

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



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

DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:
“VENTANA VISTA BELLA”

PRESENTADO POR:

BARQUERO VÁSQUEZ, INGRID LISSETH L10804
CHAVÉZ BENAVIDEZ, KARLA LISSETTE L10804
VÁSQUEZ BUENDÍA, ADRIANA STEPHANIE L10804

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

DICIEMBRE 2024

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

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LICDO. JUAN PABLO MARÍN
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN: MAF. RONAL EDGARDO GALVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR DE PROCESO DE GRADUACIÓN: LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA
DOCENTE ASESOR: MÁSTER EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ
TRIBUNAL EVALUADOR: MÁSTER JUAN JOSÉ CANTÓN GONZALEZ
LIC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA RIVAS

DICIEMBRE 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Jehová Dios por mi salud y poder culminar mi carrera universitaria, a mi mamá Yaniny Buendía por su apoyo incondicional, y a mi abuelita Jovita Buendía, quien me cuidó y apoyó durante mis estudios. Agradezco a mi abuelo Feliciano y a mi tía Mabel por su ayuda constante, y dedico este logro a mi familia. También agradezco a mis compañeras de especialización y a todos los docentes que me impartieron clases.

Adriana Stephanie Vásquez Buendía

Agradezco a Dios todopoderoso por su apoyo incondicional, brindarme salud y sabiduría a lo largo de mi vida y mi etapa universitaria. A mi mamá, Elvira Benavidez, por ser mi ejemplo y por su apoyo incondicional en todos los aspectos. A mi abuelito Jesús Echeverría, por enseñarme valores fundamentales para mi vida profesional. A mi hermana, Alejandra Benavidez, por ser mi mejor amiga y confidente. A mis tíos, Vilma Echeverría y Ronaldo Melara, por sus ánimos y consejos. Finalmente, agradezco a los docentes que me impartieron clases y compartieron su conocimiento.

Karla Lissette Chávez Benavidez

Agradezco principalmente a Dios por permitirme culminar exitosamente mi carrera, por su guía constante, sabiduría y perseverancia. Agradezco a mi familia, especialmente a mi mamá, por su apoyo incondicional, y a mis amigos por su ánimo constante. A mi esposo, por su paciencia, comprensión y apoyo emocional, que han sido fundamentales para mi éxito académico.

Ingrid Lisseth Barquero Vásquez

INDICE

CAPITULO I	6
1.1. Planteamiento del problema y marco teórico	6
1.1.1. Planteamiento del problema.....	6
1.1.2. Antecedentes.....	6
1.1.3. Descripción.....	7
1.1.4. Formulación.....	7
1.2. Delimitación del problema	7
1.2.1. Geográfica y temporal	8
1.3. Marco teórico.....	8
1.3.1. Histórico.....	8
1.4. Antecedentes.....	9
1.5. Conceptual.....	10
1.5.1. Legal	12
CAPITULO II.....	16
2. Metodología de la Investigación.....	16
2.1. Método de investigación.....	16
2.1.1. Generalidades.....	16
2.1.2. Enfoque.....	16
2.1.3. Universo.....	17
2.1.4. Población	17
2.1.5. Muestra	17
2.1.6. Técnicas de investigación:	17
2.1.7. Instrumento de investigación	18
2.2. Diagnóstico de la situación actual	19
2.2.1. FODA Cruzado	19
2.2.3. Desarrollo de PEST	21
2.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación	22
2.4. Lienzo CANVAS.....	24
CAPITULO III.....	27
3. Propuesta de Plan de Negocio.....	27
3.1. Descripción del negocio	27
3.1.1. Nombre del negocio.....	27
3.1.2. Información general.....	28
3.2. Marco estratégico	28

3.2.1.	Misión	28
3.2.2.	Visión.....	28
3.2.3.	Valores	29
3.2.4.	Objetivos.....	29
3.2.5.	Metas.....	29
3.3.	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	30
3.4.	VENTAJA COMPETITIVA	31
3.5.	PLAN ORGANIZACIONAL.....	32
3.6.	PLAN DE MERCADEO	37
3.6.1.	Resultados de la investigación de mercado	37
3.6.2.	Marketing mix digital	40
3.6.3.	Estrategias de Digitalización.....	41
3.7.	PLAN DE VENTAS.....	47
3.8.	PLAN FINANCIERO.....	50
3.8.1.	Plan de inversión.....	50
3.8.2.	Estructura de costos	51
3.8.3.	Flujo de efectivo	51
3.8.4.	Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio	52
3.8.5.	Estado de Resultado.....	53
3.9.	PLAN DE TRABAJO:	54
3.10.	INDICADORES DE MEDICIÓN:.....	55
	CONCLUSIÓN.....	56
	RECOMENDACIÓN	57
	BIBLIOGRAFIA	58
	ANEXOS	59

Resumen ejecutivo

Este proyecto de tesis tiene como objetivo desarrollar e implementar un plan estratégico de innovación para Ventana Vista Bella, un negocio salvadoreño que ofrece ventanas francesas, puertas y todo lo relacionado con vidrio según las necesidades de sus clientes. La investigación de campo estudia cómo optimizar la presencia en las redes sociales y sitio web para impulsar la visibilidad de la marca, adquirir nuevos clientes y aumentar la competitividad en el mercado local. La especialización clave del negocio Ventanas Vista Bella es la provisión de productos personalizados de alta calidad que presentan una combinación de diseño y funcionalidad.

Aunque la calidad de los productos es alta, Ventana Vista Bella no habían tomado en cuenta las herramientas digitales y las redes sociales para ganar más clientes y diferenciarse. Sin una estrategia clara de innovación digital implementada, el reconocimiento y las ganancias del negocio se vieron limitadas. Sin embargo, existe la oportunidad de implementar la innovación en los procesos comerciales para alinearse con las tendencias del mercado y las preferencias de los clientes. El caso de estudio demuestra que una estrategia de innovación digital bien estructurada combinada con un enfoque atractivo en los procesos de negocio puede impulsar un crecimiento notorio en un negocio tradicional como Ventana Vista Bella. Es por ello que mediante el uso de las redes sociales, sitio web y el aprovechamiento de una nueva tecnología, el negocio podrá mejorar su posición competitiva.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enfoca en implementar un modelo de negocio digital para el emprendimiento Ventana Vistas Bella. A través del cual se busca ayudar por medio de las tecnologías emergentes, el comercio electrónico y las plataformas de diseño interactivo a transformar oportunidades en el mercado. Con este estudio se pretende también ofrecer un enfoque estratégico para la adopción de modelos de negocio digital que se adapte a las necesidades del negocio, desglosando de la siguiente manera.

El capítulo II aborda la metodología de investigación utilizada para realizar la investigación, cubriendo el método científico, desde la determinación del enfoque investigativo, la definición del universo y muestra de empresas dedicadas a la fabricación de ventanas francesas, para luego desarrollar las técnicas de investigación como las encuestas, entrevista semiestructurada y análisis especializados como las fuerzas de Michael Porter para determinar la posición de la empresa en su entorno, FODA con el que se definen los factores internos y externos, del negocio “Vista Bella” y desarrollo de PEST, los que permitieron realizar un diagnóstico de la situación actual con el que se elaboró una propuesta.

En el capítulo III, se aborda la propuesta del plan de negocios, para la cual es indispensable tener en cuenta la información general del negocio y su marco estratégico que se convierte en la finalidad que se persigue con el plan, donde se requiere conocer los productos y servicios que presta “Vista Bella” y sus ventajas competitivas considerando el mercado en el cual se desenvuelve. Para ello, formular un plan organizacional, desde la estructura organizativa, su gestión operativa y recursos humanos más los procesos administrativos permitieron plantear el plan de mercadeo a partir de los datos recolectados y posteriormente un plan de ventas que implicó trasladar todas las acciones en flujos de caja y medición de la rentabilidad esperada con la implementación de este.

CAPITULO I

1.1. Planteamiento del problema y marco teorico

En este capítulo, se presenta una visión detallada del negocio de ventanas francesas, abordando los desafíos y oportunidades que enfrenta en el mercado actual. Se exploran los antecedentes históricos y teóricos de las ventanas francesas, su evolución y relevancia en la arquitectura moderna, así como la necesidad de digitalizar el negocio para mejorar la eficiencia operativa y competitividad. También se analizan los aspectos conceptuales y legales relacionados con la modernización del negocio, proporcionando una base sólida para comprender la importancia de adoptar un modelo de negocio digital en Ventanas Vista Bella.

1.1.1. Planteamiento del problema

El presente capítulo consiste en presentar la principal información sobre el negocio de ventanas francesas que actualmente se enfrenta a una serie de desafíos que hasta cierto grado limitan su crecimiento y competitividad en el mercado actual y esto es debido en gran parte a que las empresas de ventanas francesas carecen de presencia significativa en el mundo digital, lo que dificulta la llegada a potenciales clientes que buscan información y opciones en línea. Siendo este el caso de nuestro negocio en estudio, que así como la mayoría de los procesos de diseño, producción y ventas en este sector todavía dependen en gran medida de métodos manuales lo que resulta en ineficiencias operativas y costos elevados. Ventanas Vista Bella busca dar siempre lo mejor a sus clientes, desde la calidad del producto hasta los métodos de compra, por lo cual al implementar recursos de negocio digital será de mucho beneficio para poder mejorar en sus procesos.

1.1.2. Antecedentes

Como su nombre indica, las ventanas francesas tienen sus raíces en Francia, donde se desarrollaron por primera vez en el siglo XVII durante el período del Renacimiento. Se

caracterizaban por su diseño simétrico y su apertura hacia afuera, con hojas decorativas y vidrios. A medida que la arquitectura moderna se desarrolló en el siglo XX, las ventanas francesas continuaron siendo una opción popular, a menudo incorporadas en diseños minimalistas y contemporáneos que buscaban maximizar la entrada de luz y crear una sensación de conexión con el entorno exterior. Hoy en día, las ventanas francesas siguen siendo una elección popular en la arquitectura residencial y comercial, y se fabrican en una variedad de materiales, como madera, aluminio y PVC, para adaptarse a las necesidades y preferencias de los propietarios y diseñadores de interiores. Su diseño atemporal y su capacidad para realzar la estética y la funcionalidad de un espacio las han convertido en un elemento arquitectónico perdurable.

1.1.3. Descripción

La industria de ventanas francesas se ha vuelto cada vez más competitiva con la entrada de nuevos competidores en línea que ofrecen opciones más accesibles. Los clientes buscan soluciones personalizadas y una experiencia de compra conveniente, pero la mayoría de las empresas de ventanas francesas no pueden ofrecer esto de manera efectiva debido a la falta de herramientas digitales las cuales podrían ser de ayuda para que el proceso de compra de los clientes sea más ágil.

1.1.4. Formulación

¿Cuáles serían las estrategias de digitalización mas importantes para desarrollar en un negocio de ventanas francesas para llegar a nuevos clientes y convertir dicho negocio a un modelo de negocio digital?

1.2. Delimitación del problema

Se identifican aspectos esenciales dentro de los límites geográficos, temporales y teóricos que fundamentan las ideas a través de la conceptualización, el tiempo en el que se llevará a cabo

la investigación y el área geográfica a realizarse.

1.2.1. Geográfica y temporal

- Geográfica

El problema radica en la sucursal con la que cuenta Ventanas Vista Bella ubicada en carretera panamericana sobre el Km 17 San Martín, San Salvador. Se desarrolló un modelo de negocio digital que se adaptará a sus principales necesidades en los meses de Febrero 2023 a octubre 2023.

- Teórica

Para poder tener una mejor comprensión y guía al crear un buen modelo de negocio digital se recurrió a sitios como:

SEO Optimizer Blog: Brinda información valiosa para comprender mejor las páginas web y las métricas básicas de evaluación

Exe.education: Aporta recomendaciones de parámetros a seguir para el diseño de un sitio web.

Laguán, J. Diario El Salvador.com: Leer esta reseña digital de cómo ahora las personas prefieren las compras de forma digital ayuda a comprender la necesidad de crear un buen modelo de negocio digital.

1.3. Marco teórico

1.3.1. Histórico

Las ventanas francesas son una opción arquitectónica elegante y funcional que puede mejorar significativamente la estética y la funcionalidad de un espacio. Su diseño clásico y versátil las convierte en una elección popular para aquellos que buscan maximizar la luz natural y la conexión con el exterior en sus hogares y edificios. Actualmente son muchos los negocios que existen dentro del mismo rubro, lo que hace que para el negocio ventanas Vista Bella sea cada día mayores las exigencias

1.4. Antecedentes

Las ventanas son elementos arquitectónicos básicos que forman ya parte de lo cotidiano, pero la forma en la que hoy día se conciben son el producto de una larga evolución que se remonta al origen de los primeros asentamientos humanos. A pesar de que el vidrio es un material conocido desde la época de los fenicios, fueron los romanos quienes popularizaron el uso de este elemento en la arquitectura. En este sentido, España tuvo un papel protagonista en el desarrollo de las ventanas modernas. Tras la llegada de los romanos a la península ibérica. Durante el Renacimiento, los antiguos principios de diseño de simetría, proporción y geometría se revivieron y los arquitectos se inspiraron en las características griegas tradicionales como columnas, arcos y dinteles. Esta tendencia influyó en todo, incluidas las ventanas, posteriormente tuvieron un mayor realce.

i. Inicios de las ventanas francesas.

El diseño de las ventanas francesas se atribuye a la arquitectura de los palacios y castillos franceses del siglo XVII. Estas ventanas se caracterizaban por su elegancia y la utilización de marcos de madera tallada y hojas de vidrio separadas por maderas horizontales y verticales conocidas como divisores. Estos primeros diseños influenciaron fuertemente la estética y funcionalidad de las ventanas francesas que se conocen hoy en día.

Los dos últimos grandes hitos en la tecnología de las ventanas anteriores al siglo XXI se produjeron con la fabricación del vidrio plano (láminas aplastadas por rodillos que se dejaban enfriar y se cortaban con el tamaño deseado) y la invención en 1903 del vidrio laminado (colocación de una lámina de plástico entre dos láminas de vidrio, aumentando así su resistencia).

Cuando los franceses descubrieron este estilo, le dieron su propio giro al incrustar numerosos paneles de ventanas en la estructura. La forma en la que las ventanas, de proporciones clásicas, traían luz a una habitación y daban acceso a las áreas de los balcones las convirtió en un éxito instantáneo, y el concepto se utilizó ampliamente durante la era barroca.

Durante los siglos XVIII y XIX, el diseño y la arquitectura francesa continuaron evolucionando, lo que llevó a una mayor popularidad de las ventanas francesas tanto en Francia como en otros países europeos. Estas ventanas se convirtieron en un elemento característico de los edificios de la época, tanto residenciales como comerciales.

Estas ventanas se convirtieron en un elemento característico de los edificios de la época, tanto

residenciales como comerciales. Con el advenimiento de la Revolución Industrial en el siglo XIX, la fabricación de ventanas se volvió más estandarizada y eficiente. La producción en masa de componentes como marcos de hierro y cristales permitió una mayor accesibilidad a las ventanas francesas y su expansión hacia otros mercados internacionales.

A medida que se hizo más evidente la importancia de la eficiencia energética en la construcción y la conservación del medio ambiente, las empresas de ventanas francesas se enfocaron en desarrollar productos que cumplieran con los estándares de sostenibilidad y eficiencia energética.

ii. Evolución de las ventanas francesas

A lo largo del siglo XX, las empresas dedicadas al diseño y fabricación de ventanas francesas adoptaron nuevos materiales y tecnologías para mejorar la calidad y el rendimiento de sus productos. Se introdujeron materiales como el aluminio y el PVC, que ofrecían ventanas más duraderas, resistentes y con mejores propiedades térmicas.

En tiempos más recientes, las empresas de ventanas francesas han seguido innovando en cuanto a diseño y personalización. Se han incorporado opciones de vidrio doble o triple para mejorar el aislamiento térmico y acústico, y se han creado sistemas más sofisticados de apertura y cierre, como ventanas correderas o plegables, que brindan mayor versatilidad y comodidad.

La demanda por ventanas francesas sigue siendo alta debido a su estilo atemporal y su capacidad para mejorar la iluminación y la estética de los espacios interiores. Las empresas en este campo siguen comprometidas con la innovación tecnológica, el diseño sostenible y la satisfacción del cliente, adaptándose a las tendencias y necesidades cambiantes del mercado. El frío, el calor, el ruido o la humedad son aspectos que con los nuevos modelos de ventanas se quedan al otro lado del cristal, mientras que el confort y la seguridad en el hogar han pasado a convertirse en rasgos definitorios de la eficiencia energética y la calidad de vida.

1.5. Conceptual

Se abarca y detallan los principales conceptos clave que han sido de utilidad durante el presente trabajo de investigación, desde los más generales hasta los que son un poco más complejos:

- SEO (optimización de motores de búsqueda):

Es el proceso de optimizar un sitio web para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda, como Google. El objetivo es aumentar el tráfico orgánico (no pagado) hacia el sitio al mejorar su posición en los resultados de búsqueda. Las técnicas de SEO incluyen la optimización de palabras clave, la mejora de la estructura del sitio web, la creación de contenido relevante y de

calidad, y la construcción de enlaces (link building).

- **SEM (Marketing en motores de búsqueda):**

Se refiere al marketing en motores de búsqueda, que incluye todas las actividades de pago que se pueden hacer para aumentar la visibilidad en los resultados de búsqueda. A diferencia del SEO, que busca tráfico orgánico, el SEM implica el uso de anuncios pagados, como los anuncios de Google Ads, para aparecer en los resultados patrocinados de los motores de búsqueda. Es una forma de publicidad en línea basada en el pago por clic (PPC).

- **Sitio web:**

Un **sitio web** es un conjunto de páginas web relacionadas que están interconectadas y que comparten un dominio común en internet. Estas páginas pueden contener texto, imágenes, vídeos y otros tipos de contenido. Los sitios web pueden ser utilizados con fines informativos, comerciales, educativos, de entretenimiento, entre otros. Su estructura generalmente incluye una página de inicio y enlaces a otras secciones o páginas.

- **Comercialización a través de los Celulares:**

El **marketing a través de los celulares** (también conocido como **marketing móvil**) es una estrategia que utiliza dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes y tabletas, para llegar a los consumidores. Incluye tácticas como los anuncios móviles, la optimización de sitios web para dispositivos móviles, el uso de aplicaciones, el marketing por SMS y el marketing en redes sociales. El objetivo es interactuar con los usuarios en cualquier lugar y en cualquier momento, aprovechando la ubicuidad de los dispositivos móviles.

- **Digitalización:**

Es un componente esencial en la era de la tecnología de la información, ya que permite la creación, manipulación y distribución de una amplia variedad de contenidos, desde documentos y fotografías hasta música y video, de manera rápida y eficiente.

- **Logística:**

Son todas las operaciones llevadas a cabo para hacer posible que un producto llegue al consumidor desde el lugar donde se obtienen las materias primas, pasando por el lugar de su producción

- **Modernización:**

Proceso de cambio que busca adaptar una sociedad u organización a las demandas y

desafíos de la época actual, con el fin de mejorar su funcionamiento y su calidad.

- **Innovación:**

Se enfoca en la satisfacción del cliente, la conformidad con estándares y especificaciones, la confiabilidad, la eficiencia y la mejora continua.

- **Procesos:**

Conjunto de actividades o tareas interrelacionadas que se llevan a cabo de manera secuencial o simultánea con el propósito de lograr un objetivo específico.

- **Competitividad:**

Capacidad de una entidad para prosperar en un entorno económico altamente competitivo al ofrecer productos y servicios de alta calidad de manera eficiente, innovadora y rentable.

- **Calidad:**

Medida de excelencia o la satisfacción de las expectativas en relación con un producto, servicio, proceso o cualquier otro aspecto de la vida

- **Durabilidad:**

Capacidad de un objeto, material o producto para resistir el desgaste, el deterioro o el envejecimiento a lo largo del tiempo, manteniendo su funcionalidad y apariencia.

- **Satisfacción del cliente:**

Grado en que los productos, servicios o experiencias proporcionados por una empresa cumplen o superan las expectativas y necesidades de sus clientes.

- **Diseño:**

Proceso creativo que implica la planificación, concepción y creación de objetos, sistemas, entornos o experiencias con el propósito de lograr un objetivo específico.

- **Personalización:**

Adaptación o la creación de algo de acuerdo a las preferencias, necesidades o características específicas de una persona o grupo. Implica tomar en consideración las preferencias individuales de los usuarios o clientes para proporcionarles una experiencia única y adaptada a sus necesidades.

1.5.1. Legal

Al digitalizar el negocio Ventanas Vista Bella se deben de seguir obligaciones y regulaciones estipuladas por la ley, enfocándose al cumplimiento de brindar productos de calidad

aun que las compras se efectúen de forma virtual, o incluso al momento de realizar instalaciones de ventanas, así como tener los debidos registros según la ley del país.

- **Ley de Comercio Electrónico de El Salvador:**

Con base al art, 2 La LCE es aplicado a todo tipo de relación contractual, de representación comercial o factible de beneficio económico, celebrado de forma electrónica, digital o tecnológicamente equivalente; y de acuerdo al art. 5 de la presente ley no es aplicable a las comunidades electrónicas relacionadas con el intercambio de correos electrónicos para fines ajenos a la actividad económica de quienes lo utilizan, y las relaciones entre proveedores y consumidores reguladas en la Ley de Protección al Consumidor, esta ley ha estado en vigencia desde el 10 de febrero de 2021, bajo el Decreto No. 463, un año más tarde de haberse publicado en el diario oficial, dicha ley tiene por objeto crear un marco legal para las relaciones electrónicas de carácter comercial, contractual, realizadas por medios digitales, electrónicos o tecnológicamente equivalentes. (Asamblea Legislativa de El Salvador, 2020, pág. 1).

- **Ley de Bitcoin:**

Es una normativa que convierte a Bitcoin en moneda de curso legal dentro de un país, lo que significa que Bitcoin puede utilizarse como una forma oficial de pago en transacciones comerciales y gubernamentales, similar a una moneda nacional. Esta ley fue implementada por primera vez en el mundo en El Salvador el 8 de junio de 2021, y entró en vigor el 7 de septiembre del mismo año. La Ley Bitcoin tiene varios propósitos, entre ellos:

- Promover la Inclusión Financiera En El Salvador, una gran parte de la población carece de acceso a servicios bancarios tradicionales. Bitcoin ofrece una alternativa accesible para aquellos que poseen dispositivos móviles, pero no cuentan con cuentas bancarias, permitiéndoles realizar y recibir pagos.

- Reducir Costos de Remesas; En El Salvador, las remesas representan una porción significativa del Producto Interno Bruto (PIB), y la Ley Bitcoin busca reducir los costos asociados al envío de remesas desde el extranjero, los cuales suelen ser elevados cuando se realiza a través de servicios tradicionales.
- Atraer Inversiones y Modernizar la Economía; La Ley Bitcoin está diseñada para atraer inversiones en tecnología y en el sector de criptomonedas.
- **Ley de fomento de la innovación y manufactura tecnológica:**

Es una legislación que busca promover el desarrollo y crecimiento de la industria tecnológica en un país.

- **Impulso a la Innovación:** Incentivar la creación de nuevas tecnologías y productos innovadores en el país, desarrollando así una industria de alta.
- **Atracción de Inversiones:** Proporcionar beneficios a empresas tecnológicas nacionales e internacionales para que inviertan en la producción y fabricación de dispositivos y tecnologías avanzadas dentro del país.
- **Generación de Empleo de Calidad:** Fomentar la creación de empleos calificados en sectores de tecnología, lo cual eleva el nivel de especialización y el ingreso de los trabajadores en áreas como ingeniería, desarrollo tecnológico y ciencia.
- **Desarrollo Económico Sostenible:** Diversificar la economía y reducir la dependencia de industrias tradicionales al crear un sector económico basado en tecnología avanzada y fabricación de alto valor.

En conjunto, esta ley crea un marco que busca hacer al país más competitivo en el ámbito global, mejorar el capital humano en áreas tecnológicas, y fomentar una economía innovadora y autosuficiente en tecnología.

- **Inscripción de marcas y otros signos distintivos**

El artículo 2 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos establece que marca es cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase.

En tal sentido, es elemento esencial de una marca la condición de ser claramente distinguible de otra; es decir, la capacidad del signo o signos para distinguir un producto o servicio de otro idéntico, similar o diferente, según se trate, aludiendo a las características intrínsecas o extrínsecas de estos. De esta manera, el objeto primordial de una marca y su registro es la plena y real distinción entre productos y servicios de diferentes sujetos.

- **Ley de Protección del Consumidor:**

El propósito principal de la Ley de Protección al Consumidor es proteger los derechos de los consumidores, asegurando un marco regulatorio que fomente el equilibrio, la certeza y la seguridad legal en las relaciones entre estos y los proveedores. Esta ley tiene como objetivo fortalecer a los consumidores, garantizando que obtengan productos y servicios de alta calidad, además de información precisa y transparente acerca de sus derechos. Mediante la puesta en marcha de esta normativa, se busca promover un clima de confianza en el mercado, en el que los consumidores se sientan resguardados y apodados en sus elecciones de compra.

- **Registro de la empresa:**

Para establecer una empresa en El Salvador, se debe cumplir con los requisitos de constitución y registro ante el Registro de Comercio o entidad equivalente. Es importante obtener

todos los permisos y licencias necesarias para operar legalmente.

- **Normas técnicas y calidad:**

Se deben cumplir con las normas técnicas de calidad establecidas por las autoridades salvadoreñas. Estas normas pueden incluir requisitos específicos sobre materiales, dimensiones, eficiencia energética y pruebas de calidad.

- **Seguridad laboral:**

Cumplir con las normas de seguridad y salud ocupacional para garantizar condiciones laborales seguras para sus empleados y evitar caer en multas o sufrir accidentes laborales.

CAPITULO II

2. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

Una de las etapas más decisivas de una investigación es la definición de la metodología de la investigación, eligiéndose el enfoque, técnicas de investigación y los instrumentos que se utilizarán para la recolección de datos, es decir, el rumbo que tomará la investigación basada en la forma en que se recolectarán los datos primarios, siendo para el negocio digital de Ventana Vista Bella el siguiente:

2.1. Método de investigación

2.1.1. Generalidades

La investigación realizada tiene como objetivo obtener un conocimiento profundo sobre la empresa Ventana Vista Bella dedicada a la fabricación de ventanas francesas en El Salvador.

2.1.2. Enfoque

En la investigación se analizó un enfoque exploratorio y descriptivo en el cual se logró obtener una comprensión profunda de la empresa fabricante de ventanas francesas, analizando sus características, procesos de fabricación, enfoque en calidad y sostenibilidad, y su

posición en el mercado local.

2.1.3. Universo

El universo de estudio comprende todas las empresas tanto pequeñas como medianas dedicadas a la fabricación de ventanas francesas en el área metropolitana de San Salvador. La elección de este universo se fundamenta en la necesidad de comprender de manera integral la dinámica de la industria de fabricación de ventanas francesas. La inclusión de empresas con diversas características permitirá obtener una visión completa de los procesos de producción, las tendencias del mercado y las experiencias específicas de los fabricantes de ventanas francesas de la zona.

2.1.4. Población

La población objetivo para este estudio comprende clientes potenciales entre las edades de 25 años a 60 años en el área metropolitana de San Salvador.

2.1.5. Muestra

La muestra para este estudio se seleccionó cuidadosamente con el objetivo de representar de manera adecuada la diversidad y características esenciales de las empresas dedicadas a la fabricación de ventanas francesas. Se establecieron criterios específicos para la inclusión de las empresas en la muestra, asegurando así la relevancia y aplicabilidad de los hallazgos obtenidos.

2.1.6. Técnicas de investigación:

En el siguiente estudio se utilizó la técnica de investigación de Encuestas

Descripción: Se realizó la distribución de cuestionarios estandarizados a una muestra representativa para recopilar datos cuantitativos.

Aplicación: Se llevó a cabo la entrevista como eficiencia para obtener datos numéricos, identificar patrones y tendencias en la fabricación de ventanas francesas.

2.1.7. Instrumento de investigación

- Guión de preguntas para entrevista semiestructurada.

Instrumento compuesto por una guía de preguntas abiertas acerca del uso de la fabricación de ventanas francesas en pequeñas y medianas empresas, ventajas y desventajas de la fabricación de dicho producto, facilidades de acceso u otra información de interés en relación al planteamiento del problema.

El tratamiento de dicho instrumento se basa en la aplicación de la guía de preguntas a emprendedores y microempresarios de fabricación, con el sentido de definir aspectos que desde su experiencia consideran claves el crecimiento de ello.

- Cuestionario.

Instrumento que se conforma por una serie de preguntas cerradas sobre las pequeñas y medianas empresas de fabricación de ventanas francesas, donde se pudo conocer la demanda que tienen estas empresas, los diferentes estilos que pueden fabricar y cómo se han venido desarrollando. El procedimiento de aplicación de dicho instrumento es a través de la selección de una muestra a conveniencia, mediante el uso de herramientas de recolección de datos.

2.2. Diagnóstico de la situación actual

2.2.1. FODA Cruzado

<p>VENTANAS FRANCESAS - "VENTANAS VISTA BELLA"</p>	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor alcance del mercado. • Variedad de Estilos que se pueden personalizar en diferentes materiales y acabados. • Mejora la estética de los espacios. • Facilidad en el proceso de la compra con acceso a una plataforma digital. • Lugar estratégico por seguridad y centralidad para mercado meta. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costo elevado en la fabricación e instalación de ventanas francesas. • La instalación compleja puede ser más complicada, requiriendo profesionales especializados. • Poca experiencia en redes sociales • Dificultades para transmitir el valor del producto por medio de redes sociales.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda creciente de ventanas francesas con criterios sostenibles. • Desarrollo de nuevas líneas de productos. • Crecimiento en la construcción y remodelación. • Uso de redes sociales para promocionar productos y servicios de ventanas. 	<p>Estrategia FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redirigir a clientes a redes sociales o a la página web de compras para dar a conocer los productos. • Realizar un plan estratégico de contacto con clientes a través de base de datos y segmentar por clientes, variables de consumo y preferencias a través de medios electrónicos. • Lanzamiento de nuevos productos, y servicios. • Dar a conocer los diferentes métodos de pagos y sus diferentes beneficios 	<p>Estrategia DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de nuevos clientes a través de acciones de marketing en Google Adds y programas de afiliación. • Desarrollar un sitio web en donde se pueda dar a conocer los diferentes productos y precios. • Implementar venta de productos relacionados con vidrio para ser reconocida como empresa innovadora.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los competidores están comenzando a usar las redes sociales. • Competidores proveen servicios similares. • Empresas que ofrecen productos de menor calidad a precios más bajos. 	<p>Estrategia FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveer oportunidades de descuento por pagos con transferencias electrónicas. • Realizar los pagos por medio de tarjetas de credito dandole el beneficio a meses sin intereses • Promocionar en medios digitales los diferentes multi servicios y productos que ofrece Ventanas Vista Bella. 	<p>Estrategia DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar estrategia de precios diferencial para pagina web. • Desarrollar marketing digital para dar a conocer la marca a los clientes y aquellos interesados en adquirir productos de vidrio. • Dar a conocer a profundidad el valor del producto sin necesidad que el cliente tenga que visitar un lugar fisico.

Tabla 1. FODA Cruzado

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo

2.2.2. Desarrollo de 5 fuerzas de Michael Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter es una herramienta analítica

utilizada para comprender la competitividad de una industria y evaluar la atracción del mercado.

Aquí, se aplicó el modelo a los fabricantes de ventanas francesas:

- Poder de Negociación de los Compradores:

En la industria de fabricación de ventanas francesas, el poder de negociación de los compradores

es moderado. Aunque los compradores (por ejemplo, constructores, arquitectos, propietarios de

viviendas) pueden tener varias opciones, la especialización y calidad de las ventanas francesas puede limitar sus opciones.

Factores que lo afectan:

- La disponibilidad de múltiples proveedores.
- La importancia del diseño, calidad y durabilidad para los compradores.
- La capacidad de los compradores para integrar ventanas francesas en proyectos específicos.

- **Poder de Negociación de los Proveedores:**

En la fabricación de ventanas francesas, el poder de los proveedores puede variar. Aquellos que suministran materiales especializados y de alta calidad pueden tener un mayor poder de negociación, especialmente si son pocos en número.

Factores que lo afectan:

- Disponibilidad de proveedores alternativos.
- Importancia de los componentes clave suministrados por proveedores.
- Costos asociados con cambiar de proveedor.

- **Amenaza de Nuevos Competidores:**

La amenaza de nuevos competidores en la industria de fabricación de ventanas francesas puede ser moderada a baja, dependiendo de las barreras de entrada. Estas barreras pueden incluir la necesidad de inversiones significativas en tecnología, la necesidad de establecer relaciones con proveedores y la lealtad de los clientes a marcas existentes.

Factores que lo afectan:

- Economías de escala existentes.
- Requisitos de capital para la tecnología y maquinaria.

- Dificultad para obtener acceso a canales de distribución.

- **Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos:**

La amenaza de productos o servicios sustitutos es moderada. Los fabricantes de ventanas francesas compiten con otros tipos de ventanas y sistemas de apertura, aunque la singularidad del diseño francés puede mitigar esta amenaza en ciertos segmentos del mercado.

Factores que lo afectan:

- Disponibilidad y aceptación de alternativas como ventanas de otros estilos.
- La percepción de la singularidad y calidad del diseño.

- **Rivalidad entre Competidores Existentes:**

La rivalidad entre competidores existentes puede ser alta en la fabricación de ventanas francesas, especialmente si varias empresas compiten en el mismo segmento del mercado.

Factores como la diferenciación del producto, la capacidad de producción y la expansión a nuevos mercados pueden influir en la intensidad de la rivalidad.

Factores que lo afectan:

- Diferenciación de productos y servicios.
- Capacidad de producción y eficiencia operativa.
- Estrategias de precios y promoción.

2.2.3. Desarrollo de PEST

En el desarrollo de nuestra investigación este análisis puede proporcionar una comprensión detallada de los factores que pueden afectar el desarrollo y la operación de los fabricantes en este sector. A continuación, se proporciona un desarrollo del análisis PEST sobre la fabricación de ventanas francesas:

- **Factores Políticos:**

Regulaciones y Normativas: La fabricación de ventanas francesas puede estar sujeta a

regulaciones de construcción y estándares de eficiencia energética. Las políticas gubernamentales relacionadas con la sostenibilidad y la reducción de emisiones pueden impactar en los materiales y procesos de fabricación.

Implicaciones Fiscales: Cambios en políticas fiscales pueden afectar los costos de producción y la demanda del mercado.

- **Factores Económicos:**

La demanda de estos productos puede afectar en gran parte en las ganancias del negocio. Costo de Materias Primas: Fluctuaciones en los precios de los materiales, como el vidrio y el aluminio, pueden afectar los costos de producción y los márgenes de beneficio.

- **Factores Sociales:**

Tendencias de Diseño y Estilo: Las preferencias de diseño y estilo en la arquitectura y la construcción pueden influir en la demanda de ventanas francesas. El interés creciente en la estética y la eficiencia energética puede impactar las características y especificaciones de los productos.

- **Factores Tecnológicos:**

Innovación en Materiales: Desarrollos tecnológicos en materiales como vidrio de bajo emisivo y marcos de alta eficiencia pueden influir en la calidad y características de las ventanas francesas.

Automatización de Procesos: La adopción de tecnologías avanzadas en la fabricación, como la automatización de procesos, puede mejorar la eficiencia y reducir costos.

2.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación

El diagnóstico detallado de la situación en la fabricación de ventanas francesas se encontró una serie de hallazgos significativos que ofrecen una visión integral de la industria. Se analizó los diferentes aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, se

han identificado varios factores que influyen en la dinámica de esta industria específica, como, por ejemplo:

- **Tendencias en el Diseño y Estilo:**

Se observó una creciente preferencia por ventanas francesas en el mercado de la construcción, impulsada por la demanda de diseños estéticos y elegantes. La arquitectura moderna favorece la inclusión de este tipo de ventanas, sugiriendo una oportunidad para la diferenciación en el diseño.

- **Influencia de las Condiciones Económicas:**

Las fluctuaciones económicas y los ciclos de construcción afectan directamente la demanda de ventanas francesas. La industria debe estar preparada para adaptarse a estos cambios y desarrollar estrategias flexibles para mitigar el impacto de los ciclos económicos.

- **Tecnologías Emergentes en la Fabricación:**

La adopción de tecnologías emergentes, como la automatización de procesos, ofrece oportunidades para mejorar la eficiencia y reducir costos. Aquellos fabricantes que incorporen estas tecnologías podrían ganar ventaja competitiva en términos de productividad y calidad.

2.4. Lienzo CANVAS



Figura 1. Lienzo CANVAS para la empresa o emprendimiento llamado Ventanas Bella Vista

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

Este Lienzo en conjunto proporciona una visión integral de cómo funcionará el proceso de cotización de ventanas francesas, asegurando que se cubran todas las áreas esenciales para su éxito.

A continuación, se describe cada uno de los puntos:

1. **Segmentos de clientes:** Se dirige a clientes particulares interesados en renovar o construir sus hogares, arquitectos y diseñadores de interiores que buscan ventanas de alta calidad.

- **Actividad:** Crear campañas de marketing dirigidas a dichos segmentos, utilizando redes sociales y publicidad orgánica para llegar a personas interesadas en decoración de interiores y construcción.
2. **Propuesta de valor:** El valor que ofrece Ventanas Vista Bella es de alta calidad y con un diseño elegante con opciones de personalización (tamaño, color, tipo de vidrio) y entrega a domicilio. Realizando todo tipo de trabajo con la misma delicadeza, algo que sin duda es muy importante para cada uno de los clientes. Teniendo en cuenta también que en ventanas vista bella solo se trabaja con materiales de primera calidad, no siendo el caso de los demás negocios del mismo rubro que se encuentran en la misma zona.
- **Actividad:** Crear contenido visual atractivo (imágenes y videos) para mostrar la calidad y los beneficios del producto en la página web y en redes sociales.
3. **Canales de comunicación:** Los medios por los cuales la Ventanas Vista Bella se comunica y distribuye su producto serán Página web de comercio electrónicos, redes sociales (Instagram, Facebook).
- **Actividad:** Optimizar la página web para mejorar la experiencia del cliente y facilitar el proceso de cotización.
4. **Relaciones con clientes:** Se ofrece asesoría personalizada durante la cotización, en la adquisición de su producto y servicio post-venta para resolver problemas de ser necesario garantías.
- **Actividad:** Implementar un chat directo en la página web para responder preguntas en el menor tiempo posible y ofrecer descuentos a clientes recurrentes.

5. **Fuentes de ingreso:** Se implementó la cotización directa de ventanas a través del sitio web.
 - **Actividad:** Crear descuentos especiales para clientes potenciales que se brindaran únicamente a través de redes sociales.
6. **Recursos Claves:** Los recursos esenciales que la empresa necesita para operar son Proveedores de materiales de calidad, plataforma de comercio electrónico, equipo de ventas y atención al cliente.
 - **Actividad:** Establecer relaciones con proveedores confiables y optimizar los canales digitales para asegurar un servicio eficiente.
7. **Claves de actividad:** Las actividades claves que se realizaran son el diseño de ventanas, gestión de inventarios, marketing digital y servicio al cliente.
 - **Actividad:** Monitorear tendencias de diseño de interiores y actualizar el catálogo de productos para mantenerse competitivo.
8. **Alianzas Claves:** Los diferentes socios estratégicos que ayudaran a hacer funcionar la empresa son proveedores de materiales, empresas de logística y contratistas de instalación.
 - **Actividad:** Negociar con proveedores para obtener materiales de calidad a buen precio y con empresas de logística para asegurar una entrega oportuna.
9. **Estructura de costos:** Los costos principales asociados son Costo de materiales, gastos de envío, salarios del equipo y campañas de marketing.

- **Actividad:** Revisar periódicamente los costos para identificar oportunidades de reducción y eficiencia, como renegociar tarifas con proveedores o buscar envíos más económicos.

10. **Estrategia de Marketing Digital:** Estrategia para promocionar el producto online serán una calendarización de post frecuentes en redes sociales, optimización SEO para atraer tráfico orgánico y creación de contenido visual atractivo.

- **Actividad:** Diseñar una estrategia de contenido en redes sociales, utilizando imágenes de ventanas instaladas en distintos estilos de interiores para inspirar a los potenciales clientes y optimizar la página web para aparecer en los primeros resultados de búsqueda.

CAPITULO III

3. PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

3.1. Descripción del negocio

“Ventanas Vista Bella” se dedica a la elaboración e instalación de ventanas francesas y a todo lo relacionado con vidrio y metal. Brindando excelentes precios y material de calidad, por lo cual promete que sus ventanas son de años de durabilidad.

3.1.1. Nombre del negocio

“Ventanas Vista Bella” surge a raíz de saber que al tener una ventana francesa en cualquier ángulo o espacio de la casa, oficina o edificio, sin duda el panorama que se puede observar es más amplio, es por ello que vista bella queda como un nombre que va de la mano con lo que se obtiene al comprar una ventana en dicho negocio.

- Nombre del negocio. Ventanas Vista Bella

- Nombre del representante de la empresa: Francisco Alberto Consuegra
- Razón Social: Ventanas Vista Bella
- Giro del negocio: Industrial

3.1.2. Información general

“Ventanas Vista Bella” es un negocio familiar que está enfocado en brindar productos de alta calidad, desde su elaboración hasta su instalación, cuidando el presupuesto de cada uno de sus clientes, así como respetando los tiempos de entrega y garantizando un cambio bonito y moderno independientemente del lugar donde los clientes desean instalar una ventana francesa.

-Número de contacto: 7602-7291

-Dirección: Urbanización la Providencia No.1 Pol. "G" #5

-Municipio: San Martín

-Departamento: San Salvador

3.2. Marco estratégico

Se definen partes importantes que conforman la empresa y que son indispensables para el cumplimiento de los procesos principales y para lograr el objetivo que se tiene como marca.

3.2.1. Misión

Trabajar con pasión y compromiso por la excelencia en todo lo que hacemos para crear espacios únicos en cada hogar y oficina demostrando ser especialistas en transformar vistas más bonitas a través de nuestras ventanas.

3.2.2. Visión

Ser pioneros a nivel nacional en la elaboración e instalación de ventanas francesas y todo lo relacionado a vidrio y metal, brindándole la mejor calidad y precio a cada uno de nuestros clientes.

3.2.3. Valores

Compromiso: En el contexto laboral, el compromiso se relaciona con la disposición de los empleados para cumplir sus responsabilidades laborales, contribuir al éxito de la organización y mantener una actitud positiva en el trabajo

Responsabilidad: Implica cumplir con las tareas y responsabilidades asignadas en el trabajo, trabajar de manera ética y respetar las políticas y normativas de la empresa.

Trabajo en equipo: Labores que se realizan de manera compartida y organizada, en las que cada quien asume una parte y todos tienen el mismo objetivo en común.

3.2.4. Objetivos

-General:

Lograr un reconocimiento sólido de la marca Ventanas Vista Bella en el entorno digital, A través de la implementación de técnicas de innovación digital, permitiendo que los clientes potenciales encuentren fácilmente la marca.

- Específicos:

- Lograr llegar a un 60% del mercado objetivo por medio de publicidad en Facebook o Instagram.
- Obtener ganancias que sean 40% provenientes de redes sociales
- Haber tenido 1,000 ventas por medio de los canales digitales el primer año tras su digitalización

3.2.5. Metas

- Lograr aperturar más salas de ventas.
- Contratar a más personal
- Ampliar la cartera de clientes

- Tener presencia en redes sociales
- Aplicar la técnica de captación para nuevos clientes AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción).
- Poder generar tráfico orgánico de usuarios que interactúen con nuestros perfiles en redes sociales.

3.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Es importante tener identificados los productos que son más vendidos y que son parte esencial de los ingresos del modelo de negocio. Para ello se elaboró el siguiente detalle donde se muestran las características principales de cada producto:

MODELO	DESCRIPCION
<p data-bbox="462 913 781 934">VENTANA FRANCESA TRADICIONAL</p> 	<p data-bbox="818 1010 1172 1121">La ventana francesa es un tipo de ventana que se caracteriza por tener un diseño doble hoja, siendo un lado fijo y el otro lado el que se deja corredizo.</p>
<p data-bbox="553 1224 686 1245">VENTANA FIJA</p> 	<p data-bbox="818 1276 1166 1478">Las ventanas sin apertura o “ventanas fijas” son un tipo de ventanas cada vez más populares. No tienen manillas, ni herrajes, ni capacidad de apertura. En cambio, tienen un amplio acristalamiento panorámico que garantiza una mayor visibilidad</p>
<p data-bbox="529 1537 711 1558">VENTANA BATIENTE</p> 	<p data-bbox="818 1652 1166 1789">La ventana batiente es un tipo de ventana que tiene una o más hojas que se abren hacia el exterior o hacia el interior mediante un eje vertical u horizontal.</p>

<p style="text-align: center;">VENTANA PIVOTANTE</p> 	<p>Las ventanas pivotantes permiten regular la cantidad de ventilación, ayudando a obtener el nivel térmico deseado. Se produce poca invasión del espacio interior, debido a su apertura, la cual puede ser de forma vertical u horizontal.</p>
<p style="text-align: center;">VENTANA DOBLE CORREDIZA</p> 	<p>Al igual que una ventana corrediza simple, una ventana corrediza doble tiene dos paneles conectados a un marco. Sin embargo, ambos paneles pueden deslizarse hacia el otro extremo del marco.</p>

Tabla 2. *Productos ofrecidos por “Vista Bella”*

Fuente: *Elaboración propia del equipo de trabajo*

3.4. VENTAJA COMPETITIVA

La ubicación física del local se destaca por ser de fácil acceso y contar con amplio parqueo para sus clientes. Lo cual se pretende que sea de esa misma forma para el modelo de negocio digital, algo que se pueda usar fácilmente y al acceso de todos los usuarios sin importar no tener un celular de alta gama.

- Ventaja por especialización

Todos los productos se elaboran con los materiales de mejor calidad, lo cual permite que sean de años de durabilidad a comparación de la competencia que ofrece precios más bajos pero los productos se dañan fácilmente y rápido, al punto que las personas llegan a comprar a ventanas vista bella quejándose de la competencia y agradeciendo de encontrar un lugar en el que si les dejaran sus pedidos con la calidad que ellos esperan.

- Ventaja por diferenciación

El tiempo es uno de los recursos más importantes para cada persona y los propietarios de ventanas vista bello lo saben por eso contar con todo el material para elaborar de manera rápida los pedidos hace que las personas se fidelicen con la marca y recomienden a otros los productos.

3.5. PLAN ORGANIZACIONAL

a. Estructura organizativa de la empresa

En el siguiente organigrama se presenta lo que se consideran como las principales áreas funcionales de la empresa:

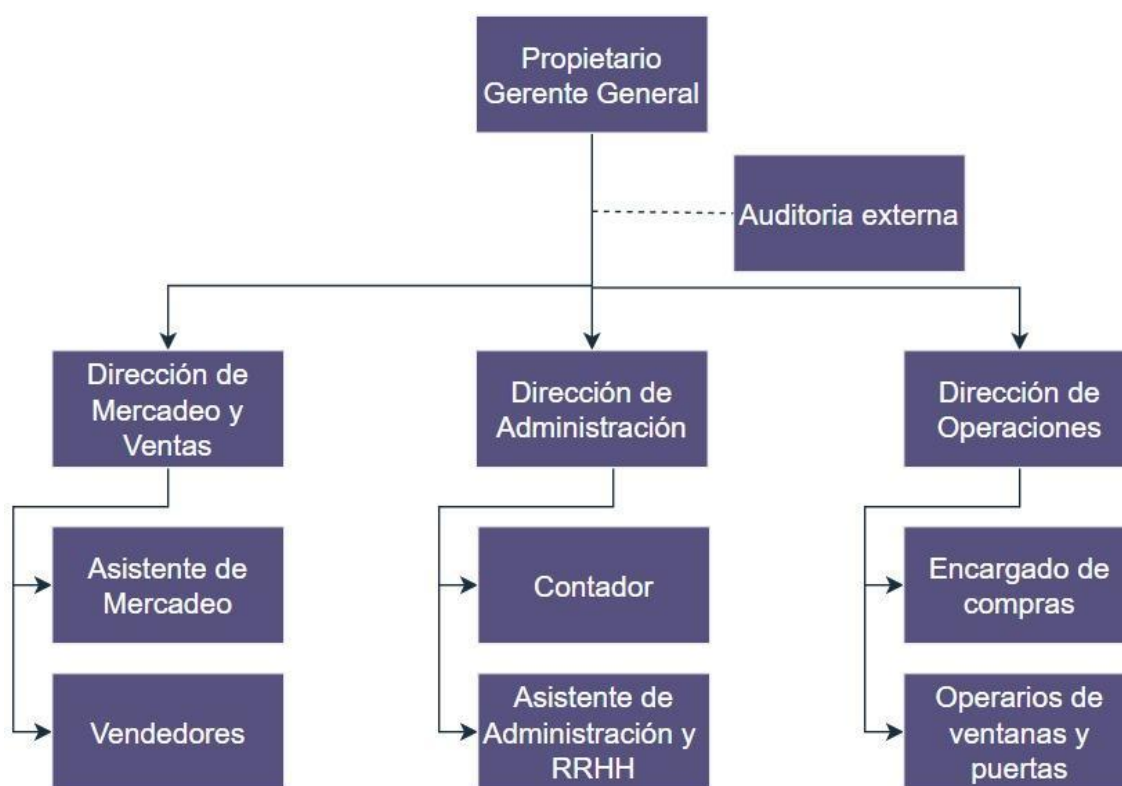


Figura 2. Organigrama del negocio.

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo.

b. Organización de gestión y recursos humanos

- **Reglas de trabajo**

A la fecha no se cuenta con un Reglamento Interno de Trabajo, no obstante, hay reglas que no están por escrito que deben cumplirse entre ellas: puntualidad, cumplir horario de trabajo, respeto entre los diferentes colaboradores, medios de comunicación interna y el cuidado del prestigio del negocio.

- **Reclutamiento y selección**

La dirección del negocio empezó con uno de los propietarios con amplia experiencia en la elaboración de ventanas, puertas de vidrio y otros productos relacionados y, se ha tomado como iniciativa la formación de personal joven, dando entrenamiento por tres meses y luego de ello se deja empoderados para la elaboración de los productos del negocio.

Por lo anterior, dentro de los requisitos para operarios no se requiere experiencia ni formación académica, aunque es un valor agregado el contar con educación media finalizada y licencia de conducir tipo liviana para realizar los viajes donde se entregan los productos. Cuando se requiere contratar nuevas personas la mayoría son por referencias de personas de las zonas aledañas ya que por el tamaño de la empresa no se hacen publicaciones de vacantes.

- **Incorporación**

El período de aprendizaje se considera para un plazo de tres meses y posterior a ello se evalúa la capacidad de aislamiento de los operarios en las actividades de producción y se determina si está apto para continuar desarrollando las operaciones o si se requiere mayor acompañamiento.

- **Remuneraciones**

Este apartado se aborda con base en lo establecido en las leyes laborales pertinentes, y las prestaciones de Seguro Social y Fondo de Pensiones, además de las disposiciones del Código de Trabajo en cuanto a vacaciones, aguinaldo y horas extras.

Además, se considera lo estipulado en la normativa vigente sobre las responsabilidades y derechos de los empleadores y empleados en relación con la seguridad laboral, indemnizaciones y licencias por maternidad, paternidad o enfermedad, según lo establecido por el Seguro Social y el Fondo de Pensiones. También se abordan aspectos sobre el manejo de accidentes laborales y la cobertura de riesgos ocupacionales, garantizando protección integral a los trabajadores. Las disposiciones referentes a la estabilidad laboral, la terminación de contratos, así como las obligaciones de los empleadores en cuanto a liquidaciones, son analizadas bajo el marco del Código de Trabajo, asegurando que los derechos como vacaciones, aguinaldos, y el pago de horas extras sean gestionados conforme a la ley, promoviendo un ambiente de trabajo justo, con garantías legales claras para ambas partes, y fomentando el bienestar de los empleados a largo plazo.

- **Salud y seguridad ocupacional:**

Por la manipulación de vidrio tanto en la producción de ventanas, puertas y otros, así como en la colocación o instalación de estos, se tienen riesgos a la salud de los trabajadores, principalmente de cortaduras, por lo que se otorga equipos de protección como guantes, medidas de seguridad, uso de cascos, botas con cubo, arnés para trabajos en altura para los que se da capacitaciones para prevención de riesgos. Periódicamente se están realizando actualizaciones a los conocimientos para prevenir accidentes y así cuidar la integridad de los colaboradores.

c. Proceso administrativo

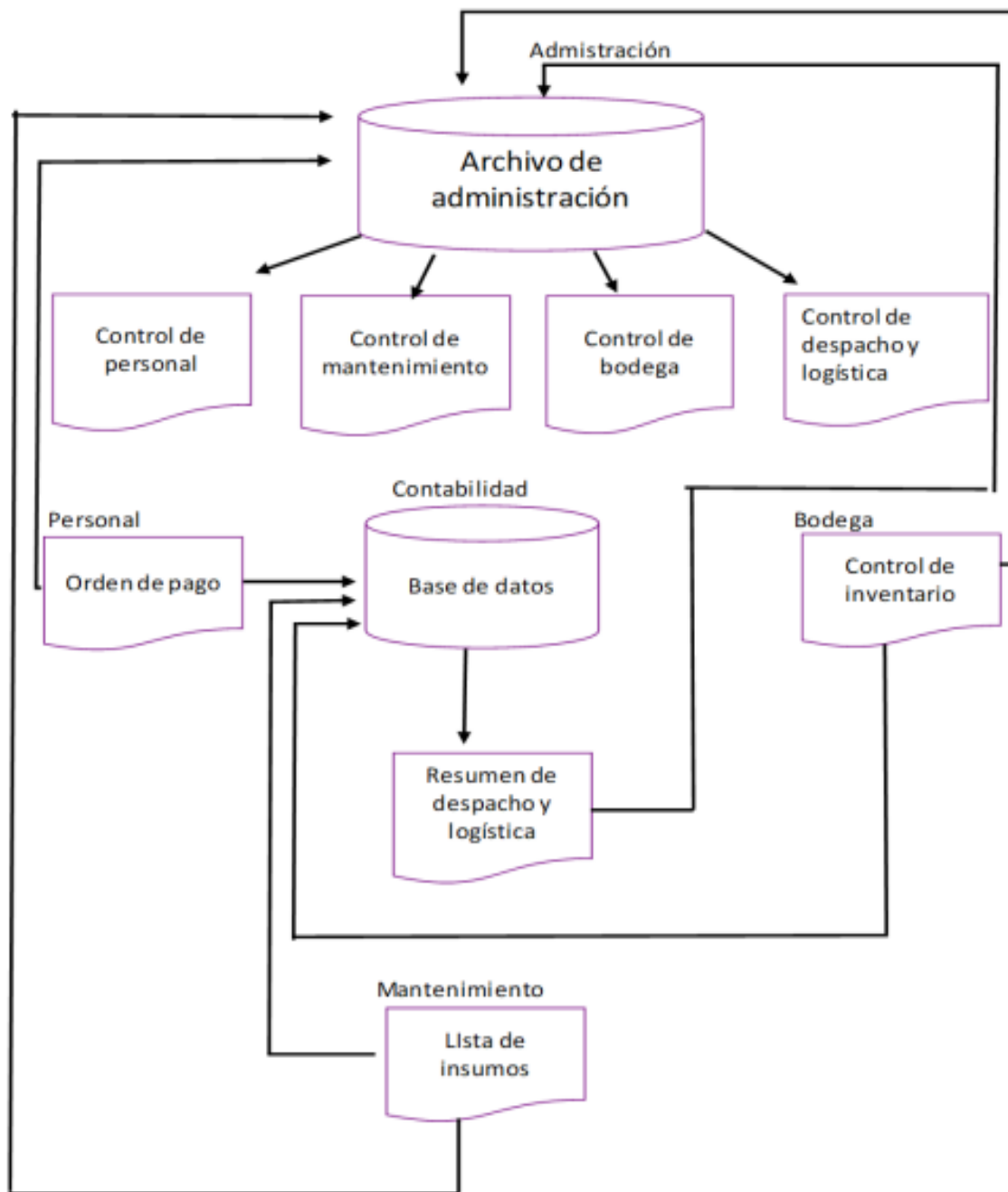


Figura 3. Flujograma del proceso administrativo

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo.

d. Identificación y características de proveedores

Nombre	Ubicación	Contacto	Producto	Correo
INCO Soyapango	Final 1ª avenida norte, Soyapango	2207-6147	Vidrio	soyapango@inco.com.sv
INCO Centro	4ª avenida sur, N° 433, San Salvador	2281-0603	Vidrio	bodegacentro@inco.com.sv
INCO Ilobasco	5ª avenida sur hacia hermita María Auxiliadora, barrio “Los desamparados”, Ilobasco	7541-0959	Vidrio	ilobasco@inco.com.sv
Venecia Soyapango	Avenida Venecia, Soyapango	2277-5406	Vidrio y otros relacionados	vidrios@grupovenecia.com.sv
Venecia Centro	10ª calle oriente #224 Centro Histórico, San Salvador	2513-7999	Vidrio y otros relacionados	vidrios@grupovenecia.com.sv
Venecia San Martín	Km 9.5 Carretera de oro frente a Restaurante Gold Street, San Martín	2532-4555	Vidrio y otros relacionados	vidrios@grupovenecia.com.sv

Tabla 3. Lista de proveedores

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo.

Estos proveedores han sido seleccionados considerando:

1. Al ser grandes empresas ofrecen precios más competitivos en las cotizaciones a realizar para las compras y se logran descuentos por volumen de compras y al ser cliente frecuente.
2. Su cadena de suministro cuenta con proveedores de primera línea que garantizan la calidad del producto a comprar.

3. Sus procedimientos de fabricación cuentan con medidas de seguridad para sus empleados, lo que reduce el riesgo reputacional ante incidentes en la cadena de valor de los productos.
4. El riesgo medioambiental desde la obtención de la materia prima hasta el vidrio terminado se encuentra mitigado por tener estos proveedores a otros proveedores en su portafolio que cumplen con medidas de control ambiental.
5. Dentro del proceso de selección se toma en cuenta que las cotizaciones cuenten con las especificaciones tal como se ha solicitado a estos proveedores en medida, densidad del vidrio y otras características que garanticen cumplir con lo que el cliente ha pedido.

3.6. PLAN DE MERCADEO

3.6.1. Resultados de la investigación de mercado

La investigación de mercado realizada en El Salvador para Ventanas Vista Bella ha revelado una serie de informaciones clave sobre cómo el público percibe las ventanas francesas y sus preferencias en este tipo de productos. Este estudio proporciona una visión general del mercado, permitiendo identificar diferentes tendencias que guiarán la estrategia de negocio digital. Entre los aspectos destacados se encuentran los grupos de consumidores que muestran mayor interés en las ventanas francesas y la ubicación geográfica que parece concentrar la demanda más alta, lo cual resulta valioso para focalizar esfuerzos de marketing y ventas en determinadas áreas.

Además, el análisis también ofrece información sobre las preferencias generales de compra, señalando qué factores influyen más en las decisiones del consumidor, ya sea la calidad del producto, el precio competitivo, o el atractivo visual de las ventanas. Asimismo, se observan las características que los consumidores valoran más en este tipo de producto, lo que permitirá a

Ventanas Vista Bella ajustar su oferta para satisfacer mejor las expectativas del mercado local y fortalecer su presencia digital. (Ver Figura 4).



Figura 4. Gráficos de la recolección de datos para la validación de negocio Ventanas Vista Bella
Fuente. Elaboración propia

3.6.2. Marketing mix digital

<h2>Producto</h2>	<h2>Precio</h2>
<ul style="list-style-type: none"> * Ofrecer ventanas francesas de alta calidad y diseño personalizado. * Destacar la durabilidad, eficiencia energética y variedad de estilos. * Proporcionar opciones de vidrio y marco para adaptarse a las preferencias del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> * Adoptar una estrategia de precios competitivos que refleje la calidad premium. * Ofrecer paquetes personalizables para atender a diferentes segmentos de clientes. * Implementar descuentos promocionales en ciertas épocas del año o para clientes leales.
<h2>Plaza</h2>	<h2>Promoción</h2>
<ul style="list-style-type: none"> * Desarrollar una presencia en línea a través de un sitio web de comercio electrónico. * Garantizar una cadena de suministro eficiente para cumplir con los pedidos en tiempo y forma. 	<ul style="list-style-type: none"> * Estrategias de marketing digital: presencia en redes sociales, SEO y publicidad en línea. * Obtener reseñas positivas y testimonios de clientes satisfechos para utilizar en la promoción. * Campañas publicitarias en medios locales, destacando la calidad y diseño exclusivo.

Tabla 5: Mix del negocio

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

3.6.3. Estrategias de Digitalización

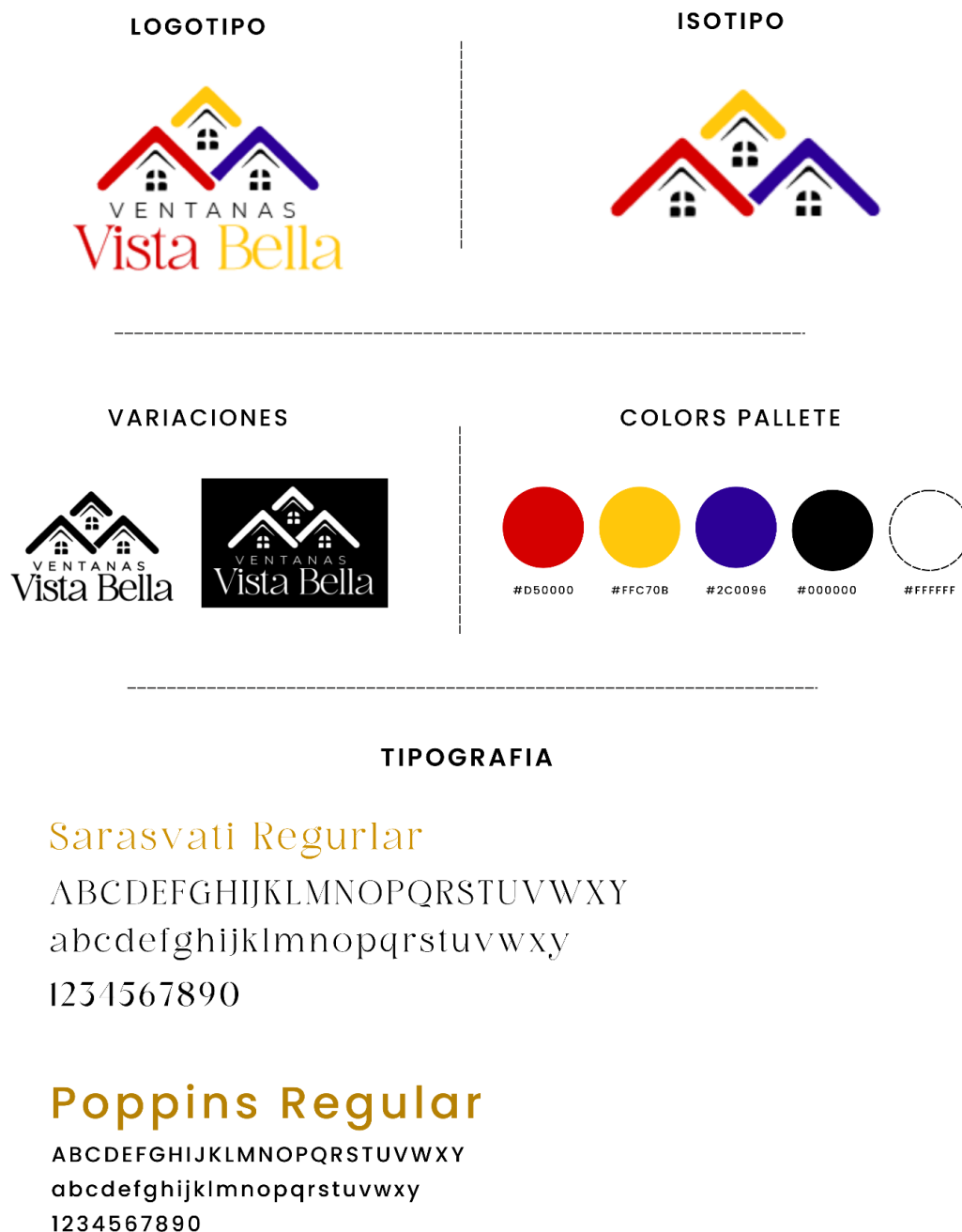


Figura 5: Diseño de elementos gráficos del logo

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

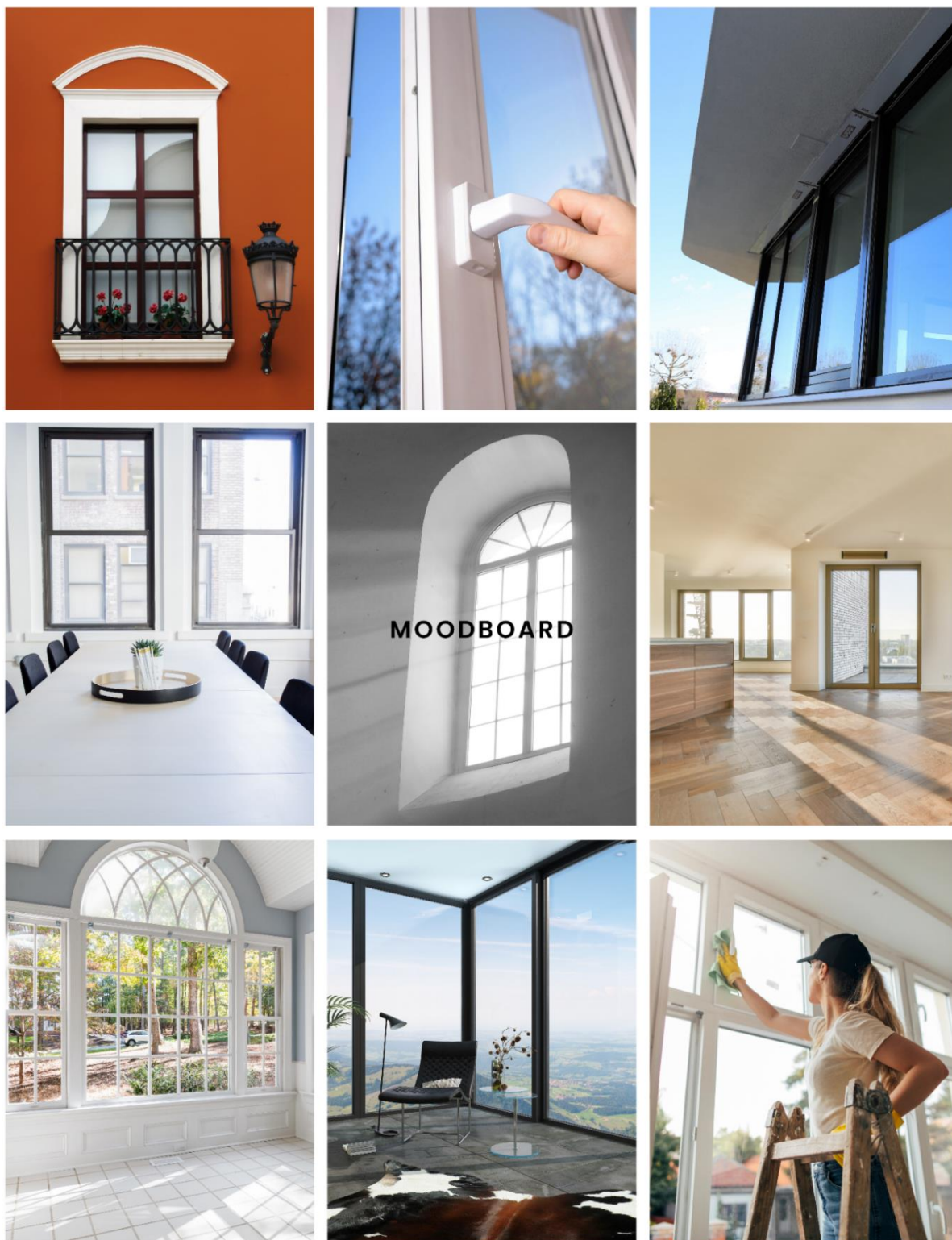


Figura 6: Tablero de ideas, redes sociales

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

REDES SOCIALES



Facebook



Instagram



Website:

ARTES



Figura 7: Redes Sociales

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

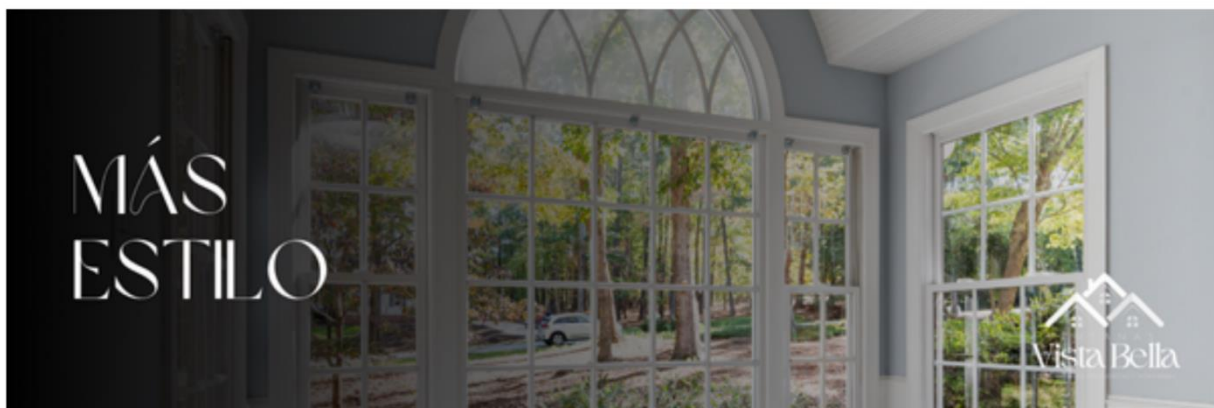
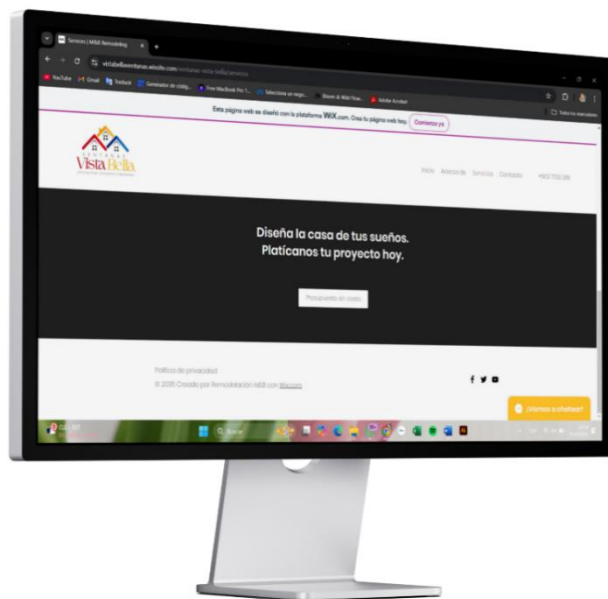
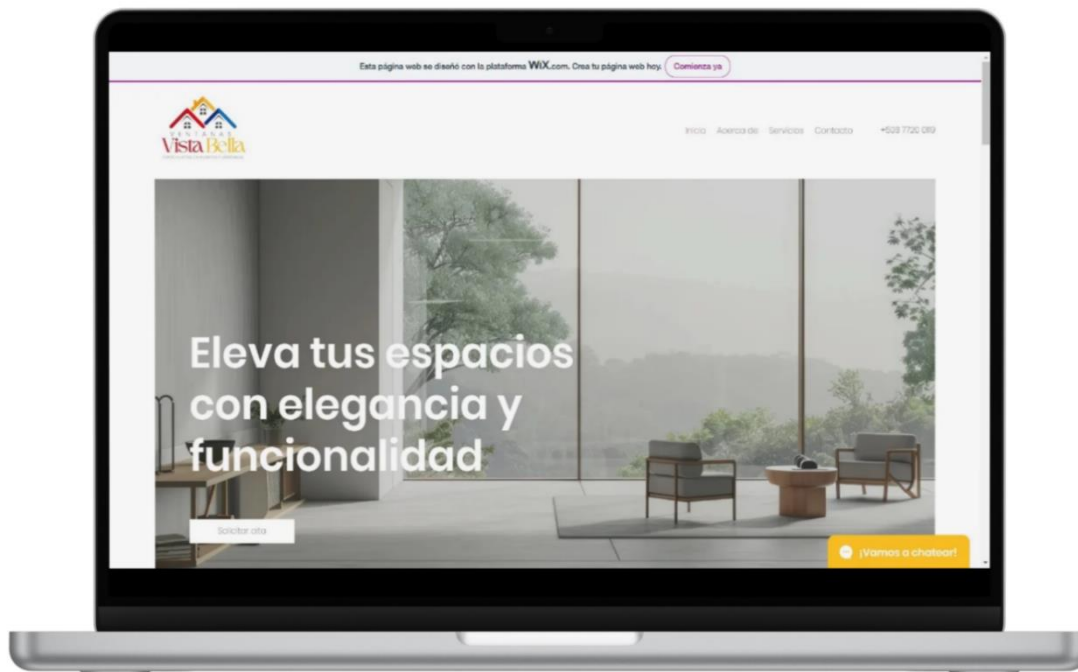


Figura 8: Artes para Redes Sociales

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

SITIO WEB



Visita nuestro
sitio web aqui:



Figura 9: Diseño de mockup sitio web

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

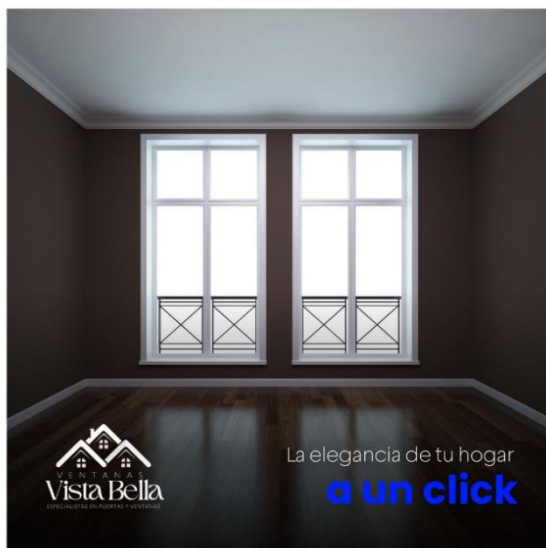
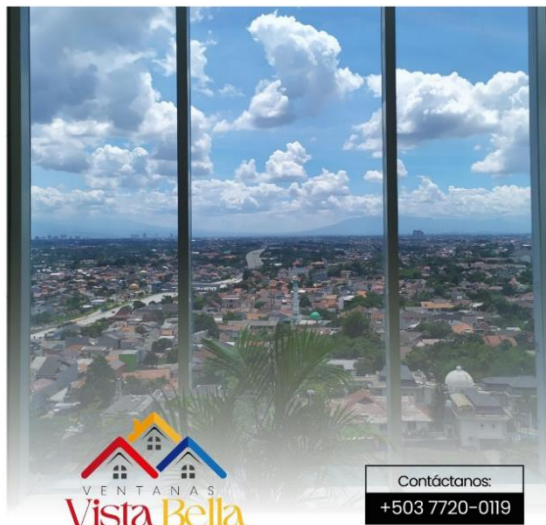


Figura 10: Artes para redes sociales.

Fuente: Elaboración propia del equipo de Trabajo

3.7. PLAN DE VENTAS

- **Generación de Leads**

Estrategias de marketing digital, publicidad en línea y presencia en redes sociales y sitio web para atraer la atención de posibles clientes.

- **Contacto Inicial**

Primer contacto a través de consultas en el sitio web, llamadas telefónicas, o visitas a ferias y eventos de construcción.

- **Calificación de Leads**

Evaluación de la idoneidad del cliente potencial según sus necesidades y presupuesto.

- **Presentación de Productos**

Demostración de ventanas francesas, destacando características como diseño personalizado, eficiencia energética y durabilidad.

- **Negociación y Cotización**

Discusión de opciones personalizadas, precios y condiciones. Presentación de cotizaciones detalladas.

- **Cierre de Ventas:**

Acuerdo final sobre términos y condiciones. Firma de contrato y confirmación del pedido.

- **Entrega e Instalación:**

Proceso de logística para la entrega de las ventanas y coordinación de la instalación.

- **Seguimiento Postventa:**

Servicio al cliente continuo, garantías y solicitudes de retroalimentación.

a. Proyección de Ventas

Mes	Ventas Estimadas
Enero	\$ 2,000.00
Febrero	\$ 2,200.00
Marzo	\$ 2,500.00
Abril	\$ 2,700.00
Mayo	\$ 3,000.00
Junio	\$ 3,000.00
Julio	\$ 2,800.00
Agosto	\$ 2,800.00
Septiembre	\$ 2,900.00
Octubre	\$ 3,200.00
Noviembre	\$ 3,500.00
Diciembre	\$ 3,800.00

Tabla 5. *Proyección de ventas*

Fuente: *Elaboración propia del equipo de trabajo*

- **Enero:**

Aunque puede haber una desaceleración después de las festividades de fin de año, aún se espera una demanda constante de ventanas, ya que las personas pueden estar planeando proyectos de renovación para el año nuevo.

- **Febrero:**

A medida que avanza el año, es probable que las ventas aumenten ligeramente a medida que las personas vuelvan a sus rutinas normales y consideren proyectos de mejora del hogar.

- **Marzo:**

La llegada de la primera vacación larga del año puede impulsar la demanda de ventanas, ya que es común que las personas realicen proyectos de renovación en esta época del año.

- **Abril:**

Es posible que se alcance un aumento en las ventas a medida que los propietarios comienzan a planificar proyectos de mejora del hogar

- **Mayo y Junio**

Estos meses pueden ser especialmente activos ya que las personas aprovechan las festividades del Día de la Madre y del Padre para regalarle a sus seres queridos algún proyecto de renovación y mejoras de sus hogares, agregando que se colocará promociones para el día del padre y día de madre.

- **Julio y Agosto**

Aunque puede haber una ligera disminución debido a las vacaciones de verano, aún se espera una demanda sólida, ya que algunas personas pueden optar por quedarse en casa y realizar proyectos de mejora durante las vacaciones.

- **Septiembre**

Es posible que se visualice un ligero aumento en las ventas a medida que las personas retoman proyectos de renovación que pospusieron durante los meses de verano.

- **Octubre y Noviembre**

Estos meses pueden ser particularmente activos a medida que las personas se preparan para el clima más frío y las festividades, y buscan mejorar la eficiencia energética de sus hogares antes del invierno, así aprovecharán las promociones que se impulsarán en temporada alta.

- **Diciembre**

Las ventas pueden alcanzar su punto máximo en diciembre debido a las festividades y el

deseo de las personas de mejorar sus hogares antes de reunirse con familiares y amigos durante las vacaciones de navidad y fin de año.

- Ventas Totales Estimadas=\$35,400
- La facturación anual promedio del año de un negocio de Ventanas \$30,000.

Por lo tanto, la proyección indica que se pretende tener un aumento estimado del 18% en las ventas en comparación con la competencia.

3.8. PLAN FINANCIERO

3.8.1. Plan de inversión.

Mes	Estimado en Ventas	Estimado en Ventas en dolares	Costo Mensual de Fabricacion	Mano de Obra	Costo Mensual de Fabricacion
Enero	12	\$ 2,000.00	\$ 900.00	\$ 400.00	\$ 1,300.00
Febrero	14	\$ 2,200.00	\$ 1,030.00	\$ 400.00	\$ 1,430.00
Marzo	16	\$ 2,500.00	\$ 1,225.00	\$ 400.00	\$ 1,625.00
Abril	18	\$ 2,700.00	\$ 1,355.00	\$ 400.00	\$ 1,755.00
Mayo	21	\$ 3,000.00	\$ 1,550.00	\$ 400.00	\$ 1,950.00
Junio	21	\$ 3,000.00	\$ 1,550.00	\$ 400.00	\$ 1,950.00
Julio	19	\$ 2,800.00	\$ 1,420.00	\$ 400.00	\$ 1,820.00
Agosto	19	\$ 2,800.00	\$ 1,420.00	\$ 400.00	\$ 1,820.00
Septiembre	20	\$ 2,900.00	\$ 1,485.00	\$ 400.00	\$ 1,885.00
Octubre	22	\$ 3,200.00	\$ 1,680.00	\$ 400.00	\$ 2,080.00
Noviembre	25	\$ 3,500.00	\$ 1,875.00	\$ 400.00	\$ 2,275.00
Diciembre	28	\$ 3,800.00	\$ 2,070.00	\$ 400.00	\$ 2,470.00
Total	234		\$21,960.00	\$ 400.00	\$22,360.00

Tabla 6. Proyección de unidades, ingresos y costos de producción

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo

3.8.2. Estructura de costos

Costo promedio por Venta:	\$ 75.00
Pago de Mano de Obra mensual	\$ 400.00
Dias trabajados	30

Tabla 7. Cálculo de costo unitario.

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo

3.8.3. Flujo de efectivo

Mes	Estimado en Ventas	Estimado en Ventas en dolares	Utilidad esperada %	Utilidad esperada en dolares
Enero	12	\$ 2,000.00	35%	\$ 700.00
Febrero	14	\$ 2,200.00	35%	\$ 770.00
Marzo	16	\$ 2,500.00	35%	\$ 875.00
Abril	18	\$ 2,700.00	35%	\$ 945.00
Mayo	21	\$ 3,000.00	35%	\$ 1,050.00
Junio	21	\$ 3,000.00	35%	\$ 1,050.00
Julio	19	\$ 2,800.00	35%	\$ 980.00
Agosto	19	\$ 2,800.00	35%	\$ 980.00
Septiembre	20	\$ 2,900.00	35%	\$ 1,015.00
Octubre	22	\$ 3,200.00	35%	\$ 1,120.00
Noviembre	25	\$ 3,500.00	35%	\$ 1,225.00
Diciembre	28	\$ 3,800.00	35%	\$ 1,330.00
Total	234			\$ 12,040.00

Tabla 8. Flujo de efectivo proyectado

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo

3.8.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Mes	Estimado en Ventas en dolares	Precio Promedio	Punto de Equilibrio
Enero	\$ 2,000.00	\$ 115.38	17
Febrero	\$ 2,200.00	\$ 115.38	19
Marzo	\$ 2,500.00	\$ 115.38	22
Abril	\$ 2,700.00	\$ 115.38	23
Mayo	\$ 3,000.00	\$ 115.38	26
Junio	\$ 3,000.00	\$ 115.38	26
Julio	\$ 2,800.00	\$ 115.38	24
Agosto	\$ 2,800.00	\$ 115.38	24
Septiembre	\$ 2,900.00	\$ 115.38	25
Octubre	\$ 3,200.00	\$ 115.38	28
Noviembre	\$ 3,500.00	\$ 115.38	30
Diciembre	\$ 3,800.00	\$ 115.38	33
		\$ 115.38	0

Tabla 9. Determinación de ventas y punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo

3.8.5. Estado de Resultado

VENTANAS VISTA BELLA	
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	
Del 1 de enero al 21 de diciembre de 2023	
Expresado en dólares de los estados unidos de america	
Ventas netas	\$30,965.00
(-) Costo de Ventas	-\$ 19,954.00
UTILIDAD BRUTA =	\$ 11,011.00
Gastos Administrativos	-\$ 3,500.00
Gastos de Venta	-\$ 1,600.00
UTILIDAD OPERATIVA =	\$ 5,911.00
Gastos Financieros	-\$ 450.00
UTILIDAD DE IMPUESTOS =	\$ 5,461.00
Impuestos	-\$ 1,893.00
UTILIDAD NETA =	\$ 7,354.00

Tabla 10: Determinación de ventas y punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo

3.10. INDICADORES DE MEDICIÓN:

KPI	Descripción	Fórmula de Cálculo	Frecuencia de Medición	Objetivo
Ventas	Digitalizar el negocio para poder encontrar nuevos clientes potenciales.	Costo total de marketing / nuevos clientes y ventas realizadas	Mensual	Aumentar ventas en un 40%
Valor del Tiempo de Vida del Cliente	Ingreso total esperado de un cliente durante su relación con la empresa.	Ingreso promedio por cliente x duración promedio de la relación	Trimestral	Aumentar un 10%
Tasa de Retención de Clientes	Porcentaje de clientes que permanecen activos.	Clientes activos al final del período / clientes activos al inicio x 100	Trimestral	Aumentar un 10%
Tráfico Web	Número total de visitas al sitio web.	Sumar todas las visitas en un período dado	Semanal	Aumentar un 20% cada semana
Tasa de Rebote	Porcentaje de visitantes que abandonan el sitio después de ver una sola página.	Visitantes que abandonan / visitantes totales x 100	Mensual	Reducir a menos del 40%
Engagement en Redes Sociales	Interacciones : me gusta, comentarios y post compartidos en redes sociales.	Total de interacciones / Total de publicaciones	Mensual	Aumentar un 15%
Email Open Rate	Porcentaje de correos electrónicos abiertos.	Correos abiertos / correos enviados x 100	Mensual	Aumentar a 25%
Email Click-Through Rate (CTR)	Porcentaje de clics en enlaces dentro de correos electrónicos.	Clics en enlaces / correos abiertos x 100	Mensual	Aumentar a 10%

Tabla 12. Indicadores de medición KPI's

Fuente: Elaboración propia del equipo de trabajo

CONCLUSIÓN

La creación de contenido visual atractivo y detallado juega un papel importante en la presentación de productos como las ventanas francesas en diferentes plataformas de redes sociales y pagina web ha demostrado ser esenciales para aumentar el tráfico de manera orgánica y convertir visitas en ventas.

La implementación de un modelo de negocio digital para Ventanas Vista Bella sin duda es un mercado en expansión, impulsado por el crecimiento del comercio electrónico que da como resultado una mejora en los tiempos de espera de los clientes para obtener cotizaciones. Este cambio permite que las personas puedan tener una mayor accesibilidad a la visualización detallada de sus productos mediante las diferentes plataformas digitales con los que ahora cuenta el negocio.

Tomando en cuenta también que los consumidores valoran la conveniencia y la facilidad de acceso a productos de alta calidad. Sin embargo, la decisión de compra sigue dependiendo de factores como la personalización, la estética, el precio y su experiencia en el mercado. Por lo tanto el modelo de negocio digital que se ha implementado para Ventanas Vista Bella ha logrado satisfactoriamente lo antes mencionado.

RECOMENDACIÓN

Aprovechar la migración digital es la mejor manera para dar a conocer los productos. A pesar de los beneficios del comercio digital, los negocios enfrentan desafíos en la gestión de inventarios, la logística de envío y la atención al cliente. La personalización y las especificaciones técnicas pueden llegar a hacer una herramienta muy eficaz para la compra de dicho producto.

La atención al cliente y el soporte post-venta son fundamentales para asegurar la satisfacción del cliente y fomentar la fidelidad a la marca. Las empresas exitosas en este ámbito son aquellas que ofrecen un servicio integral que incluye asesoría durante el proceso de compra y soporte técnico en la instalación. El mercado de ventanas francesas en un entorno digital continuará evolucionando con la integración de nuevas tecnologías, como la realidad aumentada para la visualización del producto y la inteligencia artificial para la personalización de las recomendaciones de compra.

BIBLIOGRAFIA

Kotler, Philip, y Keller, Kevin Lane. *Dirección de Marketing.* Pearson Educación, 2016.
https://www.google.com.sv/books/edition/Direcci%C3%B3n_de_Marketing/CoHT8SmJVDQC?hl=es-419&gbpv=1&dq=Kotler,+Philip,+y+Keller,+Kevin+Lane.+Direcci%C3%B3n+de+Marketing.+Pearson+Educaci%C3%B3n,+2016.&printsec=frontcover

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de encuesta



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Tema: Desarrollo del modelo de negocio digital: Venta de Ventana Francesas, Vista Bella On-line.

Objetivo: Evaluar la satisfacción general de los clientes con respecto al proceso de compra digital de ventanas francesas, incluyendo aspectos como facilidad de uso, calidad de la información proporcionada, y eficiencia del proceso de pago y entrega.

Indicaciones: Seleccione la opción que considere conveniente.

1. Edad

Menos de 25 años

25 – 29 Años

30 – 35 Años

36- 41 Años

42 – 47 Años

Mayores de 48 años

2. ¿Cuál es tu nivel de educación?

- Secundaria
- Técnica o profesional
- Universitaria
- Posgrado

3. ¿Con qué frecuencia compras ventanas francesas?
 - Nunca
 - Ocasionalmente
 - Regularmente
 - Frecuentemente

4. ¿Cuál es tu principal motivo para elegir ventanas francesas?
 - Estética
 - Funcionalidad
 - Eficiencia energética
 - Otros (especificar)

5. ¿Has realizado alguna compra de ventanas francesas a través de un canal digital (web, app, etc.)?
 - Sí
 - No

6. Si respondiste “Sí” en la pregunta anterior, ¿cómo calificarías tu experiencia general con el proceso de compra digital?
 - Excelente
 - Buena
 - Regular
 - Mala
 - Muy mala

7. ¿Qué aspectos valoras más en una plataforma digital de cotización de ventanas francesas? (Puedes seleccionar más de uno)
 - Facilidad de navegación
 - Información detallada sobre productos
 - Imágenes y descripciones de alta calidad
 - Opciones de personalización
 - Precios y ofertas
 - Atención al cliente

8. ¿Qué funcionalidades te gustaría que tuviera una plataforma digital de cotización de ventanas francesas?
- Presupuesto en línea
 - Actualización y seguimiento de pedido
 - Galería de proyectos anteriores
 - Ofertas y descuentos especiales
 - Asesoramiento virtual
9. ¿Qué aspectos consideras que necesitan mejorar en el modelo digital de cotización de ventanas francesas?
- Tiempo de respuesta
 - Proceso de pago
 - Opciones de envío
 - Información sobre la instalación
 - Otros (especificar)
10. ¿Qué tan probable es que recomiendes el modelo digital de cotización de ventanas francesas a otras personas?
- Muy probable
 - Probable
 - Neutral
 - Improbable
 - Muy improbable

Anexo 2: Antecedentes gráficos de la marca

CNR Centro Nacional de Registros **CENTRO NACIONAL DE REGISTROS**

COMPROBANTE DE PAGO No. 140121500

(1) DIA	MES	AÑO
12	10	2023

(2) BANCO Cuscatlan (3) CUENTA No.

(4) SOLICITANTE Francisco A. ...

(5) UBICACION DEL INMUEBLE O SERVICIO
Santa Ana La Paz
Sonsonate RPI Usulután
La Libertad **12 OCT. 2023**
Cuscatlan San Miguel
San Salvador La Unión

(6) ACTO O CONTRATO **PRESENTADO**
Busqueda de 37

(7) DERECHOS \$ 20.00
Centro Nacional de Registros
El Salvador, C.A.

(8) VALOR A PAGAR EN LETRAS veinte 00/100 dolares

FORMULARIO STANDARD, S.A. DE C.V. (PS) 2020-2000

ESPACIO PARA CERTIFICACION DE BANCO

Firma del depositante: Francisco A. ...
FIRMA DEL DEPOSITANTE

140121500

FIRMA Y SELLO DEL COLECTOR

ORIGINAL-CLIENTE

VENTANAS
Vista Bella
ESPECIALISTAS EN PUERTAS Y VENTANAS



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA 12/10/2023

HORA 15:07:56

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 07 01 18

Clase: 37

Código	Distintivo	Presentación	Fecha sol.	No. ins.	Libro ins.	Fecha. ins.	Nacionalidad
2006056630		20060075889	29/03/2006	00127	00068	24/08/2006	
Clasificación:		Titular:	ESCOBAR VIDES, LUIS MANUEL ANTONIO				
07 01 08							
07 01 18							
2006059252		20060080126	12/07/2006	00217	00086	27/06/2007	
Clasificación:		Titular:	Telefónica, S.A.				
07 01 08							
07 01 18							








DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 12/10/2023

HORA: 15:07:56

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 37

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2007067894		20070094928	21/06/2007	00150	00097	10/12/2007	
Clasificación:	Titular:						
01 17 04							
07 01 08							
2009096565		20090128530	13/10/2009				
Clasificación:	Titular:	POLISTEPEQUE COMUNICACION Y MARKETING, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - POLISTEPEQUE, S.A. DE C.V.					
07 01 08							
2012115842		20120163496	01/02/2012	00066	00202	03/12/2012	
Clasificación:	Titular:	LIMA PONCE, WILLIAMS HUMBERTO					
07 01 08							
2014134678		20140199444	31/03/2014	00206	00281	18/05/2016	
Clasificación:	Titular:						
07 01 08							
14 07 23							
2015146946		20150223526	30/09/2015				
Clasificación:	Titular:	MALDONADO, PAULA MONICA LARIOS LARIOS, JOSE FRANCISCO					
07 01 08							
27 05 08							








DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 12/10/2023

HORA: 15:07:56

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 37

Código	Distintivo	Presentación	Fecha sol.	No. ins.	Libro ins.	Fecha ins.	Nacionalidad
2015148309		20150225982	24/11/2015	00224	00279	27/04/2016	
Clasificación:		Titular: ESTRADA MARROQUIN, ALDOMARIO					
07 01 08							
07 01 25							
2016155944		20160241370	24/10/2016	00167	00310	19/07/2017	
Clasificación:		Titular: CEMEX RESEARCH GROUP AG.					
07 01 08							
2016156657		20160242717	21/11/2016				
Clasificación:		Titular: J.E.S.V. INC., SUCURSAL EL SALVADOR.					
07 01 06							
26 04 18							
07 01 08							
2018169698		20180270430	19/06/2018	00159	00342	06/12/2018	
Clasificación:		Titular: LEMUS LOPEZ, JIUVER ADALBERTO					
07 01 08							
27 05 01							
2019178357		20190288266	20/06/2019				
Clasificación:		Titular: MEDINA DE QUINTANILLA, PRISCILA MARIELA					
07 01 08							
07 01 25							








DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 12/10/2023

HORA: 15:07:56

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 37

Código	Distintivo	Presentación	Fecha sol.	No. ins.	Libro ins.	Fecha. ins.	Nacionalidad
2020190242		20200310381	27/10/2020				
Clasificación:		Titular: MARTEL AYALA, GRECIA YAMILETH					
07 01 08							
27 05 11							
27 05 04							
2020191700		20200312867	18/12/2020	00053	00398	09/08/2021	
Clasificación:		Titular: CROEDA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CROEDA, S.A. DE C.V.					
07 01 08							
27 05 08							
07 01 25							
2020191702		20200312879	18/12/2020	00093	00391	13/05/2021	
Clasificación:		Titular: CHORRO GARCIA, JOSE RENE					
07 01 08							
14 07 01							
2022206660		20220342226	11/07/2022	00243	00435	06/12/2022	
Clasificación:		Titular: VIGIL ANDRADE, MARVIN ALEXANDER					
07 01 08							
27 05 04							
07 03 11							
2022208053		20220344578	31/08/2022				
Clasificación:		Titular: GARCIA VASQUEZ, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - GARCIA VASQUEZ, S.A. DE C.V.					
07 01 08							
27 05 04							
26 01 16							



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 12/10/2023


HORA: 15:07:56

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clase: 37

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.	Libro ins.	Fecha, ins.	Nacionalidad
2022208125		20220344715	02/09/2022	00123	00435	30/11/2022	
Clasificación:		Titular: ZELAYA CAMPOS, ELIEZER NAHUM					
07 01 08							
26 04 16							
07 03 02							
2022210022		20220348186	10/11/2022	00112	00439	24/02/2023	
Clasificación:		Titular: GARCIA VASQUEZ, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - GARCIA VASQUEZ, S.A. DE C.V.					
07 01 08							
26 01 16							
07 01 09							

Clase: 09,11,37,42

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.	Libro ins.	Fecha, ins.	Nacionalidad
2015146524		20150222916	14/09/2015	00037	00287	12/08/2016	
Clasificación:		Titular: iGuide Media LLC					
07 01 08							
26 04 16							

Anexo 3: Antecedentes gráficos de la marca

PASOS PARA REALIZAR PAGOS EN LINEA

ACCEDE A LA PLATAFORMA TIENDA ONLINE

Entra en el sitio web oficial de la tienda Ventana Vista Bella.

SELECCIONA LOS PRODUCTOS

- Agrega los productos al carrito de compras.
- Verifica los precios y condiciones de envío o servicio.

ELIGE EL MÉTODO DE PAGO

Elige la opción de pago y selecciona tu método.

- Tarjeta de crédito/débito
- Transferencia bancaria
- PayPal u otro medio

INGRESA LOS DATOS

Ingresa los datos requeridos (número de tarjeta, CVV, fecha de vencimiento, etc.)

CONFIRMA Y RECIBE TU COMPROBANTE

Verifica que todo esté correcto y guarda tu recibo.

**"Elegancia y calidad en cada vista,
Ventanas francesas para un hogar sofisticado."**

www.ventanavistabella.com
Dirección: Urbanización la Providencia No.1 Pol. "G" #5