

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

TEMA:
DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: YEKNEMLIS YRL

PRESENTADO POR

CARLOS MIGUEL BOLAÑOS YANES	BY18001
ERICK ALEJANDRO RODRÍGUEZ RAUDA	RR18102
ELMER ERNESTO LÓPEZ LÓPEZ	LL18020

OCTUBRE 2025

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARÍN
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 PROCESO DE GRADUACIÓN: MSC. JULIO ALBERTO GARCÍA HERNÁNDEZ
DOCENTE ASESOR: LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
ING. CARLOS ALBERTO HENRÍQUEZ CARILLO

OCTUBRE 2025

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Principalmente quiero agradecerle a Dios por brindarme la fuerza y capacidad de superación en cada momento de adversidad en el transcurso que desarrolle esta carrera universitaria, a mi madre Gloria Yanes que siempre me brindo todo lo necesario para culminar mis estudios, a mis hermanos y amigos que siempre estuvieron motivándome para no rendirme, y sobre todo, agradecer a mi hijo Matías Andrés Bolaños Ramírez , quien desde que nació fue la fuente de inspiración y energía necesaria para siempre dar mi mejor versión, gracias a él puedo decir que soy mejor hijo, hermano, amigos,

Carlos Miguel Bolaños Yanes.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi papá Erick Rodríguez, mi mamá Sugely Elizabeth, y mi hermana Ericka Abigail por todo su apoyo incondicional durante todo este tiempo de estudio; su paciencia, sacrificio y motivación han sido fundamentales para que pudiera alcanzar esta meta. También quiero agradecer a mis amigos cercanos, quienes siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y compañía, especialmente en los momentos más difíciles su compañía ha sido clave para superar cada reto.

Erick Alejandro Rodríguez Rauda

Agradezco a Dios por la oportunidad de finalizar mi carrera universitaria, así como a mi mamá, papá y abuela por todo el apoyo y los sacrificios realizados durante estos años de aprendizaje. También agradezco a mis tías y hermana por su apoyo moral, a mis amigos más cercanos por los momentos compartidos, las risas y la compañía que aligeraron los días más difíciles, y a los profesores y asesores que me han guiado y orientado a lo largo de este proceso. ¡Gracias por ser parte de mi desarrollo personal y profesional!

Elmer Ernesto López López

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
CAPITULO I PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Antecedentes	3
1.1.2 Descripción.....	7
1.1.3 Formulación.....	8
1.2 Delimitación del Problema.....	9
1.2.1 Geográfica y Temporal.....	10
1.2.2 Teórica.....	10
1.3 Justificación de la investigación.....	10
1.3.1 Justificación del Proyecto.....	11
1.3.2 Novedad.....	12
1.3.3 Relevancia	13
1.3.4 Utilidad Social.....	15
1.4 Objetivos	15
1.4.1 General.....	16
1.4.2 Específicos	16
1.5 Marco Teórico.....	16
1.5.1 Histórico.....	16
1.5.2 Conceptual	18
1.5.3 Legal.....	21
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
2.1.1 Generalidades.....	26
2.1.2 Método	26
2.1.3 Enfoque de investigación.....	27
2.1.4 Universo	29
2.1.5 Población.....	30
2.1.6 Muestra.....	30
2.1.7 Técnicas de investigación	31
2.1.8 Instrumento de Investigación	32
2.1.9 Presentación de Resultados	32

2.2	Diagnóstico	36
2.3.2	Desarrollo de las Fuerzas de Michael Porter.....	36
2.3.3	Desarrollo de Pest	38
2.4.1	Conclusiones del Diagnóstico de la Situación	40
CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: YEKNEMILIS.YRL		42
3.1	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	42
3.2	MARCO ESTRATÉGICO	42
3.3	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.....	44
3.4	VENTAJA COMPETITIVA.....	45
3.5	PLAN ORGANIZACIONAL	45
3.5.1	Objetivos del Plan Organizacional.....	46
3.5.2	Estructura organizativa de la empresa.....	47
3.5.3	Organización y gestión de recursos humanos	48
3.5.4	Proceso administrativo	49
3.5.5	Identificación y características de proveedores.....	50
3.6	PLAN DE MERCADEO.....	51
3.6.1.	Objetivos del plan de mercadeo.....	51
3.6.2.	Resultados de la investigación de mercados	52
3.6.4.	Estrategias del marketing mix digital	56
3.7	PLAN DE VENTAS	63
3.7.1.	Ciclo de ventas.....	63
3.7.2.	Proyección de ventas	67
3.8	PLAN FINANCIERO	71
3.8.1.	Objetivos plan financiero.....	71
3.8.2.	Plan de inversión.....	72
3.8.3.	Plan de estructura de costos	74
3.8.4.	Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio	75
3.9	PLAN DE TRABAJO	77
3.10	INDICADORES DE MEDICIÓN	78
CONCLUSIONES		80
RECOMENDACIONES		81
ANEXOS.....		84

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Grafica de Situación de vivienda de los salvadoreños 2023.....	3
Figura 2	Grafica de costos de transporte por viajar a San Salvador Centro.....	6
Figura 3	Precio promedio de alquiler de habitaciones en plataformas de compraventa, Encuentra24 y Marketplace de Facebook.....	7
Figura 4	Cuadro de elementos de enfoque cuantitativo.	28
Figura 5	Cuadro de elementos de enfoque cualitativo.	29
Figura 6	Dashborad – Encuesta de necesidades y Preferencias de Trabajadores y Estudiantes	33
Figura 7	Análisis PEST.....	40
Figura 8	Estructura Organizativa YEKNEMILIS YRL	47
Figura 9	Anuncios para estrategias publicitarias.....	58
Figura 10	Anuncios para estrategias publicitarias banner.....	59
Figura 11	Logotipo del modelo de negocio digital YEKNEMILIS YRL	61
Figura 12	Línea grafica YEKNEMILIS YRL.....	62
Figura 13	Ciclo de Ventas.....	63
Figura 14	Grafica de elementos del mercado YEKNEMILIS YRL	64
Figura 15	Canales de atracción y primer contacto de clientes.	65
Figura 16	Atención de clientes.....	66
Figura 17	Seguimientos de los clientes potenciales	66
Figura 18	Grafica de punto de equilibrio multiproducto.....	76

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Distribución de Universidades e institutos técnicos por zonas de El Salvador.....	4
Tabla 2	Distancia en horas de trayectos a San Salvador Centro - Estudiantes.....	5
Tabla 3	Distancia en horas de trayecto a San Salvador Centro - Trabajadores.....	5
Tabla 4	Procesos administrativos.....	49
Tabla 5	Identificación de Proveedores.....	50
Tabla 6	Distribución de costos publicidad digital.....	60
Tabla 7	parámetros de ingresos mensuales.....	67
Tabla 8	Contratos por unidades mensuales.....	67
Tabla 9	Ingresos mensuales por tipo de contrato.....	68
Tabla 10	parámetros de ingresos adicionales por tramo.....	68
Tabla 11	Distribución mensual por unidades de servicios adicionales paquete avanzado.....	69
Tabla 12	Distribución mensual por unidades de servicios adicionales paquete premium.....	69
Tabla 13	Distribución en dólares por ingresos mensuales de servicios de contrato avanzado.....	70
Tabla 14	Distribución en dólares por ingresos mensuales de servicio de contrato premium.....	70
Tabla 15	Descripción de beneficios por paquete.....	71
Tabla 16	Detalle de plan de inversión.....	72
Tabla 17	Detalle de fuentes de financiamiento.....	72
Tabla 18	Amortización de préstamo bancario.....	73
Tabla 19	Distribución de Costos, Gastos E Inversión.....	74
Tabla 20	Amortización del equipo.....	74
Tabla 21	Análisis de rentabilidad.....	75
Tabla 22	Cuadro de análisis punto de equilibrio.....	75

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento muestra una propuesta de valor, que mediante la implementación de un modelo de negocio digital propone gestionar de manera eficiente y productiva facilitar los procesos de alquiler de habitaciones, este proyecto se denomina YEKNEMILIS YRL”.

El gran desafío para este modelo de negocio será el posicionarse de manera rápida y segura en el mercado de los bienes inmuebles, el modelo no está diseñado para la venta de bienes inmuebles sino más bien para de intermediario entre los arrendadores y los inquilinos, ofreciéndoles un sitio web donde ambos puedan interactuar de manera rápida, eficiente y segura todo el procedimiento para cerrar un contrato de arrendamiento o alquiler.

El sitio web brindará la solución de ser la facilitadora de la gestión para adquirir una habitación económica en alquiler, enfocada directamente para la población de estudiantes y/o trabajadores que viajan desde zonas lejanas al área metropolitana de San Salvador para desempeñar sus labores diarias, en alquiler de manera temporal es una tendencia que va a la alza, y YEKNEMILIS YRL será el primer sitio web que ofrezca todos los servicios incluidos tales como: servicios de cobros en línea, elaboración de contrato de alquiler, y contratación de servicios adicionales de mantenimiento o limpieza. Los servicios antes mencionados no solamente disminuirán el tiempo de contratación para el inquilino, sino que también ayudará a los arrendadores a tener mayor alcance de la oferta de sus habitaciones. La fuente principal de ingreso será el cobro de una comisión que surge del pago de la mensualidad por cada inquilino.

Aunque en el mercado existe competencia indirecta, ninguna esta tan desarrollada como el modelo de negocio digital YEKNEMILIS YRL, por esto mismo en el presente trabajo se desarrolló la investigación de factibilidad del alquiler de habitaciones económicas mediante un sitio web.

INTRODUCCIÓN

El traslado de los Salvadoreños de sus lugares de origen hacia San Salvador en busca de mejores oportunidades es cada día más frecuente, del mismo modo el alto costo que han experimentado el mercado inmobiliario en El Salvador ha afectado en gran medida el precio del alojamiento en la capital, esto genera la necesidad de diseñar alternativas encaminadas a apoyar este sector de la población que se ve altamente afectado, por lo que el presente trabajo se enfoca en un crear un modelo de negocio digital que busca mejorar el acceso a viviendas de alquiler en San Salvador.

La propuesta planteada a lo largo del trabajo busca resolver dicha problemática, por lo que el planteamiento del problema expone la falta de opciones de alojamiento económico que existe en San Salvador para estos sectores de la población, en ese sentido, en esta investigación de carácter cuantitativo, se analizaran estudiantes y trabajadores temporales en la zona metropolitana de San Salvador, por medio la de aplicación de encuestas para comprender las necesidades existentes, por otro lado el entorno competitivo se estudiara por medio de las Fuerzas de Michael Porter y el Análisis PEST para identificar las oportunidades y amenazas del mercado.

Así mismo, el desarrollo de la idea de negocio incluye la descripción del negocio, en donde se mostraran los servicios ofrecidos y el valor agregado que la plataforma ofrece, además el marco estratégico y el plan organizacional presenta la estructura de la empresa y la gestión de recursos humanos, sin dejar de lado el plan de mercadeo mediante el cual se definirá el perfil del cliente y se analizará la competencia, y además el marketing mix digital se utilizará para presentar la forma de captar usuarios para el sitio web.

En cuanto a la estructura de costos, generación de ingresos, ciclo de ventas proyectado, proyecciones sobre la inversión, flujo de efectivo, y análisis de rentabilidad, se presentará en el Plan Financiero a fin de presentar el proceso completo de proceso de elaboración de un modelo de negocio digital.

CAPITULO I PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

El primer capítulo muestra y desarrolla la información que da lugar a la propuesta de modelo negocio digital, definiendo como primer punto el origen de la problemática que se desea solventar, mostrando además los antecedentes que resaltan la necesidad de implementar una solución, lo cual permite a partir de estos hechos consolidar de manera específica la base teórica que será fundamental para desarrollar el presente proyecto.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El paisaje de San Salvador centro está cambiando aceleradamente, la gran cantidad de edificios y nuevas empresas es sinónimo de desarrollo y crecimiento económico, pero según la oficina de planificación del área metropolitana (OPAMSS), solo 1,5% de la población puede costarse una vivienda en la capital, sumando a esto el fenómeno de la gentrificación que está cada vez más presente en la vida del residente del área metropolitana de San Salvador, surge la pregunta. ¿Quiénes son los que pueden costarse una vivienda en la zona metropolitana?, una pregunta difícil de responder sin estudios y análisis más profundos, y más aun sabiendo que el salario mínimo en El Salvador es de \$365.00 dólares mensuales para el sector comercio; pero la más importante es, ¿Dónde reside la mayoría de las personas que estudia o trabaja en la zona centro del país?

San Salvador Centro es el núcleo del desarrollo urbanístico del país, hecho que la convierte en la mayor zona de interés para los salvadoreños. Muchos salvadoreños se ven obligados por la necesidad a migrar desde las zonas interiores del país (oriente y occidente) a la capital por cuestiones de trabajo y/o estudio.

La necesidad por conseguir mejores oportunidades laborales y/o mejorar sus competencias por medio del estudio superior, ha provocado que los salvadoreños del interior del país decidan anteponer los largos e incómodos trayectos de tráfico, altos costos de movilidad y disminución de horas de sueño sobre su comodidad, salud y bienestar.

Desafortunadamente la zona metropolitana de san salvador concentra la mayor cantidad de empresas y universidades del país, lo que provoca a su vez una elevación de los costos de opciones de vivienda y derivan en un problema para los estudiantes y trabajadores que viene del interior del país, a raíz de esto es necesario implementar un proyecto de negocio digital capaz de brindar una solución pronta y oportuna.

1.1.1 Antecedentes

En El Salvador, el alquiler de propiedades es una de las prácticas más comunes, especialmente en el área urbana del país, donde se concentra la mayor parte de la inversión económica. Esta dinámica convierte a esta zona en el sector que más genera empleos y oportunidades de estudio, lo que, a su vez, atrae a un gran número de ciudadanos de diversas partes del territorio hacia un solo punto: el municipio de San Salvador Centro.

El país ha entrado de una dinámica de especulación de desarrollo y crecimiento importante, sin embargo, como se puede ver en la Figura 1, solamente el 49.2 % de los salvadoreños poseen casa propia, según la última encuesta económica 2023 de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) lo que conlleva al resto a adquirir contratos alquiler de casa, habitaciones o apartamentos. (Palma, 2023)

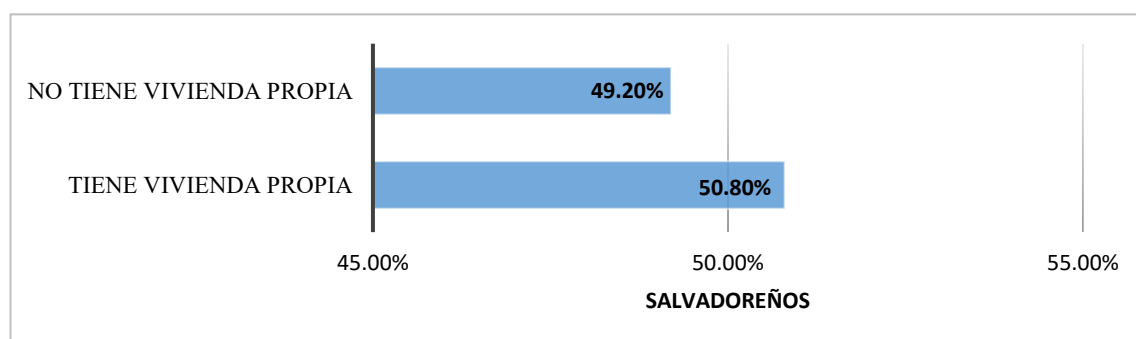


Figura 1 Grafica de Situación de vivienda de los salvadoreños 2023.

Fuente: elaboración propia del grupo 48-E, en base a resultado de encuesta económica Universidad Francisco Gavidia (UFG), 2023.

La planificación urbanística está tan enfocada en la ciudad de San Salvador que las casas de estudio superior se están estacando en su mayoría en el departamento de San Salvador, tal como queda reflejado en la Tabla 1, donde el departamento de San Salvador cuenta con 15 universidades, entre ellas la sede principal de la Universidad de El Salvador (La de mayor demanda de aspirantes), elevando considerablemente el tráfico de estudiantes en San Salvador centro, así mismo el coste por demanda de alquiler, lo cual desequilibra aún más la posibilidad de adquirir una vivienda para una persona que gana un salario mínimo (\$365.00). (Acosta, 2023)

Tabla 1

Distribución de Universidades e institutos técnicos por zonas de El Salvador.

Oferta de estudio	Departamento							
	San Salvador		Santa Ana		Chalatenango		San Miguel	
	Publica	Privada	Publica	Privada	Publica	Privada	Publica	Privada
Universidad	1	14	1	4	-	2	1	4
Institutos Técnicos	-	8	-	2	-	1	-	2

Fuente: De Elaboración propia del grupo 48-E

Aunque el país cuenta con 4 sedes de la Universidad de El Salvador, no todas ofrecen todas las carreras que tiene la sede central de San Salvador u otra universidad de carácter privada de la misma zona, por lo cual muchos estudiantes de zonas del interior del país son obligados a realizar grandes trayectos en transporte para poder asistir a la zona metropolitana. El gobierno sigue pretendiendo el realizar la construcción de más universidades en el país, pero por ahora solo se contempla la construcción de una universidad tecnología en el departamento de Chalatenango. (Cea, 2024)

El hecho de que muchos estudiantes decidan anteponer realizar grandes trayectos en tráfico por culminar sus estudios superiores en el departamento de San Salvador, provoca que tengan demasiado tiempo ocioso, tal como se puede verificar en la Tabla 2. Los estudiantes pierden entre 2 a 6 horas diarias, según la ciudad de donde provenga, que mensualmente puede llegar a ser hasta 122 horas perdidas en tráfico, o peor aún, realizando una conversión de las horas que viaje hasta san salvador en todo el año

universitario (Ciclo I y Ciclo II), un estudiante universitario puede llegar perder en tráfico entre 20 a 42 días.

Tabla 2

Distancia en horas de trayectos a San Salvador Centro - Estudiantes

Escala	CIUDAD			
	Santa Ana	Chalatenango	Soyapango	San Miguel
Ida	1:16	01:31	01:05	02:54
Regreso	1:43	01:45	01:23	03:13
Diario	2:59	03:16	02:28	06:07
Semanal	14:55	16:20	12:20	30:35
Mensual	59:40	65:20	49:20	122:20
Ciclo	244:38	267:52	202:16	501:34
Año universitario	489:16	535:44	404:32	1003:08
Conversión de horas a Día	20.0	22.0	17.0	42.0

Fuente: Elaboración propia del grupo 48-E por medio de resultados de trayecto de la aplicación Waze

En cuanto a una persona que decide buscar mejores oportunidades laborales en la ciudad de San Salvador centro, pueden llegar a perder en tráfico entre 25 a 62 días, según lo reflejado en la Tabla 3, el incremento de los días perdidos con respecto a los estudiantes que provienen de la misma zona es que los estudiantes universitarios poseen tiempo de descanso entre ciclos de estudios, y los trabajadores básicamente trabajan aproximadamente la totalidad del año.

Tabla 3

Distancia en horas de trayecto a San Salvador Centro - Trabajadores

Escala/Ciudad	Santa Ana	Chalatenango	Soyapango	San Miguel
Ida	1:16	01:31	01:05	02:54
Regreso	1:43	01:45	01:23	03:15
Diario	2:59	03:16	02:28	06:09
Semanal	14:55	16:20	12:20	30:45
Mensual	59:40	65:20	49:20	123:00
Año	716:00	784:00	592:00	1476:00
Conversión de horas a días	30.0	33.0	25.0	62.0

Fuente: Elaboración propia grupo 48-E por medio de resultados de trayecto de la aplicación Waze.

Tanto estudiantes como trabajadores que deciden sacrificar su valioso tiempo en tráfico por estudiar y/o trabajar en la zona metropolitana de San Salvador, deben estar conscientes que esta decisión estará aumentando sus gastos. La Figura 2. Nos revela que las personas que residan de la zona oriental y occidental del país estarían incurriendo como mínimo entre \$80.00 y 120.00 dólares mensuales únicamente con motivos de traslado de ciudad en ciudad, esto para aquellas personas no tiene donde vivir en san salvador centro, y les toca regresar diariamente a su vivienda fuera de san salvador centro.

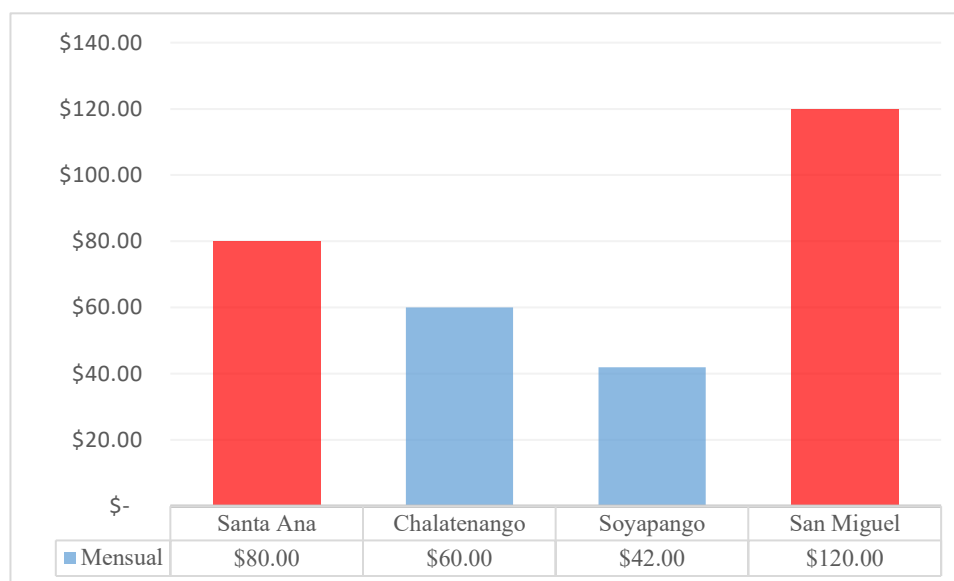


Figura 2 Grafica de costos de transporte por viajar a San Salvador Centro.

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E mediante resultado de consulta a personas residentes de las zonas delimitadas en la gráfica.

Lo destacable es que se puede observar en el ambiente de la capital como muchas personas que no son residentes del departamento de San Salvador, buscan de manera constante habitaciones en alquiler en la zona, para evitarse esos grandes e incómodos trayectos viaje. El poder adquirir habitaciones en alquiler ha sido facilitado con el tiempo, puesto que antes se podrían conocer estas ofertas por medio de periódicos, afiches, o por recomendación de amigos, etc. Actualmente, el auge de las redes sociales ha facilitado que las personas encuentren propiedades en alquiler cercanas a su ubicación en plataformas digitales, tal como se puede ver en la Figura 3. Marketplace (Facebook) y Encuentra24 (Sitio web y app móvil), Sin embargo, hasta la

fecha, estos modelos de negocio no permiten realizar todo el proceso de gestión para adquirir un contrato de alquiler, únicamente muestran el precios, ubicación y breve descripción adjunta del número de contacto del propietario.

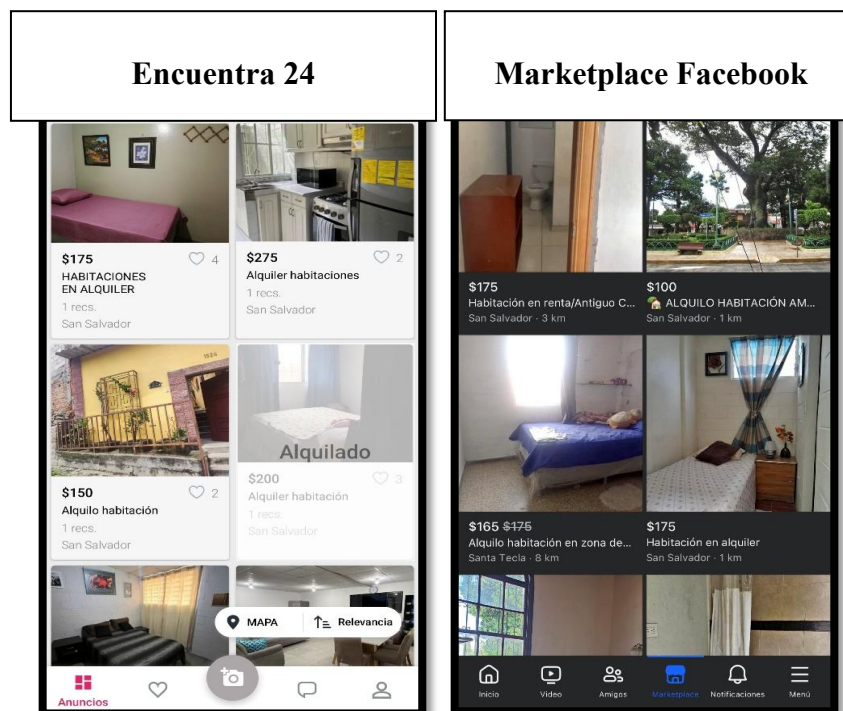


Figura 3 Precio promedio de alquiler de habitaciones en plataformas de compraventa, Encuentra24 y Marketplace de Facebook.

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

La demanda de alquiler de habitaciones es un hecho, y es notable en la Figura 6. Observar la renovación constante de los anuncios es un gran indicio, es por ello que se debe implementar un modelo de negocio digital que facilite la adquisición de habitaciones a un precio justo y competitivo.

1.1.2 Descripción

De acuerdo con las problemáticas descritas anteriormente, se identifican dos grandes dificultades a los que se enfrentan los trabajadores temporales y estudiantes de escasos recursos provenientes de la zonas oriental y occidental de El Salvador, en búsqueda de mejores oportunidades en San Salvador, la primera se refiere a los largos tiempos que implica el desplazamiento de los estudiantes y trabajadores desde sus

hogares hasta los centros de trabajo y estudio respectivamente, ya que estas personas están invirtiendo de cuatro a seis horas diarias en el transporte colectivo, esta situación genera estrés, problemas en la salud mental de los individuos a largo plazo y disminuye su el rendimiento a lo largo del día.

Así mismo, el mal servicio que brindan los conductores del transporte colectivo y el mal estado en el que se encuentran las diferentes unidades de transporte, afecta la calidad de vida de los usuarios, por otro lado los altos costos que representan para este sector de la población el trasladarse diariamente en el transporte colectivo hasta sus lugares de destino, obliga en muchas ocasiones a saltarse tiempos de alimentación para guardar dinero, que les servirá para transportarse de nuevo a sus hogares, ante esta situación YEKNEMILIS YRL se presenta como una solución para ofrecer una amplia variedad de habitaciones económicas, ubicadas estratégicamente cerca de universidades y zonas laborales, permitiendo reducir en gran medida los tiempos de desplazamiento y los costos de estos sectores.

1.1.3 Formulación

Se presenta las preguntas generales y específicas que guiaran la investigación sobre "YEKNEMILIS YRL", donde se abordan enfoques claves como criterios de selección de habitaciones, precios accesibles y dificultades en el proceso de alquiler.

Pregunta general

¿Cuáles estrategias de marketing podrían ser ideales para atraer a los propietarios que disponen de habitaciones para alquiler en el departamento de San Salvador, municipio de San Salvador Centro, a utilizar una plataforma digital que mejore la administración de sus alquileres, garantice el pago de los inquilinos y les brinde seguridad en cuanto a la protección de datos, la legalidad de los contratos y el cobro de comisiones justas, en el periodo de octubre a diciembre del año 2024?

¿Cuáles estrategias de marketing se pueden aplicar para impulsar una plataforma digital que permita a estudiantes y trabajadores que residan en el departamento de San Miguel pero estudian y/o trabajan en el departamento de San Salvador, Municipio de

San Salvador Centro, a gestionar un alquiler de habitación de forma segura, rápida y confiable, garantizando la integridad de los contratos, la protección de datos y resolviendo sus inquietudes sobre costos, seguridad y confianza; en el periodo de octubre a diciembre de 2024?

Preguntas específicas

¿Cuál es el comportamiento de compra y de consumo de medios digitales de los inquilinos y propietarios?

¿Cuál sería una comisión adecuada que los propietarios estarían dispuestos a aceptar por los servicios ofrecidos por "YEKNEMILIS YRL" como intermediario en el proceso de alquiler?

¿Cuáles son las motivaciones y pesares que viven los inquilinos al tomar la decisión de viajar desde el departamento de San Miguel hasta el departamento de San Salvador para estudiar o trabajar?

¿Qué valoran más los inquilinos al momento de elegir una plataforma de y cómo puede "YEKNEMILIS YRL" satisfacer esas necesidades?

¿Cuál es el rango de precios que los inquilinos considerarían asequibles para alquilar una habitación en el municipio San Salvador Centro según su nivel de ingresos?

¿Cuáles son los criterios que utilizan los propietarios de las habitaciones para evaluar y aceptar un nuevo inquilino?

¿Cuáles son los procesos y evaluaciones que más se le dificultan a los propietarios y a los inquilinos para poder cerrar un contrato de alquiler?

1.2 Delimitación del Problema

En el Municipio de San Salvador Centro, hay una falta de habitaciones en alquiler debido a una mayor demanda de alojamiento. La disponibilidad de habitaciones para alquilar es un problema para los estudiantes y los trabajadores.

1.2.1 Geográfica y Temporal

La delimitación geográfica donde se desarrollará la investigación será en el Municipio de San Salvador Centro, en el periodo de 30 de septiembre al 22 de diciembre del 2024.

1.2.2 Teórica

Nueve Factores de la Transformación Digital de la Empresa

Identifica los factores claves para que las empresas tengan éxito en la transformación Digital, (Juan Merodio, 9 de noviembre de 2017)

Comportamiento del consumidor

Este libro analiza cómo las personas toman decisiones de compra, de qué manera las influencias psicológicas y sociales afectan sus decisiones. (Schiffman, L., & Wisenblit, J. 2015)

Fundamentos de seguridad informática

Este libro aborda los conceptos fundamentales de la seguridad informática, incluyendo la protección de datos, la identificación de amenazas y vulnerabilidades (Carlos Arturo Avenía, 2017)

1.3 Justificación de la investigación

Este proyecto es necesario porque muchas personas, especialmente estudiantes y trabajadores, tienen dificultades para encontrar lugares donde alojarse en San Salvador, que se adapten a su presupuesto y los alquileres en la capital han subido mucho de precio, así mismo, la mayoría de las plataformas que existen están más enfocadas en turistas tanto nacionales como extranjeros, dejando de lado a quienes necesitan un lugar para alojarse por periodos de tiempos específicos por fines laborales y académicos, por esta razón, "YEKNEMILIS YRL" viene a brindar una gran variedad de opciones para ofrecer de una forma más fácil el acercamiento entre inquilinos y propietarios, a través de esta plataforma, que se enfoca en que las personas puedan encontrar habitaciones a precios económicos.

1.3.1 Justificación del Proyecto

La creciente alza en los precios de la canasta básica, el aumento generalizado del costo de la vida en todo el mundo, producto de la cuarentena por la pandemia mundial por COVID-19 y las guerras libradas entre países extranjeros importantes, han reducido la posibilidad de arrendar viviendas económicas. El Salvador no es la excepción, el acceso al alquiler de una vivienda digna y asequible, ha disminuido considerablemente en los últimos años, impidiendo que muchas personas puedan encontrar alojamientos económicos.

En ese sentido, la seguridad y la confianza entre los propietarios que disponen de viviendas para ser arrendadas, y los inquilinos dispuestos a arrendar esos bienes, se ven afectados negativamente, debido a la incertidumbre que existe de que inquilinos puedan cumplir con los pagos y las obligaciones para con los bienes en su posesión. Ante este problema el alquiler de habitaciones se vuelve una alternativa favorable, en especial para el sector de los trabajadores temporales y estudiantes universitarios que buscan opciones de alojamiento económicos para poder residir temporalmente en San Salvador, surgiendo la necesidad de crear condiciones y un sistema de seguridad y confianza entre propietario e inquilino.

Por ello, YEKNEMILIS YRL busca crear esas condiciones óptimas, de seguridad y confianza, brindando opciones de alquiler de habitaciones económicas a través una plataforma digital que proporcione una solución a estos problemas mediante medidas de verificación de identidad, generación de antecedentes de los usuarios y un sistema de calificación y comentarios, que generen un ambiente de alquiler más seguro para propietarios e inquilinos, también facilitara la comunicación de las condiciones del arriendo y pagos, controlando la falta de formalidad y de estandarización en procesos actuales.

La creación de la plataforma YEKNEMILIS YRL en El Salvador no solo responde a una necesidad de acceso a un alojamiento digno y económico de la población salvadoreña que se dedica a trabajar por temporadas y estudiar en San Salvador, sino que también tiene el potencial de transformar localmente la dinámica de alquileres, que beneficia tanto a propietarios como a inquilinos y que como consecuencia de la

creciente adopción de tecnologías digitales en El Salvador, esta plataforma ofrecerá una respuesta positiva a la falta de conocimiento de viviendas disponibles en el mercado de alquileres.

1.3.2 Novedad

Innovaciones del Modelo de Negocio Digital de Alquiler de Viviendas para Trabajadores y Universitarios

Intermediación por medios digitales en el proceso de formalización de tratos de alquiler de vivienda

YEKNEMILIS YRL es una plataforma que actúa como un intermediario digital entre propietarios de viviendas e inquilinos al momento de formalizar un trato de alquiler por tiempos definidos. Este proceso busca generar la confianza de que ambas partes cumplan con todas las condiciones establecidas en al inicio del contrato, eliminando la incertidumbre y garantizando la fidelidad y seguridad en cada transacción.

Servicio de intermediación por medio de pagos electrónicos en los cobros de alquileres mensuales

YEKNEMILIS YRL propone una gestión de cobros automáticos mensuales de alquileres, que agiliza los procesos de pago sin complicaciones para los inquilinos lo que se traduce en pagos puntuales a los propietarios, la plataforma busca automatizar los pagos por medio de recordatorios a los inquilinos de saldar sus obligaciones para con los propietarios, reduciendo el riesgo de retrasos en los pagos, y ofreciendo una solución eficiente y confiable para ambas partes.

Alquileres por tiempos definidos para trabajadores temporales:

YEKNEMILIS YRL está comprometido con adaptarse a las diversas necesidades de alojamiento en el mercado salvadoreño, enfocándose principalmente en trabajadores temporales y estudiantes por lo que una de las opciones de alquiler que ofrecemos es el alojamiento por periodos definidos, adaptándonos a la duración específica de contratos laborales o programas académicos de los estudiantes.

Servicios Complementarios: “Servicio de limpieza y elaboración de contratos”

Servicios de limpieza: En el mundo ajetreado en que vivimos en el que cada vez el tiempo para hacer el que hacer del hogar es menos y una de las labores principales para mantener las habitaciones es la limpieza por lo que una de las novedades de la plataforma es prestar servicios de limpieza para las habitaciones para poner en alquiler.

Elaboración de Contratos

YEKNEMILIS YRL busca eliminar los procesos engorrosos que implican las formalidades, al momento de ponerse de acuerdo entre inquilino y propietario, por lo que la plataforma se encargará de la redacción y formalización de contratos de alquiler que se adapten a las necesidades de cada usuario, asegurando que cada acuerdo refleje claramente las condiciones y obligaciones de ambas partes, garantizando así, la protección de los intereses de ambas partes.

1.3.3 Relevancia

Relevancia del modelo de negocio digital YEKNEMILIS YRL por medio de la plataforma digital de alquiler de viviendas para universitarios y trabajadores.

Intermediación en la parte formal del contrato de alquiler:

En el mercado de alquileres Salvadoreño principalmente para estudiantes universitarios y trabajadores, conocer buenas ofertas o ubicar los lugares donde se encuentra disponible el alquiler de habitaciones económicas se vuelve muy difícil, en ese sentido YEKNEMILIS YRL se enfoca en garantizar que para cada usuario se encuentre disponible una amplia cantidad de opciones de alquileres y clientes potenciales, además de asegurar la confianza de que cada trato se lleve a cabo de manera segura y transparente, ya que al actuar como intermediarios se minimiza la incertidumbre y se reducen riesgos de inconsistencias legales en los contratos.

Servicio de intermediación por medio de pagos electrónicos en los cobros de alquileres mensuales

La puntualidad en los pagos de alquileres es fundamental para los dueños de las viviendas y más en el mercado de alquileres salvadoreño, por lo que por medio de este

modelo de negocio digital se busca crear las condiciones para facilitar los procesos que garanticen la transparencia de los procesos y brindar seguridad en los pagos, por medio de la gestión de cobros mensuales. La plataforma asegura que los propietarios reciban sus pagos a tiempo, reduciendo el riesgo de impagos, además para los inquilinos proporciona una experiencia de pago simplificada y sin complicaciones lo que mejora su satisfacción y fidelidad hacia la plataforma.

Alquileres por tiempos definidos para trabajadores temporales

Las personas no siempre buscan alojamiento por tiempo indefinido algunas veces solo desean alojamiento por periodos de tiempo específico debido a diversas necesidades que se presentan en la vida laboral y académica, por lo que por medio del modelo de negocios presentado se busca flexibilizar las opciones de alojamiento, por ello se ofertan opciones de alquileres por tiempos definidos, como respuesta a la demanda de trabajadores temporales y estudiantes que requieren soluciones de vivienda adaptadas a la duración específica de sus necesidades esta es una de las características principales que diferencian a YEKNEMMILIS YRL de otras opciones para aquellos que buscan soluciones de vivienda temporales sin tener que comprometerse a largo plazo.

Servicios Complementarios: “Limpieza y elaboración de contratos”

Servicio de limpieza y su relevancia: A menudo los interesados en acceder a este tipo de alquileres son jóvenes, por lo que muchas veces debido a la falta de tiempo es poco el mantenimiento el aseo que le da a la vivienda no es recurrente por lo que ofrecer el servicio de limpieza es una buena alternativa para mantener las habitaciones en óptimas condiciones.

Servicio de elaboración de contratos y su relevancia: La claridad y la seguridad en los contratos de alquiler son importantes para proteger los intereses de inquilino y propietarios por lo que al actuar en calidad de intermediario nos encargarnos de la elaboración de contratos, garantizamos que cada acuerdo esté bien definido y cumpla con todas las normativas legales.

1.3.4 Utilidad Social

YEKNEMILIS YRL es una plataforma de alquileres de habitaciones para universitarios y trabajadores en San Salvador se caracteriza por brindar seguridad y confianza entre los usuarios de la plataforma siendo este un aspecto importante debido a que es difícil encontrar una vivienda adecuada a precios accesibles, dicha plataforma actúa como un intermediario entre propietarios e inquilinos, con el fin de asegurar que las transacciones sean seguras entre ambas partes, reduciendo así, el riesgo de fraudes, sino que también ofrece tranquilidad a los estudiantes y trabajadores que poseen una gran variedad de opciones digitales para pagar el alquiler.

La flexibilidad es otro punto importante de la plataforma ya que los estudiantes y trabajadores frecuentemente tienen compromisos temporales como pasantías, trabajos por temporada, preparación académica o migrar a San Salvador por lo que se ofrece la posibilidad de alquilar alojamientos por periodos cortos, esta opción permite los usuarios encontrar un hogar que se ajuste a sus necesidades sin tener que comprometerse a contratos largos y costosos adaptándose a su estilo de vida y a las exigencias de estudiantes y trabajadores.

En conjunto la plataforma no solo responde a las necesidades de encontrar una vivienda segura y adecuada, sino que también contribuye al bienestar social de los estudiantes y trabajadores en San Salvador, al proporcionar un entorno flexible a nivel comunitario, ayudando a integrar a los jóvenes salvadoreños del área rural en la vida urbana de San Salvador, promoviendo el apoyo social, este proyecto tiene un valor social duradero, ya que crea una red de apoyo que beneficia tanto a los inquilinos como a los propietarios.

1.4 Objetivos

Se presenta los objetivos de "YEKNEMILIS YRL" la cual busca ofrecer a inquilinos una solución rápida y segura, para reducir costos y tiempo de traslado y a la vez a los propietarios una herramienta confiable para la gestión de contratos y pagos

1.4.1 General

- Consolidar a **YKNEMILIS YRL** como una plataforma digital confiable para el alquiler de habitaciones en el municipio de San Salvador Centro, departamento de San Salvador, que facilite a estudiantes y trabajadores el acceso a alojamientos seguros y económicos con ubicaciones estratégicas, al mismo tiempo que brinde a los propietarios una herramienta sencilla y accesible para administrar las habitaciones ofertadas, gestionando pagos y contratos automáticos, a través de un sitio web con un ecosistema basado en la confianza mediante un costo de comisión adicional.

1.4.2 Específicos

- Desarrollar un sistema que permita a los propietarios gestionar la disponibilidad de sus propiedades, recibir pagos de forma automática y puntual, administrar contratos de arrendamiento mediante procesos claros de elaboración y firma digital, garantizando seguridad, cumplimiento legal y protección de la información personal.
- Diseñar un sitio web, donde los inquilinos puedan buscar habitaciones cercanas a su lugar de estudio o trabajo, con descripciones detalladas de los servicios y opciones de alquiler que se ajusten a su estilo de vida.
- Ofrecer información clara sobre los pagos y comisiones de la plataforma, y ofrecer una variedad de opciones de alquiler con diferentes precios, de manera que los propietarios de las viviendas confíen y los estudiantes y trabajadores puedan encontrar alojamientos a precios accesibles que se adapten a su nivel de ingresos.

1.5 Marco Teórico

Se presenta un contexto histórico del arrendamiento en El Salvador, resaltando su evolución y los desafíos que presentan los salvadoreños en tener una vivienda.

1.5.1 Histórico

El arrendamiento de viviendas en El Salvador es una práctica común que ha formado parte de la vida de muchos salvadoreños. En 1959, la demanda de viviendas superaba a la oferta, lo que llevó a la popularización de la modalidad de alquiler por

mesón, donde varias familias compartían una misma casa, separadas por habitaciones pequeñas y con condiciones básicas insuficientes para una vida digna. Ante esta situación, el país decidió implementar la ley de inquilinato para equilibrar el mercado, proteger los derechos y establecer obligaciones para garantizar una vivienda digna a los inquilinos. (Corte Suprema de Justicia , 2020)

La desigualdad para acceso a una vivienda en El Salvador es más que una realidad, sobre todo cuando se busca únicamente desarrollar una zona del país, el costo de una vivienda es inalcanzable para personas con que ganan el salario mínimo, inclusive el hecho de adquirir una casa en una zona céntrica o segura es difícil, puesto que el promedio de alquiler oscilar entre \$500.00 a \$700.00, un coste imposible inclusive para dos personas. (Acosta, 2023)

Solamente el 49.2 % de los salvadoreños poseen casa propia, según la última encuesta económica 2023 de la Universidad Francisco Gavidia (UFG) lo que conlleva al resto a adquirir contratos alquiler de casa, habitaciones o apartamentos. (Palma, 2023)

El hecho de adquirir una habitación para vivir de manera temporal es una tendencia que va la alza en muchos países que se ven afectados por la gentrificación y otros factores socioeconómicos. El alquiler por habitaciones no es un beneficio solo para el inquilino que decide adquirir un lugar económico para vivir sino también una ventaja para los arrendadores que pueden obtener mucho más dinero por alquiler de metro cuadrado de habitaciones. (Bande, 2024)

El salvador ha implementado estrategias para atraer la inversión extranjera exonerando por 15 años del impuesto sobre la renta a personas domiciliadas o no en el país que decidan invertir en edificios de 35 niveles o más, un acto más que a la larga incrementara más la gentrificación y desarrollo económico de la capital de San Salvador. (Peñate, 2024)

Con la aceleración tecnológica del siglo XXI, ahora es posible encontrar viviendas de manera mucho más rápida a través de plataformas como Marketplace (Facebook), aplicaciones de compraventa como Encuentra24, e incluso sitios web especializados en alquileres a corto plazo como Airbnb. Sin embargo, aún no existe una

plataforma que ofrezca todo lo necesario para gestionar el arrendamiento de viviendas a mediano o largo plazo de manera rápida, segura y eficiente.

YEKNEMILIS YRL nace con el objetivo de disminuir tiempo y procesos en favor de los inquilinos y los arrendadores, además de ofrecer beneficios económicos para ambas partes.

1.5.2 Conceptual

En este apartado se definen los conceptos que ayudan a entender los temas principales que componen el proyecto, su estructura y elementos importantes del marketing digital aplicados en la preparación y desarrollo de la plataforma digital para responder a la necesidad que viven los jóvenes estudiantes y trabajadores temporales de San Salvador Centro.

Conceptos Generales

Yeknemilis: Es un concepto en náhuat que se traduce como "buen vivir". Representa una filosofía de vida que busca el equilibrio y la armonía con la naturaleza, la comunidad y el entorno este concepto es fundamental en diversas culturas indígenas.

Perfil de negocio: Es una descripción resumida y completa de una empresa o entidad que suele incluir información clave que ayuda a entender quién es la empresa, qué hace y cómo opera.

HTTP: Hypertext Transfer Protocol, es un protocolo de comunicación que permite la transferencia de información en la web.

HTTPS: Hypertext Transfer Protocol Secure, es un protocolo de comunicación en internet que asegura la transferencia de datos entre el navegador y el servidor web, a diferencia de HTTP, HTTPS encripta la información usando SSL/TLS, protegiendo así la privacidad y seguridad de los datos transmitidos.

Google Ads: Es la plataforma de publicidad en línea de Google, que permite a las empresas promocionar sus productos o servicios en los resultados de búsqueda de Google y en otros sitios web afiliados.

Google AdSense: Es una plataforma de publicidad en línea que permite a los propietarios de sitios web y creadores de contenido monetizar su tráfico mostrando anuncios en sus páginas, a diferencia de Google Ads, donde los anunciantes pagan para colocar anuncios, en AdSense, los editores reciben una comisión cada vez que los visitantes de su sitio hacen clic en los anuncios o los ven.

Keyword: Palabra clave, en el contexto del marketing digital, SEO (optimización para motores de búsqueda), una palabra clave es un término o frase específica que los usuarios ingresan en motores de búsqueda al buscar información, productos o servicios.

Lienzo CANVAS: Es una herramienta visual que permite diseñar modelos de negocio de manera simple y estructurada y se divide en nueve bloques clave: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave, y estructura de costos.

Contrato de alquiler: Es un acuerdo legal entre un propietario y un inquilino que establece las condiciones bajo las cuales el inquilino puede ocupar y usar una propiedad durante un período determinado.

Firma digital: Es un mecanismo criptográfico que permite verificar la autenticidad e integridad de un documento digital por medio del uso de una clave privada, se crea una firma única que con una clave pública puede ser verificada por el destinatario para asegurar que el documento no ha sido alterado y que proviene del firmante legítimo.

Plataforma digital: Es un entorno en línea que facilita la interacción, el intercambio de información o la realización de transacciones entre usuarios, organizaciones o sistemas.

Inquilino: Es una persona que alquila o arrienda una propiedad, como una vivienda o un local comercial, de un propietario a cambio de un pago periódico, generalmente mensual.

Propietario de vivienda o Propietario: Un propietario de vivienda es la persona o entidad que posee legalmente un inmueble y además tiene el derecho de usar, vender, alquilar o disponer de la propiedad según sus intereses, en el contexto de nuestro modelo de negocio de un alquiler, el propietario establece las condiciones del arrendamiento, cobra la renta, y es responsable del mantenimiento de la propiedad y el cumplimiento de las normativas legales.

Modelo de negocio digital: Es la estructura y estrategia que una empresa utiliza para generar ingresos y crear valor a través de plataformas y tecnologías digitales. Esto puede incluir comercio electrónico, servicios en línea, aplicaciones móviles, y contenido digital, entre otros.

Micropagos: Son transacciones de bajo valor, típicamente menores a un dólar, utilizadas para pagar pequeñas cantidades por bienes o servicios digitales. Se emplean comúnmente en contenidos en línea, aplicaciones y juegos. Facilitan el acceso a productos o servicios sin necesidad de grandes compromisos financieros.

Conceptos sobre Métricas

SEO (Search Engine Optimization): Es el proceso de optimización de un sitio web para mejorar su visibilidad en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda. El SEO se centra en aspectos como la estructura del sitio, la calidad del contenido a través del uso de palabras clave, y la experiencia del usuario para lograr un mejor posicionamiento sin costos por clic.

SEM (Search Engine Marketing): Es una estrategia de marketing digital que involucra la promoción de sitios web a través de anuncios pagados en los motores de búsqueda. A diferencia de SEO, SEM incluye el pago por clics (PPC) para aparecer en los primeros lugares de los resultados de búsqueda, logrando visibilidad inmediata para términos de búsqueda específicos.

CPC: Costo por Clic es un modelo de pago en publicidad digital en el que los anunciantes pagan solo cuando un usuario hace clic en su anuncio.

CRM: Customer Relationship Management es una estrategia y tecnología que las empresas usan para gestionar y mejorar las relaciones con sus clientes actuales y

potenciales. Un CRM permite centralizar la información de contacto, historial de interacciones, preferencias y necesidades de cada cliente, facilitando así una atención personalizada y oportuna.

Indexación: Es el proceso mediante el cual se organiza y estructura información o datos para facilitar su búsqueda y recuperación. Se utiliza en diversas aplicaciones, como motores de búsqueda, bases de datos y sistemas de gestión de contenido.

ROI: Retorno de Inversión, es una medida financiera que evalúa la rentabilidad de una inversión en relación con su costo. Se expresa generalmente como un porcentaje y se utiliza para comparar la eficiencia de diferentes inversiones.

Backlinks: Son enlaces que apuntan a un sitio web desde otro dominio. También conocidos como "enlaces entrantes" o "inbound links", son importantes en el contexto del SEO porque pueden influir en la autoridad y el ranking de un sitio web en los resultados de búsqueda.

Tasa de Rebote: Es una métrica utilizada en analítica web que indica el porcentaje de visitantes que abandonan un sitio web después de ver solo una página, sin interactuar con ella ni visitar otras páginas del mismo sitio. Esta métrica es importante para evaluar la efectividad y el engagement de un sitio web.

1.5.3 Legal

Código Civil

(Decreto Ejecutivo de Fecha 23 de agosto de 1859 publicado en la Gaceta Oficial número 85, tomo 8, de fecha 14 de abril de 1860)

Objetivo

Establece un marco legal para las relaciones civiles entre los ciudadanos en donde regula aspectos como las obligaciones y derechos que surgen de los contratos, la propiedad y otros actos jurídicos de naturaleza civil.

Alcance

El Código Civil regula las disposiciones generales aplicables a los contratos y al arrendamiento de bienes inmuebles. El artículo 1306 establece el contrato como un acuerdo de voluntades que genera obligaciones, fundamento jurídico de los acuerdos celebrados entre propietarios e inquilinos, Asimismo, el artículo 1551 dispone la obligatoriedad del cumplimiento de los contratos legalmente celebrados, lo cual resulta aplicable a las condiciones aceptadas por los usuarios de YEKNEMILIS YRL. Por su parte, el artículo 1708 regula el contrato de arrendamiento, siendo esta disposición la base legal del servicio principal que intermedia la plataforma.

Ley del Inquilinato de El Salvador

(Diario Oficial, No. 102, tomo 264, 27 de mayo de 1980)

Objetivo

Tiene como objetivo regular las relaciones contractuales entre los arrendadores e inquilinos de inmuebles en El Salvador, en donde establece los derechos y obligaciones de las partes para mantener un contrato de arredramiento equilibrado así como los procesos para resolver conflictos relacionados con el arrendamiento de los inmuebles.

Alcance

La Ley del Inquilinato regula de forma especial las relaciones jurídicas entre arrendadores y arrendatarios de inmuebles destinados a habitación. El artículo 2 establece el ámbito de aplicación de la ley, siendo aplicable a los contratos de arrendamiento promovidos a través de YEKNEMILIS YRL. El artículo 7 regula las obligaciones del arrendador y el artículo 9 establece las obligaciones del inquilino, disposiciones que deben ser observadas por las partes que utilizan la plataforma. Asimismo, el artículo 21 regula las causales de terminación del contrato de arrendamiento, aspecto relevante para la gestión contractual del modelo de negocio.

Código de Comercio

(Decreto Legislativo No. 671, 8 de mayo de 1970. Diario Oficial No. 140, tomo 228, 31 de julio de 1970.)

Este código regula las actividades comerciales y mercantiles en El Salvador, establece un marco legal para las transacciones comerciales.

Alcance

El Código de Comercio regula los actos de comercio y las actividades mercantiles. El artículo 1 define los actos de comercio, dentro de los cuales se enmarca la intermediación de servicios realizada por YEKNEMILIS YRL El artículo 17 establece la obligación de matrícula de comercio, requisito necesario para la operación legal de la plataforma.

Ley de Comercio Electrónico de El Salvador

(Diario Oficial No. 27, tomo 426, el 10 de febrero de 2020)

Objetivo

La Ley de Comercio Electrónico de El Salvador tiene como objetivo regular las transacciones y actividades comerciales efectuadas en los medios electrónicos de El Salvador

Alcance

La Ley de Comercio Electrónico reconoce la validez jurídica de los actos y contratos celebrados por medios electrónicos. El artículo 3 reconoce la validez legal de los mensajes de datos, equiparando su valor jurídico al de los documentos físicos, lo que valida la contratación mediante plataformas digitales. Esto permite que el uso de medios electrónicos para la contratación sea plenamente vinculante y seguro. El artículo 9 establece la obligación de identificar al proveedor del servicio electrónico, mientras que el artículo 12 regula la contratación electrónica, otorgando validez jurídica a los acuerdos celebrados.

Código Procesal Civil y Mercantil

(Decreto legislativo N° 319, 15 de abril de 2010, publicado en el Diario Oficial N° 100, tomo 387 de fecha 31 de mayo de 2024)

Objetivo

El presente código busca regular y garantizar los procesos judiciales civiles y mercantiles, de una forma justa y eficiente

Alcance

El Código Procesal Civil y Mercantil regula los procedimientos judiciales aplicables a controversias de carácter civil y mercantil. El artículo 1 establece su ámbito de aplicación, permitiendo la resolución de conflictos derivados de contratos de arrendamiento y relaciones mercantiles. Asimismo, el artículo 321, regula la admisión y valoración de la prueba documental, incluyendo aquellos documentos generados por medios electrónicos, lo que facilita el uso de contratos digitales, correos electrónicos y otros registros digitales en los procesos judiciales.

Ley de Firma Electrónica

(Decreto Legislativo No. 133, de fecha 1 de octubre de 2015, publicado en el Diario Oficial No. 196, Tomo No. 409)

Objetivo

Esta ley regula el uso de firmas electrónicas en documentos digitales, otorgando validez legal a estas firmas en transacciones electrónicas y otros actos legales. garantiza que los documentos firmados por medio electrónico sean de autenticidad e integridad.

Alcance

La Ley de Firma Electrónica en El Salvador otorga validez legal y equivalencia funcional a la firma electrónica respecto a la manuscrita, según lo establecido en su normativa. El Art. 3 asegura esta equivalencia jurídica, mientras que la firma electrónica certificada garantiza autenticidad e integridad, permitiendo la aceptación válida de términos y condiciones.

Ley Especial contra los Delitos Informáticos y Conexos

(Decreto Legislativo N° 1030, de fecha 26 de abril de 1997, publicado en el Diario Oficial N° 105, Tomo N° 335)

Objetivo

Establecer un marco legal concreto que permita la investigación, persecución y sanción de delitos informáticos, protegiendo los derechos de las personas e instituciones frente al uso indebido de la tecnología de la información y la comunicación.

Alcance

La Ley Especial contra los Delitos Informáticos y Conexos de El Salvador tipifica diversas conductas ilícitas vinculadas al uso de sistemas informáticos. Entre ellas, se encuentran las disposiciones relativas al acceso indebido a sistemas informáticos, reguladas en los artículos 4 y 5, así como aquellas relacionadas con la manipulación o alteración de datos, contempladas en el artículo 15.

Código penal

(Decreto Legislativo No. 270 de fecha 13 de febrero de 1973, publicado en el Diario Oficial No. 63, Tomo 238, de fecha 30 de marzo del mismo año, el cual entró en vigencia el 15 de junio de 1974)

Objetivo

Proteger la integridad, disponibilidad y confidencialidad de los datos, el Código Penal de El Salvador sanciona los actos delictivos que se cometan contra la seguridad de los sistemas informáticos y las comunicaciones.

Alcance

El Código Penal procesa delitos informáticos como la suplantación de identidad, el acceso no autorizado y el fraude electrónico, aplicándose tanto a nivel nacional como transnacional.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se desarrollarán los aspectos metodológicos que se utilizarán para llevar a cabo la investigación, detallando los pasos y acciones necesarias para presentar de forma sistemática la investigación de la problemática presentada a lo largo del proyecto.

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada para la investigación de propietarios, trabajadores temporales y estudiantes universitarios se llevará a cabo mediante el uso del método científico porque este método permite seguir una ruta clara para cumplir con los objetivos de esta investigación

2.1.1 Generalidades

Este método servirá para identificar la situación problemática actual de los individuos estudiados, con el fin de comprobar las necesidades que experimentan los estudiantes y trabajadores temporales en el departamento de San Salvador Centro y así mejorar sus condiciones, siendo esta la base sobre la cual se plantearán las hipótesis que ayudarán a sustentar la sostenibilidad y funcionamiento del presente proyecto, apoyándose principalmente de las conclusiones obtenidas de los datos reales que servirán para la obtención de mejores resultados, mejoras del modelo y la creación de propuestas que proporcionen una solución efectiva a este sector de la población.

2.1.2 Método

El método deductivo se utilizará a lo largo del proceso de la investigación ya que mediante este se plantean ideas generales que se comprueban con casos específicos, el método deductivo puede aplicarse para comprobar la hipótesis de que reducir la distancia entre los sitios de alojamiento y centros de estudio o trabajo disminuye costos de transporte, estrés y tiempo de espera en el tráfico, a partir de estos supuestos, los datos recopilados permitirán confirmar si estos beneficios se materializan en el modelo de negocio digital diseñado.

2.1.3 Enfoque de investigación

En este apartado el enfoque de esta investigación busca analizar y resolver la problemática de alojamiento económicos que enfrentan los estudiantes universitarios y trabajadores temporales en San Salvador prestando especial atención en dos grandes grupos como lo son los propietarios de viviendas para ofertar y los estudiantes y trabajadores temporales de San Salvador Centro.

Enfoque Cuantitativo: Inquilinos

El enfoque cuantitativo de la investigación será encaminado a identificar las principales necesidades y preferencias que los estudiantes y trabajadores temporales en la capital que buscan habitaciones a precios accesibles para alojarse por periodos de tiempos específicos, la información será procesada aplicando procedimientos estadísticos a través de recursos tecnológicos que ayudara a comprender la situación actual de este sector de la población, por otro lado, se realizarán análisis descriptivos como medias, porcentajes y gráficos, para presentar los resultados relacionados con los tiempos de desplazamiento, costos de transporte y algunos problemas en la salud mental de los individuos productos de la situación problemática actual.

El enfoque cuantitativo abordara las principales dificultades para garantizar el óptimo funcionamiento del modelo de negocio digital aclarando los siguientes puntos:









ELEMENTO	DETALLE
 Tiempos de desplazamiento	Tiempos de desplazamiento diarios de los individuos objeto de estudio
 Costos	Costos de transporte y alimentación para desplazarse a diario
 Calidad del transporte colectivo para transportarse	Percepciones sobre la calidad del servicio de transporte colectivo
 Preferencias de ubicación	Preferencias por la distancia de las habitaciones respecto las universidades o
 Condiciones de mantenimiento	Expectativas que poseen de las habitaciones y que tanto influye en su decisión de alquilar.
 Presupuesto disponible	¿Cuánto pueden pagar mensualmente por el alquiler?
 Condiciones de convivencia	Preferencias de vivir solos, en pareja o compartir habitación con compañeros.
 Acceso a servicios básicos	Importante es para ellos de tener acceso a servicios como agua, electricidad y gas

Figura 4 Cuadro de elementos de enfoque cuantitativo.

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Enfoque Cualitativo: Propietarios

Este método estará dirigido a los dueños de habitaciones disponibles para alquilar en el Centro de San Salvador, se busca recolectar datos sobre las percepciones, expectativas y experiencia de los propietarios que están dispuestos a alquilar sus habitaciones en la zona de San Salvador Centro.

Se investigarán las principales inquietudes de los propietarios en cuanto a la seguridad de los contratos, la administración de los pagos y el mantenimiento de las habitaciones. Adicionalmente, se evaluará si están interesados en el uso de la tecnología para facilitar el proceso de arrendamiento, lo que ayudará a diseñar una plataforma que se adapte a las necesidades de los arrendadores.

A continuación, se detallan los factores determinantes para la decisión de arrendar una habitación:








ELEMENTO	DETALLE
 Costo de servicios adicionales	Costos de lavandería, agua, electricidad y limpieza
 Garantía de pagos	¿Como se garantizará el pago de alquileres?
 Uso de tecnología	Interés de los propietarios para gestionar los alquileres
 Valoraciones del servicio	Opiniones de los propietarios sobre la experiencia con la plataforma
 Condiciones de mantenimiento	¿Se pedirá deposito a cada inquilino por posibles daños?
 Condiciones de contrato	Expectativas de los propietarios sobre las cláusulas contractuales.
 Comisión por cada pago	¿Cuál es la comisión que los propietarios están dispuesto a pagar?

Figura 5 Cuadro de elementos de enfoque cualitativo.

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

2.1.4 Universo

El universo de este trabajo será los individuos que viajan de San Miguel hacia San Salvador, enfocado en estudiantes y trabajadores.

Universo de Inquilinos

El universo de este estudio corresponde a la población estimada total del departamento de San Miguel, que es de 464,171 habitantes (DIGESTYC, 2023). Sin embargo, el grupo de interés se centrará en las personas que se desplazan regularmente

al Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) por motivos de trabajo y estudios. Para su selección, se aplicarán filtros como la frecuencia de desplazamiento, el motivo del viaje y el uso de transporte, identificando así a los inquilinos potenciales que constituyen el enfoque principal de esta investigación

2.1.5 Población

La población de esta investigación se centra en el departamento de San Miguel para los inquilinos.

Inquilinos

La población de la presente investigación se enfocó en estudiantes universitarios y trabajadores que residen en el departamento de San Miguel, de ambos sexos, con un rango de 18 a 35 años de edad, los cuales se caracterizan por buscar alojamiento en la capital, así como encontrar un lugar cómodo, personalizado y con un precio accesible.

2.1.6 Muestra

La muestra para esta investigación se realizará por medio de un muestro por selección dirigido para la población de inquilinos del Departamento de San Miguel, municipio de San Miguel Centro. Dado que se utilizará un método de selección, la muestra no se calculará de manera probabilística, sino que se seleccionarán intencionadamente de los inquilinos que cumplan con algunos criterios, según Sampieri el muestreo intencionado en encuesta es adecuado, cuando se busca información específica en una población.

Muestra de inquilinos

Dado que se utilizará un método de selección, la muestra no se calculará de manera probabilística, sino que se seleccionarán intencionadamente los propietarios que cumplan con algunos criterios, según Sampieri el muestreo intencionado en entrevista es adecuado, cuando se busca información específica en una población.

Criterios de selección:

- Estudiantes y trabajadores que vivan en el San Miguel Centro, Departamento de San Miguel.
- Individuos que viajen de San Miguel Centro a San Salvador.
- Individuos mayores a 18 años y menos a 35 años

En base a lo anterior se seleccionará a 50 estudiantes y trabajadores dispuesto a alquilar en el Municipio de San Salvador Centro.

2.1.7 Técnicas de investigación

Para tener claro el sí objetivo principal del negocio digital está alineado a la necesidad del público objetivo, será necesario hacer uso de dos técnicas de recolección de datos, estos instrumentos están conformados por un conjunto de parámetros que nos ayudarán a justificar la factibilidad del modelo de negocio digital y consolidar de mejor manera el proyecto para solucionar la problemática.

Las técnicas de investigación que se utilizarán para la recolección de datos serán: la encuesta (para obtener información cuantitativa), que buscará ampliar el conocimiento sobre las necesidades y preferencias de los inquilinos; y así mismo se dispondrá el uso de una guía de entrevista (para obtener información cualitativa) para indagar más sobre las condiciones de los arrendadores.

2.1.8 Instrumento de Investigación

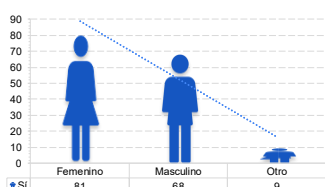
Para la presente investigación se utilizarán la encuesta y la entrevista semiestructurada como técnicas de recolección de datos. Como instrumentos de investigación se emplearán cuestionarios, los cuales fueron elaborados y administrados a través de Google Forms, lo que permitirá un procesamiento de los datos de forma clara y eficiente. La encuesta estará estructurada con preguntas filtro, generales y específicas. Por su parte, la entrevista semiestructurada incluirá preguntas generales y específicas, orientadas a obtener información detallada.

2.1.9 Presentación de Resultados

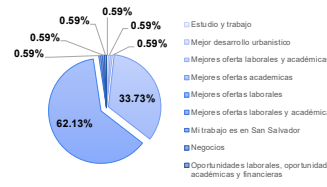
En esta etapa se presenta el diagnostico detallado de la situación actual del problema de viviendas económicas para estudiantes y trabajadores temporales en San Salvador lo cual ayudará a comprender los principales desafíos en ese sector del mercado y sentará las bases para el desarrollo del modelo de negocio digital del presente proyecto.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

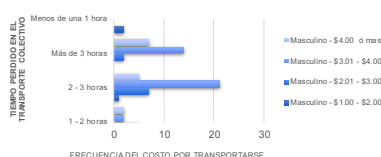
TRABAJADORES Y ESTUDIANTES EN SAN SALVADOR



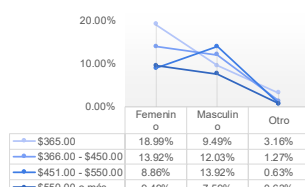
RAZONES QUE MOTIVAN A ESTUDIANTES Y TRABAJADORES A VIAJAR HASTA SAN SALVADOR



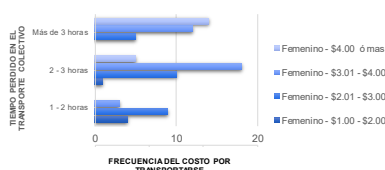
RELACIÓN DEL TIEMPO EN TRAFICO CON EL COSTO



RANGO DE INGRESOS POR GENERO



RELACIÓN DEL TIEMPO EN TRÁFICO CON EL COSTO



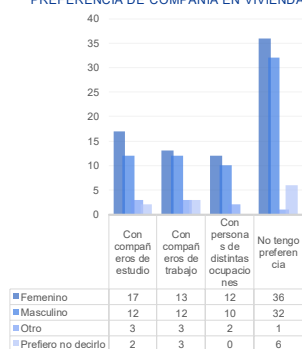
Mujeres lideran viajes diarios por estudios y trabajo.

El genero que mejores ingresos percibe es el genero femenino.

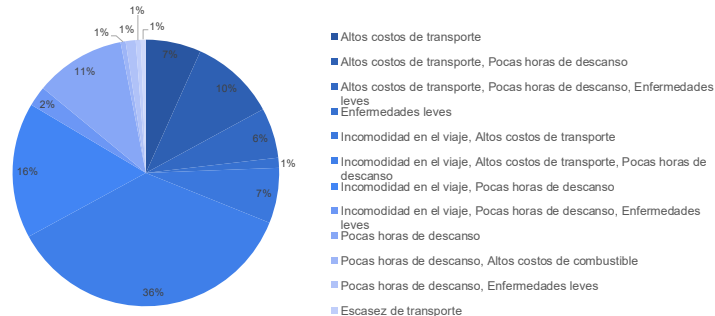
Las personas Viajan a San Salvador por mejores oportunidades laborales.

Entre mayor es el tiempo en el trafico mayor es el costo de transportarse.

PREFERENCIA DE COMPAÑIA EN VIVIENDA.



DESVENTAJAS DEL TRAYECTO DE SAN MIGUEL CENTRO A SAN SALVADOR CENTRO.



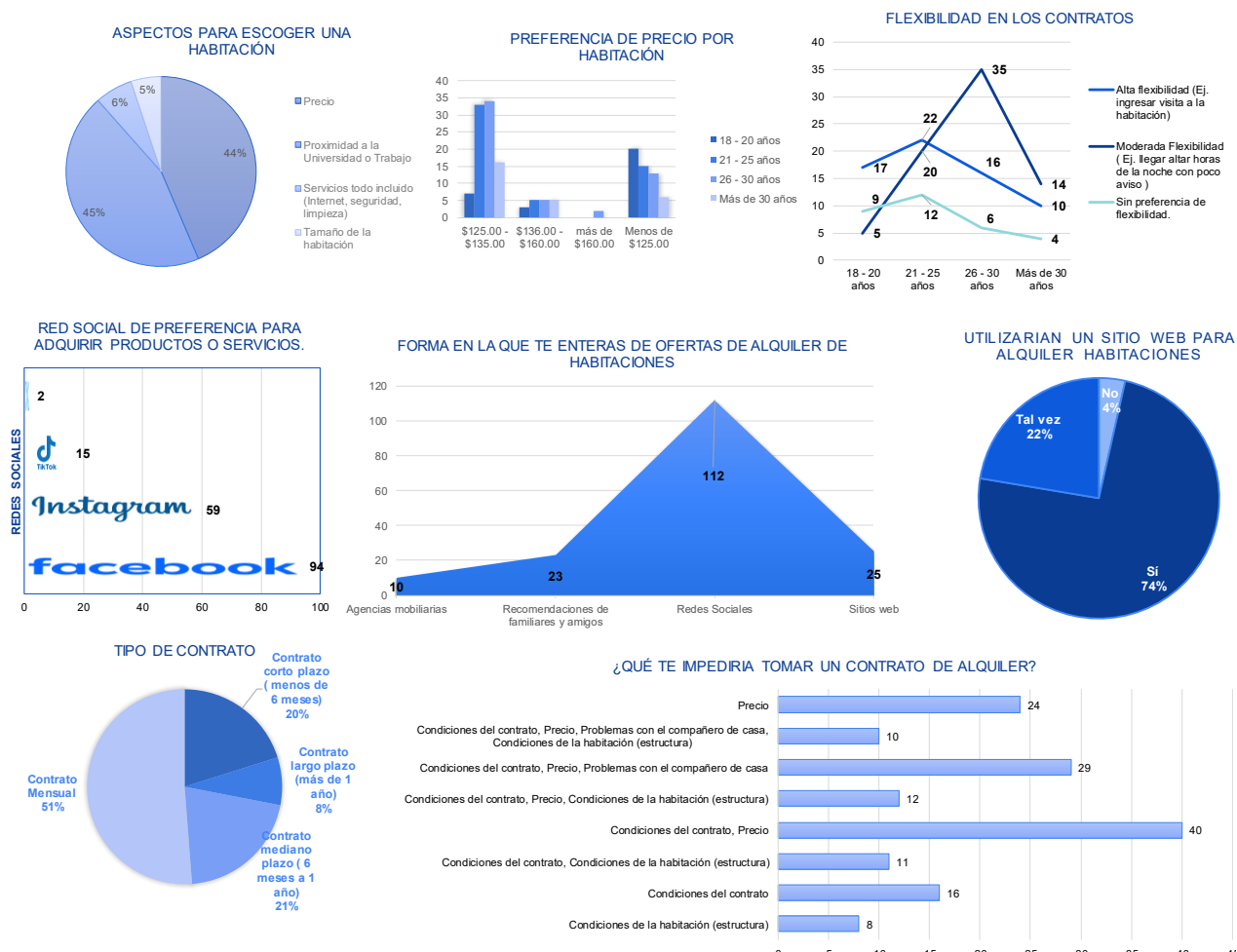


Figura 6 Dashborad – Encuesta de necesidades y Preferencias de Trabajadores y Estudiantes

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

- Los resultados de la investigación indican que el género Femenino es el que más viaja al Municipio de San Salvador Centro por razones de estudio y trabajo.
- Entre las razones que motivan a los salvadoreños a viajar a diario desde San Miguel Centro hasta San Salvador Centro, destacaron; la amplia gama de universidades que existen para continuar sus estudios superiores en la que 6 de cada 10 encuestados compartió esa opinión, por otro lado 3 de cada 10 encuestados opino que las razones son por las ofertas laborales con salarios más atractivos que los de su lugar de origen.
- El factor costo de transporte diario de los estudiantes y trabajadores es de \$3 a \$4 dólares diarios y las horas de tráfico ronda las 3 horas diarias.

- Los rangos de salario reportado por los encuestados indican que el salario mínimo de \$365.00 es el que más perciben en sus trabajos de San Salvador Centro y el menos reportado es de \$550 en adelante.
- Se determinan que los precios más comunes para alquilar habitaciones están en un rango de \$125.00 a \$135.00. Estos precios resultan especialmente atractivos para los jóvenes, destacando los rangos de edad de 18 a 25 años.
- A través de la investigación realizada, se determinó que el precio competitivo y la proximidad a universidades o lugares de trabajo, son los factores que más influyen en la decisión de los usuarios. Estos factores representan un 44% y un 45%.
- El modelo digital de YEKNEMILIS YRL busca mitigar las incomodidades mencionadas por un 36% de los encuestados, quienes destacaron desafíos como la incomodidad en los viajes diarios, los altos costos de transporte y la falta de horas de descanso.
- La encuesta ha identificado que el 51% de los usuarios prefiere contratos mensuales, seguidos de un 21% que opta por contratos a mediano plazo y un 20% por contratos a corto plazo.
- El factor de flexibilidad en las normas de los contratos es uno de los más importantes al momento de elegir que habitación desea adquirir los inquilinos, tanto es la importancia que los inquilinos de edades entre los 21 a 30 años consideran necesaria una flexibilidad moderada en las normas, como, por ejemplo, poder tener libertad de ingresar a altas horas de la noche.
- Según los resultados obtenidos, más del 65% de los encuestados indicó que las redes sociales son las principales plataformas a través de las cuales se han enterado de ofertas de habitaciones en alquiler. De estos, el 45% destacó a Facebook como la plataforma más útil para acceder a este tipo de servicios.
- Entre los aspectos más importantes que impedirían a los trabajadores y estudiantes a rechazar un contrato de arrendamiento, está un precio fuera de su presupuesto y condiciones con poca flexibilidad (23.52%) por otro lado, otro grupo importante (17.5%) considera que además de los factores ya mencionados, se debe agregar a estos los problemas con los compañeros de vivienda, limitando la posibilidad de tomar o continuar un contrato de arrendamiento.

- En cuanto a la factibilidad de crear un sitio web que le permita tanto a trabajadores y estudiantes poder adquirir una habitación de alquiler con proceso totalmente en línea, alrededor del 75% de los encuestados dice que sí utilizaría dicho sitio web, dando luz verde para poder consolidar el modelo de negocio digital.

Resultados de entrevista FOCUS GROUP.

Conclusión entrevista 1. Guillermo Beltran Simo - Simo y asociados S.A de C.V

La entrevista revela cómo la empresa de arrendamiento surgió como respuesta a la creciente demanda en el mercado inmobiliario salvadoreño, especialmente en zonas urbanas y comerciales, impulsada por la expansión de la población y el crecimiento de las empresas. A pesar de los desafíos iniciales, como la falta de capital y el desconocimiento del mercado, la empresa logró superar estos obstáculos mediante estrategias creativas como la hipoteca de una propiedad y el contacto directo con clientes. La publicidad tradicional dio paso a un enfoque más dinámico con el uso de marketing digital, especialmente a través de redes sociales como Facebook y TikTok, que han sido clave para ganar visibilidad y atraer clientes.

La digitalización ha jugado un papel fundamental en la promoción y gestión de propiedades, con plataformas en línea que facilitan la interacción con los clientes. Aunque ha existido el reto de capacitar al personal en el uso de estas tecnologías, la empresa ha sabido adaptarse y evolucionar. En el futuro, se espera que el mercado de alquileres siga creciendo, y que la digitalización continúe transformando el sector, con herramientas innovadoras como recorridos virtuales, contratos digitales y un mayor enfoque en la seguridad de la información. Sin duda, la adaptación tecnológica y la construcción de confianza serán factores clave para el éxito continuo de la empresa. (Ver Anexo 04)

Conclusión entrevista 2. Salvador Rochac – Sona Inmobiliaria SV

La empresa surgió al identificar una creciente demanda de viviendas accesibles y de calidad en zonas urbanas en expansión. A pesar de enfrentar la competencia en un mercado saturado y la falta de reconocimiento de marca, lograron diferenciarse gracias a

un enfoque personalizado y un excelente servicio al cliente. En sus primeros años, el boca a boca y las alianzas con agentes inmobiliarios fueron clave para atraer a los primeros clientes, ofreciendo precios competitivos y financiamiento flexible.

La estrategia publicitaria inicial, basada en métodos tradicionales como vallas y anuncios en periódicos, evolucionó hacia el marketing digital, destacándose en redes sociales como Facebook e Instagram. Esto les permitió llegar a un público más amplio y segmentado. Hoy en día, la digitalización ha optimizado la gestión de propiedades y facilitado la comunicación con los clientes mediante plataformas en línea y aplicaciones móviles. A pesar de algunos desafíos en la integración de nuevas tecnologías, han logrado adaptarse y mejorar sus procesos.

De cara al futuro, la empresa ve la digitalización como una herramienta clave para el crecimiento del sector, anticipando que la automatización, el uso de inteligencia artificial y la implementación de contratos digitales harán que los procesos sean más rápidos, accesibles y personalizados. (Ver Anexo 04)

2.2 Diagnóstico

Es necesario conocer el escenario en que está posicionado actualmente el modelo de negocio digital, por lo cual se desarrollaron los estudios de estrategias de Michael Porter y PEST, con la finalidad de tener una imagen clara del modelo de negocio con respecto al mercado y la competencia.

2.3.2 Desarrollo de las Fuerzas de Michael Porter

En este apartado se desarrollará un análisis de las Cinco fuerzas de Michael Porter para evaluar la estructura competitiva del mercado del modelo de negocio YEKNEMILIS YRL.

i. Competencia del sector económico

El mercado digital de alquiler de habitaciones en El Salvador presenta a Airbnb y Booking como las principales competencias indirectas de YEKNEMILIS YRL, ya que estas plataformas se enfocan principalmente en alquileres a corto plazo dirigidos a turistas, lo que les otorga una ventaja en ese segmento específico. Por otro lado,

Encuentra24 se orienta más hacia alquileres a largo plazo, aunque su enfoque es más amplio. Sin embargo, la falta de gestión de pagos y contratos de estas plataformas limita su oferta en comparación con YEKNEMILIS YRL. En conclusión, la ausencia de una plataforma dirigida específicamente a estudiantes y trabajadores hace que YEKNEMILIS YRL se presente como una excelente opción en este nicho del mercado.

ii.Potencial de nuevos competidores

El modelo de negocio digital enfrenta una alta amenaza de nuevos competidores debido a la accesibilidad y el conocimiento cada vez más extendido para crear plataformas similares. Sin embargo, generar lealtad en los clientes mediante un servicio personalizado, seguro y eficiente en la gestión de pagos reducirá significativamente el riesgo de que estos migren a otras plataformas, fortaleciendo así la retención a largo plazo.

iii.Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores incluyen tanto los servicios técnicos, como el hosting y las pasarelas de pago, así como los propietarios de los espacios de alquiler.

Los proveedores de servicios técnicos tienen poca influencia en las negociaciones porque hay muchas opciones disponibles en el mercado. La variedad de opciones en cuanto a webs de alojamiento y métodos de pago te permite elegir las que tienen el mejor equilibrio entre precio y beneficio, sin quedarte atado a un proveedor en particular.

Además, los dueños de las propiedades en alquiler son un elemento esencial en el modelo de negocio digital y tienen la capacidad de tener una mayor influencia en las negociaciones. Con el crecimiento de las opciones de plataformas de hospedaje, los dueños pueden seleccionar dónde listar sus propiedades para aumentar sus ganancias. Esta capacidad para negociar aumenta particularmente en situaciones donde la oferta es menor que la demanda de lugares disponibles.

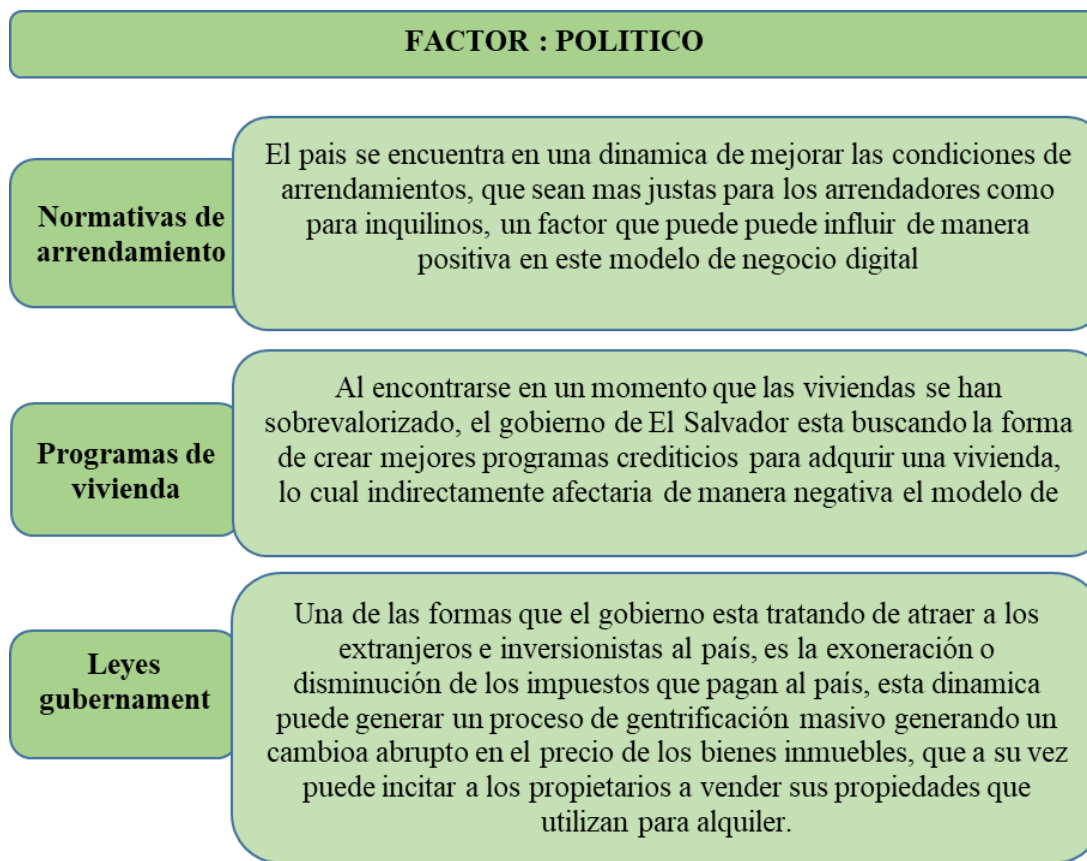
iv. Poder de negociación de los clientes

Los inquilinos tendrán una capacidad limitada de negociación en cuanto a los precios, ya que estos serán establecidos por los propietarios dentro de rangos predefinidos. No obstante, a medida que el modelo de negocio se expanda y aumente la competencia, los clientes podrían adquirir mayor poder de influencia si comienzan a encontrar alternativas más atractivas en el mercado.

v. Amenaza de productos sustitutos

Los principales productos sustitutos para este modelo de negocio digital incluyen otras formas de alojamiento, como hoteles y plataformas de reserva como Encuentra24, Airbnb y Booking. Además, Sin embargo, YEKNEMLIS YRL se diferencia al enfocarse en un nicho especializado, ofreciendo una experiencia más personalizada y beneficios como precios competitivos y servicios adicionales.

2.3.3 Desarrollo de Pest



FACTOR : ECONOMICO

Salario mínimo

El salario mínimo se sigue manteniendo igual desde hace 3 años, aunque han habido rumores de aumentarlo esto no se ha llevado a cabo, por lo cual ante el hecho del aumento sobrevalorado de los bienes inmuebles, muchos salvadoreños con este salario deciden alquilar para poder sobrellevar el gasto de vivienda, lo cual incrementaría la demanda sobre el alquiler de habitaciones.

Inflación

el constante aumento de la inflación ha elevado el precio de la gasolina que a su vez ha elevado el precio de muchos productos básicos, haciendo que los salvadoreños entren en dinámica de ahorro y disminución de gastos, pudiendo hacer más factible el alquiler por habitaciones económicas que un alquiler de casa.

Inversión

los crecientes incentivos que ha realizado el gobierno para atraer la inversión extranjera en la ciudad de San Salvador, pueden incrementar el empleo atrayendo a los salvadoreños de las zonas interiores del país a buscar mejores oportunidades laborales, generando una demanda por el alquiler en la zona centro de San Salvador.

Interes

La elevación de las tasas de intereses para empleados del sector privado ha imposibilitado a muchos a poder adquirir préstamos para vivienda o personas, esto genera que muchos busquen alternativas más factibles y económicas para vivir, generando un impacto positivo para negocios de alquileres económicos.

FACTOR : TECNOLOGICO

Obsolescencia

En este aspecto el modelo de negocio deberá tener la capacidad de adaptarse a nuevos sistemas tecnológicos, tomando en cuenta que la tecnología cambia abruptamente y no debería dejarse ningún margen de atraso.

Inversión en equipo

Deberá contarse con la capacidad económica suficiente para estar siempre a la vanguardia de los nuevos equipos tecnológicos que aceleren aún más todos los procesos posibles del modelo de negocio, entre más eficiente sean los equipos, mejores serán las ventas.

Capital humano

La capacitación del personal será vital para estar a la expectativa de los cambios tecnológicos, puesto que será más factible entender los acontecimientos en cuanto a tecnología se trate.

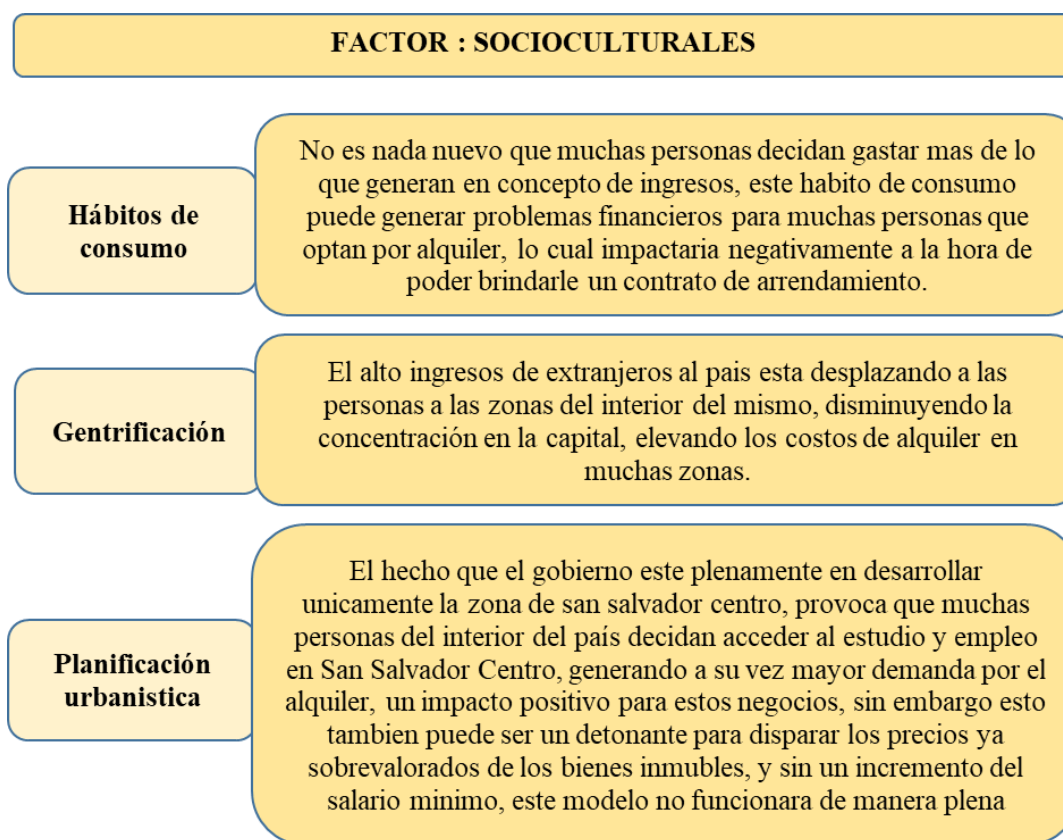


Figura 7 Análisis PEST

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

2.4.1 Conclusiones del Diagnóstico de la Situación

Al analizar las Cinco Fuerzas de Porter, se destacan varios aspectos clave. Si bien existen plataformas digitales similares como Airbnb, Encuentra24 y otras, estas no están dirigidas específicamente a estudiantes universitarios y trabajadores del interior del país, lo que deja un nicho de mercado sin atender. Además, aunque es fácil replicar modelos de negocios digitales, un aspecto fundamental para reducir la migración de los usuarios hacia otras plataformas es el fortalecimiento de la lealtad, por lo cual resulta factible ya que cubre una necesidad específica sin atender.

Por otro lado, el análisis PEST realizado nos refleja tanto amenazas y oportunidades presentes como futuras que pueden influenciar el modelo de negocio de una manera directa e indirecta, siendo más específicos con los resultados obtenidos es importante tener en cuenta que para el desarrollo pleno del modelo de negocio será clave estar a la vanguardia de los avances tecnológicos, para poder brindar sitio web eficiente

y sostenible para los usuarios, en aspectos económicos, socioculturales y políticos, se encontraron varios elementos que pueden estar entrelazados en su funcionamiento, los más específicos que pueden afectar al modelo de negocio son, el estancamiento del salario mínimo, aceleración de la gentrificación y las leyes gubernamentales, todos estos factores que en su mayoría depende de las acciones del gobierno pueden ser claves para el éxito o caída del modelo de negocio a presentar.

CAPITULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: YEKNEMILIS.YRL

El capítulo presenta de manera clara y detallada la descripción del negocio, abordando los pilares fundamentales que lo constituyen, como la misión, visión, valores, objetivos y metas. Esta información proporciona una base sólida para el desarrollo de estrategias organizacionales, de marketing, ventas, finanzas y recursos humanos, además de ofrecer pautas específicas para la medición de resultados

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El apartado detalla la información general del modelo de negocio digital, desde el origen del nombre adoptado hasta el funcionamiento del mismo, todo esto de manera breve y concreta.

Nombre de negocio: YEKNEMILIS YRL

Origen del nombre: la palabra YEKNEMILIS proviene del idioma náhuatl, que significa “El buen vivir” o “Vida buena”, lo cual usamos como inspiración para mejorar la calidad de vida de nuestro público objetivo a través de nuestro modelo de negocio digital, por otro lado, YRL, es la combinación de la primera letra de los apellidos de los 3 principales socios y creadores de este modelo de negocio.

Información general: YEKNEMILIS YRL es un modelo de negocio digital que funcionará por medio de un sitio web optimizado, que permitirá a estudiantes y/o trabajadores, así como también a los arrendadores, a cerrar contratos de alquiler de alojamientos cómodos, asequibles y funcionales en el departamento de san salvador centro, simplificando el proceso de manera transparente y rápida, y todo de manera totalmente digital y en línea.

3.2 MARCO ESTRATÉGICO

Misión

"Mejorar la calidad de vida de los estudiantes y trabajadores de San Salvador Centro, transformando los altos costos de transporte y las largas horas de tráfico en valiosos momentos de descanso y recreación. Al ofrecer habitaciones en alquiler

cercanas a sus lugares de estudio o trabajo a un precio muy asequible, mediante una gestión totalmente en línea."

Visión

"Ser la plataforma digital líder en El Salvador para el alquiler de habitaciones a precios asequibles, transformando la experiencia de arrendamiento a través de procesos innovadores que mejoran la calidad de vida y la economía de nuestros usuarios. Nos comprometemos a ofrecer soluciones accesibles y confiables que faciliten el acceso a la vivienda, generando un impacto positivo tanto en el bienestar como en la estabilidad económica de la comunidad estudiantil y profesional en todo el país.."

Valores

Transparencia: Fomentamos la claridad en todos nuestros procesos, asegurando que tanto arrendadores como inquilinos tengan acceso a información completa y honesta.

Accesibilidad: Nos comprometemos a ofrecer opciones de alojamiento que sean económicamente viables, ayudando a que estudiantes y trabajadores encuentren su hogar sin complicaciones financieras.

Confianza: Promovemos relaciones de confianza entre arrendadores e inquilinos, garantizando un entorno seguro y fiable para ambos.

Innovación: Adoptamos tecnologías avanzadas para mejorar continuamente la experiencia del usuario, simplificando el proceso de alquiler y contrataciones.

Compromiso: Estamos dedicados a brindar un excelente servicio al cliente, apoyando a nuestros usuarios en cada etapa del proceso de arrendamiento.

Comunidad: Valoramos y apoyamos a la comunidad local, promoviendo un ambiente inclusivo y enriquecedor para estudiantes y trabajadores que buscan integrarse en San Salvador Centro.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

En Yeknemilis Yrl nos especializamos en ofrecer habitaciones de alquiler diseñadas para brindar comodidad, seguridad y confort a trabajadores y estudiantes que se trasladan al departamento de San Salvador Centro. Nuestro objetivo es hacer que el proceso de encontrar y alquilar una habitación sea fácil, seguro y totalmente accesible desde la comodidad de tu hogar mediante una plataforma en línea.

Las habitaciones que se ofrecerán en la plataforma web, serán espacios adaptados para las necesidades básicas de los inquilinos, aunque las habitaciones no son propiedades que pertenecen a Yeknemilis Yrl, se busca una estandarización de estas, por lo cual todos los arrendadores que decidan ofertar sus habitaciones, deberán tener en cuenta que cualquier oferta deberá cumplir con las siguientes características: ser adecuadas, cómodas y confortables a las necesidades básicas de los estudiantes y trabajadores que decidan adquirirlas por medio de contratos de alquiler.

Alquiler de Habitaciones: Contamos con una variedad de habitaciones adecuadas y bien equipadas para cubrir las necesidades de estudiantes y trabajadores. Cada habitación está diseñada para ofrecerte un espacio cómodo y adecuado para tu descanso y productividad.

Servicios Incluidos: El precio de la mensualidad incluye servicios esenciales como agua, electricidad, internet, ducha y servicios sanitarios para que puedas disfrutar de tu estancia sin preocupaciones adicionales.

Elaboración de Contratos: Nos encargamos de la redacción y formalización de los contratos de alquiler de manera rápida y sencilla, brindándote toda la seguridad jurídica que necesitas.

Servicios adicionales de Lavandería y Limpieza: Ofrecemos opciones de lavandería y limpieza para que puedas concentrarte en tus estudios o trabajo, sin preocuparte por las tareas del hogar.

Métodos de pago y seguridad: Trabajamos para ofrecerte un ambiente seguro, brindando opciones en pasarelas de pago disponibles para que te sientas tranquilo en todo momento.

¿Por qué elegirnos?

Lo que nos diferencia de la competencia es que todo el proceso de alquiler se realiza completamente en línea, desde la búsqueda de tu habitación hasta la firma del contrato, todo sin necesidad de desplazarte. Con solo unos clics, podrás asegurar tu habitación ideal sin complicaciones, lo que te ahorra tiempo y esfuerzo.

3.4 VENTAJA COMPETITIVA

La ventaja competitiva del modelo de negocio presentado se basa en la oferta de alquileres económicos a nuestro público objetivo proveniente de los departamentos fuera de San Salvador, que buscan alojamiento en la capital, como resultado de los largos tiempos de espera en el tráfico y los costos significativos que representa el trasladarse a diario desde sus hogares hasta sus lugares de destino, esto representa una propuesta única en el mercado salvadoreño, enfocándose en proporcionar habitaciones seguras y a precios accesibles a estudiantes y trabajadores temporales, especialmente en áreas cercanas a universidades y zonas de trabajo y a diferencia de otras plataformas como Airbnb, Encuentra24 y Facebook Marketplace, nuestro modelo combina los alquileres a precios accesibles, seguridad en las transacciones y flexibilidad en los términos de alquiler.

3.5 PLAN ORGANIZACIONAL

El presente plan organizacional para “YEKNEMILIS YRL” tiene como propósito establecer una estructura sólida y eficiente que permita el desarrollo y crecimiento sostenido de la plataforma digital, el plan organizacional tiene como objetivos principales definir roles y responsabilidades claras, optimizar el uso de los recursos, y asegurar que la operación de la plataforma se mantenga alineada con las normativas legales y éticas aplicables.

3.5.1 Objetivos del Plan Organizacional

El presente plan organizacional para “YEKNEMILIS YRL” tiene como propósito establecer una estructura sólida y eficiente que permita el desarrollo y crecimiento sostenido de la plataforma digital, el plan organizacional tiene como objetivos principales definir roles y responsabilidades claras, optimizar el uso de los recursos, y asegurar que la operación de la plataforma se mantenga alineada con las normativas legales y éticas aplicables.

Objetivos organizacionales

A continuación, se presentan los objetivos específicos del plan organizacional de “Yeknemilis Yrl”:

- Definir roles y responsabilidades específicos para cada miembro del equipo, asegurando que todos conozcan sus tareas y líneas de reporte.
- Facilitar la comunicación y colaboración entre los departamentos para un funcionamiento eficiente.
- Asegurar que los recursos humanos y financieros estén alineados con las necesidades y el crecimiento proyectado de la plataforma digital.
- Minimizar costos mediante una estructura eficiente y el uso de asesores externos cuando sea necesario.
- Crear un departamento de Atención al Cliente eficiente, gestionado por Carlos Bolaños, para responder rápidamente a las necesidades y consultas de los usuarios.
- Implementar sistemas de seguimiento y retroalimentación para mejorar la experiencia del usuario en la plataforma.
- Asegurar que la plataforma digital cumpla con todas las leyes y regulaciones de arrendamiento y comercio electrónico en El Salvador, a través de un asesor legal externo.
- Establecer políticas y procedimientos éticos dentro de la organización para mantener una buena reputación en el mercado.

- Diseñar procedimientos eficientes que soporten un crecimiento a largo plazo y la entrada a nuevos segmentos.

3.5.2 Estructura organizativa de la empresa.

El organigrama siguiente ilustra la estructura organizativa de “Yeknemilis Yrl”, basada en una distribución estratégica de responsabilidades y funciones esenciales. Esta organización ha sido diseñada para apoyar la misión de ofrecer una plataforma digital que conecta a propietarios de habitaciones con personas en busca de opciones de alojamiento en el municipio de San salvador Centro, Departamento de San Salvador.

Organigrama:

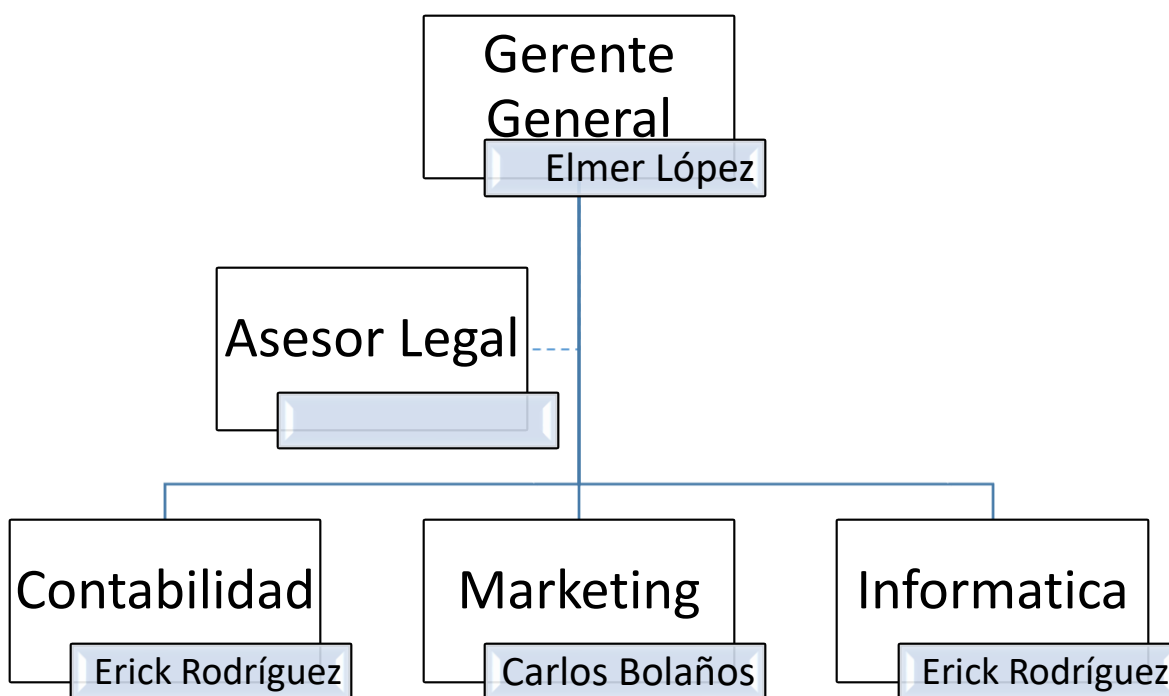


Figura 8 Estructura Organizativa YEKNEMLIS YRL

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.5.3 Organización y gestión de recursos humanos

La organización de gestión Yeknemilis Yrl ha sido estructurada para garantizar una operación eficiente, enfocada en la satisfacción de sus usuarios y en brindar una experiencia de alojamiento confiable y accesible. Este enfoque asegura que tanto los propietarios como los inquilinos encuentren seguridad, comodidad y calidad en cada aspecto del proceso de arrendamiento. Mediante una clara definición y gestión de los recursos humanos, se establecen las actividades específicas de cada departamento.

Se presenta la distribución de tareas según los departamentos:

Gerencia General

- Administrar los recursos financieros y elaborar el presupuesto anual.
- Representar legalmente a la empresa en todos los asuntos jurídicos.
- Implementar mejoras tecnológicas cuando sea necesario y monitorear el desempeño para mejorar la experiencia del usuario.
- Colaborar con el área de Marketing e Informática para diseñar mejoras a la plataforma digital según las necesidades.
- Desarrollar y actualizar el plan organizacional.

Contabilidad

- Gestionar la contabilidad y registrar todas las transacciones financieras.
- Asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y financieras.
- Preparar informes financieros periódicos y colaborar en la elaboración de presupuestos.

Gerencia de Marketing

- Desarrollar e implementar estrategias de marketing para captar nuevos usuarios.
- Gestionar la comunicación en redes sociales y campañas publicitarias.
- Ofrecer soporte a clientes y gestionar problemas de los usuarios
- Analizar el mercado y recopilar datos sobre las necesidades de los clientes para adaptar las estrategias de captación y retención.






Asesor Legal

- Proporcionar orientación legal en temas de arrendamiento, contratos y cumplimiento normativo.
- Revisar y asegurar que los contratos de arrendamiento cumplan con las leyes locales.
- Apoyar en la gestión de riesgos legales y mantener a la empresa en conformidad con las normativas vigentes.

3.5.4 Proceso administrativo

Tabla 4

Procesos administrativos.

 <p>Planificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos a corto, mediano y largo plazo: Como el número usuarios de la plataforma, los ingresos esperados y el crecimiento anual proyectado. • Definición de modelo de negocio y monetización: Como costos de transacción y servicios adicionales. • Establecer presupuesto y recursos necesarios: Definir los fondos necesarios para el óptimo funcionamiento y el equipamiento necesario para desarrollar del modelo del negocio. • Planificación de marketing: Estrategias para generar tráfico de usuarios a la plataforma.
 <p>Organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura del equipo: Definición de responsabilidades de cada elemento del equipo. • Desarrollo de procesos internos: Establecimiento de procesos internos para llevar a cabo los procedimientos necesarios para darle vida al modelo de negocio. • Establecimiento de políticas: Fijación de los lineamientos necesarios para garantizar el uso adecuado del sitio web entre los propietarios de las viviendas y los estudiantes y trabajadores que buscan alquilar las habitaciones ofertadas. • Red de aliados: Búsqueda de socios estratégicos como universidades o empresas.
 <p>Ejecución</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la plataforma: Creación del sitio web. • Monitoreo de operaciones: Monitoreo continuo de las operaciones diarias ejecutadas en la plataforma. • Gestión promociones y difusión del sitio web: Implementación de estrategias de marketing.
 <p>Control</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de desempeño: Establecimiento de métricas para la medición de resultados. • Análisis financiero del proceso: Evolución del desempeño financiero del modelo de negocio. • Retroalimentación de usuarios: Escuchar las opiniones de los usuarios del sitio web.
 <p>Mejora Continua</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y desarrollo del equipo: Capacitar al personal a cargo de las funciones de mantenimiento y atención a los usuarios de la plataforma. • Adaptación a cambios del mercado: Estudio constante de los cambios en el mercado de los alquileres.

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.5.5 Identificación y características de proveedores

Tabla 5

Identificación de Proveedores

Nombre de proveedor	Producto/servicio que provee	Contacto
Wompi (Banco Agrícola)	Pasarela de pagos	Web: https://wompi.sv/Home
Wix	CMS Facebook Ads Respuestas automáticas Blog Map locator	Web: https://es.wix.com/
Google Warkspacce	E-mail empresarial Almacenamiento digital	Web: https://workspace.google.com/
Hostinger	Hosting	Web: https://www.hostinger.es/
Ahrefs	SEO	Web: https://ahrefs.com/es
Google Adsense	Anuncios	Web: https://adsense.google.com/intl/es-419/start/
META (Facebook e Instagram)	Redes sociales	Web: https://www.facebook.com/
TikTok	Red Social	Web: https://www.tiktok.com/es/
LinkedIn	Red Social	
Google Ads	Publicidad	Web: https://ads.google.com/
Google Analytics	Análisis de datos web	Web: https://tagmanager.google.com
Canvas	Diseño	Web: https://www.canva.com/
WhatsApp Business	Servicio al cliente	Movil
Claro	Telefónica e Internet	Web: https://tiendaenlinea.claro.com.sv

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.6 PLAN DE MERCADEO

El plan de mercado esta desarrollado bajo los resultados obtenidos mediante la investigación de mercado (resultados referentes únicamente al modelo de negocio), sirviendo esto como base fundamental para el planteamiento de los objetivos y formulación de estrategias de marketing mix digital.

3.6.1. Objetivos del plan de mercadeo

Aumentar el tráfico web: Atraer al 30% de la población de San Miguel Centro durante el primer año de operación mediante una campaña de CPM en Meta Ads, con una frecuencia de 5 y un presupuesto de \$500, para maximizar el alcance y la visibilidad.

Alcance: A través de la creación y gestión de cuentas en redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) y el uso de herramientas publicitarias de Google y Meta Ads, buscamos fortalecer la presencia de nuestra marca en la mente de nuestro público objetivo. La implementación de estas acciones se hará de manera orgánica, para generar una conexión genuina con la audiencia.

Captación de clientes potenciales: Obtener 500 clientes potenciales durante el primer semestre de 2025 mediante una campaña de generación de leads en Google Ads, con un Costo por Adquisición (CPA) objetivo de \$3.00.

Alcance: Nuestro objetivo es aumentar el tráfico hacia el sitio web y las redes sociales mediante campañas publicitarias pagadas (CPM) en Meta Ads. Buscamos impactar al 30% de nuestro público objetivo de manera directa, incrementando la visibilidad y atracción de nuevos clientes potenciales.

Campaña de retargeting: Implementar una campaña de retargeting en Meta Ads, con un presupuesto de \$600, con el objetivo de generar 120 contratos de alquiler de habitaciones en el primer año de operación, optimizando el CPA lo mejor posible.

Alcance: Implementar estrategias de conversión mediante campañas de Google Ads basadas en el modelo CPA (costo por adquisición) nos permitirá no solo aumentar

el tráfico hacia el sitio web, sino también realizar un seguimiento efectivo de los visitantes. Esto facilitará la generación de leads (captura de datos de contacto) y nos permitirá aplicar estrategias de retargeting a través de Meta Ads para convertir estos leads en compradores potenciales.

Mejorar la satisfacción del cliente: Lograr una tasa de satisfacción del 90% entre los clientes mediante encuestas y seguimiento posterior a los 3 meses de vigencia de los contratos de arrendamiento, para evaluar la calidad del servicio y detectar áreas de mejora.

Alcance: Implementaremos un seguimiento a los clientes con al menos 3 meses de antigüedad para medir su satisfacción con el servicio recibido. Utilizaremos encuestas de satisfacción enviadas por correo electrónico y/o WhatsApp, con el fin de identificar áreas de mejora y conocer las preferencias de nuestros clientes. Esto nos permitirá ofrecer un servicio más personalizado y mejorar continuamente la experiencia del cliente.

Establecer alianzas estratégicas: Firmar convenios comerciales con al menos 3 universidades y empresas de San Salvador Centro para incrementar el tráfico del sitio web, a través de campañas publicitarias dirigidas a sus estudiantes y colaboradores.

Alcance: Una vez posicionada la marca y con las estrategias de impacto (CPM) y conversión (CPA) implementadas, nuestro objetivo es crear un ciclo de mejora continua en nuestras campañas publicitarias. Esto optimizará la efectividad de nuestras acciones y garantizará que se alineen con la misión y el modelo de negocio digital, lo que nos permitirá incrementar las ventas de forma sostenible.

3.6.2. Resultados de la investigación de mercados

En cuanto a los **motivos para trasladarse** a San Salvador Centro, el **60%** de los participantes mencionó que lo hacen principalmente en busca de **mejores ofertas laborales**. Un **30%** adicional señaló que su principal motivación son las **mejores oportunidades académicas** que ofrece la capital.

En relación con el **gasto promedio en transporte**, las personas que viajan desde San Miguel Centro hacia San Salvador Centro reportaron un gasto promedio de **\$4.00**, cifra respaldada por el **50%** de los encuestados. Este fue uno de los resultados más destacados. Además, un **45%** (es decir, casi la mitad de los participantes) indicó que el tiempo de trayecto en tráfico entre ambas ciudades es de al menos **3 horas** diarias, tiempo que consideran que se deja de invertir en horas de descanso y provoca enfermedades leves por el cansancio.

Respecto a los factores que los inquilinos (tanto trabajadores como estudiantes) consideran al **elegir** una habitación en alquiler, **el precio** es el aspecto más importante. Más del **45%** de los encuestados lo mencionaron como el factor principal. En cuanto a la cantidad que consideran asequible para alquilar, el **55%** indicó que un precio entre **\$125.00 y \$135.00** dólares es razonable para su presupuesto

Según los resultados obtenidos, más del **65%** de los encuestados indicó que las **redes sociales** son las principales plataformas a través de las cuales se han enterado de ofertas de habitaciones en alquiler. De estos, el **45%** destacó a **Facebook** como la plataforma más útil para acceder a este tipo de servicios.

Por último, en cuanto a las **preferencias de pago**, el **50%** de los encuestados expresó que prefieren realizar pagos de arrendamiento de manera mensual. Además, el **67%** considera que necesitan al menos 2 meses para comenzar a buscar ofertas de habitaciones en caso de mudarse. En este proceso, las redes sociales son la principal fuente de información, destacándose **Facebook e Instagram** como las plataformas más utilizadas.

Comisiones moderadas → Promociones para propietarios → Transparencia.

3.6.3. Marketing mix digital

Producto

El Modelo de negocio digital se centra en una plataforma que ofrece una experiencia de alquiler digital optimizada, pensando en resolver las problemáticas a las

que se enfrentan estudiantes y trabajadores que buscan mejores oportunidades en la capital, por lo que una solución es la oferta de habitaciones económicas cerca de sus lugares de estudio o trabajo en San Salvador Centro. A través de esta plataforma, los usuarios pueden encontrar habitaciones de calidad, realizar pagos electrónicos seguros, firmar contratos digitales y acceder a servicios complementarios como el de la limpieza. Estos elementos se enfocan en ofrecer valor agregado al reducir los tiempos de desplazamiento y costos de transporte, además de asegurar un proceso de alquiler confiable y estructurado.

Características del producto

Búsqueda Eficiente: A través de la plataforma se encuentran habitaciones de calidad cerca de universidades y centros de trabajo.

Pagos Seguros: Transacciones electrónicas confiables directamente desde la plataforma.

Contratos Digitales: Firma contratos de alquiler de forma rápida y segura.

Servicios Adicionales: Accede a servicios de limpieza.

Precio

El modelo de ingresos se basa en una comisión moderada razonada a partir de los resultados de la investigación la cual será aplicada a las transacciones de alquiler. Para atraer a propietarios de manera efectiva, se implementarán promociones temporales con comisiones reducidas o planes de gestión de cobros automáticos que ofrezcan beneficios exclusivos, como mayor visibilidad en la plataforma o descuentos en servicios adicionales. Además, se percibirán ingresos mediante la incorporación de publicidad no invasiva en la plataforma mediante el uso de Google AdSense.

Plaza

El canal de distribución sea a través de una plataforma que desarrolla sus operaciones completamente en digital, esto permite a propietarios e inquilinos gestionar sus transacciones desde cualquier dispositivo con acceso a internet. Por otro lado, el uso de redes sociales como Facebook e Instagram ayudará a atraer tráfico de usuarios

interesados en alquileres económicos también se gestionarán las alianzas necesarias a fin de crear colaboraciones con universidades y empresas locales que permitirán promocionar la plataforma entre estudiantes y trabajadores en búsqueda de alquileres temporales.

Distribución digital

Plataformas Móviles: Acceso optimizado del sitio web para garantizar el acceso desde smartphones para mayor comodidad.

Redes Sociales: Presencia en Facebook, Instagram, Tiktok y Whatsapp para atraer usuarios interesados.

Colaboraciones con empresas: Alianzas con universidades y empresas para promocionar la plataforma.

Promoción

Para impulsar la visibilidad y atraer usuarios, se aplicarán estrategias de marketing digital como:

SEO y SEM: Optimización del sitio web para motores de búsqueda mediante Key Words relacionadas con "alquiler económico en San Salvador", "habitaciones para estudiantes", etc. También, anuncios pagados en Google Ads para generar tráfico inmediato de usuarios interesados en alquilar habitaciones en zonas específicas.

Redes Sociales: Difusión de contenido atractivo en redes sociales para estudiantes y trabajadores temporales a través de contenido para hacer conciencia de las Horas de tiempo perdidas en el tráfico, costo alto costo e inestabilidad emocional que implica el desplazarse a diario desde largas distancias y las ventajas que tiene el alquilar habitaciones económicas en la plataforma. En estas plataformas también permitirán captar estudiantes y trabajadores jóvenes, quienes son usuarios activos en redes sociales

Email Marketing: Enviar boletines informativos a los usuarios registrados con ofertas, consejos y actualizaciones sobre el mercado de alquiler.

La atención al cliente y la gestión de conflictos es uno de los puntos más importantes para una buena experiencia de usuario, especialmente en el entorno de alquiler donde la seguridad y la transparencia son importantes por lo que el servicio al cliente puede incluir soporte en tiempo real a través de chat en vivo, junto con soporte telefónico o por correo electrónico para resolver inquietudes y problemas de forma rápida y efectiva.

Soporte en Tiempo Real: Chat en vivo y atención telefónica para resolver inquietudes rápidamente.

Sistema de Valoraciones: Propietarios e inquilinos se evalúan mutuamente para promover la confianza.

Automatización: Recordatorios de pago y notificaciones para mantener transacciones puntuales.

3.6.4. Estrategias del marketing mix digital

Se presentan las estrategias del Marketing Mix Digital, diseñadas específicamente para fortalecer la propuesta de valor del modelo de negocio digital. A través de un enfoque en los elementos fundamentales de producto, precio, distribución y promoción

Estrategias de Producto

- Lograr que al menos el 80% de las habitaciones anunciadas en la plataforma cuenten con recorridos en 360° y fotos de alta calidad para el tercer trimestre de 2025.
- Alcanzar un promedio de 3 reseñas por publicación de habitación y una calificación mínima de 4.5 estrellas para el primer semestre de 2025.
- Mejorar la atención al usuario proporcionando respuestas instantáneas a consultas frecuentes mediante un chatbot, reduciendo en un 40% el tiempo de respuesta para consultas generales.

- Reducir las cancelaciones o reservas fallidas enviando alertas de recordatorio sobre pagos o fechas de expiración de reservas, buscando reducir las cancelaciones.

Estrategias de Precio

- Aumentar la tasa de satisfacción del usuario y reducir las quejas relacionadas con cancelaciones.
- Incentivar reservas de larga duración con descuentos progresivos, incrementando en las reservas prolongadas en los próximos 6 meses.
- Ofrecer descuentos en temporadas específicas como inicio de año o semestre para captar estudiantes y trabajadores.
- Ofrecer a los inquilinos la posibilidad de pagar en cuotas mensuales sin intereses, con el objetivo de facilitar el pago de estancias prolongadas.

Estrategias de Plaza (Distribución)

- Establecer al menos tres alianzas estratégicas en el próximo año con universidades y empresas
- Mejorar la experiencia del usuario y aumentar la tasa de reservas mediante el uso de mapas interactivos.
- Participar ferias universitarias para promocionar la plataforma directamente a estudiantes y jóvenes profesionales, logrando un incremento de usuarios.

Promoción:

- Enviar correos de seguimiento después de las estadías, pidiendo a los inquilinos que compartan su experiencia en la plataforma.
- Utilizar chatbots en plataformas como Facebook para responder rápidamente a consultas y guiar a los interesados a registrarse en la plataforma.
- Crear y distribuir contenido educativo y atractivo que informe a los usuarios sobre las ventajas de vivir en San Salvador en lugar de trasladarse desde San Miguel

ALQUILA UNA HABITACIÓN CERCA DE TU TRABAJO O UNIVERSIDAD

Cama Baño Muebles Básicos Estacionamiento

@unsitio genial.es

Figura 9 Anuncios para estrategias publicitarias

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

**¡TU TIEMPO ES ORO!
ÚSALO PARA CONSTRUIR TUS SUEÑOS,
NO PARA ESPERAR HORAS EN EL TRAFICO**





¿SABIAS QUÉ?

- 3 HORAS AL DÍA EN EL TRÁFICO EQUIVALE A UN MES AL AÑO ALEJADO DE TUS SUEÑOS.
- EL TRANSPORTE DIARIO PUEDE COSTARTE MÁS DE \$100 AL MES.
- DORMIR POCO AFECTA TU CONCENTRACIÓN, RENDIMIENTO FÍSICO Y PRODUCE ENFERMEDADES.

¿PORQUE PASAR HORAS ATRAPADO EN EL TRAFICO, CUANDO PUEDES ESTAR CONSTRUYENDO EL FUTURO QUE SIEMPRE SOÑASTE?

¡UNA HABITACIÓN CERCA TE AHORRA TIEMPO Y DINERO!

¡ENCUENTRA TU HABITACIÓN IDEAL HOY!
REGÍSTRATE EN WWW.YEKNEMILISYRL.COM
Y COMIENZA A CAMBIAR TU VIDA.

**HABITACIONES
DESDE \$ 120.00 AL MES**




  **YEKNEMILIS YRL**  **@YEKNEMILIS**
 **+503 7777-0000**  **@YEKNEMILIS_SV**

Figura 10 Anuncios para estrategias publicitarias banner

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Plan de Medios para la Campaña de Lanzamiento

Tabla 6

Distribución de costos publicidad digital

Inquilinos (Trabajadores / Estudiantes)

ETAPA	Medio	Objetivo	Públicos	Formatos de anuncios	KPI	Inversión	Promedio por Objetivo	Entregables	Medidor	Indicador	Nombre de indicador	Resultados	Concepto
EXPOSURE EXPLORACIÓN Y EVALUACIÓN	META	RECONOCIMIENTO DE MARCA (CON CALL TO ACTION AL WEB SITE)	San Mguel Centro Hombres y Mujeres 18 - 50 años Advantage +	Video, Carrusel, imagen, Stories	CPM	\$ 500.00	\$ 0.50	1,000,000	Impresiones	8	Frecuencia	125,000	Personas ÚNICAS alcanzadas
		CONVERSIONES EN WEB SITE Soitud de información y registro	San Mguel Centro Hombres y Mujeres 18 - 50 años Advantage +	Video, carrusel, Stories	CPC	\$ 700.00	\$ 2.00	350	Solicitud de info	10.00%	% de éxito esperado	35	Contratos
	GOOGLE ADS	RECONOCIMIENTO DE MARCA (CON CALL TO ACTION AL WEB SITE)	Personas buscando información sobre alquileres en San Salvador (keywords: "Habitaciones en alquiler", "Dónde vivir en San Salvador")	Video, Banner y texto	CPC	\$ 500.00	\$ 0.75	1,000,000	Impresiones	5	Frecuencia	200,000	Personas ÚNICAS alcanzadas
		CONVERSIONES EN WEB SITE MAXIMO RENDIMIENTO Soitud de información y registro	KW Alquiler en San Salvador, Arrendar en San Salvador...	Video, Banner y texto	CPC	\$ 700.00	\$ 1.50	467	Solicitud de info	10.00%	% de éxito esperado	47	Alquileres

Dueño de casa con habitaciones para alquilar

EXPOSURE EXPLORACIÓN Y EVALUACIÓN	META	RECONOCIMIENTO DE MARCA (CON CALL TO ACTION AL WEB SITE)	SS Hombres y Mujeres 18 - 50 años Advantage +	Video, Carrusel, imagen, Stories	CPM	\$ 500.00	\$ 0.50	1,000,000	Impresiones	8	Frecuencia	125,000	Personas ÚNICAS alcanzadas
		CONVERSIONES EN WEB SITE Registro en plataforma	SS Hombres y Mujeres 18 - 50 años Advantage +	Video, carrusel, Stories	CPC	\$ 700.00	\$ 2.00	350	Solicitud de info	10.00%	% de éxito esperado	35	Alquileres
	GOOGLE ADS	RECONOCIMIENTO DE MARCA	Personas interesadas en alquilar sus propiedades en Sal Salvador	Video, Banner y texto	CPM	\$ 600.00	\$ 2.50	200,000	impresiones	7	Frecuencia	28,571	Personas ÚNICAS alcanzadas
		CONVERSIONES EN WEB SITE MAXIMO RENDIMIENTO Registro en plataforma	KW Como alquilar mi casa, cómo alquilar una habitación, plataformas para alquilar mi casa, etc.	Video, Banner y texto	CPC	\$ 700.00	\$ 1.50	467	Solicitud de info	10.00%	% de éxito esperado	47	Alquileres
						\$ 2,500.00							
							\$ 2,500.00						

Fuente: Elaboración propia del grupo 48-E

Logotipo



Figura 11 Logotipo del modelo de negocio digital YEKNEMILIS YRL

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

El logo de “YEKNEMILIS YRL” tiene un diseño simple y profesional, que incluye elementos gráficos y tipografía que reflejan su identidad. Aquí está la descripción del logo:

Elementos gráficos:

- El logo presenta una letra “Y” de color azul oscuro, que acompaña a una casa dividida en dos colores.
- En la parte izquierda, tomando un color vibrante que representa el descanso y comodidad.
- En la parte derecha, se ven colores celeste claros y tonos azulados que representan seguridad y confiabilidad.

Tipografía:

- Debajo del gráfico, aparece el nombre "YEKNEMILIS YRL" en letras mayúsculas y en un color azul oscuro.
- La tipografía principal seleccionada para formar nuestro logo es: Marta
- De forma secundaria también se hará uso de la tipografía: Albertus MT

Paleta de Colores

Azul oscuro (HEX: #002E6E, RGB: (0, 46, 110))

Verde vibrante (HEX: #00A859, RGB: (0, 168, 89))

Azul claro (HEX: #4AA8E4, RGB: (74, 168, 228))

Tipografía

Tipografía principal: Marta

Tipografía secundaria: Albertus MT

Uso del logo:



Logo Principal



Logo Escala Gris



Logo color azul

Isotipo:



Color principal



Color Escala Gris



Color Escala Azul

Figura 12 Línea gráfica YEKNEMILIS YRL

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.7 PLAN DE VENTAS

En este apartado el plan de ventas buscará estructurar y optimizar el proceso comercial del proyecto a fin de garantizar la efectividad en la captación de inquilinos y propietarios de viviendas a través de una metodología centrada en la segmentación del público objetivo desde la perspectiva de ambos targets, estrategias de Marketing digital y el seguimiento continuo a lo largo del proceso de venta.

3.7.1. Ciclo de ventas

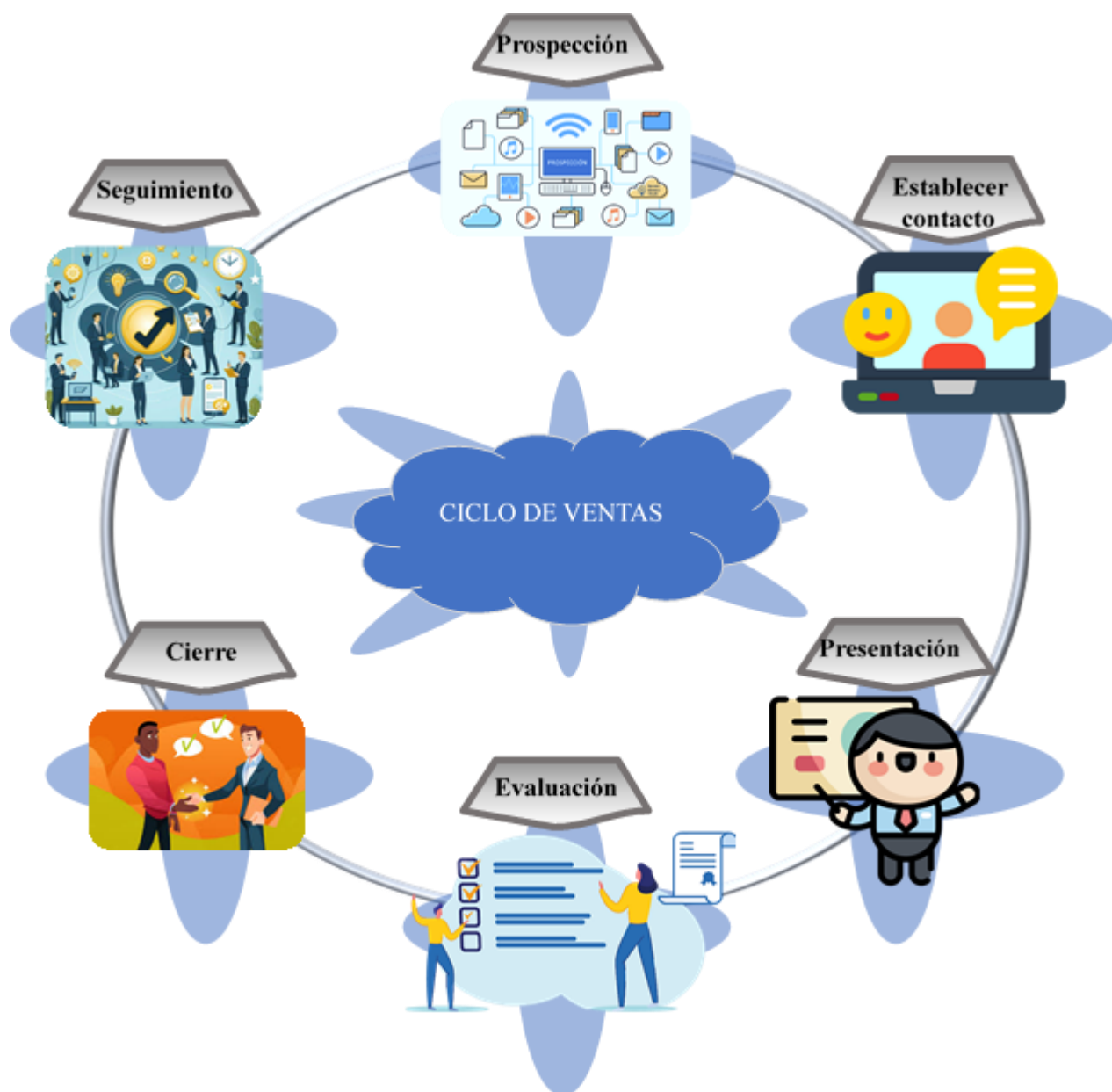


Figura 13 Ciclo de Ventas

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

1. Prospección

En esta etapa, se busca atraer a estudiantes y trabajadores temporales en el área de San Salvador centro a través de campañas de publicidad digital por medio de redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok y Google Ads. Además, se espera el establecimiento de alianzas con universidades y empresas de San Salvador Centro que tienen una gran cantidad de empleados y estudiantes que pueden convertirse en posibles inquilinos. También se creará contenido que represente las principales problemáticas identificadas en la investigación y soluciones que ofrece el modelo de negocio digital en videos que resalten los beneficios de alquilar cerca de las universidades y zonas laborales.

Se identificarán a propietarios interesados en alquilar sus viviendas, principalmente a través de publicidad digital dirigida y colaboraciones con instituciones y empresas del área de San Salvador Centro concientizando beneficios y el apoyo social que tiene el alquilar habitaciones económicas a estudiantes y trabajadores temporales.

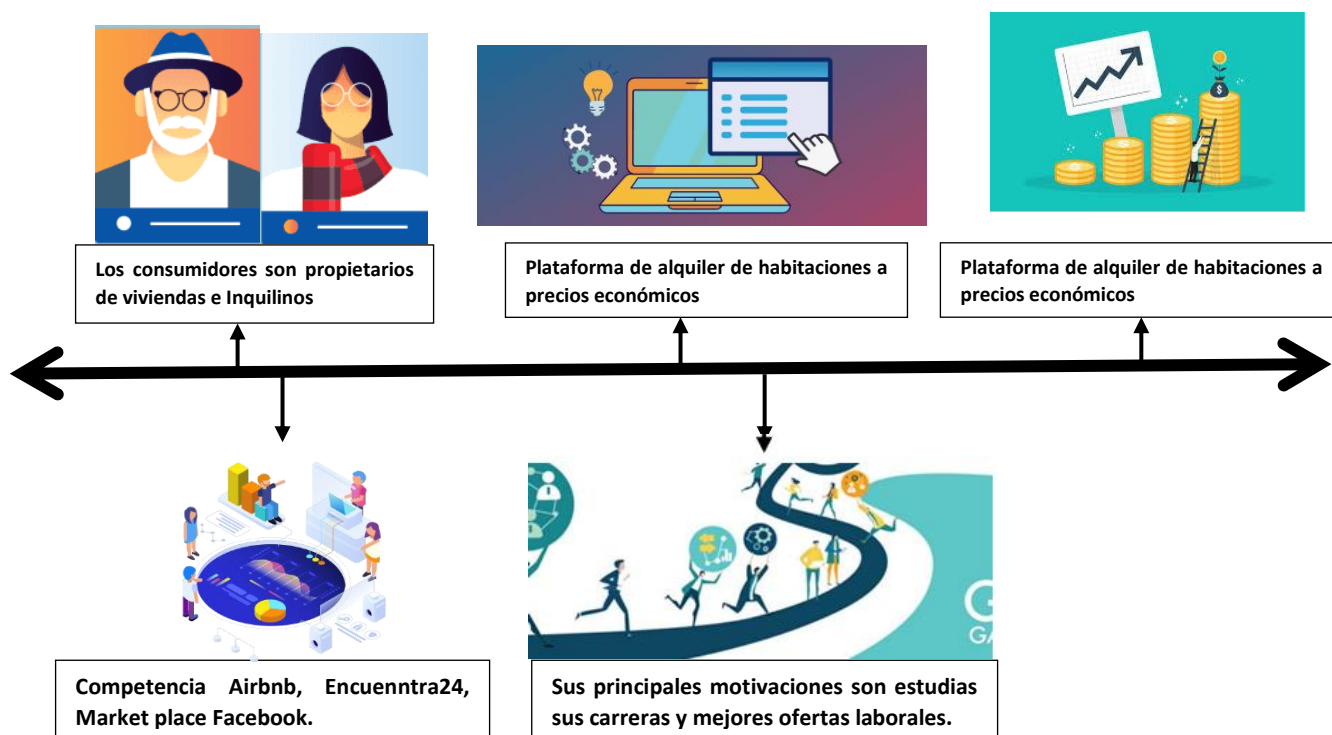


Figura 14 Grafica de elementos del mercado YEK NEMILIS YRL

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

2. Establecer contacto

En esta etapa ya que los prospectos se han identificado, se inicia el contacto directo, a través de mensajes directos en redes sociales, correos electrónicos personalizados y de ser posible mediante llamadas telefónicas. En esta etapa, se proporciona información básica sobre cómo funciona la plataforma y los servicios que ofrece. Para los propietarios, será detallando cómo pueden listar sus propiedades de manera fácil y segura.

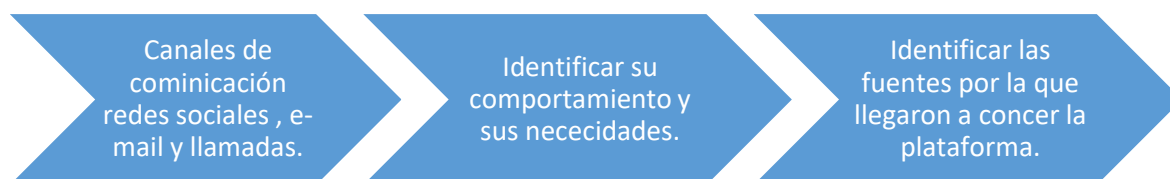


Figura 15 Canales de atracción y primer contacto de clientes.

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3. Presentación

En esta etapa se presentará la plataforma a los prospectos Propietarios de viviendas e Inquilinos, mostrándola como una herramienta que facilita la búsqueda de viviendas económicas para estudiantes y trabajadores, además se retomarán aquellos aspectos clave como la reducción de los tiempos de espera en el tráfico, la reducción de costos de transporte, una mayor estabilidad mental y más descanso. También aspectos directamente relacionados con la plataforma como la seguridad de las transacciones, la flexibilidad de los alquileres, los alquileres por corto plazo y servicios adicionales como el servicio de limpieza y el sistema de verificación de identidades.

4. Evaluación

En esta fase, los prospectos van a expresar sus inquietudes o dudas sobre el servicio por lo que el personal de ventas se dedicara a aclarar cualquier consulta, como dudas sobre el proceso de pago, la seguridad o la disponibilidad de propiedades entre otros. También además de ofrecer soluciones personalizadas, se concederán incentivos como descuentos para facilitar la toma de decisiones y adaptarse a las necesidades específicas del cliente.



Figura 16 Atención de clientes.

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

5. Cierre

En esta etapa se formaliza la venta a través de la firma digital del contrato de alquiler asegurando la validez del acuerdo, evitando malentendidos y garantizando que tanto el inquilino como el propietario de la vivienda quedando así ambos comprometidos con los términos establecidos.

6. Seguimiento

Después de cerrada la venta, se realizará un seguimiento continuo con los usuarios tanto propietarios como inquilinos por medio de encuestas de satisfacción, asistencia acerca de dudas después de alquilar una habitación para resolver posibles problemas y difusión de promociones para programas de fidelización, como recompensas por recomendar la plataforma. Este seguimiento tiene como objetivo asegurar la satisfacción del cliente y fomentar relaciones a largo plazo, impulsando tanto la retención de inquilinos como la atracción de nuevos propietarios de viviendas.

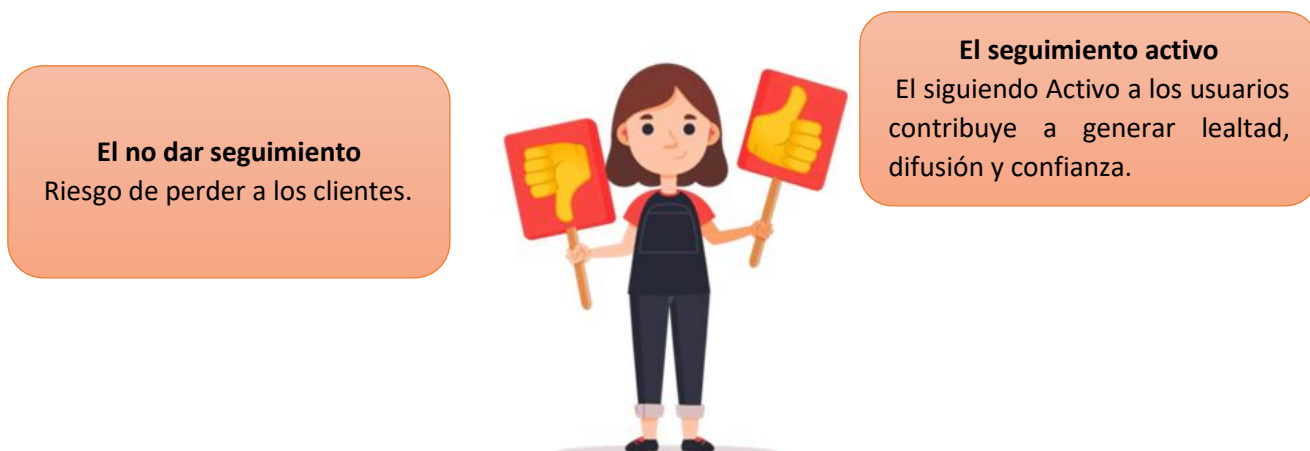


Figura 17 Seguimientos de los clientes potenciales

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.7.2. Proyección de ventas

La proyección de ventas del proyecto se basa en la demanda de alquileres económicos en San Salvador Centro, enfocándose en estudiantes y trabajadores temporales tomando en cuenta las diferentes capacidades económicas de cada individuo a través de tres una comisión establecida a diferentes rangos de precios, diseñados para ofrecer una experiencia óptima para los usuarios de la plataforma.

Tabla 7
parámetros de ingresos mensuales

Concepto	Rango		Ingreso Estimado Promedio	Comisión por transacción
TRAMO I	\$ 100.00	\$ 250.00	\$ 175.00	5%
TRAMO II	\$ 251.00	\$ 450.00	\$ 325.00	10%
TRAMO III	\$ 451.00	En adelante	\$ 500.00	15%

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Tabla 8
Contratos por unidades mensuales

UNIDADES VENDIDAS				
Producto o Servicio	TRAMO I (\$100 \$250)	TRAMO II (\$251 \$450)	TRAMO III (\$451 En adelante)	TOTAL
Unidad de Medida	Contratos	Contratos	Contratos	
Enero	24	9	3	37
Febrero	26	11	4	40
Marzo	27	12	5	44
Abril	31	14	5	50
Mayo	32	15	6	53
Junio	34	17	7	57
Julio	37	18	8	63
Agosto	38	20	9	66
Septiembre	40	21	9	70
Octubre	41	23	10	74
Noviembre	43	24	11	78
Diciembre	44	26	12	82
TOTAL	416	210	87	713

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Tabla 9
Ingresos mensuales por tipo de contrato

Producto o Servicio	TRAMO I (\$100 \$250)	TRAMO II (\$251 \$450)	TRAMO III (\$451 En adelante)	TOTAL
Unidad de Medida	Comisión	Comisión	Comisión	
Enero	\$ 213.50	\$ 297.38	\$ 228.75	\$ 739.63
Febrero	\$ 226.84	\$ 346.94	\$ 274.50	\$ 848.28
Marzo	\$ 240.19	\$ 396.50	\$ 343.13	\$ 979.81
Abril	\$ 266.88	\$ 446.06	\$ 411.75	\$ 1,124.69
Mayo	\$ 280.22	\$ 495.63	\$ 457.50	\$ 1,233.34
Junio	\$ 293.56	\$ 545.19	\$ 503.25	\$ 1,342.00
Julio	\$ 320.25	\$ 594.75	\$ 571.88	\$ 1,486.88
Agosto	\$ 333.59	\$ 644.31	\$ 640.50	\$ 1,618.41
Septiembre	\$ 346.94	\$ 693.88	\$ 686.25	\$ 1,727.06
Octubre	\$ 360.28	\$ 743.44	\$ 732.00	\$ 1,835.72
Noviembre	\$ 373.63	\$ 793.00	\$ 800.63	\$ 1,967.25
Diciembre	\$ 386.97	\$ 842.56	\$ 869.25	\$ 2,098.78
TOTAL	\$ 3,642.84	\$ 6,839.63	\$ 6,519.38	\$ 17,001.84

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Servicios adicionales

Tabla 10
parámetros de ingresos adicionales por tramo.

Ingresos adicionales al contrato		
Paquete	Porcentaje esperado de paquetes vendidos por cada total mensual de contratos cerrados	TRAMOS
Paquete Avanzado	10%	TRAMO I
	20%	TRAMO II
	50%	TRAMO III
Paquete Premium	5%	TRAMO I
	10%	TRAMO II
	20%	TRAMO III
Ingresos adicionales al contrato		
Paquete Básico	Sin costo adicional	
Paquete Avanzado	\$ 20.00	
Paquete Premium	\$ 30.00	

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Tabla 11*Distribución mensual por unidades de servicios adicionales paquete avanzado*

Producto o Servicio	TRAMO I (\$100 \$250)	TRAMO II (\$251 \$450)	TRAMO III (\$451 En adelante)	TOTAL
Unidad de Medida	Unidad	Unidad	Unidad	
Enero	1	1	1	3
Febrero	1	1	1	3
Marzo	1	2	1	4
Abril	2	2	1	5
Mayo	2	2	2	6
Junio	2	2	2	6
Julio	2	2	2	6
Agosto	2	2	2	6
Septiembre	2	3	2	7
Octubre	2	3	2	7
Noviembre	2	3	3	8
Diciembre	2	3	3	8
TOTAL	21	26	22	69

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E**Tabla 12***Distribución mensual por unidades de servicios adicionales paquete premium*

Producto o Servicio	TRAMO I (\$100 \$250)	TRAMO II (\$251 \$450)	TRAMO III (\$451 En adelante)	TOTAL
Unidad de Medida	Unidad	Unidad	Unidad	
Enero	1	1	0	2
Febrero	1	1	0	2
Marzo	1	1	1	3
Abril	1	1	1	3
Mayo	1	1	1	3
Junio	1	1	1	3
Julio	1	1	1	3
Agosto	1	1	1	3
Septiembre	1	2	1	4
Octubre	1	2	2	5
Noviembre	1	2	2	5
Diciembre	1	2	2	5
TOTAL	12	16	13	41

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Tabla 13*Distribución en dólares por ingresos mensuales de servicios de contrato avanzado.*

Producto o Servicio	TRAMO I (\$100 \$250)	TRAMO II (\$251 \$450)	TRAMO III (\$451 En adelante)	TOTAL
Unidad de Medida	Unidad	Unidad	Unidad	
Enero	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 60.00
Febrero	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 60.00
Marzo	\$ 20.00	\$ 40.00	\$ 20.00	\$ 80.00
Abril	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 20.00	\$ 100.00
Mayo	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 120.00
Junio	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 120.00
Julio	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 120.00
Agosto	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 120.00
Septiembre	\$ 40.00	\$ 60.00	\$ 40.00	\$ 140.00
Octubre	\$ 40.00	\$ 60.00	\$ 40.00	\$ 140.00
Noviembre	\$ 40.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 160.00
Diciembre	\$ 40.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 160.00
TOTAL	\$ 420.00	\$ 520.00	\$ 440.00	\$ 1,380.00

Tabla 14*Distribución en dólares por ingresos mensuales de servicio de contrato premium*

Producto o Servicio	TRAMO I (\$100 \$250)	TRAMO II (\$251 \$450)	TRAMO III (\$451 En adelante)	TOTAL
Unidad de Medida	Unidad	Unidad	Unidad	
Enero	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ -	\$ 60.00
Febrero	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ -	\$ 60.00
Marzo	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Abril	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Mayo	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Junio	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Julio	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Agosto	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Septiembre	\$ 30.00	\$ 60.00	\$ 30.00	\$ 120.00
Octubre	\$ 30.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 150.00
Noviembre	\$ 30.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 150.00
Diciembre	\$ 30.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 150.00
TOTAL	\$ 360.00	\$ 480.00	\$ 390.00	\$ 1,230.00

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Tabla 15
Descripción de beneficios por paquete

Elementos	Paquete Básico	Paquete Avanzado	Paquete Premium
Generación de contrato	x	x	x
Notificación de confirmación a ambas partes	x	x	x
Firma Digital	x	x	x
Clausulas Personalizadas del contrato	Contrato estándar	2	Personalizado
Recordatorios de pago a los inquilinos			x
Asistencia personalizada			x
Creación de contenido multimedia para la vivienda			x

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.8 PLAN FINANCIERO

En este apartado se presenta una serie de objetivos que sirve de ruta para conocer los planes de inversión y de estructura de costos que nos ayudaran a proporcionar la información necesaria para conocer la rentabilidad y el punto de equilibrio del modelo de negocio digital.

3.8.1. Objetivos plan financiero

- Establecer un control de ingresos y egresos para mantener el equilibrio financiero y asegurar la operación continua.
- Maximizar el uso de los fondos propios y del préstamo obtenido para cubrir costos operativos, desarrollo de la plataforma y estrategias de marketing.
- Asegurar que los ingresos generados superen en al menos un 25% los costos y gastos.
- Implementar procesos automatizados para optimizar los costos administrativos y operativos.
- Invertir en campañas de marketing digital dirigidas al mercado objetivo.

3.8.2. Plan de inversión

Se presenta el plan de inversión Para el plan de inversión de YEKNEMLIS YRL donde se detalla los activos y herramientas claves para el funcionamiento del modelo de negocio digital.

Tabla 16

Detalle de plan de inversión

Detalle	Estimado anual	Mensual	Categoría
Diseño y desarrollo web	\$ 500.00	\$ 41.67	Gasto
Dominio y hosting (2 años)	\$ 180.00	\$ 15.00	Costo
Plugin	\$ 50.00	\$ 4.17	Costo
Equipamiento inicial (1 computadora)	\$ 800.00	\$ 66.67	Inversion
Equipamiento inicial (2 laptops)	\$ 1,700.00	\$ 141.67	Inversion
CANVAS	\$ 100.00	\$ 8.33	Costo
Contenido (fotografía, videos, etc.)	\$ 300.00	\$ 25.00	Costo
Sueldos para los socios	\$ 18,000.00	\$ 1,500.00	Gasto
Asesoría legal	\$ 500.00	\$ 41.67	Gasto
Transporte por venta	\$ 500.00	\$ 41.67	Gasto
Pasaje y viáticos	\$ 1,000.00	\$ 83.33	Gasto
Correos institucionales	\$ 500.00	\$ 41.67	Costo
Plan de línea telefonica	\$ 800.00	\$ 66.67	Gasto
Publicidad y promoción	\$ 5,000.00	\$ 416.67	Gasto
Mantenimiento de activos	\$ 600.00	\$ -	Costo
Depreciación	\$ 150.00	\$ 12.50	Gasto
Personal de venta	\$ 3,600.00	\$ 300.00	Gasto
Comisión	\$ 875.00	\$ 72.92	Gasto

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Se presenta las fuentes de financiamiento del plan de inversión:

Tabla 17

Detalle de fuentes de financiamiento

Fuente de Financiación	Monto (\$)
Fondos Propios	1,500.00
Préstamo Bancario	5,680.00
Total, Financiación	7,180.00

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Detalles del préstamo:

Cantidad solicitada (préstamo): \$5,680

Número de cuotas: 36

Interés anual: 8.00%

Cuota mensual: \$177.99

Tabla 18

Amortización de préstamo bancario

N° de Cuota	Importe de la Cuota	Interés	Principal	Saldo
0		\$5,680.00		
1	\$177.99	\$37.87	\$140.12	\$5,539.88
2	\$177.99	\$36.93	\$141.06	\$5,398.82
3	\$177.99	\$35.99	\$142.00	\$5,256.82
4	\$177.99	\$35.05	\$142.95	\$5,113.87
5	\$177.99	\$34.09	\$143.90	\$4,969.98
6	\$177.99	\$33.13	\$144.86	\$4,825.12
7	\$177.99	\$32.17	\$145.82	\$4,679.30
8	\$177.99	\$31.20	\$146.80	\$4,532.50
9	\$177.99	\$30.22	\$147.77	\$4,384.73
10	\$177.99	\$29.23	\$148.76	\$4,235.97
11	\$177.99	\$28.24	\$149.75	\$4,086.22
12	\$177.99	\$27.24	\$150.75	\$3,935.47
13	\$177.99	\$26.24	\$151.75	\$3,783.71
14	\$177.99	\$25.22	\$152.77	\$3,630.95
15	\$177.99	\$24.21	\$153.78	\$3,477.16
16	\$177.99	\$23.18	\$154.81	\$3,322.35
17	\$177.99	\$22.15	\$155.84	\$3,166.51
18	\$177.99	\$21.11	\$156.88	\$3,009.63
19	\$177.99	\$20.06	\$157.93	\$2,851.71
20	\$177.99	\$19.01	\$158.98	\$2,692.73
21	\$177.99	\$17.95	\$160.04	\$2,532.69
22	\$177.99	\$16.88	\$161.11	\$2,371.58
23	\$177.99	\$15.81	\$162.18	\$2,209.40
24	\$177.99	\$14.73	\$163.26	\$2,046.14
25	\$177.99	\$13.64	\$164.35	\$1,881.79
26	\$177.99	\$12.55	\$165.45	\$1,716.35
27	\$177.99	\$11.44	\$166.55	\$1,549.80
28	\$177.99	\$10.33	\$167.66	\$1,382.14
29	\$177.99	\$9.21	\$168.78	\$1,213.36
30	\$177.99	\$8.09	\$169.90	\$1,043.46
31	\$177.99	\$6.96	\$171.03	\$872.43
32	\$177.99	\$5.82	\$172.17	\$700.25
33	\$177.99	\$4.67	\$173.32	\$526.93
34	\$177.99	\$3.51	\$174.48	\$352.45
35	\$177.99	\$2.35	\$175.64	\$176.81
36	\$176.81	\$1.18	\$175.63	\$0.00

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.8.3. Plan de estructura de costos

Tabla 19

Distribución de Costos, Gastos E Inversión

Detalle	Costo Estimado anual	Costo mensual
Costo	\$ 1,730.00	\$ 144.17
CANVAS	\$ 100.00	\$ 8.33
Dominio y hosting (2 años)	\$ 180.00	\$ 15.00
Plugin	\$ 50.00	\$ 4.17
Contenido (fotografía, videos, etc.)	\$ 300.00	\$ 25.00
Correos institucionales	\$ 500.00	\$ 41.67
Mantenimiento de activos	\$ 600.00	\$ 50.00
Gasto	\$ 30,925.00	\$ 2,577.08
Asesoría legal	\$ 500.00	\$ 41.67
Diseño y desarrollo web	\$ 500.00	\$ 41.67
Sueldos para los socios	\$ 18,000.00	\$ 1,500.00
Transporte por venta	\$ 500.00	\$ 41.67
Pasaje y viáticos	\$ 1,000.00	\$ 83.33
Plan de línea telefonica	\$ 800.00	\$ 66.67
Publicidad y promoción	\$ 5,000.00	\$ 416.67
Depreciación	\$ 150.00	\$ 12.50
Personal de venta	\$ 3,600.00	\$ 300.00
Comisión	\$ 875.00	\$ 72.92
Inversion	\$ 2,500.00	\$ 208.33
Equipamiento inicial (1 computadora)	\$ 800.00	\$ 66.67
Equipamiento inicial (2 laptops)	\$ 1,700.00	\$ 141.67
Total general	\$ 35,155.00	\$ 2,929.58

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Costo por contrato mensual proyectado:

Tabla 20

Amortización del equipo.

Activo	Costo inicial (USD)	Valor residual (USD)	Depreciación anual (USD)	Depreciación mensual (USD)
Computadora (\$800)	\$ 800.00	\$ 560.00	\$ 48.00	\$ 4.00
Laptops (\$1,700)	\$ 1,700.00	\$ 1,190.00	\$ 102.00	\$ 8.50

\$ 150.00

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

3.8.4. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

Tabla 21

Análisis de rentabilidad

Punto de Equilibrio	Datos										
	Precio Venta PVu	Costo Variable CVu	Costo Fijo CF	Demanda (Q) Anual Qprod(unidad)	Participación = Qprod/Qtotal	Margen Contribución MCu=PVu-Cvu	M. Contrib. Ponderado MCP=%*Mcu	Punto de equilibrio		Precio Venta Ponderado	Costo variable Ponderado
								Qe Unidades= (CF/MCPT) * %	Ingreso \$= Qe*Pvu		
A	\$ 8.75	\$ 2.41	\$30,935.00	416	58%	\$ 6.34	\$ 3.70	842.29	\$ 7,370.07	\$ 5.11	\$ 1.41
B	\$32.50	\$ 2.39		210	29%	\$ 30.11	\$ 8.87	425.20	\$13,818.87	\$ 9.57	\$ 0.70
C	\$75.00	\$ 2.38		87	12%	\$ 72.62	\$ 8.86	176.15	\$13,211.45	\$ 9.15	\$ 0.29
Total				713	100%		\$ 21.43	1444	\$34,400.39	\$ 23.83	\$ 2.40

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

Tabla 22

Cuadro de análisis punto de equilibrio

Q	Ingreso (Q*PVpondTotal)	Cvariable (Q*CVPondTotal)	Cfijo	CT (CV + CF)	Utilidad (I - CT)
0	\$0.00	\$0.00	\$30,935.00	\$30,935.00	-\$30,935.00
150	\$3,574.50	\$360.00	\$30,935.00	\$31,295.00	-\$27,720.50
300	\$7,149.00	\$720.00	\$30,935.00	\$31,655.00	-\$24,506.00
450	\$10,723.50	\$1,080.00	\$30,935.00	\$32,015.00	-\$21,291.50
600	\$14,298.00	\$1,440.00	\$30,935.00	\$32,375.00	-\$18,077.00
750	\$17,872.50	\$1,800.00	\$30,935.00	\$32,735.00	-\$14,862.50
900	\$21,447.00	\$2,160.00	\$30,935.00	\$33,095.00	-\$11,648.00
1050	\$25,021.50	\$2,520.00	\$30,935.00	\$33,455.00	-\$8,433.50
1200	\$28,596.00	\$2,880.00	\$30,935.00	\$33,815.00	-\$5,219.00
1350	\$32,170.50	\$3,240.00	\$30,935.00	\$34,175.00	-\$2,004.50
1400	\$33,362.00	\$3,360.00	\$30,935.00	\$34,295.00	-\$933.00
1444	\$34,410.52	\$3,465.60	\$30,935.00	\$34,400.60	\$9.92
1500	\$35,745.00	\$3,600.00	\$30,935.00	\$34,535.00	\$1,210.00
1650	\$39,319.50	\$3,960.00	\$30,935.00	\$34,895.00	\$4,424.50
1800	\$42,894.00	\$4,320.00	\$30,935.00	\$35,255.00	\$7,639.00
1950	\$46,468.50	\$4,680.00	\$30,935.00	\$35,615.00	\$10,853.50
2100	\$50,043.00	\$5,040.00	\$30,935.00	\$35,975.00	\$14,068.00

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

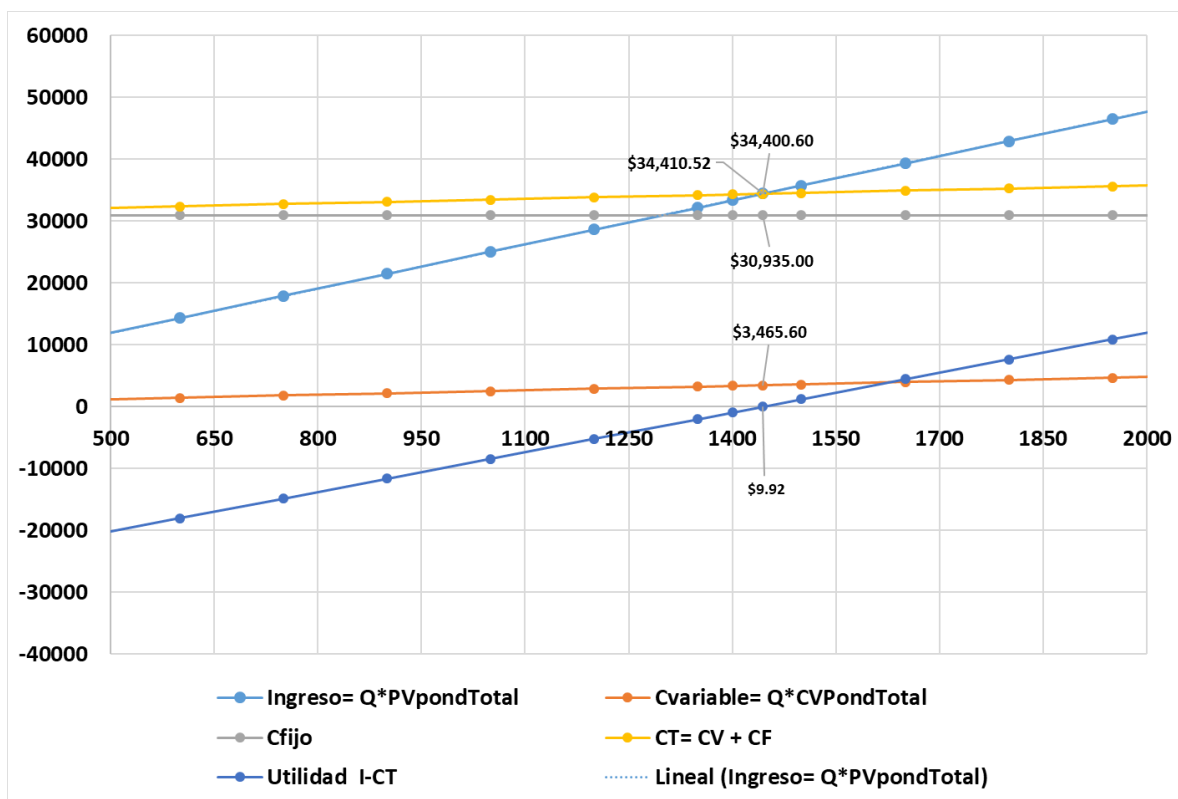


Figura 18 Grafica de punto de equilibrio multiproducto

Fuente: Elaboración propia Grupo 48-E

NOTA: de mantener el mismo nivel de crecimiento de ventas del primer año de operaciones (2025) se estaría alcanzando el punto de equilibrio óptimo para el mes de Enero del tercer año de operaciones (2027), siempre y cuando los niveles de ingresos, costos y gastos sean similares al del primer periodo, esta estimación se logra con los resultados más reservados en cuanto a crecimiento.

3.9 PLAN DE TRABAJO

a. Objetivos del Plan de Trabajo.

- Definir la visión, misión y objetivos del negocio, para desarrollar en sintonía el diseño del modelo de negocio y plataforma web.
- Desarrollar y complementar el servicio principal del modelo de negocio, en base a las necesidades del público objetivo.
- Realizar estudio de mercado para confirmar la factibilidad del modelo de negocio digital.
- Crear y ejecutar una campaña de marketing digital que atraiga tráfico y convierta las visitas en clientes.
- Definir y desarrollar sitio web optimizando los procesos y experiencias de usuarios.
- Implementar plan de pruebas pilotos y retroalimentación del sitio web para desarrollo de mejoras y nuevas estrategias de marketing.
- Controlar los tiempos y resultados de cada etapa del plan de trabajo plasmada en el cronograma de actividades.

b. Cronograma de actividades.

El presente cronograma se detalla las actividades realizadas y por realizar para la implementación de la plataforma digital del modelo de negocio.

Actividad	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Diseño conceptual de la plataforma digital	■	■	■													
Reunión con el asesor de programación				■												
Desarrollo inicial de funcionalidades					■	■										
Pruebas internas y ajustes técnicos							■									
Recolección de datos iniciales							■									
Análisis de mercado (PEST y Porter)					■	■										
Identificación de segmentos clave de usuarios						■	■									
Presentación del diagnóstico final								■	■							
Definición de estrategias de marketing digital						■	■	■	■							
Creación de contenido publicitario					■	■	■	■	■							
Campañas de pre-lanzamiento							■	■								
Lanzamiento de prueba									■	■						
Retroalimentación											■	■				
Promoción intensiva del servicio											■	■				
Lanzamiento oficial de la plataforma digital													■	■	■	■

3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN

Los indicadores son una herramienta de vital importancia en los negocios porque permiten evaluar las estrategias y acciones aplicadas en el proyecto para alcanzar los resultados esperados, a través de los indicadores se busca identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en las estrategias de marketing aplicadas.

Indicadores de medición

➤ Tasa de Conversión (Inquilinos o Propietarios de Habitaciones)

Este indicador consiste en medir el porcentaje de visitantes a la plataforma que realizan una acción deseada, como registrarse, publicar una habitación, o concretar un alquiler.

Forma de Cálculo:

$$Tasa\ de\ conversión = \left(\frac{Usuarios\ que\ completan\ la\ acción\ establecida}{Total\ de\ visitantes} \right) \times 100$$

➤ Costo de Adquisición de Cliente “CAC” (Inquilinos o Propietarios de Habitaciones)

Este indicador calcula cuánto cuesta adquirir un nuevo cliente en la plataforma, considerando gastos en marketing.

Forma de Cálculo:

$$Tasa\ de\ conversión = \left(\frac{Inversión\ total\ en\ Marketing}{Nuevos\ usuarios\ registrados} \right) \times 100$$

➤ Valor de Vida del cliente

Este indicador calcula el valor estimado de los ingresos que un cliente generará durante la gestión de cobros automáticos de la plataforma.

Forma de Cálculo:

$$CLV = Costo\ de\ alquiler\ promedio\ por\ cliente \times No\ de\ cobros\ por\ mes \times Duración\ de\ cobros$$

➤ **Engagement en Redes Sociales**

Este indicador evalúa la interacción de los usuarios con las publicaciones de la plataforma en redes sociales, incluyendo "me gusta", comentarios, y compartidos.

Forma de Cálculo:

$$\text{Engagement} = \left(\frac{\text{Interacciones totales}}{\text{Alcance total (Visualizaciones)}} \right) \times 100$$

➤ **Tiempo Promedio de Contratación**

Mide el tiempo que tarda un usuario en completar el proceso de alquiler desde que se registra hasta que concreta un contrato.

Forma de Cálculo:

$$\text{Tiempo promedio de contratación} = \left(\frac{\text{Suma del total de días que tardan todos los contratos}}{\text{Número de contratos cerrados en la plataforma}} \right) \times 100$$

CONCLUSIONES

La investigación demuestra que los factores que más afectan a los estudiantes y trabajadores temporales en San Salvador centro son: el costo del transporte que limita sus recursos económicos mensuales, los largos tiempos de desplazamiento y la falta de opciones de alojamiento económico que les permita establecerse temporalmente en San Salvador; por otro lado los propietarios de viviendas poseen problemas relacionados con la administración eficiente de sus inmuebles, desconocimiento de medios digitales para ofertar sus habitaciones y la falta de formalización de sus acuerdos al momento del alquiler. En ese sentido, YEKNEMILIS YRL se presenta como una solución que no solo busca solucionar esta problemática, sino también busca promover el uso de la tecnología para solucionar este problema mediante el uso de un modelo digital basado en un modelo P2P.

Además, como resultado de la investigación en la que analizamos la situación actual de los individuos objeto de estudio y como resultado el proyecto establece estrategias digitales para atraer propietarios de vivienda e inquilinos a la plataforma por medio del desarrollo de un sitio web, campañas de publicidad y marketing, así como la opción de generar contratos digitales, gestión de pagos en línea y medidas de seguridad para proteger la información de los usuario también es importante mencionar la amplia oferta de habitaciones de económicas, así como la flexibilidad de las condiciones de contratos de alquiler, tiempos de pagos y gestión de pagos digitales con comisiones razonadas a partir de la investigación.

RECOMENDACIONES

Dado que YEKNEMILIS YRL es una plataforma nueva se recomienda lo siguiente:

Realizar revisiones periódicas de mantenimiento que incluye la verificación del buen funcionamiento de los motores de búsquedas, filtros, diseño y la disponibilidad de las propiedades, la validación de precios asequibles para los inquilinos con especial atención en la seguridad, tales como las gestiones de las contraseñas y el acceso a los usuarios, la capacidad de la plataforma para manejar un crecimiento progresivo de usuarios.

Recopilar información de los usuarios acerca de sus gustos y preferencias de ubicación, precios, promociones a través de encuestas, comentarios en redes sociales o e-mail y analizar regularmente los comentarios de arrendadores e inquilinos a través de encuestas y valoraciones en todos los canales digitales.

Al ser un negocio nuevo, las estrategias publicitarias iniciales deben centrarse en posicionar la marca como una solución integral y segura para propietarios e inquilinos por medio de campañas en redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok.

Establecer alianzas con universidades y empresas de la zona metropolitana para referir a estudiantes y trabajadores hacia la plataforma, entre las estrategias se pueden incluir la difusión del sitio web a través de las redes sociales de las compañías y universidades aliadas, promover beneficios exclusivos por referencias del sitio web por medio de otros usuarios.

Una vez consolidada en San Salvador, realizar estudios para evaluar la viabilidad de escalar el modelo a otros municipios con alta demanda de alojamiento temporal entre los estudios se puede mencionar el análisis de la oferta y la demanda del municipio de desea expandir el uso de la plataforma, por medio de encuestas evaluar los gustos y preferencias de los usuarios de las zonas en las que desean alojamiento, evaluar la capacidad de respuesta del sitio web con el incremento de nuevos usuarios producto de la expansión.

REFERENCIAS

Libros

Avenía, C. A. (2017). *Fundamentos de seguridad informática*. Alfaomega.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Comportamiento del consumidor* (11.^a ed.). Pearson Educación.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing* (16.^a ed.). Pearson Educación.

El Salvador. (1991). *Código Civil de El Salvador*. Diario Oficial de la República de El Salvador.

El Salvador. (2005). *Ley de Protección al Consumidor*. Diario Oficial de la República de El Salvador.

El Salvador. (2016). *Ley Especial contra los Delitos Informáticos y Conexos*. Diario Oficial de la República de El

El Salvador. (2020). *Ley de Comercio Electrónico*. Diario Oficial No. 27, Tomo 426, 10 de febrero de 2020 (vigente desde el 10 de febrero de 2021).

Sitios Web

Redacción El Salvador. (2022, 9 de noviembre). *Precio de alquiler de viviendas sigue subiendo en El Salvador*. El Diario de Hoy.

<https://www.elsalvador.com/noticias/negocios/vivienda-precio-de-la-viviendas-alquiler-ministerio-el-salvador-pobreza-digestyc-/992859/2022/>

Universidad Veracruzana. (s. f.). *Tipos de investigación*. Universidad Veracruzana.

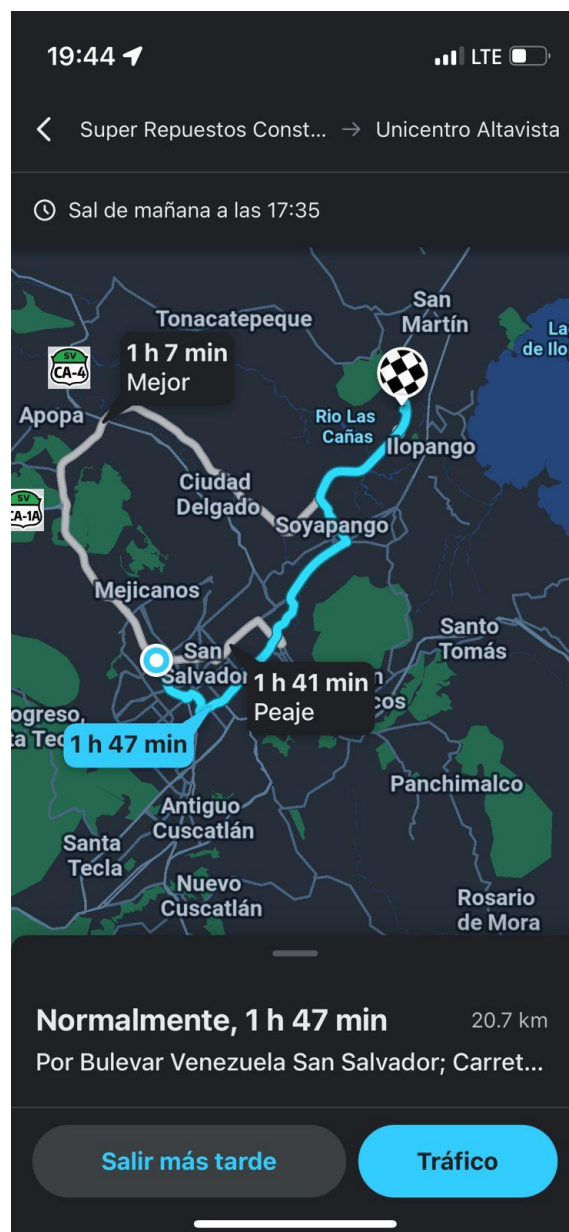
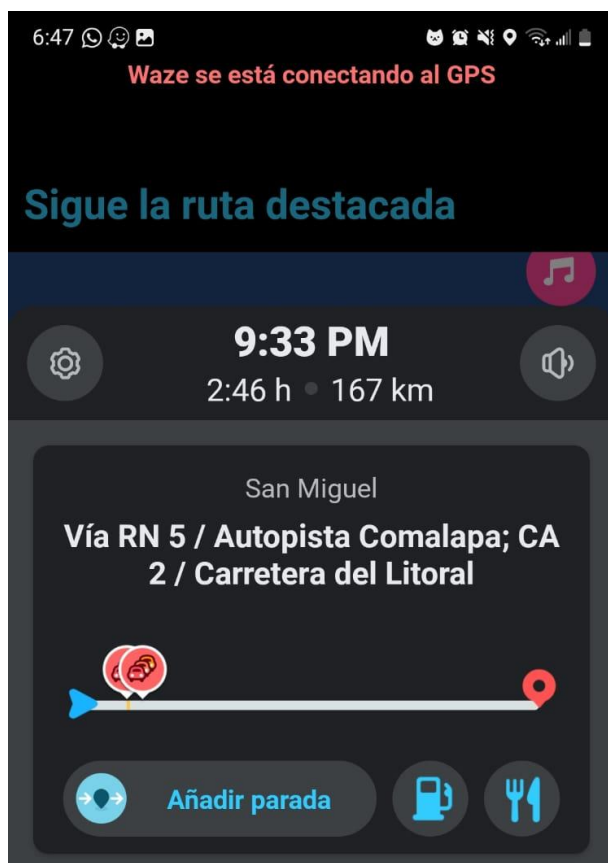
<https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>

Revista

García Puga, Y. (2023). El lienzo de modelo de negocios o modelo canvas: Herramienta para emprendedores. *Revista FAECO Sapiens*.

ANEXOS

Anexo 01 – Resultado en tiempo real del trafico/tiempo en WAZE y Google Maps.



5:14 LTE

Universidad de El Salvador

Metrocentro Santa Ana

1 h 27 — 1 d —

1 h 27 min (67 km)

La ruta más rápida debido al estado del tráfico

>> Vista previa Pasos Guardar

19:45 LTE

Super Repuestos C... → Metrocentro Santa Ana

Sal de mañana a las 17:47

1 h 27 Mejor

2 h 4 min

Normalmente, 2 h 4 min 62.1 km

Por RN 21 / Bulevar Monseñor Romero; Carr...

Salir más tarde Tráfico

Anexo 02 – Técnica de investigación Encuesta.

ENCUESTA PARA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y NECESIDADES DEL MODELO DE NEGOCIO "YEKNEMILIS YRL".

OBJETIVO: Conocer las necesidades que motivan a los estudiantes y/o trabajadores a viajar al municipio de San Salvador Centro para despeñar sus actividades, y así mismo poder obtener información eficiente sobre sus preferencia para desarrollar un modelo de negocio digital que nos permita solventar su problemática.

by18001@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿En qué departamento resides? *

¿Cuenta con vivienda propia? *

- Sí
- No

¿Trabaja o estudia cerca de su lugar de residencia? *

- Sí
- No

¿Trabaja o estudia en el municipio de San Salvador Centro? *

- Sí
- No

SECCIÓN 2 - DATOS GENERALES

Indicaciones: Elija y responda la respuesta que mas crea conveniente en cada una de las siguientes preguntas.

¿Qué edad tienes? *

- 18 - 20 años
- 21 - 25 años
- 26 - 30 años
- Más de 30 años

¿Cuál es tu rango salarial? *

- \$365.00
- \$366.00 - \$450.00
- \$451.00 - \$550.00
- \$550.00 o más

[Atrás](#)

[Siguiente](#)

[Borrar formulario](#)

SECCIÓN 3 - Preguntas específicas sobre las necesidades y preferencias.

Indicaciones: Elija y responda la respuesta que mas crea conveniente en cada una de las siguientes preguntas.

¿Cuál es tu motivo para movilizarte lejos de tu zona de residencia?

- Mejores ofertas academicas
- Mejores ofertas laborales
- Otro: _____

¿Cuánto es tu gasto diario de transporte desde tu lugar residencia hasta tu zona *
de trabajo y/o estudio?

- \$1.00 - \$2.00
- \$2.01 - \$3.00
- \$3.01 - \$4.00
- \$4.00 ó mas

¿En promedio, cuánto te tardas en ir y regresar de la ciudad de San Salvador *
hasta tu lugar de residencia?

- Menos de una 1 hora
- 1 - 2 horas
- 2 - 3 horas
- Más de 3 horas

¿Cuáles son las desventajas que enfrentas cuando viajas para estudiar o trabajar *
en el municipio de San Salvador Centro?

- Incomodidad en el viaje
- Altos costos de transporte
- Pocas horas de descanso
- Enfermedades leves
- Otro: _____

Si pudieras adquirir una habitación en alquiler en el municipio de San Salvador Centro, ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar mensualmente? *

- Menos de \$125.00
- \$125.00 - \$135.00
- \$136.00 - \$160.00
- más de \$160.00

¿Qué aspecto consideras mas importante al momento de elegir una habitación para alquilar? *

- Proximidad a la Universidad o Trabajo
- Precio
- Tamaño de la habitación
- Servicios todo incluido (Internet, seguridad, limpieza)

¿Qué tipo de contratos prefieres para alquilar una habitación? *

- Contrato Mensual
- Contrato corto plazo (menos de 6 meses)
- Contrato mediano plazo (6 meses a 1 año)
- Contrato largo plazo (más de 1 año)

¿Que tan importante es para usted, que la habitación este en una zona céntrica? *

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

¿Cuánto tiempo de anticipación necesita usted para empezar a buscar una habitación en alquiler? *

- Menos de 1 mes
- 1 - 2 meses
- 3 - 6 meses
- más de 6 meses

¿Qué tipo de convivencia prefieres es una casa compartida? *

- Con compañeros de estudio
- Con compañeros de trabajo
- Con personas de distintas ocupaciones
- No tengo preferencia

¿Qué tipo de servicio adicional te gustaría que tenga la habitación? *

- Limpieza
- Lavanderia
- Seguridad
- Parqueo
- Otro: _____

¿Qué problemas crees que te imposibilitan tomar un contrato de alquiler? *

- Condiciones del contrato
- Precio
- Problemas con el compañero de casa
- Condiciones de la habitación (estructura)

¿Qué tipo de flexibilidad esperas en el contrato de alquiler? *

- Alta flexibilidad (Ej. ingresar visita a la habitación)
- Moderada Flexibilidad (Ej. llegar altar horas de la noche con poco aviso)
- Sin preferencia de flexibilidad.

¿De qué manera te sueles enterar de ofertas de habitaciones en alquiler? *

- Sitios web
- Redes Sociales
- Agencias inmobiliarias
- Recomendaciones de familiares y amigos

¿Cuál de las siguientes redes sociales te ha servido para adquirir servicios o productos en línea? *

- Facebook
- Instagram
- Tiktok
- Twitter

¿Considera útil un sitio web que le permita adquirir un contrato de alquiler habitacional con gestión completamente en línea? *

- Sí
- No
- Tal vez

Atrás

Enviar

Borrar formulario

Anexo 03 – Instrumento de investigación Entrevista.

Entrevista de conocimiento del modelo de negocio de ventas de alquiler de bienes inmuebles (apartamento, casas y habitaciones)

Objetivo: La finalidad de esta entrevista es conocer cómo empresarios del sector de alquiler de departamentos, casas y habitaciones han desarrollado sus negocios. Se buscará profundizar en las estrategias de marketing utilizadas, los desafíos enfrentados, las tácticas que les permitieron superar obstáculos y cómo lograron el éxito en un mercado competitivo.

by18001@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Cuál es su nombre? *

Tu respuesta

¿Esta de acuerdo en que la información obtenida en la presente entrevista puede ser compartida en el trabajo de Especialización de grado "Modelo de Negocios Digitales YEKNEMLIS YRL"

- Sí
- No

1. ¿Cómo nació la idea de iniciar un negocio, qué factores en el mercado lo motivaron a dar el primer paso?

Tu respuesta

2. ¿Cuáles fueron los principales retos que enfrentaron al comenzar su empresa y cómo los superaron?

Tu respuesta

3. En sus primeros años, ¿cómo lograron atraer a sus primeros clientes? ¿Hubo alguna estrategia que resultó especialmente efectiva?

Tu respuesta

4. ¿Qué tipo de publicidad y estrategias de marketing utilizaron al inicio de su negocio? ¿Cómo han evolucionado estas estrategias con el tiempo?

Tu respuesta

5. ¿Qué papel juega el marketing digital en la promoción de sus propiedades y servicios hoy en día?

Tu respuesta

6. ¿Han implementado plataformas en línea o aplicaciones para facilitar el proceso de alquiler y reserva de sus propiedades? ¿Qué herramientas digitales consideran más efectivas?

Tu respuesta

7. ¿Han utilizado redes sociales como parte de su estrategia de marketing? ¿Qué plataformas les han resultado más beneficiosas y por qué?

Tu respuesta

8. ¿Cuáles han sido los principales desafíos al incorporar tecnologías digitales en su negocio, ya sea en la gestión de propiedades o en la interacción con los clientes?

Tu respuesta

9. Mirando hacia el futuro, ¿cómo ven la evolución del mercado de alquileres y el impacto de la digitalización en este sector? ¿Qué cambios anticipan en los próximos años?

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Anexo 04 – Audios de entrevista FOCUS-GROUP

https://drive.google.com/drive/folders/19pq17pcvbp5FBAJtx17A_W2TvsPY7MI?usp=sharing

Anexo 05 – Resultados de búsqueda grafica de marca en CNR.



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 02/09/2024
HORA: 20:08:29

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272961** CLASE: **36**

DISTINTIVO: **YEKNEMILIS YRL**

Clase: 03,05,07,08,09,10,11,14,16,18,20,21,24,25,28,35,36,37,38,41,42,44,45

Presentación	Fecha Sol.	Último Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20140205952 Distintivo	25/08/2014 2014137743	ST94 PHILIPS	00213	00301	02/03/2017	--	Koninklijke Philips N.V.	M01	26
Clase: 36									
19980007711 Distintivo	03/12/1998 1998007711	ST200 LINEA PREMIA	--	--	--	SALVADOREÑA	BANCO PROMERICA, SOCIEDAD ANONIMA - BANCO PROMERICA, S.A.	T01	37
20150219713 Distintivo	09/07/2015 2015144778	ST94 VILIA	00085	00278	08/04/2016	--	VILA ARAMBURÚ, ALFREDO	M01	30
20070101409 Distintivo	19/11/2007 2007071942	ST32 PREMIA	--	--	--	--	BANCO UNO, SOCIEDAD ANONIMA - BANCO UNO, S.A.	T01	29
20170259431 Distintivo	01/11/2017 2017164733	ST94 AHORRO PREMIO	00205	00334	30/07/2018	--	BANCO AZUL DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA - BANCO AZUL DE EL SALVADOR, S.A.	T01	28
20110154506 Distintivo	14/07/2011 2011111232	ST94 CREDILISTO	00151	00193	04/09/2012	--	GMG NICARAGUA, SOCIEDAD ANONIMA - GMG NICARAGUA, S.A.	T01	28
20140204442 Distintivo	22/07/2014 2014136978	ST94 VISA INTELLILINK	00110	00251	26/05/2015	--	VISA INTERNATIONAL SERVICE ASSOCIATION	T01	26
20220335997 Distintivo	09/03/2022 2022203195	ST94 WEMIX	00021	00430	26/09/2022	--	Wemade Co., Ltd	T01	26
20100145819 Distintivo	16/12/2010 2010106337	ST94 LIFEMILES	00155	00170	29/06/2011	--	LifeMiles Ltd.	M01	26
20130183845 Distintivo	07/05/2013 2013126673	ST94 FOSOFAMILIA	00205	00221	18/11/2013	--	FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA - FOSOFAMILIA	M01	26
20160239128 Distintivo	07/09/2016 2016154869	ST94 ALPHA MOBILIS	00152	00303	27/03/2017	--	PRAXIS SISTEMAS ADMINISTRATIVOS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PRAXIS SISTEMAS ADMINISTRATIVOS, S. A DE C.V.	T01	25
20130193185 Distintivo	27/11/2013 2013131873	ST94 BI PREMIUM	00024	00256	10/08/2015	--	BANCO INDUSTRIAL EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA - BANCO INDUSTRIAL, S.A.	M01	25



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 02/09/2024

HORA: 20:08:29

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272961**

CLASE:

36

DISTINTIVO:

YEKNEMILIS YRL