

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

“BOTANY & GARDEN JOBS”

PRESENTADO POR:

MENDOZA ORDOÑEZ, EDRICK ENRIQUE	L10804
FUENTES BELTRÁN, ANA DE LOS ÁNGELES	L10804
GUTIÉRREZ TORRES, CARLOS ALEXANDER	L10804

MARZO 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: ING. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
VICERRECTOR ACADEMICO: DRA. EVELYB BEATRIZ FARFAN
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DECANO: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERON
SECRETARIO: LIC. PEDRO JAVIER RIVAS MEJIA
**COORDINADOR GENERAL
DE PROCESOS DE
GRADUACION:** MAF. RONALD EDGARDO GALVEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
**COORDINADOR
DE PROCESO DE
GRADUACION:** LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
DOCENTE ASESOR: LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
LIC. JOSE GERARDO JANDRES JANDRES

MARZO, 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1 Antecedentes.....	1
1.1.2 Descripción	1
1.1.3 Formulación.....	2
1.2.1 Geográfica y temporal.....	2
1.2.2 Teórica	2
1.3 MARCO TEÓRICO	3
1.3.1 Histórico.....	3
1.3.2 Conceptual.....	4
1.3.3 Legal.....	8
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
2.1.1 Generalidades.....	11
2.1.2 Método.....	11
2.1.3 Enfoque.....	12
2.1.4 Universo.....	13
2.1.5 Población.....	13
2.1.6 Muestra.....	14
2.1.7 Técnicas de investigación.....	17
2.1.8 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	18
2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	41
2.2.2 Desarrollo de las 5 fuerzas de Porter.....	42
2.2.3 Desarrollo PESTEL	43
2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN.....	45
2.4 DESARROLLO DE LIENZO CANVAS.....	46
CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: BOTANY & GARDEN JOBS	47
3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	47
3.2 MARCO ESTRATÉGICO.....	48

3.2.1	Misión.....	48
3.2.2	Visión.....	48
3.2.3	Valores	48
3.2.4	Objetivos	49
3.2.5	Metas	49
3.3	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.....	50
3.4	VENTAJA COMPETITIVA.....	53
3.5	PLAN ORGANIZACIONAL.....	56
a.	Estructura organizativa de la empresa.	56
b.	Organización de gestión y Recursos humanos.....	56
c.	Proceso administrativo.	59
d.	Identificación y características de los proveedores.....	61
3.6	PLAN DE MERCADEO	62
a.	Resultados de la investigación de mercado.....	62
b.	Marketing Mix Digital.....	64
c.	4C'S Marketing Digital	67
d.	Propósito de la marca	71
e.	Tono de comunicación de la marca.	72
f.	Experiencia de marca.	73
g.	Valor agregado.....	73
h.	Slogan propuesto para la empresa.	74
i.	Atributos de la marca	75
j.	Diferenciación de la marca.....	76
k.	Posicionamiento de la marca.....	76
3.7	PLAN DE VENTAS.....	78
a.	Ciclo de ventas.....	78
b.	Proyección de ventas.....	81
3.8	PLAN FINANCIERO.....	82
a.	Plan de inversión.....	82
b.	Estructura de costos.....	83
c.	Flujo de efectivo	84
d.	Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio	84
e.	Estado de resultado proyectado.....	85

3.9 PLAN DE TRABAJO	86
3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN	86
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	95
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de enfoques... ..	13
Tabla 2 Tabla de muestra para universo... ..	15
Tabla 3 Matriz FODA cruzado... ..	41
Tabla 4 Competencia directa... ..	54
Tabla 5 Competencia indirecta... ..	55
Tabla 6 Proyección de ventas para Botany & Garden Jobs	81
Tabla 7 Supuesto de inversión y financiamiento para Botany & Garden Jobs	82
Tabla 8 Estructura de costos para Botany & Garden Jobs	83
Tabla 9 Desglose de costo por empleado de Botany & Garden Jobs	83
Tabla 10 Estado de flujo de efectivo	84
Tabla 11 Análisis de rentabilidad VAN y TIR de la empresa	84
Tabla 12 Punto de equilibrio para la empresa	85
Tabla 13 Estado de resultados proyectados para Botany & Garden Jobs	85
Tabla 14 Plan de trabajo para Botany & Garden Jobs	86

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 ¿Qué rango de edad tienes?.....	18
Figura 2 ¿Qué grado de escolaridad posees?.....	19
Figura 3 ¿Te interesaría contratar servicios de paisajismo y jardinería para tu hogar o negocio?	20
Figura 4 ¿Cuál es la principal razón por la que estarías interesado/a en estos servicios?	21
Figura 5 ¿Tienes alguna preferencia en cuanto al diseño de paisajismo y jardinería?	22
Figura 6 ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en servicios de paisajismo y jardinería?.....	23
Figura 7 ¿Qué tipo de servicios de paisajismo y jardinería te interesaría contratar?	24
Figura 8 ¿Que conocimiento tienes sobre la contratación de personal o empresas que se dediquen al cuidado de plantas y jardines en medios digitales?	25
Figura 9 ¿Te gustaría recibir consejos o recomendaciones sobre el cuidado de plantas y jardines a través de un sitio web y notificaciones?	26
Figura 10 ¿Te gustaría contratar servicios de jardinería y paisajismo a través de una plataforma digital?.....	27
Figura 11 ¿Qué tan cómodo te sientes utilizando servicios en línea para contratar profesionales?.....	28
Figura 12 ¿Cuál sería tu principal preocupación al contratar servicios de jardinería y paisajismo en línea?	30
Figura 13 ¿Qué beneficios esperarías al utilizar un negocio digital de jardinería y paisajismo en lugar de uno tradicional?	31
Figura 14 ¿Estarías dispuesto/a a proporcionar fotografías y medidas de tu espacio exterior para recibir un diseño personalizado en línea?	32
Figura 15 ¿Cuál sería tu preferencia en cuanto a la comunicación con el proveedor de servicios en línea?	34
Figura 16 ¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por servicios de jardinería y paisajismo en línea en comparación con los servicios tradicionales?	35
Figura 17 Lienzo Canvas.....	46
Figura 18 Organigrama de la empresa.....	56
Figura 19 Marca gráfica	70
Figura 20 Tipografía.....	70
Figura 21 Propuesta Slogan.....	74
Figura 22 Prototipo banner.....	74
Figura 23 Atributos de la marca	75
Figura 24 Ciclo de ventas de la empresa.....	78

RESUMEN EJECUTIVO

La presentación de este trabajo de graduación, incurre en el desarrollo de un profundo análisis de este modelo de negocio que presenta, poniendo en práctica conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera tomando en cuenta las variables para su elección de la idea principal hasta todo lo que conlleva una evaluación del proyecto en ámbitos de su viabilidad, finanzas y de marketing.

El proyecto se enfoca en conectar a los profesionales de jardinería y paisajismo con las empresas y hogares que necesitan sus servicios. La plataforma ofrece una amplia gama de trabajos relacionados con la jardinería, como diseño de jardines, mantenimiento de jardines, poda de árboles, entre otros.

El objetivo principal del proyecto es crear una comunidad en línea donde los profesionales puedan conectarse con los clientes y viceversa. La plataforma también ofrece herramientas para ayudar a los profesionales a administrar sus trabajos y clientes, lo que les permite enfocarse en lo que mejor saben hacer: crear hermosos espacios verde.

El proyecto es una excelente oportunidad para los profesionales de jardinería y paisajismo para expandir su alcance y aumentar su base de clientes. Además, la plataforma también es beneficiosa para las empresas y hogares que buscan servicios de jardinería confiables y de alta calidad. La finalidad es que este proyecto sea beneficio para el uso en el país y le dé una opción muy viable para poner en marcha un proyecto de esta índole con el servicio innovador de Botany and Garden Jobs. Así que se espera un goce exitoso sobre el proyecto y un buen prestigio de marca al poder implementarlo.

INTRODUCCIÓN

El mercado digital se ha convertido en una de las herramientas más importantes para el desarrollo de los negocios en el siglo XXI. En este contexto, el sector de la jardinería y paisajismo no ha sido la excepción. El aumento de la preocupación por el medio ambiente, la búsqueda de espacios verdes y la necesidad de mantenerlos, han hecho que este sector se convierta en una excelente oportunidad para emprendedores.

El objetivo principal de este negocio es ofrecer soluciones de paisajismo y jardinería en línea, permitiendo que nuestros clientes puedan crear y mantener sus espacios verdes de manera eficiente y efectiva. Para lograrlo, se desarrolla una plataforma digital que permita a los usuarios seleccionar los productos y servicios que mejor se adapten a sus necesidades, y que les brinde la posibilidad de recibirlos en la puerta de su hogar.

En este proyecto se aborda los aspectos más relevantes para el desarrollo del negocio, desde su conceptualización hasta la implementación de la plataforma digital. Además de esto, se analizan los factores clave que influyen en el éxito de este tipo de negocios, así como también la identificación de la demanda, el análisis de la competencia, la definición de la propuesta de valor, y el establecimiento de estrategias de marketing para el buen desarrollo de una estructura organizacional efectiva y sólida.

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presenta el problema que se ha encontrado en cuanto a servicios de jardinería y paisajismo en El Salvador, y cómo Botany & Garden Jobs ofrece cubrir este segmento de la población, por medio de servicios de calidad y de alta vanguardia superando las expectativas de los clientes.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este apartado describe una situación o problema que debe ser resuelto. Es una etapa clave en la resolución de cualquier situación. Se trata de una descripción clara y concisa del problema que se quiere resolver, identificando sus causas, consecuencias y las posibles soluciones a considerar.

1.1.1 Antecedentes

El paisajismo y la jardinería son actividades cada vez más populares en todo el mundo, ya que las personas buscan crear entornos atractivos y funcionales en sus hogares, lugares de trabajo y comunidades. En El Salvador, existe una creciente demanda de servicios de paisajismo y jardinería debido al aumento de la conciencia ambiental y la importancia del bienestar en el hogar y el trabajo.

1.1.2 Descripción

Este negocio digital de paisajismo y jardinería en El Salvador busca satisfacer las necesidades de los clientes que buscan servicios de calidad y profesionalismo en el diseño y mantenimiento de sus espacios verdes. Este negocio proporciona servicios a través de un sitio web, donde los clientes pueden solicitar cotizaciones y programar

servicios en línea. La empresa también ofrece servicios de asesorías y diagnósticos, para aquellos que deseen diseñar y construir jardines y áreas verdes desde cero.

1.1.3 Formulación

¿Cómo se puede crear un negocio digital de paisajismo y jardinería que ofrezca servicios de calidad y profesionalismo a los clientes en El Salvador, utilizando técnicas, herramientas modernas y eficientes para satisfacer las necesidades actuales del mercado?

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Consiste en establecer los límites y alcances del problema que queremos resolver. Es decir, define de manera precisa cuál es el contexto en el que se encuentra el problema y qué aspectos específicos serán abordados en el proceso de resolución. Esto ayuda a enfocar y dirigir nuestros esfuerzos hacia lo más relevante y evitar divagaciones innecesarias.

1.2.1 Geográfica y temporal

La delimitación geográfica del problema se centra en los sectores y alrededores de distrito de San Salvador Centro, y San Salvador Oeste (Municipios: San Salvador, San Marcos, Mejicanos, Apopa, etc.) donde se pretende establecer el negocio digital de paisajismo y jardinería. La delimitación temporal es en el periodo de seis a nueve meses del presente año 2023.

1.2.2 Teórica

Para el desarrollo de un negocio de paisajismo y jardinería en El Salvador, es importante considerar las leyes y regulaciones que se aplican en la industria. Por

ejemplo, se debe cumplir con las leyes locales relacionadas con el uso de pesticidas y fertilizantes, así como las regulaciones en cuanto a permisos y licencias necesarios para trabajar en los espacios públicos. También es importante tener en cuenta los documentos y libros que ofrecen información valiosa sobre el diseño y mantenimiento de jardines. Además de las leyes relacionadas al ámbito digital y todo lo que incluye este rubro.

1.3 MARCO TEÓRICO

El marco teórico es como un mapa que guía a los investigadores o analistas en su trabajo, brindando una base sólida para comprender el tema y formular preguntas relevantes.

1.3.1 Histórico

La historia del paisajismo es larga y llena de detalles. Los espacios al aire libre significaban cosas diferentes para cada persona, aunque muchos reconocieron el efecto calmante que la naturaleza puede tener. Durante miles de años, las personas han alterado el significado del espacio mediante la remodelación de la naturaleza. Como una forma de arte, las creaciones de paisajes arquitectónicos están estampadas con huellas sociales únicas para su entorno y lugar en el tiempo.

En todo el mundo, desde el Lejano Oriente hasta las Américas y hasta Europa y África, la belleza no fue inicialmente la razón principal para cultivar nada. Sin embargo, una cosa estaba bastante solucionada: el instinto y el entusiasmo por la jardinería parecen haber surgido de una respuesta primitiva a la naturaleza, provocando el deseo de producir crecimiento y armonía en una sociedad creativa con ella, así como el esfuerzo

de las culturas para recrear o expresar en sus paisajes construidos los significados sagrados y el significado espiritual de los sitios naturales y los fenómenos.

Hoy en día, muchas personas piensan que el paisajismo es algo que está relegado a la casa o al jardín trasero. Y, por supuesto, todos queremos tener un hermoso espacio para vivir y disfrutar. Sin embargo, en todos los lugares a los que vamos (sobre todo, a menos que en el centro de la ciudad, aunque eso tenga su propio “paisaje”), la naturaleza define lo que vemos y cómo reaccionamos ante el mundo más grande que nos rodea. El paisaje es todo lo que un observador, ya sea inmóvil o en movimiento, puede ver.

El paisaje como una obra de arte colectivo es todo más allá de esta gama privada: todo lo que se ve más allá de los confines de jardines o fincas privadas, todos los paisajes prestados, todos los paisajes urbanos, metropolitanos y regionales, y su acumulación en el territorio nacional, continental, y paisajes del mundo. Este arte colectivo puede ser bueno o malo dependiendo de si resulta de la acumulación accidental de esfuerzos individuales y conflictivos o de esfuerzos controlados y planificados.” (Alejandro Laura, 2019).

1.3.2 Conceptual.

Jardín: Terreno donde se cultivan plantas con fines ornamentales. Es una zona del terreno donde se cultivan especies vegetales con posible añadidura de otros elementos como fuentes o esculturas. (Real academia española, 2023)

Botánica: entendida como el campo de la Biología que estudia los vegetales, es una disciplina que combina los conocimientos adquiridos durante su larga tradición con

avances que se producen a diario, consiguiendo ser una ciencia de plena vigencia. (Real academia española, 2023)

Paisajismo: Género pictórico que se caracteriza por la representación del paisaje. Estudio o diseño del entorno natural, especialmente de parques y jardines. (Real Academia Española, 2023)

Área verde: Por área verde se entiende un espacio que reúne árboles, arbustos, flores y plantas La vegetación es la característica principal. Podemos catalogar como área verde un bosque, un parque, los jardines y por supuesto la selva. En las ciudades también constituye un área verde las flores y las plantas que se encuentran en las medianas de las carreteras, los parterres de los parques, la decoración de exteriores de los edificios, lagos y zonas de paseo. (Real academia española, 2023)

Oferta: Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado. (Real academia española, 2023))

Demanda: Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (Real academia española, 2023))

Identidad: Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. (Real academia española, 2023)

Residencial: Dicho de un área urbana: Destinada principalmente a viviendas de cierta calidad. (Real academia española, 2023)

Jardinería: Es el arte de crear estos espacios, y acompaña a la Arquitectura, puesto que son un complemento de los edificios. (Real academia española, 2023)

Investigación: Proceso metódico, sistematizado, objetivo y ordenado, que tiene como finalidad responder ciertas preguntas, teorías, suposiciones, conjeturas y/o hipótesis que se presentan en un momento dado sobre un tema determinado (Real academia española, 2023)

Minimalismo: corriente artística que solo utiliza elementos mínimos y básicos, hace referencia a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio. (Pérez Porto, 2021)

Vanguardista: avance artístico, tecnológico o social de carácter particularmente innovador. (Wikcionario, 2017)

Innovación: cambio que introduce alguna novedad o varias, se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, además de la implementación de elementos totalmente nuevos. (Wikcionario, 2017)

Jardín tropical: jardines que poseen especies de plantas que se dan en zonas donde las condiciones del clima favorecen su crecimiento. (Florencio, 2014)

Jardín inglés: terreno irregular con caminos tortuosos, con vegetación de crecimiento libre y espontánea, sin recortar, cultivando abundante diversidad de especies y colores para su total disfrute de la naturaleza. (Florencio, 2014)

Sitio web: conjunto de páginas web que están conectadas entre sí y se encuentran alojadas en un servidor web. Este espacio virtual es accesible para cualquier persona con conexión a internet que lo visite por medio de un navegador web. (Maria Coppola, 2023)

Internet: red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio libre de información entre todos sus usuarios. (Maria Coppola, 2023)

Diseño: arte de proyectar el aspecto, la función y la producción de un objeto funcional, por medio de signos gráficos. (Significado de Diseño, 2023)

Sostenibilidad: consiste en satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, al mismo tiempo que se garantiza un equilibrio entre el crecimiento de la economía, el respeto al medio ambiente y el bienestar social. (Santanders Universidades, 2022)

Estética: disciplina que estudia la naturaleza de la belleza y la percepción de esta por parte de los individuos.

Página web: documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces para facilitar la navegación entre los contenidos. (China Irene, 2021)

Servicio: prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales. (Software Delsol, 2023)

Marketing offline: acciones de comunicación enfocadas y transmitidas desde los medios tradicionales tales como la televisión, radio, prensa, vallas y demás herramientas que no tienen que ver con los medios digitales. (RockContent, 2017)

Marketing online: son estrategias y acciones que promocionales y publicitarias que se ejecutan en canales y medios de internet. (RockContent, 2017)

1.3.3 Legal.

Este estudio se basa en:

DECRETO N° 232.

LEY DE URBANISMO Y CONSTRUCCION.

Art. 1.- El Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano, será el encargado de formular y dirigir la Política Nacional de Vivienda y Desarrollo Urbano; así como de elaborar los Planes Nacionales y Regionales y las disposiciones de carácter general a que deben sujetarse las urbanizaciones, parcelaciones y construcciones en todo el territorio de la República.

Art. 2.- Para que el Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano, pueda otorgar la aprobación a que alude el artículo anterior es indispensable que los interesados hayan llenado en los requisitos siguientes;(3)

- A. Levantamiento topográfico del terreno, con curvas de nivel a un metro de equidistancia como máximo;
- B. Clase de Urbanización con indicación del respectivo parcelamiento;
- C. Proyecto de calles principales y secundarias; d) Resolución del problema de vías de comunicación con el resto de la ciudad y alrededores.

Art. 3.- Los materiales a usarse en las obras de urbanización tendrán que llevar el visto bueno del laboratorio de prueba de materiales del Ministerio de Obras Públicas.

“REGLAMENTO A LA LEY DE URBANISMO Y CONSTRUCCIÓN”.

Urbanización Comercial.

Art. 12.- Una urbanización es comercial cuando el uso proyectado de las parcelas es para comercio y sus servicios. Toda lotificación comercial para ser aprobada necesitará cumplir los requisitos siguientes:

- a. Localización en zonas comerciales determinadas por DUA.
- b. El lote mínimo será de 300 M²., excepto cuando se justifique otra norma mediante proyecto arquitectónico o de diseño urbano.
- c. El área verde se utilizará para esparcimiento en forma de parque o plaza pública. El área verde necesaria será determinada por DUA, pero nunca será menor del diez por ciento del área total a urbanizar.

**REGLAMENTO A LA LEY DE URBANISMO Y CONSTRUCCIÓN EN
LO RELATIVO A PARCELACIONES Y URBANIZACIONES
HABITACIONALES.**

Decreto N° 70

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DEL SALVADOR,

Considerando:

I. Que la parcelación de los suelos para uso habitacional es una necesidad social y a la vez una función económica desarrollada por los parceladores para su uso y propiedad de terceros.

II. Que la parcelación espontánea del suelo ha creado núcleos de población que por no contar con la infraestructura básica y en el equipamiento social necesario, constituye un peligro para la salud y el bienestar de sus habitantes

Art. 55: Todo fraccionamiento con fines habitacionales ubicados dentro de los suelos urbanos o urbanizables deberá donar al Municipio un terreno destinado para área verde equivalente al 10% del área útil urbanizada. Aquellas parcelaciones habitacionales que se ubican fuera de los suelos urbanizables de los centros poblados existentes deberán contar con un parque recreativo continuo al lote de escuelas o equipamiento social, equivalente a un 60% del área verde total. Las parcelaciones con un área útil igual o menores a 5.000 m² quedarán exentas del aporte de terreno para zona verde únicamente deberán ambientar el proyecto con espacios que permitan una adecuada ventilación.

Art. 56: En las parcelaciones que se localizan dentro de los poblados existentes se distinguirán dos tipos de área verde: una que estará en función de la “actividad recreativa” y otra estará en función “ecológica”. Ambas áreas verdes conformarán el Área Verde Total.

Art. 61: El área verde ecológica podrá comprender redondeles, así como las zonas de protección y otros terrenos desfavorables para la construcción y podrá ubicarse en forma combinada o separada con el área verde recreativa.

Art. 65: Las parcelaciones con un número de lotes iguales o mayor de 80 deberán contar con una zona destinada a lote o escuela o equipamiento social con un área equivalente a 8.0 m² lote. Esta área deberá estar ubicada continuo al área verde debiendo tener acceso directo a una vía pública vehicular o peatonal.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se presenta el capítulo donde se mostrará el método, enfoque y todo lo relacionado a universo y muestra que sirve de guía al momento de la obtención de datos cualitativos y cuantitativos.

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

La metodología de investigación hace referencia al tipo de estudio que se emplea para un tema en específico, y que de éste se puedan obtener resultados válidos y fiables.

2.1.1 Generalidades.

La presente investigación sobre la creación de la empresa Botany & Garden Jobs, es una propuesta basada en la interacción digital que esta pueda tener en los medios digitales, a su vez, el impacto que éste puede generar en el mercado salvadoreño al ser una empresa dedicada al paisajismo, mantenimiento y cuidado de jardines. Este proyecto busca resolver la problemática de las empresas y residenciales al cuidado de sus jardines y zonas verdes como punto principal, un mercado descuidado en el país. Otro punto importante para tomar en cuenta son las residencias amplias y de personas con un alto poder adquisitivo. Se busca presentar un modelo digital sostenible y rentable a largo plazo.

2.1.2 Método.

Al no tener una investigación previa el tema, se decide emprender con el método científico, ya que este nos permite observar el fenómeno digital y presencial en este rubro, permitiéndonos generar hipótesis a través de la observación o teorías que se basen en esta misma, teniendo la oportunidad ver cómo se desarrolla el mercado, y que

oportunidades pueden surgir de esta, también se propone tener una base de datos confiable y contabilizable, para obtener mediciones conforme avanza la investigación. (Sampieri, 1997)

Éste permite un análisis de mercado, teniendo como objetivo la observación de patrones de comportamiento del mercado en el país, cómo éste se puede desarrollar y su aprovechamiento en las plataformas digitales. (Sampieri, 1997)

2.1.3 Enfoque.

Esta deriva de la combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo, la combinación de esta que incluye las características de cada uno de ellos. Grinnell, señala que los dos enfoques (cuantitativo y cualitativo) utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- ✓ Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- ✓ Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- ✓ Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- ✓ Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
- ✓ Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; o incluso para generar otras. (Sampieri, 1997).

Tabla 1. Tipos de enfoques.

CUALITATIVA O INDUCTIVA	CUANTITATIVA O DEDUCTIVA	MIXTA O COMBINACIÓN
Inmersión inicial en el campo	Encuestas	Incluye las características de los enfoques cualitativo y cuantitativo.
Interpretación contextual	Experimentación	
Flexibilidad	Patrones (relaciones entre variables)	
Preguntas	Preguntas e hipótesis	
Recolección de datos	Recolección de datos	

Fuente: Hernández, 2006.

2.1.4 Universo.

La investigación tiene un enfoque mixto, ya que se pretende obtener información sobre el impacto que los medios digitales tienen sobre una empresa de jardinería y paisajismo y su rentabilidad, para la toma del universo de esta investigación, se enfoca en lugares que cumplan con las siguientes características:

1. Residir en el distrito de San Salvador Centro, y San Salvador Oeste
(Municipios: San Salvador, San Marcos, Mejicanos, Apopa, etc.)
2. Contar con amplias zonas verdes, o contar con jardines.
3. Interés en el cuidado y mantenimiento de sus zonas verdes.
4. Zonas en desarrollo urbano y turístico.
5. Con capacidad de pagos puntuales y responsabilidad.

2.1.5 Población.

Se toma un muestreo no probabilístico, eligiendo este por ser un tipo de selección que destaca características similares en los sujetos tomados para ello. La

investigación requiere de lugares que tengan zonas verdes amplias e instituciones que requieran de tener una buena presentación e imagen.

En razón a lo anterior, el objeto de estudio en esta investigación se basa en residenciales o proyectos de este tipo, todos estos deben de encontrarse en las zonas distritales de San Salvador Centro y Oeste, como, por ejemplo:

1. **“Res. Quintas de San Antonio”**
2. **“Residencial Pórtico San Jacinto”**
3. **“Residencial Las Palmeras”**

El proyecto busca la aceptación del mercado, dirigiendo sus esfuerzos principalmente a residenciales y nuevos proyectos de estos, para posteriormente dirigirse a empresas.

2.1.6 Muestra.

El tamaño de la muestra se determina conforme a la cantidad de residenciales con las características mencionadas en el universo (en el curso de la investigación se encontró que en el mercado también se pueden incluir los condominios y quintas disponibles), esto con el objetivo de obtener resultados más fiables y congruentes de cómo el proyecto presentado puede desarrollarse en el mercado. Dado estos resultados se define una muestra finita que serán ocupadas en la investigación.

Se ha logrado contabilizar entre residenciales, quintas y condominios un total de ciento veinticuatro lugares accesibles para el proyecto en San Salvador. Teniendo estos resultados, se plantea elegir dos residenciales como piloto para la elaboración de instrumentos de Investigación en el Distrito de San Salvador Centro, tomando noventa y

cinco familias sumadas en dos residenciales para la realización de encuestas y una tercera para elaboración de focus group planteado, tomando en cuenta la diferenciación de cada sector, siendo esta muestra tomada del Distrito Oeste de San Salvador.

Planteando la idea de vender el servicio a empresas la muestra se extiende, sin embargo, las opciones con mayor probabilidad de éxito son las residenciales antes mencionadas, por ello se trabaja principalmente en ellas con el fin del desarrollo de la investigación, se determina una muestra según datos obtenidos de la población de estudio. Para el diseño de la muestra, se toma como base el muestreo aleatorio simple, ya que en este los elementos de la muestra tienen la misma probabilidad de ser seleccionados de manera al azar, basándonos en la fórmula de muestreo de población finita que se presenta a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Tabla 2 Tabla de muestra para universo.

Dónde:	Para el trabajo de investigación:
n= Tamaño de la muestra	??
Z= Nivel de confianza	95%
p= probabilidad de éxito	50%
q= probabilidad de fracaso	50%
N= población	95
E= error previsible	5%

Fuente: Autoría propia en base a la investigación realizada.

Sustituyendo:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 95}{0.05^2(95-1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

n=73

El nivel de confianza utilizado es del 95%, porque la recolección de datos es lo más confiable obtenido, puesto que el tamaño de la población es de noventa y cinco familias, además se trabajó con una probabilidad de éxito y fracaso de 50% cada uno equilibrando los posibles resultados. Se considera un error permisible del 5% por aquellos factores que no son controlables en la recolección de datos.

Para la realización y recolección de los datos por medio de encuestas se toma las Residencial Pórtico de San Jacinto, y Arcos de San Jacinto II pertenecientes a San Salvador Centro, tomando en cuenta que estos son proyectos recientes, y que beneficiarían de gran manera a la investigación.

Para la obtención de datos cualitativos se realizará un focus group, por lo cual se genera el siguiente perfil de los participantes de este.

Perfil de asistentes a la reunión:

Para la toma de muestra de los participantes al focus group, se generó contacto con personas jefes de familia que residen en Res. Las Palmeras, en San Salvador Oeste pudiendo tener respuesta favorable de cinco personas interesadas en el proyecto, también que éstas fueran mayores a veinticuatro años y que tuvieran empleos estables, con grado de escolaridad mínimo de bachiller culminado. A su vez se consultó con anterioridad si les interesaba el cuidado, mantenimiento y diseño de sus jardines, y las áreas verdes que poseía la residencial en cuestión, obteniendo respuestas favorables para la aplicación del instrumento.

2.1.7 Técnicas de investigación

Las técnicas por utilizar es la implementación de encuestas y focus group. Para la obtención de datos cualitativos, se hace un focus group, se toma como muestra cinco familias de las residenciales seleccionadas para el estudio. Esta metodología permite obtener una visión completa de los gustos, necesidades y expectativas del mercado objetivo.

Los focus group permiten explorar temas desde diferentes perspectivas y generar discusiones estimulantes. Se seleccionan participantes con características comunes y se realiza una sesión de focus group, en la cual se facilita la expresión de opiniones y la interacción entre los participantes. Los datos cualitativos obtenidos son analizados en busca de convergencias y divergencias de opiniones, y se identifican patrones temáticos.

En la obtención de datos cuantitativos, se llevan a cabo encuestas dirigidas a propietarios de viviendas. Estas encuestas proporcionan datos relevantes que serán utilizados para analizar las tendencias y patrones del mercado.

Al combinar la encuesta y el focus group se logra una comprensión integral de las demandas del mercado, lo que ayuda en la formulación de estrategias efectivas para el negocio.

2.1.8 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Objetivo: Identificar el rango de edades de las personas interesadas en la contratación de servicios en línea de jardinería y paisajismo.

¿Qué rango de edad tienes?

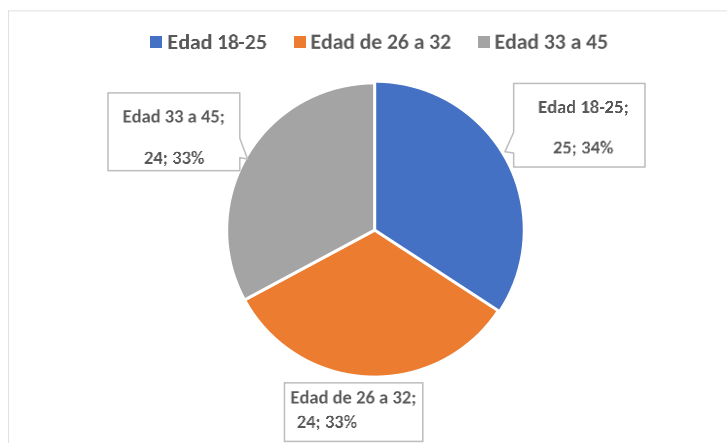


Figura 1. Pregunta 1 de cuestionario: ¿Que rango de edad tienes?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

El 34% de los encuestados están entre las edades de 18-25 años, representando a personas jóvenes adultas, 33% son personas adultas entre las edades de 26-32 años, siendo personas que forman parte de la población trabajadora y las restantes personas que rondan las edades entre los 33 y 45 años que conforman el 33%.

Conclusión

De los datos obtenidos se puede verificar que el segmento al que va dirigido el proyecto de Botany & Garden Jobs, cuenta con un mercado económicamente activo que puede interesarse en adquirir servicios de jardinería y paisajismo para el cuidado de sus jardines.

Objetivo: Determinar el área geográfica del segmento de mercado para el posicionamiento de la prestación de servicios de Botany & Garden Jobs.

¿Qué grado de escolaridad posees?

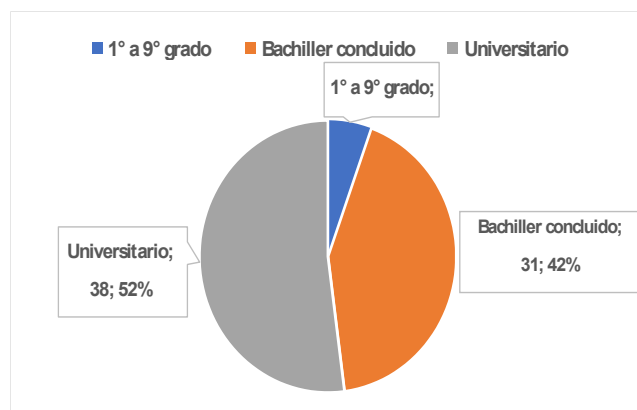


Figura 2. Pregunta 2 de cuestionario: ¿Qué grado de escolaridad posees?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

El gráfico muestra que el 52% de las personas son universitarias y representan a la población con estudios superiores que pueden poseer mayores ingresos para contratar los servicios de jardinería y paisajismo; el 42% indicó que posee bachillerato terminado.

Conclusión

La mayoría de personas presentan un grado de escolaridad alto, lo cual los hace personas analíticas, vanguardistas y exigentes en el mercado, además de los posibles ingresos económicos que beneficiarían a la contratación de servicios de jardinería y paisajismo en línea, es por ello que para Botany & Garden Jobs representa la constante búsqueda del modernismo, eficiencia y excelencia en la prestación de los servicios antes

mencionados, con la finalidad de posicionarse en el mercado y satisfacer las exigencias actuales.

PREGUNTAS ESPECÍFICAS.

1. Objetivo: Identificar el porcentaje de personas interesadas en contratar servicios de jardinería por medio de canales digitales.

¿Te interesaría contratar servicios de paisajismo y jardinería para tu hogar o negocio?

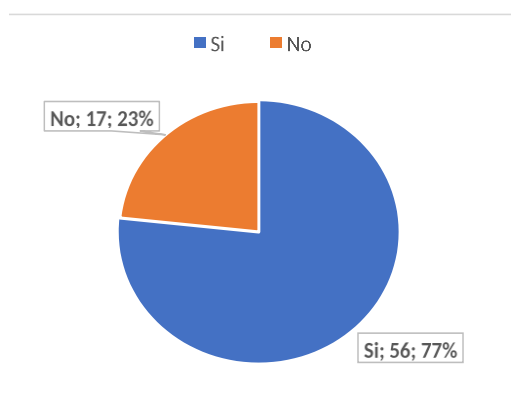


Figura 3. Pregunta 3 del cuestionario: ¿Te interesaría contratar servicios de paisajismo y jardinería para tu hogar o negocio?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, un 77% de las personas están interesadas en contratar servicios de jardinería en línea, lo cual muestra un resultado favorable para Botany & Garden Jobs, y una opción viable para las personas al momento de cuidar su jardín, sin embargo, el 23 % de los encuestados se muestran en desacuerdo, y no presentan ningún interés en contratar a profesionales que presten sus servicios de paisajismo por medio de plataformas digitales, debido a esta respuesta, se trabajó únicamente con las 56 personas interesadas en este tipo de proyecto.

Conclusión

En la actualidad los servicios digitales de servicios de jardinería y paisajismo en El Salvador son escasos es por ello, que las personas que poseen jardines y espacios exteriores muestran especial interés en contratar dichos servicios de manera online, para adecuar sus espacios y crear con ayuda de profesionales espacios agradables y cómodos.

2. Objetivo: Identificar la principal motivación de los encuestados que deseen contratar servicios de paisajismo.

¿Cuál es la principal razón por la que estarías interesado/a en estos servicios?

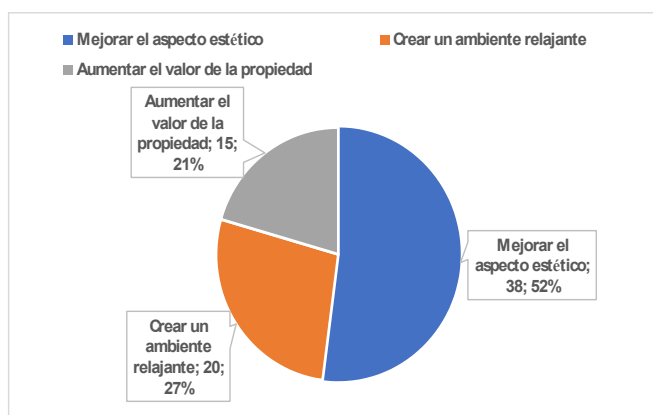


Figura 4. Pregunta 4 del cuestionario: ¿Te interesaría contratar servicios de paisajismo y jardinería para tu hogar o negocio?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis.

Los resultados mostrados dan a conocer que el 52% de las personas encuestadas estarían interesadas en contratar servicios de jardinería principalmente para mejorar el aspecto estético de sus áreas verdes; las personas restantes expresan que su principal interés está en crear un ambiente relajante con un 27% o aumentar valor a la propiedad con un 21%.

Conclusión

Para nuestra empresa es un reto satisfacer las necesidades y gustos de los potenciales clientes, las personas buscan mejorar sus espacios, mostrando su exigencia en cuanto a vanguardismo y calidad en el servicio prestado, Su principal interés es mejorar el aspecto de sus jardines, por lo cual la empresa debe satisfacer dicha necesidad con ideas innovadoras que se adecúen a los gustos y preferencias de las personas interesadas.

3. Objetivo: Descubrir los principales gustos de las personas en diseño de jardines para la satisfacción de sus necesidades.

¿Tienes alguna preferencia en cuanto al diseño de paisajismo y jardinería?

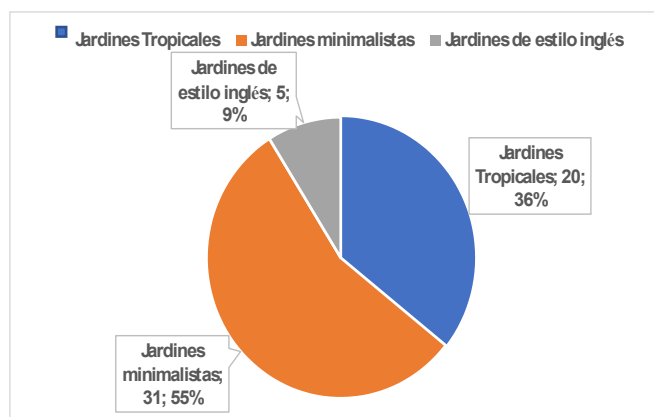


Figura 5 pregunta 5 del cuestionario: ¿Tienes alguna preferencia en cuanto al diseño de paisajismo y jardinería?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

De acuerdo a los resultados presentados, 55% de las personas encuestadas muestran sus preferencias en cuanto al diseño de jardines minimalistas, dando a conocer como las personas están actualizadas de acuerdo a tendencias mundiales y buscan profesionales que aporten valor y excelencia en el área de paisajismo; a la vez, un porcentaje

significativo, 36%, prefieren diseños tropicales, al ser un país cálido buscan el cuidado de la naturaleza, cuidando sus plantas y creando áreas con vistas agradables.

Conclusión

Las personas que poseen jardines y espacios verdes buscan contratar servicios de paisajismo que les permita adaptar el cuidado de sus jardines de acuerdo a tendencias minimalistas, e ideas innovadoras que hagan lucir espacios agradables, mostrando un especial cuidado por la naturaleza, siendo esto, uno de los principales objetivos de Botany & Garden Jobs, la excelencia y capacitación continua para satisfacer al mercado actual.

4. Objetivo: Estimar el rango de precios por los cuales las personas estarían interesadas en la adquisición de servicios de paisajismo y jardinería en línea.

¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en servicios de paisajismo y jardinería?

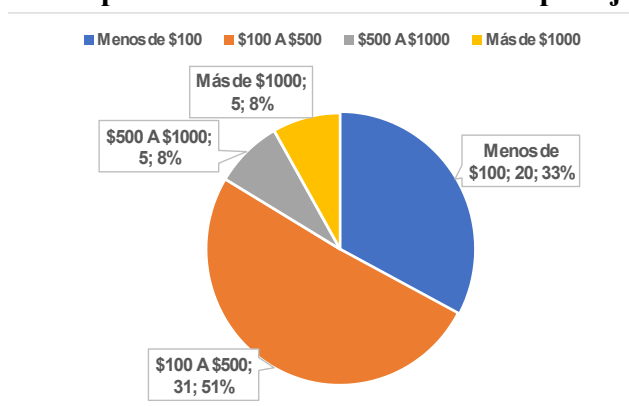


Figura 6. Pregunta 6 del cuestionario: ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en servicios de paisajismo y jardinería?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

El 53% de las personas encuestadas muestran la disponibilidad económica al momento de contratar servicios de jardinería estableciendo un rango entre los \$100-\$500, lo que significa que buscan precios competitivos y que estén al alcance de sus bolsillos; por

otro lado, el 27% de encuestados presentan menor disponibilidad económica, indicando que por el servicio pagarían menos de \$100, lo que da a entender lo poco valorado que es dicho servicio, y tan solo el 18% está dispuesto a pagar entre \$500 - \$1000 dólares.

Conclusión

Los servicios de jardinería y paisajismo en El Salvador son mínimos, es por ello y por la falta de información que la población tiene se muestra un poco escéptica en cuanto a precios en dicho servicio, por tanto, para Botany & Garden Jobs se le presenta un reto considerable para ofrecer servicios excelentes, con materiales y profesionales de calidad a costos bajos.

5. Objetivo: Indagar cuales son las preferencias de las personas al contratar servicios de jardinería y paisajismo.

¿Qué tipo de servicios de paisajismo y jardinería te interesaría contratar?

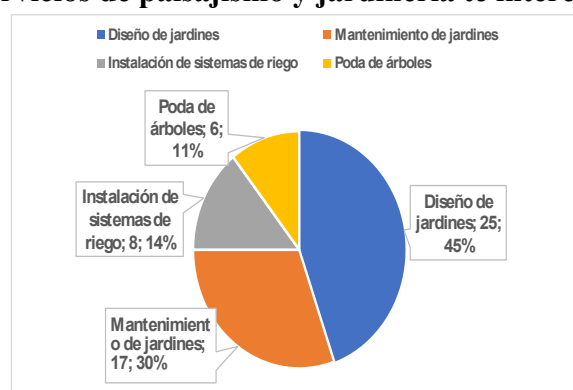


Figura 7. Pregunta 7 del cuestionario: ¿Qué tipo de servicios de paisajismo y jardinería te interesaría contratar?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

Las personas encuestadas en su mayoría, 45%, eligen el diseño de jardines como el principal servicio que contratarían para sus espacios exteriores, lo que demuestra que

mantener sus espacios agradables con vistas atractivas es su principal objetivo, buscando ayuda profesional para el mantenimiento y remodelación de sus espacios exteriores, mientras que el 30% del total de los encuestados expresa que buscan solo el mantenimiento de sus jardines, ya sea el corte de césped, limpiar hojas, riego, y demás.

Conclusión

Las personas que se muestran interesadas en contratar a profesionales en paisajismo y jardinería buscan en su mayoría diseñar sus jardines de manera eficiente y representando un espacio satisfactorio para la familia, la mayoría de las personas busca profesionales que puedan optimizar sus espacios, creando diseños que se ajusten a los gustos, presupuesto y espacio de los jardines de las clientes.

6. Objetivo: Identificar el porcentaje de personas que conocen sobre servicios digitales de jardinería, para el análisis de posicionamiento de Botany & Garden Jobs.

¿Qué conocimiento tienes sobre la contratación de personal o empresas que se dediquen al cuidado de plantas y jardines en medios digitales?

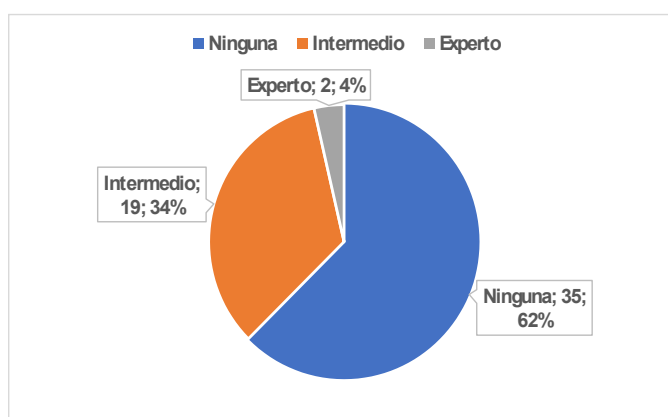


Figura 8. Pregunta 8 del cuestionario: ¿Qué conocimiento tienes sobre la contratación de personal o empresas que se dediquen al cuidado de plantas y jardines en medios digitales?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

Los datos obtenidos de las encuestas muestran que el 62% de las personas no tienen ningún conocimiento sobre empresas que ofrezcan servicios de jardinería, dicho dato da a conocer la falta de oferentes en este rubro y, sobre todo, el poco servicio ofrecido en medios digitales, un 34% de la población encuestada tiene conocimiento sobre contratación de profesionales dedicados al cuidado de jardines por medio de internet.

Conclusión

Debido a las pocas empresas que se dedican a servicios de paisajismo y jardinería en el país, Botany & Garden Jobs, muestra potencial para cubrir las necesidades de las personas que tienen jardines y buscan diseñar, cuidar y mantener sus áreas verdes. Tomando como ventaja competitiva el servicio ofrecido por medio de plataformas digitales, creando comodidad y ofreciendo valor de acuerdo con las exigencias actuales.

7. Objetivo: Conocer la aceptación de las personas al recibir información sobre jardinería y paisajismo por medio de sitios web, para la creación de contenido de valor.

¿Te gustaría recibir consejos o recomendaciones sobre el cuidado de plantas y jardines a través de un sitio web y notificaciones?

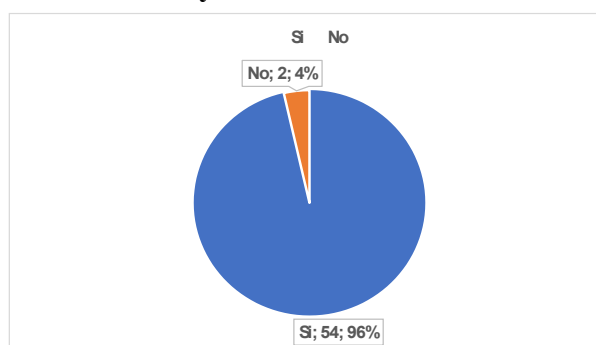


Figura 9. Pregunta 9 del cuestionario: ¿Te gustaría recibir consejos o recomendaciones sobre el cuidado de plantas y jardines a través de un sitio web y notificaciones?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis

El gráfico anterior muestra las personas encuestadas, con el 96% están dispuestas a recibir consejos o recomendaciones sobre cómo cuidar sus jardines y la forma correcta en cómo mantener sus plantas saludables, esto demuestra el total interés que las personas tienen en temas de jardinería y como el recibir esta clase de información por medio de un sitio web, le da valor a la empresa que lo proporciona.

Conclusión

Las plataformas digitales además de ofrecer servicios que sirven para crear lazos con los clientes, con el sitio web de Botany & Garden Jobs, se estará más cerca de los clientes, satisfaciendo sus necesidades, así como también ofreciendo servicios post venta, por medio de tips y consejos para el adecuado mantenimiento de jardines. Siendo esto del agrado de las personas tal como lo demuestran los resultados de la encuesta.

8. Objetivo: Determinar la disponibilidad y confiabilidad de las personas al momento de contratar servicios de jardinería por medio de plataforma digitales.

¿Te gustaría contratar servicios de jardinería y paisajismo a través de una plataforma digital?

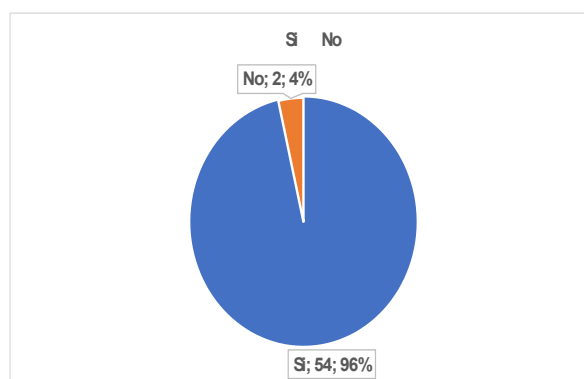


Figura 10. Pregunta 10 del cuestionario: ¿Te gustaría contratar servicios de jardinería y paisajismo a través de una plataforma digital?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis.

El gráfico muestra como el 96% de las personas encuestadas están de acuerdo en contratar servicios de jardinería por medio de plataformas digitales, tomando en cuenta el auge digital y como las necesidades de las personas han cambiado, para facilitar procesos, mientras que solo el 4% de los encuestados no se sienten cómodos contratando servicios de manera digital, ya sea por desconfianza o falta de interés en dicho tema.

Conclusión.

En la actualidad los servicios ofrecidos en línea han tomado auge, por ello, las personas que cuentan con jardines, en su mayoría, están dispuestos a contratar servicios de profesionales que cuiden, diseñen y mantengan sus jardines en óptimas condiciones, por medio de plataformas digitales, agilizando los procesos de contratación. Por tanto, esto se convierte en una respuesta favorable, al incursionar en un mercado poco explotado.

9. Objetivo: Investigar la disposición y grado de confianza de los clientes, para que contraten servicios profesionales de jardinería en línea.

¿Qué tan cómodo/a te sientes utilizando servicios en línea para contratar profesionales?

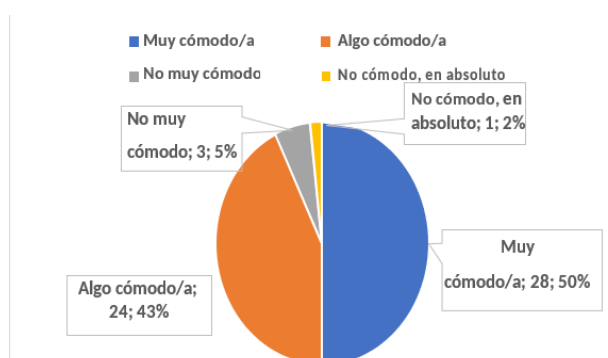


Figura 11. Pregunta 11 del cuestionario: ¿Qué tan cómodo te sientes utilizando servicios en línea para contratar profesionales?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis.

Los datos mostrados en el gráfico anterior, representan que la mayoría de encuestados, el 50%, se sienten muy cómodos contratando servicios en línea, no presentan problemas de desconfianza y da a conocer la aceptación de servicios digitales, esto debido al cambio que el mundo ha tenido en cuanto a compras y ventas en línea, sin embargo, debido a la novedad del servicio, el 43% de las personas se siente algo cómoda mostrando cierto grado de desconfianza al momento de brindar datos personales y exponer la intimidad del hogar en plataformas digitales.

Conclusión.

Botany & Garden Jobs, al incursionar en el mercado del paisajismo y jardinería en medios digitales, un mercado poco explotado, debe brindar confiabilidad a sus clientes para atraer la mayor cantidad de personas, por medio de trabajos de calidad, excelentes profesionales y eficiencia en el trabajo realizado. De las personas encuestadas más del 50% muestra confianza en servicios en línea, lo cual es pieza fundamental para la prestación del servicio antes mencionado.

10. Objetivo: Identificar la principal razón por la cual las personas presentan incomodidad en la contratación de servicios en línea de paisajismo y jardinería.

¿Cuál sería tu principal preocupación al contratar servicios de jardinería y paisajismo en línea?

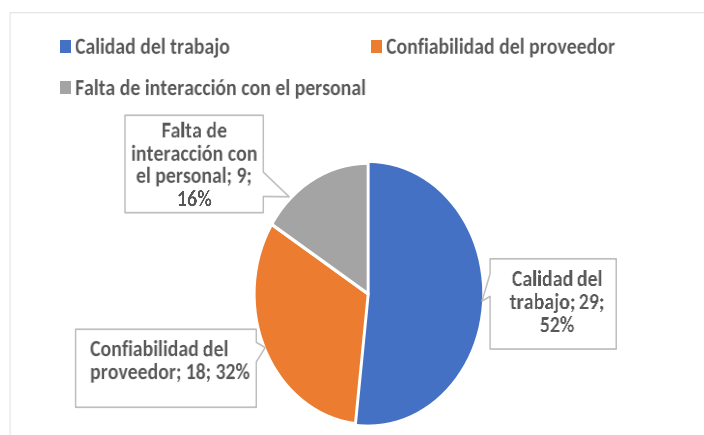


Figura 12. Pregunta 12 del cuestionario: ¿Cuál sería tu principal preocupación al contratar servicios de jardinería y paisajismo en línea?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis.

Los encuestados mostraron como principal preocupación con un 52%, la calidad en el trabajo, demostrando ser un mercado exigente que busca las mejores opciones para el mantenimiento y diseño de sus jardines, un 32% indicó que la confiabilidad del proveedor es su mayor preocupación para adquirir servicios en línea, dando un poco de desventaja a empresas dedicadas a este rubro.

Conclusión.

A pesar del cambio que se ha visto en los últimos años en cuanto al comercio electrónico, las personas aún muestran cierto grado de desconfianza al momento de contratar servicios en línea, sobre todo cuando se trata de la intimidad del hogar y compartir datos personales, es por ello que la falta de interacción personal entre clientes

y empresas, brindando certeza en la calidad del servicio, puede mostrar un reto a superar para Botany & Garden Jobs.

11. Objetivo: Descubrir la percepción y las expectativas que las personas tienen al adquirir servicios profesionales de jardinería en línea, para la satisfacción de gustos y necesidades.

¿Qué beneficios esperarías al utilizar un negocio digital de jardinería y paisajismo en lugar de uno tradicional?

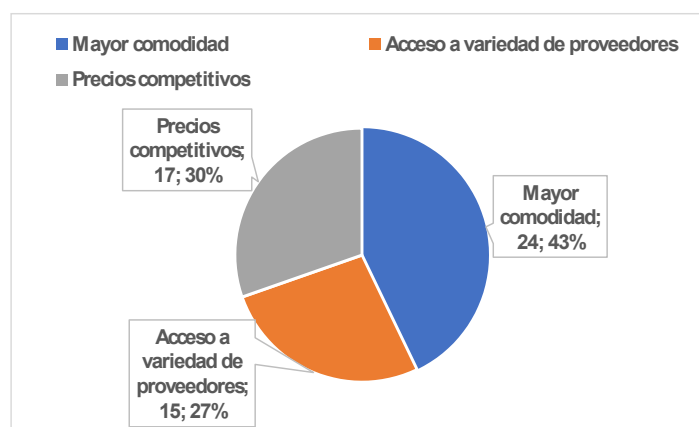


Figura 13. Pregunta 13 del cuestionario: ¿Qué beneficios esperarías al utilizar un negocio digital de jardinería y paisajismo en lugar de uno tradicional?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis.

El mayor beneficio que las personas encuestadas esperarían al momento de contratar servicios de jardinería y paisajismo en línea es la comodidad, representándose con el 43%, para ellos contratar servicios de jardinería desde sus casas o lugares de trabajo, es el principal beneficio que desean recibir de empresas online, en segundo lugar, con 30%, esperarían recibir precios competitivos que se acomoden a sus ingresos.

Conclusión.

Con el ritmo de vida que las personas llevan en la actualidad, la comodidad al momento de contratar servicios es su principal motivación, para el tema de jardinería y paisajismo, las personas habitantes de residenciales, muestran especial interés en utilizar servicios de jardinería de manera digital, por tiempo, elección de proveedores, diversidad de diseño y demás servicios que se adecuen a sus gustos y necesidades, mostrando resultados favorables para Botany & Garden Jobs, como empresa que incursiona en un mercado nuevo.

12. Objetivo: Conocer la disponibilidad y cooperación que tienen las personas en la adquisición de servicios de jardinería en línea con profesionales del rubro.

¿Estarías dispuesto/a a proporcionar fotografías y medidas de tu espacio exterior para recibir un diseño personalizado en línea?

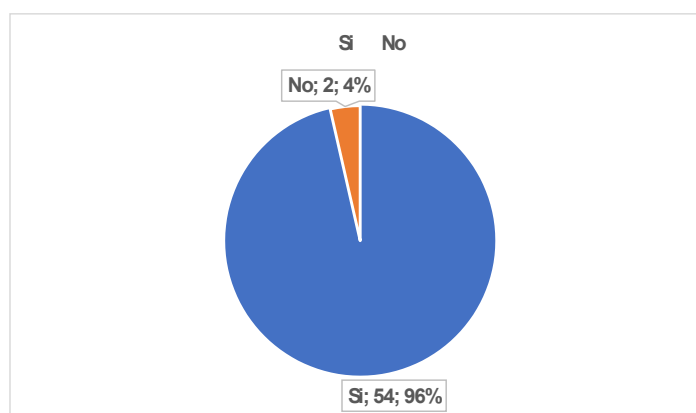


Figura 14. Pregunta 14 del cuestionario: ¿Estarías dispuesto/a a proporcionar fotografías y medidas de tu espacio exterior para recibir un diseño personalizado en línea?

Fuente: Autoría propia con base en la investigación realizada.

Análisis.

La mayoría de personas encuestadas representando un 96%, están de acuerdo en proporcionar fotografías de sus jardines para recibir diseños personalizados que vayan acorde a sus gustos, con el objetivo de optimizar espacios, cuidando y respetando la naturaleza, los resultados dan a conocer la disponibilidad de las personas y su comodidad al momento de brindar lo solicitado por los profesionales para un trabajo de calidad, por otro lado, solo el 4% de los encuestados no está de acuerdo en mostrar imágenes de sus jardines por temor a la violación de su privacidad y exposición de datos personales.

Conclusión.

Al momento de contratar servicios de jardinería en línea las personas están dispuestas a mostrar fotografías de sus jardines, confiando en la discreción de profesionales y la ética de estos, lo cual refleja la comodidad de recibir estos servicios en línea y que representa una idea innovadora y útil para aquellas personas que cuentan tiempo limitado, pero a la vez buscan adecuar sus espacios exteriores de manera agradable.

13. Objetivo: Establecer el tipo de comunicación con los clientes de acuerdo con sus preferencias.

¿Cuál sería tu preferencia en cuanto a la comunicación con el proveedor de servicios en línea?

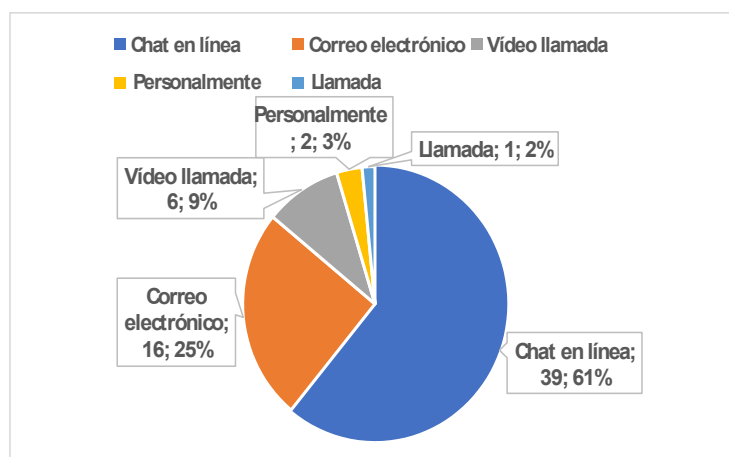


Figura 15. Pregunta 15 del cuestionario: ¿Cuál sería tu preferencia en cuanto a la comunicación con el proveedor de servicios en línea?

Fuente: Autoría propia basado en la investigación.

Análisis.

El gráfico anterior muestra como la mayoría de las personas que fueron encuestadas, el 69%, prefieren tener una comunicación más directa con profesionales, que presten servicios de paisajismo, por medio de chat en línea, esto debido a la comodidad y la rapidez de este, 16% expresó que la comunicación más adecuada sería por medio de correo electrónico y los encuestados restantes preferirían mantener comunicación con proveedores por medio de video llamadas.

Conclusión.

La falta de tiempo de personas que tienen jardín y que a la vez desean darles un diseño o mantenimiento de calidad, da como resultado la aceptación de los clientes por contratar servicios en línea de paisajismo y jardinería, así como la importancia de la comunicación rápida y efectiva por medio de chats en línea.

14. Objetivo: Identificar la disposición de los clientes para ampliar el rango de precios a profesionales de servicios de jardinería en línea.

¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por servicios de jardinería y paisajismo en línea en comparación con los servicios tradicionales?

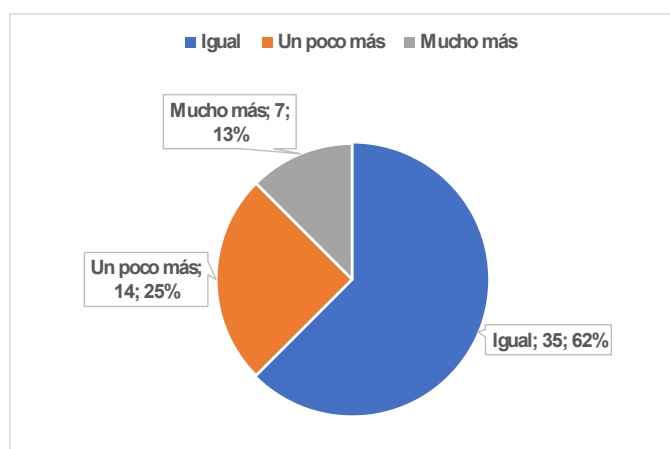


Figura 16. Pregunta 16 del cuestionario: ¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por servicios de jardinería y paisajismo en línea en comparación con los servicios tradicionales?

Fuente: Autoría propia basado en la investigación.

Análisis.

El 64% de personas encuestadas mostraron que su disposición a pagar por servicios de jardinería en línea en comparación a los tradicionales, es la misma, no están dispuestas a pagar más por estos servicios, para este porcentaje no es de mucha relevancia que los servicios sean prestados de manera digital o de manera tradicional, mientras que el 25% restante está dispuesto a pagar un poco más al momento de contratar dichos servicios por la comodidad de recibir servicios personalizados en plataformas digitales.

Conclusión.

Más de la mitad de encuestados muestran indiferencia en cuanto a pago de servicios de jardinería, la disposición de pagar más se muestra en menor grado, sin importar la forma en que se brinden los servicios, sea de forma digital o no, lo que representa un desafío para las empresas que ofrecen servicios de paisajismo y jardinería de manera virtual. Esto demuestra el poco conocimiento que se tiene sobre servicios de jardinería en línea, así como el poco valor que se le da al mismo, sin tomar en cuenta, los beneficios que se les brinda a los clientes, tales como comodidad, rapidez y eficiencia.

Observaciones o sugerencias.

(Apartado destinado a las observaciones o sugerencias que aporta cada encuestado como sondeo sobre la implementación de una empresa que se encarga del mantenimiento de sus áreas verdes o jardines y su implementación a un medio digital, opiniones.)

“Creo que la opción en Línea para cualquier tipo de Servicio hoy en día es una opción muy viable y cómoda para el usuario, no obstante, también representa un pequeño porcentaje de desconfianza en cuanto al resguardo de datos personales, sin embargo, si la empresa demuestra confiabilidad y profesionalismo en su trabajo, en mi opinión es muy conveniente”

“Interesante tema para establecer mejoras en el hogar, como el paisajismo y jardinería ya que casi nadie vela por ese rubro”

“Es bueno lo de en línea, pero sería mejor en contratar a alguien que lo recomiende o conocido así se genera más confianza de un buen trabajo”

“Es más fácil en persona hacer tratos como esos”

“Súper bien”

Conclusión.

Las personas encuestadas encuentran atractivo e innovador el servicio de jardinería y paisajismo digital, sin embargo, por lo poco conocido de este servicio, existe cierto grado desconfianza al ser una empresa que incursiona en el rubro y la vulnerabilidad que se puede tener en cuanto a la privacidad de los clientes.

Informe de resultado del focus group.

Este informe presenta los resultados obtenidos del focus group realizado por los integrantes del proyecto “Botany & Garden Jobs” en el desarrollo de modelos de negocios digitales.

Estos datos son los obtenidos de la guía para el focus group, elaborada por los integrantes del grupo mencionado anteriormente.

Datos de la reunión:

Fecha: 25 de julio de 2023.

Hora: 7:00 pm a 8:30 pm.

Método de comunicación: Reunión programada por medio digital.

Participantes:

1. Carlos Aguilar
2. Erick López
3. Miguel Barrientos
4. Jonathan Alvarado
5. Ingrid Alvarado

Participantes pertenecientes a Res. Las Palmeras, San Salvador Oeste.**Presentador de la guía:**

- Edrick Mendoza

Asistentes y observadores:

- Ana de los Ángeles Fuentes Beltrán.
- Carlos Alexander Gutiérrez Torres.

Síntesis de los resultados obtenidos.**Introducción.**

¿Cuáles son los aspectos más importantes que consideran al contratar Servicios de paisajismo y jardinería?

Los participantes respondieron:

Los costos que requieren cada uno de los diferentes jardines que se ofrecen, el tipo de materiales utilizados son de buena calidad y procurarán el cuidado y no el

deterioro, haciendo alusión a la calidad de los materiales implementados, de igual manera el tiempo que se deberá invertir para cada proyecto.

En una escala del 1 al 10, ¿qué tan satisfechos están con los servicios de paisajismo y jardinerías disponibles actualmente en el mercado?

En promedio se pondera en 6,8 Dada la razón de que no tienen mucha experiencia con este tipo de negocios.

Discusión sobre preferencias y necesidades:

¿Podrían compartir ejemplos específicos de servicios de paisajismo y jardinería que hayan utilizado y les hayan gustado o decepcionado?

Se obtuvo 3 respuestas únicamente, ya que los demás no han contratado este tipo de servicios con anterioridad.

Se obtuvo que el tipo de servicio contratado han sido por casos de tala de árboles, poda de césped y arbustos.

¿Qué aspectos valoran más al elegir un proveedor de servicios de paisajismo y jardinería?

En primer lugar, todos estaban de acuerdo en que el precio era la más alta prioridad, luego estaría que tuviese distintas opciones a elegir, y la calidad del servicio y personal que brindaría la empresa.

Evaluación de conceptos y propuestas:

¿Qué les parece la idea de un negocio digital de paisajismo y jardinería en El Salvador?

Es una propuesta interesante, ya que no se han encontrado con anuncios referentes al tema, sino que únicamente con los jardineros recomendados e independientes, que se dedican en su mayoría a la poda y mantenimiento de césped.

En una escala del 1 al 5, ¿qué tan dispuestos estarían a utilizar servicios de paisajismo y jardinería a través de una plataforma digital?

Según las respuestas, se obtuvo un promedio de 8.2, ya que realmente la mayoría de tiempo la pasan en celular o laptop, y no tienen conocimiento de personas o empresas que se dedique a este rubro profesionalmente.

Experiencias compartidas:

¿Podrían compartir una experiencia memorable relacionada con servicios de paisajismo y jardinería?

El ambiente limpio y libre les genera una sensación de frescura y renovación del exterior de su casa, de igual manera, experiencias fallidas como que el jardinero no comprendió lo que la persona quería.

¿Hay algún aspecto específico que les gustaría destacar sobre su experiencia previa con servicios de paisajismo y jardinería? (Pregunta abierta)

El servicio en el país realmente no está desarrollado y enfocado en residenciales, mayormente empresas grandes ocupan esto, sin embargo, optar por el desarrollo de áreas verdes dentro de residenciales, de igual manera que jardines, es un aspecto importante para destacar que no todas las personas pueden adoptar este servicio ya sea por desinterés o por los precios y la falta de información sobre estos.

Algunas propuestas que se presentaron en el desarrollo del instrumento:

1. Desarrollar el interés de las personas en este rubro.
2. Atender con iniciativa y propuestas claras las necesidades observadas.
3. Informar de manera clara y precisa los elementos que conlleva el servicio.
4. Permitir el acceso a verificar la calidad del personal que lo atenderá.
5. Elegir el horario de trabajo en que presentarán el servicio.

2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Se plantea este análisis para identificar las opciones y variables que el proyecto presenta, ya sean a favor o en contra de este, ya que esto permitirá tener un vistazo a los problemas que se presenten en el proyecto.

2.2.1 FODA Cruzado

Tabla 2 Matriz FODA cruzado

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
MATRIZ FODA CRUZADO	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente conciencia ambiental. • Expansión de la infraestructura digital. • Turismo y sector inmobiliario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia emergente. • Factores económicos • Regulaciones y permisos.
FORTALEZAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Amplio mercado objetivo • Baja competencia en línea • Conveniencia y accesibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gran apertura por los medios digitales. ✓ Aprovechamiento de tendencias medio ambientales junto al desarrollo del turismo y sector inmobiliario. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mercado en desarrollo y competencia creciente.
DEBILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de experiencia en marketing digital. ✓ Dependencia de proveedores externos. ✓ Posible resistencia al cambio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Al ser pioneros en el ámbito digital y desarrollo de los medios digitales con el rubro existe la incertidumbre de posible fracaso o éxito. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Negocios con mayor experiencia en línea ✓ Aceptación del público junto al factor económico que sea aceptado.

Fuente: Autoría propia en base a informe de Banco Mundial, 2022.

2.2.2 Desarrollo de las 5 fuerzas de Porter

- **Poder de negociación de los clientes**

En la actualidad las empresas dedicadas a prestar servicios de jardinería y paisajismo son escasas, por tanto, los clientes están sujetos a las tarifas que los oferentes brindan, al ser bajas las opciones de servicios sustitutos, los clientes tienen bajo poder para negociar precios. (Porter, M 1979).

- **Poder de negociación con los proveedores**

En el caso de los proveedores, para las empresas dedicadas al paisajismo, adecuación y cuidado de jardines es difícil de encontrar, esto debido a la poca demanda que existe en el país, es por ello que los costos de materiales pueden resultar un poco elevados para las empresas que se dedican a prestar este tipo de servicios, como es el caso de Botany & Garden Jobs. Además, los profesionales especializados en esta área también resultan de difícil acceso y se encuentran a elevados costos.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores**

La sociedad está cambiando constantemente, las empresas están transformando sus espacios para dar mayor calidez a áreas de trabajo y recreación para empleados, por ello el minimalismo y paisajismo está en auge, empresas y viviendas particulares buscan la manera de decorar sus jardines, sin embargo, son pocas las empresas que brinden esta clase de servicios a pesar de que la demanda está creciendo, es por ello que la competencia a mediano o largo plazo busca posicionarse en el mercado.

Sin embargo, la entrada de competidores es baja, debido a la capacitación de personal, por la exigencia y modernización de la sociedad.

- **Amenaza de entrada de servicios sustitutos**

Botany & Garden Jobs, puede verse amenazada con servicios sustitutos de jardineros que brinden servicios con conocimientos básicos, sin embargo, el paisajismo requiere de mayores conocimientos en el área para la optimización de espacios y uso eficiente de materiales. Además, en el caso de materiales, el diseño de áreas verdes no solo puede realizarse con componentes propios de la naturaleza, sino también, se pueden utilizar sustitutos, tal es el caso de la grama artificial. (Porter, M 1979).

- **Rivalidad entre competidores**

Los servicios de jardinería y paisajismo en el país son pocos, por ello, la rivalidad entre los competidores es relativamente baja, cada empresa debe brindar servicios de calidad e innovar constantemente para superar las expectativas de los clientes, convirtiéndose de esta manera en empresas líderes en el mercado. Para Botany & Graden Jobs existe competencia directa de ciertas empresas que brindan los servicios de paisajismo en El Salvador, como Dimauro Jardinería y Paisajismo y Green Express, por lo que habrá cierta rivalidad en tema de precios, publicidad para la atracción de clientes. (Porter, M 1979).

2.2.3 Desarrollo PESTEL

Factores políticos

- Préstamos del gobierno como consecuencia de la pandemia que afecta la economía y política del país.
- Problemas asociados al medio ambiente y posibles restricciones futuras de ciertos materiales que impidan el desarrollo del negocio.

Factores económicos

- Inflación a nivel mundial.
- Cambio de precios de materiales para decoración y adecuación de exteriores
- Aumento de salarios y pensiones que puede incidir en la contratación de servicios de jardinería, botánica y paisajismo en casas particulares.

Factores sociales

- Cambios en las tendencias en decoración de espacios exteriores.
- Condiciones climáticas para el mantenimiento de espacios verdes.
- El Salvador al ser un país con alta densidad poblacional, el porcentaje de casas que posean jardines amplios es poco, por lo que afecta directamente a Botany & Garden Jobs.

Factores tecnológicos

- Desarrollo de apps, páginas web para dar a conocer servicios de jardinería.
- Pagos electrónicos, exposición de perfiles profesionales y contratación por medio de canales digitales.
- Tecnología necesaria para el diseño de áreas verdes.
- Sistemas de riego y sistemas de iluminación.

2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

La prestación de servicios de paisajismo y jardinería en El Salvador es poco conocido, es por ello por lo que las personas carecen de información en cuanto a empresas que se dediquen a este rubro y de manera especial en el área digital, como consecuencia de ello la indiferencia en servicios digitales y tradicionales es notoria, así como la poca valoración económica que se le da a este rubro y la desconfianza hacia el mismo por la posible vulnerabilidad a la privacidad de las personas.

Debido a los cambios tecnológicos que la pandemia dejó en el año 2020, la población salvadoreña se encuentra en la disponibilidad de adquirir servicios, en este caso de jardinería, de manera digital, la percepción y las expectativas de recibir servicios de calidad son altas, lo que representa una ventaja para Botany & Garden Jobs.

En la actualidad con los cambios y la innovación en el comercio, las personas están en la disponibilidad de recibir información, ya sea tips, consejos y recomendaciones para el cuidado de sus jardines, por medio de sitios web; además de contratar servicios de jardinería y paisajismo por medio de plataformas digitales, y adquirir esos servicios por medio de chats en línea que faciliten y agilicen el proceso.

El mercado actual es exigente y están a la vanguardia en cuanto a diseño de jardines, es por ello, que, en su mayoría, las personas desean contratar empresas que brinden diseños de jardines minimalistas y tropicales, que hagan lucir sus espacios agradables y a la vez que estén a costos accesibles.

2.4 DESARROLLO DE LIENZO CANVAS

El desarrollo de lienzo CANVAS es importante para el desarrollo del modelo de negocio digital “Botany & Garden Jobs”, muestra las diferentes áreas que ayudan a identificar la forma en que el negocio funciona o funcionará en el futuro, de esta manera se tendrá un panorama más amplio sobre los clientes y potenciales clientes, así como la manera correcta para satisfacer sus necesidades y brindar valor al servicio ofrecido.

BOTANY & GARDEN JOBS				
Asociaciones Clave Empresas que contraten los servicios de Botany & Garden Jobs Proveedores de materiales Profesionales dedicados a la Botánica, jardinería y paisajismo	Actividades Clave Capacitación constante a empleados Investigación y actualización en el diseño de áreas verdes Captación de clientes en redes sociales Recursos Clave Personal capacitado, proveedores y socios Plataformas tecnológicas Herramientas de calidad para el diseño de espacios exteriores	Propuestas de Valor Brindar un servicio personalizado y de calidad basado en la innovación, cuidado y optimización de espacios exteriores con materiales propios de la naturaleza, brindando una vista agradable con diseños vanguardistas en diferentes áreas verdes.	Relación con los clientes - Asistencia personalizada a clientes - Colaboración con empresas que recomienden servicios de Botany & Garden Jobs Fidelización y ampliación de cartera de clientes Canales Redes sociales Página web con detalle de servicio ofrecido	Segmentos de clientes Empresas con gusto por la decoración de espacios exteriores personas particulares con ingresos medio-altos con gusto por la decoración de jardines Jardineros y paisajistas
Estructura de costes Salarios de empleados Inversión en equipo informático y activos digitales Cursos y capacitaciones Publicidad Herramientas de jardinería		Fuentes de ingresos - Pago de prestación de servicios Pago en efectivo, tarjeta, cheque, transferencia bancaria asesorías personalizadas sobre optimización y diseño de áreas verdes		

Figura 17 Lienzo Canvas

Fuente: Autoría propia en base a informe de Banco Mundial, 2022

CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: BOTANY & GARDEN

JOBS

Se presenta plan de negocios con descripciones de lo que se plantea como Botany & Garden Jobs, su misión, visión, los valores que se buscan respetar y como nace la idea de este proyecto.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nombre del negocio: Botany & Garden Jobs

Surge con la idea de cubrir un segmento de mercado poco explotado, el negocio está enfocado en el cuidado, mantenimiento y diseño de jardines, apostando por ideas innovadoras y la prestación del servicio ofrecido en medios digitales.

Información General.

Se presenta el proyecto “Botany & Garden Jobs”, como una empresa de servicio que propone más que un cuidado y mantenimiento de áreas verdes o jardines, a alguien que cuida la primera imagen de una institución, empresa o residencial. Identificando la necesidad de paisajismo y sus ramificaciones en El Salvador, esta empresa se propone como la opción a elegir para el cuidado de la imagen empresarial o residencial en San Salvador, teniendo el conocimiento adecuado para el desarrollo de este.

Se busca que la empresa sea reconocida por su excelente valor, manejo y cuidado de la imagen de las instituciones, para que estas puedan trabajar en ambientes relajados, limpios y ordenados a la vista del público, sin dejar de lado el valor de los detalles que representa el cuidado de las áreas verdes, jardines, o zonas de descanso y su mantenimiento.

3.2 MARCO ESTRATÉGICO

Se exponen los diferentes aspectos importantes en la creación de Botany & Garden Jobs, para su incursión en el mercado.

3.2.1 Misión

Ser una empresa confiable que identifique los gustos del cliente, dando el mejor mantenimiento y cuidado a sus imágenes de jardines, áreas verdes, y zonas de esparcimiento como parques y espacios comunes.

3.2.2 Visión

Consolidarnos como la mejor opción del mercado de paisajismo, con el mantenimiento y cuidado de la imagen residencial y empresarial, así como también de las áreas verdes, a su vez ser reconocidos por la capacidad y conocimiento que se tiene para brindar este tipo de servicio.

3.2.3 Valores

Botany & Graden Jobs es una empresa dedicada a la prestación de servicios de cuidado, instalación y adecuación de espacios exteriores con ideas vanguardistas, comprometida con la satisfacción de los clientes, por lo que los valores empresariales forman parte importante, dentro de los cuales se puede mencionar:

- Compromiso, para brindar la mejor atención que se verá reflejado en trabajos realizados con excelencia y con materiales de la mejor calidad para la satisfacción de los clientes.

- Eficiencia, para atender de la mejor manera posible, utilizando los recursos necesarios de acuerdo con las necesidades y gustos de los clientes, con ideas vanguardistas que cubran a las exigencias constantes del mercado actual.
- Calidad en la realización de trabajos de paisajismo, ofreciendo seguridad y profesionalismo, optimizando tiempo, recursos y espacios disponibles.
- Responsabilidad, valor fundamental para trabajar adecuadamente, de manera ética para la satisfacción de clientes.
- Respeto, por los clientes y por el medio ambiente, respeto por el cuidado de seres vivos al momento de trabajar con elementos propios de la naturaleza.

3.2.4 Objetivos

- Posicionar a Botany & Garden Jobs como una de las mejores empresas de jardinería y paisajismo digitales dentro del periodo de un año.
- Alcanzar en los primeros dos meses de lanzamiento 1,000 seguidores en las redes sociales de Botany & Garden Jobs.
- Atraer tráfico a la página web generando 600 visitas en el primer trimestre del proyecto.

3.2.5 Metas

- Determinar rangos de precios competitivos en el mercado para superar las expectativas de los clientes.
- Proporcionar tips y recomendaciones en el sitio web de Botany & Garden Jobs para fidelizar a los clientes y atraer a la mayor cantidad de público.

- Brindar veracidad y confianza a las personas motivándolas a adquirir los servicios de jardinería y paisajismo, demostrando calidad y compromiso en cada trabajo realizado.
- Innovar constantemente en el área de paisajismo y jardinería, ofreciendo una amplia gama de diseños que cumplan con las exigencias del mundo actual.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Botany & Garden Jobs es una empresa dedicada a la prestación de servicios de jardinería y paisajismo en El Salvador, ofreciendo estos servicios por medio de plataformas digitales, tales como redes sociales y en su página web.

Los servicios ofrecidos se adaptan a las necesidades de las personas interesadas, brindando diseños personalizados, además, Botany & Garden Jobs, ofrece una variedad de opciones que pueden adaptarse a los espacios y gustos que cada cliente posea. Entre los servicios que la empresa ofrece se encuentran:

1. Diseño de jardines

Con este servicio se ofrece diseños personalizados a los clientes, brindando diseños con herramientas digitales, innovadores y vanguardistas, que se adapten a sus gustos, a precios competitivos.

- Diseño de jardín tropical

Diseños compuestos por variedad de flores, decoraciones con hojas grandes, como helechos, orquídeas o palmeras, que hagan alusión a la selva tropical, elaboración de caminos de piedras, colocación estratégica de fuentes.

- **Diseño de jardín minimalista**

Enfocado a patios o jardines pequeños, creación de diseños de suelos de cerámica y madera, esculturas abstractas, iluminación adecuada, fuentes pequeñas, diseños geométricos y simples, tomando protagonismo los espacios libres y los elementos propios de cada jardín. Uso de gravas para dar una vista agradable a jardines de este estilo y para dar un toque de mayor serenidad con detalles enfocados al estilo.

2. Paquete básico de jardinería

Consiste en actividades básicas para el mantenimiento de jardines, entre estas se pueden mencionar, plantación, limpieza de hojas, riego de jardín, control de plagas de jardín, poda de arbustos, fertilización y abono, etc.

3. Otros servicios que Botany & Garden Jobs se propone brindar independiente a sus proyectos, para captar nichos más pequeños y generar mayores oportunidades de crecimiento son:

- Mantenimiento de jardines y poda de árboles o arbustos.
- Servicio en línea de consejería para el cuidado de sus jardines.
- Proyectos de recuperación de áreas verdes.
- Colocación y programación de sistemas de riego.
- Control de plagas (para vegetación)

4. Productos digitales

Botany & Garden Jobs cuenta con activos digitales que facilitan la búsqueda de los servicios de jardinería y paisajismo a los clientes, entre ellos se puede destacar:

- **Página web:** este producto digital pondrá a disposición de los usuarios los servicios ofrecidos de jardinería y paisajismo, perfiles de profesionales en el área, para proporcionar seguridad y confianza sobre los profesionales encargados del cuidado y diseño de áreas verdes, además de tips y recomendaciones del mantenimiento de jardines, así como toda la información necesaria de precios y opciones de diseños para la adecuación de exteriores. Dicha página es el principal medio de captación que tiene la empresa. Se pretende acercar al público a conocer y reconocer la marca poniendo a disposición información de los servicios que se brindan de una manera creativa e interactiva, de igual manera aquellos detalles que permiten intimar con los clientes potenciales, siendo estos nuestra misión, visión y objetivos de la empresa. Además de la presentación de catálogos digitales a disposición de los clientes.

- **Redes sociales:** Facebook e Instagram son las principales redes sociales del negocio, por medio de ellas se darán a conocer servicios de jardinería básica y diseños vanguardistas de paisajismo, resultados de trabajos realizados, infografías sobre jardinería para generar la mayor cantidad de usuarios a dichas páginas, y a la vez generando tráfico hacia la página web.

La creación de redes sociales es indispensable para el desarrollo de cualquier empresa, sin embargo, para el detalle de lo visual que Botany & Garden Jobs está enfocado a presentar a sus clientes, se eligen aquellas que cumplan los requisitos de dar un mayor enfoque a la visibilidad del servicio.

3.4 VENTAJA COMPETITIVA.

Los servicios de jardinería y paisajismo en el país son escasos, por tanto, la oferta es limitada, por ello Botany & Garden Jobs es una empresa innovadora que ofrece estos servicios a personas amantes de los jardines, que se interesen en el cuidado, diseño y mantenimiento de los mismos.

En la actualidad, se conoce que el ritmo de vida ha cambiado, el tiempo cada vez es menor y las personas buscan rapidez y eficiencia en la búsqueda de productos y servicios, utilizando redes sociales o páginas web donde puedan satisfacer sus necesidades.

Botany & Garden Jobs, cuenta con plataformas digitales que simplifican la búsqueda de las personas en cuanto a servicios de jardinería y paisajismo, obteniendo asesorías personalizadas, tips y recomendaciones para el cuidado de áreas verdes, perfiles profesionales que se adapten a sus gustos necesidades, ofreciendo calidad e innovación en cada servicio ofrecido, y todo ello a través de medios digitales.

En El Salvador no existen variedad de empresas dedicadas a este rubro, en su mayoría los salvadoreños contratan servicios no profesionales para el mantenimiento de sus jardines, ya sea solo para poda de árboles, riego de plantas o eliminación de plagas.

Por tanto, Botany & Garden Jobs representa la oportunidad de cubrir las necesidades de un mercado poco explotado, brindando servicios de manera totalmente digital, con los mejores proveedores, materiales de calidad y profesionales altamente capacitados que cubran las expectativas de los clientes.

Tabla 4: Competencia directa.

Competencia directa
<p>En El Salvador es mínima la cantidad de empresas dedicadas a la prestación de servicios de jardinería y paisajismo, sobre todo en el ámbito digital, sin embargo, Botany & Garden Jobs tiene como competencia directa las siguientes empresas:</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. DIMAURO Jardinería y paisajismo: es una empresa especializada en Paisajismo que ofrece diseños de áreas verdes, creación de jardines verticales, mantenimiento de espacios verdes. Posee sitio web, Facebook e Instagram 2. Rootka Gardening & Design: empresa que ofrece renovación y remodelación de jardines, modelado en 3D, asesorías personalizadas. Posee sitio web, Facebook e Instagram 3. Arbórea Design: esta empresa se dedica al diseño, construcción, restauración y conservación de jardines. Posee sitio web, Facebook e Instagram. <p>Estas son algunas empresas que representan competencia directa para Botany & Garden Jobs, con servicios y costos competitivos que representan un reto para la empresa, al ser un negocio totalmente digital e incursionar en un mercado poco explotado.</p> <p>Entre los rasgos más característicos y competitivos de estas empresas están:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia en redes sociales y pagina web 2. Experiencia de años en el rubro 3. Precios competitivos

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

Tabla 5: Competencia indirecta.

Competencia indirecta	
Fuente: basada la	<p>Para Botany & Garden Jobs la competencia indirecta proviene principalmente de jardineros quienes prestan sus servicios básicos de jardinería de manera no profesional a costos accesibles. Los principales servicios que ofrecen estas personas son poda de arbustos, riego de césped, cuidado y limpieza de plantas, abono, etc.</p> <p>Además, existen productos sustitutos que se convierten en competencia indirecta del negocio, ejemplo de ello, son los proveedores dedicados a la venta de grama sintética, entre ellas se puede mencionar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gramas El Salvador: empresa con más de 15 años de experiencia, presta servicios de engramados, cuenta con presencia en redes sociales. Autoría propia 2. Vistiendo pisos: empresa especializada en la instalación de en recubrimientos de pisos, tales como grama artificial, usada en jardines teniendo un crecimiento considerable debido a los precios moderados en comparación con el cuidado y mantenimiento del césped natural. investigación realizada. <p>Estas empresas se dedican exclusivamente a la venta e instalación de grama sintética, no prestan servicios profesionales de jardinería o diseños especiales para áreas verdes, sin embargo, representa competencia para Botany & Garden Jobs debido a la factibilidad y precios competitivos que ofrecen a la población.</p>

3.5 PLAN ORGANIZACIONAL

Este se basa en fijar las necesidades que tiene una empresa, los objetivos que esta necesita para lograr un crecimiento óptimo a largo plazo.

a. Estructura organizativa de la empresa.

El siguiente organigrama da a conocer la estructura de la empresa “Botany & Garden Jobs”. Esto ayuda a definir con claridad los roles y responsabilidades de cada puesto para mejorar la toma de decisiones dentro de la empresa.

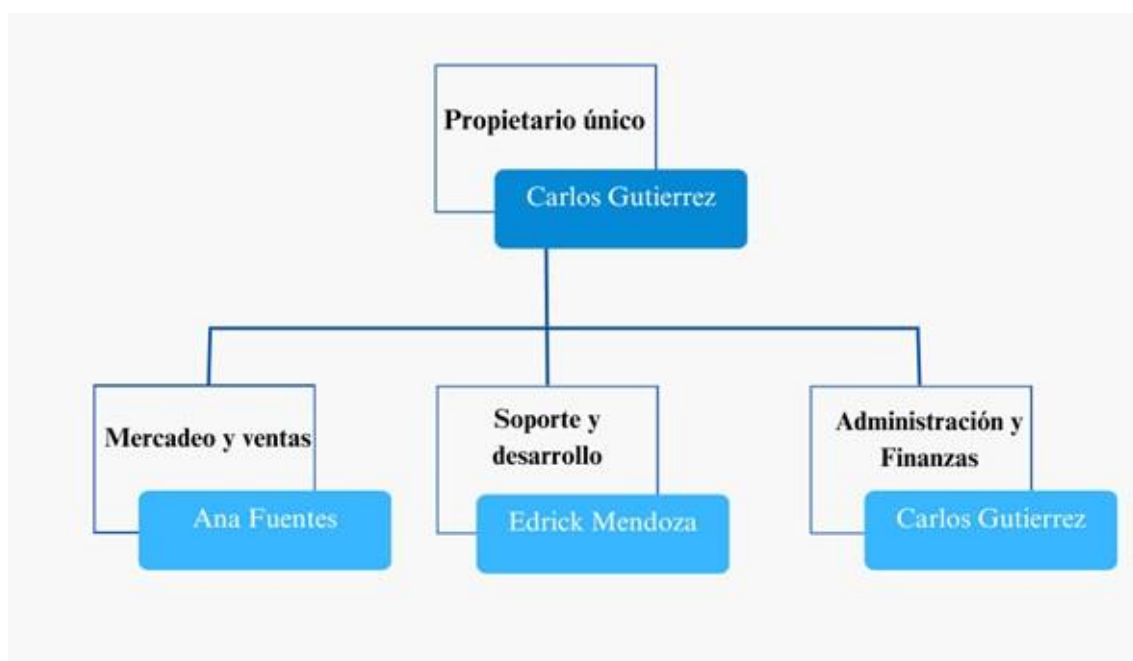


Figura 18. Organigrama de la empresa.

Fuente: Autoría propia basa en la investigación realizada.

b. Organización de gestión y Recursos humanos.

La gestión y administración de recursos humanos tiene como propósito brindar a los colaboradores un clima laboral idóneo para el desarrollo de cada uno de estos dentro de la organización. Esto se pretende a través de programas y mecanismos de beneficios para ellos como compensación digna y remuneración, estabilidad laboral, seguridad y

equipos de protección adecuados según los casos y necesidades para el cumplimiento del trabajo y servicio que se brinda, horarios de trabajo dignos y su tiempo libre. Esto en vista que los estímulos que la empresa brinde a los colaboradores reflejaran en la calidad de trabajo y servicio que se brinde.

I. Descripción de puestos y gestión de organización:

Junta general de accionistas: Esta se reúne periódicamente para revisión de cumplimientos de metas de la empresa, debate sobre liberación de capital e inversiones dentro de la sociedad, promueve y elige puestos para delegar responsabilidades.

Gerencia general: Se encarga de el buen funcionamiento de cada nivel jerárquico dentro de la organización, responsable de toma de decisiones inmediatas dentro de la empresa, control de administración de recursos, supervisar el cumplimiento de las metas del personal.

Mercadeo y ventas: Encargado de publicidad y ventas, debe de establecer el contacto con clientes potenciales y satisfacer la demanda del mercado, distribuir y organizar el tiempo de cada colaborador según se agenden los servicios a brindar y confirmación de estos a los clientes. Tiene a su disposición los colaboradores que brindan el servicio.

Soporte y desarrollo: Este tiene el acceso y responsabilidad sobre cada activo informático, desarrollo, actualización y mantenimiento de sitio web, desarrollo en conjunto con mercadeo y ventas de publicidad digital, atención al cliente a través de medios digitales, y captación de mercado.

Administración: Se encarga de la coordinación de ingresos y egresos monetarios

de la organización, evaluación financiera y gestión de riesgos, tiene a cargo la contabilidad, y gestión de recurso humano dentro de la empresa.

II. Recursos humanos, beneficios y exigencias.

Recursos humanos promueve y busca las siguientes características para el personal a reclutar:

- Personal con liderazgo.
- Personal independiente y con experiencia en el rubro.
- Buena comunicación y trabajo en equipo.
- Disponibilidad de movilización a diferentes direcciones.

Los beneficios que se brindarán:

- Salario según ley vigente en El Salvador.
- Prestaciones de ley
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Prestaciones además de las otorgadas por ley según su desempeño y cargo.
- Capacitaciones periódicas de uso de herramientas eléctricas y fichas técnicas.

Nota: El salario será proporcional según sea su cargo desempeñado en la empresa, siendo el mínimo el establecido por la ley.

III. Normas y políticas de desempeño dentro de la organización.

- Respeto mutuo entre colaboradores, jefes, subalternos y similares.
- Disciplina dentro de la empresa y durante el horario establecido de trabajo, así mismo fuera mientras se brinde servicio a clientes.
- Cumplimiento con horarios laborales.
- Respetar y cumplir con el uniforme de la empresa.
- Responsabilidad con el uso de activos de la empresa.
- Prohibición sobre relaciones no laborales entre colaboradores.

c. Proceso administrativo.

La empresa está dedicada a la prestación de servicios de jardinería y paisajismo de manera digital, dichos servicios se dan a conocer a profundidad en su sitio web y por medio de sus redes sociales principales, Facebook e Instagram.

Para la correcta implementación del proyecto, se hace por medio de procesos administrativos que se dividen en la planificación del negocio, la dirección para el buen funcionamiento en todas las áreas, y control para posibles cambios con la finalidad del alcance de objetivos.

Dentro de las actividades planificación a implementar para Botany & Garden Jobs se pueden mencionar:

- Creación de plataformas digitales, página web y redes sociales.
- Descripción de obligaciones y responsabilidades del equipo de colaboradores de la empresa.

- Implementación de campañas publicitarias.
- Definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo
- Determinar presupuestos para la ejecución del negocio.

Para lograr de manera eficiente las metas planteadas por la empresa es de suma importancia una buena dirección, para la correcta gestión de los procesos que se presentan en Botany & Garden Jobs:

- Buena comunicación entre empleados y jefaturas.
- Alcance de objetivos planteados con anterioridad.
- Creación de estrategias para incrementar ventas en la empresa
- Diseño de estrategias publicitarias lanzadas en medios digitales

El control es pieza fundamental del proceso administrativo, con ello se puede determinar los aspectos positivos y las áreas de mejora de la empresa.

- Verificación de metas alcanzadas.
- Medición de ventas trimestrales.
- Resolución de problemas en plataformas digitales.
- Toma de decisiones en cambios realizados.
- Inspección de KPI's virtuales.

d. Identificación y características de los proveedores.

La selección de proveedores es indispensable para la empresa, ya que ésta permite identificar y definir los recursos necesarios para brindar el servicio con la mejor calidad disponible.

I. Proceso de selección e identificación de proveedores:

- Búsqueda de proveedores e información de estos.
- Solicitud de información sobre sus productos.
- Evaluación de propuestas.
- Cumplimiento de tiempos de entrega y abastecimiento de sus productos.
- Creación de base de datos, comparación y elección.

II. Características de los proveedores:

- **Calidad de los productos:** características técnicas de maquinaria, precios, marcas, repuestos o talleres.
- **Garantías sobre sus productos:** periodos y regulaciones vigentes de sus garantías.
- **Personal capacitado:** Asesoría sobre productos de interés como abonos, repelentes de plagas, y mantenimiento de maquinarias e información de su catálogo.
- **Tiempos de entrega y disponibilidad:** responsabilidad con pedidos de repuestos para maquinarias, y abastecimiento oportuno de distintos productos de su catálogo.

- **Precios y formas de pago:** la búsqueda de precios competitivos a través de cotizaciones y comparaciones de beneficios que cada uno de estos presenten.
- **Descuentos o regalías.**
- **Responsabilidad.**

Proveedores y sus productos:

Opciones:

- **Almacenes Vidrí:** Maquinaria, abonos, herramientas manuales, herramientas eléctricas.
- **Freund:** Maquinaria, abonos, herramientas manuales, herramientas eléctricas, Semillas de plantas decorativas y arbustos, plantas, etc.
- **Agroservicio El Campesino:** Todo referente a químicos, pesticidas, abonos orgánicos y químicos, herramientas manuales.

3.6 PLAN DE MERCADEO

Este nos permite establecer detalles sobre las estrategias a realizar para el manejo del mercadeo de la empresa, de igual manera generar competitividad en el mercado.

a. Resultados de la investigación de mercado

Los encuestados viven en zonas residenciales ubicadas en San Salvador Centro, lo que indica que este es el segmento de mercado más importante para Botany & Garden Jobs. Por lo tanto, la empresa debe enfocar sus esfuerzos de marketing y ventas en esta área geográfica para maximizar su alcance y aumentar su base de clientes.

El estudio revela que el 77% de los encuestados está interesado en contratar servicios de jardinería y paisajismo para su hogar o negocio. Además, la mayoría de los encuestados son usuarios activos de Internet y redes sociales. Así que, Botany & Garden Jobs debe considerar la implementación de canales de venta digitales para llegar a su público objetivo y aumentar su presencia en línea.

El estudio también muestra que los encuestados en un 51% valoran mucho la calidad y un 70% la comunicación de chat en línea, en base a esto, se busca optar por servicios que se adapten de manera oportuna y eficiente en tiempos estipulados. Por consiguiente, Botany & Garden Jobs debe enfocarse en brindar un servicio al cliente excepcional, que incluya tiempos de respuesta rápidos y una atención personalizada para satisfacer las necesidades de sus clientes.

El estudio proporcionó información valiosa sobre el mercado objetivo de Botany & Garden Jobs, ya que el 49% se siente muy cómodo en cuanto a los servicios en línea y un 43% expresa una mayor comodidad en cuanto a los beneficios que espera. Esto permite a la empresa planificar su estrategia de crecimiento a largo plazo. La empresa debe considerar la expansión a otras áreas geográficas ya que el auge digital es bien visto y la diversificación de sus servicios para satisfacer las necesidades de un mercado más amplio y aumentar su rentabilidad a largo plazo.

Además, los clientes consideran que el precio es la prioridad más alta al elegir un proveedor de servicios de paisajismo y jardinería, seguido de la disponibilidad de opciones y la calidad del servicio y personal. Los participantes del grupo focal encontraron interesante la idea de un negocio digital de paisajismo y jardinería en El Salvador, ya que no han encontrado anuncios referentes al tema. No todas las personas

pueden adoptar los servicios de paisajismo y jardinería, ya sea por desinterés o por los precios y la falta de información sobre estos.

Las propuestas presentadas en el desarrollo del instrumento incluyen desarrollar el interés de las personas en este rubro, atender con iniciativa y propuestas claras las necesidades observadas, informar de manera clara y precisa los elementos que conlleva el servicio, permitir el acceso a verificar la calidad del personal que lo atenderá y elegir el horario de trabajo en que presentarán el servicio.

En general, se tiene que hay una oportunidad para un negocio digital de paisajismo y jardinería en El Salvador, pero es importante tener en cuenta que el precio es un factor clave para los clientes. Además, es necesario informar de manera clara y precisa los elementos que conlleva el servicio y permitir el acceso a verificar la calidad del personal que lo atenderá para aumentar la confianza de los clientes.

b. Marketing Mix Digital.

Producto

Ofrecer un servicio innovador que consiste en diseñar, crear jardines y paisajes personalizados para los clientes, utilizando herramientas digitales de edición. El servicio se diferencia de la competencia por su calidad, creatividad, rapidez y adaptabilidad a las preferencias y presupuestos de los clientes.

Establecer un sistema de control de calidad y satisfacción del cliente, mediante encuestas de opinión, seguimiento postventa o garantía de servicio.

Precio

Establecer un precio competitivo basado en el valor percibido por el cliente, el

costo de los materiales y la mano de obra, y el margen de beneficio deseado. Puede ofrecer diferentes opciones de precio según el tamaño, la complejidad y el tiempo del proyecto, así como descuentos o facilidades de pago para clientes recurrentes o referidos.

Implementación de estrategias de fijación de precios psicológicos, como el redondeo, el anclaje o el contraste, para influir en la percepción y la decisión del cliente.

Plaza

Utilizar una estrategia de distribución directa, es decir, que te comunicas y entregas el servicio directamente al cliente, sin intermediarios. La zona geográfica de actuación es San Salvador Centro, pero se puede ampliar si el cliente lo solicita y está dispuesto a pagar un costo adicional por el transporte.

Diseño y optimización de página web, asegurándote de que sea atractiva, funcional, segura y fácil de navegar, y que incluya información relevante sobre tu servicio, tu equipo, tus proyectos y tus datos de contacto.

Creación y gestión de perfiles en las principales redes sociales (Facebook, Instagram), publicando contenido de valor, interactuando con tu audiencia, respondiendo a consultas o comentarios, y generando tráfico hacia tu web.

Participación en ferias o eventos relacionados con el sector de la jardinería y el paisajismo, donde puedas mostrar tu trabajo, captar clientes potenciales, establecer alianzas o contactos profesionales, y aumentar tu visibilidad y reputación.

Promoción

Creación de un manual de marca que reflejen la esencia y los beneficios del servicio, y que te ayuden a crear una imagen de marca reconocible y memorable.

Diseñar un folleto informativo con ejemplos de los proyectos, donde expliques tu servicio, cómo lo realizas, qué ventajas ofrece y cómo pueden contactarte. Distribuir el folleto en lugares estratégicos o enviarlo por correo electrónico a clientes potenciales.

Ofrecer una consulta o un diseño gratis como muestra del trabajo, invitando a los clientes a ver cómo quedaría su jardín o paisaje con tu servicio. Esta acción puede generar confianza, interés y deseo en los clientes, y aumentar las probabilidades de contratación.

Prueba física:

Usar un uniforme distintivo y profesional para tu personal, que refleje la imagen de tu marca y que genere confianza y credibilidad en los clientes.

Mostrar tu equipamiento de trabajo y herramientas digitales de forma visible y accesible, para que los clientes puedan ver cómo trabajas y qué beneficios les ofrece tu servicio.

Personas:

Seleccionar a tu personal según su formación, experiencia, habilidades y actitud, buscando que sean personas creativas, responsables, comunicativas y orientadas al cliente. Capacitar a tu personal en el uso de las herramientas digitales, las técnicas de jardinería y paisajismo, y el servicio al cliente, para que puedan ofrecer un trabajo de

calidad y resolver cualquier duda o problema que surja.

Respetar opiniones de mejoramiento en el servicio que estos brinden, ya que ellos son los que están frente al cliente y quienes observan las reacciones o actitudes de los clientes a su trabajo realizado.

Motivar a tu personal mediante incentivos, reconocimientos, feedback y oportunidades de desarrollo, para que se sientan parte de tu equipo y se comprometan con los objetivos de tu negocio.

Procesos:

Definir los pasos que se siguen desde que el cliente se pone en contacto contigo hasta que se entrega el servicio, estableciendo los tiempos, los recursos y las responsabilidades de cada etapa.

Optimizar los procesos mediante el uso de tecnología, automatización o simplificación, buscando reducir los costos, los errores y los tiempos de espera.

Orientar los procesos al cliente, ofreciendo una atención personalizada, rápida y eficaz, solicitando su opinión o sugerencia, y brindando un seguimiento postventa o una garantía de servicio.

c. 4C'S Marketing Digital

• Consumidor

Objetivo: segmentar el mercado de jardinería y paisajismo en El Salvador, identificando las características, necesidades y preferencias de los potenciales clientes.

Estrategia: es aplicar el método de segmentación RFM (recencia, frecuencia y

monto), que permite clasificar a los clientes según su comportamiento de compra.

Táctica: Tomar el segmento, y crear un buyer persona, con sus datos demográficos, psicográficos, comportamentales y geográficos.

Utilizar herramientas como Google Analytics, Facebook Insights o SurveyMonkey, que ayudarán a recopilar y analizar los datos del público objetivo.

- **Comunicación**

Objetivo: Posicionar la marca como una empresa líder en el sector de jardinería y paisajismo digital en El Salvador, destacando su propuesta de valor basada en la calidad, la innovación y la sostenibilidad.

Estrategia: Desarrollar una campaña de marketing de contenidos, que genere confianza, credibilidad y autoridad en el mercado.

Táctica: Crear y difundir contenidos relevantes, educativos y entretenidos para cada segmento, usando formatos como artículos, infografías, webinars, y canales como redes sociales, blogs, podcasts, videos, etc.

Utilizar herramientas como Mailchimp, Hootsuite o BuzzSumo, que ayudarán a crear y difundir contenido de forma efectiva.

- **Conveniencia**

Objetivo: Ofrecer una experiencia de compra fácil, rápida y satisfactoria al cliente, desde el primer contacto hasta el servicio postventa.

Estrategia: Implementar un sistema de CRM (Customer Relationship Management), que permita gestionar las relaciones con los clientes de forma eficiente y

personalizada.

Táctica: Optimizar el sitio web, usando herramientas como el SEO, el CRO, el UX/UI e implementar sistemas de pago seguros y rápidos y brindar un servicio postventa eficiente y personalizado.

Además de implementar un sistema de CRM, utilizar herramientas como el chatbot, o el customer journey map, que permitirán mejorar la interacción y la satisfacción del cliente

- **Coste**

Objetivo: Fijar un precio competitivo y rentable para el producto o servicio, que refleje el valor percibido por el cliente y que se adapte a las condiciones del mercado.

Estrategia: Aplicar el método de fijación de precios basado en el valor percibido, que consiste en determinar el precio según la disposición a pagar del cliente.

Táctica: Realizar un estudio de mercado para conocer la elasticidad de la demanda, la sensibilidad al precio y la percepción del valor del producto o servicio por parte del cliente.

Propuesta de valor

Brindar un servicio personalizado y de calidad basado en la innovación, cuidado y optimización de espacios exteriores con materiales propios de la naturaleza, brindando una vista agradable con diseños vanguardistas en diferentes áreas verdes.

Marca gráfica

Para la implementación de la marca de decide crear el siguiente imagotipo para nuestra empresa:



Figura 19. Marca gráfica.

Fuente: Autoría propia basada en investigación realizada.

Para la creación de este logo, se implementan técnicas minimalistas para que sea más sencillo de entender y tomando en cuenta las tendencias actuales del mercado.

Se elige una figura singular de un hogar y una planta que simboliza la esencia de nuestra empresa, ya que nos priorizamos por el cuidado de los jardines y paisajes. Además de manera profesional y confiable.

Además, de la creación diferentes tipos de versiones de logo, tanto la versión positiva y negativa, dejando el imagotipo como el oficial y las versiones de isotipo autorizadas para nuestra empresa que se pueden visualizar en los anexos.

Tipografía

La elección de la tipografía es Sansation que le da un tono profesional y a la vez actual en el logo.

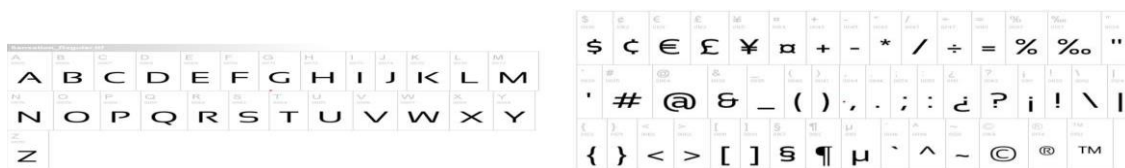


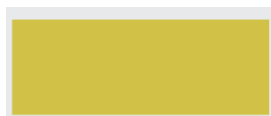
Figura 20. Tipografía.

Fuente: Autoría propia basada en investigación realizada.

Paleta de colores

Los colores de la marca son el Limed Oak, también es un color brillante y cálido. Representa el fuego, el sol, la diversión, el calor y las imágenes tropicales. El amarillo es el color más brillante para el ojo humano. Representa la juventud, la diversión, la felicidad, el sol y otros sentimientos lúdicos ligeros. Es un color alegre y energético.

CMYK: 0, 7, 66, 18



RGB: 209, 195, 71, 1



d. Propósito de la marca

La creación de Botany & Garden Jobs surge de la idea de cubrir un mercado poco explotado, con el objetivo de satisfacer la demanda principalmente de personas propietarias de viviendas con acceso a jardines y áreas, además de empresas interesadas en cuidar y diseñar sus espacios exteriores, con ideas novedosas que se adapten a sus gustos y necesidades.

Además, crear una marca comprometida con los clientes y responsabilidad por el cuidado de la naturaleza, respetando cada elemento de la misma al momento de diseñar los jardines, se convierte en uno de los principales propósitos de Botany & Garden Jobs.

e. Tono de comunicación de la marca.

Para la eficiente comunicación de la marca es indispensable conocer a qué tipo de público nos dirigimos, en el caso de Botany & Garden Jobs, va dirigido a personas interesadas en la jardinería, la estética por sus espacios verdes, con pasión por la naturaleza, con gusto por la facilidad y el uso de la tecnología para la búsqueda de productos y servicios desde la comodidad de su casa, entre otras características, por tanto, se busca crear una conexión emocional con las personas, por medio de los post en redes sociales, con el objetivo de fidelizar y humanizar la marca.

Los principales canales de la marca son la página web en la cual el tipo de comunicación se hará por medio de:

1. Artículos sobre jardinería
2. Descripción de servicios ofrecidos

En el caso de las redes sociales, la comunicación es de manera interactiva, estableciendo comunicación de manera visual y escrita, por medio de los siguientes elementos:

1. Storytelling, con el propósito de humanizar la marca y establecer conexión cercana con los clientes.
2. Videos informativos sobre paisajismo.
3. Tips y consejos de cuidado de plantas.

f. Experiencia de marca.

Se pretende generar una experiencia de marca desde el primer acercamiento de los clientes con la empresa, creando confianza y seguridad, por medio de la interacción continua y respetuosa, especificado a continuación:

1. Acercamiento agradable por medio de redes sociales y/o página web, atrayendo clientes con post y artículos de valor.
2. Asesoramientos desde el primer contacto, con atención al cliente de calidad.
3. Catálogo de diseños y asesorías personalizadas.
4. Comunicación continúa con clientes, sobre procesos, materiales, diseños, profesionales, etc.
5. Servicio post venta.
6. Opiniones de mejora e implementación en futuros trabajos por medio de encuestas a clientes.

Con esto se busca generar una experiencia agradable para los usuarios, en calidad en cuánto a servicio al cliente, opciones de diseños acertadas y adecuadas conforme al gusto y presupuesto de las personas interesadas, profesionales éticos y con experiencia en el área, entre otros, que a corto, mediano y largo plazo se vea reflejado en las recomendaciones de los clientes y el incremento en ventas.

g. Valor agregado.

Como Botany & Garden Jobs se busca la satisfacción del cliente en el servicio brindado. Que la experiencia de contratación genere confianza a través del trabajo bien realizado, ejemplos de lo que se pretende ofrecer es:

- Garantía de seguimiento al servicio brindado.
- Asesorías gratuitas antes y después de brindar un servicio como consejos, y recomendaciones para el cuidado de sus jardines.
- Catálogos de nuevos diseños para jardines.

h. Slogan propuesto para la empresa.

Este es propuesto en base a lo que la empresa pretende lograr que las personas perciban, ya que el paisajismo y la jardinería son un arte de apreciación moderno, el cual permite que a través de ello las personas logren crear ambientes de relajación, elegancia, salud, concentración o estatus.

¡El Arte de vivir bien!

Figura 21. Propuesta Slogan.

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.



Figura 22. Prototipo de banner.

Fuente: Autoría propia basada en investigación.

i. Atributos de la marca

Botany & Garden Jobs es una empresa vanguardista, comprometida con los clientes, cubriendo las altas expectativas de las personas, ofreciendo servicios de calidad a precios competitivos, algunas de las características principales que destacan a la marca son:

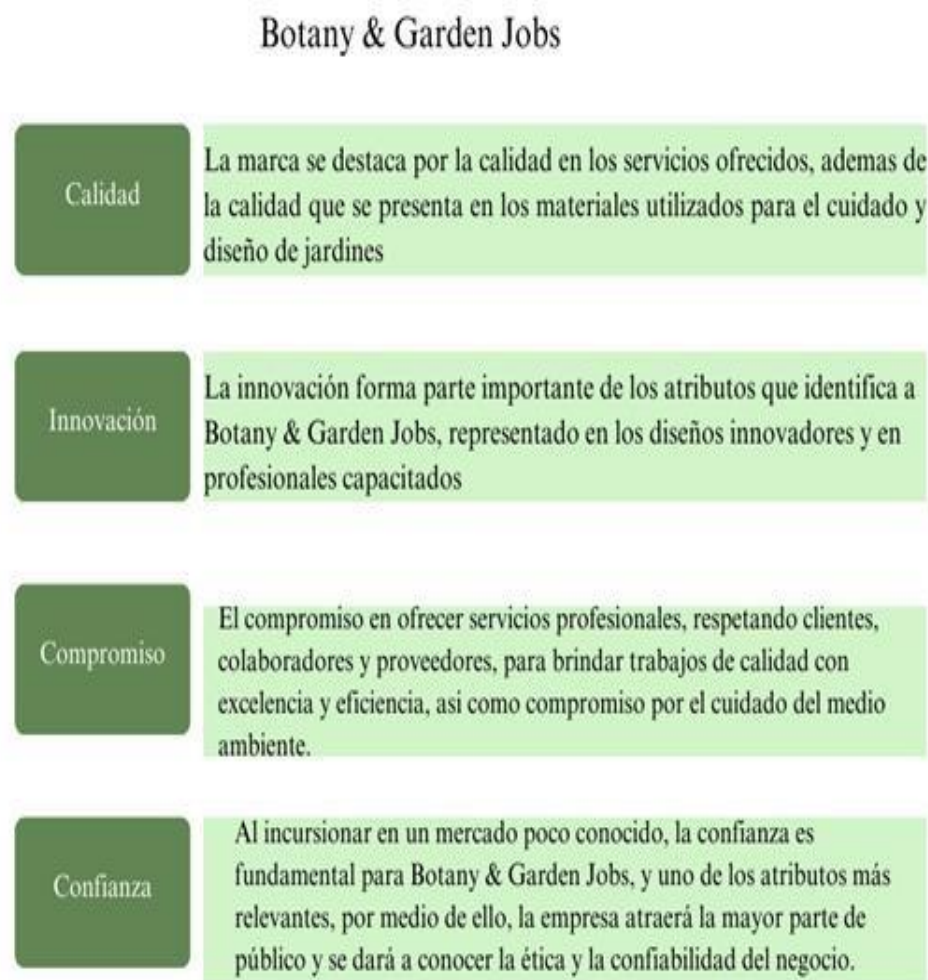


Figura 23. Atributos de la marca.

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

j. Diferenciación de la marca

Botany & Garden Jobs es una empresa dedicada a la prestación de servicios de jardinería y paisajismo de manera totalmente digital, lo cual la convierte en una empresa innovadora que satisface las necesidades de un mercado amante de la comodidad y el buen gusto. En El Salvador el rubro de jardinería y diseño de áreas verdes es escaso, sin embargo, las empresas que enfocan sus esfuerzos a esta rama no lo hacen de manera 100% digital.

Por tanto, debido a las exigencias actuales del mercado, Botany & Garden Jobs se diferencia del resto, por la facilidad en la prestación de sus servicios, con profesionales de calidad y la actualización continua en sus procesos en línea, con el fin de la excelencia en los servicios ofrecidos.

Es por ello que la presencia total de Botany & Garden Jobs en plataformas digital, la hace ser una empresa novedosa, vanguardista y comprometida con los usuarios para ofrecer contenido de valor en sus redes sociales y pagina web, además de la excelente atención al cliente desde el primer contacto hasta el ofrecimiento de servicio post venta

k. Posicionamiento de la marca

Para el buen posicionamiento de la empresa de jardinería se toma en cuenta características particulares que ayuda a permanecer en la mente de los consumidores, resaltando sus atributos principales y colocando a la marca de una manera novedosa, responsable, comprometida y accesible, partiendo de los siguientes aspectos:

- Beneficios y atributos.

Botany & Garden Jobs busca permanecer en el top de empresas de paisajismo y jardinería por los beneficios que ofrece, principalmente por su servicio digital, siendo una idea novedosa que facilita a las personas el cuidado y diseño de sus áreas verdes.

La comunicación directa en plataformas digitales también genera una experiencia agradable para los usuarios, ya que reciben asesorías personalizadas de profesionales y diseños que optimicen sus espacios acordes a sus necesidades, además de recomendaciones útiles y efectivas para el manejo y cuidado de jardines, con ello se pretende posicionar a la empresa en la mente de los usuarios por sus beneficios únicos y por la rapidez y accesibilidad al momento de la contratación de los servicios.

A partir de las plataformas digitales, se plantea otorgar catálogos de diseños a los clientes, y de esta manera que ellos puedan elegir y cotizar desde la comodidad de su teléfono o computadora. Estos facilitan la interacción y la comunicación recíproca entre cliente y empresa, permitiendo generar una mejor experiencia para el cliente.

Se implementa un servicio post venta, el cual se basa en proporcionar un calendario de riego, mantenimiento, poda, etc., que sea adecuado según el tipo de jardín o área verde al que se le haya brindado el servicio.

3.7 PLAN DE VENTAS.

Este es el método a utilizar según las metas de ventas que se plantean y sus actividades para poder lograrlas, este a su vez detalla los enfoques financieros del proyecto.

a. Ciclo de ventas.



Figura 24. Ciclo de ventas

Fuente: Autoría propia basada en investigaciones sobre ciclo de ventas.

1. Prospección de ventas:

El público que se propone atraer a nuestro sitio web y redes sociales, son personas mayores de dieciocho años y jefes de familia que vivan en residenciales ubicadas en San Salvador Centro y San Salvador Oeste, que tengan gusto por la decoración, cuidado y mantenimiento de sus jardines. Esto se realiza a través de la implementación de Inbound Marketing, que pretende alcanzar la mayor cantidad de tráfico para nuestro sitio web, creando y actualizando contenido de calidad para mayor atracción.

Las estrategias que se ponen en marcha son el Marketing por redes sociales, y SEM, esto ayuda a que nuestro sitio web y redes sociales se puedan dar a conocer al mismo tiempo y aparezcan con mayor frecuencia frente nuestros clientes potenciales.

2. Establecer contacto.

La forma de contacto con nuestros clientes es de manera digital, esto a través de nuestras redes sociales y sitio web. Se propone la creación de arte digital para nuestras redes sociales, estas permiten atraer la atención de los usuarios de estas mismas, permitiendo trasladar tráfico a nuestro sitio web donde se presentan más a detalle nuestros servicios.

3. Calificación de leads.

Se presenta a través del sitio web un chat bot, con el cual se puede sondear de manera general los gustos y preferencias que nuestro cliente necesite satisfacer a través de nuestro servicio.

4. Presentación o reuniones.

Este apartado se genera a partir del plan de ventas que se proponga con el equipo de trabajo, es la presentación del plan y cronograma de eventos dentro del servicio que se presta. De igual manera se promociona las ventajas de visitar nuestro sitio web, los beneficios que este tiene como los consejos para el cuidado y mantenimiento de jardines pequeños de manera gratuita, así captando la atención de una manera más factible y generando una mayor confianza en nuestro servicio.

5. Manejo de opiniones.

Se presenta a disposición una sección de mensajes y comentarios de manera privada a nuestro servicio de asistente y soporte en línea, que brinda respuestas cortas y claras a preguntas frecuentes, y que muestra detalles de cada una de las inconformidades del cliente, permitiendo negociaciones y reposicionamiento del servicio a clientes determinados.

6. Cierre o convenio.

Para el proceso de cierre de venta, en el apartado de contratar en el sitio web, se pone a disposición un cuadro de texto donde el cliente nos proporciona las medidas de su terreno o jardín para el servicio, de igual manera, existe un apartado para subir archivos JPG o PNG, para que se suban las fotos y ver el terreno donde se hará el trabajo. Para el pago del servicio se proporciona la opción de pago en línea con el 50% de adelanto para el servicio contratado, o pago contra entrega del 50% en efectivo al comienzo del trabajo, y el restante 50% al finalizar un 80% del servicio brindado. Dichos links estarán disponibles en el sitio web la realizar la elección del servicio que se desee.

7. Seguimiento.

Este consta de asesoramiento sobre el cuidado y mantenimiento de su jardín pasado el servicio que se le haya brindado, para que el cliente perciba ese interés por mejorar su experiencia y pueda recomendar nuestros servicios, y aumentar el tráfico a nuestro sitio web o redes sociales, para la captación de clientes potenciales.

b. Proyección de ventas.

Las proyecciones de ventas para Botany & Garden Jobs se presentan a continuación:

Tabla 6. Proyección de ventas Botany & Garden Jobs.

Servicio	U/M	Precio + IVA	1° año	2° año	3° año	4° año	5° año	Total	Total \$
Diseño de jardines	Paquete	\$ 1,100.00	4	5	6	7	8	30	\$ 33,000.00
Paquete basico de jardineria	Paquete	\$ 775.00	4	5	6	7	8	30	\$ 23,250.00
Otros servicios (independientes)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento de jardines y poda de árboles o arbustos.	Individual	\$ 150.00	13	16	17	18	19	83	\$ 12,450.00
Servicio en línea de consejería para el cuidado de sus jardines.	Suscripción	\$ 1.00	16	16	17	18	19	86	\$ 86.00
Proyectos de recuperación de áreas verdes.	Paquete	\$ 200.00	6	7	8	9	10	40	\$ 8,000.00
Colocación y programación de sistemas de riego.	Individual	\$ 150.00	12	13	14	15	16	70	\$ 10,500.00
Control de plagas (para vegetación)	Individual	\$ 75.00	12	13	14	15	16	70	\$ 5,250.00
Total									\$92,536.00

VENTAS 1° AÑO

Servicio	U/M	Precio + IVA	1° año	Total
Diseño de jardines	Paquete	\$ 1,100.00	4	\$ 4,400.00
Paquete basico de jardineria	Paquete	\$ 775.00	4	\$ 3,100.00
Otros servicios (independientes)	-	-	-	-
Mantenimiento de jardines y poda de árboles o arbustos.	Individual	\$ 150.00	13	\$ 1,950.00
Servicio en línea de consejería para el cuidado de sus jardines.	Suscripción	\$ 1.00	16	\$ 16.00
Proyectos de recuperación de áreas verdes.	Paquete	\$ 200.00	6	\$ 1,200.00
Colocación y programación de sistemas de riego.	Individual	\$ 150.00	12	\$ 1,800.00
Control de plagas (para vegetación)	Individual	\$ 75.00	12	\$ 900.00
Total				\$ 13,366.00

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

Las proyecciones presentadas anteriormente se basan en la captación y comparación de precios de la competencia actual en el mercado salvadoreño. Estas estimaciones se reflejan por el precio según unidad de medida del servicio que se brindara en conjunto a lo esperado de contratación de cada uno de los servicios por año, reflejando un aumento porcentual de un 5% a un 6% anualmente. Las ventas presentadas al primer año reflejan como cubren los costos y gastos de la empresa.

3.8 PLAN FINANCIERO.

El plan financiero es un documento que nos permite observar y analizar la situación de nuestra empresa, así como también nos muestra cómo gestionar de manera correcta los recursos y si el proyecto es viable.

a. Plan de inversión.

El plan de inversión nos permite observar e identificar las herramientas necesarias para la estructuración de nuestro servicio. En este detalle se presentan todos aquellos recursos monetarios necesarios para el desarrollo del proyecto.

Tabla 7. Supuesto de inversión y financiamiento para Botany & Garden Jobs.

Inversión					
Concepto	Unidad	Precio	Inversión	Fondos disponibles propios	Financiamiento o por préstamo
Suma total				\$ 8,400.00	\$ 2,000.00
Local (Renta basada a 12 meses)	12	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 600.00	
Recurso humano (pagos por 12 meses)	12	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 4,380.00	
Vehículo de la empresa	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00		\$ 1,500.00
Pago de préstamo	12	\$ 91.67	\$ 1,100.04	\$ 1,100.04	
Suma total					\$ 1,380.00
Herramientas eléctricas					
Motosierra	1	\$ 200.00	\$ 200.00		\$ 200.00
Trimmer	1	\$ 310.00	\$ 310.00		\$ 310.00
Podadora	1	\$ 215.00	\$ 215.00		\$ 215.00
Cortasetos	1	\$ 210.00	\$ 210.00		\$ 210.00
Productos complementarios					
Productos químicos y fertilizantes.	1	\$ 85.00	\$ 85.00		\$ 85.00
Herramientas manuales					
Herramientas como palas, piochas, hazadones, tijeras de poda, etc.	2	\$ 80.00	\$ 160.00	\$ 160.00	
Equipo de protección del personal	2	\$ 100.00	\$ 200.00	\$ 200.00	
Total de inversión					\$ 8,960.04
Capital de trabajo					\$ 10,400.00
Remanente para otras inversiones					\$ 1,439.96

Calculo de cuota para préstamo

Monto	\$ 2,000.00
Interes	\$ 200.00
Interes sobre total de préstamo	10%
Plazo	24 meses
Cuota establecida	\$ 91.67

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

b. Estructura de costos.

La estructura de los costos tiene como objetivo organizar de forma efectiva los costos en los que se incurrirá como empresa para brindar en este caso el servicio propuesto como Botany & Garden Jobs.

Tabla 8. Estructura de costos para Botany & Garden Jobs.

Estructura de costos Botany & Garden Jobs			
Concepto	Meses	Precio	Total 1° año
Costos Fijos			\$ 10,820.04
Local (arriendo mensual)	12	\$ 50.00	\$ 600.00
Recurso humano (pago mensual por 1 empleados)	12	\$ 365.00	\$ 4,380.00
Vehículo de la empresa (Depreciación)	12	\$ 50.00	\$ 600.00
Pago de préstamo + interés	12	\$ 91.67	\$ 1,100.04
Agua potable	12	\$ 20.00	\$ 240.00
Luz eléctrica	12	\$ 30.00	\$ 360.00
Internet y línea fija	12	\$ 35.00	\$ 420.00
Pagos de suscripción a sitio web	12	\$ 10.00	\$ 120.00
Publicidad (Inversión cada 2 meses)	6	\$ 500.00	\$ 3,000.00
Costos variables			\$ 2,545.00
Herramientas eléctricas (1 vez al año)			
Motosierra	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Trimmer	1	\$ 310.00	\$ 310.00
Podadora	1	\$ 215.00	\$ 215.00
Cortasetos	1	\$ 210.00	\$ 210.00
Productos complementarios (cada 2 meses)			
Productos químicos y fertilizantes.	6	\$ 85.00	\$ 510.00
Herramientas manuales (2 veces por año)			
Herramientas como palas, piochas, hazadones, tijeras de poda, etc.	2	\$ 80.00	\$ 160.00
Equipo de protección del personal (cada 6 meses)			
Gasolina de vehículo de la empresa (Estimado)	12	\$ 45.00	\$ 540.00
Repuestos de maquinaria y mantenimientos	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Total de capital necesario a 12 meses			\$ 13,365.04

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

Tabla 9. Desglose de costo por empleado de Botany & Garden Jobs.

Nombre	Salario	Meses laborados	AFP	ISSS	Total	AFP Patrono	ISSS Patrono
Empleado 1	\$ 365.00	12	\$ 26.46	\$ 10.95	\$ 37.41	\$ 28.29	\$ 27.38
Total	\$ 365.00		\$ 26.46	\$ 10.95	\$ 37.41	\$ 28.29	\$ 27.38

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

c. Flujo de efectivo

El flujo de efectivo es una herramienta importante para evaluar la salud financiera de una empresa y para tomar decisiones informadas sobre inversiones y financiamiento.

Tabla 10. Estado de flujo de efectivo.

Botany and Gardens Jobs					
Estado de flujo de efectivo					
en miles de dolares					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion	-\$ 10,400.00				
Ventas	\$ 13,366.00	\$ 16,116.00	\$ 18,567.00	\$ 21,018.00	\$ 23,469.00
(-) Gastos de administracion y ventas	-\$ 13,365.04	-\$ 13,365.04	-\$ 13,365.04	-\$ 13,365.04	-\$ 13,365.04
Impuestos					
Total actividades de operaci3n	\$ 0.96	\$ 2,750.96	\$ 5,201.96	\$ 7,652.96	\$ 10,103.96
Actividades de Inversion					
Total actividades de financiamiento	-\$ 2,200.00	-\$ 1,099.96	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de Financiamiento	-\$ 2,200.00	-\$ 1,099.96	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo neto de efectivo	-\$ 2,199.04	\$ 1,651.00	\$ 5,201.96	\$ 7,652.96	\$ 10,103.96

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

d. Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

El análisis de rentabilidad y el punto de equilibrio son dos herramientas importantes para evaluar la situación financiera de una empresa.

Tabla 11. Análisis de rentabilidad, VAN y TIR de la empresa.

Análisis de rentabilidad					
	1º año	2º año	3º año	4º año	5º año
Margen bruto=(ventas-costo de ventas)/ventas	81%	84%	86%	88%	89%
Margen operativo= Utilidad de operaci3n/ventas	-16%	10%	28%	36%	43%
Margen neto=Utilidad neta/ventas	-12%	8%	21%	27%	32%
Retorno sobre la inversion=Utilidad neta/inversion	-10%	7%	23%	34%	45%

Inversion inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TIR	VAN
-\$ 10,400.00	-\$ 2,199.04	\$ 1,651.00	\$ 5,201.96	\$ 7,652.96	\$ 10,103.96	19%	\$ 3,976.80

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

Tabla 12. Punto de equilibrio para la empresa.

Punto de Equilibrio							
		1º año	2º año	3º año	4º año	5º año	
Punto de equilibrio=Costos fijos/(1-(costos variables/ventas))	Costos fijos	\$ 10,820.00	\$ 13,364.76	\$ 12,849.10	\$ 12,538.69	\$ 12,310.66	\$ 12,136.04
	Costos variables	\$ 2,545.00					
PVU	\$ 199.49	\$ 214.88	\$ 226.43	\$ 236.16	\$ 244.47		
CVU	\$ 37.99	\$ 33.93	\$ 31.04	\$ 28.60	\$ 26.51		
PE	67	60	55	52	50		

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

e. Estado de resultado proyectado

Este informe nos permite planificar y tomar decisiones sobre el futuro de la empresa, y se basa en supuestos y proyecciones sobre el rendimiento futuro de la empresa.

Tabla 13. Estado de resultados proyectados para Botany & Garden Jobs.

Botany and Gardens Jobs						
Estado de resultados						
Inversion	\$ 17,000.00	1º año	2º año	3º año	4º año	5º año
Ingresos por ventas		\$ 13,366.00	\$ 16,116.00	\$ 18,567.00	\$ 21,018.00	\$ 23,469.00
Costos de venta		\$ 2,545.00	\$ 2,545.00	\$ 2,545.00	\$ 2,545.00	\$ 2,545.00
Utilidad bruta		\$ 10,821.00	\$ 13,571.00	\$ 16,022.00	\$ 18,473.00	\$ 20,924.00
Gastos de operación		\$ 13,020.00	\$ 11,919.96	\$ 10,820.00	\$ 10,820.00	\$ 10,820.00
Gastos de venta		\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00
Gastos de administracion		\$ 7,700.00	\$ 7,700.00	\$ 7,700.00	\$ 7,700.00	\$ 7,700.00
Gastos financieros		\$ 2,200.00	\$ 1,099.96	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad neta		-\$ 2,199.00	\$ 1,651.04	\$ 5,202.00	\$ 7,653.00	\$ 10,104.00

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

3.9 PLAN DE TRABAJO

A continuación, se desarrolla el plan de trabajo para Botany & Garden Jobs, el cual muestra una guía para la correcta ejecución del modelo de negocio digital.

Tabla 14. Plan de trabajo para Botany & Garden Jobs.

Actividades	Responsable	Meses											
		may-23	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	
Selección de modelo de negocio digital	Socios del negocio	■											
Evaluación inicial y definición de objetivos de trabajo	Socios del negocio	■											
Definición de público objetivo	Socios del negocio		■										
Búsqueda de proveedores y encuestas a segmento definido	Socios del negocio		■	■									
Presentación de resultados obtenidos	Socios del negocio			■									
Análisis de la situación para el lanzamiento del proyecto	Socios del negocio			■	■								
Planificación sobre elaboración de redes sociales	Socios del negocio			■	■								
Realización de presupuestos para la puesta en marcha de Botany & Garden Jobs	Socios del negocio				■								
Planificación de lanzamiento del modelo de negocio digital	Socios del negocio				■	■							
Creación de redes sociales y página web	Socios del negocio					■	■						
Inicio y seguimiento de estrategias para generar visitas en página web y redes oficiales	Socios del negocio						■	■	■				
Evaluación inicial de proyecto lanzado	Socios del negocio									■	■		
Seguimiento de resultados del negocio digital	Socios del negocio												■

Fuente: Autoría propia basada en la investigación realizada.

3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN

Para la correcta ejecución del negocio es necesario tener presente indicadores de medición que ayuden a llevar un control sobre la implementación y desarrollo del modelo de negocio digital, para dicho control se toman en cuenta los siguientes indicadores, teniendo como parámetros de medición el tiempo, alcance, costos, fidelización, la calidad del servicio, rentabilidad, retención de clientes, y volumen de ventas.

I. Coste por lead: indicador que permite saber cuánto cuesta en términos monetarios atraer clientes. Para medir este indicador se toma en cuenta datos como: la inversión en campañas de mercadeo y el número de leads que se genere, aplicando la siguiente fórmula:

CPL: $\text{Inversión total de la campaña} / \text{número de leads}$

Periodo de medición: 60 días

Escala de medición:

Menor a \$50: eficiente Igual a \$50: admisible Mayor a \$50: deficiente

II. Número total de visitas: este indicador ayuda a medir el desempeño obtenido de las estrategias realizadas para atraer clientes. Se mide tomando en cuenta parámetros como: el número de las visitas que se genere y el total de visitas que entraron a la página pero que salieron sin interacción alguna.

Para la obtención de este dato, se aplicará la fórmula:

$\text{Visitas sin interacción} / \text{total de visitas} \times 100.$

Periodo de evaluación: **trimestral**

Escala de medición:

Menor a 50%: positivo

Igual a 50%: permisible

Mayor a 50%: negativo

III. Número de ventas: este KPI ayuda a mostrar datos sobre las ventas realizadas y el correcto funcionamiento del sitio web. Los datos a considerar para la medición de este indicador son el número total de pedidos y el número de leads

generados, aplicándolo en la siguiente fórmula: $\text{ventas} = (\text{número de pedidos/oportunidades generadas}) \times 100$.

Periodo de medición: **Trimestral**

IV. Calidad de servicio: indica qué tan satisfechos están los clientes con los servicios ofrecidos por Botany & Garden Jobs. Para su medición los datos se obtendrán por medio de encuestas, evaluaciones de seguimiento y obtener datos por medio de formularios en línea. Para obtener un índice de satisfacción se utilizará la siguiente fórmula:

$\text{Índice de satisfacción} = \frac{\text{número de valoraciones positivas}}{\text{total de valoraciones}} \times 100$.

Periodo de evaluación: **trimestral**

Escala de medición.

20-30%: deficiente 30-40%: permisible Mayor 40%: óptimo

V. KPI de productividad: ayuda al control de rendimiento laboral de todos los miembros de la empresa, desde socios hasta empleados de jardinería. Para su medición los criterios a tomar en cuenta son, el tiempo promedio en realizar actividades y la cantidad de veces que se realiza la acción, el dato se obtendrá por medio de la fórmula:

$\text{Tasa promedio de finalización de tareas} = \frac{\text{tiempo total en una tarea}}{\text{número de veces realizadas}}$.

Periodo de evaluación: **semestral**

VI. Interacción en redes sociales: al ser un negocio digital, este KPI, ayuda a medir la interacción de los usuarios en las redes sociales de la empresa, los comentarios, las veces compartidas, número de seguidores, etc.

Para la medición de este indicador los principales parámetros a considerar son el número de “me gusta”, total de publicaciones en un periodo determinado, número de veces compartido, total de comentarios por publicación, algunas fórmulas para su medición son:

Me gusta promedio por publicación= número de “me gusta” 30 días/total de publicaciones.

Compartidos promedios por publicación= número de compartidos 30 días/total de publicaciones.

Comentarios promedio por publicación= número de comentarios 30 días/total de publicaciones.

Periodo de evaluación: mensual

Escala de medición:

10-20 me gusta/compartido/comentario: **deficiente**

20-30 me gusta/compartido/comentario: **permisible**

30-40 me gusta/compartido/comentario: **óptimo**

VII. KPI ROI: por medio de este indicador se puede tener una noción sobre la rentabilidad del negocio. Los datos a considerar para su medición son el total de beneficios obtenidos y el monto de la inversión realizada. Para ello se utilizará la siguiente fórmula: $ROI = \frac{\text{beneficios de la campaña} - \text{inversión de la campaña}}{\text{inversión de la campaña}} \times 100$.

Roi positivo: ganancias mayores a inversión

Roi negativo: ganancias menores a inversión

Periodo de evaluación: **trimestral**

VIII. Tasa de conversión de clientes potenciales: brinda información sobre el público objetivo, si la tasa es alta refleja que el negocio se dirige a la audiencia correcta.

Para medir este indicador el dato se obtiene de la siguiente fórmula:

Tasa de conversión = $\frac{\text{número total de conversiones}}{\text{número total de visitantes}} \times 100$.

Periodo de medición: **trimestral**

Porcentaje de aceptación:

Menor 5%: deficiente Igual 5%: admisible Mayor 5%: eficiente

IX. Lead time: este KPI nos ayuda a medir el tiempo empleado en todas las etapas del proceso de compra, iniciando con la búsqueda de proveedores, la selección de materia prima. Los principales datos a tomar en cuenta para su medición son el tiempo que transcurre desde que se realiza el pedido hasta que se recibe.

Fórmula: lead time = fecha deseada - fecha de ingreso de la orden

Periodo de evaluación: **trimestral**

Menor a 45 días: optimo

45-60 días: aceptable

60-90 días: deficiente.

X. Tasa de retención de cliente: este indicador ayuda a medir la fidelidad del cliente hacia la marca. Para obtener los datos de este indicador se toma en cuenta el número de clientes al final del periodo, el número de clientes adquiridos y los clientes que se tenían al comienzo del periodo, este dato en porcentaje da a conocer la retención de clientes del negocio. Para la obtención de estos datos, la fórmula a utilizar será:

TRC= clientes final del periodo-nuevos clientes adquiridos/clientes al inicio del periodo x 100

Periodo de evaluación: **trimestral**

Escala de medición:

Menor 50%: deficiente Igual 50%: permisible Mayor 50%: eficiente

XI. Valor de ticket promedio: este indicador de medición permite conocer datos sobre el cálculo de inversión en publicidad, establecer políticas de precios, tomar decisiones sobre el tipo de público objetivo, entre otros.

Los parámetros bajo los cuales se medirá este KPI son: el total de la facturación de pedidos y el número total de pedidos generados, para obtener un resultado estos datos se dividirán y con ello se podrán mejorar estrategias para el aumento del ticket promedio.

Periodo de evaluación: **mensual**

Ticket mensual menor a \$50: deficiente

Ticket mensual igual a \$50: aceptable

Ticket mensual mayor a \$50: óptimo

XII. KPI rentabilidad: mide los ingresos obtenidos de las inversiones y actividades realizadas en la gestión del negocio. Para su medición se tiene en cuenta datos como el beneficio neto obtenido y las inversiones realizadas, a partir de ello, se implementa la siguiente fórmula:

Rentabilidad= (beneficio neto/inversiones) x 100; con ello se tendrá una guía sobre la efectividad de las estrategias implementadas.

Periodo de evaluación: **anual**

XIII. KPI conversión: permite conocer la cantidad de usuarios que visitan el sitio web, las personas que se quedan y hacen clic a los servicios ofrecidos, así como el número de personas que realizan la compra. Para su medición los datos a tomar en cuenta son: número de personas que realizan la compra y el total de visitas a la página.

Conversión= número de conversiones/número de leads x 100.

Periodo de evaluación: **mensual**

Porcentaje:

1-2%: deficiente 3%: permisible mayor o igual 3%: eficiente

Aplicando la siguiente fórmula: número de leads/total de visitas x 100.

XIV. Tasa de cancelación: da a conocer el número de usuarios que han dejado de seguir la marca, con la finalidad de mejorar estrategias para la duración de relaciones con clientes. Para su medición se hace uso de la siguiente formula: Tasa de abandono=total de clientes abandonados/total de clientes al inicio del periodo x 100.

Periodo: **trimestral**

Escala de medición:

Menor 5%: óptimo igual 5%: permisible mayor a 5%: deficiente

CONCLUSIONES

El modelo de negocio digital Botany & Garden Jobs es una idea novedosa en el ámbito de la prestación de servicios de jardinería y paisajismo en plataformas digitales, mostrando por medio de resultados obtenidos de encuestas la aceptación de personas interesadas en adecuar, cuidar y diseñar sus jardines con profesionales de calidad.

El proyecto digital cubre la necesidad de un segmento de la población que busca cuidar sus áreas verdes, a precios competitivos, buscando excelencia en el trabajo realizado y además comodidad y practicidad al momento de elegir una empresa que preste estos servicios, es por ello, que la creación de estrategias eficientes en el sitio web de Botany & Garden Jobs, así como en las redes sociales del negocio, son fundamentales para la captación de clientes.

Para el seguimiento de la puesta en marcha del negocio, es necesario tomar en cuenta indicadores que ayudarán a llevar un control sobre las actividades realizadas en la gestión de Botany & Garden Jobs, algunos de los más importantes son los indicadores financieros, el número total de visitas, la satisfacción del cliente entre otros, tomando en cuenta que la prestación de servicios será completamente digital.

Para el lanzamiento de Botany & Garden Jobs se realizaron proyecciones financieras las cuales mostraron que en los próximos 5 años la empresa crecerá, esto como resultado de la buena gestión, las excelentes estrategias implementadas y la innovación constante en cada proceso realizado.

RECOMENDACIONES

A partir de la investigación realizada, se puede definir que en El Salvador las empresas dedicadas al paisajismo y jardinería son pocas, a pesar de que existe un mercado amplio sin mucha explotación u oferentes, dado esto, se recomienda la implementación de estrategias de introducción en medios digitales para este tipo de empresas, al ser novedoso se convierte en un negocio rentable en el país.

Enfatizar la implementación de contenido de valor en medios digitales al mercado salvadoreño de jardinería y paisajismo, aprovechando el auge de la era digital y la funcionalidad que este ofrece. El público al cual va dirigido el proyecto acepta de manera positiva este tipo de empresas, ya que se brinda una experiencia de importancia y bienestar en el cuidado y mantenimiento áreas verdes al cliente, lo cual permite que este se identifique y se sienta cómodo con el modelo de negocio.

Identificar fortalezas y oportunidades de mejora de la empresa, estableciendo periodos de evaluación para la buena gestión del negocio, en temas financieros, administrativos, ventas, entre otros, con la finalidad de ofrecer servicios de calidad y obtener buen posicionamiento en el mercado salvadoreño.

Se recomienda la elaboración de estrategias publicitarias por medio de canales digitales, para tener un mayor rango de captación de clientes, generando así un tráfico alto en el sitio web de la empresa, como también a las redes sociales, así como establecer precios competitivos y de esta manera generar más oportunidades de éxito en ventas, lo cual a mediano y largo plazo aumentará las utilidades y generará mayor reconocimiento en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Philip Kotler, 8ª Edición, 2011 "Fundamentos de Marketing"
- Marketing de servicios, Zeithaml, Bitner, Gremler.
- Sampieri, H. (1997). Metodología de la investigación.
- Real academia española. (2023). Diccionario de la lengua española RAE.
- Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito (Gestión y Marketing)
- Corte Suprema de Justicia de El Salvador. (1991) Decreto N°70 Reglamento de ley de urbanismo y construcción en lo relativo a parcelaciones y urbanizaciones habitacionales.
- Administración I y II Segunda edición, Lic. Alexis Serrano.
- El marketing Mix Las 4Ps para aumentar sus ventas En 50 minutos, Morgane Kubicki, 2016.
- Marketing de servicios, Zeithaml, Bitner, Gremler.
- Ventaja Competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Michael E. Porter






Sitios web visitados:

- <https://brandinamic.com/las-4-fs-del-marketing-digital>/<https://moovemag.com/2019/07/que-es-el-paisajismo-definicion-historia-evolucion/> Alejandro, L. (2019). Que es el paisajismo, definición, historia y evolución.
- <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/> Crespo, C. (2022). Modelo Canvas que es y cómo utilizarlo
- Manzanilla, S. (2022). Análisis FODA que es y cómo aplicarlo a tu empresa.
- <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/alcaldias-el-salvador-asamblea-legislativa-1066671/2023/> Vides, C. (2023). MAPA: Esta es la nueva distribución oficial de municipios de El Salvador.
- <https://www.asamblea.gob.sv/node/12819#:~:text=Con%20la%20aprobaci%C3%B3n%20de%20la,divisi%C3%B3n%20territorial%20en%20El%20Salvador.> Asamblea Legislativa. (2023).
- <https://www.bancomundial.org/es/programs/de4lac/publication/digital-transformation-to-reignite-growth-and-equitability-in-el-salvador> Banco Mundial. (2022). Transformación Digital en El Salvador.
- <https://definicion.de/minimalismo/> Pérez Porto, J., Gardey, A. (2011). Minimalismo - Qué es, definición, en la música y características.
- <https://www.gureakmarketing.com/es/blog/27-marketing-relacional/274-que-es-el-marketing-mix>

- <https://es.wiktionary.org/wiki/vanguardista> Wikcionario (2017)
- <https://www.significados.com/disenio/> Significados de Diseño (2023)
- <https://www.occamagenciadigital.com/blog/que-es-una-pagina-web-tipos-Chinea> Irene (2021). Que es una página web, estructura y contenido.
- <https://rockcontent.com/es/blog/marketingoffline/#:~:text=Se%20conoce%20como%20marketing%20offline,parte%20del%20marketing%20on%2Dline.> RockContent (2017). Dentro o Fuera de la Línea.
- https://plantas.facilisimo.com/d/caracteristicas-de-los-jardines-tropicales_1080209.html Florencio (2014) Característica de los jardines tropicales.
- <https://www.becas-santander.com/es/blog/que-es-la-sostenibilidad.html> Santanders Universidades (2022). Que es la sostenibilidad: definición, tipos y ejemplos.
- [https://www.master-mbaonline.com/finanzas/plan-financiero/Plan-financiero.](https://www.master-mbaonline.com/finanzas/plan-financiero/Plan-financiero)
- <https://blog.hubspot.es/marketing/glosario-de-marketing>

ANEXOS.

Anexo: Verificación de marca.

		DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA					FECHA: 02/10/2023
							HORA: 11:03:31
ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA							
Clasificación de Viena: 07 01 25							
Clase: 98							
Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2021195377		20210320809	17/05/2021	00213 00031		10/02/2022	
Clasificación:		Titular: NOUBLEAU LEMUS, JOSE GUILLERMO					
07 01 08							
07 01 25							
Clase: 36							
Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2003033371		20030039329	02/07/2003	00202 00014		14/06/2004	
Clasificación:		Titular: RAUSCHKÖLB, JOHN DAVID					
07 01 08							
07 01 25							
Clase: 35							
Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
2021195378		20210320810	17/05/2021	00188 00412		11/02/2022	
Clasificación:		Titular: NOUBLEAU LEMUS, JOSE GUILLERMO					
07 01 08							
07 01 25							
Clase: 03,05,21							
Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins:	Nacionalidad
1983000458		1983000458	07/04/1983	00204 00107		01/03/1985	ESTADOUNIDENSE
Clasificación:		Titular:					
07 01 08							
07 01 25							



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 02/10/2023

HORA: 11:09:57

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 05 03 20

Clase: 03

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. Ins.:	Libro Ins.:	Fecha. Inc.	Nacionalidad
2016153506		20160236256	12/07/2016				
Clasificación:		Títular: CASTILLO VILLACORTA, ANDREA STEPHANIE LUFT, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - LUFT, S.A. DE C.V.					
05 03 13							
05 03 20							

Clase: 01,31,35

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. Ins.:	Libro Ins.:	Fecha. Inc.	Nacionalidad
2021196411		20210322677	24/06/2021	00096	00417	25/04/2022	
Clasificación:		Títular: APATIT.					
05 03 03							
05 03 20							
05 03 14							



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 02/10/2023

HORA: 11:08:36

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 05 03 11

Clase: 01

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. Ins.:	Libro Ins.:	Fecha. Inc.	Nacionalidad
2020184401		20200296760	23/01/2020				
Clasificación:		Títular: BORJA AMAYA, CARLOS ENRIQUE					
05 03 11							
05 03 13							
05 03 15							
27 05 01							

Anexo: Encuesta.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD
DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA DE
MERCADERO INTERNACIONAL**

**"ENCUESTA DIRIGIDA A PERSONAS INTERESADAS EN EL PROYECTO
DE PAISAJISMO Y MANTENIMIENTO DE ZONAS VERDES EN
RESIDENCIALES"**

Datos de identificación:

¿Qué rango de edad tienes?

a) 18-25

b) 26-32

c) 33-45

¿Grado de escolaridad que posees?

a) 1-9 Grado concluido

b) Bachillerato concluido

c) Universitario

Preguntas específicas:

¿Te interesaría contratar servicios de paisajismo y jardinería para tu hogar o negocio?

(Sí/No)

¿Cuál es la principal razón por la que estarías interesado/a en estos servicios?

(Opciones: Mejorar el aspecto estético, crear un ambiente relajante, aumentar el valor de la propiedad, otros)

¿Tienes alguna preferencia en cuanto al diseño de paisajismo y jardinería? (Opciones:

Jardines tropicales, jardines minimalistas, jardines de estilo inglés, otros)

¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en servicios de paisajismo y jardinería? (Opciones:

Menos de \$100, \$100 - \$500, \$500 - \$1000, más de \$1000)

¿Qué tipo de servicios de paisajismo y jardinería te interesaría contratar? (Opciones:

Diseño de jardines, instalación de sistemas de riego, mantenimiento de jardines, poda de árboles, otros)

¿Qué conocimiento tienes sobre la contratación de personal o empresas que se dediquen al cuidado de plantas y jardines en medios digitales?

(Opciones: ninguna, intermedio, experto) (¿Cuáles?)

¿Te gustaría recibir consejos o recomendaciones sobre el cuidado de plantas y jardines a través de un sitio web y notificaciones? (Sí/No)

¿Te gustaría contratar servicios de jardinería y paisajismo a través de una plataforma digital? (Sí/No)

Qué tan cómodo/a te sientes utilizando servicios en línea para contratar profesionales?

(Opciones: Muy cómodo/a, Algo cómodo/a, No muy cómodo/a, No cómodo/a en absoluto)

¿Cuál sería tu principal preocupación al contratar servicios de jardinería y paisajismo en línea? (Opciones: Calidad del trabajo, confiabilidad del proveedor, falta de interacción personal, otros)

¿Qué beneficios esperarías al utilizar un negocio digital de jardinería y paisajismo en lugar de uno tradicional? (Opciones: Mayor comodidad, acceso a una variedad de proveedores, precios competitivos, otros)

¿Estarías dispuesto/a a proporcionar fotografías y medidas de tu espacio exterior para recibir un diseño personalizado en línea? (Sí/No)

¿Cuál sería tu preferencia en cuanto a la comunicación con el proveedor de servicios en línea? (Opciones: Chat en línea, correo electrónico, video llamada, otros)

¿Qué tan dispuesto estarías a pagar por servicios de jardinería Y paisajismo en línea en comparación con los servicios tradicionales? (Opciones: Igual, un poco más, mucho más)

Observaciones o sugerencias:

Nota: Se toma como muestra dos residenciales, teniendo Res. El Pórtico, y Res. Arcos de San Jacinto, ambas en San Salvador Centro

****Los datos obtenidos son de uso exclusivo para el proyecto “Botany & Garden Jobs”**.**

Anexo: Guía de Grupo Focal.

1. Introducción:

¿Cuáles son los aspectos más importantes que consideran al contratar servicios de paisajismo y jardinería? (Pregunta abierta)

En una escala del 1 al 10, ¿qué tan satisfechos están con los servicios de paisajismo y jardinería disponibles actualmente en el mercado?

2. Discusión sobre preferencias y necesidades:

¿Podrían compartir ejemplos específicos de servicios de paisajismo y jardinería que hayan utilizado y les hayan gustado o decepcionado? (Pregunta abierta)

¿Qué aspectos valoran más al elegir un proveedor de servicios de paisajismo y jardinería? (Pregunta abierta)

3. Evaluación de conceptos y propuestas:

¿Qué les parece la idea de un negocio digital de paisajismo y jardinería en El Salvador? (Pregunta abierta)

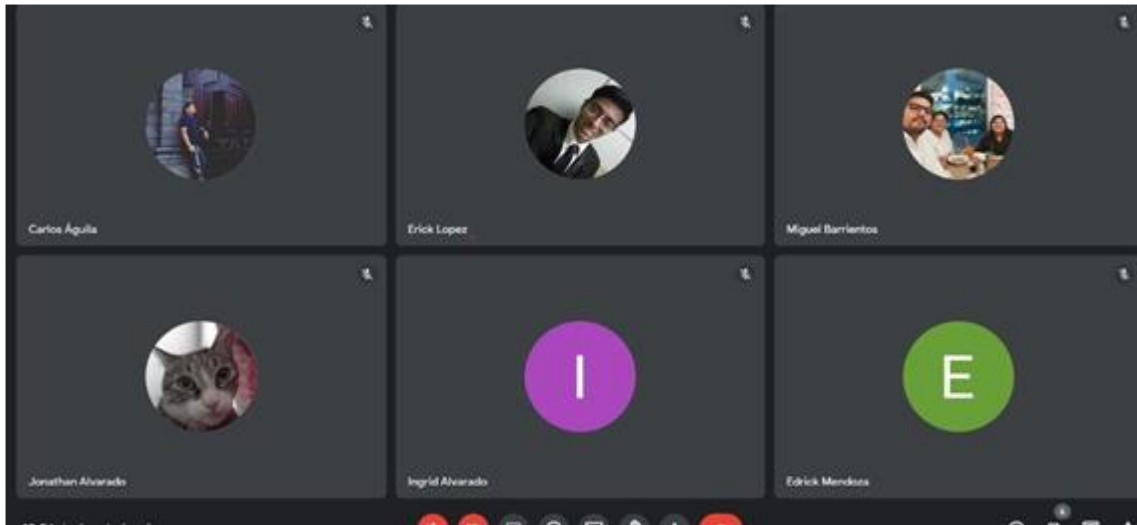
En una escala del 1 al 5, ¿qué tan dispuestos estarían a utilizar servicios de paisajismo y jardinería a través de una plataforma digital?

4. Experiencias compartidas:

¿Podrían compartir una experiencia memorable relacionada con servicios de paisajismo y jardinería? (Pregunta abierta)

¿Hay algún aspecto específico que les gustaría destacar sobre su experiencia previa con servicios de paisajismo y jardinería? (Pregunta abierta)

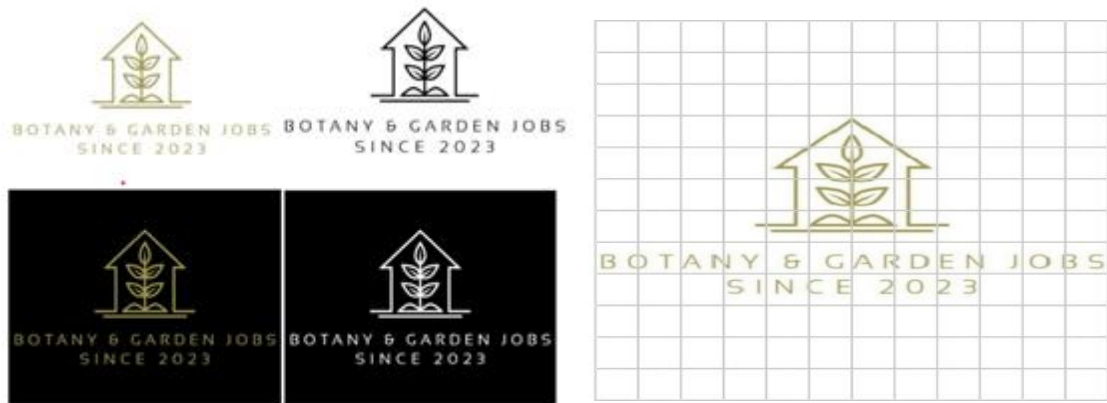
Anexo: Focus group virtual



Anexo: Zona de encuesta.



Anexo: Logo de la empresa.

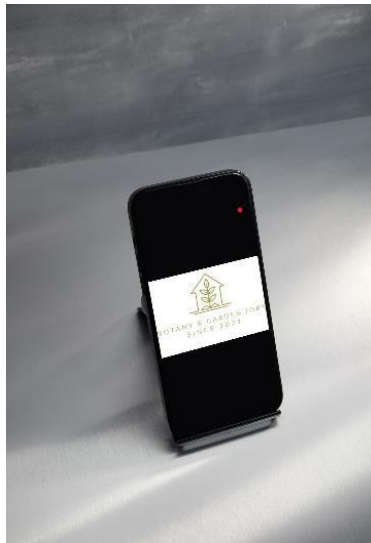


Anexo: Papelería corporativa y

promocionales.



Anexo: Mokups.



Anexo: Paleta de colores del logo.

