

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: LANGUAGES AND U

PRESENTADO POR:

NALLELY FABIOLA FIGUEROA MANZANO	L10804-2004
NELSON EDUARDO SIGARAN RODRIGUEZ	L10804-2004
ROSA YAMILETH ROQUE ASCENCIO	L10804-2004

OCTUBRE 2025

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARÍN
COORDINADOR GENERAL DE MAJ. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA
PROCESOS DE GRADO:

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR DE PROCESOS DE LIC. JULIO ALBERTO GARCÍA HERNÁNDEZ
GRADO DE LA ESCUELA:
DOCENTE ASESOR LICDA. LAURA EVELYN MARTINEZ PERAZA
TRIBUNAL EVALUADOR: LICDA. LAURA EVELYN MARTINEZ PERAZA
LIC. DANIEL MAURICIO VILLACORTA
HERNANDEZ
MAJ. RONALD EDGARDO GALVEZ RIVERA

OCTUBRE 2025

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por darme la oportunidad y la fortaleza de llegar hasta este momento de alcanzar este logro significativo en mi vida a mi mamá Morena Manzano por su amor incondicional y por ser mi apoyo más grande en todos los aspectos de mi vida, a mi hermano Héctor Manzano y a mi demás familia en general que han sido un pilar fundamental para mí porque siempre han estado apoyándome y animándome cuando más lo he necesitado a mis compañeros y amigos de la carrera por el apoyo profesional y personal en todo momento y a cada una de las personas que se cruzó en mi camino en todo este tiempo y que de alguna u otra manera siempre estuvieron para mí, desde el fondo de mi corazón, gracias.

NALLELY FABIOLA FIGUEROA MANZANO

En este momento tan importante de mi vida agradezco a Dios por darme la perseverancia y la sabiduría para llegar al final de este proceso, a mis padres Carlos Asisclo Roque Flores y Maritza Marisol Ascencio por darme el apoyo moral, la confianza y creer en mí. A tía Yenny Ascencio que ha sido el pilar fundamental en mi vida y mi ejemplo a seguir, a mi abuela Rosa Ascencio que siempre ha estado para mí y a mi compañero de vida Cristian Mineros por su amor, apoyo incondicional y motivarme a seguir adelante. Mi hija que ha sido mi fuerza y motivación. A mi compañera y amiga Nallely Manzano por ser parte de este proceso académico, de aprendizaje y crecimiento personal. A cada una de las personas que me han brindado conocimientos enriquecedores a mi desarrollo profesional y académico gracias.

ROSA YAMILETH ROQUE ASCENCIO

Primeramente, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, quien me ha guiado y fortalecido en cada paso de este camino, a mis padres Nelson Sigaran y Mirna de Sigaran por ser mi pilar y por inculcarme valores y enseñarme la importancia del esfuerzo y dedicación, su amor, sacrificio y consejos han sido mi mayor motivación para seguir adelante. A mi familia quienes con su palabra de aliento fueron un apoyo incondicional, a mi novia Samantha Peraza por impulsarme a dar lo mejor de mí, incluso en los momentos más complicados y a mis amigos quienes me escucharon y motivaron a nunca rendirme, por su amor y confianza, este momento no habría sido posible. ¡Gracias infinitas!

NELSON EDUARDO SIGARAN RODRIGUEZ

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCION	ii
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.1.1 Antecedentes	1
1.1.2 Descripción	2
1.1.3 Formulación	3
1.1.4 Enunciado del problema	3
1.2. Delimitación	4
1.2.1 Teórica	4
1.2.2 Geográfica	4
1.2.3 Temporal	4
1.3. Justificación	5
1.3.1 Justificación del proyecto	5
1.3.2 Novedad	5
1.3.3 Relevancia	6
1.3.4 Utilidad Social	6
1.4. Objetivos	7
1.4.1 General	7
1.4.2 Específicos	7
1.4.3 Objetivos de investigación	7
1.5 Marco Teórico	8
1.5.1 Histórico	8
1.5.2 Conceptual	14
1.5.3 Legal	22
1.6 Tipo de modelo de negocio digital	25
1.6.1 Descripción del modelo de negocio digital	25
1.6.2 Factibilidad del modelo de negocio digital	26
1.6.3 Propuesta de valor diferenciadora	26
CAPITULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27

2.1 Metodología de la investigación	27
2.1.1 Generalidades	27
2.1.2 Enfoque	28
2.1.3 Población	28
2.1.4 Muestra	29
2.1.5 Tipo de investigación	29
2.1.6 Fuentes de información	30
2.1.7 Generalidades de los instrumentos de recolección de datos	31
2.1.8 Presentación de resultados	35
2.2 Diagnóstico de la situación actual	53
2.2.1 Canvas	53
2.2.2 FODA	56
2.2.3 Fuerzas de Michael Porter	57
2.2.4 PESTEL	59
2.3 Conclusiones del diagnóstico	64
CAPITULO III PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIO	66
3.1 Descripción del negocio	66
3.1.1 Nombre del negocio	66
3.1.2 Información general del negocio	66
3.2 Marco estratégico	67
3.2.1 Misión	67
3.2.2 Visión	67
3.2.3 Valores	67
3.2.4 Objetivos	68
3.2.5 Metas	69
3.3 Descripción de los productos y servicios	69
3.3.1 Prototipos/Descripción general	72
3.4 Ventaja Competitiva	73
3.5 Plan organizacional	74
3.5.1 Objetivos del plan organizacional	74
3.5.2 Estructura organizativa de la empresa	74

3.5.3 Organización de gestión y recursos humanos	75
3.5.4 Proceso administrativo	76
3.5.5 Identificación y características de recursos humanos	80
3.6 Plan de mercadeo	83
3.6.1 Objetivos del plan de mercadeo	83
3.6.2 Resultado de la investigación de mercado	83
3.6.3 Marketing mix digital	93
3.6.4 Estrategias de marketing mix digital	95
3.7 Plan de ventas	97
3.7.1 Objetivos del plan de ventas.	97
3.7.2 Proyección de ventas (1 año)	97
3.8 Plan financiero	99
3.8.1 Objetivos del plan financiero	99
3.8.2 Plan de inversión	100
3.8.3 Estructura de costos	100
3.8.4 Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio	102
3.9 Plan de trabajo	104
3.9.1 Objetivos del plan de trabajo	104
3.9.2 Cronograma de actividades	105
3.10 Indicadores de medición	106
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	108
REFERENCIAS	109
ANEXOS	112

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Herramienta de medición	80
Tabla 2 Estrategias de Marketing Mix 7P'S	95
Tabla 3 Estrategias de Marketing Mix 4C'S	96
Tabla 4 Proyección de ventas en unidades	98
Tabla 5 Proyección de ventas en dólares	99

Tabla 6 Plan de inversión	100
Tabla 7 Estructura de costos	100
Tabla 8 Presupuesto de efectivo	101
Tabla 9 Estado de resultados	101
Tabla 10 Balance general	102
Tabla 11 Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio	102
Tabla 12 Punto de equilibrio	103
Tabla 13 Análisis del punto de equilibrio en unidades y monto	103
Tabla 14 Cronograma de actividades	105

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diseño de cuestionario	32
Figura 2 Diseño de Cuestionario	33
Figura 3 Diseño de cuestionario	34
Figura 4 Gráfico pregunta 1	35
Figura 5 Gráfico pregunta 3	37
Figura 6 Gráfico pregunta 4	38
Figura 7 Gráfico pregunta 5	39
Figura 8 Gráfico pregunta 6	40
Figura 9 Gráfico pregunta 7	41
Figura 10 Gráfico pregunta 8	42
Figura 11 Gráfico pregunta 9	43
Figura 12 Gráfico pregunta 10	44
Figura 13 Gráfico pregunta 11	45
Figura 14 Gráfico pregunta 12	46
Figura 15 Gráfico pregunta 13	47
Figura 16 Gráfico pregunta 14	48
Figura 17 Gráfico pregunta 15	49
Figura 18 Gráfico pregunta 16	50
Figura 19 Gráfico pregunta 17	51
Figura 20 Gráfico pregunta 18	52
Figura 21 Modelo Canvas	53
Figura 22 Análisis FODA	56
Figura 23 Fuerzas Michael Porter	57
Figura 24 Análisis PESTEL	59
Figura 25 Logo Languages and U	66
Figura 26 Descripción de productos y servicios	69
Figura 27 Clasificación de servicios	71
Figura 28 Prototipo de la plataforma digital	72
Figura 29 Estructura organizativa Languages and U	74

Figura 30 Organización de gestión	75
Figura 31 Flujo de planeación	76
Figura 32 Flujo de organización	77
Figura 33 Flujo de dirección	78
Figura 34 Flujo de control	79
Figura 35 Gráfico 1 Investigación de mercado	84
Figura 36 Gráfico 2 Investigación de mercado	85
Figura 37 Gráfico 3 Investigación de mercado	85
Figura 38 Gráfico 4 Investigación de mercado	86
Figura 39 Gráfico 5 Investigación de mercado	86
Figura 40 Gráfico 6 Investigación de mercado	87
Figura 41 Gráfico 7 Investigación de mercado	87
Figura 42 Gráfico 8 Investigación de mercado	88
Figura 43 Gráfico 9 Investigación de mercado	88
Figura 44 Gráfico 10 Investigación de mercado	89
Figura 45 Gráfico 11 Investigación de mercado	89
Figura 46 Gráfico 12 Investigación de mercado	90
Figura 47 Gráfico 13 Investigación de mercado	90
Figura 48 Gráfico 14 Investigación de mercado	91
Figura 49 Gráfico 15 Investigación de mercado	91
Figura 50 Gráfico 16 Investigación de mercado	92
Figura 51 Gráfico 17 Investigación de mercado	92
Figura 52 7P'S Marketing Mix	93
Figura 53 4C'S Marketing Mix	94

RESUMEN EJECUTIVO

Languages and U es un modelo de negocio 100% digital, el cual su funcionamiento es por medio de una plataforma tecnológica para la prestación del servicio e interactuar entre sí, en este caso una plataforma digital creada principalmente para fines académicos del trabajo de especialización de modelo de negocios digitales que se basa en brindar los servicios de traducciones de diferentes idiomas como: español, inglés, francés, italiano, alemán y mandarín, pero principalmente busca diferenciarse por ser una plataforma digital con inclusión es por ello que se ha agregado la interpretación del lenguaje de señas para que las personas con discapacidades auditivas tengan la oportunidad de tener una mejor comunicación.

El mercado objetivo del negocio son las personas de 18 a 40 años de edad del área del departamento de San Salvador, esperando en un futuro abarcar más mercado.

Se busca satisfacer las necesidades específicas de cada uno de los usuarios de la plataforma digital, brindando traducciones de calidad y precisas.

Se han seguido una serie de pasos para poder conocer muchas cosas acerca del negocio, principalmente iniciando con el planteamiento del problema para poder describir de una mejor manera de donde viene la idea de la creación de este negocio y de que trata, se ha realizado una investigación a través de una encuesta para determinar de una manera más precisa la opinión de los demás acerca de la creación de esta plataforma digital de los servicios de traducciones y traducción del lenguaje de señas, seguidamente se han establecido fundamentos importantes acerca de un negocio como objetivos y metas que se esperan lograr y los planes para que este se lleve a cabo y logre tener la mejor aceptación por los usuario.

INTRODUCCION

La comunicación a lo largo de la historia es fundamental para la vida del ser humano y la diferencia de idiomas no es impedimento para poder hacerlo no solo a personas sino también a empresas y ahora en día brindar el servicio de traducción en idiomas a personas o empresas es un servicio profesional y en Languages and se brinda el servicio de traducción a diferentes idiomas y entre ellos lenguaje en seña. Se pretende que las personas se motiven siendo parte de la inclusión al momento de brindar mensajes a las personas con discapacidad auditiva ya que ellos también necesitan ser parte de todo y ser tomados en cuenta y así que puedan entender los mensajes.

En el presente trabajo de investigación se desarrolla la idea de negocio digital que busca brindar un servicio de traducción confiable a través de una plataforma digital accesible y sobre todo inclusivo. En Este modelo de negocio se proyecta no solo traducciones a idiomas si no también abordar el desafío de traducciones al lenguaje de señas innovando e incluyendo a personas que tengan esta discapacidad y puedan tener un acceso sin complicaciones.

En esta investigación el propósito es conocer y analizar el desafío de las necesidades de traducciones a idiomas y al lenguaje de señas, así como las variantes que imposibilitan la inclusión en el área de traducción. Languages and U busca innovar y que las personas particulares puedan brindar mensajes del lenguaje en seña a personas con problemas auditivos, así como también lograr una comunicación en diferentes idiomas.

CAPITULO I PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA ENCONTRADA

El primer capítulo para el negocio digital Languages and U está determinado por factores de importancia para la investigación del proyecto, donde se describen el planteamiento del problema que está conformado por los antecedentes, descripción, formulación y enunciado del problema así mismo está compuesto por la delimitación del problema y un marco teórico orientado en el contexto histórico, conceptual y legal.

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Antecedentes

La traducción es un arte que ha tenido su evolución a través del tiempo y que ha hecho un papel elemental en la comunicación de personas de diferentes idiomas y culturas.

En el pasar de los años, la traducción ha sido una actividad reconocida y ha sido considerada como una habilidad especial.

La traducción oral y escrita ha existido siempre, con la llegada de la era digital y avances tecnológicos se ha vuelto una parte sustancial para que las personas superen las barreras idiomáticas y de las dificultades auditivas.

Actualmente, hay una ascendente demanda de traducciones en las plataformas digitales, ya que se pueden obtener traducciones rápidas, precisas y profesionales.

En vista del auge de la búsqueda de traducciones en los medios digitales en el país y el derecho de las personas con problemas auditivos de ser incluidas en la sociedad, se ha reconocido el interés de una plataforma digital que ofrezca el servicio de traducciones de cualquier índole ya sean: documentos, videos,

subtítulos, doblajes, transcripción e interpretación de contenido audiovisual, material educativo, pódcast, también usuarios que solicitan traducciones en tiempo real para conferencias, eventos en vivo, transmisiones en vivo y capacitaciones en diferentes idiomas; recalcando la importancia de un entorno inclusivo debido a que las personas con problemas auditivos en el país enfrentan desafíos y esperan superar los obstáculos y necesitan que su lenguaje de señas sea traducido e incluido, ya que existe una dificultad para comprender ciertos mensajes transmitidos a través de contenidos, es por esto, que se busca que estén incluidos también en diversos sectores de traducciones.

1.1.2 Descripción

El modelo de negocio digital "Languages and U" consiste en una plataforma digital creada para usuarios que deseen traducciones de los servicios que se ofrecerán, dentro de ellos están: Documentos, videos, subtítulos, doblajes, interpretación de contenido audiovisual, material educativo, pódcast, también usuarios que solicitan traducciones en tiempo real para conferencias, eventos en vivo, transmisiones en vivo y capacitaciones todo esto por medio de un negocio digital en diferentes idiomas que ofrecerá la plataforma digital como: Español, Inglés, Francés, Italiano, Alemán y Mandarín y traducciones del lenguaje de señas.

Las traducciones en tiempo real como: Eventos en vivo, transmisiones en vivo, conferencias y las capacitaciones serán ejecutadas por los traductores de la plataforma digital que serán los encargados de hacer las traducciones en tiempo real.

Los usuarios que previamente se han registrado y adquirido una suscripción tendrán la oportunidad de seleccionar a los traductores capacitados que serán los encargados de brindar los servicios que el usuario

solicite quienes tendrán que registrarse previamente en la página web donde abrirán su perfil con su información personal que sea visible públicamente.

Además, adaptando esta plataforma digital para ser inclusiva debido a que se desea que las personas con problemas auditivos tengan la oportunidad de comprender mejor ciertos mensajes transmitidos, es por ello que se agrega la traducción del lenguaje de señas, tomando en cuenta que este es un idioma.

1.1.3 Formulación

¿Cómo impactaría a los demás el uso del lenguaje de señas en la publicidad u otras interpretaciones?

¿Qué tan importante es para los demás la inclusión en El Salvador?

¿Qué tan fácil y confiable es encontrar traducciones de otros idiomas en El Salvador?

¿Cuál es la demanda actual de los servicios de traducciones en El Salvador?

¿Cuáles son los idiomas más demandados para la traducción en el mercado salvadoreño?

¿Qué tan demandante es la inclusión auditiva en servicios de traducción en El Salvador?

¿Se consideran accesibles los precios de traducciones en El Salvador?

1.1.4 Enunciado del problema

La falta de servicios de traducción accesibles en general y los servicios de traducción que son diseñados para personas con problemas auditivos representa una barrera significativa en la comunicación. El estudio pretende conocer la importancia de contar con una plataforma digital confiable e inclusiva para realizar traducciones en El Salvador.

1.2. Delimitación

1.2.1 Teórica

La investigación del modelo de negocio digital estará delimitada de manera teórica basada en el fundamento de libros, trabajos de investigación, artículos, monografías, sitio grafías y todo lo que exprese una contribución de información importante y que tengan un enfoque en la presente investigación orientada en traducciones generales y traducciones del lenguaje de señas que ayude a desarrollar de una mejor manera el proyecto.

1.2.2 Geográfica

El estudio tendrá una delimitación geográfica, los límites geográficos de la investigación incluirán el departamento de San Salvador, El Salvador.

Se ha delimitado solo el área del departamento de San Salvador porque al ser un negocio nuevo permite tener un mayor enfoque en esta área específica para analizarla de una mejor manera para efectos de la investigación y también ayudará a optimizar recursos. Esperando tener mayor aceptación y así poder abarcar otras áreas.

1.2.3 Temporal

El estudio de la investigación y el desarrollo de la idea de negocio digital se llevarán a cabo en un periodo contemplado a partir del mes de julio hasta el mes de noviembre del año 2024.

1.3. Justificación

1.3.1 Justificación del proyecto

El presente estudio de investigación está enfocado en la importancia de encontrar una plataforma digital donde se puedan realizar traducciones generales, confiables e inclusivas. Nace de la necesidad de fomentar la traducción de diferentes idiomas y la inclusión del lenguaje de señas, en un entorno adaptado a las nuevas tecnologías debido a los cambios significativos de los negocios en internet y que hoy en día un negocio digital permite ser más accesible para los usuarios.

El propósito es brindar servicios de traducción que faciliten la comunicación tanto en otros idiomas como en el lenguaje de señas para permitir que las personas con estos problemas auditivos tengan la oportunidad de comprender de una mejor manera ciertos mensajes que vayan adaptados a su lenguaje, por tal motivo Languages and U, surge como una respuesta a estas necesidades ofreciendo accesibilidad y eficiencia en la traducción.

1.3.2 Novedad

La idea está en crear una plataforma digital que permita a los usuarios tener de manera accesible en un espacio digital donde las traducciones, ya sea de documentos, vídeos, subtítulos, doblajes, transcripción e interpretación de contenido audiovisual, material educativo, pódcast en diferentes idiomas, también traducciones que puedan ser ejecutadas en tiempo real para eventos en vivo, conferencias, transmisiones en vivo y capacitaciones.

Así mismo, crear una plataforma digital donde se tenga la inclusión con las personas con problemas auditivos, dado que también integra traducciones al lenguaje de señas para que estas personas tengan una mejor comprensión de los mensajes transmitidos, asegurando resultados consistentes y confiables para los usuarios.

1.3.3 Relevancia

La comunicación entre las personas que hablan diferentes idiomas es vital tanto en el ámbito personal como en el profesional y existe un ascenso en la demanda de traducciones no solo de texto, sino que también faciliten las traducciones en tiempo real.

Permite fácil accesibilidad debido a que es un negocio digital y aprovecha los avances tecnológicos en la actualidad, favorece a los usuarios a contactar con traductores especializados en los diferentes idiomas y que las personas con discapacidad auditiva puedan obtener mensajes traducidos al lenguaje de señas, también contribuye a la inclusión y facilita la comunicación efectiva.

1.3.4 Utilidad Social

Este modelo de negocio digital ofrece la oportunidad laboral para diferentes personas interesadas en realizar trabajos de traducción en diferentes idiomas y las personas que sepan el lenguaje de señas y deseen traducir lo que los usuarios necesiten y así los traductores puedan generar ingresos.

Posibilita que las personas con problemas auditivos tengan la misma oportunidad de traducción de mensajes igual que el resto de la sociedad, eliminando de esta manera las barreras de comunicación, facilitando la inclusión en la vida cotidiana, que puedan participar plenamente en la era digital y favoreciendo a que el contenido digital sea más accesible para todos.

1.4. Objetivos

1.4.1 General

Desarrollar una plataforma digital, donde las personas puedan buscar opciones de traducción de diferentes idiomas y de lenguaje de señas que facilite la comunicación y la accesibilidad lingüística, mediante el uso de la era digital.

1.4.2 Específicos

- Diseñar una plataforma digital que facilite la accesibilidad y confiabilidad de las traducciones.
- Ofrecer servicios de traducción que abarquen una variedad de idiomas para satisfacer las diferentes necesidades de la audiencia.
- Permitir que personas con discapacidad auditiva tengan acceso a contenido traducido en su lenguaje para una mejor comprensión en los mensajes transmitidos.

1.4.3 Objetivos de investigación

General: Analizar con profundidad a través de la investigación la viabilidad que tiene en el país desarrollar un modelo de negocio digital de traducciones e interpretación del lenguaje de señas.

Específicos:

- Identificar la demanda que puede llegar a tener el modelo de negocio digital Languages and U.
- Evaluar la aceptación de una plataforma digital dedicada a la traducción de diferentes idiomas y la interpretación del lenguaje de señas en El Salvador.
- Explorar las limitaciones que podrían existir al momento de optar por el modelo de negocios Languages and U.

1.5 Marco Teórico

1.5.1 Histórico

Antecedentes de los negocios digitales

El inicio de los primeros negocios digitales fue en los años 90's cuando empezó el auge del internet, las empresas empezaron a abrir sus páginas web que les dejaba ofrecer y vender sus productos y servicios.

En esa época, la presencia de las tiendas en línea y la viabilidad de hacer transacciones en línea eran los avances más grandes y notorios.

Las primeras conexiones a internet eran tardadas y poco seguras en aquel momento.

Para obtener presencia en línea había que invertir una alta cantidad de dinero para la creación de un sitio web lo cual hacía limitado la entrada a este mundo de los negocios digitales solamente para empresas establecidas y más grandes.

Pero cuando tecnología fue mejorando se fue volviendo más accesible el comercio electrónico que se puede extender y así fue como en los años 2000 aumento la popularidad de las tiendas en línea y las empresas usaban este método para llegar a más clientes y abarcar más mercado.

Antecedentes del comercio electrónico

La venta por catálogos fue importante para la aparición del comercio electrónico en 1920.

Este nuevo modelo de venta permitía vender el producto por primera vez sin necesidad de observarlo físicamente. Los usuarios podían visualizar las características del producto mediante fotos ilustrativas y realizar sus compras sin necesidad de desplazarse al punto de venta físico.

En el año de 1980 se logró mejorar las ventas por catálogo, ya que se usaba la televisión para poder mostrar y ofertar sus productos y que las personas tuvieran la oportunidad de realizar la compra llamando al número que se podía ver en la pantalla.

La mejoría del internet fue importante y un gran avance para la historia del comercio electrónico.

La venida de la world wide web y la creación de las primeras páginas web, ayudaron a que los usuarios pudieran tener acceso a conocer nuevas marcas y hacer compras por internet.

En la década de 1990 hubo portales exclusivos para vender un gran número de productos de diferentes categorías.

El Salvador tiene una base ya desarrollada para el comercio electrónico y el potencial para desarrollarlo aún más: la mayoría de la población es joven y una considerable cantidad de la población tiene acceso a internet.

El comercio entre empresa y consumidores (B2C) es la forma de comercio en línea que más prevalece en El Salvador. A raíz de la pandemia, los principales centros comerciales y tiendas del país, que no solían usar medios electrónicos para sus ventas, reforzaron sus plataformas (o usaron plataformas de terceros) y habilitaron compras en línea con la modalidad de pick up o delivery.

Los consumidores luego de dos años de confinamiento se han habituado a estos procedimientos, el consumidor promedio salvadoreño usa páginas web, redes sociales y Apps de plataforma de elección múltiple para realizar compras por internet. Son también utilizadas las plataformas de ventas de consumidor a consumidor, como Mercado Libre.

Antecedentes de sitio web

El inicio de la web fue en 1989 creada por Tim Berners- Lee buscaba una forma de compartir información y documentos de manera eficiente entre científicos de todo el mundo. Así nació la idea de un sistema hipertextual basado en internet.

En el año de 1991 Lee presento el primer servidor web. Estos documentos, llamados páginas web, estaban escritos en un lenguaje llamado HTML (HyperText Markup Language), que proporcionaba la estructura básica de la información.

A mitad de la década de 1990 la web se logró convertir en un medio importante para las transacciones comerciales. El desarrollo del comercio electrónico fue rápido, y permitía a las empresas vender productos y servicios en línea.

Con la llegada de los teléfonos inteligentes, la web dio inicio a una nueva era: la web móvil era más fácil para los usuarios acceder a la web en cualquier lugar y en cualquier momento.

Esto llevo al desarrollo de sitios web y aplicaciones móviles que se iban adaptando a las necesidades de los nuevos usuarios móviles.

Para septiembre del año 1994, algunas universidades junto a FUSADES, CONACYT y ANTEL formaron la Asociación SVNET, ese mismo año el 4 de noviembre El Salvador obtuvo el dominio.sv que permitiría diferenciar a los sitios web salvadoreños de los demás.

En marzo de 1995 se comenzó a ofrecer el servicio de correo electrónico al público con la terminación “@es.com.sv”. Las primeras instituciones en conectarse a internet teniendo enlaces dedicados en una primera fase fueron la Universidad de El Salvador, la Universidad Centro Americana, la Universidad Don Bosco y Conacyt.

En 1996 aparecieron los primeros sitios web nacionales; uno de ellos fue es.com.sv un sitio manejado por ANTEL que ofrecía el servicio de correo electrónico y algunos enlaces hacia algunas instituciones que también estaban conectadas a internet.

Antecedentes de las traducciones

La traducción ha acompañado a la humanidad a lo largo de la historia. De hecho, la traducción es una actividad que se desarrolla prácticamente desde los inicios de la expresión escrita.

Se ha registrado desde el inicio de la humanidad la necesidad de comunicarse y relacionarse entre sí para así permitir la evolución. Con el paso de los siglos, la humanidad comenzó a forjar su propio sistema de signos lingüísticos según su ubicación.

Para lograr una comunicación de personas de diversos idiomas y culturas, la traducción ha sido un instrumento importante. Empezó la necesidad de traducir textos desde que los primeros escribas empezaron a usar diferentes idiomas para escribir, los primeros textos traducidos fueron principalmente textos religiosos y documentos oficiales, ya que eran considerados de gran importancia para la sociedad.

Antecedentes de las traducciones en línea

Hoy en día las traducciones serían prácticamente imposibles sin la ayuda de la informática. Además, en el ámbito de la traducción, está muy extendida la utilización de programas especiales que simplifican el trabajo y aportan una mejora desde un punto de vista cualitativo.

Si en el pasado todo lo que el traductor solía hacer se basaba en su propio conocimiento y memoria, para los profesionales de la era moderna el discurso cambia. Internet les sirve de asistencia con una gran cantidad de sugerencias, motores de búsqueda y una ingente cantidad de información.

1970-1990 Pero no todos los países pensaban como ALPAC. En los años 70, Canadá desarrolló el sistema METEO, que traducía informes meteorológicos del inglés al francés. Se trataba de un simple programa capaz de traducir 80.000 palabras al día, y tuvo suficiente éxito como para ser utilizado hasta la primera década del siglo XXI, antes de necesitar una actualización. El Instituto Francés de la Industria Textil utilizó la traducción automática para convertir sumarios en francés al inglés, alemán y español. En la misma época, Xerox creó su propio sistema para traducir manuales técnicos. En ambos casos, esta tecnología se utilizó ya desde la década de los 70, pero la traducción automática servía para poco más que traducir documentos técnicos. En los 80, se empezó a desarrollar la tecnología de las memorias de traducción, que fue el comienzo de la superación del reto planteado por los matices de la comunicación

verbal. Pero los sistemas continuaron enfrentándose a los mismos desafíos al intentar convertir un texto en otro idioma sin perder su significado.

2000 Gracias a la aparición de internet y de todas las oportunidades que ofrece, Franz-Josef Och ganó un concurso en velocidad de traducción automática en el 2003, y llegó a convertirse en director de Desarrollo de Traducción de Google. En el 2012, Google anunció que su propia aplicación Google Translate traducía suficientes textos como para llenar un millón de libros al día. Japón también lidera la revolución de la traducción automática con la creación de traducciones de voz para teléfonos móviles, que funcionan en inglés, japonés y chino. Esto es el resultado de invertir tiempo y dinero en el desarrollo de sistemas informáticos con un modelo de red neuronal, en vez de funciones basadas en memorias.

Antecedentes del lenguaje de señas

Aún cuando hoy en día las lenguas de señas se utilizan casi exclusivamente entre personas sordas, el uso de las señas como sistema de comunicación es tan antiguo en la historia de la humanidad como el de las lenguas orales, o incluso más, y también han sido y continúan siendo empleadas por comunidades de oyentes.

De hecho, se cree que algunas tribus indígenas de Norteamérica utilizaban las señas como método de comunicación entre distintas etnias que no compartían la misma lengua.

En el siglo XVI, Jerónimo Cardano (médico de Padua, en la Italia norteña), proclamó que las personas sordas podrían hacerse entender por medio de combinaciones escritas de símbolos, asociándose con las cosas a que ellos se referían.

En el año 1620, Juan de Pablo Bonet, realiza una publicación considerada como el primer tratado moderno de fonética y logopedia, en el que se proponía un sistema de enseñanza oral para las personas sordas, mediante el uso de señas alfabéticas configuradas manualmente.

Así se divulgó en Europa, y posteriormente en el mundo, el llamado "alfabeto manual", destinado a mejorar la comunicación de personas mudas, sordas y sordomudas.

En dicha obra aparece un abecedario ilustrado mediante grabados calcográficos de los signos de las manos, que representan las letras del alfabeto latino. La edición fue traducida a distintos idiomas, y Charles Michel de l'Épée, publica en el siglo XVIII su alfabeto, sobre la base del divulgado por Bonet. Este nuevo alfabeto es básicamente el que ha llegado hasta la actualidad, siendo conocido internacionalmente como alfabeto manual español.

En cada país las comunidades sordas como minoría lingüística poseen su propio lenguaje de señas. Esto permite el desarrollo de su identidad dentro de una cultura determinada, la transmisión de valores y creencias.

En El Salvador, el LESSA (Lengua de Señas Salvadoreña) fue oficializado por la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador el 14 de julio de 2014.

1.5.2 Conceptual

Modelo de negocio

El modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos.

Modelo de negocio digital

Es una estrategia empresarial que aprovecha la tecnología para crear y ofrecer valor a los clientes. Estos modelos son cada vez más populares debido al aumento en el uso de internet y la creciente demanda de servicios y productos digitales.

A diferencia de los modelos tradicionales, los modelos de negocios digitales se enfocan en la venta de servicios y productos digitales, como software, aplicaciones, contenido en línea y más

Modelo de negocio digital por suscripción

Es la venta de productos y servicios de manera continua a cambio de pagos recurrentes, programados (generalmente) de manera mensual, trimestral o anual. En otras palabras, el cliente paga una cantidad de dinero determinada para obtener acceso al producto o servicio, en lugar de hacerlo por cada uso o realizar una compra única.

Sitio web

Un sitio web es un conjunto de páginas web que están conectadas entre sí y se encuentran alojadas en un servidor web. Este espacio virtual es accesible para cualquier persona con conexión a internet, que lo visite por medio de un navegador web. Se compone de diferentes tipos de contenido, como texto, imágenes, videos y elementos interactivos.

Página web

Una Página Web es conocida como un documento de tipo electrónico, el cual contiene información digital, la cual puede venir dada por datos visuales y/o sonoros, o una mezcla de ambos a través de textos,

imágenes, gráficos, audio o vídeos y otros tantos materiales dinámicos o estáticos. Toda esta información se ha configurado para adaptarse a la red informática mundial, también conocida como World Wide Web.

Se encuentran contenidas dentro de los sitios web o websites, que almacenan o alojan el contenido que se desarrolla para ser visualizados o usados por el usuario.

Hosting

El hosting o alojamiento web es un servicio digital que tiene como función almacenar la información y contenido de un sitio web en centros de procesamiento de datos seguros y veloces. Es esencial para hacer que un sitio web esté disponible en internet, ya que brinda el espacio y los recursos necesarios para almacenarlo.

Dominio

Es el nombre que se le da a un sitio web, para poder identificarlo, lleva una combinación de características únicas que ayudan a ser reconocido en el mundo online.

Comercio electrónico

Es comprar y vender productos o servicios en Internet por medio de plataformas digitales como, por ejemplo: páginas web, apps y las redes sociales.

Traducción

Traducción es la acción y efecto de traducir (expresar en una lengua algo que se ha expresado anteriormente o que está escrito en otra diferente). El término puede hacer referencia tanto a la interpretación que se da a un texto o discurso como a la obra material del traductor.

Idioma

Es la forma de comunicarse de un pueblo o nación que puede ser oral o escrito y asegura la comunicación entre las personas para lograr interactuar y poder compartir conocimientos, emociones e ideas entre sí

Viene determinado por una serie de palabras, pronunciación y gramática que es utilizado por la mayoría de habitantes de una región

Lenguaje de señas

Es un método de comunicación que es utilizado mayormente por las personas con discapacidad auditiva para poder comunicarse en su entorno. Y se estaca por hacer uso de las manos, cuerpo, expresión facial y ojos.

Inclusión

En el enfoque social, la inclusión es una actitud que busca que todas las personas sean incluidas y tomadas en cuenta dentro de la sociedad, que todos sean integrados y que tengan las mismas oportunidades sin etiquetar ni excluir.

Comunicación

Se trata de un intercambio de mensajes donde están involucrados un receptor y un emisor donde se logran transmitir ideas, compartir información no solo de manera verbal sino también de manera escrita.

Transmisión de mensajes

Es un proceso mediante el cual se comparten ideas, puntos de vista u opiniones, donde pueden intervenir un emisor y un receptor y así poder obtener una comunicación entre las personas, es algo que se puede dar de una manera verbal o escrita y a través de diferentes dispositivos.

Interpretación

Según el diccionario de la Real Academia Española, interpretación es la acción y efecto de interpretar, esto es traducir algo de una lengua a otra, sobre todo cuando se hace oralmente. La interpretación, en el ámbito de las lenguas, es el proceso o acción que permite que una persona conozca y comprenda el mensaje que se le está transmitiendo en otra lengua (Linguaserve Internacionalización de servicios S.A., 2024).

La principal diferencia con la disciplina de la traducción es que la interpretación lingüística se realiza de forma oral y en sincronía con la emisión del original, es decir, el receptor recibe el mensaje traducido en tiempo real.

Plataformas digitales

Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades.

Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos (Kombi22, 2023).

Servicios de traducción

Desde la perspectiva más abstracta, los servicios de traducción se emplean cuando algo que está en un idioma necesita ser comprendido en otro idioma. Esto podría abarcar desde un correo electrónico o un certificado de nacimiento hasta un software completo o un discurso presidencial.

Marketing digital

El marketing digital es un conjunto de estrategias y técnicas que se utilizan para promocionar productos o servicios a través de medios digitales, como redes sociales, motores de búsqueda, correos electrónicos y sitios web. Su objetivo principal es conectar con una audiencia específica en el lugar y momento adecuados, optimizando la visibilidad online de una marca, atrayendo clientes potenciales, y aumentando las ventas.

Publicidad

La publicidad es un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad. Se trata de una fórmula de comunicación pagada por las empresas para anunciarse en los diferentes medios disponibles en el mercado.

Redes sociales

Las redes sociales son plataformas de interacción online que ya forman parte del día a día de las personas, y también de las marcas. Las marcas aprovechan la gran presencia de público para dar a conocer su marca, mostrar sus productos o servicios y transmitir su filosofía.

Pero lo que realmente diferencia a las redes sociales de otras plataformas es la posibilidad que tienen los usuarios de compartir contenido al momento y de interactuar entre ellos a través de mensajes y likes.

Creación de contenido

Es el arte de idear, desarrollar y distribuir material relevante y atractivo para un público específico. Este proceso implica la generación de textos, imágenes, videos, infografías y cualquier forma de información que pueda ser compartida en plataformas digitales, redes sociales y motores de búsqueda.

Atención al cliente

La atención al cliente es el conjunto de acciones enfocadas en mejorar la experiencia de un cliente, con la cual se establece un proceso para resolver cualquier desafío, duda o problema del cliente de manera inmediata y efectiva. Esto puede hacerse por distintos medios de comunicación como teléfono, correo electrónico, chat en vivo, chatbots, tickets y redes sociales.

Experiencia del cliente

Es el conjunto de experiencias que tiene un cliente con una marca durante el tiempo en el que haya una relación de servicio. Mientras mejor sea la experiencia del cliente, mayor es la probabilidad de incrementar la retención de los clientes, generar nuevos leads, incrementar el ticket promedio, etc.

Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing son el plan de acción desarrollado para promover y vender los productos o servicios de una empresa a través de canales y mensajes relevantes para un cierto público objetivo.

SEO

El SEO, o Search Engine Optimization por sus siglas en inglés, se refiere a las estrategias y técnicas utilizadas para mejorar la visibilidad y el posicionamiento de un contenido en los resultados de los diferentes motores de búsqueda.

En otras palabras, tiene como principal objetivo hacer que una página web, tienda online, blog u otro tipo de contenido aparezca en Google, entre los primeros resultados, cuando los usuarios realizan búsquedas relacionadas con una temática en particular.

SEM

Es usado como una estrategia de paga en el marketing digital ya que al hacer una inversión directa de dinero se puede promocionar un sitio web o productos en los motores de búsqueda y mostrar en los resultados como "publicidad". Se basan en usar palabras claves específicas.

B2C

El business to consumer es la práctica comercial de las empresas que venden a los consumidores finales sin que haya intermediarios. Dentro del ecommerce sí puede haber terceros que ayuden con la promoción, venta o transporte, pero la empresa en sí sigue siendo quien fabrica el producto o brinda los servicios al cliente.

Pasarelas de pago

Es una plataforma que es intermediaria en las transacciones económicas electrónicas. Permite que las empresas tanto físicas como en línea puedan aceptar y procesar diversas formas de pago.

WordPress

WordPress es una plataforma de gestión de contenidos, representa un software de código abierto altamente versátil que permite a los usuarios crear y desarrollar sitios web personalizados de manera sencilla, adaptable y profesional, con una muy buena experiencia de usuario.

Jóvenes adultos

Las personas jóvenes adultas o adultos jóvenes son personas en una etapa de transición el cual comienza alrededor de los 20 años y concluye cerca de los 40 años, que han alcanzado la madurez biológica y han dejado atrás la adolescencia cuya característica principal es que el individuo debe comenzar a asumir roles sociales como el trabajo y la familia es decir hacerse responsables de su vida. Es un periodo de intensa exploración, autonomía y toma de decisiones.

1.5.3 Legal

Ley de comercio electrónico

Objeto

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

Ámbito de Aplicación

Art. 2.- La presente Ley es aplicable a todo tipo de relación contractual, de carácter comercial o factible de beneficio económico, celebrados de forma electrónica, digital o tecnológicamente equivalente, con excepción de las establecidas en el artículo 5 de la presente Ley.

Obligación de Entregar Comprobante de Transacción

Art. 17.- Todo proveedor de productos o servicios que realice el ofrecimiento o venta de los mismos por medio del uso de cualquier tecnología o de redes de comunicación interconectadas, una vez realizada la transacción, enviará al usuario por vía electrónica el comprobante de pago.

Seguridad y Confidencialidad de la Información

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

Ley especial de inclusión de las personas con discapacidad

Objeto

Art. 1.- La presente ley tiene por objeto reconocer, proteger y garantizar el ejercicio y disfrute pleno de los derechos de las personas con discapacidad en igualdad de condiciones. El Estado garantizará la eliminación de barreras que obstaculicen el pleno desarrollo de las personas con discapacidad, asegurando los ajustes razonables y fomentando la implementación del diseño universal en todas las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, así como en las entidades de carácter privado.

Sujetos obligados

Art. 5.- Las instituciones públicas, funcionarios y empleados públicos, entidades privadas, y la sociedad en general, están obligados a cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la presente ley.

Reconocimiento oficial de la Lengua de Señas Salvadoreña

Art. 47.- El Estado reconoce como lengua oficial y natural de las personas sordas, la Lengua de Señas Salvadoreña LESSA, para lo cual deberá promover su desarrollo lingüístico y enseñanza, y el castellano como su segundo idioma. Lo anterior no restringirá el uso o el aprendizaje adicional de otro tipo de lengua.

Formación y acreditación de intérpretes

Art. 48.- El CONAIPD en coordinación con el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología y con la participación de las organizaciones de personas sordas a nivel nacional, garantizarán las medidas y los mecanismos para la acreditación y formación de intérpretes de Lengua de Señas Salvadoreña calificados.

Ley de protección al consumidor

Objeto y finalidad

Art. 1.- El objeto de esta Ley es proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores. Así mismo tiene por objeto establecer el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y la Defensoría del Consumidor como institución encargada de promover y desarrollar la protección de los consumidores, disponiendo su organización, competencia y sus relaciones con los órganos e instituciones del Estado y los particulares, cuando requiera coordinar su actuación.

Ámbito de aplicación

Art. 2.- Quedan sujetos a esta Ley todos los consumidores y los proveedores, sean estas personas naturales o jurídicas en cuanto a los actos jurídicos celebrados entre ellos, relativos a la distribución, depósito, venta, arrendamiento comercial o cualquier otra forma de comercialización de bienes o contratación de servicios.

Reversión de pagos (2)

Art. 13-d.- cuando las ventas de bienes o servicios se realicen con proveedores legalmente establecidos en El Salvador mediante comercio electrónico o cualquier otra modalidad de contratación, los proveedores de bienes o servicios deberán reversar los pagos que solicite el consumidor, cuando:

a) ejerza su derecho de retracto;

b) el producto adquirido no haya sido recibido, o el servicio contratado no haya sido prestado; c) el objeto del contrato no corresponda con lo solicitado, o resulte defectuoso; y,

d) existan errores en el cobro de las transacciones por fallas en los sistemas de pago de terceros. El plazo para aplicar la reversión del pago será de 15 días desde la fecha en que el consumidor presentó su reclamo.

1.6 Tipo de modelo de negocio digital

1.6.1 Descripción del modelo de negocio digital

El modelo de negocio digital Languages and U se trabajará bajo el modelo de suscripción debido a que ayudará a generar ingresos mensuales dependiendo de las suscripciones que se realicen y da una visibilidad de un negocio estable y estructurado, así como también al ser un pago periódico resulta ser más accesible el servicio para diferentes tipos de usuario ya que contará con dos niveles de suscripción:

La suscripción básica con un precio de \$2.99 que será una suscripción limitada que solamente se enfoca únicamente en aquellos servicios que son los más básicos y utilizados de manera más frecuente como: Documentos, videos, subtítulos y doblajes.

Una suscripción avanzada con un precio de \$5.99 que será una suscripción ilimitada que incluye todos los servicios de traducción de idiomas y traducción del lenguaje de señas y que contará con más prioridad en realizar los trabajos y una entrega más rápida en un máximo de 48 horas y un mínimo de 24 horas, dependiendo la cantidad y dificultad de la traducción.

Siendo también un modelo de comercio electrónico, ya que es uno de los modelos de negocios más utilizados en el mundo digital y consiste en crear una plataforma digital como Languages and U.

1.6.2 Factibilidad del modelo de negocio digital

- a) Por la accesibilidad, al ser una plataforma digital tiene un fácil acceso para los usuarios desde cualquier dispositivo.
- b) Tener la oportunidad de elegir al traductor según los perfiles que mejor se acople a las necesidades.
- c) Rapidez y compromiso al entregar los trabajos.
- d) El modelo de negocios de suscripción que servirá para generar ingresos a través de la plataforma digital.
- e) La confidencialidad y privacidad de los datos e información de los usuarios.

1.6.3 Propuesta de valor diferenciadora

Traducciones del lenguaje de señas: Plataforma digital también enfocada en la traducción del lenguaje de señas para generar inclusión.

Seguimiento en tiempo real: Permitir que el usuario pueda tener acceso en tiempo real del avance de la traducción, por medio de una barra de estados con las opciones de: Recibido, En proceso y Completado

CAPITULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presenta la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación, debido a que es fundamental para respaldar la validez y la confiabilidad de los datos recolectados. Así mismo se describen los enfoques utilizados, la población y se determina una muestra, las fuentes de información y las generalidades de la recolección de datos.

Para ofrecer una visión clara y precisa que respalda los datos obtenidos, ya que este capítulo consiste en no solo responder a las preguntas formuladas, sino que también contribuye al entendimiento profundo de la investigación realizada al fenómeno de estudio en este caso la plataforma digital de traducciones Languages and U.

2.1 Metodología de la investigación

Será una investigación a través del método científico que se basa en lo empírico que consiste en todo lo que se sabe sin tener un conocimiento científico y en la medición.

Según (Sosa-Martínez, 1990, p. 45) ha definido el método científico como un “procedimiento racional e inteligente de dar respuesta a una serie de incógnitas, entendiendo su origen, su esencia y su relación con uno o varios efectos”.

2.1.1 Generalidades

El enfoque de esta investigación será mixto ya que por un lado, una investigación cuantitativa que sirve para recopilar datos numéricos que permitan realizar análisis estadísticos, así mismo una investigación cualitativa para obtener una comprensión profunda de las experiencias y percepciones de los usuarios.

También el tipo de estudio a utilizar en el presente trabajo será de tipo exploratoria ya que es un tema poco estudiado y hay muchas dudas en el entorno acerca de las traducciones y traducciones del lenguaje de señas, para que permita familiarizarse más con un fenómeno poco estudiado.

También se hará una investigación de tipo descriptiva debido a que es importante proporcionar y describir información acerca de las traducciones en El Salvador, especificar cómo se manifiestan y se pretende medir o recoger información sobre los conceptos o las variables, se hará una medición de variables y a través de los resultados obtenidos se describir.

La técnica será la encuesta mediante el instrumento del cuestionario para la investigación de tipo cuantitativa.

2.1.2 Enfoque

El enfoque determinado para esta investigación es el método cuantitativo que en este caso permitirá comprender a través de esta investigación conocer a través de datos numéricos y la medición de variables como la cantidad de personas de la muestra que consideran aceptable el negocio digital.

Este método se basará en pedirles la opinión a las personas a través de la técnica de la encuesta para producir datos y estadísticas concretas y conocer la cantidad y en qué medida las personas podrían utilizar el servicio, esto permitirá guiar la investigación.

2.1.3 Población

De manera más determinada la población objetiva en esta investigación es “Personas jóvenes adultas entre los 18 a 40 años del área del departamento de San Salvador que estén interesadas en las traducciones de idiomas y traducciones del lenguaje de señas”. Se iniciara con el consumidor final y posteriormente se hará a nivel de empresas.

2.1.4 Muestra

Para obtener la muestra se utilizó la fórmula de la población infinita ya que se desconoce la cantidad de población jóvenes adultas del área del departamento de San Salvador.

$$n = \frac{z^2(p)(q)}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra a definir

P = Probabilidad de éxito con un valor de $50\% = 0.5$

Q = Probabilidad de fracaso con un valor de $50\% 1 - P = 1 - 0.5 = 0.5$

Z^2 = Nivel de confianza $95\% = 1.96$

e^2 = Margen de error $7\% = 0.07$

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.07^2}$$

$$n = 195.91 \approx 196$$

2.1.5 Tipo de investigación

El tipo de estudio a utilizar en el presente trabajo será de tipo exploratoria ya que es un tema poco estudiado y hay muchas dudas en el entorno acerca de las traducciones y traducciones del lenguaje de señas, para que permita familiarizarse y tener un estudio más profundo que se pueda llevar a cabo una hipótesis para una conclusión de este fenómeno poco estudiado siendo como prioridad el punto de vista que tengan las personas acerca de este estudio.

También se hará una investigación de tipo descriptiva debido a que se trata de proporcionar y describir información acerca de las traducciones en El Salvador, especificar como se manifiestan y se pretende medir o recoger información sobre los conceptos o las variables, se hará una medición de variables y a través de los resultados obtenidos se describir.

En este caso el estudio de tipo exploratorio para el negocio digital Languages and U permitirá conocer mejor ciertos aspectos que han sido poco estudiados y necesita ser entendido en profundidad como identificar las demandas del mercado, conocer las expectativas de los usuarios, la rentabilidad para desarrollar el servicio y la necesidad que las personas puedan tener con el teniendo como resultado si hay interés o no en dicho servicio, así mismo obteniendo información valiosa de la competencia de dicho negocio y áreas que contribuyan a mejorar la plataforma digital para darle una mejor experiencia a los usuarios dándoles prioridad a los resultados de cada punto de vista de las personas involucradas en esta investigación para poder obtener datos fundamentales que lleven a una conclusión.

Así mismo se hará un estudio de tipo descriptivo para obtener información más detallada de los usuarios y conocer más sobre sus necesidades y comportamientos, que permita encontrar patrones y rasgos, una descripción más específica de los servicios ofrecidos por Languages and U y su conexión con las demandas actuales del mercado y teniendo como resultado un estudio realista que demuestre cómo se encuentra el mercado asociado con este servicio, indagando más sobre las recomendaciones de mejora y que permita a través de esta investigación y los resultados obtenidos una identificación de oportunidades y amenazas para el negocio. Este enfoque permitirá a Languages and U entender la posición y alcance que puede generar en el mercado.

2.1.6 Fuentes de información

Las fuentes de información utilizadas serán principalmente las fuentes primarias que estarán determinadas en encuestas y entrevistas que contribuyan a obtener una información más directa sobre la opinión de los demás con respecto al tema de investigación.

Fuentes secundarias que serán los libros, monografías, sitio grafías que ayuden a obtener datos que sean relevantes para la investigación.

2.1.7 Generalidades de los instrumentos de recolección de datos

La técnica será la encuesta mediante el instrumento del cuestionario para la investigación de tipo cuantitativa

La técnica de la encuesta en este punto permitirá conocer de una manera más exacta y detallada la sobre las preferencias, expectativas y necesidades de los usuarios lo que ayudará para realizar un análisis profundo y conocer la percepción del público a encuestar y poder realizar cambios y adaptar las ofertas de servicios a los usuarios, siendo la encuesta una herramienta valiosa por los datos que proporciona para entender mejor a los encuestados.

El instrumento el cuestionario consta de preguntas cerradas que son específicas y claras para conocer la opinión de los encuestados acerca de las traducciones y la traducción del lenguaje de señas.



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



Estimado(a): A través de este cuestionario, se solicita su colaboración para proporcionar información importante que contribuya a un trabajo de investigación titulado: “Diseño de modelo de negocio digital “Languages and U” para servicio de traducción de idiomas y lenguaje de señas en El Salvador.

Objetivo de la encuesta: Recopilar información relevante sobre expectativas, necesidades y experiencias en relación con los servicios de traducción de idiomas y lenguaje de señas en El Salvador.

Género:

Masculino ___ Femenino ___

Edad: _____

Departamento: _____

Indicaciones: Elija y seleccione la opción correcta en cada una de las siguientes preguntas.

1. ¿Utilizas servicios de traducción en línea?

- Sí
 No

2. Si la respuesta es no, explica porque: _____

3. ¿Qué tanto conoces de los servicios de traducción en línea?

- Muy enterado
 Algo enterado
 Poco enterado
 Nada enterado

4. ¿Qué tipo de traducciones conoces?

- Traducción de texto
 Traducción de voz
 Subtítulos
 Traducción del lenguaje de señas

5. ¿Por qué motivos utilizamos las traducciones en línea?

- Comunicación personal
 Trabajo profesional
 Estudio

6. ¿Qué características consideras importantes en una traducción en línea?

- Precisión de la traducción
 Velocidad de la traducción
 Precio
 Accesibilidad

Figura 1 Diseño de cuestionario

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

14. ¿Qué tan importante consideras los servicios de traducción en línea para personas con discapacidades?
- Muy importante
 - Algo importante
 - Nada importante
15. ¿Considera usted que El Salvador tiene accesibilidad a traducciones del lenguaje de señas?
- Si
 - No
 - No estoy seguro
16. ¿Te gustaría que hubiera inclusión del lenguaje de señas en los servicios de traducciones en línea?
- Si
 - No
 - Tal vez
17. Si tuvieras una capacidad especial como problemas auditivos ¿Qué aspectos considerarías importantes en la traducción del lenguaje de señas?
- Calidad de la interpretación
 - Disponibilidad de intérpretes
 - Precio
18. ¿Te gustaría que las empresas incluyan en su marketing y publicidad traducciones en lenguaje de señas?
- Si
 - No
 - Tal vez
19. ¿Qué medios utilizas para informarte mejor?
- Google
 - Facebook
 - Instagram
 - TikTok

Figura 3 Diseño de cuestionario

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

2.1.8 Presentación de resultados

El cuestionario de la investigación ha sido realizado a través de Google Forms, completado por los que se ha tomado en cuenta como público objetivo que eran las personas de 18 a 40 años del área del departamento de San Salvador.

Así se lograron obtener los resultados que se presentan a continuación:

1. ¿Utilizas servicios de traducción en línea?

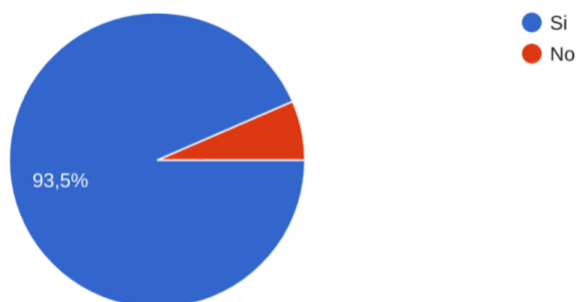


Figura 4 Gráfico pregunta 1

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Identificar si las personas encuestadas utilizan el servicio de traducciones en línea.

Análisis: De las 46 personas encuestadas que son el 100% 43 personas indican que su utilizan este servicio y 3 personas indicaron que no utilizan los servicios de traducción en línea.

Conclusión: Se puede determinar que la mayoría de los encuestados si utilizan los servicios de traducción en línea.

2. Si la respuesta es no, explica ¿por qué?

Sé un poco Ingles

Solo Google Translate al momento de encontrar textos en idiomas que no domino

No lo veo necesario

Aún no he tenido la necesidad

Para estudio

Objetivo: Conocer las razones del porqué no utilizan los servicios de traducción en línea.

Análisis: Solamente se obtuvieron 6 respuestas entre las cuales manifiestan que es porque conocen un poco de otro idioma o porque utilizan traductores más sencillos así mismo porque no han tenido la necesidad.

Conclusión: Son pocas personas las que manifiestan no utilizarlo y son por motivos no tan concretos.

3. ¿Qué tanto conoces de los servicios de traducción en línea?

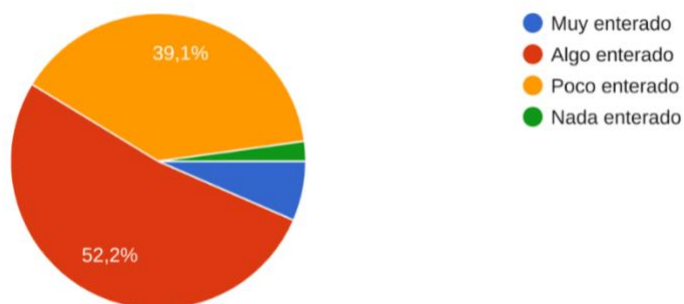


Figura 5 Gráfico pregunta 3

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Averiguar qué tanto conocen las personas encuestadas de los servicios de traducción en línea.

Análisis: De las 46 personas a las que se les realizó la encuesta se obtuvo que solo 3 personas están muy enteradas de estos servicios mientras que más del 50% de los encuestados un total de 24 personas contestaron que están algo enterados 18 que están poco enterados y la minoría de 1 persona dijo que no conoce nada de estos servicios.

Conclusión: La mayoría de los encuestados conoce algo sobre las traducciones en línea, tienen una pequeña idea de estos servicios.

4. ¿Qué tipo de traducciones conoces?

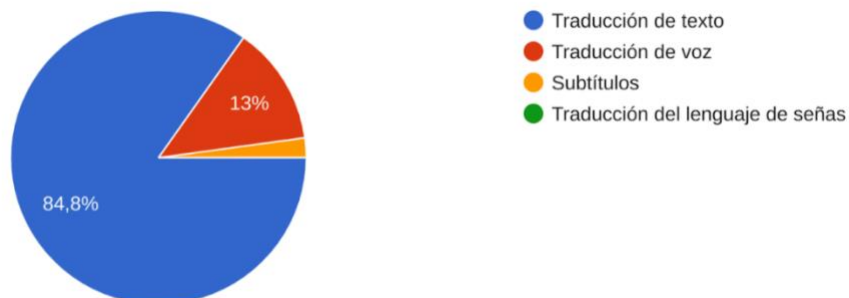


Figura 6 Gráfico pregunta 4

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Saber cuáles son las traducciones que más conocen las personas encuestadas.

Análisis: La mayoría de las personas que respondieron la encuesta expresan que conocen las traducciones de textos, seguido por un 13% que indicó que conocen la traducción de voz y una persona indicó que conoce de subtítulos, mientras que ninguno de los 46 encuestados conoce de la traducción del lenguaje de señas.

Conclusión: Las traducciones de texto son las más conocidas por el público encuestado, seguido de la traducción de voz y de los subtítulos, pero la traducción del lenguaje de señas no es reconocida por el público encuestado.

5. ¿Por qué motivo utilizamos las traducciones en línea?

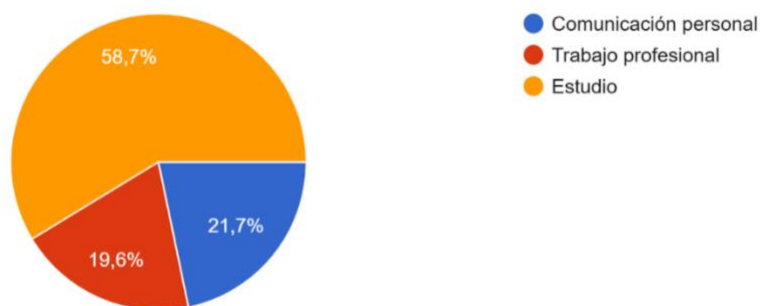


Figura 7 Gráfico pregunta 5

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Entender cuáles son los principales motivos por el cual los usuarios utilizan servicios de traducción en línea.

Análisis: El motivo principal por el cual los usuarios utilizan las traducciones en línea es por estudio con un 58.7%, mientras que el 21.7% de los encuestados lo utilizan para comunicación personal y el 19.6% para motivos relacionados al trabajo profesional.

Conclusión: El resultado indica que el uso de las traducciones en línea predomina más en las personas que lo utilizan para fines académicos, sin embargo el uso de las traducciones en línea para uso en contexto profesional también suele ser muy importante.

6. ¿Qué características consideras importantes en una traducción en línea?

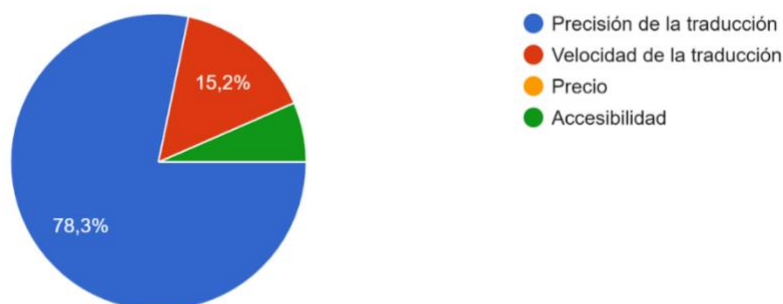


Figura 8 Gráfico pregunta 6

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Analizar cuáles son los aspectos más importantes para los usuarios en los servicios de traducción en línea.

Análisis: El gráfico representa que de las 46 personas encuestadas el 78.3% consideran que es más importante la precisión de las traducciones, esto refleja que buscan traducciones confiables y exactas, mientras que el 15.2% prefiere la velocidad de la traducción y solo una pequeña parte de los encuestados considera la accesibilidad como un aspecto importante con el 6.5%.

Conclusión: La precisión de las traducciones es el aspecto más importante para los usuarios al momento de elegir un servicio de traducción en línea, seguido por la velocidad, este análisis resalta que es más importante la calidad por encima de otros factores como precio y accesibilidad.

7. ¿Qué tan accesible es encontrar traducciones en otros idiomas en El Salvador?

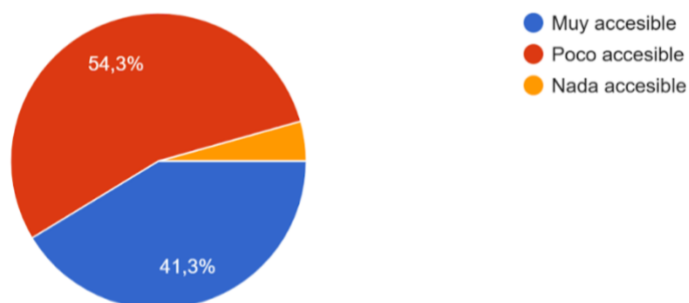


Figura 9 Gráfico pregunta 7

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Evaluar la accesibilidad de los servicios de traducción de idiomas en El Salvador.

Análisis: Una proporción de los encuestados considera que es poco accesible encontrar servicios de traducción de otros idiomas en El Salvador con el 54.3%, y para el 41.3% si es muy accesible, mientras que un porcentaje pequeño con el 4.3% respondieron que no es nada accesible encontrar tradiciones de otros idiomas en El Salvador.

Conclusión: En El Salvador se puede considerar como accesible en cierta medida los servicios de traducción de otros idiomas, a pesar que más de la mitad identifican barreras que impiden que sea accesible.

8. ¿Qué medios digitales utilizarías para buscar traducciones en línea?

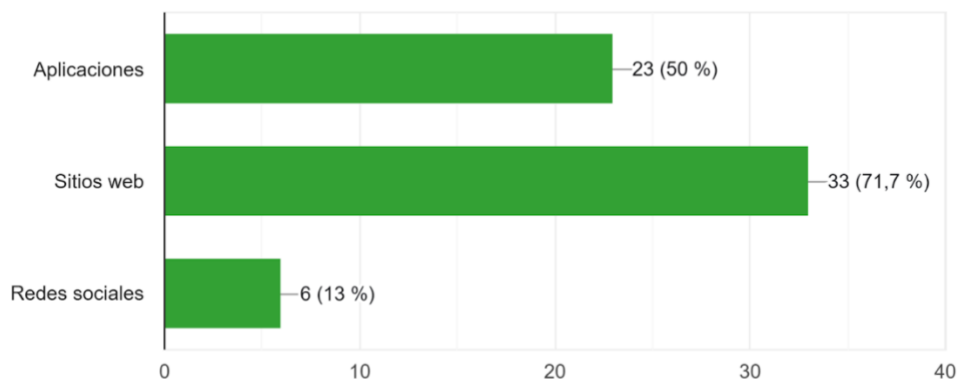


Figura 10 Gráfico pregunta 8

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Identificar qué medios digitales son los más utilizados por los usuarios para buscar los servicios de traducción en línea.

Análisis: Se puede observar que el medio digital más utilizado por los usuarios es el sitio web con un 71.7% seguido por las aplicaciones con un 50% y con un porcentaje menor del 13% en las redes sociales.

Conclusión: Los sitios web y las aplicaciones juegan un papel fundamental para los usuarios al momento de buscar servicios de traducción en línea. Las redes sociales por el contrario son menos utilizadas, por lo que podría ser considerado como algo complementario.

9. En una escala del 1 al 5 ¿Consideras que los servicios de traducción en línea facilitan la comunicación? siendo 1 nada y 5 mucho.

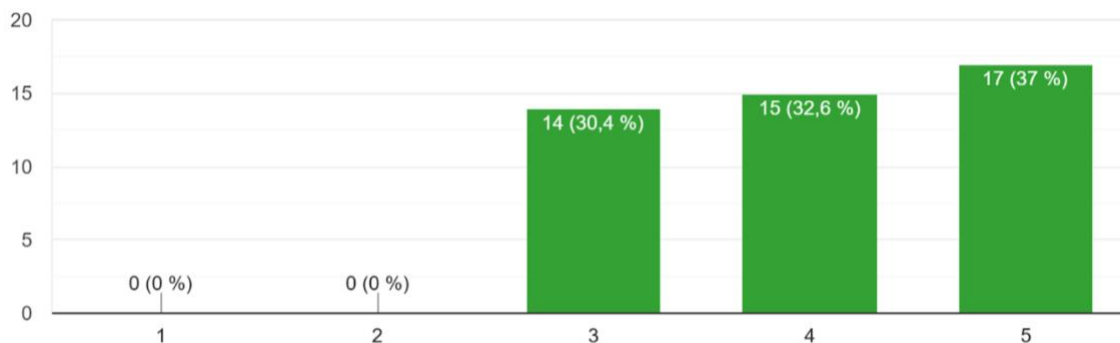


Figura 11 Gráfico pregunta 9

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Analizar la percepción de los usuarios sobre la factibilidad de los servicios de traducción en la comunicación.

Análisis: Una parte de los usuarios con el 37% indican que los servicios de traducción facilitan mucho en la comunicación. El 32.6% considera que si facilita pero que podría haber mejoras para que este sea tomado en cuenta como algo que facilite la comunicación y el 30.4% tienen una opinión neutra.

Conclusión: Los servicios de traducción en línea deberían ser considerados un factor importante para facilitar la comunicación con las personas ya que esto ayudaría a superar las barreras idiomáticas en diferentes contextos, ya sea educativo, profesional y/o personales.

10. Para usted ¿Cuáles son los idiomas en los que se traduce con más frecuencia?

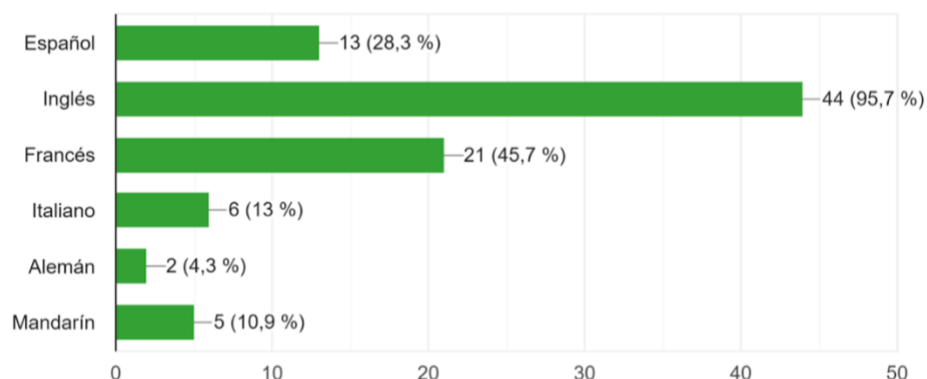


Figura 12 Gráfico pregunta 10

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Evaluar la percepción de los usuarios sobre qué idiomas son los más utilizados para el uso de las traducciones.

Análisis: El gráfico muestra que los usuarios utilizan con más frecuencia el Inglés para las traducciones, esto debido a que es un lenguaje universal, sin embargo el segundo idioma con más frecuencia es el Francés por encima del Español, podría ser considerado debido a su cultura y a su relevancia comercial. El español es la tercera lengua a pesar de ser el idioma nativo de la mayoría de los encuestados, por lo que también es un lenguaje frecuente en las traducciones, mientras que el Italiano, Alemán y Mandarín tienen menor frecuencia pero siguen siendo idiomas muy utilizados.

Conclusión: El idioma Inglés es ampliamente dominado ante las necesidades de traducción, seguido del Francés y Español, lo que demuestra la importancia de contar con herramientas de traducción que sean confiables para estos idiomas sin descuidar la diversidad lingüística que se observa en menor frecuencia como el Italiano, Alemán y Mandarín.

11. ¿Qué aspectos considera importantes para mejorar los servicios de traducción en línea?

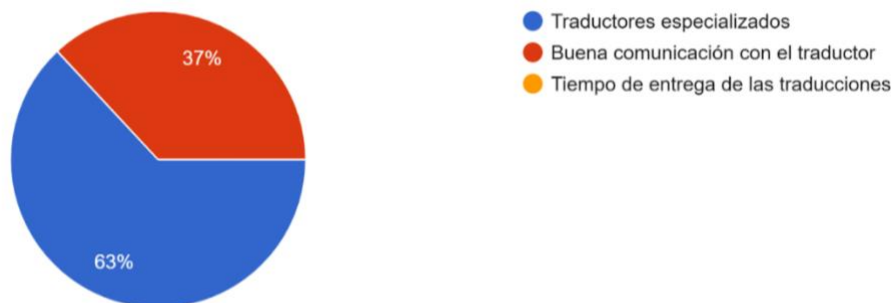


Figura 13 Gráfico pregunta 11

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Identificar aspectos clave que los usuarios consideran importantes para mejorar los servicios de traducción en línea.

Análisis: El gráfico muestra que del 100% de los encuestados, el 63% considera que es importante contar con traductores especializados, refleja la necesidad de tener a alguien confiable ante las traducciones complejas, mientras que el 37% prefiere una buena comunicación con los traductores ante la necesidad de interacción personalizada.

Conclusión: Los resultados demuestran que es más importante contar con traductores especializados, lo que señala un enfoque en la precisión y calidad seguido de una buena comunicación.

12. ¿Cuál es el precio mensual que estaría dispuesto a pagar por una suscripción de traducciones?

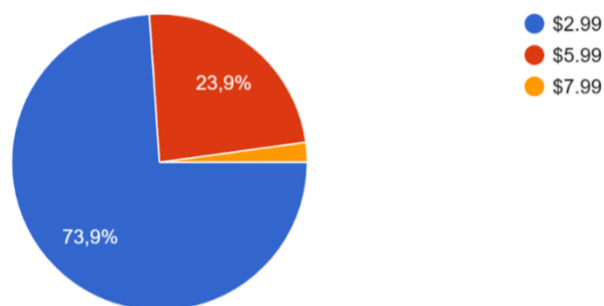


Figura 14 Gráfico pregunta 12

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: saber el precio que las personas estarían dispuestos a pagar de manera mensual por suscripción de traducciones.

Análisis: La mayor parte de las personas encuestadas en un 73% respondieron que estarían dispuestos a pagar el precio más bajo de \$2.99 mientras que el 23.9% respondió que estaría dispuesto a pagar \$5.99 y 1 persona dijo que estaba dispuesto a pagar \$7.99.

Conclusión: El precio más bajo fue el más aceptado por los encuestados para una suscripción mensual pero también tuvo aceptación el precio de \$5.99 aunque el precio más alto también fue optado solo por una persona.

13. ¿Qué tan importante consideras los servicios de traducción en línea para personas con discapacidades?

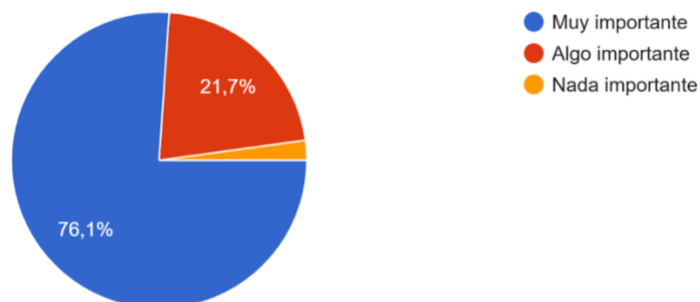


Figura 15 Gráfico pregunta 13

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Conocer que tan importante es para las personas encuestadas los servicios de traducción en línea para personas con discapacidad.

Análisis: El 76.1% siendo este la mayoría de las personas encuestadas dijo que era muy importante y el 21.7% dijo que era algo importante y 1 persona indicó que es nada importante los servicios de traducción en línea.

Conclusión: Para la mayoría de las personas encuestadas es muy importante el servicio de traducción en línea hacia las personas con discapacidad.

14. ¿Considera usted que El Salvador tiene accesibilidad a traducciones del lenguaje de señas?

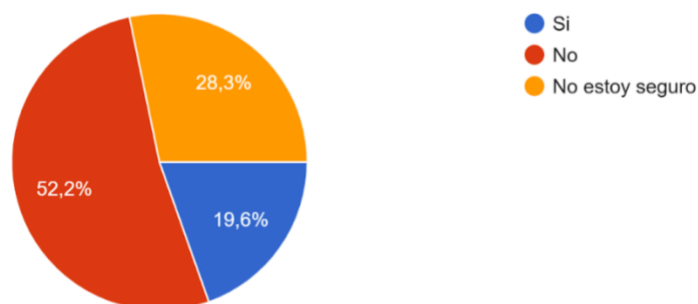


Figura 16 Gráfico pregunta 14

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Conocer qué tan accesible son las traducciones de lenguaje de señas en El Salvador.

Análisis: La mayoría de las personas encuestadas indicó que no hay accesibilidad de traducciones de lenguaje de señas en El Salvador seguido por el 28.3% que indicó que no estaba seguro y el 19.6% indicó que si es accesible la traducción de lenguaje en señas.

Conclusión: La mayor cantidad de encuestados dijeron que no hay accesibilidad de traducciones de Lenguaje de señas en El Salvador y otra parte de los encuestados indicaron que no estaban seguros acerca del tema.

15. ¿Te gustaría que hubiera inclusión del lenguaje de señas en los servicios de traducciones en línea?

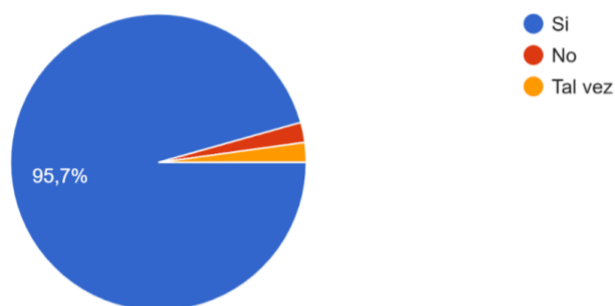


Figura 17 Gráfico pregunta 15

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Conocer la aceptación que tendrían las personas encuestadas en la inclusión de lenguaje de señas en El Salvador.

Análisis: El gráfico muestra que la gran mayoría de las personas encuestadas dijeron que si estaban de acuerdo en la inclusión del lenguaje de señas.

Conclusión: La gran mayoría de las personas encuestadas dijeron que si les gustaría la inclusión de lenguaje de señas en los servicios.

16. Si tuvieras una capacidad especial como problemas auditivos ¿Qué aspectos considerarías importantes en la traducción del lenguaje de señas?

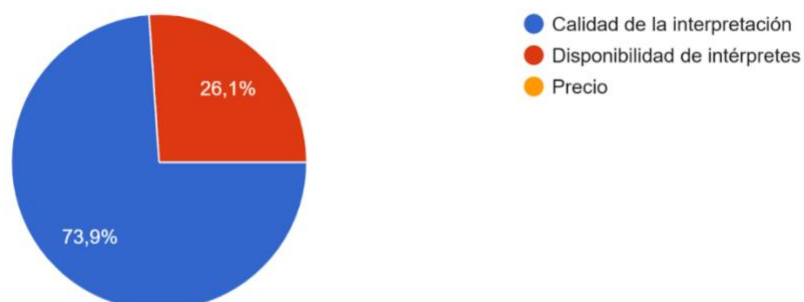


Figura 18 Gráfico pregunta 16

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Conocer los aspectos importantes que las personas encuestadas tengan acerca de una pregunta personal acerca de la discapacidad de lenguaje de señas para que cada punto de vista sea tomado en cuenta.

Análisis: El 73.9% siendo este la gran mayoría de las personas encuestadas optaron por la calidad de interpretación seguido del otro pequeño porcentaje que eligió la disponibilidad de intérpretes lo que significa que todos prefieren la calidad sin importar el precio ya que nadie optó por la opción precio.

Conclusión: Todas las personas encuestadas si tuvieran una discapacidad siendo este problemas auditivos dieron a conocer que prefieren la calidad del servicio respecto a calidad de interpretación y disponibilidad de u intérpretes, dejando afuera la opción del precio.

17. ¿Te gustaría que las empresas incluyan en su marketing y publicidad traducciones en lenguaje de señas?

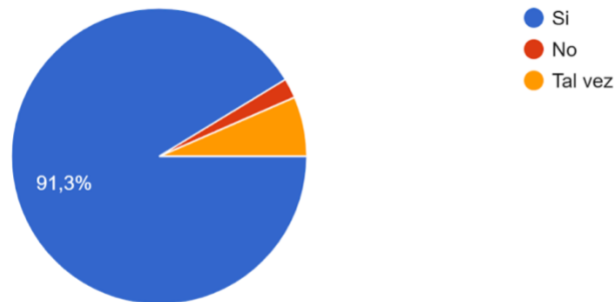


Figura 19 Gráfico pregunta 17

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: Conocer el punto de vista de las personas en cuanto a la importancia de que las empresas incluyan marketing y publicidad destinado a este grupo grande de personas con problemas auditivos.

Análisis: Casi el total de las 46 personas encuestadas dijeron estar de acuerdo con un sí en cuanto a la inclusión en las empresas respecto al marketing y publicidad mientras que un pequeño grupo de las 46 personas siendo este un 6.5% dijo que tal vez siendo aun así una gran mayoría que está de acuerdo en la inclusión hacia las personas con problemas auditivos.

Conclusión: Casi todas las personas están de acuerdo en la inclusión que tengan las empresas en el marketing y publicidad tomando en cuenta a todas personas con problemas auditivos por lo tanto debería de considerarse como un factor importante para las empresas.

18. ¿Qué medios utilizas para informarte mejor?

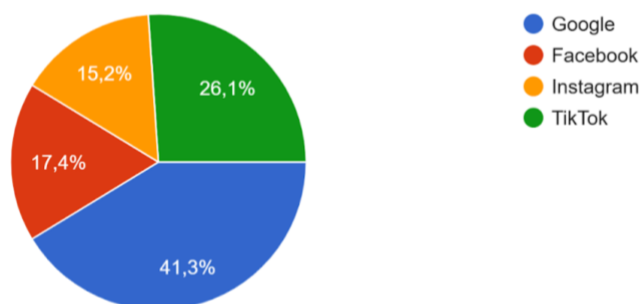


Figura 20 Gráfico pregunta 18

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Objetivo: conocer los medios que más utilizan las personas encuestadas para informarse de una mejor manera.

Análisis: Una parte de la población en primer lugar eligió a Google para uniformarse seguido de la nueva red social TikTok con un porcentaje considerable y la otra parte dijo que utiliza Facebook para informarse dejando por último a Instagram.

Conclusión: De las 46 personas encuestadas prefieren informarse por medio de Google dejando atrás a las redes sociales como TikTok, Facebook e Instagram.

2.2 Diagnóstico de la situación actual

2.2.1 Canvas

El Modelo Canvas es una herramienta útil para las empresas de todos los tamaños y sectores permite estructurar y visualizar el negocio de manera clara y concisa y es especialmente valioso en las etapas iniciales de un negocio la ventaja es que proporciona un marco visual accesible y comprensible permitiendo un análisis profundo de todos los aspectos claves del negocio.

El lienzo Canvas permite en este caso describir de una manera clara y organizada el modelo de negocio de Languages and U. Ayuda a conocer las diferentes variables en cada uno de los 9 bloques descritos seguidamente en el lienzo.

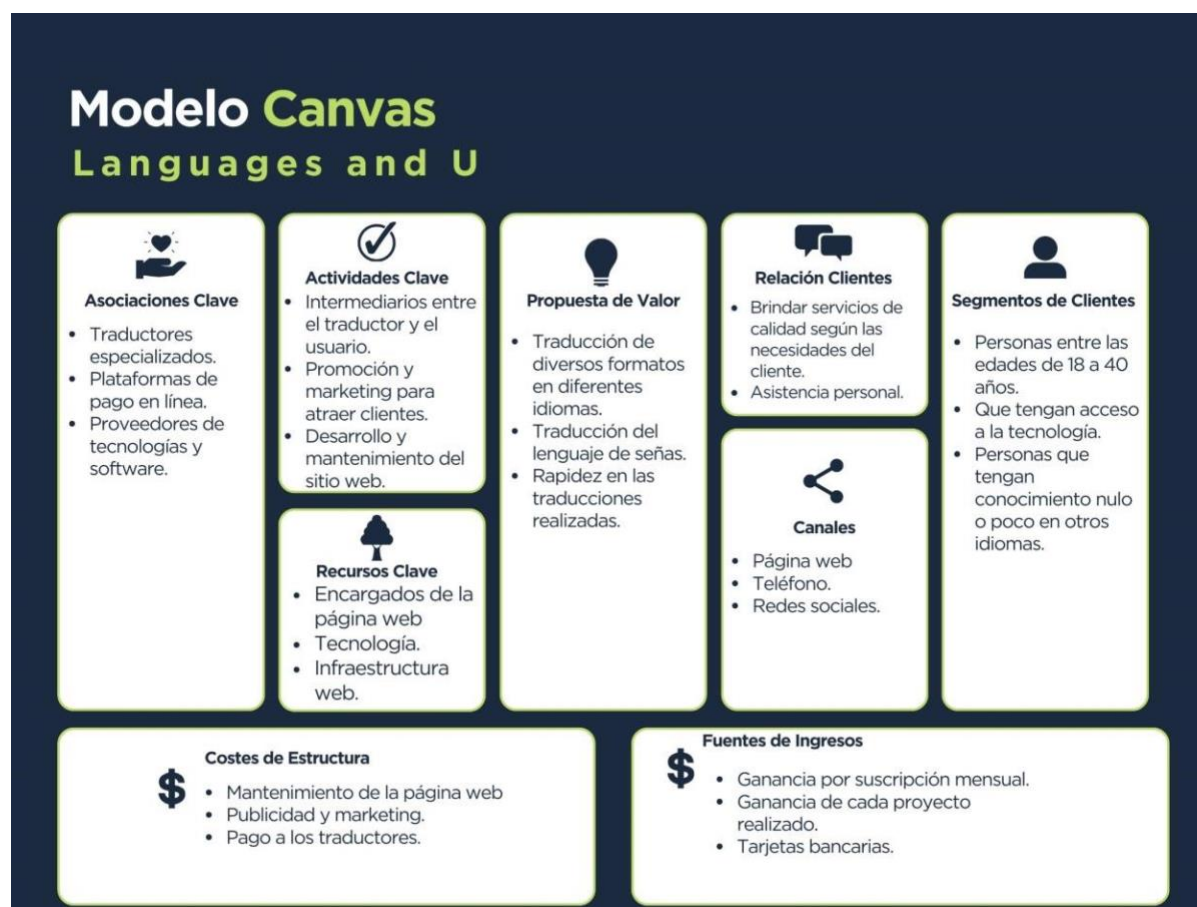


Figura 21 Modelo Canvas

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Segmento de clientes: Define de una mejor manera los clientes a los que va dirigido el negocio de traducciones, Languages and U está dirigido a hombres y mujeres a partir de 18 años a 40 años de edad que son los que tienen capacidad económica de pagar los servicios, personas que tengan poco conocimiento o conocimiento nulo de otros idiomas y que tengan acceso a la tecnología.

Propuesta de valor: Lo que el negocio ofrece a sus clientes y porque deberían de elegir Languages and U, que es diferente a los demás porque se brinda en este caso el servicio de traducción del lenguaje de señas ya que se quiere destacar en ser una plataforma digital diferente e inclusiva, traducción de diferentes idiomas y de diferentes proyectos así mismo garantiza la rapidez en las traducciones realizadas.

Canales: cómo llegar a los clientes, los medios a través de los cuales se entrega el servicio a los clientes para este negocio, los canales son la plataforma digital que es donde opera el negocio, teléfono y redes sociales que serán los canales digitales establecidos para tener una comunicación directa para las dudas o consultas acerca del negocio.

Relaciones con los clientes: la manera que se espera de interactuar y tener un tipo de relación con cada uno de ellos, para que el cliente se sienta satisfecho con los servicios se brinda un servicio de calidad según las necesidades y las indicaciones de cada cliente, se ofrece una asistencia personalizada a cada uno de los clientes para lograr una mejor comunicación y realizar cada trabajo con una mejor exactitud.

Fuentes de ingresos: De qué manera va a generar ingresos el negocio digital Languages and U, obtendrá ingresos a partir del método de suscripciones debido a que tiene dos opciones de suscripciones con opciones que se adapten a cada uno de los usuarios, también por medio de un porcentaje que se generara

por cada uno de los trabajos realizados que cada cliente solicite todos estos pagos serán recibidos a través de tarjetas bancarias.

Recursos claves: recursos necesarios para que el modelo de negocio funcione son los encargados de desarrollar y darle mantenimiento a la plataforma digital, la tecnología que es un factor importante para que la plataforma digital funcione y cada vez esté más actualizada.

Actividades clave: Para que Languages and U sea una plataforma digital diferente se busca ser un intermediario que genere una conexión entre los usuarios que necesitan traducciones y los traductores que son los que harán los trabajos de una manera profesional, gestionar promoción y marketing para lograr atraer a clientes nuevos y hacer un buen desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital para que esta sea más fácil y rápido de usar y que luzca atractiva.

Socios clave: Los socios estratégicos que se han determinado en el modelo de negocio Languages and U son los traductores con experiencia en el área, las plataformas que se utilizaran para realizar los pagos en línea y los proveedores del software y expertos en el desarrollo de la plataforma digital.

Estructura de costo: los principales costos asociados al negocio en este caso son el costo que tiene el desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital, el pago que se le hará a cada uno de los traductores según el trabajo que realicen y el costo destinado para la publicidad y marketing para lograr posicionar la marca en el mercado.

2.2.2 FODA

El análisis FODA consta de factores internos que son las fortalezas y las debilidades, que son los factores que se pueden controlar y los factores externos, las oportunidades y las amenazas todos estos factores que permiten determinar lo que está a favor y en contra, en este caso se ha determinado el FODA encontrando variables que ayudan a reconocer las oportunidades, tomar en cuenta las amenazas que se pueden controlar y así mismo contrarrestar las debilidades identificadas en el negocio.



Figura 22 Análisis FODA

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

2.2.3 Fuerzas de Michael Porter

Este modelo se utiliza para evaluar la competencia que hay dentro del rubro y entender la rentabilidad que se tiene como negocio, ayuda a comprender los factores claves que afectan Languages and U y conocer las áreas que se pueden mejorar, la competitividad y de qué manera tomar decisiones fundamentales para fortalecer la situación en el mercado.



Figura 23 Fuerzas Michael Porter

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Amenaza de nuevos competidores: Es posible que, si puedan entrar nuevos competidores en este mercado debido a que solo se necesita tener los recursos necesarios para la creación de una plataforma digital, más hablando de la era tecnológica que se vive actualmente y es por ello que la tecnología llega a facilitar la entrada de nuevos competidores en este sector.

Si por alguna razón entraran nuevos competidores sería una amenaza ya que aún no se cuenta con posicionamiento en el mercado.

Poder de negociación de los proveedores: Languages and U no tiene el control total de sus proveedores que son los traductores y los especialistas del lenguaje de señas son quienes determinan las condiciones finales de las traducciones y el poder de negociación es alta ya que de ellos depende la calidad del servicio a brindar.

Poder de negociación de los clientes: Para Languages and U los clientes tienen un poder alto ya que pueden optar por plataformas de traducción automáticas que no tienen costo o pueden presionar por precios más bajos debido a que también es una plataforma digital que está en introducción.

Sin embargo, Languages and U trata de ofrecer los precios más competitivos.

Amenaza de nuevos productos sustitutos: Los traductores que ofrecen los servicios automáticos a precios más bajos, pero con mucho déficit en las precisiones de las traducciones, pero logran atraer a los clientes debido que hay muchos que buscan opciones gratuitas.

Rivalidad entre competidores: Como se ha mencionado anteriormente si existe una alta competencia primero porque existen los traductores automáticos, pero también por los traductores que ofrecen otros precios es por ello que se busca tener siempre precios competitivos en el mercado y tener una plataforma que logre tener una diferencia de las demás ofreciendo las traducciones del lenguaje de señas.

2.2.4 PESTEL

Es un análisis que ayuda al negocio Languages and U a comprender de una mejor manera los factores externos que pueden influir en el desempeño y a tomar mejores decisiones para poder tener la capacidad de adaptarse a los cambios que se puedan producir en el entorno.

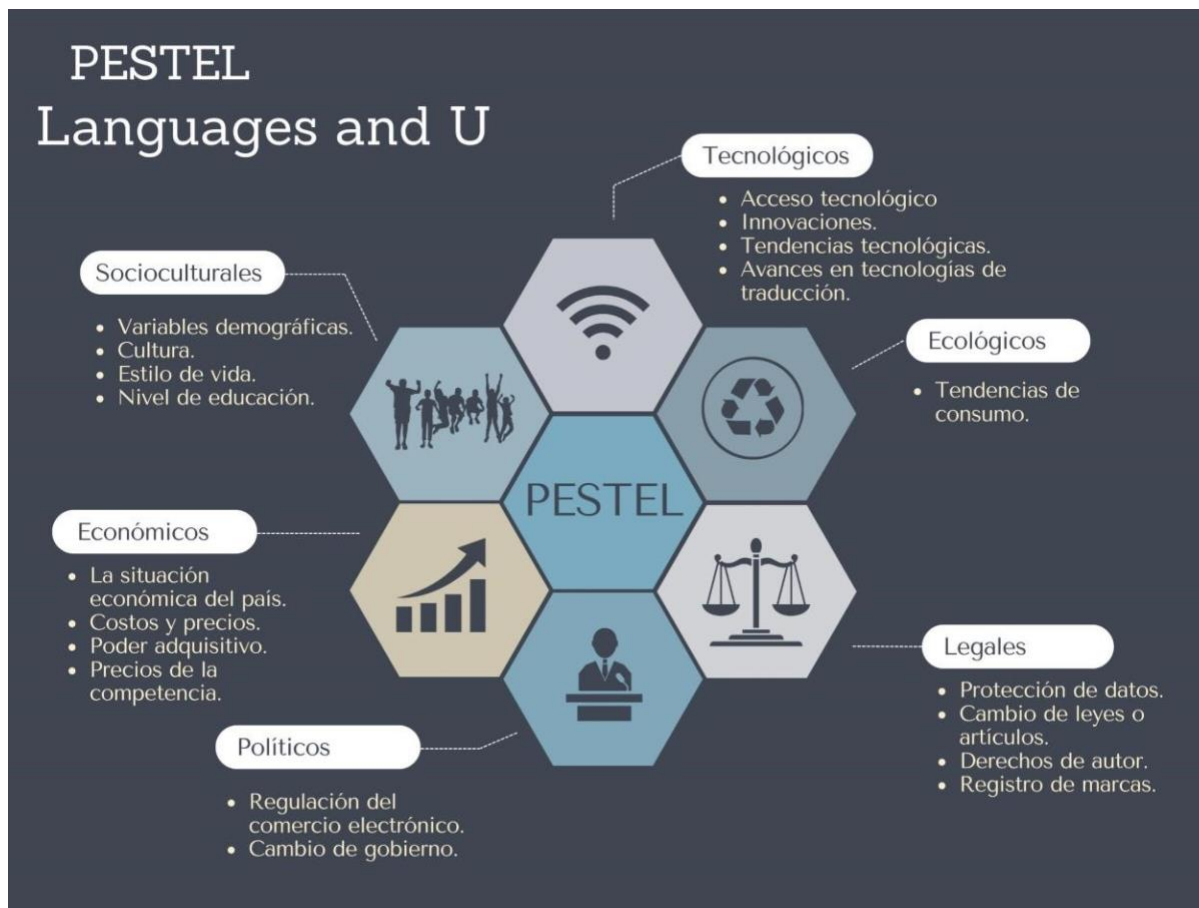


Figura 24 Análisis PESTEL

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Políticos: Este factor se refiere a la influencia de las políticas gubernamentales las políticas y regulaciones gubernamentales tienen un impacto importante.

Con respecto a las que afectan a Languages and U, la regulación del comercio electrónico la Ley de Comercio Electrónico de El Salvador entró en vigor el 10 de febrero de 2021. Esta ley regula las relaciones

comerciales entre clientes y comerciantes en el mercado digital y seguido de esto el cambio de gobierno puede afectar las normativas o ajustes a las leyes relacionadas con el negocio.

Económicos: Se refiere a como las condiciones económicas afectan al negocio. La situación económica puede influir en la demanda de servicios.

Los costos y precios ya que depende de la capacidad adquisitiva de cada una de las personas y los precios que ofrece la competencia que si son más bajos pueden afectar al negocio son términos que están enlazados porque depende de la situación del país y depende de los costos puede influir en la decisión de compra y comprar a la competencia.

En una situación económica difícil se ve involucrada la reducción de la demanda de servicios, el aumento de la competencia y la falta de recursos podrían generar desafíos para el negocio.

Los factores económicos de este análisis vienen también determinados por factores macroeconómicos importantes del país como el PIB que en el año 2023 tuvo un crecimiento de 3.5% a comparación con el año 2022 según la información detallada de El Banco Central de Reserva (BCR) el crecimiento del PIB es una señal positiva para la economía de un país y se ve reflejado en mayor consumo y mayor adquisición de las personas lo que determina que afecta en este caso positivamente que exista una demanda de los servicios de traducción.

La tasa de inflación anual en El Salvador en el año 2024 se estimó en 1,05%, lo que representa una disminución de 3 puntos porcentuales en comparación con el año anterior que es un indicador de aumento de los precios en un determinado tiempo lo cual afecta de manera que si la inflación aumenta esto significa que los costos operativos de la plataforma digital aumentarían y también reduce el poder adquisitivo de los consumidores lo que significa una disminución de la demanda de los servicios.

El desempleo es otro factor que afecta de manera económica en El Salvador en 2023 según datos actualizados la tasa de desempleo aumento pasando de 4.8% en 2022 a 4.9% en 2023 según El Banco Central de Reserva confirmo que 10,050 personas perdieron su empleo en 2023 y 42.5% de la población de El Salvador está desempleada o subempleada es decir que no tienen trabajos o un empleo fijo, el desempleo afecta de una gran manera la situación debido a que puede limitar la capacidad para pagar los servicios de traducción y así mismo baja la demanda por los servicios.

Socioculturales: Se trata de las tendencias sociales y culturales que impactan en la demanda del servicio.

Los factores demográficos determinan la demanda, accesibilidad, y la forma en que la plataforma puede adaptarse para servir mejor a diferentes segmentos de la población.

Los comportamientos de consumo en El Salvador están evolucionando, especialmente con el aumento del uso de Internet, las compras en línea y el acceso a la educación digital.

El Salvador tiene una base ya desarrollada para el comercio electrónico y el potencial para el desarrollarlo aún más: la mayoría de la población es joven y una considerable cantidad de la población tiene acceso a internet.

El crecimiento de usuarios de internet en El Salvador ha sido constante y seguirá así en los próximos años. Para 2021 fueron 3,17 millones los usuarios de internet en El Salvador, y para 2025 serán 4,07 millones.

En cuanto al desempeño del ecommerce, en 2021, las ventas por internet representaron el 3,1% del comercio total, de acuerdo a la Defensoría del Consumidor de El Salvador.

Tomando en cuenta una encuesta sobre hábitos de consumo realizada por la Defensoría del Consumidor de El Salvador en 2020, en el marco de la pandemia COVID19, el 68,3% de los encuestados utilizan mecanismos no presenciales para realizar sus compras.

En el año 2023 el 66% de los salvadoreños realizo compras en línea mientras que el 89% en el 2024 se indica que Instagram es una de las plataformas donde más se realizan compras en línea.

El nivel educativo de la población tiende a tener un impacto directo sobre el acceso a ciertos servicios, el empleo y el comportamiento de consumo en este caso influye en el uso de los servicios de traducciones de manera que los grupos con un nivel bajo de educación tienen más dificultades para acceder a este tipo de servicios mientras que las personas con un nivel alto de educación si suelen usar estos servicios.

Tecnológicos: Los avances tecnológicos tienen gran influencia en cómo se ofrecen estos servicios y más aún al ser un negocio completamente digital.

El acceso tecnológico en El Salvador tiene un papel fundamental para esta plataforma digital en el funcionamiento y la efectividad se necesita disponibilidad de los dispositivos y las habilidades digitales.

Las innovaciones tienen un impacto significativo en estos servicios y El salvador es un país que si logra tener acceso a estos avances y evoluciones y la fácil adaptabilidad de estas.

El acceso a la tecnología en El Salvador ha aumentado en los últimos años, sin embargo, aún hay desafíos que mejorar.

Según los datos más recientes encontrados en El año 2022 más del 62,89% de la población de El Salvador accedió a Internet, más del doble del 29% registrado en 2016. Aun así, la penetración de Internet en el país centroamericano se mantuvo por debajo de la tasa promedio de América Latina .

Ecológicos: Consideran el impacto ambiental de las actividades del negocio.

Las tendencias de consumo en El Salvador, especialmente las relacionadas con la conciencia ecológica y la responsabilidad ambiental, pueden influir de manera significativa en el funcionamiento y el enfoque de una plataforma digital de traducción, incluidos los servicios de traducción de lenguaje de señas. Los consumidores salvadoreños, al igual que en otras partes del mundo, están cada vez más conscientes de los problemas ecológicos.

La tendencia de consumo en este caso digital sin utilizar papel es un recurso que ayuda a mejorar la experiencia del usuario.

Legales: Este factor abarca las leyes, normativas y regulaciones que pueden afectar la forma en la que la plataforma digital funciona.

La protección de datos es un tema que es importante El Salvador ha comenzado a adoptar legislación para regular la protección de datos personales y garantizar la privacidad de los ciudadanos. En 2011, se promulgó la Ley Especial de Protección de Datos Personales (Ley N° 161), que establece normas para el tratamiento de datos personales tanto por parte del sector público como del privado.

El registro de marca en El Salvador es un proceso legal crucial para cualquier empresa o servicio. El registro de una marca no solo garantiza la protección legal del nombre, logotipo o eslogan de la empresa, sino que también establece derechos exclusivos sobre su uso. Este aspecto tiene una gran influencia en el área legal ya que afecta a la identidad de la marca.

2.3 Conclusiones del diagnóstico

El análisis de la situación actual de un negocio se considera una revisión cuidadosa de los factores internos y externos de una empresa en un momento determinado, estos factores pueden incluir clientes, competidores, el entorno del mercado y las capacidades de tu empresa. Es un análisis que abarca varias actividades como: el FODA, Modelo Canvas, el análisis PESTEL, y las Cinco Fuerzas de Michael Porter.

Languages and U recopiló información importante para diagnosticar en el caso del FODA cuales eran estos factores como oportunidades que tiene el negocio que en este caso destaca la accesibilidad, que es una plataforma en el lenguaje de señas y una plataforma que ofrece servicios según las necesidades de cada cliente sin embargo también se encontraron debilidades para el negocio como la inversión que conlleva la creación y mantenimiento de la plataforma digital y que aún no tiene reconocimiento en el mercado, encontrándose también las oportunidades que destacan por la carencia de traductores del lenguaje de señas en el mercado lo cual significa una oportunidad para el negocio, también en un futuro se visualiza la oportunidad de trabajar con empresas que requieran los servicios y la falta de conocimiento de los idiomas en el país es una oportunidad más para Languages and U.

También existen amenazas que se deben tomar en cuenta que serían la falta de recursos de los usuarios para poder adquirir los servicios, la evolución rápida y constante de la tecnología que podrían afectar de gran manera al negocio ya que pueden surgir otras opciones mejores para los usuarios. En el Modelo Canvas realizado para Languages and U se determinaron los nueve bloques importantes donde se especifican aspectos importantes como el segmento de clientes al que va dirigido que son las personas entre 18 y 40 años que tengan acceso a la tecnología para poder acceder a la plataforma digital y personas que tengan poco o conocimiento nulo de los diferentes idiomas, la relación con los clientes que al brindar

servicios de alta calidad y una buena asistencia personal se espera tener una relación estrecha, los canales que son el la plataforma digital y las redes sociales donde se tendrá el contacto con los usuarios, las fuentes de ingresos que están determinadas por los ingresos que se recibieran por medio de las suscripciones y los pagos por cada trabajo realizado, la propuesta de valor que es fundamental y como Languages and U está enfocado en ser una plataforma digital que destaque en la traducción del lenguaje de señas, las actividades claves utilizando la promoción en redes sociales que ayuden a posicionar y atraer nuevos clientes, los recursos claves que en este caso destaca la tecnología y los encargados de la plataforma digital, las asociaciones claves que son los traductores que formaran parte del negocio y finalmente los costes que son la publicidad y marketing.

Las cinco fuerzas de Michael Porter ayudaron a determinar que no existe barrera de entrada de nuevos competidores más que tener la cantidad de dinero para inversión, ya que crear una plataforma digital es fácil y la tecnología también puede facilitar estos procesos, la calidad del servicio depende muchos de los traductores que estarán registrados y los clientes tienen un poder adquisitivo alto ya que ellos pueden elegir otras opciones que están determinadas en la amenaza de productos sustitutos como las traducciones automáticas que también terminan siendo una rivalidad entre los competidores.

El análisis PESTEL logro obtener datos externos y algunos enfocados en lo macroeconómico sabiendo que el gobierno actúa de una manera con respecto a las políticas gubernamentales en el sector económico hay factores como la capacidad de los consumidores que se ve afectada por el desempleo, la inflación del país, las tendencias de consumo que son cambiantes en la era digital del momento tanto como el acceso a las tecnologías que están ligados al negocio digital.

Es importante determinar factores que son positivos tanto como los factores negativos que afectan al negocio de una manera directa o indirecta para conocer cuál es la situación del negocio.

CAPITULO III PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIO

El capítulo tres y último capítulo del trabajo modelo de negocio digital Languages and U presenta información general del negocio, el marco estratégico donde se han establecido la misión, visión valores, objetivos y metas que ayudan a tener claros aspectos importantes del negocio, la descripción precisa de los servicios que como Languages and U ofrece a la audiencia, la ventaja competitiva que se tiene ante los demás así mismo se desarrollan los planes que son importantes para el funcionamiento del negocio como plan organizacional, plan de mercadeo, plan de ventas, plan financiero y plan de trabajo y finalmente los indicadores de medición que ayudan a saber si el negocio está funcionando según lo planteado y lo esperado.

3.1 Descripción del negocio

3.1.1 Nombre del negocio

Languages and U



Figura 25 Logo Languages and U

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.1.2 Información general del negocio

Negocio digital dedicado a la traducción de diferentes idiomas que se destaca por ser innovador e inclusivo al incluir la traducción del lenguaje de señas.

El negocio será desarrollado por medio de una plataforma digital para que los usuarios hagan uso de los servicios ofrecidos como: Traducción de texto, traducciones de voz, interpretaciones, traducciones en tiempo real, así mismo donde se recibirán solicitudes y entrega de proyectos, gestionar pagos y permitir la comunicación directa con los clientes.

El modelo de negocio digital es por medio de suscripciones como: Suscripción básica y Suscripción Avanzada, sin embargo, cada proyecto será pagado de manera individual.

3.2 Marco estratégico

3.2.1 Misión

Ser un negocio digital comprometido a brindar servicios de traducción en línea de alta calidad, facilitando la comunicación y promoviendo la inclusión a través de soluciones lingüísticas precisas y accesibles para todos.

3.2.2 Visión

Convertirse en una plataforma digital accesible y líder, que conecte a las personas de diferentes lenguas, brindando soluciones de traducción precisas en múltiples idiomas y en lenguaje de señas exteriorizándose más allá de nivel local.

3.2.3 Valores

Inclusividad: Creando una plataforma digital de igualdad para que tengan acceso a la comunicación para todas las personas, independientemente del idioma o su capacidad auditiva.

Empatía: Es un valor importante, ya que facilita la comunicación efectiva y la comprensión mutua entre las personas, reconoce las necesidades únicas de las personas que utilizan el servicio y especialmente en aquellas con discapacidades auditivas.

Ética: Mantener siempre resguardada la información personal en cada uno de los proyectos que soliciten los usuarios, asegurando que la información se maneje siempre de manera confidencial.

Innovación: Explorar continuamente las formas de mejorar los servicios y las tecnologías para ofrecer mejor el servicio de las traducciones.

Responsabilidad: Asegurar a los usuarios que cada proyecto es trabajado de una manera eficaz y eficiente, comprometiéndose a ofrecer resultados de buena calidad y a cumplir con los tiempos de entrega establecidos.

3.2.4 Objetivos

- Ser la conexión rápida y eficiente entre los usuarios que necesiten los servicios de traducción y los traductores que forman parte de la plataforma digital.
- Realizar mejoras continuas en la interfaz y el funcionamiento de la plataforma digital para que los usuarios puedan tener acceso fácilmente.
- Ofrecer una red de traductores certificados y especializados que ofrecen traducciones de alta calidad en tiempo real y así mejorar la disponibilidad del servicio.

3.2.5 Metas

- Incrementar la visibilidad de la plataforma digital y posicionarla.
- Lograr la inclusión.
- Escalar más el negocio para abarcar más zonas y más mercado.
- Aumentar la presencia del negocio en las redes sociales.
- Ofrecer en un futuro soluciones para empresas que necesiten los servicios de traducción e interpretación del lenguaje de señas y crear paquetes corporativos.
- Buscar otros medios tecnológicos para los usuarios como una aplicación.

3.3 Descripción de los productos y servicios



Figura 26 Descripción de productos y servicios

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Languages and U es una plataforma digital que ofrece servicios que se centran en traducciones de diversos proyectos.

Traducciones personalizadas según lo que cada cliente solicite de acuerdo a sus necesidades. Son servicios esenciales para fomentar la accesibilidad y la inclusión, permitiendo que todas las personas puedan comunicarse eficazmente en diversos contextos, eliminando las barreras tanto lingüísticas como las capacidades especiales.

Languages and U está diseñado para brindar los servicios de:

Traducciones de: Documentos, Subtítulos, Doblajes, Material educativo

Traducciones de voz: Contenido audiovisual como videos, pódcast y doblajes.

Interpretaciones en tiempo real de: Conferencias, eventos en vivo y capacitaciones.

Interpretación de: Lenguaje de señas.

Suscripciones y clasificación de servicios



Figura 27 Clasificación de servicios

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.3.1 Prototipos/Descripción general

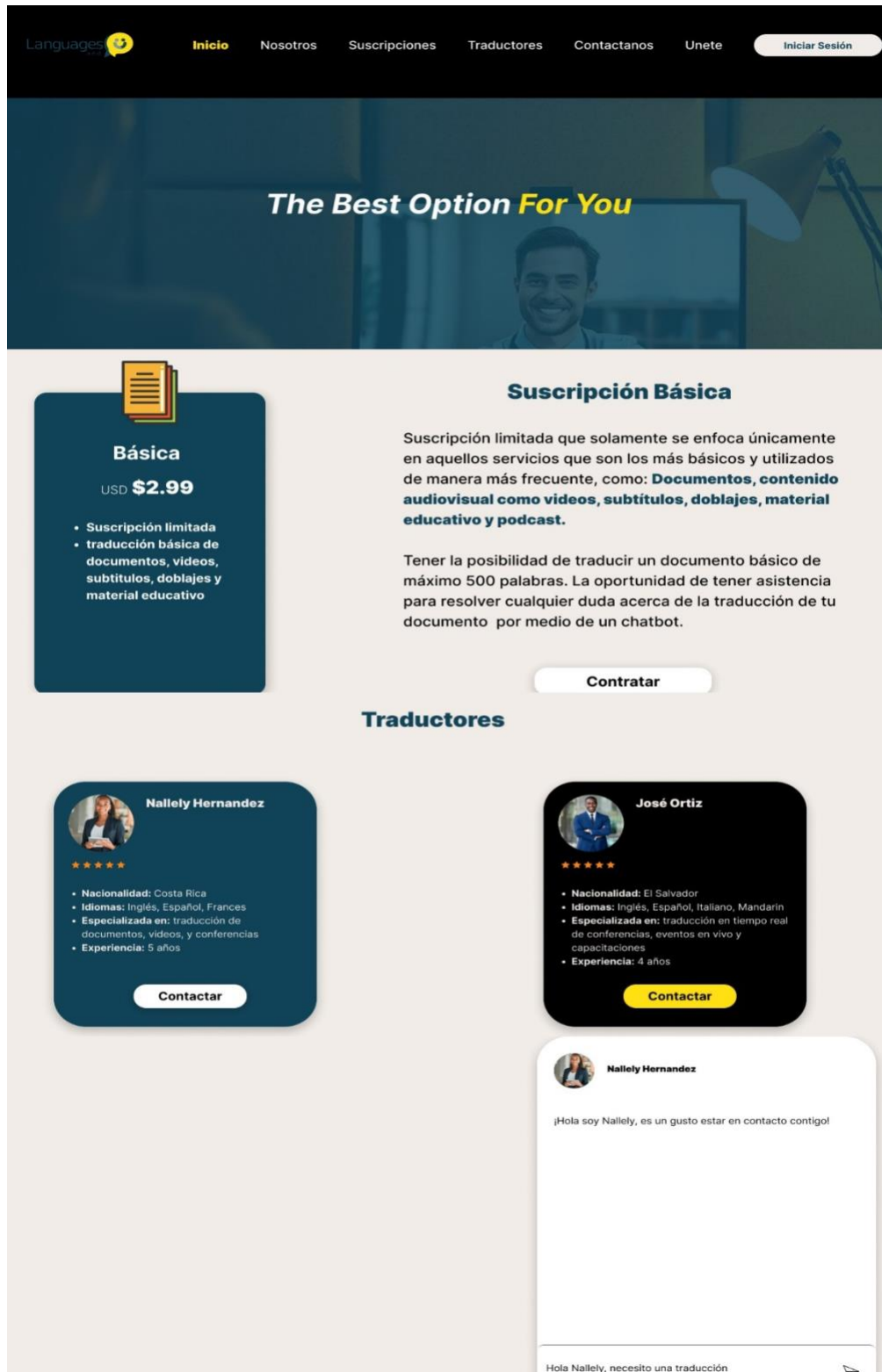


Figura 28 Prototipo de la plataforma digital
Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

<https://www.figma.com/proto/orqAzmkYjWIKKiHG3CnXbR/Language%26U-Web-Design?node-id=1-1743&node-type=canvas&t=O9vGUWohydmpcCxa-1&scaling=min-zoom&content-scaling=fixed&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=1%3A1743>

Correo: languageyou2024@gmail.com

Pass: Soft.Us2024

3.4 Ventaja Competitiva

Languages and U es una plataforma digital que destaca por tener inclusión con los servicios de traducciones del lenguaje de señas y es por ello que se diferencia de los demás debido a que no solo ofrece servicios de traducciones de diferentes idiomas, es una plataforma digital con inclusión y empatía tomando en cuenta a las personas con capacidad especial auditiva debido a que muchas veces para ellos es muy difícil entender los mensajes que los demás les quieren transmitir es por ello que Languages and U quiere resaltar en ofrecer esa oportunidad para que estas personas puedan comprender mejor y tener una mejor y más entendible comunicación con los demás.

Para Languages and U es importante que todos tengan acceso a una buena comunicación y generar una conexión con los demás, sobrepasando las barreras lingüísticas.

Así mismo ser una plataforma digital que busca más eficiencia y eficacia con sus traducciones, por eso cuenta con una barra de estado de la traducción donde se podrá tener acceso en tiempo real del avance de la traducción.

Que tiene elementos como:

Recibido: Cuando el traductor que se encargará del proyecto ya haya recibido el trabajo que se realizará.

En proceso: Cuando el traductor ya esté realizando el trabajo.

Completado: Cuando el trabajo ya haya sido finalizado y esté listo para entregarse.

3.5 Plan organizacional

3.5.1 Objetivos del plan organizacional

- Establecer roles y responsabilidades entre los colaboradores del negocio para asegurar una distribución clara de las tareas de cada uno.
- Facilitar la toma de decisiones dentro de la organización.
- Fomentar la comunicación y un ambiente de trabajo positivo entre colaboradores.

3.5.2 Estructura organizativa de la empresa

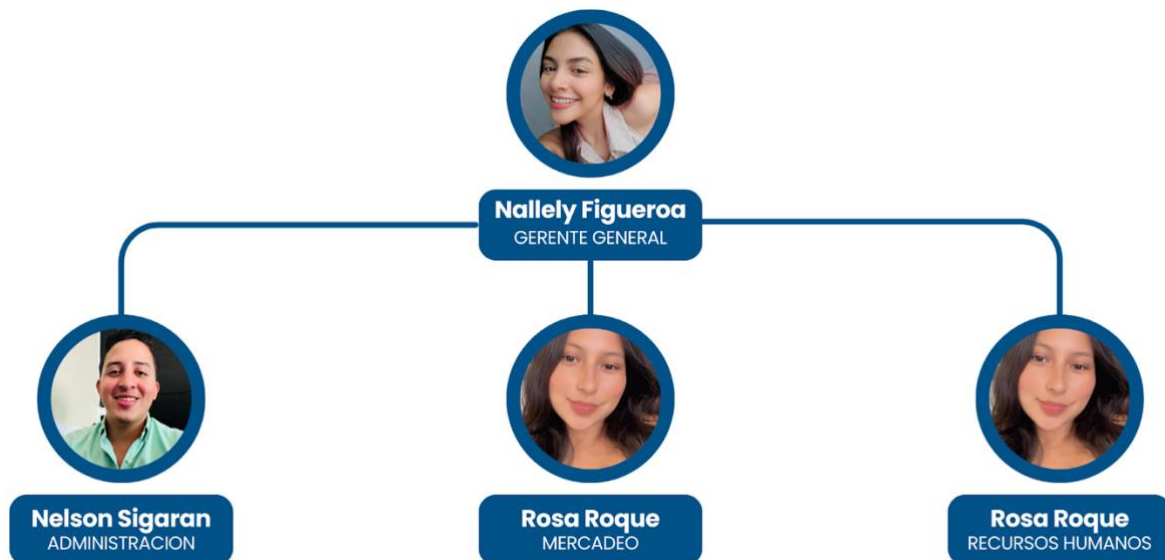


Figura 29 Estructura organizativa Languages and U
Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.5.3 Organización de gestión y recursos humanos

RECURSOS HUMANOS		
AREA DE GESTION	RESPONSABILIDADES	HABILIDADES
Gerente General (Nallely Figueroa)	Es responsable de actividades como la gestión estratégica, el desarrollo de la misión y la visión del sitio web, también es encargado de verificar la calidad de los proyectos realizados, la toma de decisiones y verificar si se están cumpliendo los objetivos que se tienen.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de equipos. Liderazgo. Resolver conflictos. Comunicación efectiva. Inteligencia emocional. Manejo de herramientas digitales.
Administración (Nelson Sigaran)	El encargado de la Administración del negocio digital es responsable del control y la gestión del presupuesto, elaborar los informes financieros, analizar los balances, las cuentas y los costos.	<ul style="list-style-type: none"> Capaz de tomar decisiones. Organizado. Comunicativo. Resolver problemas. Proactivo. Eficiente.
Mercadeo (Rosa Roque)	El encargado de elaborar estrategias que ayuden a posicionar los servicios del negocio, diseñar campañas que ayuden a aumentar la visibilidad y las ventas, comunicación efectiva con los clientes, evaluar el impacto de las estrategias y analizar los resultados, también es el encargado de manejar las redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> Creativo Proactivo Innovador Buena comunicación Resolución de problemas Análítico
Recursos Humanos (Rosa Roque)	Responsable de revisar y seleccionar a los candidatos adecuados y explicarles la funcionalidad del sitio web. Evaluar el desempeño de los traductores.	<ul style="list-style-type: none"> Toma de decisiones Capacidad para evaluar. Inteligencia emocional Confidencialidad Capacidad para motivar Gestión del talento

Figura 30 Organización de gestión

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.5.4 Proceso administrativo

Es el conjunto de pasos que sigue una empresa para lograr sus metas de manera ordenada y productiva.

Incluye planear lo que se quiere alcanzar, organizar los recursos necesarios, guiar al equipo hacia las metas y verificar que todo marche como se espera.

Planeación

En esta parte del proceso primeramente se realiza una lluvia de ideas para determinar el negocio y la selección del nombre, se establecen los servicios que se van a ofrecer en la plataforma digital, que son: traducción e interpretación, que se adapten a las necesidades que los usuarios tengan.

Así mismo, se plantea un marco estratégico, una misión, visión, valores objetivos y metas específicas para tener una noción más clara de lo que se espera de este negocio digital.

A partir de dicho análisis se pretende desarrollar una plataforma digital donde se pueda garantizar la calidad de las traducciones y cumplir con los tiempos de entrega.



Figura 31 Flujo de planeación

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Organización

En esta fase se llevará a cabo en un esquema funcional con áreas específicas como: Gerencia general, Administración, Mercadeo y Recursos Humanos.

Cada área cuenta con roles y responsabilidades asignadas para garantizar una ejecución eficiente y orientada a los objetivos del negocio.

La Gerencia General se encargará de definir las estrategias, evaluar la calidad y el cumplimiento de los objetivos, el departamento administrativo se encargará del control financiero, los presupuestos y los análisis de costos, el área de Mercadeo se enfoca en la visibilidad de los servicios e implementar las estrategias de posicionamiento y al mismo tiempo manejo de redes sociales mientras que el área de recursos humanos realizará la selección y reclutamiento de los traductores.

Esta organización garantiza una clara asignación de responsabilidades, lo que asegura que las tareas se realicen con calidad y orientadas hacia los objetivos establecidos.

Establecer procesos para solicitar y el funcionamiento de las traducciones.



Figura 32 Flujo de organización

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Dirección

Esta parte del proceso es el elemento fundamental para adecuar los esfuerzos de cada uno de los colaboradores hacia los objetivos del negocio, enfocado en la comunicación efectiva, coordinación y liderazgo.

Este enfoque asegura que todos los traductores trabajan alineados hacia los objetivos, maximizando la satisfacción de los usuarios que utilicen la plataforma digital.

Supervisar las traducciones para evaluar la calidad de los servicios ofrecidos.

Así mismo, estructurar la creación de contenido del negocio en los canales digitales.



Figura 33 Flujo de dirección

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Control

La etapa del control, se centra en la supervisión y mejora continua de las actividades que se realizan en el negocio, asegurando la calidad de los servicios, el cumplimiento de los tiempos de entrega y la satisfacción de los usuarios al utilizar la plataforma digital.

Languages and U busca definir una estructura sólida que permita la ejecución eficiente y el crecimiento sostenido al enfocar sus esfuerzos en la calidad de los servicios.



Figura 34 Flujo de control

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Tabla 1 Herramienta de medición

HERRAMIENTA DE MEDICION	CUMPLIMIENTO	
ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO
Opinión de los usuarios acerca de la plataforma digital.		
Satisfacción de los usuarios con respecto a los traductores.		
Buen funcionamiento de la plataforma digital.		
Buen funcionamiento de la barra de estado en tiempo real.		
Aceptación de la creación de contenidos en los canales digitales.		
Cumplimiento de las actividades de los traductores.		
Evaluación de calidad		
Cumplimiento de las estrategias		

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Acciones de cómo se van a medir

Verificar a través de reseñas lo que piensa el cliente del negocio digital.

Puntuación por medio de estrellas a los traductores para conocer cómo se sienten los usuarios con respecto al traductor.

Revisión del funcionamiento de la plataforma digital.

Revisar periódicamente el funcionamiento y el uso de la barra de estado en tiempo real como herramienta de supervisión del progreso de los proyectos.

3.5.5 Identificación y características de recursos humanos

La identificación del área de recursos humanos es un proceso fundamental para asegurar que los colaboradores, que en este caso serían los traductores y demás personas que forman parte del negocio, estén alineados con los objetivos y necesidades que se tienen como negocio.

Están alineados a las características de la plataforma digital que tienen que ver con ofrecer servicios de calidad, accesibilidad y eficiencia, según las necesidades de los usuarios.

La identificación y características de recursos humanos de Languages and U están relacionadas con diferentes aspectos.

Languages and U busca que los colaboradores que formen parte del proyecto tengan las siguientes características:

- Formaciones académicas en traducción: es esencial, ya que proporciona las herramientas necesarias para ofrecer servicios de alta calidad y precisión que el usuario solicite.
- Certificaciones del conocimiento de los idiomas: Ayuda a reforzar la confianza de los usuarios en la calidad del servicio, a brindar así como también válida el conocimiento de los idiomas.
- Dominio avanzado de los idiomas involucrados: Se debe tener un conocimiento profundo de los idiomas que estén involucrados en la traducción, así como el idioma origen, tanto como el idioma destino, para garantizar la calidad de las traducciones solicitadas.
- Habilidad en diferentes áreas como gramática, ortografía: Son importantes para brindar servicios con una alta calidad y precisión.
- Capacidad de análisis: Esta característica permite que el traductor o intérprete comprenda a fondo los textos o los proyectos a realizar para garantizar que los mensajes sean traducidos de manera precisa, coherente y adecuada como lo solicita el usuario.

- Buen manejo de herramientas tecnológicas: Es importante ya que es un negocio digital y ayudan a agilizar el proceso, aseguran la calidad, y mejoran la eficiencia.
- Buena comunicación: Es fundamental en este tipo de negocios, ya que al tener una buena comunicación asegura que en tiempo y calidad y que todos los aspectos solicitados por el cliente se comprenden de manera clara y que el proyecto se entregue de forma adecuada.
- Habilidad para cumplir con los requisitos que el cliente pida: Debe de ser una persona atenta a lo que el cliente le pide con exactitud para poder cumplir con su trabajo de manera precisa y directa, abierto a revisar cada trabajo luego de haber sido realizado para tener certeza de la calidad de trabajo realizado.
- Certificación del lenguaje de señas: Certificación que acredite el conocimiento de este lenguaje y que permita tener la mejor precisión para una mejor comprensión de las personas con problemas auditivos.
- Experiencia: La experiencia laboral o la participación en proyectos similares pueden ser de gran ayuda.
- Capacidad de toma de decisiones: Es significativo tener la capacidad de tomar buenas decisiones en el momento que el negocio lo requiera, liderar al equipo hacia el cumplimiento de los objetivos.

3.6 Plan de mercadeo

3.6.1 Objetivos del plan de mercadeo

- Incrementar el tráfico web en un 30% en los próximos 3 meses a través de la implementación de la estrategia SEO, campañas de Google ads, y publicaciones recurrentes en las redes sociales como Facebook, Instagram y tiktok.
- Aumentar la interacción de las redes sociales en un 40% es los próximos 3 meses mediante la publicación de contenidos relevantes sobre la importante del lenguaje de señas y de las traducciones de diferentes idiomas que ayuden a interactuar con los seguidores.
- Tener un aumento en la tasa de fidelización de los clientes de un 25 en el primer semestre por medio de programas de fidelización que ofrezca descuentos a los clientes recurrentes.

3.6.2 Resultado de la investigación de mercado

En esta etapa se muestran los resultados obtenidos a través de la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario para conocer más a fondo la opinión de las personas acerca de la creación de Languages and U una plataforma digital dedicada a la traducción de diferentes idiomas y traducción del lenguaje de señas.

La mayoría de las personas encuestadas manifestaron que sí utilizan servicios de traducción en línea.

¿Utilizas servicios de traducción en línea?

46 respuestas

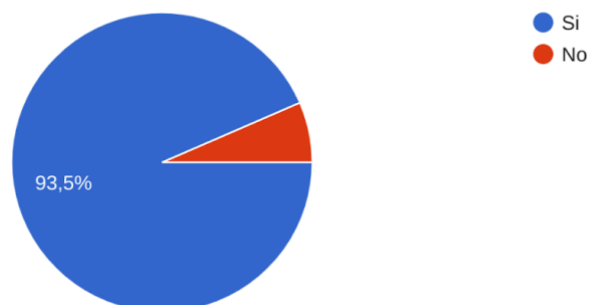


Figura 35 Gráfico 1 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Los que respondieron que NO utilizan estos servicios no lo hacen por las siguientes razones:

Porque saben inglés

No lo ven necesario

O utilizan otros traductores más directos como Google.

Los encuestados dicen estar algo enterados de los servicios de traducción en línea.

¿Qué tanto conoces de los servicios de traducción en línea?

46 respuestas

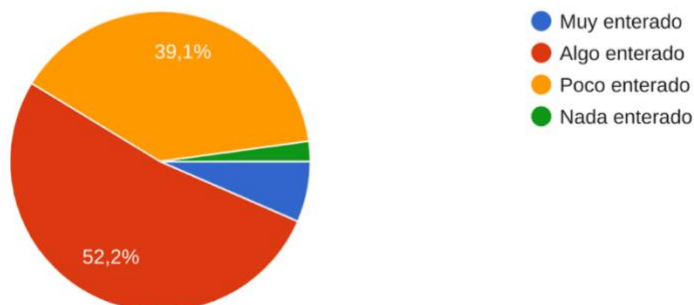


Figura 36 Gráfico 2 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Los tipos de traducciones que más conocen los encuestados son:

Traducción de texto

Traducción de voz

Subtítulos

Mientras que ninguno expresó que conocen acerca de traducciones del lenguaje de señas.

¿Qué tipo de traducciones conoces?

46 respuestas

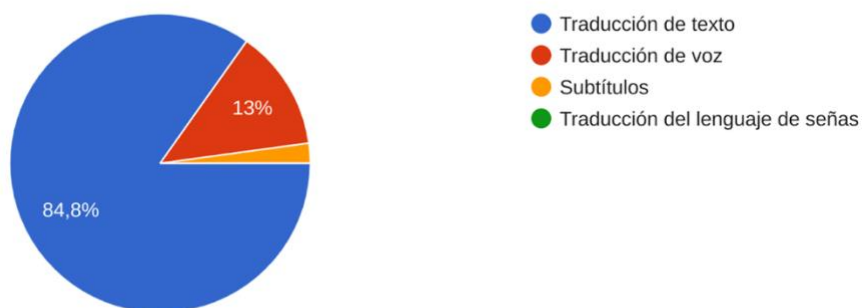


Figura 37 Gráfico 3 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Los motivos por los cuales más utilizan las traducciones en línea:

Estudio (58.7%)

Comunicación personal (21.7%)

Trabajo personal (19.6%)

¿Por qué motivos utilizamos las traducciones en línea?

46 respuestas

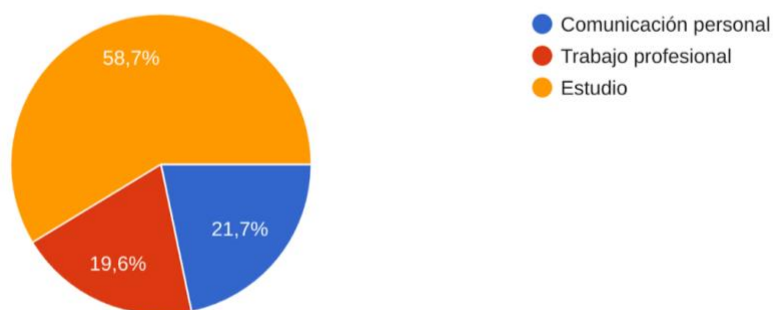


Figura 38 Gráfico 4 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Las personas manifestaron que la precisión de la traducción es una de las características más importantes en estos servicios, seguida de la velocidad de la traducción.

¿Qué características consideras importantes en una traducción en línea?

46 respuestas

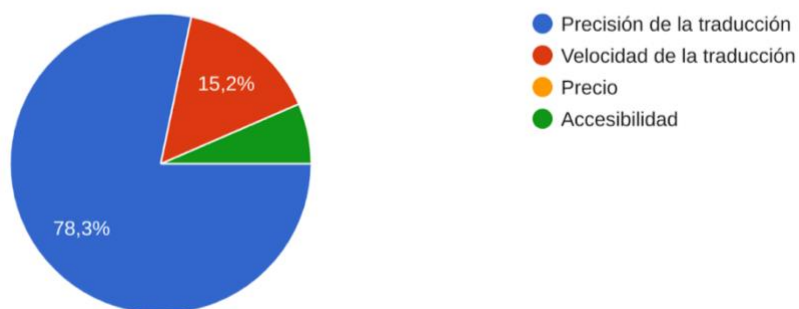


Figura 39 Gráfico 5 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Los encuestados consideran que es poco accesible encontrar traducciones de otros idiomas en El Salvador.

¿Qué tan accesible es encontrar traducciones en otros idiomas en El Salvador?

46 respuestas

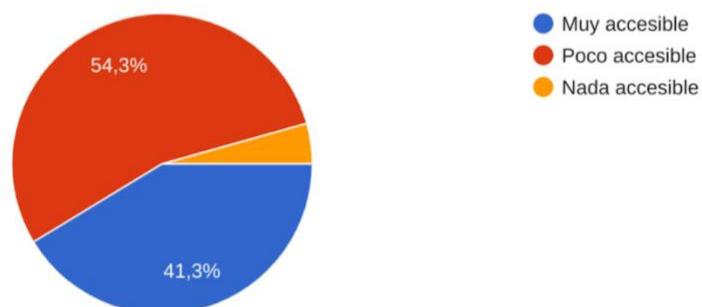


Figura 40 Gráfico 6 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Medios digitales que utilizan para buscar traducciones:

Sitios web

Aplicaciones

Redes sociales.

¿Qué medios digitales utilizarías para buscar traducciones en línea?

46 respuestas

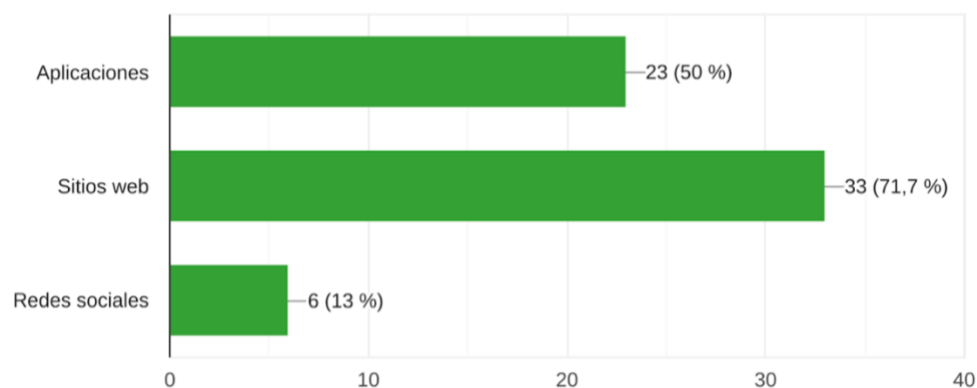


Figura 41 Gráfico 7 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

La mayoría expresa que los servicios de traducción en línea facilitan la comunicación

En una escala del 1 al 5 ¿Consideras que los servicios de traducción en línea facilitan la comunicación? siendo 1 nada y 5 mucho

46 respuestas

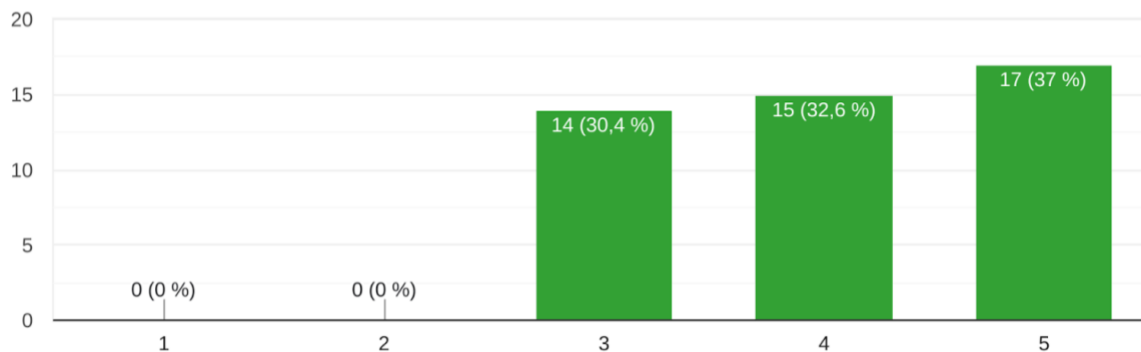


Figura 42 Gráfico 8 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

El idioma en el que más se traduce para los encuestados es el idioma inglés.

Para usted ¿Cuáles son los idiomas en los que se traduce con mas frecuencia?

46 respuestas

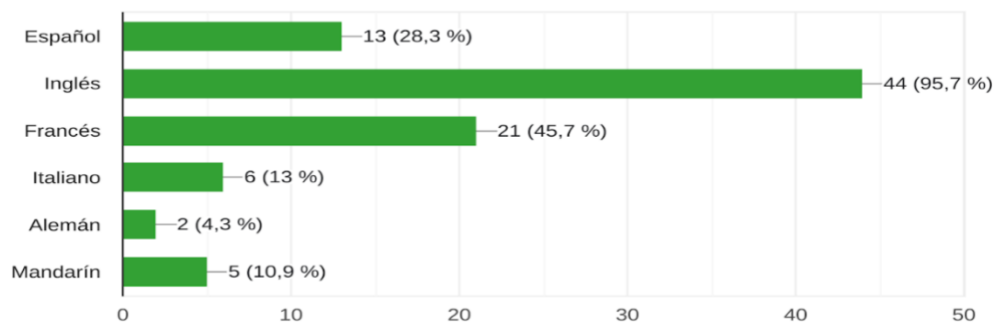


Figura 43 Gráfico 9 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Los traductores especializados y la buena comunicación con el traductor son los aspectos que se consideran más importantes para mejorar los servicios de traducción en línea.

¿Qué aspectos considera importantes para mejorar los servicios de traducción en línea?

46 respuestas



Figura 44 Gráfico 10 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Precios mensuales dispuestos a pagar.

\$2.99

¿Cuál es el precio mensual que estaría dispuesto a pagar por una suscripción de traducciones?

46 respuestas

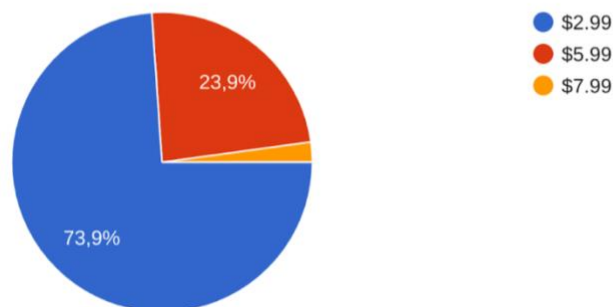


Figura 45 Gráfico 11 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Los encuestados consideran que son muy importante los servicios de traducción en línea para las personas con discapacidades auditivas.

¿Qué tan importante consideras los servicios de traducción en línea para personas con discapacidades?

46 respuestas

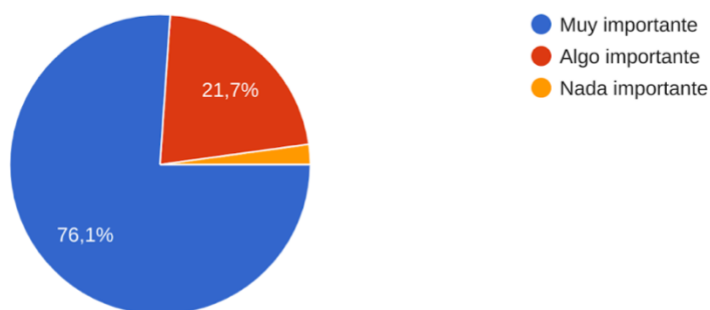


Figura 46 Gráfico 12 Investigación de mercado
Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Así mismo, manifiestan que en El Salvador NO tiene accesibilidad a las traducciones de lenguaje de señas.

¿Considera usted que El Salvador tiene accesibilidad a traducciones del lenguaje de señas?

46 respuestas

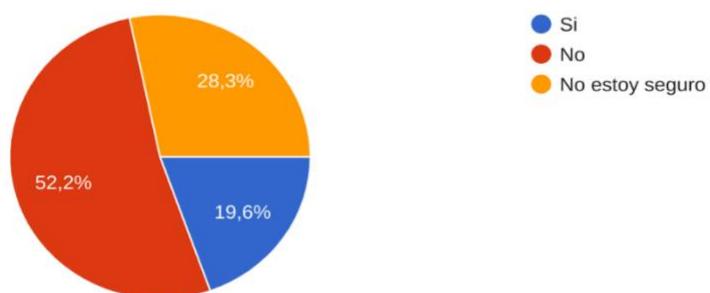


Figura 47 Gráfico 13 Investigación de mercado
Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Y el 95.7% indica que si les gustaría que hubiera inclusión del lenguaje de señas.

¿Te gustaría que hubiera inclusión del lenguaje de señas en los servicios de traducciones en línea?

46 respuestas

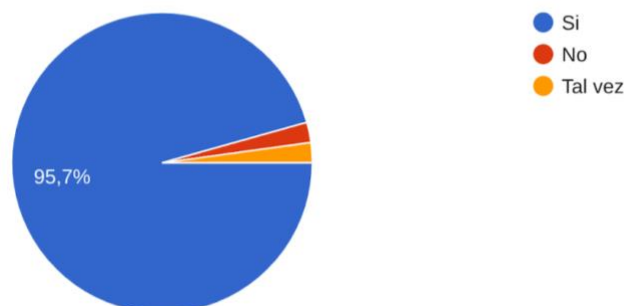


Figura 48 Gráfico 14 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

La calidad de la interpretación es uno de los aspectos que consideran más importantes si tuvieran una capacidad especial.

Si tuvieras una capacidad especial como problemas auditivos ¿Qué aspectos considerarías importantes en la traducción del lenguaje de señas?

46 respuestas

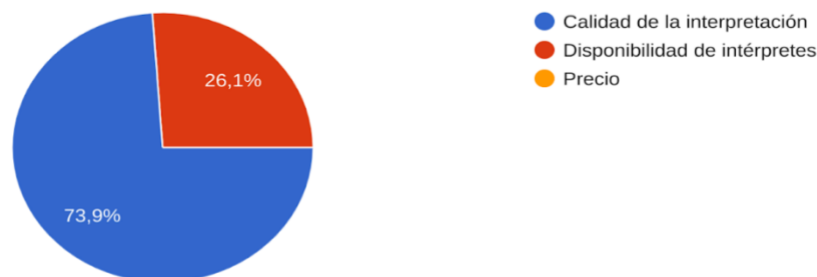


Figura 49 Gráfico 15 Investigación de mercado

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

La mayoría respondió que si le gustaría que las empresas incluyan en su marketing y publicidad traducciones del lenguaje de señas.

¿Te gustaría que las empresas incluyan en su marketing y publicidad traducciones en lenguaje de señas?

46 respuestas

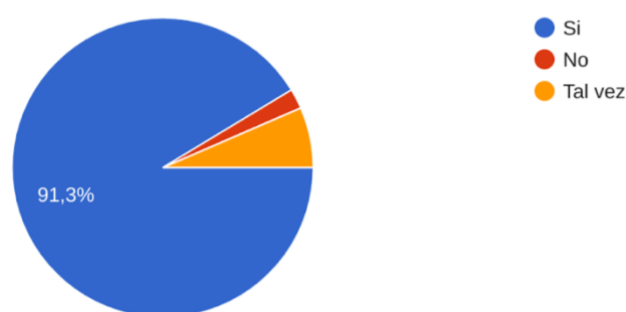


Figura 50 Gráfico 16 Investigación de mercado
Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Los medios que utilizan para informarse mejor

1. Google
2. Tiktok
3. Facebook
4. Instagram.

¿Qué medios utilizas para infórmate mejor?

46 respuestas

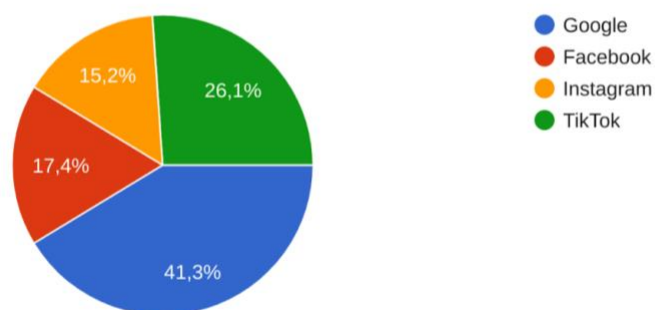


Figura 51 Gráfico 17 Investigación de mercado
Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.6.3 Marketing mix digital

7P'S MARKETING MIX

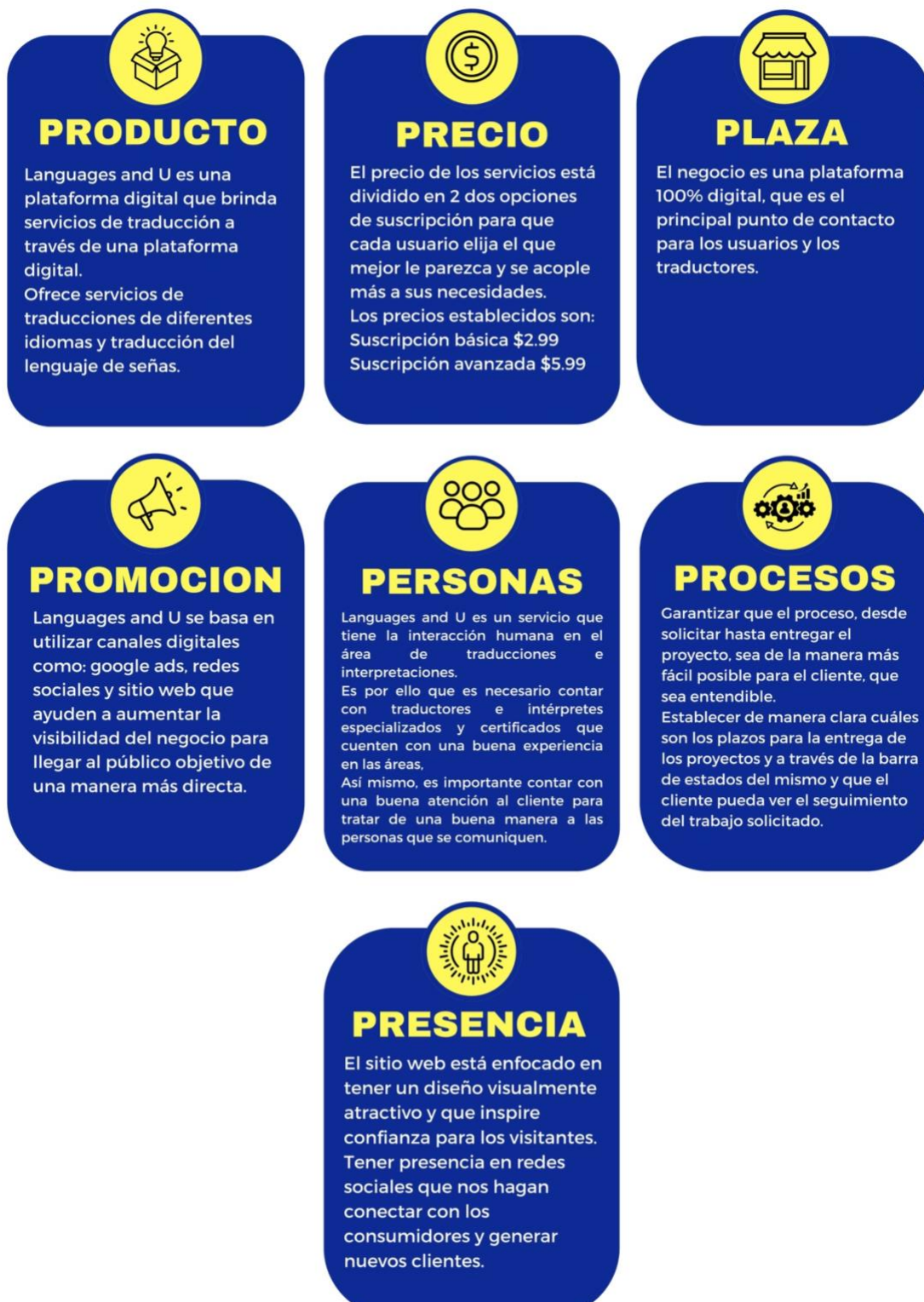


Figura 52 7P'S Marketing Mix

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

4C'S MARKETING MIX DIGITAL



CONSUMIDOR

La plataforma es especialmente para hombres y mujeres que soliciten traducciones por diversas razones y las personas con discapacidad auditiva que buscan apoyo para comunicarse a través del lenguaje de señas. Se ofrecen servicios específicos según lo que cada cliente necesite.



COSTO

Los precios establecidos en la plataforma digital para utilizar el servicio son accesibles y se enfoca en brindar servicios de traducciones de calidad que además es inclusivo, garantiza accesibilidad y facilidad de adquirir dentro de la plataforma digital sin necesidad de incurrir a otros costos.



CONVENIENCIA

Languages and U es una plataforma digital que es fácil de usar y de acceder debido a que se puede ingresar desde cualquier lugar y la interfaz está diseñada para poder ser intuitiva y sin complicaciones. El proceso de seleccionar al traductor es rápido y preciso para solicitar el trabajo a realizar.



COMUNICACION

La comunicación del negocio digital será por medio de la plataforma digital, ya que contará con un chat para que el traductor y el cliente pueda comunicarse directamente con respecto al trabajo a realizar y establecer los requisitos solicitados por el cliente. Y a través de las redes sociales para cualquier pregunta o duda relacionadas con el negocio digital.

Figura 53 4C'S Marketing Mix

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.6.4 Estrategias de marketing mix digital

Tabla 2 Estrategias de Marketing Mix 7P'S

Variable	Objetivo	Estrategia	Tiempo	Tácticas
Producto	Expandir los servicios ofrecidos para generar un mayor alcance de usuarios.	Incluir nuevos servicios para satisfacer las nuevas necesidades del mercado	4 a 8 meses	Analizar a la competencia, preparación en equipo tecnológico, Capacitación para para el equipo.
Precio	Ofrecer precios que se adapten a las diferentes necesidades y presupuestos de los diferentes tipos de clientes.	Estrategia de precio por hora fijar un precio por el tiempo de servicio que se ofrece. Estrategia de precios según proyecto cobra una tarifa establecida por proyecto.	2 a 3 meses	Analizar costos; herramientas, tecnología para brindar un excelente servicio. Análisis del margen de ganancias entre el 30% y 50% de ganancia Ofertas por paquetes o proyectos
Plaza	Crear un entorno digital confiable y permita un crecimiento en el comercio en línea.	Estrategia de venta en línea utilizando plataforma digital.	2 a 3 meses	Canales de pago seguros. Espacio para recibir reseñas de personas que han adquirido los servicios.
Promoción	Resaltar la marca de Languages and U para alcanzar más visibilidad y generar más clientes.	Diseñar campañas en canales digitales como redes sociales para alcanzar más público que deseen los servicios.	1 a 2 meses	Crear contenido educativo donde cada video muestre de manera explicativa cada servicio que se brinda, dinámicas sorteos o concursos.
Personas	Crear conexión con los clientes para poder fidelizarlos.	Crear canales digitales y brindar una buena atención al cliente.	1 mes	Chat en vivo en la plataforma digital donde los usuarios puedan recibir respuestas de sus dudas, Espacio diseñado para obtener feedback.
Procesos	Proporcionar facilidad en los procesos que se requieren para adquirir un proyecto.	Definir el proceso de solicitar el trabajo y de entrega de cada trabajo.	2 a 3 días	Tener un equipo capacitado en calidad y puntualidad.
Presencia	Ser una plataforma digital que inspire confianza y credibilidad que permita conectar con los visitantes y captar nuevos clientes.	Edición y diseño de la plataforma digital para que sea confiable, funcional, de fácil y rápido acceso.	1 mes	Tener un espacio donde las personas puedan escribir sus testimonios en cuanto a la experiencia.

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Tabla 3 Estrategias de Marketing Mix 4C'S

Variable	Objetivo	Estrategia	Tácticas	Tiempo
Consumidor	Brindar una buena imagen a cada usuario que solicite sus traducciones.	Estrategia de captación de clientes para atraer nuevos usuarios, publicar en redes sociales videos de otros clientes hablando sobre las reseñas de sus experiencias.	Realizar campañas publicitarias en redes sociales, dando a conocer los beneficios por adquirir los servicios. Colaborar con creadores de contenido para que den a conocer los servicios que se brindan.	3 a 4 semanas para crear el contenido ideal.
Costo	Crear suscripciones con tarifas accesibles para lograr una mejor aceptación de los usuarios.	Proveedores de mejor costo, ofrecer servicios con buenas características a un precio menor que la competencia.	Encontrar alianzas con proveedores que sean claves.	3 a 4 semanas
Conveniencia	Garantizar una plataforma digital conveniente para mejorar la experiencia del usuario y facilitar la adquisición de los servicios	Facilidad de acceso y facilidad de uso, ofrecer una plataforma digital que sea fácil y rápido de usar.	Contratar un diseñador que cree un diseño fácil y accesible que haga más amigable la experiencia	Duración de 2 a 3 semanas
Comunicación	Crear interacciones confiables y seguras para los usuarios.	Estrategia y creación de redes sociales, generando una interacción con los seguidores de las redes sociales y los usuarios.	Crear sorteos donde sea obligatorio mencionar a más personas y que sean parte de las interacciones al contenido.	2 a 3 semanas

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.7 Plan de ventas

3.7.1 Objetivos del plan de ventas.

- Elevar las ventas del servicio de traducción en tiempo real en un 30% en el próximo año mediante la implementación de campañas de marketing específicas para resaltar el servicio.
- Incrementar las ventas cruzadas en un 15% en los próximos 3 meses a través de enviar a las personas ya suscritas las otras opciones de los servicios con los que cuenta el negocio para que puedan contratarlas.
- Captar 70 nuevos clientes en un periodo de 2 meses mediante la implementación de una campaña de descuento por referido.

3.7.2 Proyección de ventas (1 año)

Una proyección de ventas es una estimación o predicción de las ventas futuras de una empresa o negocio para un período determinado.

Languages and U desarrolla la proyección de ventas estimada para los próximos 12 meses (1 año), en primer lugar determinando la cantidad de suscripciones que se espera vender y seguidamente en dólares para conocer un poco más a fondo los ingresos se espera generar en este negocio y su rentabilidad.

Proyección de ventas en unidades

Tabla 4 Proyección de ventas en unidades

LANGUAGES AND U
PROYECCION DE VENTAS EXPRESADAS EN UNIDADES
EN UN PERIODO DE 12 MESES

Nº	SUSCRIPCION	MESES												TOTAL ANUAL
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
1	BASICA	18	23	26	30	34	36	41	47	53	58	53	50	469
2	AVANZADA	23	25	31	33	38	42	47	53	59	65	61	55	532
TOTAL MENSUAL		41	48	57	63	72	78	88	100	112	123	114	105	1001

Nº	SERVICIO	MESES												TOTAL ANUAL
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
1	TRADUCCION DE TEXTO	14	17	19	24	30	28	33	42	45	46	47	51	396
2	TRADUCCION DE VOZ	9	11	11	11	11	13	14	15	13	14	12	14	148
3	INTERPRETACIONES	7	10	10	9	9	16	18	23	22	34	26	26	210
4	TRADUCCIONES EN TIEMPO REAL	11	10	17	19	22	21	23	20	32	29	29	14	247
TOTAL MENSUAL		41	48	57	63	72	78	88	100	112	123	114	105	1001

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Proyección de ventas en dólares

Tabla 5 Proyección de ventas en dólares

LANGUAGES AND U
PROYECCION DE VENTAS EXPRESADAS EN DOLARES
EN UN PERIODO DE 12 MESES

N°	SUSCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MESES												TOTAL ANUAL
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	
1	BASICA	\$2,99	\$53,82	\$68,77	\$77,74	\$89,70	\$101,66	\$107,64	\$122,59	\$140,53	\$158,47	\$173,42	\$158,47	\$149,50	\$1.402,31
2	AVANZADA	\$5,99	\$137,77	\$149,75	\$185,69	\$197,67	\$227,62	\$251,58	\$281,53	\$317,47	\$353,41	\$389,35	\$365,39	\$329,45	\$3.186,68
TOTAL MENSUAL			\$191,59	\$218,52	\$263,43	\$287,37	\$329,28	\$359,22	\$404,12	\$458,00	\$511,88	\$562,77	\$523,86	\$478,95	\$4.588,99

N°	SERVICIO	PRECIO UNITARIO	MESES												TOTAL ANUAL
			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	
1	TRADUCCION DE TEXTO	\$10,00	\$140,00	\$170,00	\$190,00	\$240,00	\$300,00	\$280,00	\$330,00	\$420,00	\$450,00	\$460,00	\$470,00	\$510,00	\$3.960,00
2	TRADUCCION DE VOZ	\$30,00	\$270,00	\$330,00	\$330,00	\$330,00	\$330,00	\$390,00	\$420,00	\$450,00	\$390,00	\$420,00	\$360,00	\$420,00	\$4.440,00
3	INTERPRETACIONES	\$35,00	\$245,00	\$350,00	\$350,00	\$315,00	\$315,00	\$560,00	\$630,00	\$805,00	\$770,00	\$1.190,00	\$910,00	\$910,00	\$7.350,00
4	TRADUCCIONES EN TIEMPO REAL	\$100,00	\$1.100,00	\$1.000,00	\$1.700,00	\$1.900,00	\$2.200,00	\$2.100,00	\$2.300,00	\$2.000,00	\$3.200,00	\$2.900,00	\$2.900,00	\$1.400,00	\$24.700,00
TOTAL MENSUAL			\$1.755,00	\$1.850,00	\$2.570,00	\$2.785,00	\$3.145,00	\$3.330,00	\$3.680,00	\$3.675,00	\$4.810,00	\$4.970,00	\$4.640,00	\$3.240,00	\$40.450,00

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.8 Plan financiero

3.8.1 Objetivos del plan financiero

- Planificar los recursos y gastos de una mejor manera para garantizar la estabilidad del negocio.
- Administrar los recursos financieros para alcanzar los objetivos.
- Asegurar que los ingresos sean suficientes para cubrir los costos y obtener ganancias.

3.8.2 Plan de inversión

Tabla 6 Plan de inversión

Concepto	Unidad	Costo Unitario	Fondos propios	Prestamos	Total
Computadoras	3	\$650.00	\$1,950.00	\$0.00	\$1,950.00
Desarrollo de la plataforma	1	\$110.00	\$110.00	\$0.00	\$110.00
Licencia de Software	3	\$70.00	\$210.00	\$0.00	\$210.00
Hosting y dominio	12	\$4.00	\$48.00	\$0.00	\$48.00
Total					\$2,318.00

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.8.3 Estructura de costos

Tabla 7 Estructura de costos

Concepto	Unidad	Costo Mensual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
COSTOS DIRECTOS															
Mano de obra (traductores)			\$702,00	\$740,00	\$1.028,00	\$1.114,00	\$1.258,00	\$1.332,00	\$1.472,00	\$1.470,00	\$1.924,00	\$1.988,00	\$1.856,00	\$1.296,00	\$16.180,00
COSTOS INDIRECTOS															
Costos Fijos															
Internet	3	\$25,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00	\$900,00
Depreciación del equipo (Computadoras)		\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$32,50	\$390,00
Costos Fijos Totales			\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$107,50	\$1.290,00
Costos Variables															
Energía Eléctrica	3	\$15,00	\$45,45	\$45,90	\$46,36	\$46,83	\$47,30	\$47,77	\$48,25	\$48,73	\$49,22	\$49,71	\$50,21	\$50,71	\$576,42
Costos Indirectos Totales			\$152,95	\$153,40	\$153,86	\$154,33	\$154,80	\$155,27	\$155,75	\$156,23	\$156,72	\$157,21	\$157,71	\$158,21	\$1.866,42
Costos Totales			\$854,95	\$893,40	\$1.181,86	\$1.268,33	\$1.412,80	\$1.487,27	\$1.627,75	\$1.626,23	\$2.080,72	\$2.145,21	\$2.013,71	\$1.454,21	\$18.046,42
	Unidad	Costo Mensual	Total anual												
GASTOS OPERATIVOS															
Gastos de distribución															
Publicidad y marketing	12 M	\$150,00	\$1.800,00												
Gastos Administrativos															
Sueldos	3	\$200,00	\$7.200,00												
Registro de la marca	1	\$100,00	\$100,00												
Legalización de la empresa	1	\$1.000,00	\$1.000,00												
Desarrollo de la plataforma			\$110,00												
Licencia de Software			\$210,00												
Hosting y dominio			\$48,00												
Total gastos administrativos			\$8.668,00												

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Pago de los traductores depende de los trabajos realizados cada mes, se les dará el 40% por cada proyecto.

Presupuesto de efectivo para 1 año

Tabla 8 Presupuesto de efectivo

ENTRADAS	
Capital aportado	\$10.500,00
Ingresos cobrados	\$45.038,99
Total	\$55.538,99
SALIDAS	
Desarrollo de la plataforma	\$110,00
Licencia de Software	\$210,00
Hosting y dominio	\$48,00
Inversión en Equipo de cómputo	\$1.950,00
Sueldos de personal	\$16.180,00
Energía eléctrica	\$576,42
Servicio de internet	\$900,00
Publicidad y marketing	\$1.800,00
Sueldos administrativos	\$7.200,00
Registro de la marca	\$100,00
Legalización del negocio	\$1.000,00
Total de salidas	\$30.074,42
Saldo de efectivo al final del año	\$25.464,57

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Estado de resultados para 1 año

Tabla 9 Estado de resultados

INGRESOS POR SERVICIOS	\$45.038,99
COSTO DE SERVICIOS	\$18.046,42
GANANCIA BRUTA	\$26.992,57
GASTOS OPERATIVOS	\$10.468,00
GASTOS POR DISTRIBUCION	\$1.800,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$8.668,00
UTILIDAD OPERATIVA	\$16.524,57
OTROS INGRESOS	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$16.524,57
RESERVA LEGAL	\$1.156,72
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	\$3.841,96
UTILIDAD NETA	\$11.525,89

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Balance general para 1 año

Tabla 10 Balance general

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		\$25.464,57
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	\$25.464,57	
ACTIVOS NO CORRIENTES		\$1.560,00
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	\$1.950,00	
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$390,00	
TOTAL DE ACTIVOS		\$27.024,57
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		\$3.841,96
IMPUESTOS POR PAGAR	\$3.841,96	
PATRIMONIO		\$23.182,61
CAPITAL SOCIAL	\$10.500,00	
RESERVA LEGAL	\$1.156,72	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$11.525,89	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$27.024,57

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.8.4 Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

Tabla 11 Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

ÍNDICES DE RENTABILIDAD			
Margen Bruto (Utilidad Bruta/ingresos)	\$26.992,57	59,93%	Por cada dólar de ingreso la empresa genera un margen de contribución bruto del 59.93%
	\$45.038,99		
Margen Operativo (Utilidad operativa/ingresos)	\$16.524,57	36,69%	Por cada dólar de ingreso la empresa ha generado utilidad operativa del 36.69%
	\$45.038,99		
Margen Neto (Utilidad neta/ingresos)	\$11.525,89	25,59%	Por cada dólar de ingreso la empresa ha generado un margen neto de utilidad del 25.59%
	\$45.038,99		
ROE (Utilidad neta/Patrimonio)	\$11.525,89	49,72%	El Rendimiento sobre el patrimonio de los accionistas es del 49.72%. Por cada dólar invertido se obtienen 0.50 centavos aproximadamente
	\$23.182,61		
ROA (Utilidad neta/activo total)	\$11.525,89	42,65%	Los beneficios que ha obtenido la empresa por las inversiones realizadas por activos financiados con recursos propios es del 42.65%
	\$27.024,57		
ROI (Utilidad neta/costos y gastos)	\$11.525,89	40,42%	El negocio es rentable puesto que ha generado beneficios económicos del 40.42%
	\$28.514,42		

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Punto de equilibrio

Tabla 12 Punto de equilibrio

COSTOS VARIABLES		\$ 16,756.42
MANO DE OBRA	\$16,180.00	
COSTOS INDIRECTOS	\$ 576.42	
SERVICIOS PRESUPUESTADOS		1001
COSTOS FIJOS		\$1.290,00

DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	PORCENTAJE DE PARTICIPACION	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES POR SERVICIO	SERVICIOS EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	INGRESO DE EQUILIBRIO
TRADUCCION DE TEXTO	\$10,00	39.6%	\$ 510.33	\$ 6.62	151	151	\$1.510,00
TRADUCCION DE VOZ	\$30,00	14.8%	\$ 190.73	\$ 2.47	7	7	\$210,00
INTERPRETACIONES	\$35,00	21.0%	\$ 270.63	\$ 3.51	9	9	\$315,00
TRADUCCIONES EN TIEMPO REAL	\$100,00	24.7%	\$ 318.31	\$ 4.13	3	3	\$300,00
		100.0%	\$1,290.00		170		\$2.335,00

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Tabla 13 Análisis del punto de equilibrio en unidades y monto

Análisis del punto de equilibrio en unidades y monto	
Descripción	Punto de equilibrio
Servicios estimados (unidades)	170
Ventas (\$)	\$2.335,00
Costos (suma de costos variables y fijos)	\$19.336,42

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

Las traducciones en tiempo real generan mayor margen de contribución por lo que se deben potenciar o darles prioridad puesto que genera es la que más ingresos aporta al negocio. Las interpretaciones y traducciones de voz tienen buen margen de contribución por lo que la mano de obra como elemento esencial debe especializarse en estos tres servicios.

El servicio de traducciones de texto requiere más prestaciones para equilibrar los costos, a la vez que tiene poco margen de contribución. Cabe señalar que lo que este servicio provee puede obtenerse empleando aplicaciones web o telefónicas, traductor Google, etc. lo que podría explicar los valores que arrojan estos indicadores.

3.9 Plan de trabajo

3.9.1 Objetivos del plan de trabajo

- Organizar de una manera más ordenada todos los pendientes a realizar asignando responsabilidades.
- Definir plazos de inicio y de final para cada tarea para supervisar que avance de acuerdo con lo planificado.
- Monitorear el progreso para facilitar el seguimiento de cada tarea.

3.9.2 Cronograma de actividades

Tabla 14 Cronograma de actividades

PLAN DE TRABAJO (Proyección de actividades para el primer año)																											
Fechas / Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre						
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4			
Elaboración del presupuesto	■																										
Diagnóstico de la empresa	■	■																									
Creación de logo y marca			■																								
Registro de marca				■																							
Creación de redes sociales					■																						
Comprar de equipo						■																					
Definir estructura organizativa y roles							■	■																			
Desarrollo de la plataforma digital.									■	■	■	■															
Selección del personal														■	■	■											
Aplicación de instrumento de investigación																	■	■	■								
Planteamiento de marco estratégico, objetivos y estrategias																				■							
Desarrollo de los planes																				■	■	■					
Reuniones con el equipo del negocio digital																					■	■					
Ejecutar el inicio del plan de negocios																											■

Fuente: Elaboración propia del grupo de trabajo 85E

3.10 Indicadores de medición

Permiten evaluar el rendimiento del negocio, se miden los resultados con base en los indicadores seleccionados con el propósito de realizar cambios necesarios si se llega a observar un problema con los resultados en comparación con lo planeado.

Indicadores de la calidad y precisión de la traducción.

Revisar los trabajos realizados por los traductores para ejecutar un control de calidad en el sistema de traducción automático y ver los comentarios de los usuarios para observar las retroalimentaciones.

Medir el tiempo que tarda en realizarse una traducción desde que se recibe la solicitud del trabajo hasta que se finaliza.

Indicadores de satisfacción del usuario.

Evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios a través de un apartado donde los usuarios podrán puntuar por estrellas el nivel de satisfacción con el traductor.

Evaluar por medio de reseñas la satisfacción de los usuarios de los servicios realizados.

Medir el porcentaje de usuarios que solicitan traducciones del lenguaje de señas en relación con el total de las traducciones solicitadas en la plataforma digital.

Indicadores de participación del usuario.

Medir el porcentaje de usuarios que solicitan y participan en las traducciones en tiempo real

Indicadores de crecimiento y expansión.

Medir la cantidad de aumento de usuarios activos en la plataforma digital.

Medir el crecimiento de la demanda de los servicios ofrecidos en la plataforma digital.

CONCLUSIONES

Languages and U inicia como una propuesta de negocio digital, evaluando muchos aspectos claves que se tuvieron que desarrollar para poder conocer más a fondo la aceptación que podría tener esta plataforma digital en el mercado.

Según la investigación realizada por medio de la técnica de la encuesta y a través del instrumento cuestionario los datos arrojados indicaron que las personas si estaban interesadas en este tipo de servicios que ofrece Languages and U y que sobre todo les interesa la parte de una plataforma digital que sea inclusiva como Languages and u que ofrece la opción de interpretación en lenguaje de señas para las personas con discapacidades auditivas.

A partir de todos los puntos desarrollados en el presente trabajo han sido de gran ayuda para conocer más sobre cómo se va a desarrollar el negocio en una plataforma digital.

Y conocer factores importantes que hay que tomar en cuenta al momento de iniciar un negocio digital, realizar los análisis correspondientes para evaluar la situación actual del negocio contribuyo a conocer cuáles son sus ventajas, pero también conocer sus desventajas para poder tomarlas en cuenta.

Fue importante establecer objetivos que se tienen como negocio y metas que ayuden a tener claro a donde se pretende llegar, y conocer qué aspectos se deben tomar en cuenta para poder realizar los objetivos y siempre ir alineados al cumplimiento de estos.

Finalmente, a partir del análisis financiero realizado que refleja una utilidad considerable para el primer año. Las ganancias adquiridas por cada dólar respaldan que es un negocio viable para empezar a funcionar.

RECOMENDACIONES

Tomar en cuenta los procesos realizados y entender lo importantes que son cada uno de los para que un negocio digital funcione de la mejor manera posible.

Realizar estudios más profundos a cerca de la aceptación que está teniendo el negocio cuanto esté en su funcionamiento total, si se está cumpliendo con lo que se espera.

Adecuarse al mundo digital a través de las nuevas tendencias que traen los avances tecnológicos y estos nuevos modelos de negocios digitales que cada vez va creciendo más y abarcando una gran parte del mercado y que facilitan ciertos aspectos.

Adaptar los negocios digitales a ser constantes con su crecimiento y adecuar sus recursos tecnológicos para que sean fáciles de utilizar, con el objetivo de mejorar y ser recomendados por los usuarios que los utilizan.

Desarrollar estrategias realistas que ayuden a generar un buen posicionamiento de la mente del público objetivo y los clientes potenciales, generando propuestas de valor únicas.

REFERENCIAS

Badía, R. (2021). Informe e-País: *El comercio electrónico en El Salvador. ICEX España Exportación e Inversiones.*

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378_2.pdf

Baena, M. R. (2021, 27 de julio). *La historia del comercio electrónico: origen y evolución. App&Web.*

<https://www.appandweb.es/blog/historia-comercio-electronico/>

Centro de Estudios en Alta Dirección. (s.f.). *La evolución de los negocios digitales.*

<https://www.alta-direccion.edu.mx/la-evolucion-de-los-negocios-digitales/>

Combi22. (2023, 25 de septiembre). *Plataforma digital: definición y ejemplos.*

<https://kombi22shop.es/que-es-una-plataforma-digital-y-ejemplos>

Concepto de (s.f.). *Página web: definición.*

<https://conceptodefinicion.de/pagina-web/>

Cyberclick. (2020, 18 de marzo). *Publicidad: definición, estrategias y vídeos.*

<https://www.cyberclick.es/marketing/publicidad>

Dayana. (2024, 5 de abril). *Qué es la interpretación. Linguaserve.*

<https://linguaserve.com/que-es-la-interpretacion/>

Defensoría del Consumidor. (2021). *Ley de protección al consumidor.*

<https://www.defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2021/09/Ley-de-Proteccion-al-Consumidor-AL.pdf>

DocuSign. (2023, 18 de mayo). *Modelos de negocios digitales: en qué consisten y tipos.*

<https://www.docusign.com/es-mx/blog/modelos-de-negocios-digitales>

EcuRed. (s.f.). *Lengua de señas salvadoreñas.*

https://www.ecured.cu/Lengua_de_Se%C3%B1as_Salvadore%C3%B1as

Enciclopedia Significados. (2023, 4 de diciembre). *Comunicación: qué es, tipos y características*.

<https://www.significados.com/comunicacion/>

Enciclopedia Significados. (2023, 4 de diciembre). *Idioma: qué es, concepto y significado*.

<https://www.significados.com/idioma/>

Fairman, G. (s.f.). *¿Qué son los servicios de traducción? Bureau Works*.

<https://www.bureauworks.com/es/blog/que-son-los-servicios-de-traducion>

Heilborn, C. (2024, 20 de septiembre). *Marketing digital en 2024: qué es, para qué sirve y cómo aprovecharlo*. MD Marketing Digital.

<https://www.mdmarketingdigital.com/blog/que-es-el-marketing-digital/>

Higuerey, E. (2022, 14 de diciembre). *Comercio electrónico: conoce todo sobre este modelo de negocios y sus ventajas*. Rock Content.

<https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>

HubSpot. (2023, 4 de agosto). *Qué es un sitio web, para qué sirve y cuáles son sus elementos*.

<https://blog.hubspot.es/website/que-es-sitio-web>

Intérpretes KBTE. (2022, 27 de diciembre). *La historia de la traducción: de los inicios hasta la era digital*. LinkedIn.

<https://es.linkedin.com/pulse/la-historia-de-traducci%C3%B3n-los-inicios-hasta-era-digital>

Issuu. (s.f.). *Antecedentes históricos de la traducción*.

https://issuu.com/eccll/docs/revista_edici_n_23.pdf_lista_para_publicar_con_cor/s/14551398

Menéndez, C. (2022, 21 de febrero). *Diferencia entre comunicación y transmisión*. Comunicare.

<https://www.comunicare.es/diferencia-entre-comunicacion-y-transmision/>

Peiró, R. (2022, 24 de noviembre). *Modelo de negocio*. *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html>

Portafolio de Informática I. (2017, 20 de junio). *Historia del internet en El Salvador*.

<https://informatica401.wordpress.com/historia-del-internet-en-el-salvador/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2023, 2 de junio). *Traducción: qué es, tipos, definición y concepto*. *Definición.de*.

<https://definicion.de/traduccion/>

Ridge, B. V. (2023, 20 de agosto). *El origen de la web: una mirada histórica a su evolución y desarrollo*. *MEDIUM Multimedia Agencia de Marketing Digital*.

<https://www.mediummultimedia.com/web/cual-es-el-origen-de-la-web/>

SID. (s.f.). *¿Lengua de signos o lengua de señas?*

<https://sid-inico.usal.es/noticias/lengua-de-signos-o-lengua-de-senas/>*

ANEXOS



Centro Nacional
de Registros



Centro Nacional de Registros

COMPROBANTE DE PAGO ELECTRÓNICO No. 507682102

Día
02

Mes
09

Año
2024

Institución colectora:	SERFINSA
N° de transacción de colector:	424622314644
Solicitante:	Nelson Eduardo Sigaran Rodriguez
Dónde solicitará el servicio:	Registro de la Propiedad Intelectual

Descripción de acto o contrato a solicitar	Monto (\$)
BUSAFO	*****\$20.00
Total a pagar en letras : veinte 00/100 dolares	

Nelson Eduardo Sigaran Rodriguez

Nombre de quien paga

ORIGINAL USUARIO

Centro Nacional
de Registros

CANCELADO

SERFINSA

02/09/2024 22:47:16

REF: 424622314644



507682102



Centro Nacional
de Registros



Centro Nacional de Registros

COMPROBANTE DE PAGO ELECTRÓNICO No. 507682102

Día
02

Mes
09

Año
2024

Institución colectora:	SERFINSA
N° de transacción de colector:	424622314644
Solicitante:	Nelson Eduardo Sigaran Rodriguez
Dónde solicitará el servicio:	Registro de la Propiedad Intelectual

Descripción de acto o contrato a solicitar	Monto (\$)
BUSAFO	*****\$20.00
Total a pagar en letras : veinte 00/100 dolares	

Nelson Eduardo Sigaran Rodriguez

Nombre de quien paga

DUPLICADO CNR

Centro Nacional
de Registros

CANCELADO

SERFINSA

02/09/2024 22:47:16

REF: 424622314644



507682102



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 02/09/2024

HORA: 22:47:32

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272963** CLASE: **41**DISTINTIVO: **Languages and U**Clase: **09,16,25,28,41**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20240374210	26/02/2024	POB15	--	--	--	--	NBA Properties, Inc.	M01	25
Distintivo	2024222979	LOS ANGELES CLIPPERS							

Clase: **09,41**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20230357421	27/04/2023	ST94	00049	00446	28/08/2023	--	LANDAVERDE CAÑAS, EDWIN RONALD DIONICIO	M01	46
Distintivo	2023214428	EZ CLASS ONLINE LANGUAGE LEARNING							

20080117379	04/12/2008	ST94	00236	00303	31/03/2017	--	The Name Vault, LLC	T01	25
Distintivo	2008090373	KOOL AND THE GANG							

Clase: **35,39,41,43**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20230362088	26/07/2023	ST94	00267	00454	29/02/2024	--	AAdvantage Loyalty IP Ltd.	T01	28
Distintivo	2023216945	AADVANTAGE EVENTS							

20130191069	18/10/2013	ST94	00053	00242	16/10/2014	--	American Airlines, Inc.	M01	26
Distintivo	2013130938	AMERICAN AIRLINES AAVANTAGE							

Clase: **35,41**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20240377008	19/04/2024	ST94	00228	00463	30/07/2024	--	LOTERIA NACIONAL DE BENEFICENCIA	M01	29
Distintivo	2024224523	AJEDREZ LOTIN							

20220335083	22/02/2022	ST94	00045	00422	08/06/2022	--	AMAYA PALMA, MARIA GABRIELA	M01	25
Distintivo	2022202799	G A GESTION Y APRENDIZAJE							

20220347306	25/10/2022	ST42	--	--	--	--	DESARROLLOS INMOBILIARIOS COMERCIALES, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - DEICE, S.A. DE C.V.	M01	25
Distintivo	2022209606	WE							

Clase: **35,41,42**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20100139218	22/07/2010	ST94	00155	00168	23/05/2011	--	AENOR INTERNACIONAL SOCIEDAD ANONIMA	M01	28
Distintivo	2010102488	AENOR GESTION AMBIENTAL							



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 02/09/2024

HORA: 22:47:32

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272963** CLASE: **41**DISTINTIVO: **Languages and U**Clase: **35,41,42,45**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20210332234	22/12/2021	ST94	00144	00419	13/05/2022	--	MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	M01	26
Distintivo	2021201484	VIAJERO SV							

Clase: **38,41**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20180275028	28/09/2018	ST94	00136	00349	26/03/2019	--	360 MEDIA CONTENT, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - 360 MC, S.A. DE C.V.	T01	32
Distintivo	2018172164	ARMANDO VIAJE							

Clase: **41**

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20230364947	18/09/2023	ST32	--	--	--	--	CARBALLO MELGAR, MARITZA GUADALUPE	M01	63
Distintivo	2023218467	LA LANGUAGE ACADEMY							
19970004880	19/08/1997	ST41	00067	00070	25/02/1998	ESTADOUNIDENSE	ELS EDUCATIONAL SERVICES, INC.	M01	59
Distintivo	1997004880	ELS LANGUAGE CENTERS							
20200304119	29/06/2020	ST000	00095	00386	09/02/2021	--	RUBIO CARCAMO, DIEGO FERNANDO	M01	58
Distintivo	2020186978	HABLAS HANDLING BIG LANGUAGES							
20220339125	06/05/2022	ST94	00025	00426	10/08/2022	--	RAMIREZ BAUTISTA, PAZ ARELI	M01	49
Distintivo	2022204783	INTERNATIONAL LANGUAGE SCHOOL							
20140205098	31/07/2014	ST41	00241	00281	23/05/2016	--	AMC Network Entertainment LLC	T01	42
Distintivo	2014137276	AMC							
20230363218	16/08/2023	ST94	00178	00450	01/12/2023	--	ARANDA DE DORDELLY, DIANA MARIA	M01	39
Distintivo	2023217560	ON STAGE							
20050065780	24/06/2005	ST41	00044	00363	06/11/2019	--	AWANA CLUBS INTERNATIONAL	T01	32
Distintivo	2005049957	AWANA							
19960000876	22/02/1996	ST41	00065	00084	05/11/1998	ESTADOUNIDENSE	NBA Properties, Inc.	M01	31
Distintivo	1996000876	LOS ANGELES LAKERS							
20020028110	31/07/2002	ST94	00222	00018	26/08/2004	ESTADOUNIDENSE	CERTIFIED ANGUS BEEF LLC	M01	30
Distintivo	2002026945	CERTIFIED ANGUS FEEF							
20190294257	17/10/2019	ST94	00148	00371	13/05/2020	--	ECHEGOYEN RIVERA, DIEGO ALEXIS	M01	29
Distintivo	2019181842	GENERACIÓN VANGUARDIA							



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 02/09/2024

HORA: 22:47:32

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272963**CLASE: **41**DISTINTIVO: **Languages and U**

20070087611 Distintivo	08/01/2007 2007063844	ST94 LADY AND THE TRAMP	00087 00088	26/07/2007	--	Disney Enterprises, Inc.	T01	29
20070099104 Distintivo	01/10/2007 2007070357	ST94 THE PRINCESS AND THE FROG	00224 00112	12/09/2008	--	Disney Enterprises, Inc.	T01	29
20180275787 Distintivo	16/10/2018 2018172603	ST94 ANEP	00034 00350	05/04/2019	--	ASOCIACION NACIONAL DE LA EMPRESA PRIVADA - ANEP	M01	28
20230362667 Distintivo	09/08/2023 2023217263	ST94 WANAKES GO!	00172 00449	13/11/2023	--	CHÁVEZ SERVANO, HUGO IVAN	M01	28
20230367942 Distintivo	10/11/2023 2023220118	ST94 MUJERES AL VOLANTE	00247 00454	29/02/2024	--	LA CONSTANCIA, LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE - LA CONSTANCIA, LTDA. DE C.V.	T01	28
20170256408 Distintivo	29/08/2017 2017163087	ST200 AGEFMO	-- --	--	--	ASOCIACION GENERAL DE ESTUDIANTES DE LA FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR - AGEFMO	M01	28
20080106712 Distintivo	12/03/2008 2008074832	ST94 NI HAO, KAI-LAN	00190 00121	12/01/2009	--	Viacom International, Inc.	T01	27
20200300453 Distintivo	24/02/2020 2020185215	ST000 C D LOS ANGELES	00073 00390	28/04/2021	--	TRILLOS DE LA HOZ, JOSE GABRIEL	M01	27
20110151621 Distintivo	06/05/2011 2011109506	STAB2 POTROS SALVAJES	-- --	--	--	ARTEAGA GARCIA, ERNESTO DAVID	M01	26
20070100969 Distintivo	08/11/2007 2007071668	ST94 LAGUNIN	00003 00102	25/02/2008	--	ASOCIACION JARDIN BOTANICO LA LAGUNA	M01	26
20230363015 Distintivo	11/08/2023 2023217476	ST94 UANZ	00324 00454	04/03/2024	--	EDITORIAL SANTILLANA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - EDITORIAL SANTILLANA, S.A. DE C.V.	M01	26
20230357799 Distintivo	05/05/2023 2023214626	ST000 ANGELES NEGROS	-- --	--	--	VALDES, CARLOS GUILLERMO	M01	26
20070102867 Distintivo	20/12/2007 2007072933	ST94 CENGAGE	00022 00121	06/01/2009	--	CENGAGE LEARNING, INC.	T01	25
20240383346 Distintivo	20/08/2024 2024228075	STNIP LOS ANGELES NEGROS	-- --	--	--	VALDES, CARLOS GUILLERMO	M01	25



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 02/09/2024

HORA: 22:47:32

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272963**CLASE: **41**DISTINTIVO: **Languages and U**

20180271233 Distintivo	09/07/2018 2018170136	ST200 LOS ANGELES NEGROS	--	--	--	--	GUTIERREZ CONTRERAS, MARIO HERNAN	M01	25
19900003141 Distintivo	19/12/1990 1990003141	ST41 LOS ANGELES DODGERS	00237	00015	19/03/1993	ESTADOUNIDENSE	Major League Baseball Properties, Inc.	T01	25
20170252999 Distintivo	12/06/2017 2017161342	SCON THE VINTAGE JAZZ BAND	--	--	--	--	CARDENAS VASQUEZ, GABRIELA ESTEFANIA	M01	25
20220345621 Distintivo	22/09/2022 2022208659	ST94 ANANA	00051	00438	26/01/2023	--	GARKO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - GARKO, S.A. DE C.V.	M01	25
20230365210 Distintivo	21/09/2023 2023218629	ST94 WE	00239	00454	28/02/2024	--	DESARROLLOS INMOBILIARIOS COMERCIALES, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - DEICE, S.A. DE C.V.	M01	25
20120175253 Distintivo	11/10/2012 2012122038	STARC HANDS ON FUN	--	--	--	--	RODRIGUEZ DE BUSTAMANTE, KARLA MARINA	M01	25
20220343741 Distintivo	12/08/2022 2022207563	ST94 HANDS ON FUN	00391	00436	21/12/2022	--	RODRÍGUEZ BUSTAMANTE, KARLA MARINA	M01	25
20030034088 Distintivo	11/02/2003 2003030395	ST000 LOS ANGELES CLIPPERS	00154	00033	24/02/2005	--	NBA Properties, Inc.	M01	25
20160244074 Distintivo	16/12/2016 2016157202	ST32 TERAPIA DE LENGUAJE EL SALVADOR	--	--	--	--	MATA DE PAUL, YANIRA ELIZABETH	T01	25