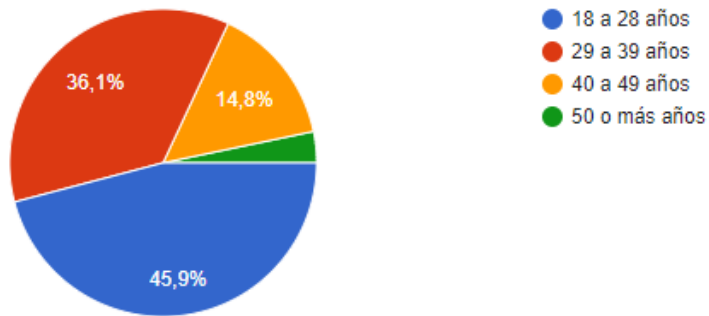
21) ¿Qué medio digital prefiere al momento de obtener/recibir información sobre plataformas de entretenimiento digital?

Sitio Web Oficial	
Email	
Redes Sociales (FB, WHA, INST)	
Streaming	
Televisión	

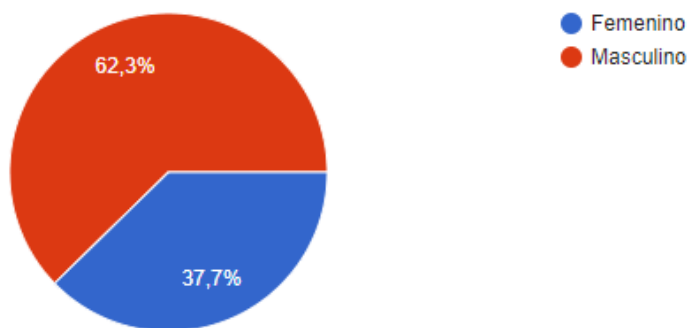
Muchas gracias por su tiempo e información proporcionada.

Anexo 7. Resultados de encuesta.

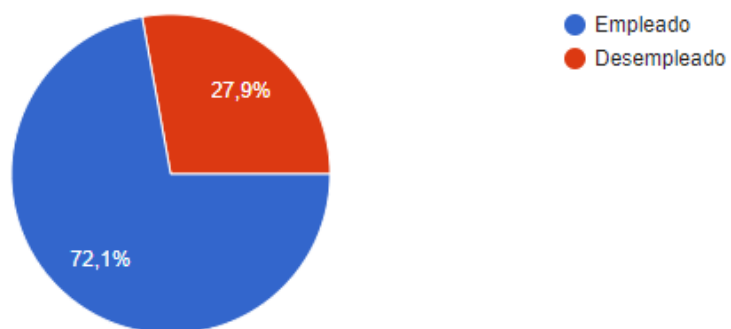
Rango de edad a la que pertenece:



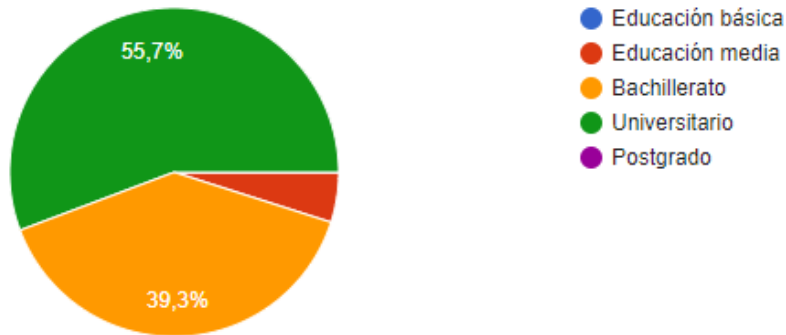
Género:



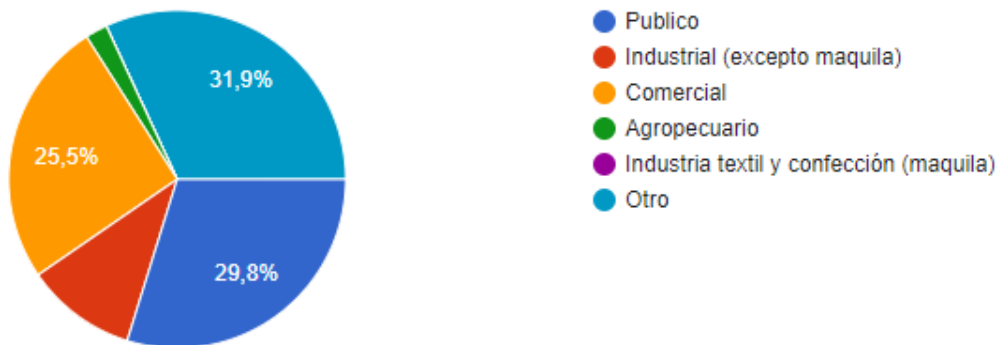
1. ¿Cuál es su situación laboral?



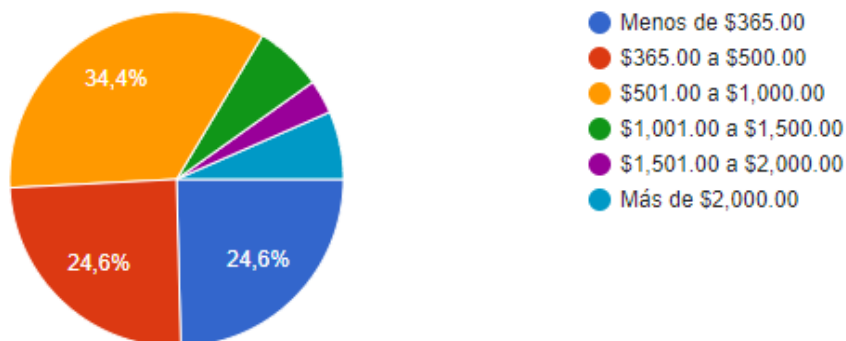
2. ¿Cuál es su nivel de estudios?



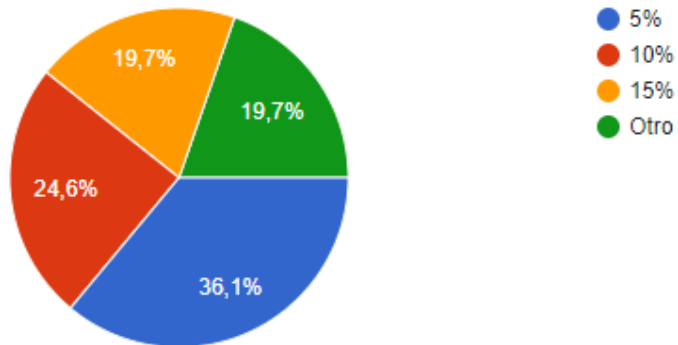
3. ¿En que sector económico se encuentra laborando? (Si se encuentra desempleado continúe con la siguiente pregunta)



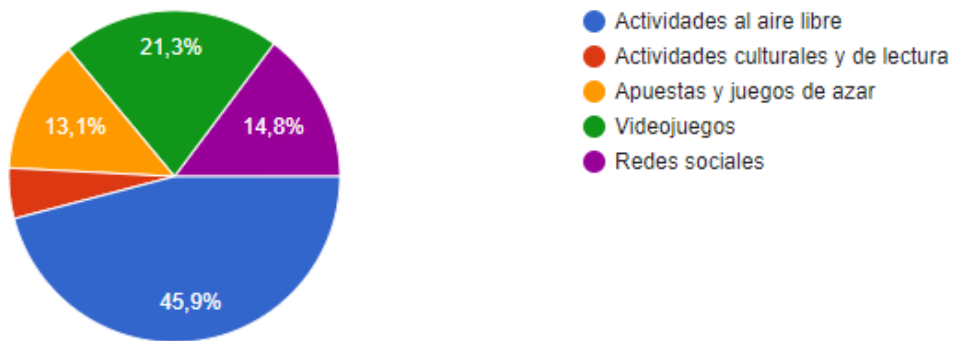
4. ¿Cuál es el rango de ingresos mensuales en el que se encuentra?



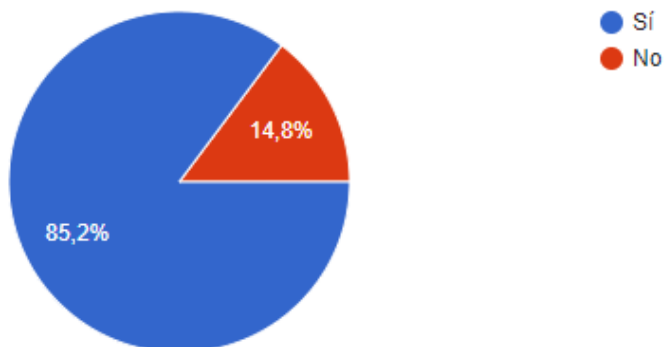
5. De su presupuesto mensual, ¿qué porcentaje destina para actividades de esparcimiento?



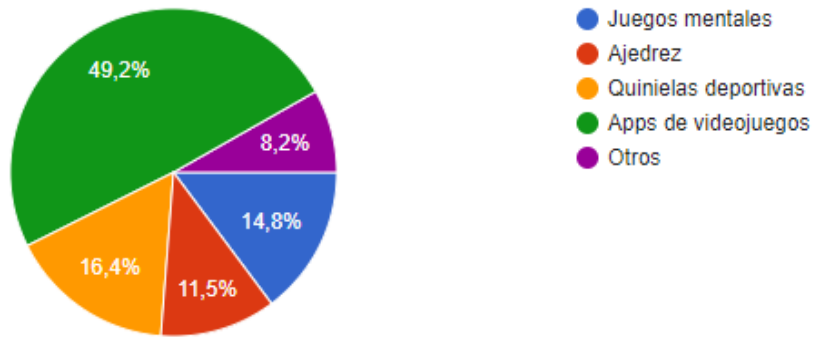
6. ¿Cuál de las siguientes actividades de entretenimiento prefiere?



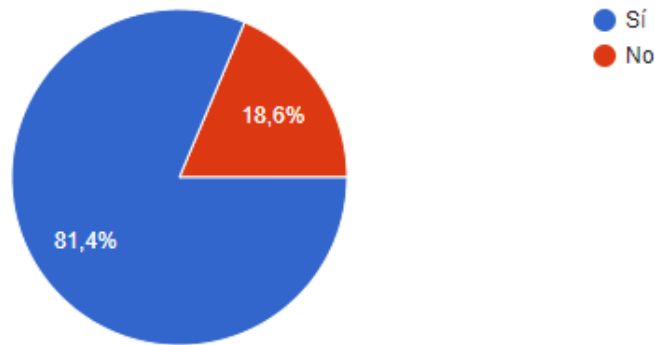
7. ¿Tiene conocimiento de algún medio digital de entretenimiento?



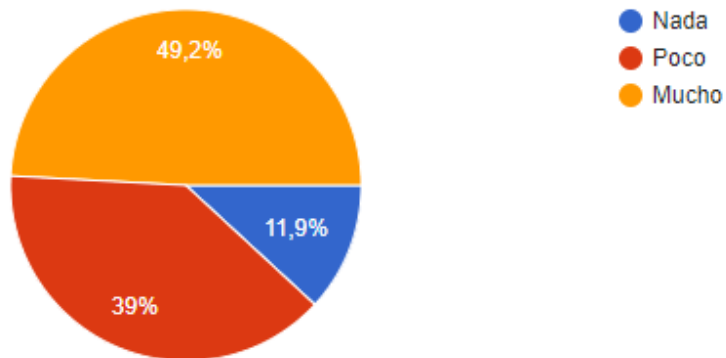
8. ¿Qué tipos de entretenimiento digital conoce? (seleccione dos o más)



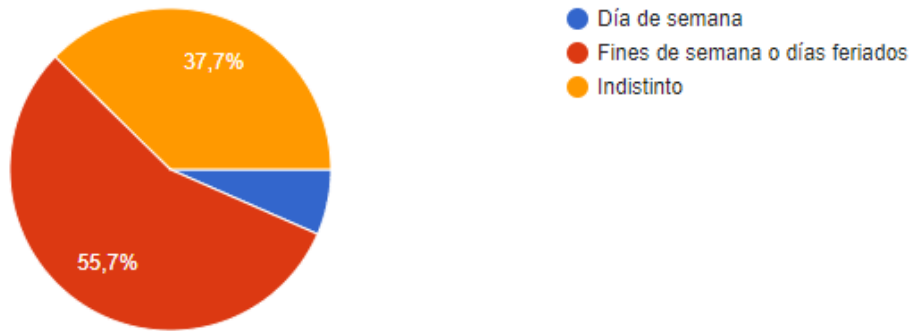
9. ¿Considera que los medios de entretenimiento digital contribuyen a reducir el estrés del día a día?



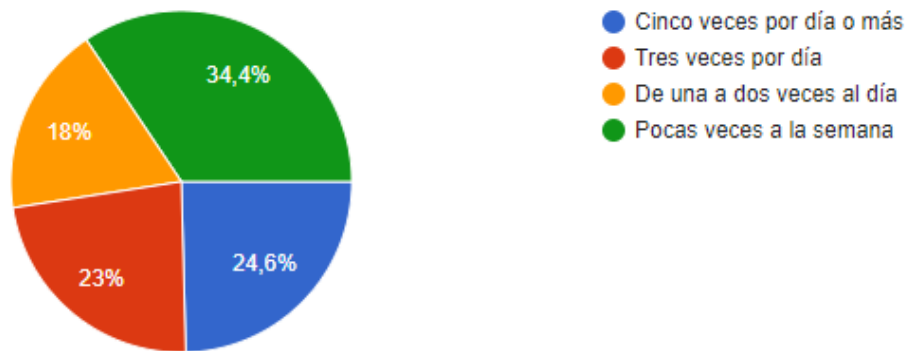
10. ¿En qué medida?



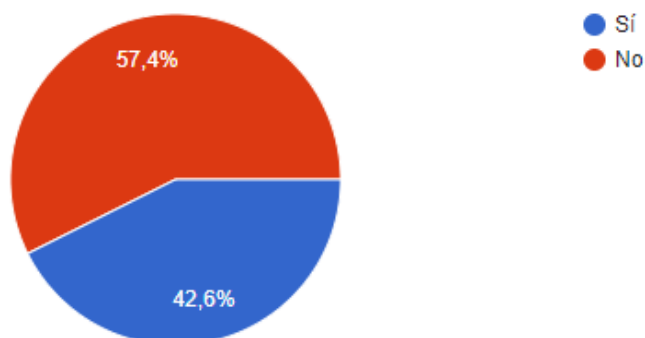
11. ¿Qué día es de su preferencia para poder entretenerse?



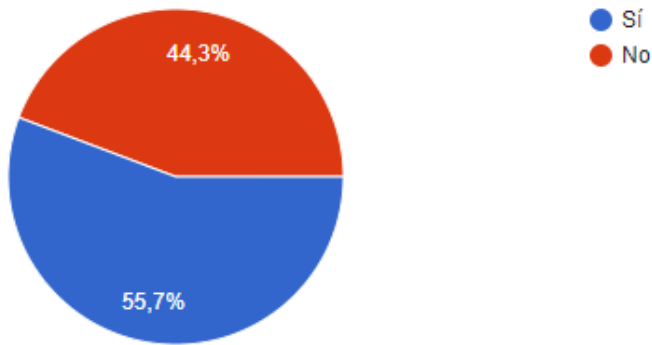
12. ¿Con cuanta frecuencia al día usted dedica tiempo a su esparcimiento de manera digital?



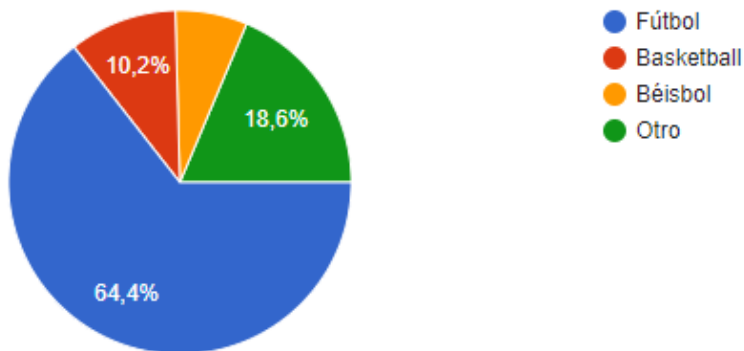
13. ¿Alguna vez ha escuchado sobre juegos de pronósticos deportivos?



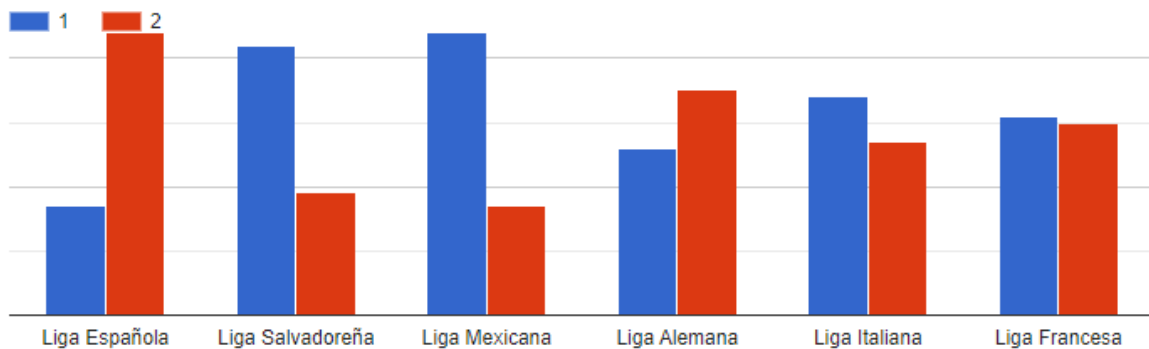
14. ¿Estaría interesado en jugar en una plataforma de pronósticos deportivos?



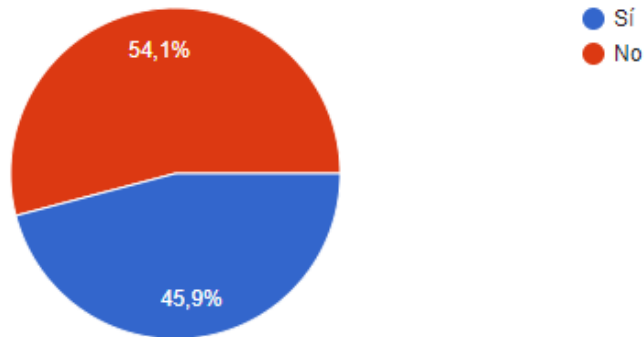
15. ¿Cuál es su deporte favorito?



16. A continuación, se le presenta un listado de diferentes ligas de futbol y se le pide valorar la preferencia de cada una de ellas, teniendo en cuenta que 1 indica poco o nada y 2 indica que es de su agrado.



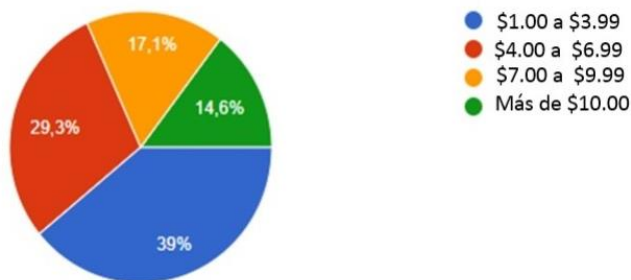
17. ¿Estaría dispuesto a suscribirse por un pago mensual, en una aplicación móvil de pronósticos sobre futbol español, con la cual aparte de entretenerse tendrá la oportunidad de ganar premios?



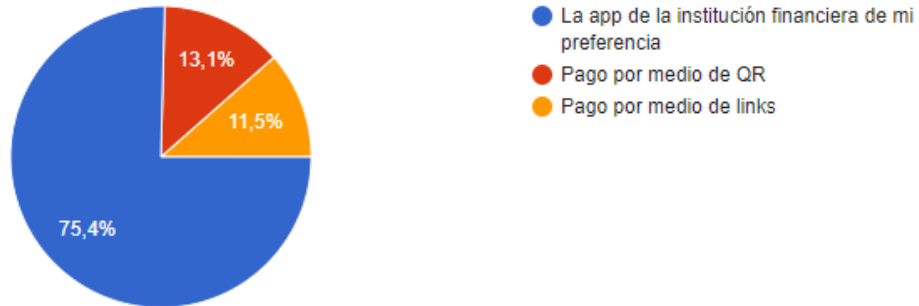
18. Si su respuesta a la pregunta 17) fue no, ¿Podría exponer brevemente los motivos?

La mayor parte de las personas que contestaron que no se suscribirían manifestaron que la razón es porque no tienen afinidad al fútbol.

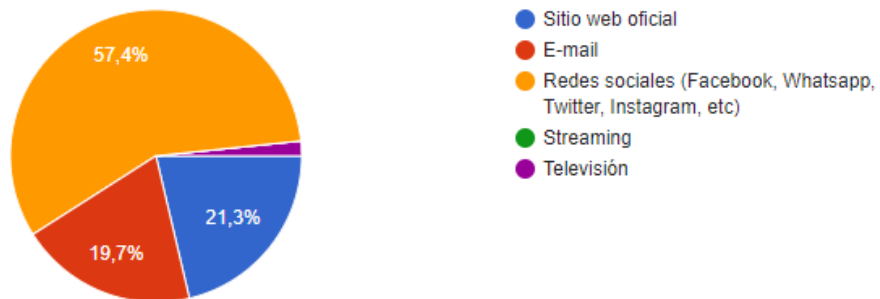
19. Si su respuesta fue si ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por participar en el juego de pronósticos deportivos de futbol español?



20. Si la aplicación permitiera pagos electrónicos, ¿qué plataforma de pago preferiría utilizar?



21. ¿Qué medio digital prefiere al momento de obtener/recibir información sobre plataformas de entretenimiento digital?



Anexo 8. Guía de entrevista para el levantamiento de información



Universidad de El Salvador

Trabajo de Investigación

Desarrollo de propuesta de modelo digital: Pura diversión

Objetivo: El presente instrumento tiene como objetivo conocer la opinión de Gerentes de Marca sobre el desarrollo de una nueva aplicación de entretenimiento digital de pronósticos deportivos sobre el fútbol español y su disposición de convertirse en posibles patrocinadores.

Institución entrevistada: _____

1. ¿Ha escuchado sobre plataformas digitales de pronósticos deportivos?
2. ¿Qué piensa sobre el desarrollo de una plataforma digital de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol español?
3. Desde su experiencia, ¿considera que una plataforma de este tipo puede tener una buena aceptación por parte de los usuarios salvadoreños?
4. En caso de que la aplicación se llegase a lanzar al mercado, ¿estaría dispuesto a apoyar con algún incentivo de su marca para que pudiera brindarse como premio a los usuarios?
5. ¿Con qué tipo de incentivo, regalías o suvenir podría brindarnos su valioso apoyo?
6. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a brindar ese apoyo?
7. ¿Qué tipo de retribución espera de nosotros como patrocinados?
8. ¿Estaría dispuesto a promocionar el uso de la aplicación móvil de pronósticos deportivos, con el objetivo de proporcionar un medio de entretenimiento e incentivar el emprendedurismo de los desarrolladores salvadoreños?

Anexo 9. Resultados de entrevista



Universidad de El Salvador

Trabajo de Investigación

Desarrollo de propuesta de modelo digital: Pura diversión

Objetivo: El presente instrumento tiene como objetivo conocer la opinión de Gerentes de Marca sobre el desarrollo de una nueva aplicación de entretenimiento digital de pronósticos deportivos sobre el fútbol español y su disposición de convertirse en posibles patrocinadores.

Institución entrevistada: **ATHENS (Gimnasio, Fitness Club)**

1. ¿Ha escuchado sobre plataformas digitales de pronósticos deportivos? **R/Sí, internacionales**
2. ¿Qué piensa sobre el desarrollo de una plataforma digital de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol español? **R/ Que para los fanáticos del futbol son bastantes útiles y actualmente tengo descargada una APP en inglés que se llama Be Soccer, lo que más me gusta es su facilidad de uso.**
3. Desde su experiencia, ¿considera que una plataforma de este tipo puede tener una buena aceptación por parte de los usuarios salvadoreños? **Sí, las personas buscan continuamente una plataforma para ver resultados, noticias, posiciones de los jugadores en cada partido, resúmenes, entre otros.**
4. En caso de que la aplicación se llegase a lanzar al mercado, ¿estaría dispuesto a apoyar con algún incentivo de su marca para que pudiera brindarse como premio a los usuarios?

R/ Sí, la propuesta del negocio se traslada a junta directiva para determinar el nivel de apoyo que se les puede otorgar.

5. ¿Con que tipo de incentivo, regalías o suvenir podría brindarnos su valioso apoyo? **R/ Podría ser con camisetas, matricula gratis, o planes gratuitos que incluyan el uso de las máquinas y a nuestro Athens assistance (aplicación a través del cual los miembros del gimnasio obtienen diferentes servicios como: asesoramiento nutricional, asesoramiento médico, apoyo psicológico entre otros)**
6. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a brindar ese apoyo? **R/ Mensual, aunque depende de la propuesta que el equipo de trabajo haga, ya que de eso depende cada cuanto tiempo ustedes necesiten más apoyo.**
7. ¿Qué tipo de retribución espera de nosotros como patrocinados? **R/ Promoción de la marca, publicidad dentro de la APP, y en redes sociales.**
8. ¿Estaría dispuesto a promocionar el uso de la aplicación móvil de pronósticos deportivos, con el objetivo de proporcionar un medio de entretenimiento e incentivar el emprendedurismo de los desarrolladores salvadoreños? **R/ Sí, se podría dar los espacios y la libertad de promocionar y suscribir a miembros interesados en la APP en las horas pico del Gimnasio.**



Universidad de El Salvador
Trabajo de Investigación
Desarrollo de propuesta de modelo digital: Pura diversión

Objetivo: El presente instrumento tiene como objetivo conocer la opinión de Gerentes de Marca sobre el desarrollo de una nueva aplicación de entretenimiento digital de pronósticos deportivos sobre el fútbol español y su disposición de convertirse en posibles patrocinadores.

Institución entrevistada: **DINAMYC (Empresa distribuidora mayorista de tecnología a nivel regional, especializados en seguridad electrónica)**

1. ¿Ha escuchado sobre plataformas digitales de pronósticos deportivos? **R/Sí, personalmente no soy aficionado al futbol, pero tengo amigos y conocidos que me han comentado que utilizan APP de otros países para saber y jugar en referencia algún partido.**
2. ¿Qué piensa sobre el desarrollo de una plataforma digital de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol español? **R/ Que es algo novedoso porque en el país no he escuchado que exista una que permita jugar y al momento de ganar entregue los premios de forma presencial.**
3. Desde su experiencia, ¿considera que una plataforma de este tipo puede tener una buena aceptación por parte de los usuarios salvadoreños? **Sí, si el equipo de trabajo no solamente lo ve como proyecto académico, sino que se propone desarrollarlo bien para ponerlo en marcha.**
4. En caso de que la aplicación se llegase a lanzar al mercado, ¿estaría dispuesto a apoyar con algún incentivo de su marca para que pudiera brindarse como premio a los usuarios?

R/ Sí, somos un equipo que valora mucho a las personas emprendedoras y nos gustaría ser parte del proyecto.

5. ¿Con que tipo de incentivo, regalías o suvenir podría brindarnos su valioso apoyo? **R/ Nosotros por ser una empresa que vende al mayor no tenemos suvenires individuales o de entrega inmediata, tendríamos que reunirnos entre socios para determinar un porcentaje únicamente dedicado al patrocinio para la APP y la forma en la que se les entregaría dicho apoyo.**
6. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a brindar ese apoyo? **R/ Según lo que la App comentan que necesita, sería mensual**
7. ¿Qué tipo de retribución espera de nosotros como patrocinados? **R/ Intercambio publicitario**
8. ¿Estaría dispuesto a promocionar el uso de la aplicación móvil de pronósticos deportivos, con el objetivo de proporcionar un medio de entretenimiento e incentivar el emprendedurismo de los desarrolladores salvadoreños? **R/ Sí.**



Universidad de El Salvador

Trabajo de Investigación

Desarrollo de propuesta de modelo digital: Pura diversión

Objetivo: El presente instrumento tiene como objetivo conocer la opinión de Gerentes de Marca sobre el desarrollo de una nueva aplicación de entretenimiento digital de pronósticos deportivos sobre el fútbol español y su disposición de convertirse en posibles patrocinadores.

Institución entrevistada: **CLINICA Y OPTICA INTERVISION**

1. ¿Ha escuchado sobre plataformas digitales de pronósticos deportivos? **R: acá en el país no, pero si me he enterado que en otros países existe he incluso tienen opciones de apuesta.**
2. ¿Qué piensa sobre el desarrollo de una plataforma digital de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol español? **Creo que las ligas españolas tienen un gran impacto en audiencia y a nivel comercial y en el país atraería un buen público.**
3. Desde su experiencia, ¿considera que una plataforma de este tipo puede tener una buena aceptación por parte de los usuarios salvadoreños? **Claro que sí, el salvadoreño está en todo, y captaría un buen público, sobre todo gente joven que interactúa con aplicaciones y redes sociales.**
4. En caso de que la aplicación se llegase a lanzar al mercado, ¿estaría dispuesto a apoyar con algún incentivo de su marca para que pudiera brindarse como premio a los usuarios? **Claro, el propósito de la mayoría de las aplicaciones es brindar experiencias, que en este caso benefician al usuario de la aplicación y a sus patrocinadores.**

5. ¿Con que tipo de incentivo, regalías o suvenir podría brindarnos su valioso apoyo?
Dependiendo el flujo de usuarios que tenga la aplicación un mes se puede apoyar con efectivo, y el siguiente mes con diagnóstico y lentes gratis y así rotativamente.
6. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a brindar ese apoyo? **Pues sería de revisar de primera mano los resultados en cuanto a audiencia, pero creo que una buena forma de apoyar sería mensual.**
7. ¿Qué tipo de retribución espera de nosotros como patrocinados? **La redirección de clientes hacia mi negocio, ya que es lo que en la mayoría de casos nos lleva o motiva a apoyar este tipo de iniciativas, el dar a conocer nuestra marca.**
8. ¿Estaría dispuesto a promocionar el uso de la aplicación móvil de pronósticos deportivos, con el objetivo de proporcionar un medio de entretenimiento e incentivar el emprendedurismo de los desarrolladores salvadoreños? **Claro que sí el objetivo siempre es una relación simbiótica, en la que ambas partes nos veamos beneficiados, crecer juntos.**



Universidad de El Salvador
Trabajo de Investigación
Desarrollo de propuesta de modelo digital: Pura diversión

Objetivo: El presente instrumento tiene como objetivo conocer la opinión de Gerentes de Marca sobre el desarrollo de una nueva aplicación de entretenimiento digital de pronósticos deportivos sobre el fútbol español y su disposición de convertirse en posibles patrocinadores.

Institución entrevistada: **TOUR503 (Tours de aventura)**

9. ¿Ha escuchado sobre plataformas digitales de pronósticos deportivos?

R/ No, ni nacionales ni internacionales.

10. ¿Qué piensa sobre el desarrollo de una plataforma digital de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol español? **R/ No es algo que con lo que estemos familiarizados, pero al ver el estudio de mercado que han desarrollado estaríamos interesados en conocer sobre el negocio y como sería ya puesto en marcha.**

11. Desde su experiencia, ¿considera que una plataforma de este tipo puede tener una buena aceptación por parte de los usuarios salvadoreños? **R/ Si, debe haber una demanda de plataformas de ese tipo. Y en base al estudio de mercado realizado se observa la aceptación enfocado en ese tipo de plataformas.**

12. En caso de que la aplicación se llegase a lanzar al mercado, ¿estaría dispuesto a apoyar con algún incentivo de su marca para que pudiera brindarse como premio a los usuarios?

R/Sí

13. ¿Con que tipo de incentivo, regalías o suvenir podría brindarnos su valioso apoyo? **R/**
Con algunas de las actividades deportivas acuáticas a las que el negocio se dedica,
dependiendo la temporada se puede dar al ganador la opción de escoger entre:
Recorrido parasailing (paravelismo), buceos recreativos, tubing, o un paseo en
lancha para la búsqueda de ballenas.
14. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a brindar ese apoyo? **R/ Mensual**
15. ¿Qué tipo de retribución espera de nosotros como patrocinados? **R/ Publicidad dentro**
de la plataforma.
16. ¿Estaría dispuesto a promocionar el uso de la aplicación móvil de pronósticos deportivos,
con el objetivo de proporcionar un medio de entretenimiento e incentivar el
emprendedurismo de los desarrolladores salvadoreños? **R/ Si.**



Universidad de El Salvador
Trabajo de Investigación
Desarrollo de propuesta de modelo digital: Pura diversión

Objetivo: El presente instrumento tiene como objetivo conocer la opinión de Gerentes de Marca sobre el desarrollo de una nueva aplicación de entretenimiento digital de pronósticos deportivos sobre el fútbol español y su disposición de convertirse en posibles patrocinadores.

Institución entrevistada: **SPORTS & BIKES (tienda de ciclismo, El Salvador)**

1. ¿Ha escuchado sobre plataformas digitales de pronósticos deportivos? **R/ Si, según entiendo ayudan para generar apuestas en cada partido a jugar.**
2. ¿Qué piensa sobre el desarrollo de una plataforma digital de pronósticos deportivos enfocado en la liga de fútbol español? **Creo que es un tema conocidos por muchos, pero del que poco se sabe si existen plataformas nacionales que puedan utilizarse, los que sé son de otros países.**
3. Desde su experiencia, ¿considera que una plataforma de este tipo puede tener una buena aceptación por parte de los usuarios salvadoreños? **Desconozco que tantos salvadoreños apuestan en los partidos de la liga española.**
4. En caso de que la aplicación se llegase a lanzar al mercado, ¿estaría dispuesto a apoyar con algún incentivo de su marca para que pudiera brindarse como premio a los usuarios? **Tendría que conocer antes las estadísticas de flujo de personas que utilizarían la app.**

5. ¿Con que tipo de incentivo, regalías o suvenir podría brindarnos su valioso apoyo? **Si la app llegara a tener buen flujo de usuarios podría evaluarse entregar una bicicleta al año, gorras, camisetas, efectivo, o participación gratis en eventos de ciclismo.**
6. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a brindar ese apoyo? **R/ Si el flujo es bueno podría ser mensual.**
7. ¿Qué tipo de retribución espera de nosotros como patrocinados? **R/ Exposición de marca y de promociones únicas en esta app.**
8. ¿Estaría dispuesto a promocionar el uso de la aplicación móvil de pronósticos deportivos, con el objetivo de proporcionar un medio de entretenimiento e incentivar el emprendedurismo de los desarrolladores salvadoreños? **R/ Si la retribución de la app es buena, sí podríamos promocionar.**





Foto tomada en empresa DINAMYC, nos entregaron dos mochilas para utilizarlas como premio a los primeros ganadores de PURA DIVERSIÓN

**Anexo 10. Solicitud para el otorgamiento de permisos y licencias de juegos de lotería
(Persona natural).**

I. DATOS DEL SOLICITANTE

DATOS DE LA PERSONA NATURAL			
Nombres y apellidos			
Número de Documento Único de Identidad			
<input type="checkbox"/> DUI <input type="checkbox"/> Pasaporte			
Nacionalidad			
Número de Documento de Identificación Tributaria			
Domicilio para envío de notificaciones en El Salvador			
Dirección			
Municipio		Departamento	
Referencias de domicilio			
Número de teléfono fijo y celular		Correo electrónico	

II. DATOS RELATIVOS A LOS JUEGOS DE LOTERÍAS Y SIMILARES A REGISTRAR

Nombre de los Juegos de Lotería y Similares	
Nombre del sitio web/URL, APP	
Clasificación de los Juegos de Lotería	Medio de acceso al Juego de Lotería y similar
<input type="checkbox"/> Lotería Tradicional <input type="checkbox"/> Lotería Instantánea <input type="checkbox"/> Lotería Electrónica <input type="checkbox"/> Juegos en línea <input type="checkbox"/> Probabilidades deportivas Otra: _____	<input type="checkbox"/> Billetes <input type="checkbox"/> Boletos <input type="checkbox"/> Tickets <input type="checkbox"/> Fichas <input type="checkbox"/> Tarjetas <input type="checkbox"/> Sistemas en línea Otro: _____

IMPORTANTE: Los solicitantes deberán cumplir con los estándares de idoneidad para el otorgamiento de licencias y permisos. La información proporcionada en la solicitud se utilizará como base para una verificación exhaustiva del cumplimiento de los requisitos por el solicitante (Art. 50 y 56 Ley Orgánica de la LNB).

_____, _____ de _____, de 20____.

Firma del solicitante

Anexo 11. Requisitos para solicitud de licencias

DOCUMENTACIÓN PARA ACREDITAR SOLVENCIA TÉCNICA, ECONÓMICA Y FINANCIERA (PERSONA NATURAL)

DOCUMENTACIÓN PARA PERSONA NATURAL.

Para acreditar la solvencia técnica, económica y financiera, los solicitantes (Persona Natural) de permisos y licencias de juegos deberán presentar la documentación siguiente:

Indispensable: Formulario de solicitud de permiso o licencia.

1. Copia certificada de Documento único de identidad, en caso de nacionales. o copia certificada de pasaporte o carnet de residencia, en caso de extranjeros;
2. Copia certificada de número de registro de contribuyente;
3. Copia certificada de la matrícula de empresa o matrícula de comercio;
4. Copia certificada de las declaraciones del Impuesto sobre la Renta de los dos últimos ejercicios fiscales previos a la fecha de presentación de la solicitud de permiso o licencia;
5. Copia certificada de las declaraciones de pago del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios de los últimos 24 meses previos a la fecha de presentación de la solicitud de permiso o licencia;
6. Solvencia tributaria emitida por el Ministerio de Hacienda;
7. Solvencia policial y certificación de antecedentes penales original;
8. Reporte de crédito emitido por una agencia de información de datos autorizada por la Superintendencia del Sistema Financiero de conformidad con la Ley de Regulación de los Servicios de Información sobre el Historial de Crédito de las Personas, de la que conste que no tiene créditos vencidos; y,
9. Declaración jurada ante notario en la que indique que no incurre en ninguno de los impedimentos establecidos en el Art. 35 de la Ley Orgánica de la Lotería Nacional de Beneficencia.

- ✚ La Lotería Nacional de Beneficencia podrá requerir cualquier información o documentación adicional a efectos de acreditar la existencia legal, solvencia técnica, económica y financiera de los solicitantes de permisos y licencias, de conformidad con el procedimiento regulado por la Ley y el Reglamento.

Anexo 12. Medidas de seguridad a implementar

FORMULARIO CONOCE A TU CLIENTE-OTORGAMIENTO DE PERMISOS Y LICENCIAS

FECHA		No. DE SOLICITUD	
--------------	--	-------------------------	--

El presente Formulario está elaborado con base en lo establecido en el artículo 10 literales a), b) de la Ley de Lavado de Dinero y Activos; y en los artículos 10 literales a) b) c) y g); 12 literal b); y 6 párrafo 3 del Instructivo de la Unidad de Investigación Financiera para la Prevención de Lavado de Dinero y de Activos. La información proporcionada será incorporada al expediente del cliente y la custodia es responsabilidad de la Lotería Nacional de Beneficencia, cumpliendo a lo establecido en la Ley de Acceso a la Información Pública.

I. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

Razón Social			
Nombre Comercial			
Fecha de constitución		País de Constitución	
Países en los que opera			
Giro y Actividad Económica			
Dirección			
Departamento		Municipio	
Número de Identificación Tributaria:		Número de Registro de Contribuyente	
No. de Empleados			
Teléfono			
Página Web			

II. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

Nombre Completo (Según Documento de Identificación)			
Documento de Identificación	Tipo		
	Número		
	Fecha de expedición		Fecha de vencimiento
Número de inscripción		Número de libro en el Registro de Comercio	
Período para el que fue nombrado como Representante Legal			
Nacionalidad			

Profesión u oficio	
Lugar y fecha de nacimiento	
País y ciudad de residencia	
Dirección de residencia	
Correo electrónico	
Teléfono de contacto	

III. PERSONA EXPUESTA POLÍTICAMENTE (PEP)

Nota: Continúan siendo sujetos de la debida diligencia ampliada aquellas personas catalogadas como PEP nacionales por un período igual al ejercicio de sus funciones sin exceder el plazo de cinco años después del cese de las mismas.

a) ¿Es o ha sido Persona Expuesta Políticamente? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Si su respuesta es afirmativa, indique el período y el cargo que desempeña o ha desempeñado: Cargo: _____ Fecha de inicio: _____ Fecha fin: _____	Persona Expuesta Políticamente por parentesco	
	Grado	Parentesco
b) ¿Algún miembro de su familia es o ha sido Persona Expuesta Políticamente? (Hasta segundo grado de consanguinidad y primer grado de afinidad) <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Si su respuesta es afirmativa, indique el nombre, parentesco y puesto que desempeña o desempeñó la Persona Expuesta Políticamente con la que tiene relación: Nombre: _____ Parentesco: _____ Cargo: _____ Fecha de inicio: _____ Fecha fin: _____	1er	Padre-Madre Suegro-Suegra Hijo-Hija Yerno-Nuera
	2do	Abuelo-Abuela Hermano-Hermana Cuñado-Cuñada Nieto-Nieta Concuñado-Abuelos del Cónyuge

IV. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL EN OTRA EMPRESA

Es usted representante legal de otra empresa	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		
Indique la razón social			
NIT (Si aplica)		País de ubicación	
Nota: En caso de ser representante legal de otras empresas ampliar la información a través de una certificación notariada de la presente solicitud.			

V. INFORMACIÓN DE LOS ACCIONISTAS/SOCIOS

Nombre del o los accionistas/socio con participación igual o mayor al 10%.

NOMBRE DEL ACCIONISTA/SOCIO	TIPO Y NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	NACIONALIDAD	% DE PARTICIPACIÓN

VI. COMPOSICIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA (DIRECTORES O PROPIETARIOS)				
NOMBRE	CARGO	NACIONALIDAD	PERÍODO	NÚMERO DE (NIT/DUI/PASAPORTE)

VII. ACTIVIDAD EN OPERACIONES INTERNACIONALES						
¿Realiza transacciones en Moneda Extranjera?		<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	¿Cuál?:			
¿Posee Productos Financieros en el exterior?		<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	¿Cuál?:			
PRODUCTO	NÚMERO/PRODUCTO	MONEDA	MONTO	ENTIDAD	CIUDAD	PAÍS

VIII. REFERENCIAS COMERCIALES (PROVEEDORES)		
NOMBRE	TIPO	CONTACTO

IX. REFERENCIAS COMERCIALES (CLIENTES)		
NOMBRE	TIPO	CONTACTO

X. DATOS BANCARIOS		
TITULAR DE LA CUENTA	NOMBRE DEL BANCO	No. DE CUENTA BANCARIA

XI. DECLARACIÓN JURADA DE ORIGEN DE FONDOS

Yo _____, con número de documento de identidad _____, tipo de documento _____, representando a _____ en calidad de _____ bajo juramento manifiesto:

Que, los fondos que manejaré, a través de las transacciones u operaciones con la Lotería Nacional de Beneficencia, tienen un origen y destino lícito y no provienen de los delitos contemplados en artículo 6 de la Ley Contra el Lavado de Dinero y de Activos o de los delitos contemplados en el artículo 29 de la Ley Especial Contra Actos del Terrorismo. Además, que no he sido sentenciado por la ejecución de delitos de dicha naturaleza tanto a escala nacional como internacional.

Que, la información proporcionada en este documento es verdadera y verificable, por lo que eximo a la Lotería Nacional de Beneficencia, de toda responsabilidad por la información falsa que hubiere proporcionado.

Me comprometo a presentar la documentación que compruebe el origen de los fondos, cuando así la Lotería Nacional de Beneficencia lo solicite para cumplir la Normativa de Prevención de Lavado de Dinero y Activos, Financiación al Terrorismo y la Financiación de la Proliferación de armas de destrucción masiva.

Como constancia de haber leído, comprendido y aceptado lo anterior, declaro que la información que he suministrado es exacta en todas sus partes y firmo el presente documento.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Lugar y fecha/Firma (Persona Natural/Representante Legal/Apoderado Especial)

Sello

Todos los espacios del formato deben ser completados, por lo tanto en aquellos que no tenga información por favor escriba N.A. (No Aplica).

XII. VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

(Para uso exclusivo de la Oficialía de Cumplimiento)

Nombre de quien verificó		Fecha	
Hallazgos encontrados			