

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



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

TEMA

**DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO
DIGITAL: “BENAT: BE NATURAL”**

PRESENTADO POR:

ARIAS HERNÁNDEZ, KATHERINE DAYANA	L10804-2004
FERNÁNDEZ ZELADA, WENDY ABIGAIL	L10804-2004
ORTIZ ESTEVEZ, DINORA SARAI	L10804-2004

DOCENTE ASESOR:

MSC. HÉCTOR MAIDA

JUNIO 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 ECONÓMICAS

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

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR DE PROCESOS DE LIC. EDWIN DAVID ÁRIAS MANCÍA
GRADO DE LA ESCUELA:
DOCENTE ASESOR ING. HÉCTOR ADOLFO MAIDA GARAY
TRIBUNAL EVALUADOR: ING. HÉCTOR ADOLFO MAIDA GARAY
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA
LICDA. CARMEN IVETTE ALVARENGA LAZO

SAN SALVADOR, JUNIO 2025 EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios, por la guía y fortaleza que orientó cada paso de este proyecto. A mis seres queridos quienes me motivaron, gracias por su apoyo incondicional. Este logro es el resultado del esfuerzo colectivo y la pasión por construir un mundo más sostenible.

Katherine Dayana Arias Hernández

Primeramente, agradezco a Dios por permitirme avanzar en cada obstáculo presentado en el camino. Gracias a mis familiares por su apoyo durante este tiempo, ya que han sido un pilar fundamental de este logro. Por sus muestras de amor y comprensión durante el camino. Especial agradecimiento a cada uno de mis amigos y personas que formaron parte de este logro alcanzado, por cada consejo, cada palabra de aliento y su apoyo en cada etapa de este proceso el cual fue un soporte muy importante para continuar esforzándome día con día. A mi equipo agradezco el apoyo incondicional. Deseando que este sea el inicio de una carrera profesional de muchos logros y metas por alcanzar.

Wendy Abigail Fernández Zelada

Agradezco a Dios por permitirme terminar una de mis metas y darme sabiduría para enfrentar cada situación en el plan de estudio. Agradezco a mi mamá quien es mi mayor bendición, por su comprensión y motivación durante mis años en la universidad, también a mi familia en general ya que cada pequeño detalle fue un gran apoyo para mí y por supuesto quiero agradecer a cada uno de los docentes que fueron parte fundamental de mi formación profesional.

Dinora Saraí Ortiz Estévez

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Antecedentes	1
1.1.2 Descripción	3
1.1.3 Formulación	4
1.2 Delimitación del problema	5
1.2.1 Geográfica y temporal	5
1.2.2 Teórica	5
1.3 Justificación de la investigación	6
1.4 Objetivos	8
1.4.1 General	8
1.4.2 Específicos	8
1.5 Marco teórico	8
1.5.1 Histórico	9
1.5.2 Conceptual	11
1.5.3 Legal	15
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.1.1 Generalidades	19
2.1.2 Método	19
2.1.3 Enfoque de investigación	19
2.1.4 Universo	20
2.1.5 Población	20

2.1.6 Muestra	21
2.1.7 Técnicas de investigación	22
2.1.8 Instrumento de investigación	24
2.1.9 Presentación de resultados	24
2.2 Diagnóstico	31
2.2.1 Desarrollo de las fuerzas de Michael Porter	34
2.2.2 Desarrollo de PESTEL	35
2.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación	36
CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO	37
3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	37
3.1.1 Nombre del negocio	37
3.1.2 Información general del negocio	37
3.2 MARCO ESTRATÉGICO	38
3.2.1 Misión	38
3.2.2 Visión	38
3.2.3 Valores	38
3.2.4 Objetivos	39
3.2.5 Metas	39
3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	40
3.3.1 Prototipos / Descripción general	43
3.4 VENTAJA COMPETITIVA	50
3.5 PLAN ORGANIZACIONAL	50
a. Objetivos del plan organizacional	50
b. Estructura organizativa de la empresa	51
c. Organización de gestión y recursos humanos	51
d. Proceso administrativo	53

e. Identificación y características de recursos humanos	54
3.6 PLAN DE MERCADEO	56
a. Objetivos del plan de mercadeo	56
b. Resultados de la investigación de mercadeo	56
c. Marketing mix digital	57
d. Estrategias del marketing mix digital	57
3.7 PLAN DE VENTAS	59
a. Objetivos del plan de ventas	59
b. Proyección de ventas (1 año)	59
3.8 PLAN FINANCIERO	60
a. Objetivos del plan financiero	60
b. Plan de inversión	61
c. Estructura de costos	62
d. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio	63
3.9 PLAN DE TRABAJO	64
a. Objetivos del plan de trabajo	64
b. Cronograma de actividades	65
3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN	66
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	69
BIBLIOGRAFÍA	71
Documentos web	71
ANEXOS	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cargos de los encuestados	21
Figura 2. Número de empleados	22
Figura 3. Oportunidades educativas en la transición digital	24
Figura 4. Reducción del papel: hacia un modelo más sostenible	25
Figura 5. Sostenibilidad en oficinas: ¿Cómo están reduciendo el uso de papel?	25
Figura 6. ¿Invertir en capacitación? Una oportunidad para empresas conscientes	26
Figura 7. Recomendaciones como motor de crecimiento: percepción positiva entre usuarios	26
Figura 8. Capacitación en reciclaje: beneficios para la eficiencia y la imagen empresarial	27
Figura 9. La sostenibilidad: una ventaja estratégica para las empresas salvadoreñas	27
Figura 10. Las cinco fuerzas de Porter	34
Figura 11. PESTEL	35
Figura 12. Línea de productos y servicios de BeNaT	40
Figura 13. Cursos en herramientas de comunicación digital	41
Figura 14. Planes de suscripción para acceso a contenido exclusivo	43
Figura 15. Página de Inicio	43
Figura 16. Servicios	44
Figura 17. Botones de llamada a la acción	44
Figura 18. Pie de página	45
Figura 19. Subsección cursos y capacitaciones	45
Figura 20. Webinar gratuito	46
Figura 21. Inicio de la calculadora	47
Figura 22. Resultados de la calculadora	47
Figura 23. Sub sección reportes y análisis de uso sostenible	48
Figura 24. Página contáctanos	48
Figura 25. Planes de contenido exclusivo	49

Figura 26. Organigrama de BeNaT

51

Figura 27. Cronograma de actividades

66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cliente que quiere mejorar la imagen de la empresa	31
Tabla 2. Cliente que se beneficiara de cursos y webinars	32
Tabla 3. Responsabilidades de cada puesto de trabajo	51
Tabla 4. Perfil y funciones de cada puesto de trabajo	54
Tabla 5. Marketing mix de BeNaT	57
Tabla 6. Estrategias del marketing mix digital	58
Tabla 7. Proyección de ventas del primer año	60
Tabla 8. Inversión inicial más costos del mes 0	61
Tabla 9. Amortización del préstamo	62
Tabla 10. Proyección de costos del primer año mes 1 al 6	63
Tabla 11. Proyección de costos del primer año mes 7 al 12	63
Tabla 12. VAN y TIR	63
Tabla 13. Punto de equilibrio	64
Tabla 14. Indicadores de medición	67

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se puede apreciar el uso de papelería en las empresas lo cual genera un alto costo en la utilización de estos recursos siendo así un factor importante que hace que los procesos sean menos eficientes y eficaces dentro de la operatividad, generando inconsistencias al momento de recibir la información en cada una de las áreas correspondientes.

Debido a la problemática evaluada se desarrolla la plataforma BeNaT con la finalidad de crear una plataforma con tecnología avanzada que brinde el soporte indicado para controlar, preservar y administrar con seguridad cada uno de los documentos a utilizar en la empresa, desde los reportes a generar hasta cada uno de los informes presentados a las distintas empresas externas. Disminuyendo así los costos e incrementando la eficiencia en los procesos operativos.

Así mismo, esta investigación se fundamenta en la concientización sobre la importancia de un cambio de comportamiento hacia una gestión más responsable de los recursos, integrando conocimientos y habilidades clave para generar un impacto positivo y duradero.

Dentro del informe se muestra la problemática a solventar, importancia y utilidad que la plataforma tendrá dentro de las empresas para minimizar los costos en relación con los recursos naturales y el efecto que tienen en el entorno que se presenta en la actualidad.

RESUMEN EJECUTIVO

Es importante comprender que el uso de herramientas digitales se involucra en la transformación en el marco de las operaciones internas de las organizaciones para cambiar la forma en la que son realizadas las actividades principales en la gestión de documentos y a su vez mejorar la eficiencia y la productividad en cada una de las secciones especializadas de la organización.

La dirección de la documentación es esencial dentro de la modernización digital de la empresa, como resultado de esta permite administrar, controlar, preservar y brindar seguridad a los documentos electrónicos que generan resultados en los procesos., preservando de esta manera la originalidad, fiabilidad y disponibilidad en el momento que sean requeridos sin la necesidad de hacer uso de los recursos de papelería, disminuyendo el impacto ambiental y asimismo la optimización de los costos.

La reducción del impacto ambiental que la plataforma BeNaT tendrá es de importante relevancia debido a que no solo con la tala de árboles se crea un daño al medio ambiente, sino que también la fabricación de papel contribuye a la alta emisión dióxido de carbono y asimismo la enorme explotación de otros recursos naturales como el agua que afecta al desabastecimiento de los recursos.

El objetivo principal de BeNaT es la transformación de prácticas empresariales que aporten a la sostenibilidad ambiental y la eficiencia en los procesos dentro de las organizaciones en la actualidad, brindando soporte para que las gestiones sean realizadas de manera eficiente y reduzcan el uso de papel influyendo en el impacto ambiental.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente es notable cómo el mundo ahora es cada vez más consciente de la sostenibilidad y el impacto ambiental. Tal como se puede apreciar con las empresas, ya que se enfrentan constantemente con el desafío de equilibrar sus necesidades operativas con prácticas que les permitan minimizar su huella ecológica. Un estudio realizado por HubSpot (2024) detalla los retos que afrontan las compañías al lograr un crecimiento sostenible. A pesar de la actual era digital, en muchas organizaciones sus actividades diarias están fuertemente ligadas al uso de la papelería, lo que se traduce en generar altos costos, ineficiencias y representa una amenaza para el medio ambiente, ya que la producción y desecho de papel contribuyen a la deforestación y la generación de residuos sólidos.

Es por eso por lo que la transición hacia soluciones digitales y prácticas de reciclaje no solo es una necesidad urgente para mantener el equilibrio ecológico, sino que la conservación ambiental también genera una vía para que las empresas optimicen sus procesos y reduzcan costos. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2024) detalla todos beneficios de ser una empresa sostenible.

Sin embargo, la integración de lo digital y la puesta en práctica de un reciclaje eficiente han sido desiguales debido a diversas barreras, incluyendo la falta de soluciones integrales, oposición al cambio y presupuesto limitado.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes

Según Statista (2024) de acuerdo al consumo mundial del papel y cartón para el año 2018 excedió los 421,5 millones de toneladas métricas. Ahora bien, como se ha apreciado a lo largo del tiempo, el papel ha sido un recurso esencial para las empresas y lo han utilizado como medio

principal para la comunicación interna y la documentación oficial. En la actualidad muchas organizaciones aún utilizan grandes cantidades de papel debido a su accesibilidad. Y es evidente que el papel sigue siendo uno de los recursos más utilizados en oficinas, aunque el entorno digital brinda gran accesibilidad.

Aun así, el impacto ambiental en la producción igual que los desechos de papel es palpable. Estudios e informes de organizaciones ambientales como Greenpeace y WWF, han destacado el impacto negativo de la producción de papel en términos de deforestación, gasto de agua y energía, y emisiones de dióxido de carbono.

Según el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2022) la generación también de residuos peligrosos en el sector industrial manufacturero para el año 2006 fue de 46,289.78 toneladas mientras que para el año 2020 se estimó una tasa de crecimiento del 1% anual lo que significa 53,208.91 ton/año. De estas cifras 1,255.80 ton/año son generación de residuos peligrosos de industrias dedicadas al papel y productos de papel.

Por supuesto que esto ha generado preocupación y las empresas optan por implementar iniciativas de reciclaje y reducción de papel, sin embargo, no todas las empresas implementan la digitalización de documentos ya sea por barreras culturales, tecnológicas y de seguridad. Tal como lo detalla un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (2020) y el Grupo Banco Mundial (2022) donde detallan los retos y oportunidades que se presentan en la economía digital.

Ahora, gracias al avance tecnológico se han abierto nuevas oportunidades para las empresas, entre ellas se encuentran los avances tecnológicos en digitalización y almacenamiento seguro en la nube, así como la firma digital ha facilitado la transición hacia una oficina sin papel, así mismo las soluciones de gestión documental (DMS) han logrado un almacenamiento de

documentos más eficiente y con mayor seguridad, no obstante, su implementación puede ser costosa y compleja para algunas empresas.

En definitiva, que las empresas consideran buscar una solución viable ya que están conscientes de las dificultades que se enfrentan cuando no pueden acceder de inmediato a la información que necesitan.

Para terminar, se ha proporcionado un contexto histórico y actual que justifica la necesidad de una solución innovadora con el fin de mejorar el manejo, uso y reciclaje de papel y cómo las nuevas tecnologías y la conciencia ambiental están influyendo para renovar la administración de la información de manera digital respondiendo de esta manera una necesidad creciente en el mercado.

1.1.2 Descripción

Actualmente, las empresas siguen enfrentando desafíos con respecto al uso excesivo de papelería. A pesar de las soluciones que ofrece la era digital, muchas organizaciones aún dependen en gran medida del papel para sus operaciones diarias. Este problema además de impactar en la eficiencia operativa, esto también tiene un impacto ambiental considerable. Al identificar esta situación problemática es que surge la necesidad de brindar una solución innovadora para abordar estos desafíos, promoviendo la digitalización y el reciclaje de papelería en las empresas.

Las empresas, especialmente aquellas con sistemas administrativos tradicionales, están condicionados significativamente por su aplicación práctica de papelería para la transmisión de información interna. Este incluye la distribución de memorándums, requisiciones de formularios, avisos de jornadas de formación y team building, circulares, permisos por faltas, cartas, entre otros documentos. La producción total

mencionada y los residuos de papel ocasionan un efecto considerable en el entorno natural. La deforestación causada por la tala de árboles, el gasto de recursos hídricos y energéticos en la elaboración del papel, y la creación de desechos, son elementos que contribuyen a la degradación ambiental, incluyendo la contaminación del agua y el aire, así como el aumento de la acumulación de basura.

A pesar de ello, muchas empresas carecen de soluciones efectivas para reducir y reciclar su papelería. Esto se debe a que las iniciativas actuales pueden ser costosas, complicadas de implementar o no efectivas.

De esta manera, se puede identificar la necesidad de un almacenamiento seguro de documentación dentro de las empresas ya que la documentación importante que no puede ser eliminada necesita ser almacenada de manera segura y accesible. Sin embargo, las soluciones actuales a menudo no proporcionan un equilibrio adecuado entre seguridad, accesibilidad y sostenibilidad. Es por eso que las empresas necesitan una forma de autenticar documentos digitalmente de manera que sean reconocidos y aceptados por todas las entidades involucradas.

1.1.3 Formulación

Las empresas, especialmente en sectores administrativos siguen utilizando grandes cantidades de papel para la comunicación interna y la gestión de documentos. Esto incluye memorándums, formularios, circulares, permisos y cartas, entre otros. Esta dependencia del papel no solo es costosa en términos de materiales y almacenamiento, sino que también reduce la eficiencia operativa debido a la necesidad de manejar físicamente grandes volúmenes de documentos.

Dicho uso extensivo de papelería a su vez genera un impacto ambiental exponencial y debido a la falta de soluciones eficaces que se adapten a las necesidades de las empresas con

recursos escasos y necesitan de un almacenamiento seguro y autenticación de documentos.

El propósito de esta investigación es, por lo tanto, ofrecer una solución efectiva la cual se enfoca principalmente en la capacitación de herramientas ofimáticas digitales para los empleados, ayudando de esta manera a las empresas a mejorar su eficiencia y sostenibilidad. Al abordar estos problemas de manera integral, se contribuirá a la creación de un entorno empresarial más responsable y consciente del medio ambiente.

Para concluir la formulación del problema quedaría de la siguiente manera: ¿Existe aceptación por parte de las empresas sobre el uso de una página web que brinde herramientas comunicativas en línea, que pretendan reducir significativamente el uso de papel en los distritos de San Salvador Centro, municipio de San Salvador, departamento de San Salvador, El Salvador en los meses de marzo a diciembre del año 2024?

1.2 Delimitación del problema

Para que la búsqueda de la información sea efectiva, es importante definir bien el problema a estudiar. La delimitación del problema ayudará a enfocarse en aspectos clave, estableciendo límites claros sobre qué, cómo y dónde vamos a investigar. Al tener bien definidos estos aspectos, podemos obtener resultados más precisos y útiles, asegurándonos de que el estudio se centre en los puntos más relevantes.

1.2.1 Geográfica y temporal

La implementación del análisis se centrará al interior de áreas urbanas debido a la mayor concentración de empresas y mejor infraestructura tecnológica. Esto incluye principalmente el municipio de San Salvador Centro donde nos enfocaremos dentro de los distritos de Ayutuxtepeque, Mejicanos y San Salvador en un periodo comprendido durante el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2024.

1.2.2 Teórica

❖ Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental

□ Teoría del desarrollo sostenible

Esta teoría explica que, para garantizar un futuro próspero para todos, el progreso económico debe ser compatible con la preservación de los recursos naturales para las generaciones futuras. La investigación se alinearán con esta teoría promoviendo la reducción del uso de papel y fomentando prácticas de reciclaje en las empresas con base a datos proporcionados por La Comisión Económica para América Latina y otras fuentes oficiales.

❖ Cambio de comportamiento y adopción de innovaciones

□ Teoría del cambio de comportamiento

Esta teoría define cómo cambiar el comportamiento de individuos y organizaciones hacia prácticas más sostenibles. La investigación buscará influir en las empresas para que adopten prácticas de digitalización y reciclaje a través de la educación y la sensibilización. Esta teoría se sustentará de información recopilada por la Universidad de Murcia y otros datos oficiales.

1.3 Justificación de la investigación

La implementación del estudio no solo aborda problemas ambientales y económicos, no solo eso, sino que igualmente incrementa la eficiencia en el trabajo y la resguarda de la información. La justificación de este proyecto se basa en la necesidad urgente de preparar a los

empleados con las habilidades necesarias para utilizar eficazmente las herramientas digitales. Al mejorar la alfabetización digital, las empresas pueden optimizar su comunicación interna, disminuir la dependencia del papel mientras que, de forma paralela, se impulsa la eficiencia y la productividad. Esta investigación busca abordar de manera integral los desafíos asociados con el uso excesivo de papel en las empresas, promoviendo la digitalización y el reciclaje de documentos.

A continuación, se detalla la importancia por la cual se seleccionó la problemática:

❖ Impacto ambiental

□ Producción y desecho de papel

Obtener papel requiere talar árboles y utilizar grandes cantidades de agua y energía, generando a su vez emisiones de gases de efecto invernadero. Sumado a esto, el papel desechado es un factor importante en el crecimiento de los residuos sólidos.

□ Sostenibilidad

Actualmente la conservación del medio ambiente es crucial, así como reducir el uso de papel y fomentar el reciclaje son esenciales para un futuro más sostenible.

❖ Costos operativos

□ Gastos en papelería

Las organizaciones empresariales realizan importantes desembolsos monetarios para llevar a cabo compras, almacenamiento y gestión de papelería. Estos costos pueden ser significativos, especialmente en organizaciones con alta dependencia de documentos

impresos.

□ Eficiencia operativa

La gestión manual de documentos es ineficiente y propensa a errores. La digitalización puede mejorar la eficiencia, reduciendo el tiempo y los recursos dedicados a estas tareas.

❖ Seguridad y gestión de la información

□ Riesgos de seguridad

Los documentos en papel son vulnerables a pérdidas, robos y daños. La digitalización proporciona una manera más segura de almacenar y gestionar información sensible.

□ Accesibilidad y organización

La gestión documental electrónica permite una organización más eficiente y una recuperación rápida de información, mejorando la productividad y el momento de optar por una alternativa.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Identificar los beneficios que conlleva la concientización aplicada en las empresas con el uso de las tecnologías y las modernizaciones de esta nueva era digital para descubrir nuevas formas de reciclaje responsable para mantener la eficiencia profesionalmente y evaluar la

percepción de los clientes y socios sobre las iniciativas sostenibles sobre cómo mejorar las estrategias de reciclaje, reducción y reutilización de papel en las oficinas.

1.4.2 Específicos

- a) Identificar el grado de comprensión que poseen los empleados en relación con las acciones de reciclar, reutilizar y reducir.
- b) Analizar las prácticas actuales de reciclaje en las empresas y la reutilización de papel en el entorno empresarial.
- c) Estructurar estrategias que conlleven a las empresas a mejorar sus prácticas de reutilización, reciclaje y reducción.
- d) Investigar cómo influyen las culturas organizacionales al incorporar estrategias responsables en la utilización del papel.

1.5 Marco teórico

El marco teórico es la base conceptual que sustenta el desarrollo de esta investigación, proporcionando los fundamentos necesarios con el fin de entender cómo se vinculan la digitalización y el cuidado del medio ambiente de la misma forma, en este apartado se analizan teorías clave como el cambio de comportamiento y adopción de innovaciones, que explican cómo las personas y organizaciones pueden transitar hacia prácticas más responsables y efectivas en el uso de herramientas digitales.

1.5.1 Histórico

De acuerdo con el Pacto Mundial (s.f.) La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) tiene sus raíces en la influencia de diversos actores a lo largo del tiempo. A pesar de esto, se atribuye al economista estadounidense Howard Bowen la introducción del concepto "Responsabilidad Social de un Empresario" en 1953. Su motivación principal radicaba en la

urgencia de que las compañías operaran con ética y responsabilidad frente a la comunidad.

En España, la RSC empezó a ganar terreno en los años 90, aunque tardó un tiempo en ser ampliamente aceptada. Para 2006, apenas el 14,8% de las empresas desarrollaban proyectos enfocados en responsabilidad social, especialmente en temas como el medioambiente, la formación y el liderazgo femenino. Por suerte, esto cambió rápidamente, y para 2008, ya la mitad de las empresas conocían e implementaban prácticas sostenibles en su día a día.

Con el tiempo, los retos globales se intensificaron y las expectativas hacia las empresas aumentaron. Ya no bastaba con "cumplir o explicar"; las compañías tuvieron que asumir un rol más activo para contribuir a un planeta, una sociedad y una economía más sostenibles. Así, la sostenibilidad dejó de ser un complemento y pasó a ser una parte fundamental de las estrategias empresariales.

Hay tres aspectos clave que están impulsando este cambio:

- ❖ Incorporación de la sostenibilidad en los procesos: La sostenibilidad ya no se ve como algo separado, sino que se integra de forma natural en las actividades diarias de las empresas.
- ❖ Descubrimiento de ventajas competitivas: Adoptar prácticas sostenibles trae beneficios como la reducción de costos, una mejor reputación, atraer a más inversores, abrir nuevos mercados y captar clientes con valores alineados.
- ❖ Creación de marcos fundamentales: Herramientas como el Acuerdo de París y la Agenda 2030 ofrecen una guía clara y objetivos concretos que ayudan a empresas y otros actores a trabajar juntos de manera más efectiva.

Ahora bien, las empresas tienen un rol clave en alcanzar los objetivos planteados por la Agenda 2030. Por eso, la sostenibilidad corporativa ha evolucionado más allá de la simple Responsabilidad Social Empresarial. Este método tiene en cuenta el momento actual, sin descuidar las consideraciones futuras, con la intención de proteger y mejorar los recursos disponibles para que las generaciones venideras también se beneficien.

En lugar de acciones puntuales, la estrategia fundamental consiste en internalizar los factores ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) y los Diez Principios del Pacto Mundial de la ONU dentro de las estrategias de negocio. Esto implica una evolución hacia modelos empresariales sostenibles, capaces de influir positivamente en la sociedad y el medio ambiente, manteniendo al mismo tiempo la viabilidad económica. De hecho, uno de los mayores beneficios de la sostenibilidad es su relación directa con la mejora de la rentabilidad empresarial.

En cuanto a las acciones concretas, destacan cosas como desarrollar productos más sostenibles, involucrar a la sociedad en procesos participativos y garantizar una transición justa dentro de las cadenas de suministro.

RSE en El Salvador

En El Salvador, la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) comenzó en el año 2000. Este impulso inicial se debió a la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), una organización no gubernamental establecida el 25 de mayo de ese año. El objetivo principal de FUNDEMÁS fue promover la adopción de prácticas de RSE dentro de las empresas salvadoreñas. Su objetivo es potenciar la competitividad corporativa mientras impulsa un desarrollo económico y social que se mantiene a largo plazo en el país.

Desde su origen, FUNDEMÁS ha trabajado para promover la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre administradores de todos los sectores y tamaños. Su enfoque busca

transformar la manera de hacer negocios, ayudando a las empresas a ser más competitivas mientras adoptan políticas y prácticas que beneficien a sus accionistas, colaboradores, comunidades, el medio ambiente y toda su cadena de valor. Todo esto se logra integrando medidas que estén alineadas con su estrategia empresarial.

FUNDEMÁS impulsa la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) basándose en siete elementos clave: la forma en que se dirige la organización, sus empleados, la comunidad en la que opera, el cuidado del planeta, la manera ética de promocionar sus productos, sus relaciones con los proveedores y su influencia en las leyes y regulaciones.

Así mismo, FUSADES (2014) señala que entre los años 2002 y 2013, las compañías salvadoreñas experimentaron un incremento significativo en su comprensión acerca de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Durante este tiempo, también se ha visto una evolución positiva en la implementación de prácticas responsables en todos sus ejes de acción, fortaleciendo las relaciones considerando la variedad de sus partes interesadas, incluyendo aquellas dentro y fuera de la organización.

1.5.2 Conceptual

Lo que sigue es una recopilación de conceptos y definiciones los cuales giran alrededor de la situación problemática en estudio, así como de las soluciones que esta investigación busca dar a la población salvadoreña.

❖ Contaminación ambiental

La contaminación ambiental ocurre cuando sustancias químicas dañinas se introducen en un entorno específico. Esto altera el equilibrio natural del lugar y lo convierte en un espacio menos seguro (Fundación Aquae, 2021).

❖ Contaminación ambiental artificial

La contaminación del medio ambiente generada por el ser humano tiene su origen en acciones como la actividad industrial o la utilización de sustancias químicas. Estas acciones interrumpen los ciclos naturales de los ecosistemas, desperdician recursos naturales o manejan mal los residuos (Fundación Aequae, 2021).

❖ Contaminación ambiental natural

La contaminación ambiental natural se produce por eventos como incendios forestales, erupciones volcánicas, tsunamis o terremotos (Fundación Aequae, 2021).

❖ Cultura organizacional

La cultura de una organización se define por las convicciones, principios y modos de actuar que sus miembros tienen en común y que los orientan para alcanzar una meta compartida. Es una herramienta clave para ayudar a las organizaciones a cumplir sus metas (Pursell, 2024).

❖ Educación ambiental

La educación ambiental se define como un proceso de aprendizaje práctico que busca ayudar a comprender los problemas del medio ambiente. Para que las personas tomen conciencia, esta herramienta resulta fundamental. tanto en esta generación como en las futuras, es esencial que prioricemos el cuidado de nuestro entorno natural para garantizar su bienestar y fomentar una visión conservacionista que impulse actividades sostenibles (Secretaría de Medio Ambiente de Colombia, 2023).

❖ Gestión documental digital

El manejo de documentos en formato digital implica su organización, almacenamiento y administración en formato electrónico. Esto incluye convertir documentos en papel a formato digital, crear y administrar archivos electrónicos, y guardarlos en sistemas o plataformas diseñadas para ello (Cibergestión, 2023).

❖ Impacto ambiental

Las acciones realizadas por el ser humano generan consecuencias en el medio ambiente, a esto se le conoce como impacto ambiental., causando un desequilibrio en el medio ambiente (Editorial RSyS, 2022).

❖ Marketing digital

El marketing digital utiliza diversas técnicas y estrategias para promocionar una marca en internet, abarcando sitios web, motores de búsqueda y redes sociales (Pursell, 2023).

❖ Medio ambiente

Las actividades humanas tienen la capacidad de modificar el medio ambiente, el cual consiste en una red de componentes naturales y artificiales interdependientes. Este entorno ejerce influencia sobre la vida de la sociedad y comprende valores naturales, sociales y culturales particulares de una época y un sitio (Editorial MD, s.f.).

❖ Página web

Un sitio web funciona como un instrumento útil para empresas y organizaciones,

ya que les permite tener presencia en línea. Esta visibilidad les ayuda a llegar a más personas, ofrece oportunidades de venta y sirve como plataforma para compartir información valiosa con sus visitantes (Shopify, 2024).

❖ Reciclar

Es transformar los residuos en nuevos productos. Al separar el vidrio, papel, plástico y metal en sus respectivos contenedores, facilitamos que puedan ser procesados y usados para hacer nuevos artículos, en lugar de llenar los vertederos (Ecoembes, 2024).

❖ Reducir

Se trata de consumir menos y evitar productos de un solo uso para generar menos residuos. Es como comprar solo lo que necesitamos y elegir opciones que no terminen rápido en la basura (Ecoembes, 2024).

❖ Reutilizar

Consiste en darle una segunda vida a las cosas antes de desecharlas. Podemos usar frascos vacíos como recipientes de cocina, hacer manualidades con materiales reciclados, o donar ropa que ya no usamos (Ecoembes, 2024).

❖ Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Tal como señala SAP concur (2023), la RSC es una estrategia de negocios donde las compañías se ocupan de administrar sus consecuencias en la sociedad, el planeta y la moralidad en el desarrollo de sus operaciones.

❖ Sitio web

De acuerdo con Coppola (2023), un sitio de internet consiste en un grupo de páginas interrelacionadas que se encuentran guardadas en un servidor. Este entorno digital puede ser visitado por cualquier usuario con acceso a la red a través de un programa de navegación.

❖ Sostenibilidad empresarial

Las empresas sostenibles no solo se centran en generar ganancias, sino que también producen valor a largo plazo para el medio ambiente, la sociedad y la economía. Esto ayuda al progreso y bienestar de las comunidades donde operan y beneficia a futuras generaciones. Las organizaciones que adoptan la sostenibilidad no se limitan a la prevención de consecuencias negativas en el ámbito ambiental y de derechos humanos, sino que también producen efectos favorables al incluir aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) dentro de sus planificaciones estratégicas (Pacto Mundial, 2024).

❖ Transformación digital

Implementar tecnología digital en todas las áreas de una organización, un proceso denominado transformación digital, revoluciona la manera en que se ofrece valor al cliente. Esta adopción de innovaciones tecnológicas genera cambios culturales y operativos que optimizan la capacidad de la empresa para satisfacer las necesidades de su público (Amazon Web Services, s.f.).

1.5.3 Legal

❖ Ley de Comercio Electrónico

Art. 12.- Toda publicidad o promoción que se envíe por medios electrónicos debe

distinguirse fácilmente como tal, detallando claramente sus requisitos, condiciones y el periodo durante el cual estarán disponibles (Asamblea Legislativa, 2020).

Es necesario que se pueda reconocer al proveedor de los bienes o servicios, o a aquel que actúe por cuenta de este. (Asamblea Legislativa, 2020).

En el contexto de sorteos o promociones, y siempre con la aprobación de la autoridad competente, se debe garantizar que, además de cumplir con los requerimientos previamente mencionados, las formas de participar y las condiciones para hacerlo sean sencillas de entender y estén comunicadas sin lugar a duda (Asamblea Legislativa, 2020).

Art. 13.- Aquellos negocios que ofrecen productos o servicios y quieran mandar publicidad o promociones a personas que no hayan dado su autorización previa, solo podrán hacerlo si cumplen con ciertas condiciones (Asamblea Legislativa, 2020):

- a) Debe señalarse claramente en dichos mensajes que son publicidad o promociones electrónicas no deseadas.
- b) El mensaje debe contener una alternativa simple, gratuita y funcional para que los interesados puedan solicitar su exclusión de las listas de envío en cualquier momento.
- c) La procedencia de los datos de los destinatarios no debe saltarse las regulaciones sobre la privacidad y protección de datos personales.

Art. 17.- Cuando un proveedor de bienes o servicios efectúa una oferta o venta a través de cualquier medio tecnológico o redes de comunicación, deberá remitir al usuario el justificante de pago por la vía electrónica una vez finalizada la operación (Asamblea Legislativa, 2020).

Art. 18.- Tal como lo estableció la Asamblea Legislativa en 2020, la factura electrónica que los proveedores de bienes y servicios emitan a los usuarios de comercio electrónico

será tan válida contable y tributariamente como la factura de papel, siempre que cumpla con las leyes, normas tributarias y sus regulaciones.

❖ **Ley de Protección de Datos Personales**

Art 1.- El propósito de esta normativa es asegurar la protección de la información personal de individuos, la cual esté en manos de entidades privadas o gubernamentales. Su meta es normar el uso adecuado y transparente de estos datos, con el fin de asegurar el derecho a la privacidad y la capacidad de las personas para decidir sobre su propia información (Asamblea Legislativa, 2019).

Art 2.- Toda persona, ya sea física o legal, que lleve a cabo acciones vinculadas al procesamiento de información personal, ya sea de forma completamente o parcialmente automatizada, o incluso sin automatizar, que esté incluida o tenga como fin su inclusión en cualquier registro o base de datos, estará sujeta a esta normativa (Asamblea Legislativa, 2019).

❖ **Ley de Firma Electrónica**

Según la Asamblea Legislativa (2022) La Ley de Firma Electrónica, aprobada en el año 2015, buscó fijar los lineamientos legales que posibilitaran la concesión y el reconocimiento de la eficacia y el valor legal de elementos como la firma electrónica certificada, el sello electrónico, el sello de tiempo, los documentos electrónicos y los mensajes de datos.

Art. 5.- El manejo de la información de carácter personal que necesiten las entidades que ofrecen servicios de certificación y las que se dedican al resguardo de documentos digitales para el cumplimiento de sus labores, estará regido por las siguientes disposiciones (Asamblea Legislativa, 2015):

a) Para emitir certificados digitales y guardar documentos electrónicos destinados al

público, las empresas proveedoras de estos servicios solo podrán obtener información personal directamente de los firmantes. Queda prohibido que compartan los datos personales de los usuarios con terceros;

- b) Únicamente se solicitarán y conservarán los datos estrictamente necesarios para emitir y mantener vigente el certificado digital, así como para ofrecer los servicios vinculados a la firma electrónica certificada. El propietario de estos datos tiene el derecho de pedir su corrección o eliminación si son incorrectos o están incompletos; y,
- c) La confidencialidad y el deber de protección de los datos personales son exigibles al responsable del registro y a cualquier persona involucrada en su tratamiento, incluso después de finalizar su relación con este.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación empleó un diseño exploratorio-descriptivo para analizar cómo las empresas abordan la sostenibilidad y utilizan herramientas digitales en sus operaciones. en pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Esto permitirá comprender cómo dichas prácticas afectan el uso de recursos físicos, como el papel.

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Generalidades

Dado el creciente interés global por el cuidado del medio ambiente, resulta esencial analizar las prácticas sostenibles de las organizaciones para poder dimensionar su dedicación al bienestar del planeta. Dado este contexto, el análisis se concentra en analizar qué tan sostenibles son las empresas, enfocándose especialmente en su meta de minimizar el uso de papel y adoptar prácticas ecológicas por lo que el objetivo es identificar y destacar aquellas estrategias que buscan minimizar el impacto ambiental, contribuyendo a una economía más verde y a un futuro más sostenible.

2.1.2 Método

La investigación será aplicada, ya que busca resolver problemas concretos de sostenibilidad en las empresas, como reducir el uso de papel e implementar prácticas

sostenibles. Analiza estrategias actuales y potenciales para evaluar el compromiso ambiental empresarial e identificar soluciones prácticas que mejoren el cuidado del medio ambiente.

2.1.3 Enfoque de investigación

❖ Enfoque mixto

Esta investigación adoptará una metodología mixta, integrando datos numéricos y descriptivos para lograr una comprensión exhaustiva y profunda del tema. Con los datos cuantitativos, podremos medir aspectos específicos, como la cantidad de papel que las empresas están ahorrando, por otro lado, la información cualitativa nos permitirá explorar las percepciones, causas y desafíos que enfrentan las empresas al implementar prácticas sostenibles. Este enfoque integral nos ayudará a entender no solo los números, sino también el contexto y las razones detrás de las decisiones sostenibles.

2.1.4 Universo

❖ Universo

Para el caso de la situación problemática en estudio se considerará como universo a todas las empresas pequeñas, medianas y grandes, especialmente aquellas donde el uso de papelería es significativo, como administración, educación, salud, y servicios financieros que se encuentren ubicadas en los distritos de Ayutuxtepeque, Mejicanos y San Salvador, municipio de San Salvador Centro, departamento de San Salvador, El Salvador.

Ahora bien, tomando en cuenta los resultados presentados en la Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa 2017 existen 317,795 Micro y Pequeñas

Empresas (MYPES) en El Salvador, esta cifra refleja que 33.92% son emprendimientos y el 60.76% son microempresas y un 5.32% son pequeños negocios comerciales.

2.1.5 Población

La población a la cual esta investigación estará dirigida será a empleadas y empleados de 20 a 50 años que trabajen en la zona central de San Salvador y busquen desarrollar sus habilidades en herramientas ofimáticas.

Para este proyecto se basará en la información recopilada por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) la cual detalla que el sector MYPES emplea un total de 854,732 personas, de las cuales el 54,16% son mujeres y el 45,84% hombres.

Se considera que este público objetivo busca opciones prácticas y efectivas para prepararse mejor en el entorno laboral. Así mismo, sus intereses y pasatiempos refuerzan su compromiso tanto personal como profesional con la sostenibilidad, la eficiencia y la innovación.

2.1.6 Muestra

A continuación, se presenta la fórmula que se utilizará la cual es para una población finita usando muestreo aleatorio simple.

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

$$n = \frac{854,732 * 1.96^2 * 0.50 * (1-0.50)}{0.106^2 * (854,732-1) + 1.96^2 * 0.50 * (1-0.50)}$$

N= Tamaño de la población (854,732),

Z = valor Z correspondiente al nivel de confianza (1.96 para 95%),

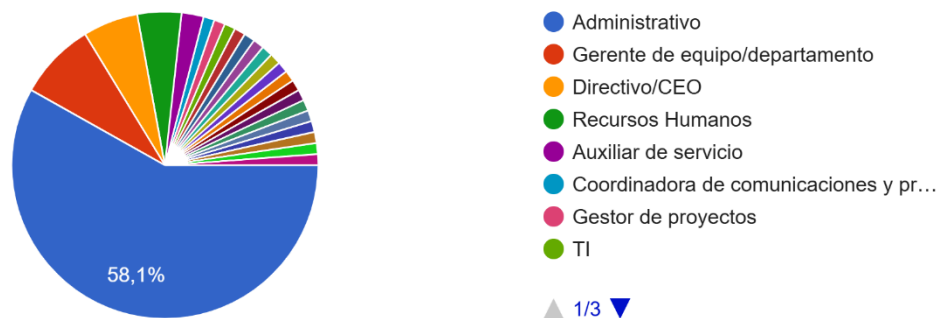
p = Probabilidad que ocurra el evento estudiado (50%)

e = margen de error (0.106 para un 10.6%).

n = Tamaño de la muestra

Como resultado se obtiene que el tamaño necesario para la investigación es de aproximadamente 86 personas.

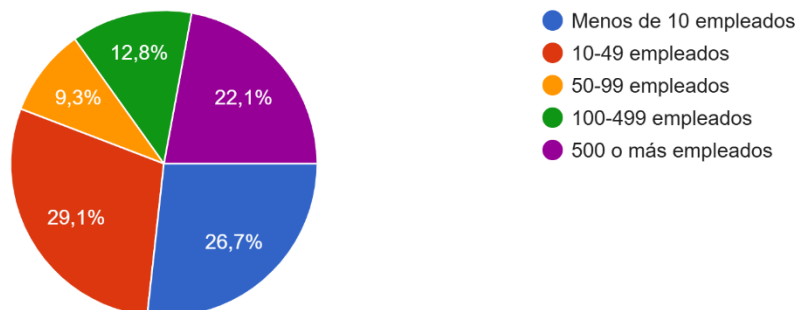
Figura 1. Cargos de los encuestados



Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

Se puede deducir de esta interrogante que los encuestados son principalmente individuos que ejercen labores administrativas. Esto es un gran indicador de que serían los beneficiarios directos de las capacitaciones y la implementación de herramientas digitales. Así mismo, hay una mezcla de roles, como personal operativo y otros, por lo que es una oportunidad para adaptar la comunicación a cada segmento y mostrar cómo BeNaT puede beneficiar tanto a los empleados como a los líderes.

Figura 2. Número de empleados



Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

Los resultados indican que se ha identificado el tamaño de las empresas de los cuales predominan las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Esto significa que se tiene la visión ideal, ya que BeNaT está diseñado pensando en ellas. Además, hay cierto porcentaje de grandes empresas, acá se podría explorar opciones para personalizar el servicio a sus necesidades más complejas. En cualquier caso, este dato ayuda a entender el alcance del público.

2.1.7 Técnicas de investigación

Con respecto a la entrevista se pretende tener conversaciones con empleados. De esta manera se identificarán con mayor detalle las motivaciones, barreras y experiencias con respecto al uso del papel y la transición a soluciones digitales.

A continuación, se presentan la competencia directa, los cuales son agencias de sostenibilidad empresarial.

Estas agencias ofrecen asesorías a empresas que quieren mejorar su impacto ambiental, desde la medición de su huella de carbono hasta estrategias para reducir residuos.

Dichas agencias representan un riesgo competitivo ya que, aunque no tienen un enfoque en la digitalización, pueden captar la atención de las empresas interesadas en la sostenibilidad.

❖ KOICA (Agencia de Cooperación Internacional de Corea)

Apoya iniciativas locales sostenibles, especialmente aquellas enfocadas en la autonomía

económica y el empoderamiento de comunidades marginadas, promoviendo al mismo tiempo prácticas amigables con el medio ambiente (SICA, 2019).

❖ PNUD El Salvador (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo)

Esta organización trabaja en alianza con entidades locales como CONAMYPE y agencias internacionales para financiar y apoyar iniciativas sostenibles en pequeñas y medianas empresas. El PNUD (s.f.) centra su trabajo en capacitar a las personas en sostenibilidad, disminuir los niveles de pobreza y promover un desarrollo económico donde todos tengan oportunidades.

❖ ESCO (Agencia de Cooperación Internacional de El Salvador)

En colaboración con PNUD y KOICA, esta agencia impulsa proyectos que fortalecen a los pequeños emprendimientos mediante el desarrollo sostenible y la innovación empresarial (ESCO, s.f.).

❖ FUNDEMÁS (Fundación Empresarial para la Acción Social)

Se encuentra como las principales organizaciones que promueven la sostenibilidad empresarial en El Salvador. A través de programas y capacitaciones, FUNDEMÁS fomenta la responsabilidad social empresarial (RSE) y la implementación de prácticas sostenibles dentro de las empresas. También publica la "Revista de Sostenibilidad Empresarial" para informar sobre iniciativas destacadas (Fundemas, s.f.).

2.1.8 Instrumento de investigación

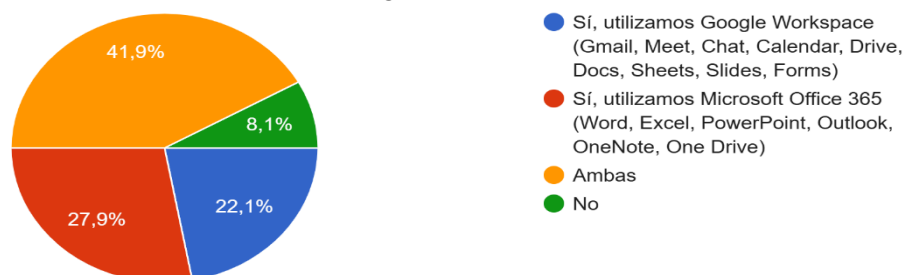
Dentro de las herramientas a utilizar serán un cuestionario elaborado en Google Forms conformado por una serie de preguntas que permitan recopilar información relevante para dar solución a la situación problemática. Así mismo, se creará una guía semiestructurada para la

entrevista la cual nos permitirá reunir datos necesarios para diseñar, validar e implementar el modelo de negocio digital de manera efectiva.

2.1.9 Presentación de resultados

En continuidad, se detalla una interpretación de los resultados más relevantes los cuales ayudarán a tomar decisiones estratégicas.

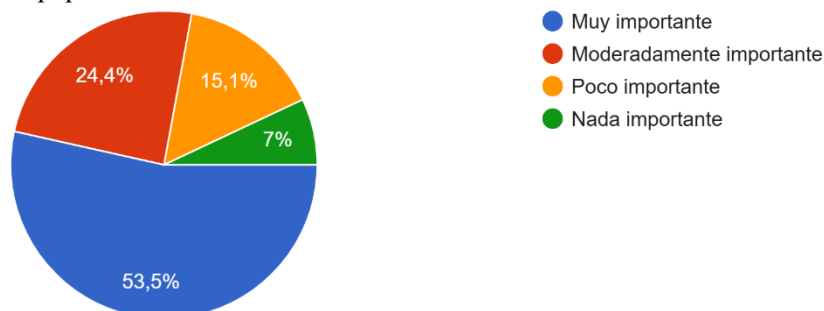
Figura 3. Oportunidades educativas en la transición digital



Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

Los resultados reflejan que una gran parte de los empleados utilizan herramientas digitales. Esto significa que ya están familiarizadas con la tecnología, pero tal vez no están aprovechándola al máximo. Por otro lado, hay un reducido porcentaje que todavía no las utilizan, esto representa una oportunidad educativa que se puede aprovechar para dar ese primer paso hacia la digitalización.

Figura 4. Reducción del papel: hacia un modelo más sostenible

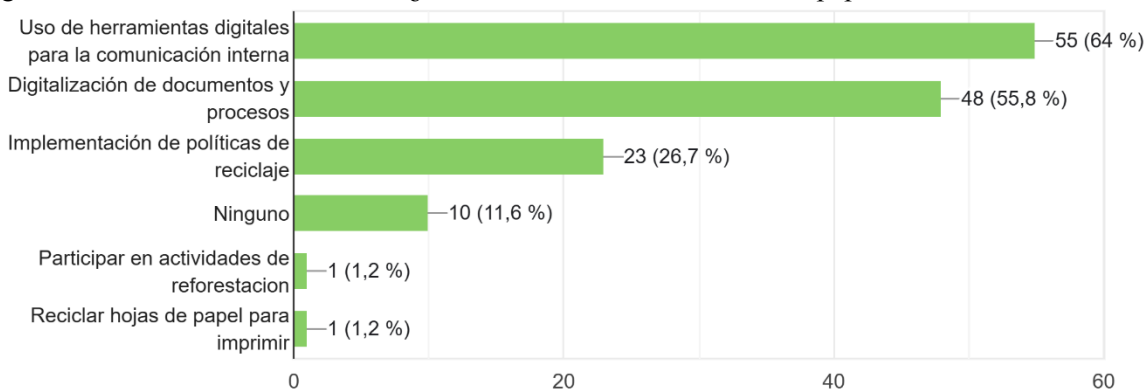


Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

Los participantes valoran la sostenibilidad lo que refleja que sus valores y objetivos están orientados a prácticas amigables con el medio ambiente. Aunque algunos encuestados

confesaron que no es una prioridad, esto abre una oportunidad para educarlas sobre los beneficios de adoptar prácticas más responsables, como la reducción de papel, y cómo esto también puede ser eficiente y rentable.

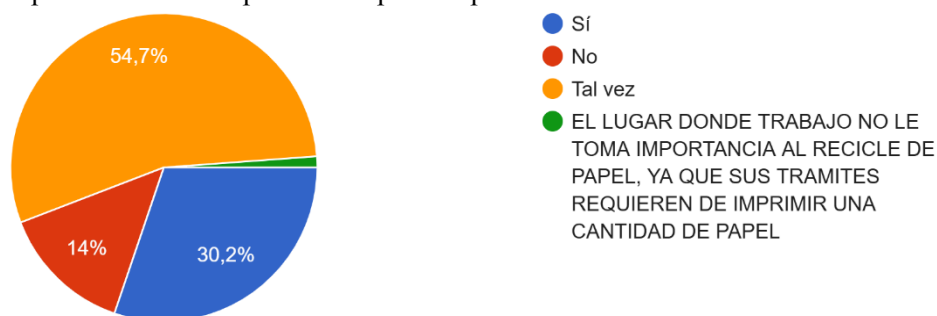
Figura 5. Sostenibilidad en oficinas: ¿Cómo están reduciendo el uso de papel?



Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

La mayoría de encuestados concuerdan que el uso de herramientas digitales es la iniciativa más aplicada en las empresas. Mientras que otros aún no tienen iniciativas claras, por lo que hay una posibilidad de ofrecer soluciones y guiarlos en esa transición.

Figura 6. ¿Invertir en capacitación? Una oportunidad para empresas conscientes

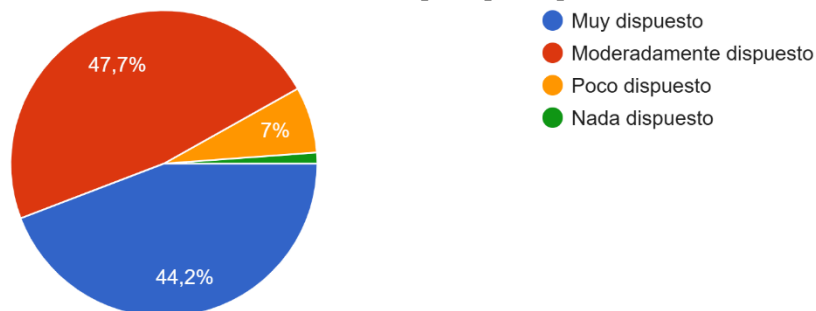


Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

Los encuestados están interesados en capacitarse, no obstante, se muestran ligeramente neutrales posiblemente por el precio, no obstante, para aquellos que no están dispuestos a pagar, crean una oportunidad para ajustar la oferta y demostrar más claramente el valor y los beneficios

que gozarán al poner en práctica lo aprendido en sus empresas.

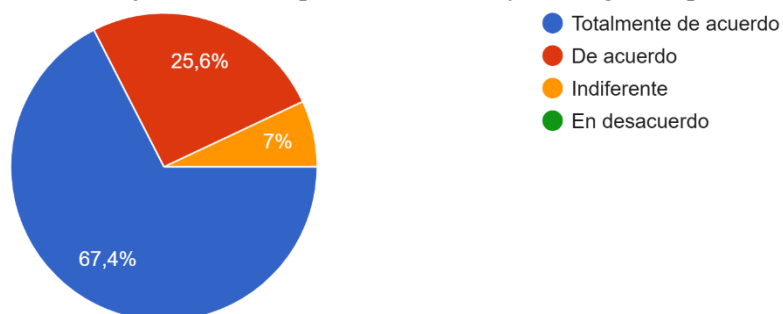
Figura 7. Recomendaciones como motor de crecimiento: percepción positiva entre usuarios



Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

Una gran parte de los encuestados están dispuestos a recomendar este tipo de capacitación, esto significa que no solo les parece útil, sino que también lo ven valioso lo suficiente como para compartirlo con otros. Esto refuerza la posibilidad de crecer a través del boca a boca y generar más confianza en el mercado.

Figura 8. Capacitación en reciclaje: beneficios para la eficiencia y la imagen empresarial

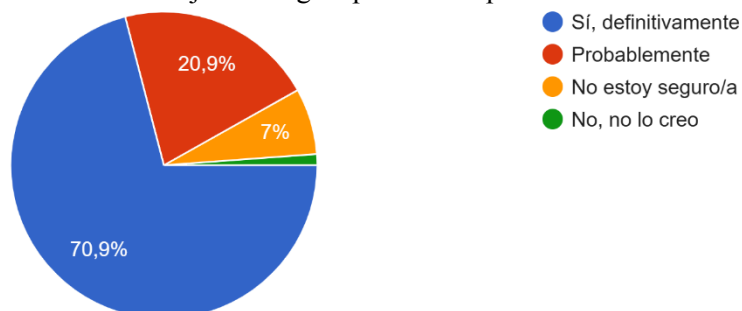


Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

Según los resultados obtenidos la sostenibilidad la mayor parte de las compañías lo considera fundamental, especialmente del área administrativa por lo que se puede ofrecer un servicio que realmente conecte con sus objetivos. Por esta razón, la población estudiada

comprende la importancia de las capacitaciones las cuales buscan concientizar sobre cómo estas prácticas no solo son responsables, sino también beneficiosas para la eficiencia y la imagen de la empresa.

Figura 9. La sostenibilidad: una ventaja estratégica para las empresas salvadoreñas



Fuente: Resultados de la encuesta Google Forms (2024)

La mayoría de los participantes están a favor esto muestra la perspectiva empresarial sobre el vínculo entre sostenibilidad y eficiencia Si bien, muchos creen que hay un beneficio directo, contar con un aliado estratégico que no solo impulsa prácticas responsables, sino que también mejora los resultados operativos sería una gran oportunidad para apoyar a las empresas salvadoreñas.

Resultados de las entrevistas

El propósito de la encuesta es obtener una comprensión integral y enriquecedora sobre la relación entre las prácticas empresariales salvadoreñas, el uso de herramientas digitales, y la transición hacia una operación más sostenible en PYMES. Mediante un análisis cualitativo, se pretende comprender la relación entre la cultura de una empresa y su disposición a adoptar tecnologías digitales, así como a llevar a cabo estrategias amigables con el medio ambiente en sus operaciones. Además, se pretende comprender los beneficios y la importancia de estas prácticas para mejorar la eficiencia operativa y el impacto ambiental de las empresas.

Forus Agency

Es una agencia de marketing en expansión, especializada en impulsar la transformación

digital de los negocios. El propósito es permitir que los negocios consigan clientes que muestren interés en lo que ofrecen, utilizando las herramientas y estrategias del entorno digital.

Forus Agency ofrece un servicio personalizado que se ajusta a las ideas y presupuesto, para que la marca tenga presencia en el mundo online.

En la entrevista se pudo entrevistar a Christopher Castro quien es el CEO de la agencia y a Antonio Guadrón quien es el Community Manager.

En base a la entrevista se ha identificado los siguientes puntos:

- ❖ La agencia de publicidad, está muy familiarizada con las herramientas ofimáticas de Google y Microsoft. Estas son esenciales para su trabajo diario, incluyendo correos electrónicos y almacenamiento en la nube.
- ❖ Dentro de los retos que perciben al utilizar las herramientas ofimáticas se encuentran: costos, compatibilidad y seguridad y privacidad.
- ❖ En cuanto a la sostenibilidad de la agencia mencionan que son importantes las estrategias de digitalización para reducir el uso de papel. Así como el mantener el orden y control interno en la empresa mediante herramientas digitales. Y reflejan una constante preocupación por el impacto medioambiental, buscando reducir al máximo el uso del papel.

Los resultados más significativos incluyen:

- ✓ Las estrategias digitales no solo buscan reducir el impacto medioambiental, sino también influir en la cultura organizacional de los colaboradores, promoviendo que lleven estas

prácticas a sus hogares.

✓ Los entrevistados consideran que capacitaciones más especializadas, como en uso de correos electrónicos, firmas electrónicas y herramientas en la nube, son oportunidades no explotadas en el mercado actual.

✓ Herramientas como cursos en línea y webinars son percibidas como más relevantes y con mayor impacto para las empresas, destacando su valor educativo y de desarrollo empresarial.

Forus Agency ofrece un servicio personalizado que se ajusta a las ideas y presupuesto, para que la marca de los negocios tenga presencia en el mundo online.

Multi Inversiones Mi Banco

Como institución financiera, Mi Banco tiene la misión de proporcionar soluciones financieras que contribuyan al bienestar de la población salvadoreña.

Multi Inversiones Mi Banco está a la vanguardia en servicios y productos financieros realizando proyectos que impulsen hacia una era digital.

En la entrevista se pudo conversar con Jennifer Murcia, cajera bancaria de Multi Inversiones Mi Banco.

Con base a la entrevista se ha identificado los siguientes puntos:

❖ La institución financiera se encuentra dentro de una era digital y siendo una empresa que vela por la realización de proyectos sostenibles.

❖ Se considera importante el manejo de herramientas ofimáticas para realizar las distintas

actividades diarias dentro de la institución.

- ❖ Realizan medidas para disminuir el uso de papel de manera excesiva contribuyendo a los gastos a realizar en la empresa y asimismo realizando un importante aporte al medio ambiente con un eslogan en particular el cual es “Piensa Verde” con el cual se manejan las acciones de sostenibilidad ambiental.

Dentro de los puntos más relevantes se encuentran:

- ✓ Las tácticas a utilizar para disminuir el impacto ambiental contribuyen dentro de la sociedad y asimismo aportan significativamente en el estilo de vida que cada uno de los colaboradores ejecuta en sus actividades diarias.
- ✓ La persona entrevistada opina que la instrucción en programas de oficina resulta fundamental para optimizar el rendimiento en las labores diarias dentro de la compañía, al igual que para profundizar el conocimiento de todos los miembros que la conforman.
- ✓ Las principales herramientas para utilizar son los cursos en línea y webinars debido a que contribuyen con el progreso laboral de los trabajadores y su avance dentro de la organización.

2.2 Diagnóstico

El éxito de BeNaT radica en comprender a su público objetivo, lo que permite diseñar soluciones personalizadas y efectivas para cubrir sus necesidades. En este sentido, el buyer persona de BeNaT es una representación semi-ficticia basada en investigaciones detalladas, datos demográficos, comportamientos, motivaciones y objetivos de los principales clientes potenciales.

BeNaT se enfoca en empresarios, emprendedores y líderes de pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en El Salvador, interesados en optimizar sus procesos internos a través de herramientas digitales y en implementar prácticas sostenibles. Este público no solo busca mejorar la eficiencia operativa, sino también contribuir al cuidado del medio ambiente, alineándose con valores de responsabilidad social y empresarial.

2.2.1 Buyer persona: Cliente que busca mejorar la imagen de la empresa

Tabla 1. Cliente que quiere mejorar la imagen de la empresa

Carlos Rivera		
Quién		
Perfil general	Características sociodemográficas	Descripción de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Director de operaciones en una empresa de servicios corporativos ✓ 7 años de experiencia en gestión operativa y logística ✓ Familia de 4 integrantes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Masculino ✓ 40 años ✓ Ingresos superiores al salario mínimo ✓ San Salvador, El Salvador 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personalidad tipo decisor ✓ Director de área con responsabilidad ✓ Prefiere mantener contacto por correo electrónico
Qué		
Objetivos	Retos	Planes de acción
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar la imagen corporativa mediante la implementación de prácticas ecológicas ✓ Adoptar tecnologías que reduzcan costos y aumenten la eficiencia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reducir costos operativos, incluyendo papelería y otros recursos ✓ La presión por implementar procesos sostenibles sin afectar la eficiencia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer un sitio web especializado en capacitación de herramientas de comunicación digital ✓ Ofrecer cursos prácticos y personalizados
Por qué		
Comentarios	Áreas de oportunidad	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ «Nuestro reto principal es que necesitamos capacitar a los empleados para que utilicen las herramientas de Google Workspace y Microsoft 365 de manera eficiente.» ✓ «El objetivo que nos motiva es mejorar la percepción externa e interna de la empresa como una empresa comprometida con la sostenibilidad.» 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los empleados tienen preferencias por los métodos tradicionales ✓ Incertidumbre sobre la calidad y eficiencia de la capacitación del personal
Cómo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¡Aprovecha al máximo las herramientas de Google y Microsoft para optimizar la comunicación y colaboración en tu empresa! Ofrecemos cursos prácticos y personalizados para que todos en tu empresa puedan sacar el máximo provecho. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lleva la productividad de tu empresa al siguiente nivel con nuestras capacitaciones especializadas en herramientas de Google y Microsoft. BeNaT ayuda a tu equipo a comunicarse mejor, trabajar más rápido y adoptar prácticas digitales sostenibles. Ofrecemos sesiones personalizadas, soporte continuo y resultados garantizados. ¡Agenda un demo gratuito y descubre cómo transformar la eficiencia de tu equipo hoy!

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Buyer persona: Cliente que se beneficiara de los servicios de BeNaT

Tabla 2. Cliente que se beneficiara de cursos y webinars

Gisela Ortiz		
Quién		
Perfil general	Características sociodemográficas	Descripción de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asistente de marketing en sistema fedecrédito ✓ Tres años de experiencia en el área ✓ Soltera 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Femenino ✓ 28 años ✓ \$500.00 mensuales ✓ San Salvador, El Salvador 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable ✓ Comunicación mediante WhatsApp ✓ Liderazgo ✓ Tipo prescriptor
Qué		
Objetivos	Retos	Planes de acción

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar las habilidades en el departamento ✓ Aprender nuevas formas de trabajo rápidas y eficientes ✓ Encontrar una plataforma en línea que ofrezca seminarios de aprendizaje y el manejo de las nuevas herramientas tecnológías 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ laboral atractivo y creativo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer inducción con nuevas maneras de trabajo para mejorar la eficiencia ✓ Ofrecer diseños de valor para mejores perspectivas
--	---	--

Por qué	
Comentarios	Áreas de oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> ✓ «Nos estamos comprometiendo como empresa a trabajar de la mano con la nueva era que es la digitalización, para mejorar la eficiencia en el trabajo y mejorar los conocimientos de nuestros empleados». 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aprendizaje nuevo y amplia capacitación para mejores oportunidades de crecimiento laboral
Cómo	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¡No dejes de actualizar tus conocimientos y no te quedes atrás, en esta nueva era digital ofrecemos más que un simple curso también cuidamos nuestra vitalidad en la tierra organizando tus ideas y mejorando tus hábitos con el medio ambiente! 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ BeNaT te ofrece cursos de digitalización más clases de mejora para el reciclaje orgánico desde nuestra plataforma digital la cual puedes ingresar fácil y rápido, en BeNaT te daremos tu récord personal al cuidar del medio ambiente y tu crecimiento profesional.

Fuente: Elaboración propia

Basándose en datos verídicos sobre sus conductas, motivaciones y carencias, estos buyer persona ofrecen una imagen precisa del cliente ideal. Al comprender el perfil, es posible diseñar estrategias más efectivas que se alineen con sus expectativas y le brinden soluciones personalizadas. Este enfoque permitirá conectar de forma más auténtica y crear experiencias significativas con los usuarios de BeNaT.

2.2.1 Desarrollo de las fuerzas de Michael Porter

Figura 10. Las cinco fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Desarrollo de PESTEL

Figura 11. PESTEL



Fuente: Elaboración propia

2.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación

Según el estudio llevado a cabo, y considerando el modelo de las cinco fuerzas de Porter junto con el análisis PESTEL, se llega a las siguientes conclusiones:

Brecha en la capacitación digital: una oportunidad estratégica para BeNaT

Los resultados de la encuesta muestran que muchas empresas ya usan herramientas digitales como Google Workspace y Microsoft Office 365, pero existe una brecha significativa en la familiaridad y capacitación de sus empleados. Esto confirma que el modelo de negocio de BeNaT tiene un mercado sólido al enfocarse en potenciar las habilidades digitales dentro de las PYMES.

La sostenibilidad como prioridad para las empresas salvadoreñas

Las empresas salvadoreñas están prestando cada vez más atención a la sostenibilidad. La mayoría de los encuestados valoran la sostenibilidad como una prioridad y ya están tomando acciones para reducir el uso de papel, aunque con resultados limitados. BeNaT puede convertirse en un aliado clave al ofrecer soluciones prácticas, como capacitaciones que reduzcan el uso de recursos físicos y fomenten la digitalización sostenible.

Conociendo al público objetivo: claves para el buyer persona

Por último, se presentan los puntos claves que se identificaron para el buyer persona, el cual nos permite identificar las características y necesidades claves del público objetivo con que se desea trabajar.

CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

Dentro de este capítulo, se plantea una idea innovadora y cuidadosamente estructurada, diseñada para ofrecer soluciones aplicando enfoques que mejoren la situación del mercado. Esta propuesta combina creatividad, sostenibilidad y un enfoque centrándose en lo que el cliente requiere, buscando generar una experiencia única y diferenciadora.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

BeNaT presenta a continuación la propuesta de su modelo de negocio digital y los servicios que pondrá a disposición de las empresas salvadoreñas. Estos servicios se centran en la educación de los empleados respecto al uso de instrumentos tecnológicos para optimizar la comunicación electrónica en el ámbito laboral

3.1.1 Nombre del negocio

BeNaT: hace referencia a “Be Natural”

❖ Giro del negocio:

Servicios

3.1.2 Información general del negocio

❖ Plataforma Digital B2B (Business-to-Business)

BeNaT es una plataforma digital que se dedicará a la capacitación y educación digital, enfocada principalmente en ayudar a las empresas salvadoreñas a mejorar la eficiencia y sostenibilidad en el uso de herramientas ofimáticas. Así mismo, su objetivo principal es equipar a los empleados con el conocimiento y las capacidades requeridas para aprovechar al máximo estas herramientas., optimizando la colaboración y comunicación digital dentro de las empresas.

Este objetivo se logrará por medio de los cursos personalizados, webinars interactivos, herramientas educativas y recursos de sostenibilidad digital. Así mismo contará con una calculadora de ahorro de papel y los reportes y análisis de uso sostenible.

BeNaT no solo busca mejorar la productividad de las empresas, sino también contribuir a la reducción del uso de papel y promover prácticas responsables con el medio ambiente.

3.2 MARCO ESTRATÉGICO

3.2.1 Misión

Facilitar a las empresas la transición hacia prácticas sostenibles y eficientes mediante una plataforma digital integral que promueva la digitalización de documentos y el reciclaje responsable de papelería, reduciendo así su impacto ambiental y mejorando su desempeño operativo.

3.2.2 Visión

Dominar el ámbito en Latinoamérica en soluciones digitales para la gestión y reciclaje de papelería, contribuyendo significativamente a la sostenibilidad ambiental y la eficiencia empresarial.

3.2.3 Valores

- Sostenibilidad Asumimos la responsabilidad de proteger el medio ambiente e impulsar un comportamiento empresarial consciente.
- Innovación: Desarrollo constante de soluciones tecnológicas avanzadas que estén en línea con lo que el mercado necesita.
- Eficiencia: Optimización de procesos operativos para mejorar la productividad y reducir

costos.

- Responsabilidad Social: Desarrollar una filosofía empresarial en la que la preocupación por la sociedad y el planeta sea fundamental y se traduzca en hechos concretos
 - Calidad: Nos enfocamos en ofrecer servicios excelentes que no solo cumplan, sino que vayan más allá de lo que esperan nuestros clientes.

3.2.4 Objetivos

- ✓ Incrementar la utilización del sitio web BeNaT en las empresas salvadoreñas para el manejo y reciclaje de material de oficina en compañías de El Salvador.
- ✓ Crear reportes detallados que permitan a las empresas monitorear y mejorar sus prácticas de reciclaje.
- ✓ Lograr que 200 empresas salvadoreñas utilicen la plataforma BeNaT en los primeros seis meses después de su suscripción.
- ✓ Implementar estrategias de marketing efectivas para asegurar que el 70% de las empresas suscritas puedan medir el impacto de sus prácticas sostenibles.
- ✓ Adaptar los cursos de BeNaT de acuerdo a las necesidades y preferencias de las empresas salvadoreñas que demuestran su compromiso con la responsabilidad ambiental y social.

3.2.5 Metas


- ✓ Desarrollar una calculadora en línea que muestre a las empresas cuánto papel han ahorrado gracias a BeNaT, con el objetivo de que el 80% de los usuarios activos la utilicen mensualmente.
- ✓ Alcanzar 100 suscripciones mensuales y 20 suscripciones anuales para el final del primer año, con un crecimiento mensual del 10% en las ventas de planes.
- ✓ Realizar al menos dos revisiones anuales de precios para garantizar que los costos de los planes se mantengan competitivos, ofreciendo al mismo tiempo nuevas promociones o descuentos a los clientes leales.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

BeNaT ofrecerá tanto capacitaciones específicas en formato de cursos y webinars, herramientas útiles para la sostenibilidad (calculadora y reportes), así como también la posibilidad de acceso continuo a estos recursos mediante suscripciones mensuales o anuales.

Figura 12. Línea de productos y servicios de BeNaT

3.3 Descripción de los productos y servicios



Cursos en herramientas de comunicación digital

- Curso básico de Google Workspace
- Curso básico de Microsoft 365
- Curso avanzado de Google Workspace
- Curso Avanzado de Microsoft 365

Webinars educativos
Con un enfoque en prácticas sostenibles y ahorro de papel.

Calculadora de ahorro de papel
Herramienta interactiva para calcular el ahorro de recursos.

Reportes y análisis de uso sostenible
Información de cómo BeNaT ayudará a las empresas salvadoreñas a monitorear el impacto y uso de recursos.

B E N A T

Fuente: Elaboración propia

❖ Cursos en herramientas de comunicación digital

A continuación, se detallan los cursos que BeNaT ofrecerá, los cuales tienen un enfoque práctico permitiendo de esta manera que los empleados puedan aplicar lo aprendido.

Estos cursos estarán diseñados para ofrecer valor en cada nivel de experiencia y cubrir una diversidad de necesidades empresariales, desde el simple manejo de documentos hasta una automatización avanzada de procesos.

Figura 13. Cursos en herramientas de comunicación digital

Cursos en herramientas de comunicación digital

	<ul style="list-style-type: none"> • Curso básico de Google Workspace Capacitación en el uso de herramientas básicas como Gmail, Google Calendar y Google Drive para mejorar la comunicación y la organización interna. 		<ul style="list-style-type: none"> • Curso básico de Microsoft 365 Curso introductorio para el uso de Outlook, Teams y OneDrive, enfocado en optimizar la comunicación y el trabajo colaborativo en la empresa.
	<ul style="list-style-type: none"> • Curso avanzado de Google Workspace Entrenamiento avanzado para el uso eficiente de Google Docs, Sheets y Slides, integraciones y automatizaciones para flujos de trabajo más fluidos. 		<ul style="list-style-type: none"> • Curso avanzado de Microsoft 365 Capacitación en el uso de funciones avanzadas de Excel, Word y PowerPoint, junto con la integración en Teams y SharePoint para la gestión de proyectos.

Fuente: Elaboración propia

❖ Webinars educativos

Los webinars se realizarán en la plataforma Zoom o Microsoft Teams dependiendo del ponente, así mismo contará con opciones de grabación y acceso posterior para empresas. También se dispondrá de material complementario de esta manera cada asistente recibirá un documento con los puntos clave, ejercicios prácticos y recursos adicionales para profundizar en el tema.

Estos webinars no solo ayudarán a los empleados, sino que también animarán a las empresas a integrar herramientas digitales para mejorar la sostenibilidad. Los webinars irán enfocados a crear comprensión del valor de un futuro sostenible y cómo las compañías pueden minimizar su impacto ambiental de carbono mediante el uso de herramientas digitales. Además, se mostrarán ejemplos prácticos de cómo reemplazar procesos en papel por alternativas digitales usando herramientas de Google y Microsoft, junto con una introducción a la calculadora de

ahorro de BeNaT.

❖ **Calculadora de ahorro de papel**

Dentro de los elementos claves que la calculadora tendrá se encuentran: formularios para ingresar datos específicos (número de empleados, documentos impresos por empleado al mes, costo promedio por hoja de papel y costo de impresión por hoja)

Después que los usuarios hayan proporcionado la información la calculadora brindará la siguiente información: cantidad de papel ahorrado por mes, ahorro en costos de papel/impresión mensual y árboles salvados al año. Así mismo los resultados se presentarán de manera visual con gráficos y comparaciones.

❖ **Reportes y análisis de uso sostenible**

Los usuarios podrán ver sus reportes en formato digital (PDF), con gráficos, infografías y resúmenes ejecutivos para facilitar la comprensión. Así mismo tendrán reportes mensuales, trimestrales, o anuales según las necesidades del cliente. Estarán accesibles en la web de BeNaT, con opción de descarga y almacenamiento en la nube para los clientes.

Estos reportes y análisis de uso sostenible no solo ayudarán a las empresas a medir y mejorar su adopción de herramientas digitales, sino que también les proporcionarán argumentos claros sobre el impacto positivo de sus esfuerzos en sostenibilidad.

❖ **Planes de suscripción para acceso a contenido exclusivo**

Los planes que BeNaT pondrá a disposición ofrecerán una solución educativa, continua y accesible para empresas que buscan mejorar su eficiencia digital y sostenibilidad, adaptándose a sus necesidades y presupuestos.

Figura 14. Planes de suscripción para acceso a contenido exclusivo

Planes de suscripción para acceso a contenido exclusivo



• **Plan de suscripción mensual**
Acceso ilimitado a cursos y webinars, calculadora de ahorro, y reportes mensuales.



• **Plan de suscripción anual**
Todo lo del plan mensual, con un descuento del 15% y reportes adicionales trimestrales.

B E N A T

Fuente: Elaboración propia

3.3.1 Prototipos / Descripción general

Para desarrollar los prototipos del sitio web de BeNaT, cada sección tiene un diseño visual y amigable, asegurando que el sitio sea intuitivo, atractivo y fácil de usar. A continuación, se presentan unos ejemplos ilustrativos.

Figura 15. Página de Inicio



BeNaT

Quiénes Somos Servicios Contáctanos

Facebook Instagram Iniciar Sesión

Tu aliado digital en sostenibilidad

Nuestro enfoque combina herramientas educativas, tecnología innovadora y un compromiso con la sostenibilidad para ayudar a las organizaciones a reducir su impacto ambiental mientras mejoran su productividad.

Conoce Nuestra Historia

Fuente: Elaboración propia

Al desplazarse hacia abajo, se presenta un diseño limpio y minimalista que da a conocer de manera general los servicios que ofrece BeNaT.

Figura 16. Servicios

Descubre nuestros servicios
Soluciones integrales para capacitar a empresas y emprendedores en prácticas digitales sostenibles.
¡Haz de la sostenibilidad una ventaja competitiva con BeNaT!



Curso en herramientas de ofimáticas

Aprovecha al máximo las herramientas de Google Workspace y Microsoft 365 para optimizar la comunicación y colaboración en tu empresa. ¡Convértete en un experto!

[¡Comienza ahora!](#)



Webinars educativos

Te enseñaremos a redactar correos efectivos, programar reuniones virtuales y gestionar la información de manera segura y accesible. Diseñado para empleados de todos los niveles, nuestros webinars te ayudarán a dominar la comunicación digital.

[¡Agendar ahora!](#)



Calculadora de ahorro de papel

Nuestra calculadora te ayudará a descubrir cuánto puedes contribuir al planeta (y a tu bolsillo) transformando cómo trabajas en tu oficina.

[¡Vamos a calcular juntos!](#)



Reportes y análisis de uso sostenible

Identifica áreas de mejora, mide la reducción de recursos físicos y transforma datos en estrategias para lograr una gestión más eficiente y ecológica.

[¡Empecemos ahora!](#)

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se han colocado botones de llamada a la acción prominentes, como "Iniciar sesión", "Conoce nuestra historia", y "Nuestros planes".

Figura 17. Botones de llamada a la acción

Descubre nuestros Planes de Suscripción

¡Lleva tu conocimiento sobre sostenibilidad al siguiente nivel! 🚀

[Nuestros Planes](#)

Fuente: Elaboración propia

Por último, el pie de página muestra una descripción corta de la razón de ser de BeNaT, así como enlaces rápidos a otras secciones, redes sociales, y detalles de contacto.

Figura 18. Pie de página



Fuente: Elaboración propia

Dentro del sitio web se divide en 3 páginas principales: quiénes somos, servicios y contáctanos. A continuación, se detalla el cuerpo de cada una.

La página de servicios se organiza en partes más pequeñas, basándose en los servicios que ofrece (webinars educativos, cursos especializados en comunicación digital sostenible, calculadora de ahorro de papel y Reportes personalizados para medir y optimizar). A continuación, se detallan las subsecciones de cada uno de los servicios de BeNaT

Figura 19. Subsección cursos y capacitaciones



Fuente: Elaboración propia

Los siguientes, son los webinars gratuitos como estrategia para atraer nuevos clientes, destacando las ventajas de los servicios de BeNaT y convirtiéndolos en clientes de pago.

Figura 20. Webinar gratuito



Sostenibilidad en la oficina: Cómo reducir el uso de papel con tecnología digital

Se mostrarán ejemplos prácticos de cómo reemplazar procesos en papel por alternativas digitales usando herramientas de Google y Microsoft, junto con una introducción a la Calculadora de Ahorro de Papel de BeNaT.

Beneficios:

- ✓ Concienciación sobre el impacto del papel en el medio ambiente.
- ✓ Conocimiento de alternativas digitales para procesos tradicionales en papel.
- ✓ Ahorro de costos a largo plazo mediante la adopción de prácticas más sostenibles.

18 de abril, 2025

[Suscribirse](#)

Cultura sostenible: Fomentando el reciclaje y la economía circular

Descubre cómo implementar sistemas de reciclaje efectivos en tu oficina y fomentar la reutilización de materiales entre los empleados. Aprende a comunicar los resultados para inspirar a tu equipo.

Beneficios:

- ✓ Cantidad de residuos reciclados vs. residuos no reciclados.
- ✓ Reducción de compra de materiales nuevos gracias a la reutilización.
- ✓ Incremento en la participación de empleados en programas sostenibles.

18 de abril, 2025

[Suscribirse](#)

Fuente: Elaboración propia

Luego, sigue la sección de la herramienta exclusiva, la calculadora de ahorro de papel, el cual se desarrolló desde otra plataforma, involve.me, con ella se recopilan los datos y realiza las operaciones para dar al final el resultado del ahorro potencial del usuario.

Figura 21. Inicio de la calculadora

Calculadora de ahorro de papel

¡Descubre cuánto papel y costos puedes ahorrar al utilizar nuestras soluciones digitales!

💡 Rápido y sencillo: Solo completa los campos con los datos de tu oficina, ¡y nosotros hacemos el resto!

¡Mide tu progreso y motívate a ser más sostenible! 👍

Fuente: Elaboración propia

La imagen que sigue presenta una visión detallada de los resultados obtenidos, y también motiva al usuario a seguir explorando BeNaT y compartiendo su impacto.

Figura 22. Resultados de la calculadora

¡Aquí están tus resultados!

¡Felicidades! Digitalizar tus procesos tiene un gran impacto:

Papel ahorrado por mes 5000 hojas

Ahorro en costos mensuales \$ 15.000,00

7 Árboles salvados al año 🌳

Adoptar prácticas digitales en tu oficina no solo reduce gastos, ¡también contribuye a un mundo más sostenible! 🌍

Fuente: Elaboración propia

Como última subsección, se encuentra el apartado de los reportes, el cual solo estará disponible para los clientes que estén suscritos a cualquiera de los dos planes de BeNaT, no obstante, se dedica un espacio para captar la atención de clientes potenciales.

Figura 23. Sub sección reportes y análisis de uso sostenible



Fuente: Elaboración propia

La siguiente página es para invitar a los clientes a suscribirse a boletines, noticias, descuentos y testimonios o en dado caso el usuario tenga dudas o quiera dejarnos comentarios.

Figura 24. Página Contáctanos

¿Quieres recibir lo último en prácticas sostenibles, descuentos exclusivos y los testimonios inspiradores de empresas que ya están transformando su manera de trabajar?

Ingresa tu correo electrónico y únete a nuestra comunidad sostenible:

Nombre (obligatorio) **Apellidos** (obligatorio)

Correo electrónico (obligatorio)

Mensaje

Enviar

Fuente: Elaboración propia

Además, el sitio web cuenta con la página de iniciar sesión para los usuarios que ya cuenten con un plan.

En caso de que el usuario no tenga cuenta y es su primera vez también se ha dejado un apartado con una nota en la parte inferior con un enlace para registrarse.

Así mismo, hay una página que motiva a los usuarios a formar parte de la comunidad de BeNaT al crear su usuario dentro del sitio web.

También se encuentra la página de suscripción de el plan mensual y anual con sus respectivos beneficios y también invita a los usuarios a obtener más información para aclarar cualquier duda e inquietud que surja de los servicios que ofrece BeNaT.

Figura 25. Planes de contenido exclusivo

¡Es tu momento de marcar la diferencia!

Haz clic en el plan de tu interés y comienza a construir un futuro más sostenible hoy mismo.

<i>Plan Mensual</i>	<i>Plan Anual</i>
\$19.99	\$199.99
Perfecto para quienes quieren empezar de forma flexible.	Todo lo incluido en el Plan Mensual, más:
Acceso a cursos y webinars exclusivos.	Descuento exclusivo en el costo total anual.
Herramientas como la calculadora de ahorro de papel.	Reportes avanzados y análisis detallados.
Reportes básicos de sostenibilidad.	Soporte prioritario y contenido adicional.
Renovación automática mes a mes.	Acceso a promociones exclusivas durante el año.
Suscribirse	Suscribirse
Más Información	Más Información

Fuente: Elaboración propia

3.4 VENTAJA COMPETITIVA

BeNaT, cree en un futuro más eficiente, digital y verde, y trabajará estrechamente con empresas de todos los tamaños para ayudarlas a adoptar tecnologías que hagan posible un entorno laboral más sustentable. BeNaT se diferenciará por ofrecer contenido de calidad, fácil acceso y soporte constante para asegurar que nuestros clientes maximicen los beneficios de las herramientas digitales y reduzcan su huella ambiental.

Así mismo, el sitio web de BeNaT será una plataforma digital que cuenta con un diseño adaptativo para que sea accesible, intuitivo y fácil de usar. Acá los usuarios encontrarán todos los contenidos educativos en línea y podrán acceder desde cualquier dispositivo electrónico.

Con BeNaT, las empresas no solo avanzarán hacia la digitalización, sino que también cumplirán con sus objetivos de responsabilidad social y ambiental, creando un impacto positivo en sus equipos, sus clientes y el planeta.

3.5 PLAN ORGANIZACIONAL

BeNaT contará con una estructura simple, la cual permita gestionar eficientemente las operaciones y el desarrollo del contenido, además de promover el trabajo en equipo dentro de la compañía.

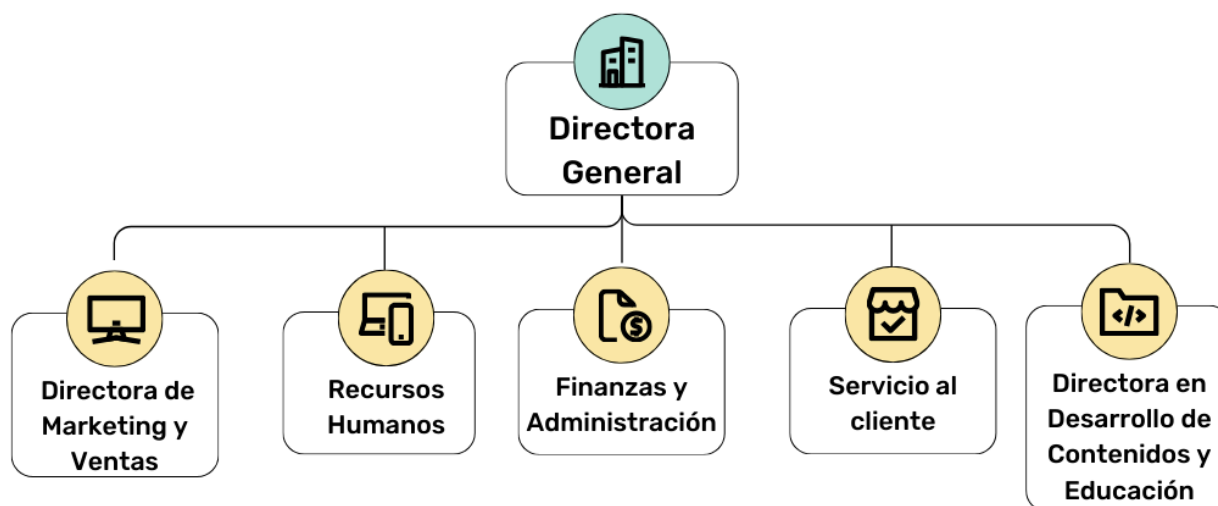
a. Objetivos del plan organizacional

Los objetivos que se proponen a continuación servirán como guía para el desarrollo y las operaciones de BeNaT, asegurando que el equipo esté alineado y se pueda trabajar de manera eficiente para alcanzar el éxito.

- ❖ Mantener reuniones periódicas para asegurar que todas las áreas estén alineadas con los objetivos generales.
- ❖ Usar herramientas digitales para una gestión efectiva de tareas y proyectos
- ❖ Monitorear el rendimiento y ajustar las tácticas para lograr un crecimiento sostenible y a largo plazo.
- ❖ Mantener un estándar alto en la calidad de los recursos formativos para asegurar el aprendizaje efectivo.
- ❖ Garantizar que los cursos, webinars y herramientas digitales sean fáciles de usar.

b. Estructura organizativa de la empresa

Figura 26. Organigrama de BeNaT



Fuente: Elaboración propia

c. Organización de gestión y recursos humanos

Tabla 3. Responsabilidades de cada puesto de trabajo

Encargado	Responsabilidades
Directora general: Dinora Ortiz	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisar las operaciones de la entidad. ✓ Definir un plan de acción a largo plazo y objetivos empresariales. ✓ Gestionar relaciones clave con socios y clientes. ✓ Coordinar el trabajo del equipo y facilitar la comunicación. ✓ Tomar decisiones importantes sobre el desarrollo del negocio. ✓ Representar a BeNaT en eventos y reuniones estratégicas.
Directora de marketing y ventas: Wendy Fernández	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar e implementar estrategias de marketing digital ✓ Gestionar la promoción de los cursos, webinars y planes de suscripción. ✓ Mantener y actualizar las redes sociales y la página web. ✓ Desarrollar campañas para llamar la atención del público objetivo y dar seguimiento a los clientes actuales.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar las ventas y la atención al cliente, respondiendo consultas y resolviendo problemas. ✓ Analizar el rendimiento de las campañas y ajustar estrategias según sea necesario.
<p>Director de recursos humanos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reclutar, seleccionar y capacitar al personal de la empresa. ✓ Desarrollar políticas laborales y garantizar el cumplimiento de estas. ✓ Gestionar nóminas, beneficios y programas de bienestar laboral. ✓ Promover un ambiente laboral positivo y la resolución de conflictos. ✓ Desarrollar planes de carrera y estrategias para la retención de talento.
<p>Director de finanzas y administración</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar los presupuestos y recursos financieros de la empresa. ✓ Supervisar los procesos contables, pagos y cobros. ✓ Garantizar que se cumplan las normativas tributarias y jurídicas ✓ Elaborar informes financieros y proyecciones económicas. ✓ Coordinar las operaciones administrativas para garantizar la eficiencia.
<p>Director de servicio al cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender consultas, quejas y sugerencias de los clientes de manera efectiva. ✓ Garantizar una experiencia positiva en cada interacción con los clientes. ✓ Coordinar la resolución de problemas en conjunto con otros departamentos. ✓ Implementar estrategias de mejora continua basadas en la retroalimentación. ✓ Mantener registros detallados de las interacciones con los

<p>Directora en desarrollo de contenidos y educación: Katherine Arias</p>	<p>clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear y gestionar los contenidos educativos de los cursos, webinars y blog. ✓ Desarrollar materiales didácticos atractivos y de alta calidad. ✓ Coordinar la programación y logística de los webinars. ✓ Supervisar la actualización constante de la calculadora de ahorro de papel y los reportes de uso sostenible. ✓ Asegurar que el contenido sea relevante, actual y alineado con las últimas herramientas de Google y Microsoft. ✓ Realizar investigaciones para mejorar la oferta educativa de BeNaT.
--	--

Fuente: Elaboración propia

d. Proceso administrativo

❖ Planeación

- Definir objetivos claros y específicos para cada área.
- Establecer metas a corto y largo plazo que vayan de acuerdo a los esfuerzos de BeNaT.
- Desarrollar estrategias y tácticas para crear, actualizar y promover los cursos, webinars, y otras herramientas digitales de BeNaT.
- Identificar los recursos necesarios (tiempo, herramientas, materiales educativos) para llevar a cabo las actividades planeadas.

❖ Organización

- Distribución de labores y roles dentro del grupo, basadas en sus habilidades y experiencia.
- Diseñar flujos de trabajo eficientes que permitan la colaboración y la comunicación efectiva dentro del equipo.
- Establecer horarios y plazos para completar tareas y proyectos importantes.

❖ Dirección

- Coordinar y motivar al equipo para alcanzar las metas definidas durante la planificación.
- Facilitar la comunicación abierta y el trabajo en equipo, promoviendo reuniones regulares para revisar el progreso, compartir ideas y resolver problemas.
- Fomentar la creatividad y la innovación, animando a todos a aportar ideas para mejorar los cursos, la experiencia de uso en la plataforma, y tácticas de comercialización
- Capacitar al equipo continuamente, asegurando que cada miembro tenga las habilidades y conocimientos necesarios para sus tareas.

❖ Control

- Monitorear el rendimiento de la plataforma para asegurar que los cursos, webinars y

demás servicios funcionen correctamente.

- Evaluar el progreso hacia los objetivos, midiendo indicadores clave (KPI), como el número de suscripciones, la satisfacción del cliente, el ahorro de papel, etc.
- Basándose en el desempeño, se deben examinar y adaptar los planes de acción
- Recoger feedback de los usuarios para entender sus necesidades y mejorar los productos y servicios.

e. Identificación y características de recursos humanos

Tabla 4. Perfil y funciones de cada puesto de trabajo

Directora general	
Perfil	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia en liderazgo y gestión empresarial. ✓ Habilidades estratégicas para la toma de decisiones. ✓ Conocimiento en sostenibilidad, herramientas digitales y educación. ✓ Excelentes habilidades de comunicación y negociación. ✓ Capacidad para gestionar múltiples proyectos y coordinar equipos pequeños. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Visión y dirección general del proyecto. ✓ Representación de la empresa en reuniones y eventos. ✓ Supervisión de todas las operaciones de BeNaT.
Responsable de marketing y ventas	
Perfil	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia en marketing digital, especialmente en la promoción de productos educativos. ✓ Conocimiento en gestión de redes sociales, campañas de correo electrónico y 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño y ejecución de campañas de marketing. ✓ Administración de las ventas y el servicio al cliente.

<p>publicidad online.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad para analizar datos y resultados de campañas. ✓ Dominio de la comunicación tanto escrita como oral ✓ Creatividad y capacidad para desarrollar estrategias atractivas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de contenidos promocionales y generación de vistas hacia en la página web.
Responsable en recursos humanos	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia contratación y capacitación. ✓ Conocimientos en legislación laboral y manejo de conflictos. ✓ Capacidad para diseñar políticas internas y programas de bienestar. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar y ejecutar planes de reclutamiento y selección para cubrir vacantes. ✓ Organizar iniciativas de entrenamiento y perfeccionamiento de habilidades para el equipo. ✓ Administrar evaluaciones de desempeño y proporcionar retroalimentación continua. ✓ Diseñar estrategias de motivación y retención de empleados. ✓ Asegurar la conformidad con normativas laborales vigentes y políticas internas.
Responsable en finanzas y administración	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia en gestión financiera y administrativa en empresas similares. ✓ Dominio de herramientas financieras y software contable. ✓ Conocimientos sólidos en leyes fiscales y laborales. ✓ Habilidad para diseñar presupuestos y realizar análisis financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar y controlar presupuestos anuales de la empresa. ✓ Realizar análisis financieros para evaluar la rentabilidad y viabilidad de proyectos. ✓ Gestionar pagos a proveedores, nóminas y cuentas por cobrar. ✓ Supervisar la preparación de estados financieros (balance general, flujo de efectivo). ✓ Implementar políticas y procedimientos administrativos que mejoren la eficiencia interna.
Responsable en servicio al cliente	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia en liderazgo de equipos. ✓ Conocimientos en herramientas CRM y métricas de satisfacción. ✓ Habilidad para aplicar técnicas efectivas de atención al cliente y manejo de reclamos. Capacidad para diseñar e implementar procesos de atención. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proveer soporte personalizado y resolver inquietudes de los clientes. ✓ Capacitar a los equipos de atención para ofrecer un servicio de calidad. ✓ Diseñar y actualizar bases de datos con información actualizada de los clientes. ✓ Implementar herramientas de medición de satisfacción del cliente. ✓ Escalar problemas complejos a los departamentos correspondientes para su resolución.
Responsable en desarrollo de contenidos y educación	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia en la creación de contenidos educativos y formación online. ✓ Conocimiento profundo en herramientas digitales de Google y Microsoft. ✓ Habilidades para la redacción, edición y diseño de materiales didácticos. ✓ Capacidad para investigar y mantenerse actualizado sobre tendencias y nuevas herramientas tecnológicas. ✓ Empatía y enfoque didáctico para transmitir conocimientos de forma clara y efectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de cursos y webinars. ✓ Creación de materiales educativos (manuales, guías, videos). ✓ Supervisión de los contenidos del blog, calculadora de ahorro y reportes sostenibles.

Fuente: Elaboración propia

3.6 PLAN DE MERCADEO

Está diseñado para atraer a empresas interesadas en capacitar a sus empleados en herramientas de comunicación digital sostenibles.

a. Objetivos del plan de mercadeo

- ❖ Promocionar a BeNaT como líder en capacitación y sensibilización sobre prácticas digitales sostenibles, destacando su compromiso con los negocios comprometidos con la moderación de su daño al planeta
- ❖ Dar visibilidad a la confiabilidad de BeNaT en redes sociales y campañas publicitarias digitales, dirigidas a emprendedores, pequeñas y medianas empresas.
- ❖ Generar una lista de contactos interesados en los cursos y servicios de BeNaT durante el primer trimestre mediante campañas digitales y contenido educativo relevante.

b. Resultados de la investigación de mercadeo

Tras examinar los resultados de la encuesta, se ha confirmado que el modelo de negocio digital BeNaT no solo es viable, sino que también cuenta con aceptación significativa por parte de los usuarios. Esto a su vez, resalta la oportunidad de concretar a BeNaT en el ámbito de la educación digital sostenible. Para aprovechar este potencial, se elaborará un plan de marketing estructurado que permita destacar las fortalezas del modelo, como su enfoque innovador y compromiso con la sostenibilidad. De esta forma, BeNaT podrá posicionarse estratégicamente como una plataforma educativa atractiva para empresas que buscan alinear la eficiencia digital con prácticas responsables y sostenibles.

c. Marketing mix digital

El marketing mix está diseñado para posicionar a BeNaT como un referente en sostenibilidad y digitalización para empresas, atrayendo y reteniendo a usuarios interesados en reducir el uso de papel a través de la capacitación en herramientas tecnológicas.

Tabla 5. Marketing Mix de BeNaT

Producto	Precio	Plaza	Promoción
<p>BeNaT ofrece un portafolio digital enfocado en la sostenibilidad empresarial, diseñado específicamente para emprendedores y pymes. El portafolio incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cursos y capacitaciones ❖ Webinars educativos ❖ Calculadora de ahorro de papel ❖ Reportes y análisis de uso sostenible 	<p>Los precios son accesibles y flexibles para atraer a diversos segmentos: Planes mensuales y anuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Mensual: \$19.99 por suscripción. ❖ Anual: \$199.99 con descuento del 15%. ❖ Descuentos por volumen: Tarifas reducidas para empresas que capaciten a más de 100 empleados. ❖ Prueba gratuita: Acceso gratuito el primer mes a cursos introductorios para captar leads. 	<p>La distribución es completamente digital, lo que permite alcanzar audiencias a nivel regional y global:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Plataforma web: Un sitio intuitivo y optimizado para accesibilidad desde cualquier dispositivo. ❖ Redes sociales y correo electrónico: Como canales secundarios para entregar contenido educativo y actualizaciones. 	<p>La campaña de publicidad tiene como objetivo principal dar visibilidad y atraer leads interesados en sostenibilidad empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Anuncios pagados en plataformas como Google Ads. ❖ Publicación de blogs, infografías y casos de éxito. ❖ Descuentos para nuevos clientes durante campañas estacionales (Ej.: Día de la Tierra).

Fuente: Elaboración propia

d. Estrategias del marketing mix digital

Este plan se enfocará en las 4P's adaptadas al entorno digital: Producto, Precio, Promoción y Plaza (Distribución).

Tabla 6. Estrategias del Marketing mix digital

Marketing Mix Digital	Estrategias	Acciones
Producto	Mejorar y diversificar los servicios de BeNaT.	<ul style="list-style-type: none"> □ Crear un catálogo de temas relevantes para el público objetivo (como "Uso eficiente de Google

		<p>Workspace" o "Estrategias para reducir el desperdicio de papel").</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Organizar un cronograma mensual de webinars gratuitos para captar leads. <input type="checkbox"/> Incluir ejemplos personalizados para sectores como oficinas o instituciones educativas. <input type="checkbox"/> Ofrecer un análisis de datos comparativo que resalte el impacto sostenible para las empresas.
Precio	Aumentar la accesibilidad y generar valor percibido.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Crear campañas estacionales, como descuentos en el Día de la Tierra o en el lanzamiento de nuevos cursos. <input type="checkbox"/> Ofrecer el primer mes gratuito para los nuevos usuarios, descuentos en suscripciones anuales, y precios especiales para empresas que deseen inscribir a varios empleados. <input type="checkbox"/> Implementar descuentos progresivos (por ejemplo, 10% al contratar 3 servicios).
Plaza	Expandir el alcance digital y facilitar el acceso a los servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Utilizar herramientas SEO (como Google Keyword Planner) para posicionar términos clave como "capacitación sostenible" o "transformación digital." <input type="checkbox"/> Publicar contenido valioso en las redes sociales, como casos de éxito o estadísticas sobre sostenibilidad. <input type="checkbox"/> Crear webinars interactivos mostrando la funcionalidad de la calculadora.
Promoción	Incrementar la visibilidad y generar engagement	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Diseñar anuncios en Google Ads con palabras clave específicas. <input type="checkbox"/> Publicar un blog mensual con temas como "Beneficios de la digitalización para tu negocio" o "5 formas de reducir el consumo de papel." <input type="checkbox"/> Enviar boletines por email con noticias, descuentos y testimonios de clientes.

Fuente: Elaboración propia

3.7 PLAN DE VENTAS

a. Objetivos del plan de ventas

❖ General

Establecer una meta anual de ventas para los planes de capacitación en herramientas digitales, promoviendo su adopción como parte de una táctica de digitalización y sostenibilidad en empresas salvadoreñas, con la finalidad de posicionar a BeNaT como un aliado clave en la implementación de prácticas tecnológicas responsables

❖ Específicos

- a) Lograr 199 suscripciones anuales al final del primer año, promoviendo los beneficios económicos de esta modalidad.
- b) Alcanzar 500 suscripciones mensuales activas al finalizar el primer año, basándonos en el crecimiento proyectado en la tabla.
- c) Generar ingresos acumulados de \$50,000.00 durante el primer año, con un aumento mensual progresivo gracias a la captación de nuevos usuarios.

b. Proyección de ventas (1 año)

A continuación, se presenta una estimación inicial de cuántas suscripciones mensuales y anuales se esperan cada mes, considerando un crecimiento moderado en el número de usuarios a medida que BeNaT se da a conocer en el mercado, y los ingresos mensuales van aumentando a medida que más empresas y empleados reconocen el valor de los servicios.

Para realizar los cálculos de los ingresos hay que considerar la siguiente información:

- Plan Mensual: \$19.99 al mes

□ Plan Anual: \$199.99 al año

Tabla 7. Proyección de ventas del primer año

Línea de Productos	Año 1	
	Unidades	Total
Plan Mensual	570	\$ 11,394.30
Plan Anual	199	\$ 39,798.01
Totales	769	\$ 51,192.31

Fuente: Elaboración propia

3.8 PLAN FINANCIERO

El plan financiero de BeNaT tiene como propósito trazar una hoja de ruta clara y sostenible para el crecimiento del proyecto. Como plataforma enfocada en concientizar a pequeñas y medianas empresas en el uso de programas digitales y prácticas sostenibles, BeNaT aspira no solo a mejorar la productividad de sus usuarios, sino también a contribuir a su compromiso con el medio ambiente.

a. Objetivos del plan financiero

- ✓ Diseñar una estrategia financiera sólida que permita a BeNaT cubrir sus costos operativos mientras genera ingresos suficientes para invertir en mejoras continuas y expandir su alcance.
- ✓ Establecer metas realistas de suscripciones, asegurando un aumento gradual en los ingresos durante los próximos años, con base en un crecimiento moderado y sostenible.
- ✓ Asegurar que los recursos financieros permitan mantener y promover prácticas eco-amigables dentro de la plataforma, alineando nuestros objetivos económicos con nuestros valores de sostenibilidad.

- ✓ Mantener costos accesibles para los clientes, ofreciendo un alto valor en los planes de suscripción, mientras se administra eficientemente los recursos internos para maximizar la rentabilidad.

b. Plan de inversión

El plan de inversión asegura que BeNaT cuente con los recursos indispensables para iniciar operaciones y crecer de manera sostenible. Así mismo, el plan refleja su visión de convertirse en un referente en educación digital y sostenibilidad, sin perder de vista la optimización de recursos y el impacto positivo en los usuarios.

Tabla 8. Inversión inicial más costos del mes 0

Concepto	Mes 0	
Inversión Inicial		\$ 4,974.40
Desarrollo de la plataforma	\$ 700.00	
Equipo	\$ 2,774.40	
Escritorio	\$ 157.50	
Silla	\$ 102.90	
Laptop HP	\$ 2,067.00	
Celular	\$ 447.00	
Capital de trabajo:	\$ 1,500.00	
Efectivo	\$ 1,500.00	
Costos		\$ 1,272.12
Costos Variables	\$ 700.00	
Plan mensual	\$ 200.00	
Plan anual	\$ 500.00	
Costos Fijos	\$ 572.12	
Alquiler	\$ 150.00	
Servicios básicos	\$ 38.15	
Internet	\$ 30.98	
Promoción y publicidad	\$ 41.67	
Proveedores y gestión de archivos	\$ 213.32	
Servidores y hosting en la nube	\$ 98.00	
Otros	\$ 1,090.94	
Pago del préstamo	\$ 1,090.94	

Total		\$ 6,246.52
--------------	--	------------------------

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al financiamiento para la inversión inicial será de la siguiente manera: \$2,974.40 serán con fondos propios y \$2,000.00 serán por medio de préstamo financiero por medio del Banco Cuscatlán con un interés anual de 8.5%, para dos años con una cuota de \$90.91.

Tabla 9. Amortización del préstamo

Mes	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
1	\$ 90.91	\$ 14.17	\$ 76.74	\$ 1,923.26
2	\$ 90.91	\$ 13.62	\$ 77.29	\$ 1,845.97
3	\$ 90.91	\$ 13.08	\$ 77.84	\$ 1,768.13
4	\$ 90.91	\$ 12.52	\$ 78.39	\$ 1,689.74
5	\$ 90.91	\$ 11.97	\$ 78.94	\$ 1,610.80
6	\$ 90.91	\$ 11.41	\$ 79.50	\$ 1,531.30
7	\$ 90.91	\$ 10.85	\$ 80.06	\$ 1,451.24
8	\$ 90.91	\$ 10.28	\$ 80.63	\$ 1,370.60
9	\$ 90.91	\$ 9.71	\$ 81.20	\$ 1,289.40
10	\$ 90.91	\$ 9.13	\$ 81.78	\$ 1,207.62
11	\$ 90.91	\$ 8.55	\$ 82.36	\$ 1,125.27
12	\$ 90.91	\$ 7.97	\$ 82.94	\$ 1,042.32
13	\$ 90.91	\$ 7.38	\$ 83.53	\$ 958.80
14	\$ 90.91	\$ 6.79	\$ 84.12	\$ 874.68
15	\$ 90.91	\$ 6.20	\$ 84.72	\$ 789.96
16	\$ 90.91	\$ 5.60	\$ 85.32	\$ 704.65
17	\$ 90.91	\$ 4.99	\$ 85.92	\$ 618.73
18	\$ 90.91	\$ 4.38	\$ 86.53	\$ 532.20
19	\$ 90.91	\$ 3.77	\$ 87.14	\$ 445.05
20	\$ 90.91	\$ 3.15	\$ 87.76	\$ 357.30
21	\$ 90.91	\$ 2.53	\$ 88.38	\$ 268.92
22	\$ 90.91	\$ 1.90	\$ 89.01	\$ 179.91
23	\$ 90.91	\$ 1.27	\$ 89.64	\$ 90.27
24	\$ 90.91	\$ 0.64	\$ 90.27	\$ 0.00

Fuente: Elaboración propia

c. Estructura de Costos

La estructura de costos de BeNaT ha sido diseñada para reflejar su misión de ofrecer educación digital accesible y sostenible, mientras se optimizan los recursos disponibles. Este

enfoque estratégico permite identificar las áreas clave que requieren inversión, asegurando que cada gasto contribuya directamente al desarrollo y la operación eficiente del proyecto.

Para realizar los cálculos de los costos debe considerarse los siguientes datos:

□ Plan mensual: \$10.00 al mes

□ Plan anual: \$100.00 al año

Tabla 10. Proyección de Costos del Primer Año Mes 1 al 6

Línea de productos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Plan mensual	\$ 200.00	\$ 250.00	\$ 300.00	\$ 350.00	\$ 400.00	\$ 450.00
Plan anual	\$ 500.00	\$ 600.00	\$ 800.00	\$ 1,000.00	\$ 1,200.00	\$ 1,500.00
Totales	\$ 700.00	\$ 850.00	\$ 1,100.00	\$ 1,350.00	\$ 1,600.00	\$ 1,950.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Proyección de Costos del Primer Año Mes 7 al 12

Línea de productos	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Plan mensual	\$ 500.00	\$ 550.00	\$ 600.00	\$ 650.00	\$ 700.00	\$ 750.00
Plan anual	\$ 1,800.00	\$ 2,000.00	\$ 2,200.00	\$ 2,500.00	\$ 2,800.00	\$ 3,000.00
Totales	\$ 2,300.00	\$ 2,550.00	\$ 2,800.00	\$ 3,150.00	\$ 3,500.00	\$ 3,750.00

Fuente: Elaboración propia

d. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

Este análisis no solo ayuda a identificar el nivel mínimo de ingresos necesarios para operar de manera eficiente, sino que también brinda una visión estratégica para tomar decisiones sobre futuras inversiones, ajustes en precios y estrategias de crecimiento.

Se ha podido identificar que se logra rentabilidad en el primer año, esto significa que los ingresos generados por las suscripciones (mensuales y anuales) no solo cubren los costos

operativos, sino que también queda un excedente para reinversión y crecimiento del negocio.

Tabla 12. VAN y TIR

Valor Actual Neto (VAN)	\$ 77,821.54
Tasa Interna de Retorno (TIR)	228.92%

Fuente: Elaboración propia

Con el VAN tan positivo y una TIR tan alta, se puede deducir que en dado caso se presenten situaciones como costos mayores o ingresos menores, es poco probable que el proyecto ya no genera ganancias.

Tabla 13. Punto de equilibrio

Producto o Servicio	Ventas Anuales	Porcentaje de participación	Precio de venta	Costo Variable unitario	Margen de contribución	Unidades en equilibrio	Ingreso de equilibrio
Plan Mensual	570	74%	\$19.99	\$10.00	\$9.99	320	\$6,404.81
Plan Anual	199	25.90%	\$199.99	\$100.00	\$99.99	112	\$22,370.72
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS	769	100%	Margen de Contribución Combinado		\$33.28	432	\$28,775.53

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = \frac{\text{Costos operativos fijos}}{\text{Margen de contribución}}$$

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = \frac{\$14,385.61}{\$33.28} = 432.26 \text{ unidades}$$

Según los resultados el punto de equilibrio es cuando se logren vender 432 unidades, el cual se logra aproximadamente en el mes 11 del primer año.

En cuanto a los ingresos, el monto total mínimo necesario es de \$28,775.53 al año. Una vez se supere este número, cada suscripción adicional será ganancia para BeNaT.

Además, los precios de los planes están elaborados de la siguiente manera: por cada cliente del plan mensual, se contribuye \$9.99 a cubrir costos y generar beneficios. En general, el promedio de todas las ventas deja un total de \$33.28 por cliente, generando mayores ganancias.

3.9 PLAN DE TRABAJO

El plan de trabajo de BeNaT es el mapa estratégico para convertir las ideas en resultados

concretos y medibles. A través de una planificación clara, se establecen las acciones necesarias para desarrollar, implementar y optimizar la plataforma, garantizando el cumplimiento de nuestros objetivos en sostenibilidad y formación digital.

a. Objetivos del plan de trabajo

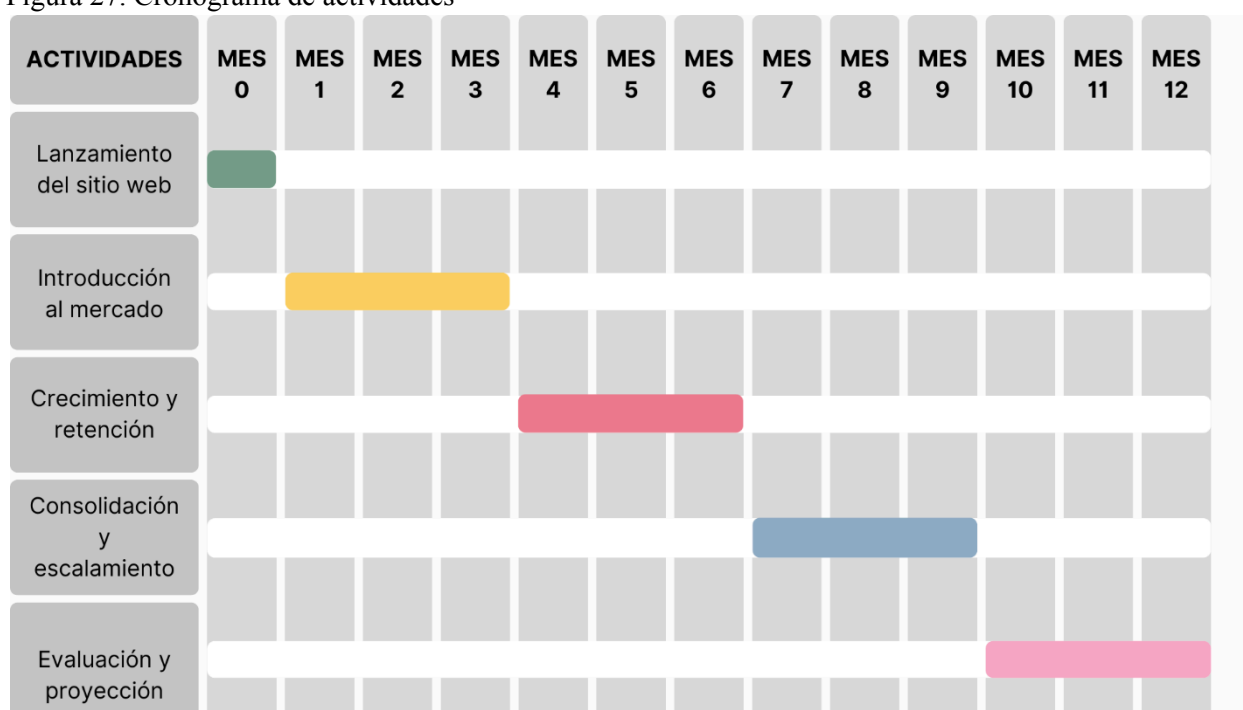
- ❖ Diseñar una propuesta clara y sostenible para la formación en herramientas de comunicación digital mediante la creación del concepto y el análisis del mercado objetivo, incluyendo encuestas a empresarios y emprendedores interesados en optimizar sus procesos digitales.
- ❖ Realizar entrevistas y encuestas con empleados salvadoreños para garantizar que BeNaT sea relevante, efectivo y alineado con las necesidades del sector empresarial.
- ❖ Diseñar, construir y probar un prototipo para la plataforma digital de BeNaT, asegurando su funcionalidad, una experiencia amigable para el usuario y compatibilidad con las herramientas de Microsoft y Google.
- ❖ Crear un programa financiero que permita evaluar las ganancias del proyecto, tomar decisiones estratégicas y proyectar un crecimiento estable en el mercado.

b. Cronograma de actividades

Es una herramienta clave para garantizar el desarrollo organizado y eficiente de BeNaT, permitiendo de esta manera alcanzar los objetivos en el tiempo establecido. Este cronograma está diseñado considerando el lanzamiento del sitio web en el mes 0, con acciones planificadas para asegurar el desarrollo, crecimiento y promoción de BeNaT a lo largo del primer año (mes 1 al

12).

Figura 27. Cronograma de actividades



Fuente: Elaboración propia

3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN

Se enfocan en evaluar el impacto de las campañas de capacitación en sostenibilidad digital, desde la captación de empresas interesadas hasta la reducción tangible en el uso de recursos físicos. Este enfoque cuantitativo y cualitativo permite asegurar que cada acción esté alineada con la misión de BeNaT de fomentar prácticas empresariales más sostenibles y responsables.

Se ha incluido una tabla para mostrar en detalle los indicadores y las metas correspondientes, tomando en cuenta que cada indicador va de acuerdo con los objetivos que se plantearon en el plan de mercadeo.

Tabla 14. Indicadores de medición

Indicadores	Metas
1. Promedio de ventas del plan mensual	1. Lograr un promedio de 48 suscripciones del plan mensual en el primer año.
2. Promedio de ventas del plan anual	2. Alcanzar un promedio de 17 ventas del plan anual en el año 1.
3. Ingresos por suscripciones mensuales	3. Obtener un promedio de \$949.53 en ingresos al finalizar el primer año.
4. Ingresos por suscripciones anuales	4. Generar un promedio de \$3,316.50 en ingresos en el primer año.
5. Ventas totales del plan mensual	5. Lograr 570 suscripciones acumuladas al final del año.
6. Ventas totales del plan anual	6. Alcanzar 199 suscripciones acumuladas al final del año.
7. Ingresos acumulados anuales	7. Generar un promedio de \$4,266.03 al final del año con ambos planes de suscripción.

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Las plataformas digitales demostraron ser herramientas poderosas para la concientización sobre la importancia del reciclaje y facilitaron la participación de los consumidores.

La creación del modelo de negocio BeNaT está posicionado como una solución innovadora e integral para las empresas salvadoreñas como internacionales las cuales buscan optimizar sus procesos internos reduciendo así su huella ambiental.

Se ofrece una plataforma de capacitación ambiental personalizadas, BeNaT aborda una necesidad profunda en el mercado, empoderando a los empleados con habilidades necesarias para sacar provecho de las herramientas ofimáticas llevando de la mano las importantes prácticas de sostenibilidad.

La personalización de la plataforma garantiza una mayor efectividad en las capacitaciones ofreciendo cursos y recursos adaptados a las necesidades de las empresas y al fomentar el uso eficiente de las herramientas digitales y proporcionar herramientas para calcular el ahorro del papel, BeNaT trabaja para que las empresas generen menos daño al planeta

BeNaT no solo ofrece capacitación sino también herramientas y recursos adicionales las

cuales dan la capacidad a los negocios para medir y mejorar las funciones en términos de sostenibilidad.

RECOMENDACIONES

Por medio de BeNaT se ha analizado cómo cada una de las herramientas a implementar en la investigación son importantes para el desarrollo dentro de las organizaciones por lo tanto se detallan las siguientes recomendaciones:

- ❖ Fomentar la digitalización en todos los niveles: Las empresas deben invertir en la digitalización de documentos y adoptar plataformas colaborativas en la nube, como Google Workspace o Microsoft 365, para reducir la necesidad de imprimir documentos. Por otro lado, la implementación de herramientas como la firma electrónica debe ser incentivada para disminuir la dependencia del papel.
- ❖ Capacitación continua del personal: Es esencial capacitar a los empleados en el uso de tecnologías digitales y en las ventajas de reducir el consumo de papel. Programas de formación y sensibilización contribuirán a una transición más fluida hacia prácticas empresariales sostenibles.

- ❖ Establecer políticas empresariales de sostenibilidad: Las empresas deben integrar la sostenibilidad en su estrategia organizacional mediante la creación de políticas internas que impulsen la reducción del uso de papel. Estas políticas deben incluir metas claras y medibles, con indicadores de seguimiento para evaluar el progreso de cada una.
- ❖ Incentivar la innovación tecnológica: Las empresas deben explorar e invertir en tecnologías emergentes que promuevan la eficiencia operativa y la sostenibilidad, como la automatización de procesos, la utilización de inteligencia artificial para la gestión documental, y el empleo de sistemas de comunicación sin el uso de papel.
- ❖ Fomentar una cultura empresarial que integra la sostenibilidad: Crear una cultura organizacional que valore la sostenibilidad puede facilitar la adopción de nuevas tecnologías y prácticas. Involucrar a todos los integrantes de la organización, desde los directivos hasta los colaboradores de cada área, será clave para el éxito de la transición hacia una empresa sin papel.
- ❖ Medir y comunicar los resultados: Las empresas deben establecer mecanismos de medición para evaluar el impacto de sus iniciativas de reducción del uso de papel, tanto en términos financieros como las repercusiones ambientales. Además, comunicar estos resultados a los colaboradores, clientes y cada una de las áreas interesadas refuerza el compromiso organizacional con la sostenibilidad.

BIBLIOGRAFÍA

Documentos web

Alemán, Uveli. (2023). *Los salvadoreños Gastan \$39 Millones Mensuales En Compras En Línea Internacionales*. Diario El Mundo. Recuperado de <https://diario.elmundo.sv/economia/los-salvadorenos-gastan-39-millones-mensuales-en-compras-en-linea-internacionales>

Amazon Web Services, Inc. (s.f.). “¿Qué es la Transformación Digital?”. *Explicación de La Transformación Digital*. AWS. Recuperado de <https://aws.amazon.com/es/what-is/digital-transformation/>

Asamblea Legislativa. (2019). *Ley de Protección de Datos personales*. Recuperado de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/dictámenes/498798FA-A563-4830-A0C8-306AFBC71497.pdf>

Asamblea Legislativa. (2020). *Ley de Comercio Electrónico*. Recuperado de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/BAA0E931-E117-487D-8900-A1D9876D5FBE.pdf>

ASEINFO. (2022). *Empresas Digitales En El Salvador*. Recuperado de <https://www.aseinfo.com.sv/noticia/empresas-digitales-en-el-salvador>

Banco Central de Reserva. (2015). *Ley de Firma Electrónica*. Recuperado de <https://www.bcr.gob.sv/documental/public/docs/852e034b0b0360c624e7dd216a588d7d.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *MSME Financing Instruments in Latin America and the Caribbean During COVID-19*. IDB. Recuperado de

<https://publications.iadb.org/publications/english/document/MSME-Financing-Instruments-in-Latin-America-and-the-Caribbean-During-COVID-19.pdf>

Cibergestión. (2023). *Gestión Documental Digital: Impulso En La Eficiencia de Las Empresas*.

Recuperado de

<https://es.linkedin.com/pulse/gesti%C3%B3n-documental-digital-impulso-en-la-eficiencia-de>

Coppola, María. (2023). *Qué Es Un Sitio Web, Para Qué Sirve y Cuáles Son Sus Elementos*.

HubSpot. Recuperado de

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

Da Silva, Filipe & Núñez, Georgina. (2021). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*. Naciones Unidas CEPAL.

Recuperado de

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0c2536f0-bacc-491b-81ff-330298b959f2/content>

Ecoembes. (2024). “Reducir, Reutilizar y Reciclar, ¿Conoces Las Otras?”. Ecoembes Reduce

Reutiliza y Recicla. Recuperado de

<https://reducereutilizarecicla.org/las-3rs/>

Editorial MD. (s.f.). *El Medio Ambiente Para Niños de Primaria y Preescolar*. Recuperado de

<https://www.editorialmd.com/ver/el-medio-ambiente>

ESAN, Conexión. (2020). *Transformación digital en la gestión documental: “¿por qué*

debes aplicarla en tu empresa?”. Recuperado de

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/transformacion-digital-en-la-gestion-documental-por-que-debes-aplicarla-en-tu-empresa>

ESCO. (s.f.). *Marco Institucional - ESCO*. Recuperado de

<https://esco.gob.sv/marco-institucional/>

Fundación Auaae. (2021). “¿Qué es la Contaminación Ambiental?”. Recuperado de

<https://www.fundacionaquaee.org/wiki/causas-contaminacion-ambiental/>

Fundemas. (s.f.). *Fundación Empresarial Para La Acción Social*. Recuperado de

<https://fundemas.org>

FUSADES. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador: Prácticas y estrategias para prevenir el crimen y la violencia*. Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. Recuperado de

<https://fusades.org/publicaciones/Responsabilidad%20Social.pdf>

Gómez, María. (2023). *Qué Es Una Encuesta, Para Qué Sirve y Qué Tipos Existen*.

HubSpot. Recuperado de

<https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>

Grupo Banco Mundial. (2022). *Transformación Digital En El Salvador, Reactivando El Crecimiento y La Inclusión*. World Bank. Recuperado de

<https://www.bancomundial.org/es/programs/de4lac/publication/digital-transformation-to-reignite-growth-and-equitability-in-el-salvador>

La Comisión Económica para América Latina. (s.f.). *Acerca del Desarrollo Sostenible*.

CEPAL. Recuperado de

<https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible>

La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre. (s.f.). *Firma Digital*. FNMT. Recuperado de

<https://www.sede.fnmt.gob.es/curso-de-criptografia/criptografia-de-clave-asimetrica/firma-digital>

MARN. (2022). *Diagnóstico Nacional de Residuos*. Ministerio de Medio Ambiente y Recursos

Naturales. Recuperado de

<https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/diagnostico-nacional-vf/>

Meroño Cerdán Ángel L. & López Nicolás Carolina. (s.f.). *COMPORTAMIENTO*

INNOVADOR Y ADOPCIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.

Universidad de Murcia. Recuperado de

<https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/388/%C3%81ngel%20L.%20Mero%C3%B1o.pdf>

Pacto Mundial. (2024). *Empresa Sostenible: Guía Para El Éxito*. Pacto Mundial de la ONU

España. Recuperado de

<https://www.pactomundial.org/noticia/empresa-sostenible-guia-beneficios-y-ejemplos-para-el-exito/>

Pacto Mundial. (s.f.). *Sostenibilidad Empresarial*. Pacto Mundial ONU España. Recuperado de

<https://www.pactomundial.org/sostenibilidad-empresarial/>

PNUD. (s.f.). *PNUD El Salvador*. Recuperado de

<https://www.undp.org/es/el-salvador>

Pursell, Shelley. (2023). *Qué Es El Marketing Digital, Sus Ventajas y Tipos*. HubSpot.

Recuperado de

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital>

Pursell, Shelley. (2024). *Cultura Organizacional: Qué Es, Tipos, Elementos y Ejemplos*.

HubSpot. Recuperado de

<https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>

Pursell, Shelley. (2024). *Desafíos Recientes Para El Crecimiento Sostenible: Navegando Por*

Aguas Desafiantes. HubSpot. Recuperado de

<https://blog.hubspot.es/marketing/desafios-para-el-crecimiento>

RSyS, Editorial. (2022). *Impacto Ambiental: Qué Es, Definición, Tipos, Causas, Medición y Ejemplo*. Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. Recuperado de

<https://responsabilidadsocial.net/impacto-ambiental-que-es-definicion-tipos-causas-medicion-y-ejemplo/>

Sáez Vacas, Fernando. (1997). *La Era Digital*. Universidad Politécnica de Madrid. Archivo Digital UPM. Recuperado de

https://oa.upm.es/22247/1/La_era_digital.pdf

Salesforce. (s.f.). “¿Qué es Cloud Computing?”. Recuperado de

<https://www.salesforce.com/mx/cloud-computing/>

Santos, Diego. (2023). *Tipos de Investigación de Mercados y Sus Características*. HubSpot. Recuperado de

<https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-investigacion-de-mercados>

SAP Concur. (2023). “¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa?”. SAP Concur. Recuperado de

<https://www.concur.com.mx/blog/article/que-es-la-responsabilidad-social-corporativa>

Secretaría de Medio Ambiente de Colombia. (2023). *Educación Ambiental: Qué Es, Función, Sus Objetivos e Importancia En La Actualidad*. Alcaldía de Medellín. Recuperado de

<https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/educacion-ambiental-que-es-funcion-sus-objetivos-e-importancia-en-la-actualidad/>

Secretaría de Prensa de El Salvador. (2023). *Gobierno avanza en la innovación digital y presenta la plataforma El Salvador Maps* [Video]. YouTube. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=7RQVA2RHlIQ>

Shopify. (2024). “¿Qué es una página web y cómo crear una?”. Recuperado de

<https://www.shopify.com/es/blog/que-es-una-pagina-web>

SICA. (2019). *Agencia de Cooperación Internacional de Corea (KOICA)*. Recuperado de

<https://www.sica.int/cooperacion/koica>

SSL. (2024). “¿Qué es un Sello Electrónico?”. SSL.Com. Recuperado de

<https://www.ssl.com/es/art%C3%ADculo/que-es-un-sello/>

Statista. (2024). *Consumo mundial de papel y cartón 2007-2018*. Statista Research

Department. Recuperado de

<https://es.statista.com/estadisticas/600580/consumo-mundial-de-papel-y-carton/>

Sullivan, Kevin. (2022). “How Much Paper Do You Use At Work?”. LinkedIn. Recuperado de


<https://www.linkedin.com/pulse/how-much-paper-do-you-use-work-kevin-sullivan>

Universidad del Azuay. (s.f.). *La World Wide Web*. Recuperado de

https://www.uazuay.edu.ec/sistemas/teleprocesos/capa_presentacion/www.

ANEXOS

Anexo 1. Revisión de identidad de marca CNR



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL

ANTECEDENTES FONETICOS DE UNA MARCA

FECHA: 30/08/2024

HORA: 09:01:55

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

DISTINTIVO: BENAT

PRESENTACION: 20240272883 **PETICIONARIO: DINORA SARAI ORTIZ ESTEVEZ**

CLASE: 42 **CLASES RELACIONADAS:**

PARA:

NOTA:

Clase: 03,04,05,06,07,08,09,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45

Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20190283238	14/03/2019	ST94	00045	00355	08/07/2019		ALCALDIA MUNICIPAL DE CUISNAHUAT	M(35
Distintivo: CUISNAHUAT								
Clase: 05,09,16,41,42								
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20210317965	18/03/2021	ST94	00029	00418	02/05/2022		A. MENARINI INDUSTRIE FARMACEUTICHE RIUNITE, S.r.l.	M(26
Distintivo: M MENARINI PILLS OF INNOVATION								
Clase: 09,35,36,38,41,42								
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20220336136	10/03/2022	ST94	00077	00427	18/08/2022		DIGICEL CARIBBEAN LIMITED	M(44
Distintivo: GAMENATION								
20210330544	24/11/2021	ST94	00014	00422	08/06/2022		DIGICEL CARIBBEAN LIMITED	M(26
Distintivo: GAME NATION								
Clase: 09,35,36,42								
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20210325150	30/07/2021	ST94	00233	00414	10/03/2022		BenefitHub, Inc.	T0 26
Distintivo: BENEFITHUB								
Clase: 09,41,42								
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20220337108	24/03/2022	ST94	00086	00427	18/08/2022		DIGICEL CARIBBEAN LIMITED	M(26
Distintivo: GAME NATION								
Clase: 19,20,42								
Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20160232747	25/04/2016	ST94	00044	00326	26/02/2018		TORRES PEÑA, NATHALIA GABRIELA	M(32
Distintivo: INATA								
Clase: 25,35,42								

IMPORANTE: SIN PERJUICIO QUE APAREZCAN OTROS PRODUCTOS QUE TENGAN RELACION CON LOS PRODUCTOS SOLICITADOS Y QUE APAREZCAN EN OTRA CLASE DIFERENTE.

FONR1002

Fuente: Búsqueda de anterioridades (CNR, 2024).



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
 ANTECEDENTES FONETICOS DE UNA MARCA

FECHA: 30/08/2024

HORA: 09:01:55

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

DISTINTIVO: BENAT

PRESENTACION: 20240272883

CLASE: 42

PARA:

NOTA:

PETICIONARIO: DINORA SARAI ORTIZ ESTEVEZ


CLASES RELACIONADAS:

Clase:	Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
25,35,42	20170250530	19/04/2017	ST94	00073	00316	10/10/2017		Fanatics, LLC	MC 29
	Distintivo: FANATICS								
35,42	20170250519	19/04/2017	ST94	00099	00336	24/08/2018		Fanatics, LLC	TO 29
	Distintivo: FANATICS								
36,41,42	20210325719	18/08/2021	ST32						Tipc%P
	Distintivo: ATHENA PAY								
	20210322854	28/06/2021	ST32					ATHENA HOLDINGS EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - AHES, S.A. DE C.V.	MC 35
	Distintivo: ATHENA BITCOIN								
								ATHENA HOLDINGS EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - AHES, S.A. DE C.V.	MC 28
37,42	20150215793	09/04/2015	ST94	00171	00269	09/12/2015		BRIDAS ENERGY HOLDINGS LTD.	MC 26
	Distintivo: B								
38,41,42,45	20150212044	15/01/2015	ST94	00236	00271	14/01/2016		Snap Inc.	TO 28
	Distintivo: SNAPCHAT								
42	20180266447	20/03/2018	ST94	00053	00334	23/07/2018		VENALICIUM, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - VENALICIUM, S.A. DE C.V.	MC 57
	Distintivo: VENALICIUM								
	20020024302	16/04/2002	EEMAR	00196	00187	09/11/2004	ESTADOUNIDENSE	BenQ America Corp.	TO 49
	Distintivo: BENQ								

IMPORTANT E: SIN PERJUICIO QUE APAREZCAN OTROS PRODUCTOS QUE TENGAN RELACION CON LOS PRODUCTOS SOLICITADOS Y QUE APAREZCAN EN OTRA CLASE DIFERENTE.

FONR1002

Fuente: Búsqueda de anterioridades (CNR, 2024).
 Anexo 3. Revisión de identidad de marca CNR



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL

ANTECEDENTES FONETICOS DE UNA MARCA

FECHA: 30/08/2024

HORA: 09:01:55

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

DISTINTIVO: BENAT

PRESENTACION: 20240272883 **PETICIONARIO: DINORA SARAI ORTIZ ESTEVEZ**

CLASE: 42 **CLASES RELACIONADAS:**

PARA:

NOTA:

Clase: 42

Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tip%P
20230366173	09/10/2023	SREFN					DIGICEL CARIBBEAN LIMITED	T0 44
Distintivo:		GAMENATION						
20240377846	06/05/2024	ST23					DIGICEL CARIBBEAN LIMITED	T0 44
Distintivo:		GAMENATION						
20210322811	28/06/2021	ST32					SOTELO GOMEZ, KEVIN MC. DONALD	MC 40
Distintivo:		ATHENA						
20200309975	19/10/2020	ST94	00009	00386	03/02/2021		MEJIA DUTRIZ, ANA MARCELA	T0 29
Distintivo:		UNA RANA DISEÑA						
20190291249	26/08/2019	ST94	00144	00366	06/01/2020		SYNTEPRO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - SYNTEPRO, S.A. DE C.V.	MC 26
Distintivo:		BENEFICIOS						

Clase: 43


Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tip%P
20230359620	09/06/2023	ST32					MARTINEZ ESCOBAR, ROMELIA GUADALUPE	MC 43
Distintivo:		HIERBA BUENA						
20160233921	23/05/2016	ST94	00219	00297	05/01/2017		NOODLE TIME, INC	T0 42
Distintivo:		BENIHANA						
20220341167	15/06/2022	ST94	00069	00429	13/09/2022		JUBIS SACA, ENRIQUE	MC 41
Distintivo:		CASA LA NOVENA						
20210316295	25/02/2021	ST94	00066	00413	21/02/2022		FINISTERRE, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - FINISTERRE, S.A. DE C.V.	T0 41
Distintivo:		BRUNATE						
20240382823	12/08/2024	ST23					INVERSIONES OBELISCO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - INVERSIONES OBELISCO, S.A. DE C.V.	T0 37
Distintivo:		VENUS						
20170250431	18/04/2017	ST94	00231	00319	04/12/2017		PANADERIA TECLEÑA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PANTE, S.A. DE C.V.	MC 36
Distintivo:		LA TECLEÑA						
20240375346	15/03/2024	ST94	00230	00461	03/07/2024		DURAN ESCOBAR, SALVADOR ANTONIO	MC 34
Distintivo:		LA LUNA LLENA						
20180273265	27/08/2018	ST94	00166	00342	10/12/2018		ECHEVERRIA QUINTANILLA, JOSE RENE	MC 33
Distintivo:		CERVECERIA TECLEÑA						
20220339350	13/05/2022	ST32					INVERSIONES JIRON, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - INVERSIONES JIRON, S.A. DE C.V.	MC 32
Distintivo:		NATIVO						

IMPORTANTE: SIN PERJUICIO QUE APAREZCAN OTROS PRODUCTOS QUE TENGAN RELACION CON LOS PRODUCTOS SOLICITADOS Y QUE APAREZCAN EN OTRA CLASE DIFERENTE.

FONR1002

Fuente: Búsqueda de anterioridades (CNR, 2024).

Anexo 4. Revisión de identidad de marca CNR



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL

ANTECEDENTES FONETICOS DE UNA MARCA

FECHA: 30/08/2024

HORA: 09:01:55

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

DISTINTIVO: BENAT

PRESENTACION: 20240272883 **PETICIONARIO: DINORA SARAI ORTIZ ESTEVEZ**

CLASE: 42 **CLASES RELACIONADAS:**

PARA:

NOTA:

Clase: 43	Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipr%P
	20220337584	01/04/2022	STDN					DESARROLLOS HOTELEROS DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - DESARROLLOS HOTELEROS DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	T0 32
	Distintivo: NATIVO								
	20220344162	23/08/2022	ST32					DESARROLLOS HOTELEROS DE EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - DESARROLLOS HOTELEROS DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	T0 32
	Distintivo: NATIVO								
	20050062482	05/04/2005	ST94	00221	00053	14/12/2005		REAL HOTELS AND RESORTS INC	T0 32
	Distintivo: SCENARIO BAR								
	20200312067	01/12/2020	ST94	00113	00403	11/10/2021		BRITO ESCOBAR, MOISES EMILIO	M(31
	Distintivo: LA NAHUZALQUEÑA								
	20110161396	15/12/2011	ST94	00115	00201	27/11/2012		INVERSIONES EL COPINOL, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - INVERSIONES EL COPINOL, S.A. DE C.V.	M(30
	Distintivo: SANTA ELENA								
	20070098020	04/09/2007	ST94	00238	00100	12/02/2008		GRAVEL, BENOIT-MATHIEU	M(30
	Distintivo: BEN'S COFFEE								
	20160233567	16/05/2016	ST94	00157	00306	26/05/2017		CADENA DE HOTELES VILLA SERENA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - HOTELES VILLA SERENA, S.A. DE C.V.	M(30
	Distintivo: VILLA SERENA								
	19970004789	15/08/1997	ST41	00009	00104	08/05/2000	ESTADOUNIDENSE	BENNIGAN'S IP, LLC	M(29
	Distintivo: BENNIGAN'S								
	20100137084	27/05/2010	ST94	00023	00177	24/10/2011		BENNIGAN'S IP, LLC	M(29
	Distintivo: BENNIGAN'S								
	20100137088	27/05/2010	ST94	00059	00178	09/11/2011		BENNIGAN'S IP, LLC	M(29
	Distintivo: BENNIGAN'S								
	20130190038	23/09/2013	ST94	00023	00235	24/06/2014		ULLOA, JUAN FRANCISCO	M(27
	Distintivo: HOTEL DE MONTAÑA BUENA VISTA								
	20150225118	03/11/2015	EAPAB					RESTAURANTES Y SERVICIOS, SOCIEDAD ANONIMA, que se abrevia RESTAURANTES Y SERVICIOS, S.A.	T0 26
	Distintivo: LACATRINA								
	20130179712	01/02/2013	ST32					NUÑEZ, JOSUE CALEB	M(26
	Distintivo: STA TECLERA								
	20230351366	12/01/2023	ST32					DOMINGUEZ BENITEZ, KARLA SOFIA	T0 26
	Distintivo: LA PEQUEÑA ITALIA								
	20160243154	28/11/2016	ST94	00130	00319	28/11/2017		RESTAURANTES Y SERVICIOS, SOCIEDAD ANONIMA, que se abrevia RESTAURANTES Y SERVICIOS, S.A.	T0 26
	Distintivo: LACATRINA								

IMPORANTE: SIN PERJUICIO QUE APAREZCAN OTROS PRODUCTOS QUE TENGAN RELACION CON LOS PRODUCTOS SOLICITADOS Y QUE APAREZCAN EN OTRA CLASE DIFERENTE.

FONR1002

Fuente: Búsqueda de anterioridades (CNR, 2024).

Anexo 5. Revisión de identidad de marca CNR



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL

FECHA: 30/08/2024

ANTECEDENTES FONETICOS DE UNA MARCA

HORA: 09:01:55

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

DISTINTIVO: **BENAT**

PRESENTACION: **20240272883**

PETICIONARIO: **DINORA SARAI ORTIZ ESTEVEZ**

CLASE: **42**

CLASES RELACIONADAS:

PARA:

NOTA:

Clase: 43


Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20210323588	07/07/2021	ST94	00164	00407	02/12/2021		CADENA DE HOTELES VILLA SERENA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - HOTELES VILLA SERENA, S.A. DE C.V.	MC 25
Distintivo:		HOTEL VILLA SERENA						
20240381435	12/07/2024	ST23					RODRIGUEZ DE ALFEREZ, CARMEN MARIA	MC 25
Distintivo:		PANES EL CENTENARIO						
20230350844	04/01/2023	ST94	00334	00442	05/06/2023		DIVERSITY SOLUTIONS & SERVICES, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - DIVERSITY SOLUTIONS & SERVICES, S.A. DE C.V.	MC 25
Distintivo:		BEAN THE COFFEE SHOP						

Clase: 44

Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20120168674	22/05/2012	ST94	00017	00204	19/12/2012		CORPORACION NAESCO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CORPORACION NAESCO, S.A. DE C.V.	TO 37
Distintivo:		GENAGRO						
20160243465	05/12/2016	ST94	00245	00307	15/06/2017		BIO TEST, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - BIO TEST, S.A. DE C.V.	MC 36
Distintivo:		BIONATURE						
20210325510	13/08/2021	ST94	00071	00407	25/11/2021		VASQUEZ PORTILLO, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - VASPORT, S.A. DE C.V.	MC 36
Distintivo:		LA BUENA CONSULTA						
20120177614	14/12/2012	ST94	00202	00214	26/07/2013		LIGHTS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - LIGHTS, S.A. DE C.V.	MC 34
Distintivo:		LUZELENA						
20230368447	20/11/2023	ST94	00204	00464	14/08/2024		CORPORACION MONTELENA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CORPORACION MONTELENA, S.A. DE C.V.	MC 33
Distintivo:		MONTELENA						
20200307945	04/09/2020	ST000	00184	00387	24/02/2021		CALDERON CASTRO, MAURICIO ROBERTO	TO 32
Distintivo:		LA MAGDALENA						
20150223179	21/09/2015	ST94	00038	00278	07/04/2016		CLINICA DE RAYOS X BRITO-MEJIA PEÑA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CLINICA DE RAYOS X BRITO-MEJIA PEÑA S. A. DE C. V.	MC 30
Distintivo:		BMP BRITO-MEJIA PEÑA						
20220344929	07/09/2022	ST94	00448	00437	24/01/2023		BENITEZ DE CRUZ, ANA LIDIA	MC 29
Distintivo:		RENALMEDICA						
20110149055	09/03/2011	ST00	00054	00189	25/06/2012		SPA & BEAUTY DEPOT, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - SPA & BEAUTY DEPOT, S.A. DE C.V.	MC 29
Distintivo:		FLERT BEAUTY ENHANCER CENTER						
20220334579	15/02/2022	ST94	00246	00420	30/05/2022		RAMIREZ PACHECO, NORMA MARIA	MC 29
Distintivo:		RAMIREZ PEÑA						
20190291111	22/08/2019	ST94	00071	00372	07/07/2020		CHAVEZ ALAS, ILIANA MARLENE	MC 27
Distintivo:		BNATURAL BEAUTY BAR						

IMPORTANTE: SIN PERJUICIO QUE APAREZCAN OTROS PRODUCTOS QUE TENGAN RELACION CON LOS PRODUCTOS SOLICITADOS Y QUE APAREZCAN EN OTRA CLASE DIFERENTE.

Fuente: Búsqueda de anterioridades (CNR, 2024).
 Anexo 6. Revisión de identidad de marca CNR



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL

ANTECEDENTES FONETICOS DE UNA MARCA

FECHA: 30/08/2024

HORA: 09:01:55

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

DISTINTIVO: BENAT

PRESENTACION: **20240272883** PETICIONARIO: **DINORA SARAI ORTIZ ESTEVEZ**

CLASE: **42** CLASES RELACIONADAS:

PARA:

NOTA:

Clase: 44

Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20060081909	21/08/2006	ST94	00143	00083	26/04/2007		Aptus Health International Inc.	MC 26
Distintivo: V								
20040048213	26/02/2004	ST94	00035	00031	21/01/2005		LABORATORIOS BEST, S.A.	IO 26
Distintivo: B								
20170253344	20/06/2017	ST94	00120	00343	20/12/2018		DISTRIBUIDORA BETT, SOCIEDAD ANONIMA	MC 25
Distintivo: VENOCLINIC								

Clase: 45

Presentación	Fecha sol.	Ultimo Estado	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipc%P
20090129723	13/11/2009	ST94	00070	00155	13/08/2010		PARQUE JARDIN LAS ROSAS DE SAN SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - PARQUE JARDIN LAS ROSAS DE SAN SALVADOR, S.A. DE C.V.	MC 33
Distintivo: MONTELENA								
20230368424	20/11/2023	ST94	00229	00464	15/08/2024		CORPORACION MONTELENA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CORPORACION MONTELENA, S.A. DE C.V.	MC 33
Distintivo: MONTELENA								
20180270239	13/06/2018	ST94	00074	00354	21/06/2019		CORPORACION MONTELENA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CORPORACION MONTELENA, S.A. DE C.V.	TO 33
Distintivo: MONTELENA								
20230368422	20/11/2023	ST94	00205	00464	14/08/2024		CORPORACION MONTELENA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CORPORACION MONTELENA, S.A. DE C.V.	MC 33
Distintivo: MONTELENA								
20170252628	02/06/2017	ST94	00111	00325	15/02/2018		SIGNATURE REGIONAL LAW FIRM INC	MC 26
Distintivo: SIGNATURE								
20150219150	25/06/2015	STDN					ROBLES GUIBERT, LARRY MARK	TO 26
Distintivo: SIGNATURE								
20060072515	04/01/2006	ST94	00172	00090	29/08/2007		Narcotics Anonymous World Services, Inc.	MC 26
Distintivo: NA								
20210329529	04/11/2021	ST94	00234	00414	10/03/2022		CEMENTERIO LA RESURRECCION, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - CEMENTERIO LA RESURRECCION, S.A. DE C.V.	TO 25
Distintivo: HOMENAJES DE AMOR								

IMPORANTE: SIN PERJUICIO QUE APAREZCAN OTROS PRODUCTOS QUE TENGAN RELACION CON LOS PRODUCTOS SOLICITADOS Y QUE APAREZCAN EN OTRA CLASE DIFERENTE.

FONR1002

Fuente: Búsqueda de anterioridades (CNR, 2024).

Anexo 7. Formato de la encuesta para los empleados salvadoreños

Objetivo:

Identificar los beneficios que conlleva la concientización aplicada en las empresas con el uso de las tecnologías y las modernizaciones de esta nueva era digital para descubrir nuevas formas de reciclaje responsable para mantener la eficiencia profesionalmente y evaluar la percepción de los clientes y socios sobre las iniciativas sostenibles sobre cómo mejorar las estrategias de reciclaje, reducción y reutilización de papel en las oficinas.

Indicaciones:

A continuación, se presenta una serie de ítems que usted debe responder, seleccione la respuesta que considere pertinente.

Sección 1: Información general

1. ¿Cuál es su rango de edad?
 - a) Menos de 25 años
 - b) 25-34 años
 - c) 35-44 años
 - d) 45-54 años
 - e) 55 años o más

2. ¿Cuál es su cargo dentro de la empresa?
 - a) Administrativo
 - b) Gerente de equipo/departamento
 - c) Directivo/CEO
 - d) Recursos Humanos
 - e) Otro: _____

3. ¿Cuántos empleados laboran en su empresa?
 - a) Menos de 10 empleados
 - b) 10-49 empleados
 - c) 50-99 empleados
 - d) 100-499 empleados
 - e) 500 o más empleados

Sección 2: Uso de herramientas ofimáticas y capacitación

4. ¿Su empresa utiliza herramientas ofimáticas (como Google Workspace o Microsoft Office 365)?
 - a) Sí, utilizamos Google Workspace
 - b) Sí, utilizamos Microsoft Office 365
 - c) Ambas
 - d) No

5. ¿Cuán familiarizados están los empleados de su empresa con estas herramientas?
 - a) Muy familiarizados
 - b) Moderadamente familiarizados
 - c) Poco familiarizados

- d) No los conocen
6. ¿Su empresa ofrece capacitación en el uso de estas herramientas?
- a) Sí, regularmente
 - b) Sí, ocasionalmente
 - c) No, pero sería útil
 - d) No, no es necesario

Sección 3: Sostenibilidad y prácticas responsables

7. ¿Qué importancia tiene para su empresa la sostenibilidad y la reducción del uso de papel?
- a) Muy importante
 - b) Moderadamente importante
 - c) Poco importante
 - d) Nada importante
8. ¿Qué métodos utiliza su empresa actualmente para reducir el uso de papel? (Seleccione todas las que apliquen)
- a) Uso de herramientas digitales para la comunicación interna
 - b) Digitalización de documentos y procesos
 - c) Implementación de políticas de reciclaje
 - d) Ninguno
 - e) Otro: _____
9. ¿Le gustaría que su empresa recibiera capacitación sobre el uso eficiente de herramientas ofimáticas?
- a) Sí, definitivamente
 - b) Sí, pero solo en ciertas áreas
 - c) No, no lo necesitamos
10. ¿Cuáles de las siguientes opciones le parecen más interesantes para implementar en su empresa? (Selecciona todas las que apliquen)
- a) Cursos en línea sobre herramientas (Google y Microsoft)
 - b) Webinars interactivos y sesiones de preguntas y respuestas
 - c) Calculadora de ahorro de papel
 - d) Reportes y análisis de uso sostenible
 - e) Blog educativo sobre mejores prácticas en sostenibilidad
 - f) Otro: _____
11. ¿Cuáles son las prácticas de reciclaje a utilizar en su empresa?
- a) Reciclaje de papel
 - b) Reciclaje de material plástico
 - c) Reciclaje de tinta y cartuchos de impresora
 - d) Reutilización de materiales de oficina
 - e) Otro: _____

12. ¿Estaría de acuerdo en pagar por un servicio de capacitación en el uso de herramientas ofimáticas con el fin de reducir el uso de papel?
- a) Sí
 - b) No
 - c) Tal vez
13. ¿Qué tan dispuesto estarías a recomendar este tipo de capacitación a otras empresas o compañeros?
- a) Muy dispuesto
 - b) Moderadamente dispuesto
 - c) Poco dispuesto
 - d) Nada dispuesto
14. ¿Considera que el reciclaje en las oficinas debería ser una prioridad para todos los empleados?
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Indiferente
 - d) En desacuerdo
15. ¿Cree que un aumento en la concientización sobre el reciclaje mejoraría el compromiso de los empleados con la sostenibilidad en la oficina?
- a) Sí, definitivamente
 - b) Probablemente
 - c) No estoy seguro/a
 - d) No, no lo creo

Anexo 8. Formato de la entrevista

Objetivo: Recopilar opiniones, percepciones y sugerencias de representantes de empresas sobre la utilidad y relevancia sobre la capacitación de empleados en herramientas ofimáticas (Google y Microsoft), así como su impacto en la sostenibilidad y la reducción del uso de papel.

Sección 1: Datos personales:

Nombre:

Edad:

Sexo:

Profesión:

Sección 2: Entrevista

1. ¿Qué tan familiarizado está con las herramientas ofimáticas (Google y Microsoft)?
2. ¿Qué retos enfrentan al usarlas?
3. ¿Qué beneficios encuentra al capacitar a los empleados en el uso eficiente de estas herramientas?
4. ¿Cuáles son las iniciativas actuales de sostenibilidad en su empresa, específicamente relacionadas con la reducción del uso de papel?
5. ¿Qué tan importantes consideran estas iniciativas para la imagen y el funcionamiento de la empresa?
6. ¿Qué herramientas o políticas han implementado para reducir el uso de papel?
7. ¿Cómo se miden los resultados de estas iniciativas?
8. ¿Cómo considera que la empresa reaccionaría a la implementación de capacitaciones enfocadas en la sostenibilidad digital?
9. ¿Qué aspectos sobre capacitación y educación sobre herramientas digitales creen que faltan en el mercado actual?
10. ¿Cuáles de los siguientes servicios (cursos en línea, webinars, calculadora de ahorro de papel y reportes de uso sostenible) considera que podrían tener mayor impacto en su empresa?
11. ¿Cómo percibe el valor de tener una calculadora de ahorro de papel que muestre el impacto de usar herramientas digitales?
12. ¿Esta estrategia motivaría más a su empresa a implementar prácticas sostenibles?

Anexo 9. Cotización del préstamo en Banco Cuscatlán

¿Qué tipo de Crédito buscas?

Consumo

Vivienda

Vehículo

¿Para qué deseas utilizar tu Crédito?

Consolidación de deudas

Gastos personales

Remodelación de vivienda

Compra de vehículo

Ingresos mensuales

\$350.00

Monto solicitado

\$2,000.00

Plazo

2 años

Tasa

8.5 %


Monto máximo a financiar

\$2,000.00

Cuota mensual **\$90.91** Tasa de interés **8.5%**

⓪ La cuota supera tu ingreso

Solicita tu Crédito [Condiciones de uso >](#)



Fuente: Banco Cuscatlán (2024)

Anexo 10. Línea de productos

Producto o Servicio	Precio unitario	Costo unitario
Plan Mensual	\$ 19.99	\$ 10.00
Plan Anual	\$ 199.99	\$ 100.00

Fuente: Elaboración propia

Anexo 11. Proyección de ventas mensuales del primer año (unidades)

Línea de productos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Plan mensual	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75
Plan anual	5	6	8	10	12	15	18	20	22	25	28	30
Totales	25	31	38	45	52	60	68	75	82	90	98	105

Fuente: Elaboración propia

Anexo 12. Proyección de ventas del primer año mes 1 al 6 (dólares de los Estados Unidos de América)

Línea de productos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Plan mensual	\$ 399.80	\$ 499.75	\$ 599.70	\$ 699.65	\$ 799.60	\$ 899.55
Plan anual	\$ 999.95	\$ 1,199.94	\$ 1,599.92	\$ 1,999.90	\$ 2,399.88	\$ 2,999.85
Totales	\$ 1,399.75	\$ 1,699.69	\$ 2,199.62	\$ 2,699.55	\$ 3,199.48	\$ 3,899.40

Fuente: Elaboración propia

Anexo 13. Proyección de ventas del primer año mes 7 al 12 (dólares de los Estados Unidos de América)

Línea de productos	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Plan mensual	\$ 999.50	\$ 1,099.45	\$ 1,199.40	\$ 1,299.35	\$ 1,399.30	\$ 1,499.25
Plan anual	\$ 3,599.82	\$ 3,999.80	\$ 4,399.78	\$ 4,999.75	\$ 5,599.72	\$ 5,999.70
Totales	\$ 4,599.32	\$ 5,099.25	\$ 5,599.18	\$ 6,299.10	\$ 6,999.02	\$ 7,498.95

Fuente: Elaboración propia

Anexo 14. Proyección de ventas por línea de productos año 2 y 3

Línea de productos	Año 2		Año 3	
	Unidades	Total	Unidades	Total
Plan mensual	627	\$ 12,533.73	690	\$ 13,787.10
Plan anual	219	\$ 43,777.81	241	\$ 48,155.59
Totales	846	\$ 56,311.54	930	\$ 61,942.70

Fuente: Elaboración propia

Anexo 15. Proyección de ventas por línea de productos año 4 y 5

Línea de productos	Año 4		Año 5	
	Unidades	Total	Unidades	Total
Plan mensual	793	\$ 15,855.17	912	\$ 18,233.44
Plan anual	277	\$ 55,378.93	318	\$ 63,685.77
Totales	1070	\$ 71,234.10	1231	\$ 81,919.21

Fuente: Elaboración propia

Anexo 16. Costos por línea de productos año 2 y 3

Línea de productos	Año 2	Año 3
--------------------	-------	-------

	Unidades	Costo variable	Total	Unidades	Costo variable	Total
Plan mensual	627	\$ 10.00	\$ 6,270.00	690	\$ 10.00	\$ 6,897.00
Plan anual	219	\$ 100.00	\$ 21,890.00	241	\$ 100.00	\$ 24,079.00
Totales	846		\$ 28,160.00	930		\$ 30,976.00

Fuente: Elaboración propia

Anexo 17. Costos por línea de productos año 4 y 5

Línea de productos	Año 4			Año 5		
	Unidades	Costo variable	Total	Unidades	Costo variable	Total
Plan mensual	793	\$ 10.00	\$ 7,931.55	912	\$ 10.00	\$ 9,121.28
Plan anual	277	\$ 100.00	\$ 27,690.85	318	\$ 100.00	\$ 31,844.48
Totales	1070		\$ 35,622.40	1231		\$ 40,965.76

Fuente: Elaboración propia

Anexo 18. Estado de resultados

Estado de resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 51,192.31	\$ 56,311.54	\$ 61,942.70	\$ 71,234.10	\$ 81,919.21
Costo de bienes vendidos	\$ 25,600.00	\$ 28,160.00	\$ 30,976.00	\$ 35,622.40	\$ 40,965.76
Ganancia bruta	\$ 25,592.31	\$ 28,151.54	\$ 30,966.70	\$ 35,611.70	\$ 40,953.45
Salarios	\$ 9,600.00	\$ 9,696.00	\$ 9,889.92	\$ 10,087.72	\$ 10,188.60
Prestaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Energía eléctrica	\$ 463.93	\$ 468.57	\$ 473.25	\$ 477.98	\$ 482.76
Internet y telefonía	\$ 371.76	\$ 371.76	\$ 371.76	\$ 371.76	\$ 371.76
Publicidad	\$ 500.00	\$ 750.00	\$ 1,125.00	\$ 1,687.50	\$ 2,531.25
Proveedores y gestión de archivos	\$ 2,559.84	\$ 2,815.82	\$ 3,097.41	\$ 3,407.15	\$ 3,747.86
Depreciación	\$ 890.08	\$ 890.08	\$ 890.08	\$ 890.08	\$ 890.08
Total de gastos generales y de admón.	\$ 14,385.61	\$ 14,992.23	\$ 15,847.42	\$ 16,922.19	\$ 18,212.31
Intereses pagados	\$ 133.26	\$ 48.61	\$ -	\$ -	\$ -
Ganancia gravable	\$ 11,073.44	\$ 13,110.70	\$ 15,119.28	\$ 18,689.51	\$ 22,741.14
Ganancia neta	\$ 11,073.44	\$ 13,110.70	\$ 15,119.28	\$ 18,689.51	\$ 22,741.14

Fuente: Elaboración propia

Anexo 19. Flujo de efectivo

Flujo de efectivo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ganancia neta	\$ 11,073.44	\$ 13,110.70	\$ 15,119.28	\$ 18,689.51	\$ 22,741.14
Más:					
Depreciación	\$ 890.08	\$ 890.08	\$ 890.08	\$ 890.08	\$ 890.08
Menos:					
Amortización de préstamo	\$ 957.68	\$ 1,042.32	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja neto	\$ 11,005.85	\$ 12,958.46	\$ 16,009.36	\$ 19,579.59	\$ 23,631.22

Fuente: Elaboración propia