

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**PROYECTO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD DE
ESPECIALIZACIÓN: DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL**

“BEBEMATE”

PRESENTADO POR:

NOMBRE	CÓDIGO
HERNÁNDEZ REYES, SOFÍA ALEJANDRA	L10804
RAMIREZ IRAHETA, SONIA ELISABETH	L10804
RIVERA MINERO, SAÚL ALEXANDER	L10804

ABRIL 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. PEDRO JAVIER RIVAS MEJÍA
**COORDINADOR GENERAL DE
PROCESO DE GRADUACIÓN:** MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
**COORDINADORA DE PROCESO
DE GRADUACIÓN:** MSC. NORMA YESSENIA ECHEGOYÉN JIMENEZ
DOCENTE ASESOR: MSC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ
TRIBUNAL EVALUADOR: MSC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA
LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES

ABRIL 2024

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por la fortaleza y sabiduría brindada durante la realización de este trabajo; asimismo, expreso toda mi gratitud con sinceridad a mi Familia, especialmente a mi Madre Bessie Hdez y a mi Tía Elsa Hdez, por todas las palabras de aliento y presencia fundamental para mantenerme motivada y enfocada, por haber sido los pilares fundamentales de mi vida guiándome con su amor, comprensión y apoyo constante a lo largo de este logro académico. De la misma manera, decirles gracias a mis amigos por su amistad y su inquebrantable apoyo durante este proceso.

Sofía Alejandra Hernández Reyes

Doy infinitamente gracias a Dios, por permitirme llegar a este tan importante y anhelado momento, por las oportunidades que me ha brindado, por bendecirme, por ser mi guía y refugio. Extiendo mi más sincera gratitud y dedicatoria de este trabajo de graduación a mis amados padres; Laura Iraheta y Cesar Ramírez, por ser mi fuente de inspiración y motivación, sin ustedes todo esto no habría sido posible, por eso y más, este logro también es de ustedes; a mis hermanos por ser parte importante en mi vida. A todas esas personas especiales que me apoyaron incondicionalmente, por su invaluable contribución a mi vida.

Sonia Elisabeth Ramírez Iraheta

Agradeciendo a Dios por haberme otorgado las virtudes para realizar y culminar este proceso; entre ellas, contar con mis padres, Saúl Rivera y Aída Minero; en especial a mi madre, le agradezco por su amor, esfuerzo y sacrificio en todo este tiempo. Dedicado a mis abuelitos en el cielo, quienes, a través de sus cuidados, enseñanzas y mis padres; me bendijeron. Finalmente, a maestros, compañeros, amigos y familiares; a todos, por su tan preciado apoyo, gracias totales.

Saúl Alexander Rivera Minero

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1 Antecedentes.	1
1.1.2 Descripción.	2
1.1.3 Formulación.	3
1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.2.1 Geográfica y Temporal.....	4
1.2.2 Temporal.....	4
1.3 Marco Teórico	5
1.3.1 Histórico.....	5
1.3.2 Conceptual.....	6
1.3.3 Legal.....	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.1 Metodología de la Investigación	19
2.1.1 Generalidades.....	19
2.1.2 Método.	19
2.1.3 Enfoque.	20

2.1.4	Universo.....	20
2.1.5	Población.....	21
2.1.6	Muestra.....	21
2.1.7	Técnicas de Investigación.....	22
2.1.8	Instrumentos de Investigación.....	24
2.1.9	Presentación de Resultados.....	24
2.2	Diagnóstico de la Situación Actual.....	50
2.2.1	FODA Cruzado.....	50
2.2.2	Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter.....	52
2.2.3	Desarrollo de PEST.....	53
2.3	Conclusiones del Diagnóstico de la Situación.....	54
2.4	Lienzo Canvas.....	55
CAPITULO III: PROPUESTO DE PLAN DE NEGOCIO: BEBEMATE.....		56
3.1	Descripción del Negocio.....	56
3.2	Marco Estratégico.....	56
3.2.1	Misión.....	57
3.2.2	Visión.....	57
3.2.3	Valores.....	57
3.2.4	Objetivos.....	58
3.2.5	Metas.....	58

3.3 Descripción del Servicio	58
3.4 Ventaja Competitiva	63
3.5 Plan Organizacional	65
a. Estructura organizativa de la empresa.....	65
b. Organización de gestión y Recursos Humanos.....	67
c. Proceso Administrativo	69
d. Identificación y Características de los Proveedores.....	77
3.6 Plan de Mercadeo.....	78
a. Resultados de la investigación de mercado.....	78
b. Marketing Mix.....	81
c. Estrategias Marketing Mix.....	82
d. Marketing Mix Digital.....	83
e. Estrategias Marketing Mix Digital.....	84
3.7 Plan de Ventas	91
a. Ciclo de Ventas.....	92
b. Proyección de Ventas.....	94
3.8 Plan Financiero.....	95
a. Plan de Inversión.....	95
b. Estructura de Costos	97
a. Flujo de Efectivo	98

b. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.....	99
3.9 Plan de Trabajo.....	103
3.10 Indicadores de Medición.....	104
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA	109
ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Criterios de selección para muestra.....	23
Tabla 2 Matriz FODA Cruzado de BebeMate.....	51
Tabla 3 Competencia Directa de BebeMate.....	63
Tabla 4 Competencia Indirecta de BebeMate	64
Tabla 5 Organización de Gestión de BebeMate	68
Tabla 6 Descripción de Proveedores para BebeMate.....	77
Tabla 7 Cotización de insumos para Modelo de Negocio Digital BebeMate	78
Tabla 8 4P's del Marketing Mix.....	81
Tabla 9 4C's del marketing Mix Digital.....	83
Tabla 10 Proyección de Ventas en Unidades.....	94
Tabla 11 Proyección de ventas en dólares de E.E.U.U.	95
Tabla 12 Inversión Inicial de BebeMate	96
Tabla 13 Costo unitario, de personal y de gastos de BebeMate 2024-2028.	97

Tabla 14 Estado de Flujo de Efectivo Proyectado para los años 2024 a 2028.....	98
Tabla 15 Indicadores Financieros.....	99
Tabla 16 Estado de Resultados Proyectados de BebeMate.....	102
Tabla 17 Cronograma de Actividades de BebeMate.....	103
Tabla 18 Indicadores de Medición de BebeMate.....	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Gráfico pregunta 1 de Instrumento Cuestionario.....	25
Figura 2. Gráfico Pregunta 2 de Instrumento Cuestionario	26
Figura 3. Gráfico Pregunta 3 de Instrumento Cuestionario	27
Figura 4. Gráfico Pregunta 4 de Instrumento Cuestionario	28
Figura 5. Gráfico Pregunta 5 de Instrumento Cuestionario	29
Figura 6. Gráfico Pregunta 6 de Instrumento Cuestionario	30
Figura 7. Gráfico Pregunta 7 de Instrumento Cuestionario	31
Figura 8. Gráfico Pregunta 8 de Instrumento Cuestionario	32
Figura 9. Gráfico Pregunta 9 de Instrumento Cuestionario	33
Figura 10. Gráfico Pregunta 10 de Instrumento Cuestionario	34
Figura 11. Análisis 5 Fuerzas de Porter.....	52
Figura 12. Análisis PEST	53
Figura 13. Modelo Lienzo Canvas	55
Figura 14. Padres primerizos.....	59
Figura 15. Perfil de red social de BebeMate.....	61
Figura 16. Perfil de red social de BebeMate.....	62
Figura 17. Estructura Organizativa de BebeMate.....	66

Figura 18. Imagotipo de BebeMate.....	86
Figura 19. Nombre de Marca BebeMate.....	86
Figura 20. Tipografía de BebeMate	87
Figura 21. Slogan de BebeMate	88
Figura 22. Paleta de colores de BebeMate	88
Figura 23. Ciclo de Ventas de BebeMate	92
Figura 24. Rentabilidad de BebeMate para los años 2024 al 2028.....	100
Figura 25. Punto de Equilibrio para los años 2024 al 2028	101

RESUMEN EJECUTIVO

BebeMate es un modelo de negocio digital enfocado en la creación de un Sitio Web que surge bajo fines académicos con el propósito de obtener y brindar información relacionada al cuidado de Bebés y Recién Nacidos. La finalidad del proyecto es demostrar la factibilidad y rentabilidad que se puede alcanzar en un negocio que, debido a la creciente modernización, debe adaptarse de manera general dentro de la era digital; dicho esto, se debe crear un plan con presupuestos que, según un debido análisis de mercado, el mayor impedimento es el posicionamiento dentro del mercado digital para una nueva marca.

Debido a que el giro del negocio es ser un Portal Informativo y de Asistencia para los padres de familia primerizos o cualquier usuario que busque información relacionada al cuidado de bebés y recién nacidos, para el proyecto las diversas etapas que se deben desarrollar son: análisis de mercado, un debido registro de la marca, una estructura organizacional eficiente de la empresa, la creación de un manual de marca y de igual manera el establecimiento de los diversos planes de mercado, ventas y financieros.

A partir del análisis de mercado se logra un resultado de manera positiva por parte de los consumidores potenciales, demostrando la aceptación que se le dará al Sitio Web debido a la información que se obtendrá por medio de las alianzas con el sistema de salud, blogs, testimonios, foros de preguntas y respuestas brindados por los mismos usuarios que sugieren y establecen sus temas de interés dentro del Sitio web.

Finalmente, los indicadores financieros muestran un resultado positivo, determinando que el negocio es rentable, promoviendo la ejecución de este con todos los procesos y etapas que han sido detalladas dentro del plan de negocio digital presentado, BebeMate.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación consiste en el diseño de modelo de negocio digital BebeMate, este impulsa el acceso a la información sobre cuidados de bebés y recién nacidos a padres de familia, ya sea primerizos o que gustan de estar mejor informados para realizar la tarea de cuidar a sus hijos en esta etapa. Se describe la metodología a utilizar en la investigación, método científico con un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, junto al instrumento utilizado por el equipo, siendo este la encuesta y entrevista como técnica de recopilación de datos para BebeMate, mediante la aplicación del método representativo a través de la muestra finita en representación del público objetivo.

El diagnóstico situacional para la marca BebeMate forma parte fundamental en la planeación de la misma, se aplica el FODA Cruzado como agente de detención de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a la problemática y de esta forma superarlas en un lapso de tiempo determinado; el desarrollo de las cinco fuerzas de Michael Porter para detectar la posición del negocio en el mercado; el diseño del análisis PEST y lienzo CANVAS; herramientas que proporcionan información sobre el entorno donde se sitúa BebeMate.

Dentro del buen funcionamiento y ejecución de proceso, se incorpora el plan organizacional del negocio basado en estrategias, plan de mercadeo específico y ventaja competitiva diseñado acorde a la realidad del mismo. Culminando con el plan financiero, esta herramienta ayuda a conocer y evaluar la realidad del negocio mediante el implemento de las proyecciones financieras, determinando la viabilidad del negocio; además, el plan de ventas, los indicadores de medición y plan de trabajo, convenientes a las actividades de BebeMate.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

En el primer capítulo del presente trabajo toma en cuenta diversos factores de importancia que se plantean para el negocio digital BebeMate, en donde se compone del planteamiento del problema del cual se desglosan antecedentes, descripción, formulación y enunciado del problema; también, contiene la delimitación del problema y un marco teórico en el ámbito histórico, conceptual y legal.

1.1 Planteamiento del Problema

Con el pasar de los años, la sociedad ha presenciado el crecimiento del mundo digital y El Salvador no es la excepción, esto ha generado la facilidad con la que las personas exploran el vasto terreno del Internet en busca de bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. Contar con blogs, formar parte del comercio electrónico, poseer página web y redes sociales, se ha convertido en posicionamiento de diferentes empresas. Ante esta realidad, el modelo de negocio digital denominado BebeMate que considerará expandirse en el mercado virtual como una opción más a padres primerizos en búsqueda de información, asesoría sobre el cuidado y artículos para bebés, donde se exponga un catálogo de opciones dentro del sitio web con el objetivo que los clientes puedan obtener datos relacionados al cuidado para bebés y que este les genere confianza ante dicha actividad.

1.1.1 Antecedentes.

El comercio digital tuvo su mayor influencia durante los años 60 cuando apareció el Intercambio de Datos Electrónicos, esta innovación permitió a las empresas transmitir información financiera electrónicamente, dando lugar a las compras, las facturas y la realización de transacciones. De esta manera, las empresas establecieron un mecanismo de comercio electrónico, mejorando su competitividad e incrementando los beneficios obtenidos por parte del negocio.

A partir de esto, en la década de 1980 con la perfección de la televenta permitiendo la visualización de los artículos para obtener una idea más auténtica de estos mismos, de igual manera los consumidores realizaban la compra por medio de las tarjetas de crédito para posteriormente recibir los productos seleccionados en la comodidad del hogar.

Igualmente, la llegada del World Wide Web y la creación de las primeras páginas web al mejorar la accesibilidad de los usuarios para conocer nuevas marcas y realizar sus compras, además, en la década de 1990 la creación de portales exclusivos para vender altas cantidades de productos pertenecientes a diferentes categorías, como es el caso de Amazon y Ebay, que actualmente se especializan y dominan el mercado electrónico. Además, se destaca que en 1994 se promueve la iniciativa “Un Mercado Global para Pymes”, con la finalidad de fomentar el uso del comercio electrónico a nivel global por parte del G7 y G8.

Dentro de América Latina y el Caribe, el comercio digital ha estado dominado por unas pocas compañías. La digitalización tiene el potencial de dar una variación a estos modelos tradicionales. Para las empresas que utilizan mucho el Internet, incluido el uso de las tiendas en línea y las diversas plataformas globales. (Suominen, 2019)

Por otra parte, en El Salvador con el surgimiento del comercio digital en los noventa, los negocios encontraron la puerta para generar contratos con clientes, tomar las diversas decisiones en los negocios y así facilitar la vida cotidiana permitiendo la transaccionalidad de bienes y servicios a un costo más bajo en tiempo y dinero. (Rosales, 2022)

1.1.2 Descripción.

A lo largo de los años, el mundo de los recién nacidos es un mercado que, si bien es ampliamente reconocido, no es un entorno muy popular hasta el momento de formar parte de él. Dentro de este se reconoce la falta de conocimiento por parte de los padres primerizos en el

momento de tratar los diversos inconvenientes que suelen aparecer en los primeros años de crianza de los niños. Por esta razón, muchas veces al no conocer lo más básico en estas situaciones, suelen cometer diversos errores que, aunque no afectan directamente el desarrollo del recién nacido, se habría elaborado de una manera más eficiente.

Se puede tomar en cuenta que la experiencia obtenida de generación en generación y brindada hacia los nuevos padres tiende a variar dependiendo de las condiciones en que las familias empiezan este nuevo ciclo de vida, ya que este tipo de circunstancias los padres suelen ser autodidactas, identificando que cada recién nacido es diferente y no siempre necesita tener las mismas atenciones. Incluyendo diversos factores que los padres toman en cuenta en el momento de adquirir algún producto que tenga que ver con el desarrollo de los recién nacidos, bebés y niños pequeños, desde la seguridad, la calidad, el uso que se le va a dar y la durabilidad de este mismo, si se piensa a futuro de tener más niños o venderlo en caso de no utilizarlo más.

1.1.3 Formulación.

El creciente desarrollo tecnológico a nivel mundial ha tenido una influencia muy amplia siendo de mucha ayuda al momento de buscar conocimiento alterno para el uso cotidiano, teniendo en cuenta lo anterior, se recalca la poca o casi nula información referente al ámbito de los recién nacidos y sus diversos cuidados en el entorno que se vive dentro de los hogares salvadoreños; si bien es cierto dentro del internet se pueden encontrar direcciones para encontrar doctores o lugares propios para bebés, no se identifica uno con problemas o circunstancias que suelen suceder de manera espontánea mientras se mantiene un cuidado personal hacia el bebé.

¿Cómo influiría el desarrollo de un modelo de negocio digital orientado a recomendaciones y cuidados necesarios para recién nacidos y bebés en etapa de lactancia en El Salvador?

1.2 Delimitación del Problema

Diversas ideas y estrategias pueden flotar a simple vista por la mente de quienes pretenden inclinarse por las rutas de la investigación, pero se debe tener en cuenta que primeramente es de suma importancia transformarlas de formas visibles mediante la delimitación del problema de tipo geográfica y temporal, pero la pregunta de investigación se basa en la importancia de esta etapa, como el aplicar buenas prácticas para resumir información útil que permita dictaminar acerca de lo que, para la investigación sería un punto de inicio adecuado, seguro y eficaz.

1.2.1 Geográfica y Temporal.

Geográfica. La investigación para el modelo de negocio digital BebeMate se llevará a cabo en la colonia Zacamil del Distrito de Mejicanos, de San Salvador Zona Central, del Departamento de San Salvador, El Salvador.

Temporal. El estudio y desarrollo de la propuesta de modelo de negocio digital comprende en un período aproximado de seis meses, desde el mes de mayo hasta el mes de noviembre del año 2023.

1.2.2 Teórica.

Se tendrá en cuenta que el negocio digital impulsado, hace referencia a la aceptación y comportamiento de los clientes potenciales en búsqueda de información para bebés, sobre todo, padres primerizos, aplicando diversas estrategias en el sitio web, investigaciones previas al negocio digital para mayor factibilidad.

En el modelo de negocio digital BebeMate, se utilizarán diversas leyes que son de suma importancia para tener en cuenta la credibilidad de la información, como la **ley de comercio electrónico**, la cual regulan los aspectos de la contratación electrónica.

Se considera la **ley de delitos informáticos**, la cual tiene como objetivo principal la protección y cuidado de los bienes jurídicos que se cometen por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación Digital en El Salvador.

Ley de marcas y otros signos distintivos, que regulan la prohibición de la competencia desleal en tales materias que hay que tener en cuenta al momento de la emisión del negocio digital.

Ley de protección integral de la niñez y adolescencia, constituye a los niños como el sector más vulnerable de la sociedad.

Ley nacer con cariño, esta ley tiene por objeto garantizar y proteger los derechos de las niñas y niños, a través del establecimiento de los principios y normas generales para la organización y funcionamiento del Sistema Nacional Integrado de Salud.

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Histórico.

En la antigüedad se creía justificado el hecho de que la madre entregara su hijo a una nodriza, por dos razones muy conocidas: 1) Por la debilidad de la madre en el momento de dar de lactar o no tenía la leche suficiente y 2) por que se decía que el Calostro (primera leche) era nocivo y esto se debía respetar, ya que era una prescripción médica; para eso, los términos más usados en el siglo XIX era el de las comadronas, nodrizas, amas de cría y matronas que estaban relacionadas con el nacimiento y cuidado de un bebé.

En la Antigua Grecia, las parteras eran las encargadas de los cuidados obstétricos y se establecía que solamente cuando se contaba con complicaciones en el parto se daría la intervención de un médico. En Roma, si era bien conocido que el dar de lactar era una tarea propia de las mujeres, los encargados de buscar una persona adecuada para dar el pecho era los padres de familia, en el cual se trata de un contrato entre los hombres, ya que el marido del ama de cría se

comprometía a que ella daría buena leche al niño que le entregaba el padre; a su vez en esta época existen diversos sitios donde los padres que no contaban con dinero suficiente, llevaban a sus hijos para que fueran alimentados por otra mujer, conocidos como “lactarios”. Esta cultura en específico trató temas como el disfrute de la niñez, la fecundidad y la educación, dentro de esta misma se promulgó la primera ley que hablaba sobre la protección de la infancia.

En la edad Media se producen cambios significativos, aunque la nodriza seguía presente, eran contratadas por los nobles, comerciantes y artesanos para alimentar a los niños. Durante el Renacimiento, si bien siguen existiendo las nodrizas, pero de una manera más organizada, muchas veces estas no querían retornar al niño a su madre biológica después de la lactancia, porque veían en esos niños a los hijos que habían abandonado por dar de lactar a los hijos de otra mujer. Muchas veces se encariñaron tanto que se ofrecían a seguir dando de lactar gratuitamente. (Bustos, 2012)

En El Salvador, la participación y el compromiso del personal del Sistema Nacional de Salud, del Sistema de Protección, las municipalidades, las organizaciones basadas en la fe y las redes de apoyo; es fundamental para la implementación y seguimiento de las acciones de cuidado infantil y apoyo familiar que se desarrollan a nivel nacional. Con este propósito se intercambiaron experiencias sobre las buenas prácticas y lecciones aprendidas en la incorporación del enfoque de Cuidado para el Desarrollo Infantil. (Leiva, 2022)

1.3.2 Conceptual.

Neonato. RAE lo define como un recién nacido. Se puede interpretar que el bebé tenga 4 semanas o 28 días de nacido, a veces menos, empezando con su etapa lactante. (Enciclopedia Médica A.D.A.M., 2021)

Etapa Lactante. Se define la etapa del lactante como el periodo comprendido desde los 28 días a los 2 años de vida. Es una época de grandes cambios físicos y de hitos en su desarrollo. En

su primer año de vida, el lactante alcanza el mayor índice de crecimiento de toda su vida. (Álvarez, 2021)

Sitio Web. Hace referencia al conjunto de páginas web que forman una unidad funcional y de sentido. A veces incluso se puede tener un sitio web de una sola página, y es entonces cuando página web y sitio web se usan de forma indistinta, debido a que es fácilmente confundible. Los sitios web requieren de una dirección particular o URL (Uniform Resource Locator) para que los usuarios puedan acceder a la información contenida en ellos. (Lita, 2005, pág. 254)

Página Web. Las páginas web son un medio para transmitir información, la cual se crea mediante un lenguaje especial denominado HTML (Hypertext Markup Language, Lenguaje de etiquetado de documentos hipertextuales). Este lenguaje permite crear documentos multimedia que pueden incluir texto, imágenes, sonido, videos, animaciones, etc. (Ávila, 2010, pág. 16)

Marketing Digital. Según Del Olmo & Fondevila Gascón (2014) el marketing digital se puede definir como “el uso de tecnologías de la información para alcanzar los objetivos del marketing de la empresa”. Dentro de lo que son las tecnologías de la información tenemos todo lo que son las webs 2.0 y 3.0 y sus implicancias, en lo que a marketing digital se refiere el uso de este se puede ver reflejado en acciones como el posicionamiento en buscadores, publicidad en internet, uso de páginas especializadas, etc. (Luque, 2020, pág. 10)

Actualmente se cuenta con el Marketing 4.0 que se basa en las transacciones por medios digitales:

Marketing 4.0. Según Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2017), el objetivo es la confianza y fidelización del cliente, usando del marketing tradicional lo mejor e interactuando con la parte online del marketing digital. El Marketing 4.0 y el ámbito digital van de la mano, la conexión ininterrumpida a la Red, el aumento de la capacidad de trabajo diario al igual que la

comunicación directa marca-consumidor, propician su expansión. En un entorno en el cual los clientes disponen de menos tiempo, donde se quieren las cosas inmediatamente (Martínez-Fernández, Valentín-Alejandro, 2016) y lleno de posibilidades, las empresas deben esforzarse en enviar el mensaje que el cliente realmente quiere oír... Marisa Martín (2016) también apuesta por la evolución del Marketing 3.0 al Marketing 4.0, acompañada del avance tecnológico y las redes sociales. (Suárez, 2018, págs. 215-216).

Target. Para la RAE, Target no está conceptualizado en su diccionario, sin embargo, puede definirse y entenderse como: un objetivo, una meta a alcanzar.

Hay mercados en los cuales los clientes no están dispuestos a incursionar o adaptarse. De ahí la necesidad de contar con otras opciones que permitan ampliar la satisfacción, sin importar si es numeroso o reducido el grupo de clientes para quienes diseñan una mezcla de mercadotecnia en particular. Es necesario recordar algunas definiciones de mercado meta, según algunos autores, así: Kotler (2007) define el mercado meta como “el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing”. Otra definición del mismo autor, dice que “un segmento de mercado (personas u organizaciones) para el que el vendedor diseña una mezcla de mercadotecnia es un mercado meta”. Además, define el mercado meta o mercado al que se sirve como “la parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar”. El mercado disponible calificado es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta del mercado en particular.

La American Marketing Association (2015) define el mercado objetivo (Target Market), como “el segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad”.

El Diccionario de Marketing (1999) define el mercado objetivo (mercado meta) como “la parte del mercado disponible cualificado al que la empresa decide aspirar”. En síntesis, el mercado meta es “aquel segmento de mercado que la empresa decide captar, satisfacer y/o servir, dirigiendo hacia él todo su programa de marketing; con la finalidad de obtener una determinada utilidad o beneficio”. (Lucich, s.f, págs. 3-4).

Comercio electrónico. La última década del Siglo XX y el comienzo del nuevo milenio se han caracterizado por un notable desarrollo de los intercambios mediante el uso de las nuevas tecnologías, denominado comercio electrónico y conocido así mismo como e-commerce, abreviatura de la expresión inglesa Electronic Commerce. Debido al uso variado de la red Internet y particularmente de la World Wide Web, multiplicidad de personas se integran al mundo del comercio virtual para realizar compras de consumo o transacciones mercantiles, haciendo de ello un hábito frecuente en la vida contemporánea.

El comercio electrónico ha sido definido por Luz Clara (2001: 132) como “cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial, basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet”. De esta misma forma, Martínez (citada por Rico, 2003: 11) señala que el comercio electrónico está relacionado con “todo intercambio de datos, por medios electrónicos, esté relacionado o no con la actividad comercial en sentido estricto”.

Por su parte, García (2002: 81) lo define como “cualquier forma de transacción o de intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet, compra de bienes, información o servicios, uso de la red para aspectos de publicidad...”

Rodríguez (2004: 19) ha conceptualizado el comercio electrónico o e-commerce como:

la parte del comercio que se desarrolla a través de redes (cerradas y abiertas) mediante la relación entre oferta y demanda, para lo cual se utilizan herramientas electrónicas y telecomunicaciones, con el objeto de agilizar el proceso comercial por medio de la reducción de tiempos y de costos. Abarca, por tanto, todas las formas en que se puede desarrollar el comercio, es decir, entre Estados, entre Estados y empresas, entre Estados y particulares, entre empresas, entre empresas y consumidores y entre consumidores.

Coinciden, según las definiciones antes transcritas, en que el comercio electrónico constituye cualquier operación que se desarrolle haciendo uso de redes, en particular de Internet, por el cual ocurre una efectiva transacción o un simple intercambio de información comercial y que, son efectuadas por personas de la más diversa índole, ajenas incluso al fin lucrativo propio del comercio.

Por su parte, Rico (2003: 41) señala que las distintas operaciones mercantiles electrónicas, de acuerdo con las relaciones que pueden entablar los intervinientes, fundamentalmente se agrupan en estos componentes:

Comercio electrónico Business to Business (B2B): Es el mayormente utilizado ya que acceden al mismo los operadores del sector empresarial, tanto a nivel regional y nacional como en el ámbito internacional, como compradores y vendedores de bienes y servicios, así como intermediarios en transporte, entrega y pago de mercancías.

Comercio electrónico Business to Consumer (B2C): Dirigido a los consumidores finales, en cuyo caso, no existe la actividad lucrativa en una de las partes. En este bloque de usuarios se agregan las operaciones que se realizan directamente entre consumidores (Consumer to Consumer), quienes están ajenos a la actividad comercial.

Comercio electrónico Business to Administration (B2A): Promovido fundamentalmente por entes gubernamentales, tiene por objeto publicitar las actividades y acciones de la Administración Pública, fomentando tanto a sus entes como a los particulares a realizar intercambios de información a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación. De esta forma, se incentiva el pago de tributos, el vaciado de información requerida para la asistencia y seguridad social, la búsqueda de empleo, etc.

1.3.3 Legal.

Ley de Comercio Electrónico y Protección al Consumidor

Art. 13-c.- para efectos de esta ley, se entenderá comercio electrónico, como el proceso de contratación o intercambio de bienes, servicios e información comercial a través de redes de comunicación de datos.

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

- a) Ejercer su derecho de retracto;
- b) El producto adquirido no haya sido recibido, o el servicio contratado no haya sido prestado;
- c) El objeto del contrato no corresponda con lo solicitado, o resulte defectuoso; y,
- d) Existan errores en el cobro de las transacciones por fallas en los sistemas de pago de terceros.

El plazo para aplicar la reversión del pago será de 15 días desde la fecha en que el consumidor presentó su reclamo.

cuando se trate de fraude o corresponda a cargos no autorizados por el consumidor en su tarjeta de crédito, se sujetará al procedimiento establecido en la ley del sistema de tarjetas de crédito.

Art. 21-a.- previa a la celebración de transacciones efectuadas a través de comercio electrónico, los proveedores de bienes y servicios legalmente constituidos en El Salvador, en sus relaciones con los consumidores, están obligados a cumplir con lo siguiente:

a) Utilizar la información personal y crediticia proporcionada por el consumidor, en forma confidencial, por lo que no podrá difundirla o transmitirla a terceros ajenos a la transacción, salvo autorización expresa del consumidor titular de la información, y únicamente en las condiciones en que ésta haya sido conferida, o por requerimiento de autoridad competente en el país;

b) Adoptar sistemas de seguridad, efectivos y confiables, deseablemente certificados, con el objeto de proteger la seguridad, integridad y confidencialidad de las transacciones de todo tipo, en especial las financieras, y los pagos realizados por los consumidores. el proveedor será responsable por las fallas en la seguridad en sus sistemas. el proveedor deberá informar el nombre de la entidad certificadora del sitio web, o que no cuenta con certificación;

c) Incluir en un lugar visible, dentro de su sitio web, su identidad, especificando su nombre comercial y razón social, número de identificación tributaria (NIT), su dirección de notificación, números telefónicos y correo electrónico;

d) Contar con los términos y condiciones para uso del sitio web, en un lugar visible y de fácil acceso, los cuales deberán contener como mínimo, los siguientes requisitos:

1. La identificación del proveedor;
2. Identificación de los medios a los que puede abocarse el consumidor para presentar sus reclamaciones, o solicitarle aclaraciones;

3. Derechos y obligaciones especiales de las partes derivadas de la relación contractual;
4. Medios de pago que se podrán utilizar;
5. Políticas del proveedor en relación a la garantía de los productos, derecho de retracto y reversión de pagos, con las mismas o similares facilidades que tuvo para contratar;
6. Condiciones y sistemas de despacho y entrega disponibles en el sitio web; y,
7. los demás contenidos que cada proveedor estime pertinentes.

los términos y condiciones para el uso del sitio web, se aplicarán y se entenderá que forman parte de todos los actos y contratos que se ejecutan o celebran mediante los sistemas de oferta y comercialización, comprendidos en el mismo sitio web en que ellos aparezcan publicados, entre sus usuarios y el proveedor, de conformidad a las leyes salvadoreñas y según los estándares generalmente aceptados por el comercio electrónico.

e) Advertir al consumidor que la transacción únicamente deberá ser realizada por el titular del medio de pago;

f) Proporcionar al consumidor, información completa, precisa, veraz, clara, oportuna, gratuita y de fácil acceso sobre la transacción a realizar, incluyendo los costos, cargos adicionales, en su caso; modalidad o formas de pago de los bienes y servicios ofrecidos por el proveedor; costo total del flete, y cualquier otro costo relacionado con la contratación; las características y condiciones de la garantía del producto, cuando ello corresponda; el precio total del producto o servicio; las advertencias sobre los posibles riesgos en la utilización previsible del producto, así como cualquier otra información relevante para que el consumidor pueda adoptar una decisión de compra libremente; y,

g) a publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos; que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.

Art. 21-b.- son obligaciones especiales para proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico durante la fase de contratación y posterior a ella, los siguientes:

a) Presentar al consumidor, antes de la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, un resumen del pedido de todos los bienes que pretende adquirir, con su descripción completa; el precio individual de cada uno de ellos; el precio total de los bienes o servicios, de ser aplicable; los costos y gastos adicionales que deba pagar por envío o por cualquier otro concepto, y la sumatoria total que debe cancelar el consumidor, a fin de que éste, lo acepte, realice correcciones o cancele la transacción. el resumen de la compra deberá estar disponible para su impresión y/o descarga;

b) Confirmar al consumidor, la recepción de la orden que contiene la compra realizada por éste, a más tardar el día calendario siguiente de efectuada, señalando el tiempo de entrega, el desglose de los productos y servicios adquiridos y sus precios, impuestos aplicables, gastos de envío, en caso apliquen, y el monto total de la transacción;

c) Mantener en medios de almacenamiento de información, durante un plazo de 10 años, contados a partir de la fecha de la finalización de la transacción, la documentación que contenga la prueba de la relación comercial, en especial la identidad proporcionada por el consumidor, las etapas consignadas en el sitio, mediante las cuales se constata la voluntad de contratar, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos, de tal forma que garantice la integridad y autenticidad de la información, de conformidad con lo regulado en la ley de firma electrónica; y,

d) Entregar el pedido, a más tardar en el plazo de 30 días calendario, contados a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor haya realizado la compra. en caso de que la entrega del pedido supere los 30 días calendario, y siempre que no se hubiere acordado un plazo diferente entre el proveedor y el consumidor, o que no estuviere disponible el producto adquirido, el consumidor podrá terminar el contrato unilateralmente y obtener la devolución de las sumas pagadas, sin ninguna retención, de conformidad con lo establecido en el artículo 13 de esta ley. (Asamblea Legislativa de El Salvador, 31 de octubre 2019)

Ley de Delitos Informáticos

Art. 8.- El que posea, produzca, facilite, venda equipos, dispositivos, programas informáticos, códigos maliciosos, virus informáticos, contraseñas o códigos de acceso; que utilicen las Tecnologías de la Información y la Comunicación, con el propósito de vulnerar, eliminar ilegítimamente la seguridad de cualquier sistema o programa informático, ofrezca servicios destinados a cumplir los mismos fines para cometer cualquiera de los delitos establecidos en la presente Ley, será sancionado con prisión de tres a cinco años.

Si el cometimiento delictivo se hiciere mediante el uso de los equipos, dispositivos, programas informáticos, códigos maliciosos, virus informáticos, contraseñas o códigos de acceso, aun cuando no se haya logrado la finalidad de eliminar ilegítimamente la seguridad informática, será sancionado con prisión de uno a tres años.”

Art. 11.- El que, por medio del uso indebido de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, valiéndose de cualquier manipulación en sistemas informáticos o cualquiera de sus componentes, datos informáticos o información en ellos contenida, consiga insertar instrucciones falsas o fraudulentas que produzcan un resultado que permita obtener un provecho para sí o para un tercero en perjuicio ajeno, será sancionado con prisión de seis a diez años.

Si las conductas descritas en el inciso anterior se realizaran contra sistemas bancarios y entidades financieras o si afectan a usuarios de tales entidades; si afectaren la realización de transacciones de Bitcoin u otras criptomonedas o afecten sistemas que permitan su convertibilidad automática e instantánea a moneda de curso legal; y cuando el autor sea un empleado encargado de administrar, dar soporte al sistema, red informática, telemática o que en razón de sus funciones tenga acceso a dicho sistema, red, contenedores electrónicos, ópticos o magnéticos, será sancionado con prisión de diez a doce años.”

Art. 11-A.- Quien falsifique, desencripte, descodifique o de cualquier modo descifre, divulgue o trafique, con documentos, firmas, certificados, sean digitales, digitalizados o electrónicos, de registros públicos o privados, será sancionado con prisión de tres a seis años.”

Art. 24.- El que sin autorización utilice datos personales o datos personales sensibles a través del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, violando sistemas de confidencialidad y seguridad de datos, insertando o modificando los datos en perjuicio de un tercero, será sancionado con prisión de cuatro a seis años.

La sanción aumentará hasta en una tercera parte del máximo de la pena prevista en el inciso anterior a quien proporcione o revele a otro, datos informáticos personales o personales sensibles registrados en un archivo o en un banco de datos cuyo secreto o confidencialidad estuviere obligado a preservar.

La persona natural o jurídica responsable del almacenamiento y cuidado de los datos informáticos, responderá culposamente por la falta de control en el personal que incurriera en el inciso anterior, o por la falta de implementación de sistemas de seguridad informáticos que posibilitaron la extracción y uso, cuya sanción será de uno a tres años de prisión.” (Ley de Delitos Informáticos, 04 de febrero de 2016)

Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos

Art. 100.- Se considera desleal todo acto realizado en el ejercicio de una actividad mercantil o con motivo de ella, que sea contrario a los usos y prácticas honestas en materia comercial.

A los efectos de la presente Ley se considera que un acto surte efectos en el mercado cualquiera que fuese el medio empleado para realizarlo, incluyendo los medios electrónicos de comunicación y de comercio.

La aplicación de las disposiciones de esta Ley no podrá supeditarse a la existencia de una relación de competencia entre la persona que realiza el acto reputado desleal y la persona afectada por ese acto. (Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, 06 de junio 2002)

Ley Nacer Con Cariño

Art.3.- Aplicando Literal c) que indica lo siguiente:

Principio del interés superior del niño: Ante cualquier situación que involucre a las niñas y niños que están por nacer y recién nacidos siempre se tomará las medidas y decisiones que más propicien su desarrollo físico, espiritual, psicológico, moral y social.

Art. 4.- Aplicando los numerales 4, 7 y 8 que expresan lo siguiente:

Atención integral a la primera infancia: El enfoque de derechos, la multidimensionalidad del desarrollo y la responsabilidad compartida de todos los sectores gubernamentales y no gubernamentales en la provisión de cuidados, estimulación, educación, salud, nutrición, entornos protectores y protección especial. Abarca las intervenciones indispensables para el desarrollo integral de niñas y niños en su primera infancia que deben ser garantizadas de manera articulada, simultánea, oportuna y con calidad, atendiendo a sus

características e intereses individuales y promoviendo su participación mediante esfuerzos que involucran a la familia, el Estado y la sociedad.

Atención receptiva: Habilidades que permiten a madres, padres o cuidadores identificar, reconocer y responder con interacciones positivas a las necesidades e intereses de las niñas y los niños; promoviendo que los adultos se muestren sensibles, receptivos, predecibles y cálidos, facilitando el desarrollo socioemocional temprano, procurando una vinculación emocional segura y contribuyendo a acrecentar su capacidad cognoscitiva.

Calidad de la atención en salud: Grado en el que se obtienen los mayores beneficios de la atención en salud, acorde con las disposiciones jurídicas aplicables, con los menores riesgos para los pacientes y al trato respetuoso y de los derechos de las usuarias, considerando los recursos con los que se cuenta y los valores sociales imperantes. Incluye oportunidad de la atención, accesibilidad a los servicios, tiempo de espera, información adecuada, así como los resultados a través del escrutinio del usuario. (Ley Nacer con Cariño, 17 de agosto de 2021).

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se demuestra el método investigación que se utiliza, del mismo modo el enfoque, las técnicas junto a sus instrumentos a emplear, detallando los resultados y análisis obtenidos de ambos instrumentos y el diagnóstico de la situación actual compuesto por el FODA cruzado, Las 5 fuerza de Porter y el análisis PEST, concluyendo con lienzo CANVAS del negocio.

2.1 Metodología de la Investigación

2.1.1 Generalidades.

En el desarrollo de la investigación se hace uso del método científico con un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) para la recopilación de datos e información acerca de lo concerniente al modelo de negocio, por medio de los instrumentos de investigación que facilitan los datos tanto cualitativos como cuantitativos para un análisis favorable ante las hipótesis y premisas estructuradas. Proporcionando valores en cifras y cualidades o características del público objetivo con respecto a información del cuidado de bebés, facilitando las conclusiones para evaluar la ejecución del modelo de negocio y desarrollo de estrategias de marketing enfocado al target de BebeMate.

2.1.2 Método.

Científico

El método científico presenta diversas definiciones debido a la complejidad de una exactitud en su conceptualización:

Según Tamayo y Tamayo (2012), “El método científico es un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativo” (p.30). Siguiendo a Bonilla y Rodríguez (2005), citado en Bernal (2010, p.58), “El método científico es el conjunto de postulados, reglas y normas para el

estudio y la solución de los problemas de investigación”. Para, Bunge (1970), el método científico es un rasgo característico de la ciencia, tanto de la pura como de la aplicada. Afirma que, donde no hay método científico no hay ciencia. Así mismo, Arias (2012), el método científico es el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas de investigación mediante la prueba o verificación de hipótesis.

Por lo tanto, método científico es la secuencia lógica del procedimiento que se emplea para resolver problemas de investigación mediante la verificación de hipótesis a través de los instrumentos de investigación. (Santa Cruz F., 2015)

Considerando también elementos de los métodos de investigación cualitativo y cuantitativo, donde el primero se basa en la obtención de datos a partir de la población estudiada y el segundo basándose de los resultados.

2.1.3 Enfoque.

La investigación tiene un enfoque mixto que facilite la recolección e interpretación de información con respecto al tema relacionado. Este proceso de investigación mixto integra un método que hace uso de datos cuantitativos como datos en cifras numéricas obtenidas a través de la técnica de la encuesta, datos cualitativos obtenidos en base a la técnica de entrevista. Permitiendo estadísticamente la comprensión de ideas o premisas recopiladas.

2.1.4 Universo.

El universo a utilizar en la investigación está conformado por habitantes del Distrito Mejicanos de San Salvador zona Central, del Departamento de San Salvador, El Salvador.

2.1.5 Población.

El target para la investigación serán personas en rango de 20 a 39 años de edad que compartan la característica de ser padres y madres de familia o esperan serlo, proporcionando información sobre su experiencia y conocimiento en el cuidado de un bebé.

2.1.6 Muestra.

Se considera la aplicación de la muestra a través de la fórmula de población finita; tomando como base los criterios detallados en la tabla 1 (Criterios de Selección) para la correcta elección de personas a encuestar. Ya que se conoce el número de la población, usando la fórmula para calcular la población finita propuesta por Murray y Larry en su libro de Estadística (Spiegel & Stephens, 2009).

Según datos obtenidos del sitio de estadísticas mundiales Zhujiworld, el cuál obtiene sus datos de previsiones analíticas de Naciones Unidas, Banco Mundial, Bancos Centrales y otros, la población del municipio de Mejicanos para lo que va del año 2023 es de 164,810 habitantes, de esa cifra, el público de interés de la investigación en el rango de edad es de 53,313 habitantes, siendo este dato el usado para el cálculo de muestra del instrumento cuestionario. (Zhujiworld, 2023)

Fórmula para determinar población finita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = tamaño muestral

N = población total

Z = tamaño correspondiente a la distribución de Gauss, nivel de confianza

p = proporción esperada

$$q = (1 - p)$$

i = margen de error

Cálculo de muestra:

$$N = 53313$$

$$Z = 90\% \approx 1.65$$

$$p = 0.5$$

$$q = (1 - p) \approx 0.5$$

$$i = 8\% \approx 0.08$$

$$n = \frac{1.65^2 \cdot 53313 \cdot ((0.5)(.0.5))}{0.08^2(53313 - 1) + 1.65^2 \cdot ((0.5)(0.5))}$$

$$n = 106$$

Se seleccionará a 106 personas para participar en el instrumento de cuestionario, con características y factores pertenecientes al público de interés del modelo negocio digital BebeMate, según criterios de selección en Tabla 1.

Para realizar la entrevista se hará uso del Muestreo No Probabilístico por Conveniencia (Hernández-Sampieri & Fernández-Collado, 2014) debido a motivos económicos, factibilidad de acceso y de tiempo tanto de los profesionales del área de salud como del Grupo N°21E, tomando como muestra a 10 profesionales que cuenten con experiencia en el área de salud como pediatras, médicos generales y enfermeros.

2.1.7 Técnicas de Investigación.

Las técnicas a emplear en la recopilación de la información son la encuesta por medio del instrumento cuestionario para alcanzar una investigación basada en datos concretos y directos brindados por usuarios, de igual forma el estudio cualitativo se demuestra mediante entrevistas para obtener un análisis de las opiniones y experiencias señaladas por profesionales del área.

Los datos obtenidos por medio de las técnicas permitirán mejorar, consejos, tips, recetas y demás información alojada en el sitio web que contribuirá en explicar y suplir a los diversos usuarios que buscarán un apoyo en BebeMate.

Se detallan los criterios de selección para el público objetivo para realización de la investigación:

Tabla 1
Criterios de selección para muestra

Criterio	Descripción
Género	Femenino y Masculino.
Edad	Entre 20 a 39 años de edad.
Ocupación	Considerar a participantes que: <ul style="list-style-type: none"> • Cuenten con un trabajo remunerado, ejerciendo como profesionales. • Realicen labores domésticas ya sea remunerado o no.
Estado Familiar	<ul style="list-style-type: none"> • Estimar a participantes que son padres y madres de un bebé o recién nacido. • Considerar a participantes que esperan ser padres o mujeres en estado de embarazo.
Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Tener en cuenta a personas que tienen experiencia cuidando o se relacione su actividad con niños, como maestros, enfermeras, otros. • Incluir a personas que han tenido experiencia cuidando niños, como sobrinos, hermanos, nietos.
Uso de Dispositivos	<ul style="list-style-type: none"> • Estimar a personas que utilicen dispositivos como smartphones, PC y Laptops. • Hagan uso de redes sociales, naveguen por la web y otras plataformas.

Fuente: Autoría propia con base a la determinación de criterios de selección de muestra.

2.1.8 Instrumentos de Investigación.

Cuestionario

Con el propósito de utilizar un instrumento apto para la contabilización de datos se hace uso de un cuestionario estructurado dirigido a una muestra del área del distrito de Mejicanos, para lograr conocer las diversas preferencias, gustos y las distintas experiencias que se obtienen por medio de prácticas en el día a día para el cuidado de los bebés y recién nacidos.

Entrevista

Con el objeto de recopilar información de primera mano y sustente al negocio digital de BebeMate, se realizará una entrevista dirigida al personal de salud que labora en el área de bebés. La entrevista permitirá conocer las experiencias y opiniones de profesionales presentados en su día a día con respecto al cuidado de los bebés y recién nacidos.

2.1.9 Presentación de Resultados.

La realización de los respectivos análisis del cuestionario, ha sido con base a la información recopilada del formulario de Google Forms, completados por el público objetivo detallado en Tabla 1 (Criterios de Selección).

La información proporcionada en la entrevista por parte de los profesionales desempeñados en el sector, como doctores y pediatras, en base a sus experiencias y dedicación en el área, contribuirá a la realización de temas y contenido alojado en el sitio web de BebeMate.

Resultados de instrumento cuestionario

Objetivo: Identificar el interés por sitios web acerca de los cuidados de un bebé.

1. ¿Conoce algún sitio web que se especialice en los cuidados necesarios de los bebés?

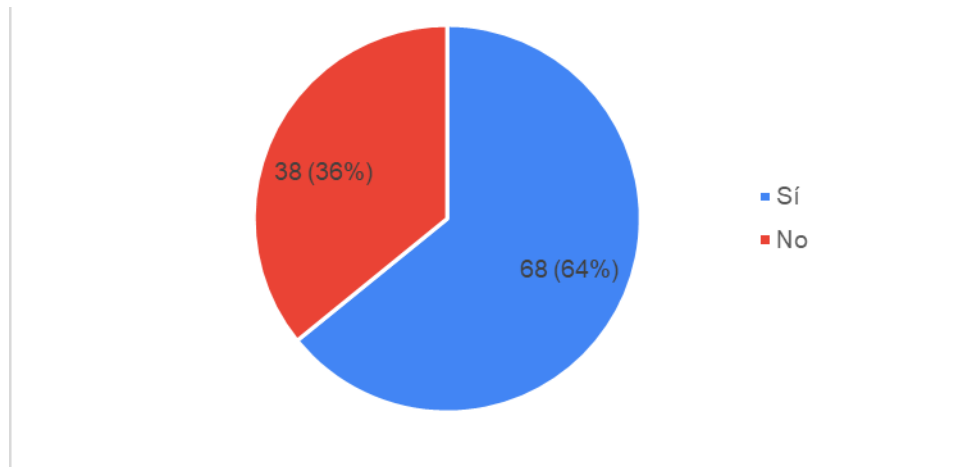


Figura 1. Gráfico pregunta 1 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: El 64% equivalentes a 68 encuestados informan que sí conocen sitios web relacionados al cuidado de bebés y recién nacidos, mientras que el 36%, siendo 38 encuestados, no conocen un sitio web dedicado a cuidados de bebés, haciendo un total del 100% de encuestados.

Conclusión: Se puede inferir que se visitan y conocen sitios web relacionados al cuidado de bebés.

Objetivo: Identificar la presencia de publicidad en Redes Sociales sobre los cuidados de un bebé.

2. ¿Recuerda haber visto dentro de alguna red social algún anuncio sobre cuidado de bebés?

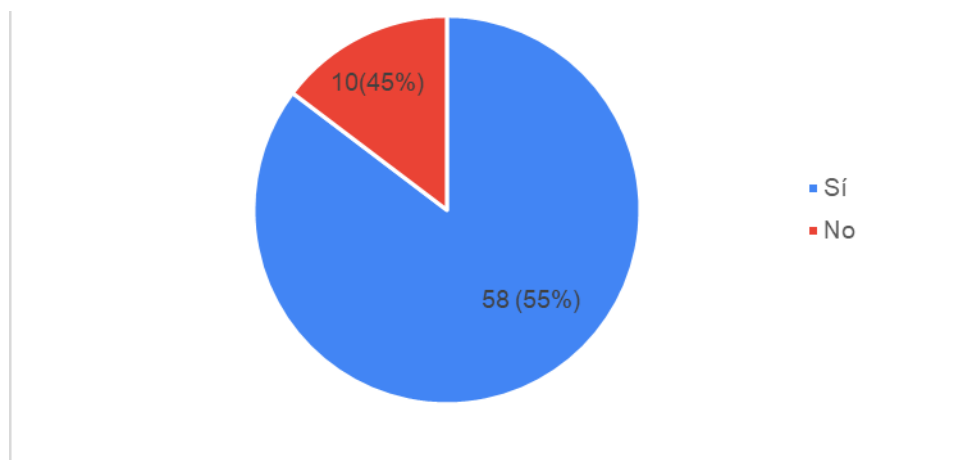


Figura 2. Gráfico Pregunta 2 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: El 55% de los encuestados informan que sí han visto un anuncio en redes sociales relacionados al cuidado de bebés y recién nacidos, mientras que el 45% no, equivalentes a 68 encuestados debido a la pregunta filtro de la pregunta 1, la cual inducía a pasar a la pregunta 3 si respondía que NO; por lo tanto, los 38 restantes pasaron a responder directamente la pregunta 3.

Conclusión: Se reconoce la existencia de publicidad en Redes Sociales sobre los cuidados de un bebé.

Objetivo: Determinar el porcentaje de conocimiento acerca de cuidados de un bebé.

3. ¿Qué tanto conoce sobre los cuidados que necesitan los bebés?

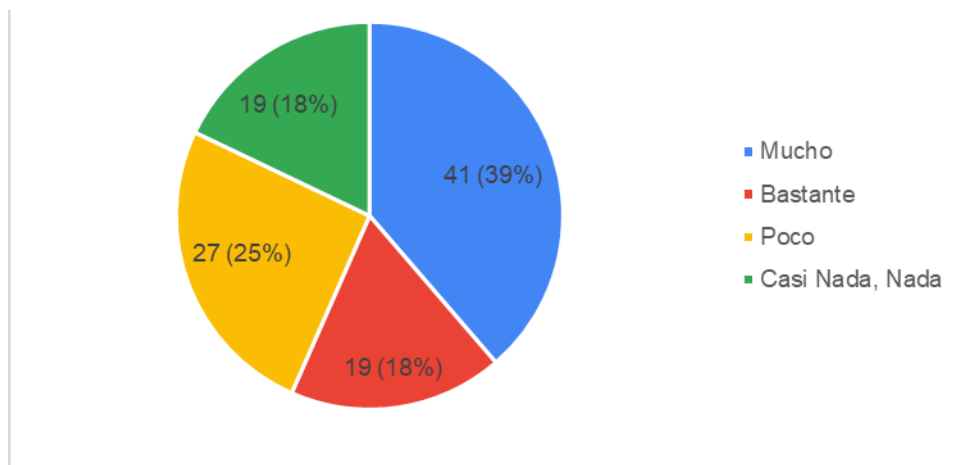


Figura 3. Gráfico Pregunta 3 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: El 57% que equivale 60 encuestados, informan que saben acerca de los cuidados de un bebé, mientras que el 43%, equivalente a 46 encuestados, saben poco o nada sobre cuidados de bebés, haciendo un total del 100% de encuestados.

Conclusión: Se considera que existe un conocimiento notable sobre los cuidados de un bebé entre los encuestados.

Objetivo: Conocer si los padres de familia suelen consultar a personas cuando surgen dudas acerca de los cuidados de un bebé.

4. ¿A qué personas tiende usted a consultar cuando tiene alguna duda sobre bebés?

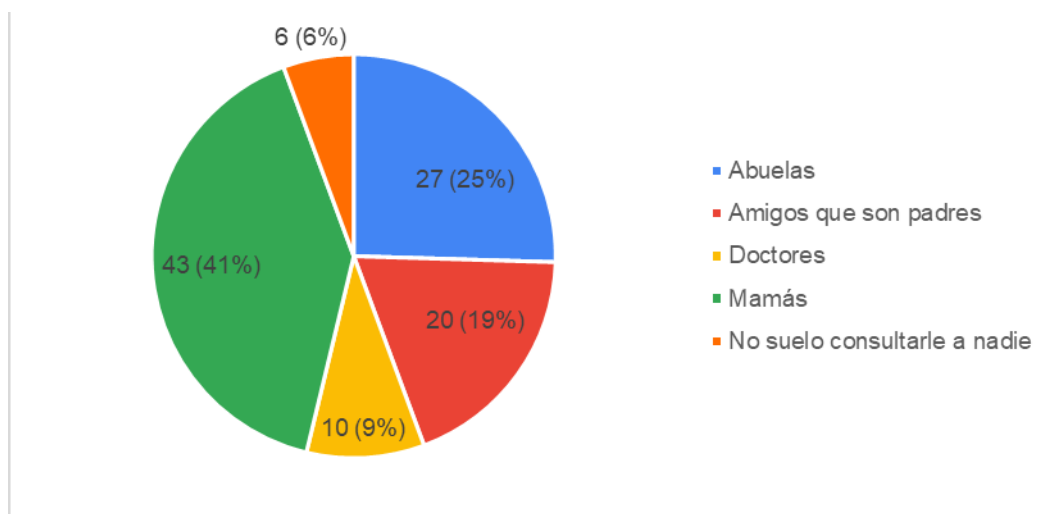


Figura 4. Gráfico Pregunta 4 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: El 97% siendo un total de 100 encuestados, afirman que consultan a una persona de su confianza acerca de cuidados de un bebé, mientras que el 3% equivalente a 6 encuestados, no consultan a nadie, haciendo un total del 100% de encuestados.

Conclusión: Las personas encuestadas declaran que sí suelen realizar consultas cuando tienen dudas o preguntas acerca de los cuidados de un bebé o recién nacido, personas que ya cuentan con la experiencia de uno o más hijos cuidados en el transcurso de su vida.

Objetivo: Determinar la aceptación de la existencia de un sitio web que se enfoque en las diversas necesidades y cuidados de los bebés.

5. ¿Considera necesario la existencia de un sitio web que se enfoque en las diversas necesidades y cuidados de los bebés?

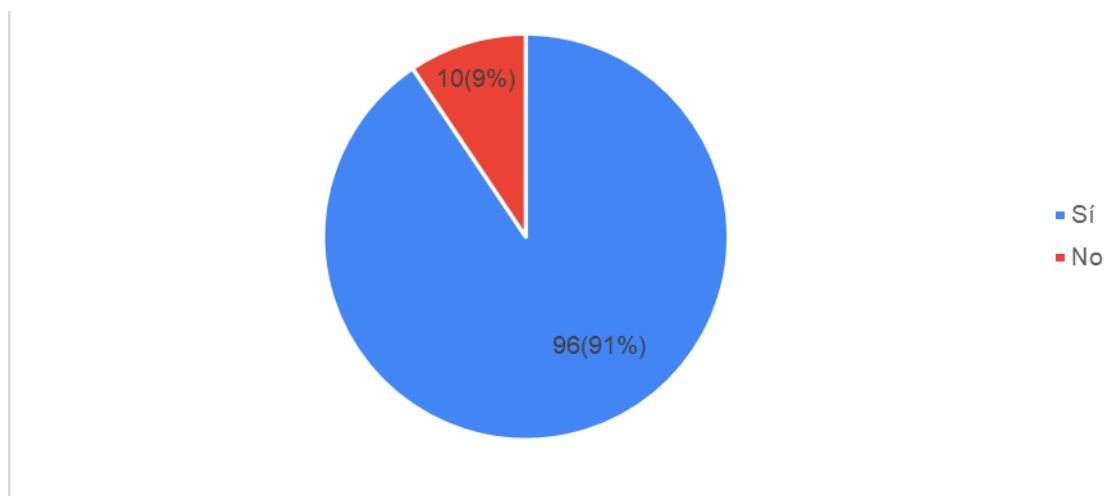


Figura 5. Gráfico Pregunta 5 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: El 91% correspondiente a 96 personas encuestadas, manifiestan que sí es necesario un sitio web acerca del cuidado de bebés, mientras que el 9%, siendo 10 encuestados, no les parece necesario, haciendo un total del 100% de encuestados.

Conclusión: Se determina que padres de familia consideran necesario la existencia de un sitio web enfocado en cuidados de bebés y recién nacidos para informarse respecto al tema y desempeñar la actividad eficientemente.

Objetivo: Indagar cuales son los medios digitales por los cuales se suele buscar información acerca de los cuidados de bebés.

6. ¿Cuáles son los medios digitales por los cuales suele buscar información sobre el cuidado de bebés?

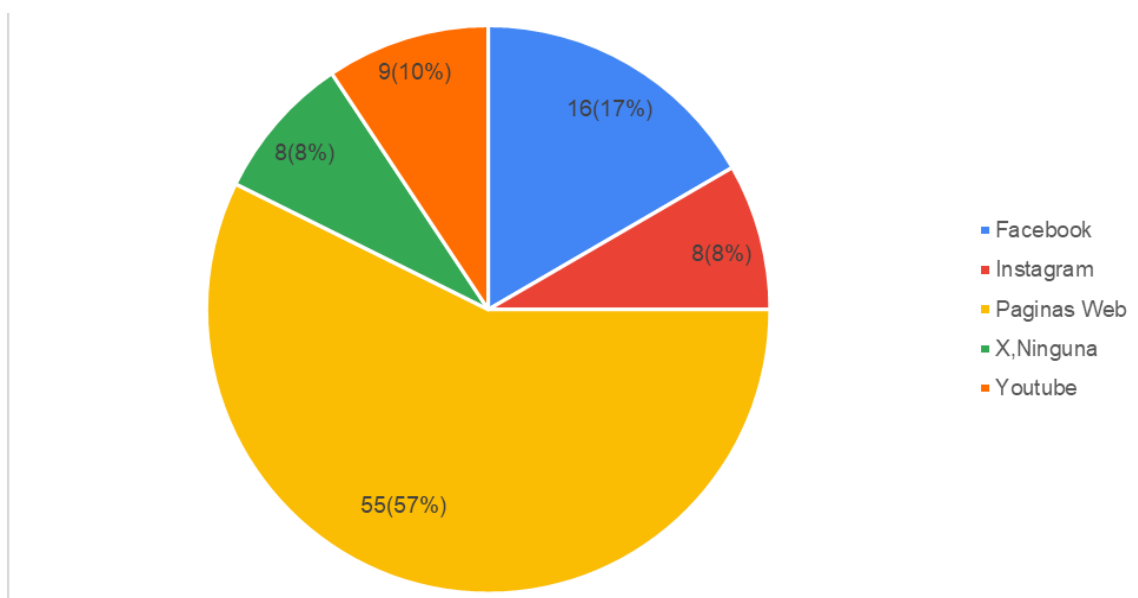


Figura 6. Gráfico Pregunta 6 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: A partir de esta pregunta, las respuestas totales equivalen a 96 encuestados, debido al filtro aplicado en la Pregunta 5.

El 57% correspondiente a 55 respuestas, mencionan que revisan páginas web al buscar información sobre cuidados de un bebé, el 17%, siendo 16 personas, realiza la búsqueda a través de Facebook, el 10% acorde a 9 encuestados que busca informarse mediante videos en YouTube y un 16% lo hace por Instagram, X (antiguamente Twitter) o no busca información por medio de las plataformas mencionadas, haciendo un total de 96 respuestas obtenidas.

Conclusión: Se argumenta que las diferentes plataformas digitales funcionan como un apoyo de información acerca de cuidados de bebés y recién nacidos a los padres de familia con inquietudes sobre el tema.

Objetivo: Identificar la clase de información que prefieren encontrar en un sitio web diseñado a orientar en el cuidado de los bebés y recién nacidos.

7. ¿Qué le gustaría encontrar en un sitio web orientado al cuidado de los bebés?

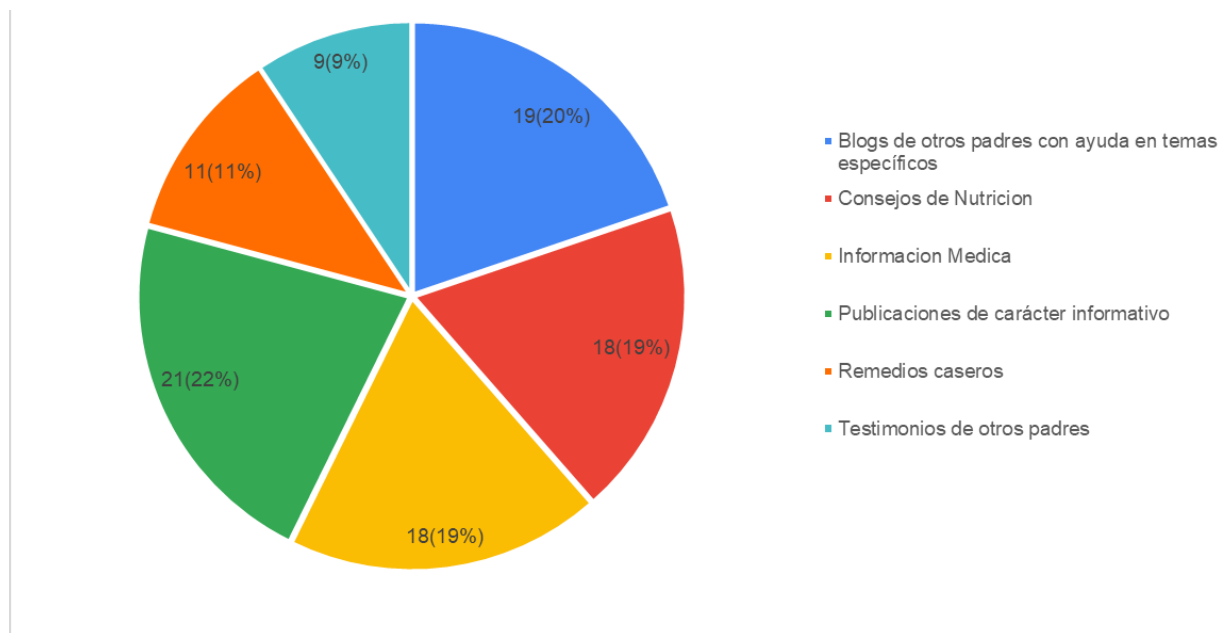


Figura 7. Gráfico Pregunta 7 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: Se observa en el presente gráfico que el 22% equivalente a 21 personas encuestadas, les gustaría encontrar publicaciones de carácter informativo, 19 personas optaron por blogs de otros padres con ayuda en temas específicos, 18 encuestados indicaron sobre consejos de nutrición e información médica, 11 personas sobre remedios caseros y a 9 encuestados les gustaría encontrar testimonios de otros padres sobre su experiencia en cuidar a un bebé, haciendo un total de 96 respuestas obtenidas.

Conclusión: Los padres de familia manifiestan que preferirían que el sitio web abarque diversos contenidos de información enfocado en los cuidados de bebés y recién nacidos, resultando un apoyo para los diferentes temas de interés al realizar la actividad de cuidar a sus hijos.

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación sobre la venta de productos relacionados al cuidado de bebés dentro del sitio web.

8. ¿Le gustaría encontrar productos a la venta relacionados al cuidado de bebés dentro del sitio web?

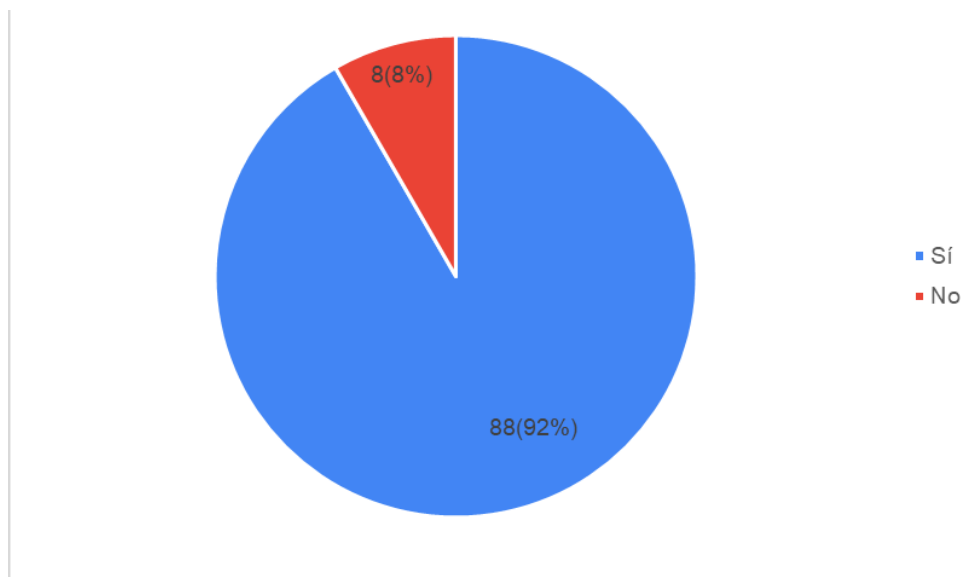


Figura 8. Gráfico Pregunta 8 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: Observando el gráfico, el 92%, correspondiente a 88 encuestados, afirman que sí les gustaría encontrar productos a la venta dentro del sitio web, mientras que el 8%, equivalente a 8 respuestas de no, no se mostraron interesados en encontrar productos a la venta dentro del sitio web; haciendo un total de 96 respuestas obtenidas.

Conclusión: Padres de familia manifiestan que les gustaría encontrar un apartado estilo marketplace de artículos para bebés dentro del sitio web.

Objetivo: Conocer qué es lo que las personas encuestadas consideran más importante en el cuidado de un bebé.

9. ¿Qué considera usted que es lo más importante en el cuidado de un bebé?

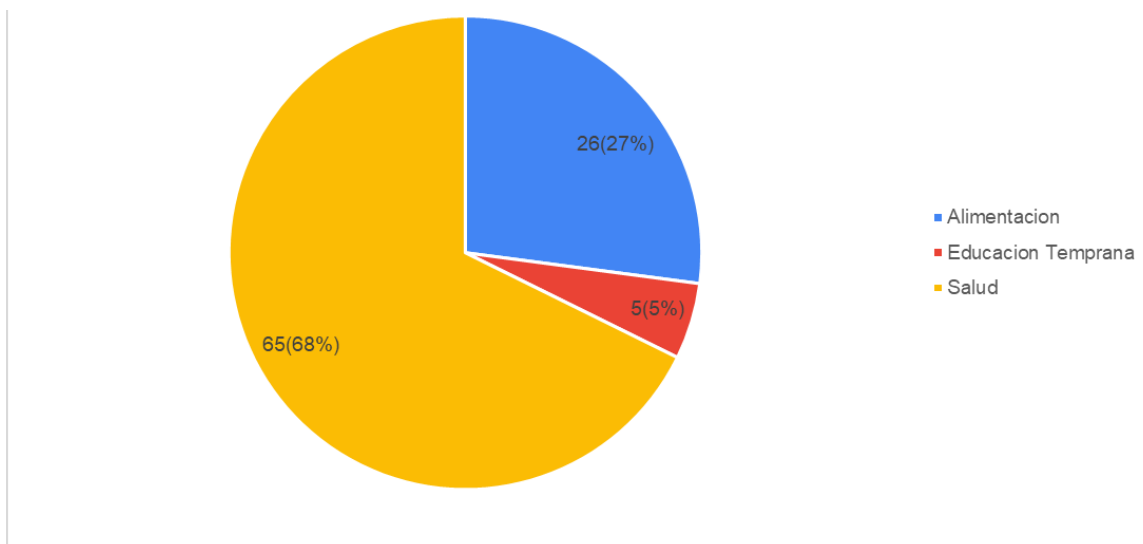


Figura 9. Gráfico Pregunta 9 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: El 68% de los encuestados, correspondientes a 65 personas destacan que lo más importante es la salud, el 27% equivalente 26 encuestados, mencionan que la alimentación es fundamental y 5 encuestados consideran que lo importante es la educación temprana, haciendo un total de 96 respuestas obtenidas.

Conclusión: La salud es el tema principal a considerar en el cuidado de bebés, acompañados de una alimentación recomendable y educarle a temprana edad.

Objetivo: Determinar la percepción de los encuestados acerca del aumento del uso de internet sobre información del cuidado de los bebés.

10. ¿Cuánto considera que ha aumentado el uso de internet en el cuidado de los bebés?

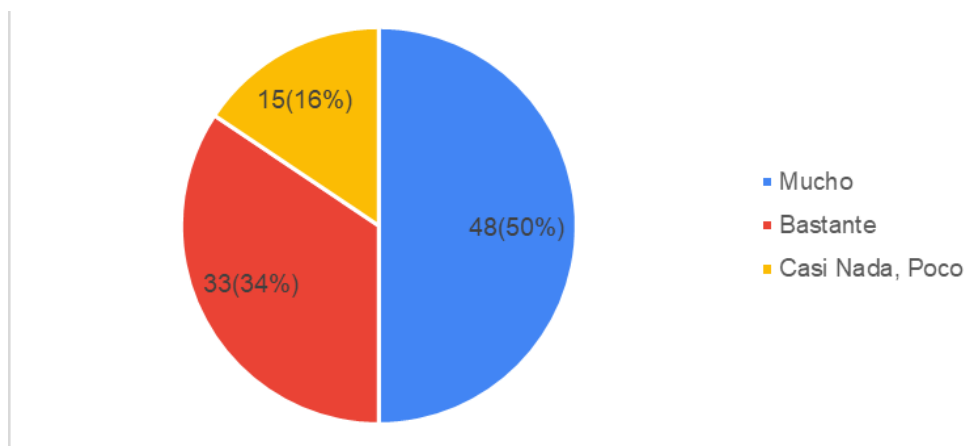


Figura 10. Gráfico Pregunta 10 de Instrumento Cuestionario

Fuente: Autoría propia en base a datos recolectados en encuesta realizada por Grupo 21E.

Análisis: El 84% de la población, correspondiente a 57 encuestados afirma que ha aumentado el uso de internet en el cuidado de bebés y recién nacidos, mientras que 16% no lo considera de esa manera, haciendo un total de 96 respuestas obtenidas.

Conclusión: Con el pasar de los años el uso de internet se ha transformado en una de las fuentes o herramientas de utilidad al momento de buscar información sobre cuidado de bebés y recién nacidos.

Resultados de Entrevista

a. Información de Entrevistado 1

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Dra. Hazel Henríquez	Médico general	hhenriquezchevez@gmail.com

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés
<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedades • Alimentación

Contenido relevante a encontrar en el sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Salud • Cuidados generales

Cualidades y beneficios de un sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a la información inmediata • Ahorro económico

c. Beneficios Obtenidos

Manifestó que los problemas sociales y culturales son uno de los factores principales que no permiten a los padres desempeñar un correcto cuidado de bebés y esto induce a enfermedades o padecimientos que, de no ser tratados a tiempo, afectaran al futuro y desarrollo del bebé.

d. Comentarios de Interés

- Considera que sería de utilidad la creación de un sitio web orientado al cuidado de bebés y recién nacidos.

- Recomienda a los padres de familia que se enfrentan por primera vez a esta etapa, informarse a profundidad para anticiparse y por lo delicado del tema para el desarrollo de sus hijos.
- Informa que las consultas frecuentes en la atención de bebés son afectaciones estomacales, diarrea y tos.

La doctora Henríquez destaca que la salud es el tema primordial para un bebé, los padres deben informarse y educarse en este aspecto para darle los tratos adecuados a su hijo, correcta alimentación y horas de descanso; factores que ayuden al crecimiento del bebé.

a. Información de Entrevistado 2

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Dr. Rigoberto Mendoza	Pediatra	-

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés

- Buena alimentación, tanto en de la leche materna como comida casera.
- Informarse, con profesionales o información de fuentes de confianza, hacer caso omiso a supersticiones.

Contenido relevante a encontrar en el sitio web

- Correcta alimentación, tanto para el bebé y esencialmente para las mamás, por la nutrición adecuada que debe llevar la leche materna.

Cualidades y beneficios de un sitio web

- Aportes respectivos en salud y alimentación
- Información verificada

c. Beneficios Obtenidos

Durante el ejercicio de su profesión menciona que ha tenido la oportunidad de convivir y comprender mejor a los bebés y niños y la forma en que se expresan. Incentiva a los padres a informarse tanto como pueda para saber entender gestos, expresiones y comportamientos de su hijo.

d. Comentarios de Interés

- El doctor considera que la creación de un sitio web sería de gran aporte a las personas, puede ser padres primerizos, padres con experiencia que reforzarían su conocimiento o personas que les genere curiosidad saber del tema y de esa forma prepararse.
- Enfocarse en la alimentación de las madres para brindar una leche nutritiva a sus bebés.

El doctor hace énfasis en que la una buena alimentación permitirá que el bebé crezca, desarrolle y mejore su sistema digestivo e inmunológico; las madres deben cuidar de lo que comen, cuidar lo que ingresa a sus cuerpos, ya que se convierte en nutrientes por medio de la leche materna.

a. Información de Entrevistado 3

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Dr. Miguel León	Médico General	mmlm090713@gmail.com

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés

- Evitar la automedicación o “consejos” de remedios caseros
- No asesorarse ni prepararse correctamente
- Enfocarse en el desarrollo sensorial

Contenido relevante a encontrar en el sitio web

- Información sobre actividades que beneficien al desarrollo sensorial de los bebés
- Incentivar a los padres a realizar pruebas de alergias a sus hijos

Cualidades y beneficios de un sitio web

- Información confiable y validada
- Intuitivo para los padres

c. Beneficios Obtenidos

El doctor menciona que la atención médica adecuada y a tiempo permite un crecimiento eficaz para el bebé, crecen sanos y felices. No automedicar a los niños ni darles jarabes o remedios que le funcionaron a otra persona con su bebé, ya que no siempre es efectivo y hasta podría perjudicar a su hijo.

d. Comentarios de Interés

- El doctor menciona que es importante conocer tanto para los padres como para los bebés, a qué son alérgicos, evitando inconvenientes a futuro.
- Validar la información que se alojara en el sitio web, mientras no sea verificada o de fuentes confiables, difícilmente sería de utilidad a la población.

El punto de vista del doctor ante el sitio web se enfoca en que la información a proporcionar debe demostrar su autenticidad, confiable y de sitios u organizaciones de renombre. Para evitar, engaños, estafas y al ser un tema delicado como lo son los bebés, dedicarse de buena fe a ello. También destaca el incentivar al desarrollo sensorial del bebé, importante para que desarrolle su cerebro y comprenda mejor su entorno. Realizar pruebas cutáneas para determinar a qué es alérgico el bebé, lo cual le será de beneficio en su vida.

a. Información de Entrevistado 4

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Dr. Kirvyn Méndez	Auxiliar de Pediatría	-

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés

- La alimentación, cuando llegan a la edad de poder darles comida sólida. Conocer y cuidar qué tipo de alimentos se les puede dar.
- Evitar ser atendidos, no esperar hasta que los bebés se muestren con síntomas fuertes.

Contenido relevante a encontrar en el sitio web

- Asesoría de preparación para recibir a un bebé en casa
- Información sobre la alimentación de bebés.

Cualidades y beneficios de un sitio web

- La información a brindar sea de beneficio total para padres y bebés
- Accesible al bolsillo de los padres
- Verificado y validado

c. Beneficios Obtenidos

El doctor menciona que la información que se aloja en internet puede ser de ayuda, por su fácil acceso, sin embargo, debe ser presentada de forma adecuada. Recomienda a los padres de sus pacientes aportar al desarrollo cognitivo del bebé.

d. Comentarios de Interés

- El doctor menciona que la información que se aloja en internet puede ser de ayuda, por su fácil acceso, sin embargo, incentiva a que el sitio web de BebeMate cuente con alianzas o información de organizaciones dedicadas a la salud.
- Recomienda que se proporcione información de actividades y juguetes enfocados al desarrollo cognitivo de bebé a temprana edad para fortalecer su razonamiento y habilidades.

El Dr. Méndez comenta que dedicarse al desarrollo cognitivo del bebé es fundamental para que, a futuro, desarrolle y mejore sus capacidades físicas y mentales, evitarles el uso de smartphones para entretenerlos y darles el cuidado necesario en la alimentación.

a. Información de Entrevistado 5

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Lic. Silvia de Núñez	Enfermera	-

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés
<ul style="list-style-type: none"> • Salud • Lactancia

Contenido relevante a encontrar en el sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Blogs Informativos • Alimentación

Cualidades y beneficios de un sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Información inmediata • Fácil acceso

c. Beneficios Obtenidos

Lic. Núñez expresa que debido a la fácil obtención de información por medio de los Sitios web se puede tener un nivel de alcance mucho más amplio para poder guiar a los padres primerizos para que puedan desempeñar el cuidado apropiado que deben tener los bebés y recién nacidos

d. Comentarios de Interés

- Considera importante que antes de subir una información dentro del sitio web se deba comprobar para evitar problemas con la salud de los pacientes.
- Aconseja que se debe llevar un control por parte de los padres para saber cómo va la evolución de la salud y desarrollo que tienen los bebés.
- Indica siempre que dentro de la alimentación de los bebés la leche materna siempre será la mejor fuente de nutrientes para los recién nacidos.

La Lic. De Núñez señala que se deben tomar en cuenta las necesidades que los bebés exigen en los primeros años de vida para lograr un apto desarrollo cognitivo, social y a su vez escuchar los consejos que los demás padres brindan, ya que pasaron por los mismos momentos con sus propios hijos.

a. Información de Entrevistado 6

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Dr. Luis Hernández	Médico General	luiyiespaguery@gmail.com

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés
<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación • Desarrollo Psicomotriz

Contenido relevante a encontrar en el sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Cuidados Generales. • Blogs Informativos.

Cualidades y beneficios de un sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Digitalización de Información • Contacto directo con los Pacientes.

c. Beneficios Obtenidos

Dr. Hernández recalca que por medio de las redes sociales se tiene un contacto más directo con los diversos pacientes, para tener un control exacto de las necesidades de cada uno de ellos.

También toma en cuenta que por medio de la digitalización, se brindará una información de manera más rápida y directa con los pacientes.

d. Comentarios de Interés

- Sugiere que dentro de los temas que pueden ser de mayor beneficio para los padres primerizos es el correcto uso de los diversos accesorios que se utilizan con los bebés.
- Informa que también se debe tomar en cuenta los diferentes desarrollos que los bebés necesitan para tener un crecimiento óptimo.
- Advierte que uno de los problemas más frecuentes dentro de las consultas brindadas es por gripes, malos cuidados, automedicación y fiebres.

La Lic. Hernández establece que se debe tener cuidado cuando un bebé presenta algún cambio en su actitud, ya que por medio de esta identificación se pueden prever enfermedades que son difíciles de reconocer.

a. Información de Entrevistado 7

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Lic. Eunice Molina	Enfermera	molina_89@hotmail.com

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés
<ul style="list-style-type: none"> • Salud • Alimentación

Contenido relevante a encontrar en el sitio web

- Blogs Informativos
- Consejos y Testimonios de Padres de Familia

Cualidades y beneficios de un sitio web

- Conocimiento más Profundo de temas de importancia
- Información Inmediata

c. Beneficios Obtenidos

Lic. Molina reconoce que de los aspectos más importantes dentro del mundo de los recién nacidos es la salud, ya que muchas veces los padres ya sea por desconocimiento o por negligencia dejan pasar por alto los padecimientos de los bebés pensando que es algo solamente pasajero y no les brindan la atención que necesitan.

d. Comentarios de Interés

- Detalla los diversos aspectos que se deben tomar en cuenta dentro de la crianza de los bebés enfocándose directamente en la salud tanto del bebé como de la madre.
- Describe que se debe tener un conocimiento más amplio sobre los medicamentos que se les debe dar a los recién nacidos y no automedicarlos.
- Sugiere mantener un control de los diversos síntomas que puede presentar un bebé a lo largo de su crecimiento.

Lic. Molina recomienda que mientras se mantenga un ambiente favorable para los bebés y recién nacidos, no se verá afectada la salud y se podrá llevar un desarrollo de crecimiento para lograr una interacción social de manera efectiva.

a. Información de Entrevistado 8

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Dr. Saúl Orlando Ayala	Médico general	saulayalamd@yahoo.es

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés
<ul style="list-style-type: none"> • Lactancia • Salud

Contenido relevante a encontrar en el sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación • Cuidados generales

Cualidades y beneficios de un sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Influye a informarse en la educación en el área de salud • Ampliación de conocimientos específicos

c. Beneficios Obtenidos

Dr. Ayala destaca que la negligencia es uno de los factores principales que no permiten a los padres desempeñar un correcto cuidado de bebés y esto induce a enfermedades o padecimientos que, de no ser tratados a tiempo, afectará al futuro y desarrollo del bebé; beneficiaría al público porque obtendrían información de manera rápida y confiable.

d. Comentarios de Interés

- Considera que sería de utilidad la creación de un sitio web orientado al cuidado de bebés y recién nacidos, ya que generarían información oportuna.

- Recomienda a los padres de familia que se enfrentan por primera vez a esta etapa, abastecerse de implementos para el cuidado de sus bebés.
- Informa que las consultas que brinda con frecuencias en la atención de los bebés son de anemia, gripe, fiebre, controles por bajo peso

El doctor Ayala destaca que la recreación es el tema primordial para un bebé, los padres deben asegurar una buena recreación para desarrollar las destrezas del bebé, interactuando correctamente en el entorno que le rodea para mejorar su espacio social.

a. Información de Entrevistado 9

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Lic. Miguel Lobato	Enfermero	miguelitobato4@gmail.com

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés
<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación • Desarrollo

Contenido relevante a encontrar en el sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Blogs con experiencias • Espacio de diversión para buena educación y desarrollo de los bebés

Cualidades y beneficios de un sitio web
<ul style="list-style-type: none"> • Informarse para obtención de conocimientos • Información con credibilidad

c. Beneficios Obtenidos

Lic. Lobato destaca que la inmadurez en el tema es uno de los factores principales que no permiten a los padres desempeñar un correcto cuidado de bebés y esto induce a enfermedades o padecimientos que, de no ser tratados a tiempo, afectará al futuro de su hijo. Siendo indispensable la búsqueda de información a través de medios web o redes sociales con la innovación tecnológica en la que se vive día a día, de esta forma ahorra tiempo y economía satisfaciendo necesidades en poco tiempo en adversidades repentinas.

d. Comentarios de Interés

- Considera que sería de utilidad la creación de un sitio web orientado al cuidado de bebés y recién nacidos, ya que generaría ventaja al usuario.
- Recomienda a los padres de familia que se enfrentan por primera vez a esta etapa a estar preparados económicamente para esta responsabilidad.
- Informa que las consultas con frecuencias en la atención de los bebés son síntomas estomacales, control por rango de edad y problemas respiratorios.

El licenciado Lobato enfermero de profesión y laborando en el área de salud, destaca que el amor fraternal es el tema primordial para un bebé, los padres deben asegurar que su hijo crezca con amor, cariño y apoyo por parte de sus progenitores durante todo el proceso para que este logre desarrollarse en armonía, esto es aplicable desde los sentimientos a valores.

a. Información de Entrevistado 10

Profesional	Cargo	Correo Electrónico
Lic. Jairo Daniel López	Asistente Administrativo/Recepcionista	jairodaniellopeza@gmail.com

b. Hallazgos Relevantes

Principales aspectos a considerar en el cuidado de bebés

- Salud
- Desarrollo emocional

Contenido relevante a encontrar en el sitio web

- Testimonios
- Foros para ampliar conocimiento

Cualidades y beneficios de un sitio web

- Innovación en información adaptado a la realidad
- Información a la vanguardia de la sociedad

c. Beneficios Obtenidos

Lic. Jairo Daniel López menciona que la falta de recursos económicos es uno de los factores principales que no permiten a los padres desempeñar un correcto cuidado de bebés. Siendo indispensable la búsqueda de información a través de medios web o redes sociales, ya que los beneficios estarían de forma rápida sin necesidad de movilizarse al centro de salud.

d. Comentarios de Interés

- Considera que sería de utilidad la creación de un sitio web orientado al cuidado de bebés y recién nacidos, es importante ya que la generación de información se generará de forma oportuna.
- Recomienda a los padres de familia que se enfrentan por primera vez a esta etapa a tener establecida su economía y pensamientos con educación materna.

Conclusión de Entrevista

La entrevista fue realizada a profesionales de salud en centro de salud de Mejicanos, en la cual se determinaron los diversos puntos de vista a profesionales con rango de edad ejerciendo la profesión y al frente del cuidado sobre bebés entre los 2 años y medio hasta los 25 años de experiencia laboral en la rama.

Siendo diversas las consultas más frecuentes brindadas entre las que se destacan cómo las más comunes consulta por gripe, tos, fiebre y diarrea presentado por pacientes bebés y en etapa de lactancia. Los profesionales mencionan que los diversos problemas por los que los padres de familia muchas veces no desempeñan un buen rol en el cuidado de sus bebés, es por la falta de conocimiento, negligencia e inmadurez en el tema, muchas veces por parte de instituciones correspondientes, siendo uno de los temas más relevantes y preocupante para los padres de familia en el cuidado de sus bebés como lo es la salud y lactancia.

Los pediatras entrevistados sugieren como consejo a los padres en esta etapa muy delicada que se puedan asesorar para brindar un cuidado correcto y así evitar problemas futuros, permitiendo establecer su economía, prepararse y no automedicar a sus bebés porque los exponen a muchos riesgos que podrían resultar hasta mortales y también asesorarse con personas con el conocimiento técnico, científico para estar seguro y consciente de sus actos.

Del mismo modo, las diversas percepciones de parte de los entrevistados sobre la búsqueda de información en internet demuestran que muchas veces suele ser de manera positiva, debido a que es de fácil acceso y a su vez se debe de tomar en cuenta las diversas fuentes de donde se obtiene la información, se puede dar el caso de que esta información no es corroborada por los profesionales y si bien es de ayuda por lo rápido que se obtiene, no siempre se debe confiar de manera total.

Otro de los aspectos que se demostraron, es el alto grado de utilidad y beneficio que brindaría este servicio de asesoría hacia los padres dentro de la era digital, si bien es reconocido que son diversos aspectos los que se abarcan dentro del cuidado de bebés, los que se mostraron más importantes fueron la salud, la alimentación de los bebés y recién nacidos al igual que los consejos y diversos blogs dentro de los sitios web, también se consta que, los diversos desarrollos como el sensorial, cognitivo y psicomotriz son fundamentales dentro de los aspectos más relevantes dentro del crecimiento de los bebés.

2.2 Diagnóstico de la Situación Actual

Actualmente los diversos obstáculos que existen para lograr un buen posicionamiento dentro del mundo digital suelen interferir de manera directa o indirectamente en los propósitos del sitio web para obtener una fluctuación de visitas, de igual forma los principales elementos que ayudan a determinar cómo los factores externos e internos tienen un papel importante dentro del desarrollo del sitio web, por lo tanto los más representativos son: FODA, 5 Fuerzas de Porter y el Análisis PEST, basándose en estas herramientas, se puede determinar las estrategias adecuadas para lograr un alcance efectivo dentro de los consumidores.

2.2.1 FODA Cruzado.

La finalidad de usar esta herramienta es señalar el punto de combinación entre los positivos y negativos que logran favorecer las fortalezas, identificar las oportunidades, equilibrar las amenazas y a su vez corregir las debilidades que se dan en el manejo de la marca BebeMate.

Para utilizar el método de FODA cruzado, contribuye a una mejor elaboración de las estrategias a aplicar luego de haber identificado los diversos factores internos y externos que influyen en el desempeño de la marca BebeMate.

Tabla 2
Matriz FODA Cruzado de BebeMate

MATRIZ FODA CRUZADO BebeMate	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> ➤ Contacto con padres de familia para la generación de consejos. ➤ Servicios disponibles para todo el país. ➤ Fácil acceso a Internet y buscadores de información. ➤ Recursos tecnológicos que beneficien el manejo del sitio web. 	FO(FORTALEZAS-OPORTUNIDADES) <ul style="list-style-type: none"> ○ Crear una comunicación directa entre usuarios y administradores para lograr una interacción más personalizada. ○ Formulación de foros para los usuarios donde puedan hacer sus consultas y otros usuarios puedan aconsejarlos.
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poco posicionamiento dentro del mercado. ➤ Falta de adaptación de las antiguas generaciones al mundo del internet. ➤ Limitado conocimiento en los cuidados de bebés. 	DO (DEBILIDADES-OPORTUNIDADES) <ul style="list-style-type: none"> ○ Establecer un posicionamiento dentro del mercado para lograr una cantidad de visitas más amplia. ○ Manejo de diversas plataformas para dar a conocer los servicios ofrecidos. 	DA (DEBILIDADES-AMENAZAS) <ul style="list-style-type: none"> ○ Generar una plataforma fácil de utilizar y entender para los usuarios. ○ Mantener una capacitación constante para lograr una mayor satisfacción de los usuarios.

Fuente: Autoría propia con base a la técnica propuesta por Albert S. Humphrey durante los años 60's & 70's en EE.UU.

2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter.

El propósito de utilizar este modelo es para identificar y describir las fuerzas económicas dentro del sector económico para lograr un avance en las estrategias empleadas dentro del mercado.



Figura 11. Análisis 5 Fuerzas de Porter

Fuente: Autoría propia en base a las 5 fuerzas del experto Michael Porter de 1979 en Harvard Business Review.

2.2.3 Desarrollo de PEST.

El análisis PEST funciona dentro del negocio BebeMate como agente de detección de factores internos y externos, para la evaluación de problemáticas económicas, políticas, sociales y tecnologías inmersas en el sitio web tal y como se presenta a continuación.

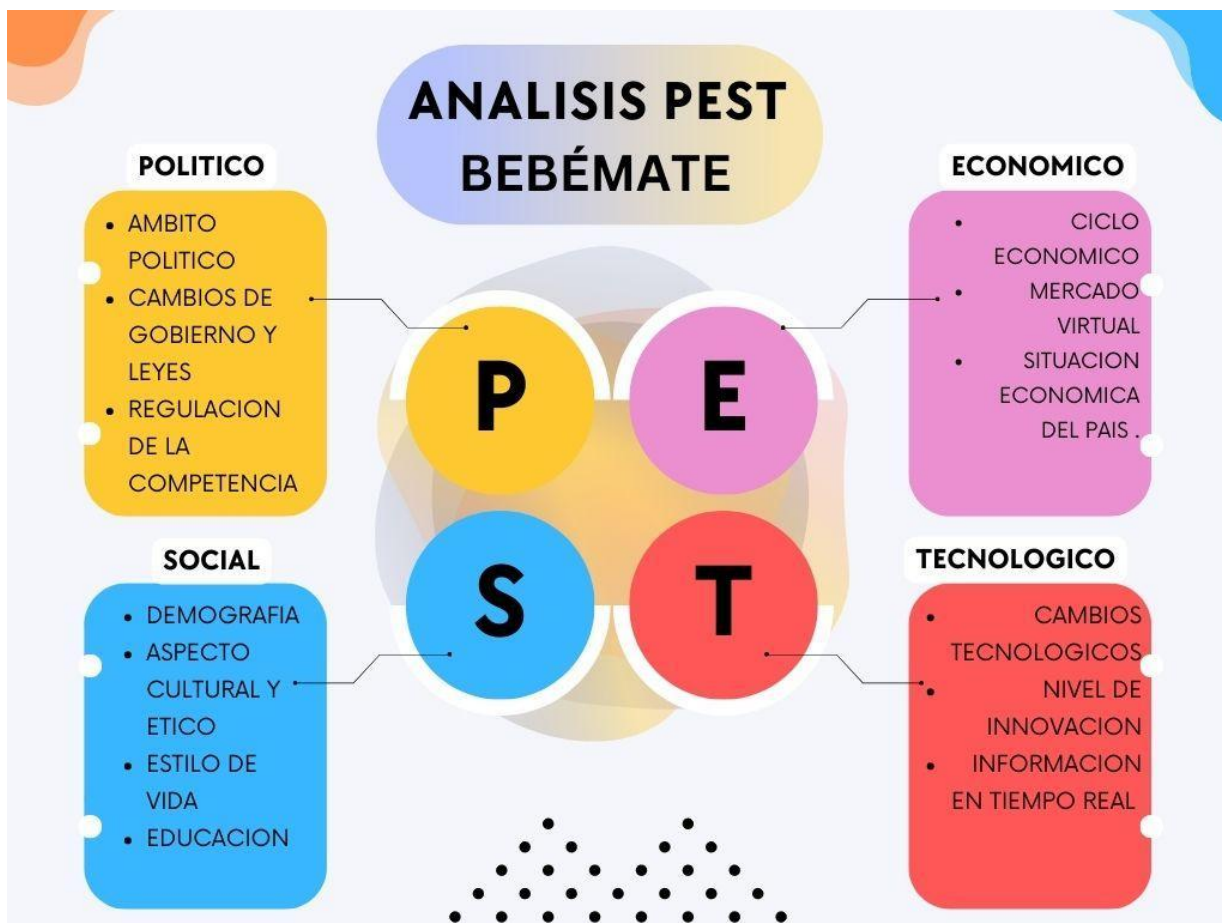


Figura 12. Análisis PEST

Fuente: Autoría propia en base al diseño creado por V.K. Narayanan y Liam Fahey en 1968.

2.3 Conclusiones del Diagnóstico de la Situación

El diagnóstico situacional se considera una técnica en la cual lleva por objeto principal valorar diversas alternativas de evaluación de marca donde se presenta una problemática y a su vez soluciones, a través del estudio del diagnóstico situacional, como lo es el FODA cruzado, Análisis PEST y las Cinco Fuerzas de Michael Porter, se consideran como etapas fundamentales para una correcta investigación en donde se logra analizar de manera oportuna cada una de las realidades que enfoca el negocio digital BebeMate.

Mediante el diagnóstico FODA cruzado se implementan diversas estrategias y acciones a través de sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, entre las cuales BebeMate logra una excelente recopilación de información para aumentar el número de visitas al sitio web, con una plataforma fácil de entender y utilizar logrando así la satisfacción de los usuarios que la visiten. Creando comunicación eficaz y eficiente mediante el buen uso de la tecnología.

En el diagnóstico de las cinco fuerzas de Michael Porter se tiene en consideración la comunicación fluida para el uso de la web y para conectar de forma directa con las personas, así mismo, el ofrecer un servicio exclusivo basado en testimonios de personas que hayan experimentado o estén por experimentar el ser padres primerizos.

El análisis PEST de BebeMate evalúa el ámbito político, económico, social y tecnológico donde se concentra la regulación de competencia que conlleva la marca, su demografía abarca aspecto cultural y ético en donde su estilo de vida tiene mucha importancia para la aplicación y uso del sitio web.

2.4 Lienzo Canvas

A Través de la herramienta The Business Model Canvas, el modelo de negocio digital BebeMate plantea un diseño unificado de manera estratégica donde se plasman las ideas generadas, prevalece la investigación ante la necesidad de información sobre el cuidado de bebés de manera confiable y segura.

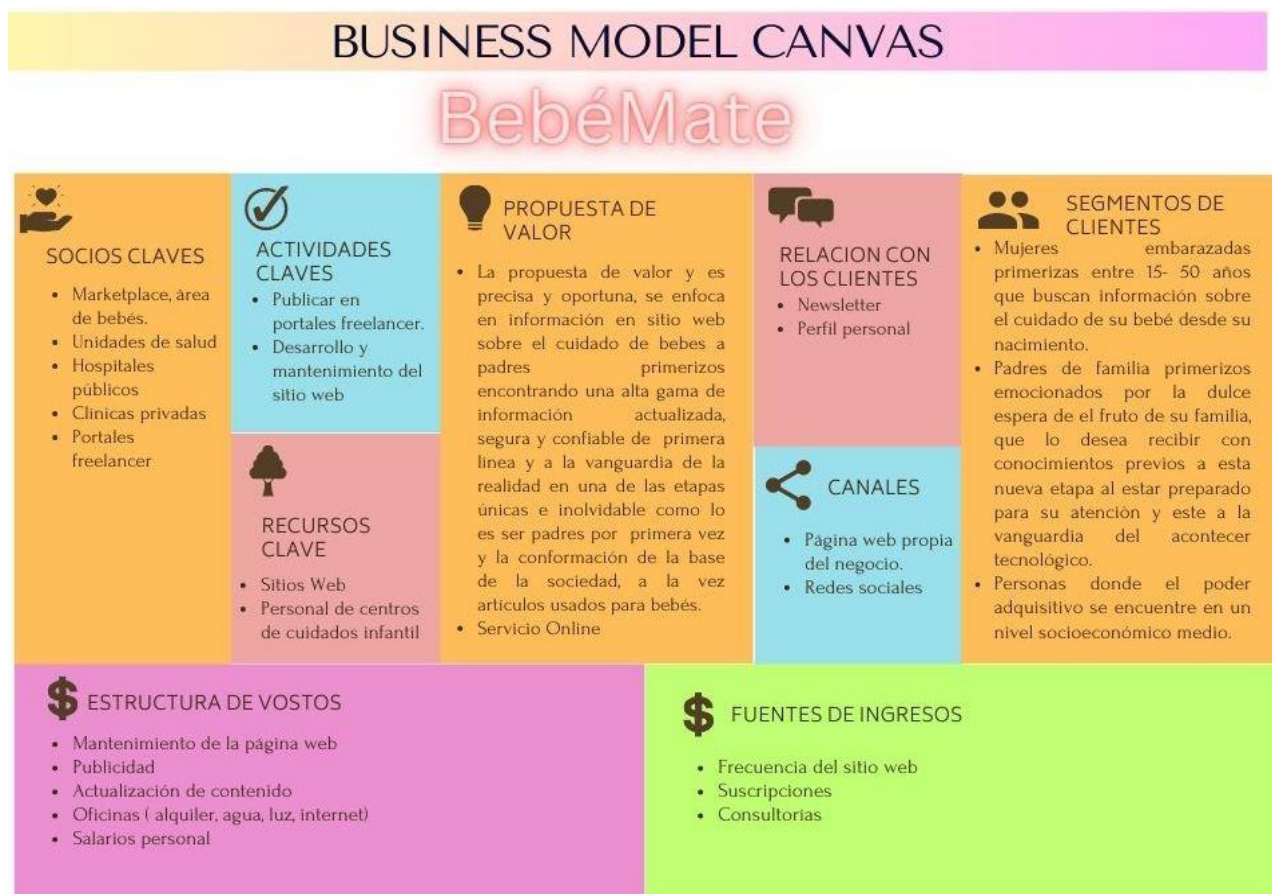


Figura 13. Modelo Lienzo Canvas

Fuente: Autoría propia en base al diseño creado por el mercadólogo Alexander Osterwalder en 2004.

CAPITULO III: PROPUESTO DE PLAN DE NEGOCIO: BEBEMATE

El capítulo tres consta con información que concierne al negocio, se plantea la descripción e idea del mismo; se detalla la información general y su marco estratégico compuesto por misión, visión, valores que caracterizan al negocio; contiene objetivos trazados y las metas por alcanzar.

3.1 Descripción del Negocio

La idea del negocio, surge en la creación de un sitio web especialmente enfocado hacia los cuidados que los bebés y recién nacidos requieren, para obtener un óptimo desarrollo cognitivo, de lenguaje, física motriz y a su vez social.

Debido a la cantidad de temas que influyen en la crianza de los recién nacidos en los primeros años de vida, muchas veces los padres primerizos no encuentran una fuente de información que logre ayudarlos en momentos específicos con problemas con los que se enfrentan del día a día.

Nombre del Negocio

BebeMate

Información General

Nombre del Representante del negocio: Sonia Elisabeth Ramírez Iraheta

Giro del negocio: Portal informativo y de asistencia

3.2 Marco Estratégico

El marco estratégico se asocia la planificación del negocio digital BebeMate y se enfoca en el análisis de la misión, visión, valores, objetivos y metas para determinar el rumbo del negocio. Definiendo las acciones a cumplir, llevando a cabo los objetivos planteados.

3.2.1 Misión.

Brindar un servicio que propicie al desarrollo del cuidado de recién nacidos y bebés en etapa de lactancia para que padres y madres cuenten con información que motive el desempeño de la actividad con confianza, seguridad y de manera práctica.

3.2.2 Visión.

Ser un espacio de calidad referente al cuidado y bienestar de recién nacidos y bebés en etapa de lactancia a manera de contribuir en la difusión y educación del tema a nivel nacional.

3.2.3 Valores.

En el entorno digital, la empresa BebeMate desarrollará diversos procesos a la vanguardia de la era tecnológica que enfrenta la realidad salvadoreña, en la cual dicho proceso de posicionamiento no sería posible sin olvidar la aplicación de los valores concerniente al negocio digital BebeMate.

- **Competitividad:** Disponer de un servicio de calidad generando valor al negocio digital a través de innovación tecnológica.
- **Profesionalismo:** Destacar el compromiso del negocio digital mediante profesionalismo de manera eficiente, aportando conocimiento de valor al usuario.
- **Responsabilidad:** Cumplir los deberes del servicio enfocándose en el giro del negocio digital.
- **Ética:** Proporcionar información apropiada y de calidad, tratando con respeto las opiniones de usuarios.
- **Innovación:** Mantenerse en constante innovación y actualización de información con documentación importante de primera mano, apoyando y asesorando a padres primerizos sobre el cuidado de su bebé.

3.2.4 Objetivos.

- ✓ Brindar contenido a través de un sitio web redituable e intuitivo enfocado a la orientación, preparación y desarrollo del cuidado de bebés en etapa de lactancia y recién nacidos a padres de familia primerizos salvadoreños.
- ✓ Proporcionar información mediante blogs, post de interés, guías, consejos, recetas, para orientar a padres de familia primerizos en el cuidado de bebés en etapa de lactancia y recién nacidos.
- ✓ Fortalecer el contenido de BebeMate con alianzas estratégicas del sector salud, garantizando el servicio del sitio web.
- ✓ Impulsar el reconocimiento del sitio web BebeMate y la comunidad a través de redes sociales, generando tráfico y visibilidad a la página principal.

3.2.5 Metas.

- Posicionar la marca de BebeMate en el público salvadoreño como un sitio web con la finalidad de ser un apoyo a los padres de familia primerizos.
- Mantener el contenido de BebeMate actualizado, verificado y validado por entidades y profesionales del sector salud.
- Generar valor al contenido de BebeMate logrando una relación confiable, satisfactoria y redituable entre los padres de familia y el sitio web.

3.3 Descripción del Servicio

BebeMate desarrollará e impulsará el servicio dirigido hacia padres que deseen conocer diversa información de importancia sobre cuidados de bebés y recién nacidos a padres de familia, ya sea primerizos o que gustan de estar mejor informados para realizar una tarea eficiente de cuidar

a sus hijos en esta etapa de manera se logre un desarrollo pleno y saludable de sus hijos durante su primera etapa de vida.



Figura 14 Padres primerizos

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

Los servicios digitales que BebeMate considera en diversas plataformas tecnológicas estarán al alcance del bolsillo del usuario, encontrando desde blogs, sitio web, redes sociales.

Blogs: BebeMate desarrollará un apartado de blogs, donde se expongan diversas experiencias de padres y madres de familia, obtenidas de generación en generación y brindada hacia los nuevos padres, ya que tiende a variar dependiendo de las condiciones en que las familias empiezan este nuevo ciclo de vida, ya que este tipo de circunstancias los padres suelen ser autodidactas, identificando que cada recién nacido es diferente y no siempre necesita tener las mismas atenciones. Creando un blog bien gestionado, actualizado y con una temática concisa, ampliando la posibilidad de aparecer entre las primeras páginas de los buscadores esto permitirá

el posicionamiento del negocio BebeMate. Teniendo en cuenta la facilidad que será su uso, y el poder compartir conocimientos o experiencias, siendo un blog generoso.

Sitio Web: BebeMate impulsará un servicio exclusivo de consultoría brindando un servicio personalizado y especializado en solventar diversas problemáticas o dudas que surjan en personas que son padres de familia, o desean conocer sobre el tema para estar informados cuando deseen serlo, muchos inconvenientes que no son solventados por instituciones, amigos o familiares y recurren a la web en búsqueda de información oportuna y moderna. Informando las redes sociales, blogs; así mismo, brindando contenido de valor y creativo que motive al usuario a visitar el sitio, generando suscripciones al negocio y creando espacios de interacción.

Datos importantes sobre la buena alimentación de los bebés y el tiempo ideal que se puedan alimentar, el tipo que deberían consumir en sus primeros días de vida, así como en los siguientes meses de crecimiento de los niños impulsado en el sitio web propio de la empresa, así como también en diversas redes sociales. Cómo debe un padre cuidar en salud a su pequeño, el uso adecuado y resguardo de accesorios y herramientas que se utilizan durante esta etapa, ya que muchas veces y en la mayoría de casos, suelen suceder errores y esto es por la falta de conocimiento y asesorías, negligencia e inmadurez en el tema, por ello este servicio de BebeMate orientará en diversos temas de manera amplia para llenar esos vacíos que existen al estar al cuidado de un bebé que se considera una de las etapas más importantes en la vida del ser humano; ya que de esta etapa depende mucho el futuro, salud y demás factores en la vida del bebé; es por ello que se debe de estar preparado de muchas formas, no siendo la excepción sobre conocimiento como desempeñar un buen rol de padre o madre de familia.

Redes sociales: BebeMate comunicará el negocio a través de redes sociales que ayudaran a construir la marca como tal, mediante la comunicación de contenido de valor que permitirá la interacción con el cliente. En estas redes sociales se consideran dos, tales como Facebook e Instagram. En estas redes sociales se compartirá datos de interés sobre el negocio y su giro en brindar información sobre cuidado de bebé a padres primerizos o que ya posean la experiencia de serlo, pero que deseen ampliar sus conocimientos en el área, basándose en información dentro del negocio en la web BebeMate.



Figura 15 Perfil de red social de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E, en base a perfil de red social.

Mediante Facebook, aprovechando su posicionamiento, ya que para el año 2023 se considera la red social más utilizada con la mayor cantidad de usuarios según ranking de redes sociales; se determina a Facebook como la red que cuenta con más usuarios activos con aproximadamente 2.960 millones, según datos facilitados por DataReportal a nivel mundial según ranking de redes sociales. En Facebook se desarrollará un apartado donde se pueda tener asistencia técnica personalizada en dudas puntuales que el cliente tenga de forma exclusiva, tal como la suscripción a este servicio para que sean de calidad y según el cliente tenga la consulta. De igual

manera se interactuará con los usuarios promocionando la página BebeMate y el servicio que se brindará para conseguir más visitas en el sitio web, llegando a más clientes potenciales, aumentando las posibilidades de captar nuevos clientes para el negocio.

De los más de 6.5 millones de habitantes de El Salvador, al menos 4.3 millones son usuarios activos de redes sociales, esto es el 66% de su población. De acuerdo con datos de DataReportal, hay 4 millones de usuarios de Facebook en El Salvador, lo que significa que el 79.8% de su población es potencialmente alcanzable con publicidad desde esta plataforma; 2.8 millones de ellos también son alcanzables con publicidad en Facebook Messenger.

De la misma forma se hará uso de la plataforma digital Instagram, ya que para el 2023, las estadísticas de Instagram confirman que la plataforma cuenta con más de 2.000 millones de usuarios activos según Statista, este valor representa un incremento de alrededor de 60 millones, respecto a los usuarios estimados en 2022. De los cuales en El Salvador se genera alrededor de 1.1 millón de usuarios activos en Instagram. Esta plataforma hará crecer la web, debido a apoya con la intuición sobre los clientes de forma rápida, aplicando hashtag de manera creativa, configurando el mensaje que se trasmite, compartiendo historias, fotos, vídeos, boomerang, rewind del sitio web.



Figura 16 Perfil de red social de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E en base a perfil de red social de Instagram del modelo de negocio digital BebeMate.

3.4 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva es un concepto establecido en 1980 por Michael Porter. Esta hace referencia a la autenticidad del negocio en su giro y actividades, difícil de imitar y sostenible.

La ventaja de una empresa es su capacidad para lograr resultados que de una u otra manera, sus consumidores no puedan alcanzar. (Kotler & Keller, 2006).

COMPETENCIA DIRECTA

La competencia directa de BebeMate consiste en otros negocios que ofrecen el mismo servicio para satisfacer las mismas necesidades y que también comparten puntos de venta, oferta y demanda del mercado y área geográfica del público objetivo. BebeMate, de acuerdo a su enfoque, solo considera como competencia directa a la empresa BebéMundo, enfocado en brindar servicio con artículos, productos para el cuidado de bebés en el país, tal cual se muestra en la siguiente tabla una breve descripción de dicha empresa.

Tabla 3
Competencia Directa de BebeMate

COMPETENCIA DIRECTA DE BEBÉMATE

NO.	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA COMPETENCIA
1	Bebémundo	Es la tienda más grande de bebés en El Salvador, con todo lo que se necesita para el mejor cuidado de bebé y mamás. Tienda física y virtual, posee página en la web como bebemundo.com.sv, blogs dentro de la página web, su apariencia motivadora y creativa que persuade al momento de ingresar a su dirección. Este negocio se encuentra en plataforma digitales también como en redes sociales en Facebook e Instagram.

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

COMPETENCIA INDIRECTA

Consiste en negocios que ofrecen productos diferentes a los que ofrece BebeMate, pero que logran satisfacer las mismas necesidades del que brinda el presente negocio, pero de distinta forma, por ello compiten en el mismo mercado. Aunque los productos no son iguales cumplen la misma función, así que los clientes sustituyen uno por otro fácilmente.

Se destaca a continuación una serie de negocios de competencia indirecta de BebeMate, lo cual lo define como la mejor opción para visita en la web sobre cuidado de bebés a padres primerizos o que ya han experimentado serlo.

Tabla 4
Competencia Indirecta de BebeMate

COMPETENCIA INDIRECTA DE BEBEMATE

NO.	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA COMPETENCIA
1	Johnnson´s	Comercializa productos para el mejor cuidado, para la piel de recién nacidos, bebés, niños y adultos. Ofrece productos cada vez más suaves, con fórmulas novedosas que cumplan con los más altos estándares de calidad y seguridad para el cuidado más puro, suave para delicada piel de recién nacidos, bebés, niños y adultos.
2	Bebérece	Todo lo relacionado en productos para bebés de todas las edades sobre todo accesorios, ropa, coches, calzado, juguetes. Nació para ayudar a mamás y papás primerizos a encontrar todo lo que el bebé necesite, su

	<p>bienestar es lo que más les importa, donde puede encontrar las marcas líderes en el mercado a precios increíbles y ventajas exclusivas para el cuidado del bebé y la mamá.</p>
3	<p>Bebélandia Bebélandia es una empresa salvadoreña emprendedora apoyada por CDMYPE y CONAMYPE. Sus tiendas físicas se encuentran en San Salvador y Santa Ana, donde cuentan con un gran equipo de profesionales dedicados a ofrecer el mejor servicio. Tienen acuerdos con los mejores proveedores del sector. Bebelandia es una tienda online especializada en productos para bebés. Ofrecen todo lo que un bebé necesita, ya que el bienestar y confianza es lo más importante. En la tienda encuentras las marcas líderes del mercado a precios increíbles y ventajas exclusivas para el cuidado del bebé y la mamá.</p>

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

3.5 Plan Organizacional

a. Estructura organizativa de la empresa.

La estructura organizacional es el esqueleto, el cuerpo de una organización. La sostiene y permite que todas las funciones se desarrollen normalmente. En el cuerpo, cuando hay algún desequilibrio musculoesquelético, se generan disfunciones en los órganos. Igualmente, en la

organización, cuando no existe una estructura adecuada, una o más funciones tienden a desequilibrarse provocando fallas de desempeño que pueden desencadenar una crisis.

Para facilitar la dirección y administración de actividades del negocio BebeMate, se crea la estructura organizativa, donde será presidida por el director general de la empresa, seguido de sus diversas áreas, que estarán conformadas por ventas, compuesto por especialista en ventas, marketing y finanzas donde se llevará un control y ejecución de los recursos del negocio, también se toma en cuenta al área de gerencia de mercadeo dividida en aspectos de publicidad y comunicaciones. asignando funciones a los diferentes subordinados que se agrupan de acuerdo a cada uno de los campos de acción.

BebeMate contendrá una estructura organizacional muy distinguida donde se dividen las responsabilidades por unidades de trabajo, donde cada grupo tiene claro sus metas y objetivos trabajando de manera articulada para el logro del mismo permitiendo un buen clima laboral, generando ser más eficientes en sus puestos de trabajo, creando estrategias, orden y ejecutando planes para la toma de decisiones.



Figura 17 Estructura Organizativa de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

b. Organización de gestión y Recursos Humanos.

Para tener un control y reclutamiento de personal que conforma la organización de gestión y recursos humanos se maneja de la mejor forma el compromiso de los empleados y fomenta la fuerza laboral de manera inclusiva, principalmente con el objetivo de darle cumplimiento a lo que establece el negocio digital BebeMate, aumentando la productividad, mejorando la calidad de los trabajadores que conforman la sociedad, permitiéndoles el crecimiento laboral y motivándolos a desarrollarse con plenitud en sus diferentes áreas.

Recursos Humanos. Es el área fundamental de BebeMate siendo una de sus funciones primordiales el realizar la planificación, selección y contratación del personal idóneo para BebeMate.

Tabla 5
Organización de Gestión BebeMate

<i>Area de Responsabilidades gestión</i>	<i>Habilidades requeridas</i>	<i>Cantidad de personal</i>	<i>¿Quién lo hará?</i>
<i>Recursos humanos</i>	Realizar el diseño de puestos, encargado del proceso de reclutamiento personal, actividades de formación y desarrolló del personal, y manejo de la relación de los empleados	Pode de negociación, de capacidad de análisis, organización, identificación de talentos y empatía.	Una persona con experiencia previa en Recursos Humanos
<i>Mercadeo</i>	Promoción de la marca y productos, realizar estudios de mercado	Pensamiento analítico y estratégico, habilidad de comunicación, creatividad, adaptabilidad y Resiliencia.	Se contará con 2 personas, luego se considerará más personal
<i>Ventas</i>	Planificar presupuestos, fijar metas y supervisar el cumplimiento de las mismas, estimular ventas	Liderar, trabajo en equipo, adaptación a cambios, liderazgo, iniciativa y toma de decisiones.	
<i>Finanzas</i>	Velar por la correcta administración de los recursos financieros, realización de informes de ganancias y de	Conocimientos matemáticos, liderazgo, habilidades interpersonales,	Una persona Profesional contable

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E en base a organización de negocio.

c. Proceso Administrativo

Proceso de Mercadeo y Ventas.

Este proceso consiste en un uso óptimo de las diversas herramientas que se emplean dentro del marketing, del mismo modo se manejan un conjunto de etapas que se destinan para analizar las necesidades del cliente hasta lograr una venta efectiva del servicio ofrecido por el Sitio Web BebeMate dentro del mercado digital.

Proceso Administrativo.

Dentro de BebeMate este proceso será fundamental debido a que es continuo y ayuda a la organización dentro de los integrantes que conforman el Sitio web, ya que por medio de este proceso se planifica las ocupaciones y tareas a realizar, organizando las funciones de cada uno de los miembros por medio de un orden específico; por otra parte se respalda e interviene dentro de cualquier conflicto que se pueda generar y finalizando con el control de los diversos planes que se ejecutarán para verificar el seguimiento y cumplimiento de los objetivos propuestos.

Proceso de Recursos Humanos.

Los procesos que se efectúan dentro de un departamento de recursos humanos toman en cuenta principalmente las necesidades de la empresa, enfocado en el personal humano. Si bien es cierto que la tecnología es un aliado principal y necesario en el Sitio web para la optimización de procesos, siempre serán necesarias las diversas acciones claves para mantener en orden los cambios que se den dentro del ambiente de trabajo y a su vez desarrollar las capacidades laborales de los operadores dentro del Sitio web de BebeMate.

BebeMate contará con los Siguietes puestos:

- ✓ Ventas.
- ✓ Finanzas.
- ✓ Marketing.

Reclutamiento de Personal

Descripción Del Puesto

1) Ventas

a) Identificación del Puesto.

Nombre del Puesto: Asesor de Ventas.

Código: Vtas01

b) Propósito del puesto

Proyectar las diversas metas que se fijan cada mes acorde al presupuesto establecido, al igual que supervisar y estimular las distintas ventas que se planificaron.

c) Principales Responsabilidades.

- Fijar metas.
- Desarrollar un buen seguimiento de los diversos indicadores de rendimiento.
- Planificación de las estrategias de ventas.
- Atención al Cliente.
- Reporte de estadísticas

Perfil del Ocupante

a) Conocimientos y Experiencia Necesaria.

- Estudios.

Graduado o Estudiante de 5° año de la Carrera de Mercadeo o Técnico en Mercado.

Conocimiento en:

- Creación de estrategias de Ventas.
- Atención al Cliente.
- Verificar el Número de Ventas.
- Buena comunicación.

Experiencia:

- 1 a 2 años de experiencia en puestos similares.

b) Principales Competencias.

- Organizado
- Responsable
- Capacidad para la toma de decisiones.
- Trabajo en equipo.

c) Condiciones de trabajo.

- Género Indiferente
- Mayor de 18 años
- Disponibilidad inmediata
- Sin Problemas de horarios

d) Remuneraciones.

- Salario de \$400
- Buen ambiente laboral
- Estabilidad laboral
- Prestaciones

Descripción Del Puesto

2) Finanzas

a) Identificación del Puesto.

Nombre del Puesto: Contador/a

Código: ConT1

b) Propósito del puesto

Proporcionar información financiera, contable y fiscal, registrar los recursos financieros de la empresa para presentarlos a la dirección administrativa.

c) Principales Responsabilidades.

- Elaboración de planillas.
- Conservar la contabilidad al día.
- Elaborar reportes y documentos fiscales.
- Cumplir con los requerimientos de la Dirección.

Perfil del Ocupante

a) Conocimientos y Experiencia Necesaria.

- Estudios.

Graduado o Estudiante de 5° año en adelante de la Carrera de Licenciatura en Contabilidad.

Conocimiento en:

- Conocimiento y aplicación de Principios contables, normas y reglamentos.
- Conocimiento y aplicación del código de ética profesional del contador público.
- Capacidad de desarrollar una contabilidad transparente y legal
- Registro de actividades contables
- Desarrollar planillas de sueldos y beneficios sociales de los empleados.

Experiencia:

- 1 a 3 años de experiencia en puestos similares.

b) Principales Competencias.

- Organizado
- Responsable
- Habilidad numérica
- Ética

c) Condiciones de trabajo.

- a. Genero Indiferente
- b. Mayor de 18 años
- c. Disponibilidad inmediata
- d. Sin Problemas de horarios

d) Remuneraciones.

- Salario de \$400
- Buen ambiente laboral
- Estabilidad laboral
- Prestaciones

Descripción Del Puesto

3) Marketing.

a) Identificación del Puesto.

Nombre del Puesto: Publicidad y Comunicación

Código: PubCom01

b) Propósito del puesto

Proporcionar información de los diversos planes estratégicos que se emplearan por medio de análisis de mercado para un posicionamiento dentro del mercado digital.

c) Principales Responsabilidades.

- Elaboración de planes y actividades de mercado.
- Organizar las fuerzas de venta.
- Proyectar la promoción de los servicios del Sitio Web.
- Investigar las diversas tendencias del mercado.
- Posicionar los servicios en la mente de los consumidores.

Perfil del Ocupante

a) Conocimientos y Experiencia Necesaria.

- Estudios.

Graduado o Estudiante de 5° año en adelante de la Carrera de Licenciatura en Mercadeo.

Graduado en la Carrera de Técnico en Mercadeo Digital

Conocimiento en:

- Conocimiento de los diversos usos de las Redes Sociales
- Capacidad de desarrollar estrategias de posicionamiento
- Análisis de Mercado
- Desarrollar experiencia de marca

Experiencia:

- 1 a 3 años de experiencia en puestos similares.

b) Principales Competencias.

- Organizado
- Responsable

- Ética
- c) Condiciones de trabajo.
- a. Genero Indiferente
 - b. Mayor de 18 años
 - c. Disponibilidad inmediata
 - d. Sin Problemas de horarios
- d) Remuneraciones.
- Salario de \$450
 - Buen ambiente laboral
 - Estabilidad laboral
 - Prestaciones

Selección del Personal

Se establece dentro de toda empresa que una selección equivocada dentro del personal genera problemas a futuro, por eso mismo dentro de la selección y contratación se debe delegar a una persona capaz y eficiente de hacer este trabajo. El proceso a establecer por recursos humanos en BebeMate será:

1. Análisis y Definición del Perfil.

Dentro de este proceso de selección se define cada una de las necesidades que la empresa requiere para crear el perfil adecuado del candidato, por medio de diversas actividades que serán evaluadas desde la perspectiva de experiencia, las habilidades solicitadas, los niveles de estudio, la capacidad que tenga para trabajar en equipo y las diferentes obligaciones que se necesitan para ejercer el puesto.

2. Reclutamiento, Revisión de Candidaturas y Preselección.

En esta sección se verifican los diferentes medios por los cuales se deben ofertar los diversos puestos de trabajo ya sea en aplicaciones, redes sociales o en anuncios. Para luego proceder a la recepción de currículos y la preselección de los candidatos que se ajusten al perfil establecido anteriormente.

3. Entrevistas y Evaluación

En cuanto se hayan seleccionado los candidatos, se inicia la etapa de evaluación, que se procederá por medio de una Entrevista Inicial por parte del encargado de RRHH con la intención de observar cómo se desenvuelve dentro el ambiente, sus habilidades, experiencia de igual manera resolver las diversas dudas con datos necesarios. Tomando en cuenta la realización de una prueba de conocimiento teóricas o prácticas, pruebas psicológicas y psicométricas que ayudan a determinar el carácter y las capacidades del candidato entrevistado. Procediendo con la Entrevista Final, enfocada con un carácter formal por parte del jefe de área, solamente para constatar las especificaciones más importantes.

4. Contratación y Decisión

Al finalizar el paso tres, es cuando se toma la decisión final de seleccionar al candidato que obtuvo los resultados más favorables en las pruebas realizadas.

5. Proceso de Capacitación.

En esta etapa final, donde ya se especifica la incorporación del candidato al puesto de trabajo obtenido, se pondrá en marcha los diversos aspectos teóricos y prácticas a realizar en el día a día.

d. Identificación y Características de los Proveedores







Equipo y mobiliario que se utilizará en el desarrollo de las diversas actividades laborales del modelo de negocio digital de BebeMate.

Tabla 6
Descripción de Proveedores para BebeMate

Nombre del Proveedor	Producto/Servicio que Provee	Sitio Web	Forma de Pago	Forma y Plazo de Entrega
Walmart	Mobiliario	https://www.walmart.com.sv	Transaccion Electronica	Paqueteria
Office Depot	Equipo	https://www.officedepot.com.sv	Contra Entrega	Paqueteria
Serfinsa	Pasarela de Pago	https://www.redserfinsa.com	Transaccion Electronica	Inmediata
Claro	Internet y Telefonía	https://www.claro.com.sv	Transaccion Electronica	Inmediata
Hosting de El Salvador	Hosting de Sitio Web	https://hostingdeelsalvador.com	Transaccion Electronica	Inmediata

Fuente: Autoría propia en base a datos de proveedores para suministros de BebeMate.

Tabla 7
Cotización de insumos para Modelo de Negocio Digital BebeMate

Nº	Producto	Características del producto	Proveedor	Precio	Fotografía del producto
1	Escritorio	Mainstays Vik	Walmart	\$85	
2	Silla	Negra de malla	Walmart	\$95	
3	Computadoras	De escritorio Intel Celeron 4GB de RAM 1TB de disco duro	Office Depot	\$499 y \$529	
4	Servicio de Internet	Paquete de telefonía e Internet de 100Megas	Claro	\$35 Mensual	
5	Pasarela de Pago	Agregar pagos Tarjetas de débito y crédito VISA, MASTERCARD Nacional de Internacional	Serfinsa		
6	Hosting de Web	Paquete Económico 3 1 sitio Web 20 GB de espacio 60 GB de espacio 3 cuentas de correo	Hosting El Salvador	\$31.99 +IVA Anual	

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E, en base a información de proveedores.

3.6 Plan de Mercadeo

a. Resultados de la investigación de mercado.

Actividades como el cuidado de un bebé requieren de mucha dedicación, paciencia y seguridad, a menudo se sabe de casos en los que personas que no planean tener un bebé, se encuentran a la espera de ello, mostrando cierto temor, curiosidad e inseguridad ante dicha experiencia por vivir. Estos futuros padres de familia, usualmente requieren del apoyo de una persona conocida dentro de la familia para que los guíe y aconseje sobre lo que tienen que hacer para dar la mejor atención a sus bebés, cómo arroparlo correctamente, bañarlo sin que le ingrese agua por sus oídos, la forma de alimentarlos y el pánico que surge al momento de que el bebé

presenta síntomas de alguna enfermedad, acudiendo a los abuelos y abuelas de los bebés, tías u otra figura cercana en la que buscan ese respaldo.

Actualmente, con la intención de obtener información rápida los padres de familia navegan por la web consultando temas referentes al cuidado de un bebé, ¿cómo?, ¿cuándo? y ¿por qué?, son las principales preguntas que se desplazan a través de la web. Si bien la información que contiene internet puede ser de ayuda a entender un tema sobre productos adecuados al bebé, actividades para hacer con el bebé o si se presentan dudas de enfermedad, ayuda a comprender la situación por la que pasa el bebé, sin embargo, no significa que esta sea del todo certera o adecuada para el caso, continuamente se requiere de la opinión de un experto, consultando a su pediatra.

Los pediatras forman una figura trascendental tanto para los bebés como padres de familia, gracias a los controles que los pediatras realizan, ayudando al desarrollo del bebé en esa etapa de culminar su primer año de vida, dónde no puede comunicar lo que siente, desea y necesita; consultarle al pediatra debería ser lo primero a lo que acudir cuando el bebé presenta un comportamiento no habitual, aunque se presentan casos de padres que esperan demasiado tiempo para hacerlo; perjudicando en gran manera a la salud del bebé. Si bien pediatras destacan que la información alojada en la web puede ser de ayuda en ciertos aspectos, se debe verificar que esta sea respaldada por instituciones y profesionales en el área.

La presencia de internet ha tomado auge en los hogares salvadoreños, las compañías telefónicas también han permitido este crecimiento de usuarios, brindando paquetes residenciales de internet o de telefonía móvil accesibles y convenientes al bolsillo del consumidor para hacer uso de lo que coloquialmente se conoce como “andar datos”. Dada esta razón, los consumidores se están acoplando al ámbito digital que permite fácil acceso a la información, exigiendo que

marcas y empresas se encuentren en la web, especialmente las enfocadas en el mercado local, acoplándose a términos, medidas y conceptos del país.

Análisis de la Situación

En el país se refleja que la crianza y cuidados de un bebé son tema del día a día para diversos hogares salvadoreños, y al no encontrarse un sitio web en específico sobre cuidado de bebés, más allá de relacionarse o identificarse con productos para bebés como pampers, leche, pachas, artículos varios, etc.; sitios enfocados a la venta física de productos desde un punto de vista general de temas relacionados al bebé, y no como un servicio que aloje información enfocada y expresada para el mercado salvadoreño.

Destaca la factibilidad del modelo de negocio digital BebeMate, que a través de suscripción, acompañe al padre o madre en la actividad de cuidar a su bebé, como agenda, calendario, recordatorio de citas con el pediatra, recetas, blogs y opiniones de otros padres; de manera digital, al no existir un sitio web como tal para el consumidor local, tomando en cuenta las opiniones favorables de padres de familia y doctores acerca de una página web que aloje dicho contenido obtenidas en los instrumentos de investigación realizados.

b. Marketing Mix.

Tabla 8
4P's del Marketing Mix

Producto	Precio
<p>Tratándose de un sitio web, no se cuenta con artículos físicos como productos, BebeMate ofrecerá información de interés a los padres de familia acerca del cuidado de bebés a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Posts ✓ Consejos ✓ Recetas ✓ Agenda ✓ Calendario ✓ Blogs 	<p>La adquisición del servicio de BebeMate estará distribuido en 3 paquetes de suscripción a opción del consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ \$ 4.99 = 3 meses ✓ \$ 8.99 = 6 meses ✓ \$ 14.99 = 1 año
Plaza	Promoción
<p>La localidad del negocio será de forma totalmente digital, alojado en sitio web, ágil al consumidor y una forma de pago online certificada.</p>	<p>BebeMate hará uso de canales digitales para tener el alcance deseado con el público objetivo al momento de que naveguen por la web.</p>

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

c. Estrategias Marketing Mix.

Estrategia Producto

Objetivo: Ofrecer el servicio de BebeMate en la visualización previa del contenido, aumentando la interacción y atracción del sitio web.

Tácticas:

- Permitir al usuario la interacción con el sitio de manera limitada sin registrarse.
- El usuario podrá interactuar con el sitio web con contenido específico al registrarse con correo electrónico o red social.

Estrategia Precio

Objetivo: Incentivar la adquisición de la suscripción de BebeMate por medio del acceso a información y servicio especializado al usuario.

Táctica: Ofrecer prueba gratuita y acceso a todo el contenido de BebeMate por 2 semanas al usuario.

Estrategia Plaza

Objetivo: Diseñar el sitio web de BebeMate de manera intuitiva y ágil en navegación, fomentando el uso de la plataforma en diferentes dispositivos.

Táctica: Favorecer el uso y acceso a los usuarios en los dispositivos de preferencia, acoplándose a las dimensiones del mismo.

Estrategia Promoción

Objetivo: Impulsar la marca de BebeMate por parte de alianzas estratégicas relacionados al ámbito de bebés, validando y certificando el contenido del sitio.

Tácticas:

- Aliarse con pediatras.
- Aliarse con comercios electrónicos o negocios en el país enfocados en la venta de artículos para bebés.

d. Marketing Mix Digital.

Tabla 9
4 C's del Marketing Mix Digital

Consumidor	Costo
<p>Padres y madres de familia primerizos que se interesan por saber y conocer lo que engloba tener un bebé, desde hábitos, actividades, juegos, recetas, consejos y otros.</p> <p>Incentivan a utilizar los medios que le faciliten la búsqueda y acceso a la información.</p>	<p>Buscando ser el apoyo a los padres primerizos y tomando en cuenta la disponibilidad de ingresos, el precio de suscripción a la página y sus demás paquetes se han pensado a conveniencia del usuario con el objetivo de ser accesible al bolsillo de los consumidores.</p>
Conveniencia	Comunicación

<p>Información totalmente brindada por web, páginas y sitio web intuitivos, sirviendo como sentido de comunidad al usuario entre los demás padres de familia.</p>	<p>Debido al auge que las redes sociales tienen, se hará uso estas plataformas para motivar la interacción de los usuarios con el sitio web, dichos perfiles de redes contendrán un preámbulo de la información total contenida en el sitio web.</p>
--	--

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

e. Estrategias Marketing Mix Digital.

Estrategia Consumidor

Objetivo: Brindar un servicio web que guíe al usuario en los cuidados de bebés, facilitando la información adecuada para la actividad, impulsando la confianza e interacción en el sitio.

Táctica:

- **Entregar al usuario diversos temas y avisos de sugerencia en el cuidado de bebés dentro de BebeMate y lo familiarice con el sitio.**

Estrategia Costo

Objetivo: Proveer al cliente la disponibilidad del servicio adecuado a sus ingresos, facilitando la adquisición de suscripciones.

Táctica:

- **Ofrecer descuentos a cliente al ser padre primerizo en la primera elección del paquete de su preferencia.**

Estrategia Conveniencia

Objetivo: Facilitar al consumidor la navegación y uso de la página web a través de dispositivos y plataformas.

Tácticas:

- **Realizar actividades de mantenimiento de la plataforma para su correcta visualización.**
- **Implementación de pago online con entidades que certifiquen el servicio de pago.**

Estrategia Comunicación

Objetivo: Posicionar la marca de BebeMate en diferentes plataformas digitales, permitiendo la interacción de los consumidores con el sitio web.

Tácticas:

- **Publicar contenido sobre BebeMate en plataformas como Facebook, Instagram y Youtube.**
- **Adquirir servicio de Google Ads para posicionar BebeMate en los motores de búsqueda.**

f. Manual de Marca BebeMate

El manual detalla diseño, tipografía, colores y esencialmente el significado, lo que transmite y espera ser percibida la imagen, es decir la identidad visual de la marca. Características que darán paso al correcto uso de la marca en los diferentes medios a utilizar y definirá aspectos que diferenciaran a BebeMate.

Logo de negocio digital



Figura 18 Imagotipo de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

El imagotipo de BebeMate se crea como representación visual de la marca y de símbolo del servicio de cuidado de bebés a padres primerizos o que ya posean la experiencia de serlo, el cual diferenciará de los demás, siendo más que un símbolo de identificación para el negocio, dicho logo consiste en la silueta que simboliza la figura de un bebé recién nacido significando la vida del ser humano en la tierra, con sus ojos cerrados y alegres, diseñado en el giro de BebeMate, transmitiendo la personalidad de la marca.

Nombre de la marca



Figura 19 Nombre de Marca BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

Las palabras combinadas de Bebé en español y Mate, compañero en inglés, se pueden interpretar como Compañero de Bebé, que da sentido al significado del negocio en ser una guía,

un apoyo, o compañero en su experiencia de ser padres y madres. También con motivo de dar a conocer de manera original a lo que se dedicará el negocio BebeMate.

Tipografía

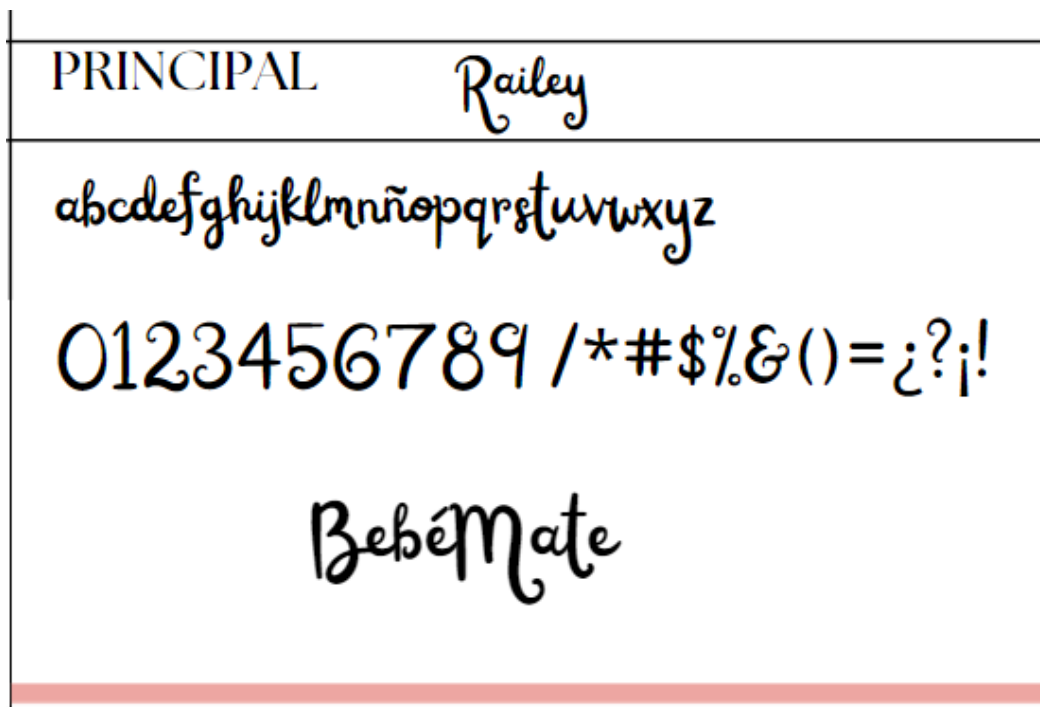


Figura 20 Tipografía de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

La tipografía representará la marca, con un estilo que indica al usuario que el sitio no será uno más dentro la web. Se utilizará el tipo de letra Railey para las palabras Bebé y Mate del logo principal, con ese estilo dinámico en colores y diseño que contendrá el sitio y el aspecto profesional de letra de carta, que une cada letra y alude al servicio a brindar de la marca.

Slogan “¡BebeMate a tu lado!”



Figura 21 Slogan de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E

La frase que representará a la marca BebeMate en determinado contenido multimedia digital será: ¡BebeMate, a tu lado!, la cual propone exponerse en un tono de voz dinámico y permita brindar y suscitar la confianza, además de seguridad al consumidor de que BebeMate estará con él o ella en la experiencia de cuidar a su bebé.

Paleta de colores



	RGB Color Hex
	#004aad
	#e86e75

Figura 22 Paleta de colores de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

Los colores seleccionados combinan su significado a una línea de colores que aluden al sector al que se refiere la marca BebeMate, creando una asociación con la misma mediante su diseño, está directamente enfocado en el cuidado de los bebés y apoyo a padres primerizos, personas interesadas en aprender sobre ello, por tal razón, se han adoptado colores que aluden a los bebés, tonos suaves que los representan.

La marca BebeMate se representará en dos colores:

Rosa, según el neuromarketing se puede suscitar como ternura, suavidad, afecto, feminidad, sensibilidad, amor, felicidad, dulzura y como aspecto importante infancia.

Azul, para el neuromarketing el significado de este color es amplio, usualmente pensado para negocios, pero en lo esencial transmite amistad, confianza, simpatía, fidelidad, responsabilidad o sabiduría, además, este se asocia con la profesionalidad.

Dichos términos son esenciales y fundamentales para BebeMate y la percepción esperada del cliente, ambos colores transmiten cualidades positivas para el bienestar, calma, paz y armonía, combaten el estrés; siendo términos que la marca se esmerará en transmitir a través de su sitio web, la lealtad y seguridad a los clientes que resaltará la marca. Ambos colores poseen contraste, en donde juntos hacen una fusión del servicio que se brindará, representando la originalidad de la marca y diversificación de su utilización.

Atributos de la marca

Confiable y seguro

La interacción del usuario con el sitio web de BebeMate será de manera confidente, protegiendo datos personales tanto de sesión como crediticios con pasarela de pago segura.

Viabilidad y calidad de uso

La facilidad que tendrá el usuario para desplazarse a través del sitio, sus categorías, espacios y demás con información corroborada y certificada, respaldada por pediatras y alianzas mejorando la inmersión y experiencia del sitio web.

Tono de la marca

BebeMate se comunicará con los clientes con un tono dinámico, amable, paciente y que aliente al usuario; transmitiendo ese mensaje de compañerismo y ayuda, características que una persona busca al demostrar dudas sobre un tema y que trata de solventarlas con un amigo, profesor, doctor, etc. El usuario podrá sentir la seguridad y profesionalismo que BebeMate le comunicará en cada publicación, información posteada en redes, en sitio web y videos.

Posicionamiento

BebeMate superará barreras hacia el consumidor posicionándose a través de su uso, al pensar en bebés y sus cuidados, además de moldear de manera favorable la percepción que el cliente tendrá de BebeMate como servicio especializado y no como solo una venta de productos.

Siendo un compañero para el consumidor de BebeMate, brindar la confianza y seguridad con el servicio a través de la información en cuidado de bebés, de forma digital, videos tutoriales de uso y prácticas impartidas por profesionales y otros.

Valor Agregado

BebeMate será un alojador de información dentro de la web, enfocado al cuidado de bebés, el valor a brindar será el enfoque que esta tendrá, información pensada para el usuario y al bebé, la disponibilidad de la información, expresada en cantidades o términos usados en el país y a medida que las alianzas estratégicas se concreten, se convertirá en un servicio especializado en el rubro, sugerencias, cotizaciones, evaluaciones y demás pensado en el entorno digital del usuario.

Diferenciación

El factor que diferencia a BebeMate de un sitio web genérico, no solo será un sitio que suelte blogs, posts de información en general, acompañará al cliente en su experiencia de cuidar un bebé, recordatorios y agendando las futuras visitas al doctor, terapias u otros, aportando contenido que incentive al desarrollo y crecimiento con los diversos temas a encontrar y serán sugeridos respecto a la edad del bebé, su género, cualidades específicas y demás.

3.7 Plan de Ventas

Hoy en día muchos de los éxitos de las empresas o negocios, rara vez es producto de suerte, esto se basa en tener bien definido el plan de ventas, brindando una clara visión de lo que pretende lograr.

El plan de ventas es una serie de procesos y estrategias que acompañan en el desempeño del negocio para generar un acercamiento de la marca con el cliente, de forma que ayuda a mejorar el crecimiento dentro del mercado. En este apartado se plantea el plan de ventas, compuesto por el ciclo de ventas para el modelo de negocio digital BebeMate y la proyección de las ventas para un periodo de cinco años posterior a su ejecución.

a. Ciclo de Ventas.



Figura 23 Ciclo de Ventas de BebeMate

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E

El ciclo de ventas permite evaluar esfuerzos del negocio, facilitando el desempeño y acercando mejor a los clientes, el modelo de negocio digital BebeMate desarrolla el ciclo de ventas a través de las 7 etapas que lo conforman, siendo así la prospección, comunicación, reconocimiento, negociación, objeción, venta y post venta.

1. Prospección de ventas

En esta etapa se planificará y estudiará a los clientes potenciales de la marca BebeMate y los que podrían interesarse en el servicio que se brindará.

2. Contacto con los clientes

Se realizará la interacción con los clientes, para evaluación de gustos y preferencias.

3. Reconocimiento y presentación

Se establecerá la comunicación directa con el cliente mediante redes sociales, creadas con el fin de expandir la marca a los consumidores y así llegar a más personas, dentro y de ser posible fuera de la región.

4. Negociación

Se informará al cliente características como ventajas y beneficios del servicio incluyendo también el método o forma de pago que este conllevaría.

5. Manejo de objeciones

Se escuchará y solventará cualquier objeción que el cliente tenga referente al servicio que se está negociando.

6. Cierre de venta

Finalmente, en esta etapa se realiza la negociación y queda acordado todos los detalles de la compra por ambas partes de acuerdo a lo establecido.

7. Posventa.

Seguido a la negociación con el cliente se ejecutará la etapa postventa para analizar el servicio y mejorar se realizará una encuesta de satisfacción al cliente y así evaluar su respuesta.

b. Proyección de Ventas.

La proyección de ventas ayuda a predecir los ingresos por servicios, a tener una idea o visión en un tiempo determinado, para aplicar los resultados ajustándolos a los planes según corresponda. El modelo de negocio digital BebeMate desarrolla la proyección de ventas para un periodo de cinco años, primero se proyecta en cantidad de servicios vendidos en este caso, siendo las suscripciones al sitio web, que estará distribuido en tres paquetes de suscripciones a opción del cliente, luego se proyecta en dólares para conocer a futuro las ventas y rentabilidad a obtener según cantidades proyectadas.

Tabla 10
Proyección de Ventas en Unidades

BebeMate
Proyección de ventas expresado en unidades
Para los años 2024-2028

N°	Producto o servicios	Unidad de Medida	Precio Unitario	Años				
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Suscripciones 3 Meses	0	\$ 4.99	205	210	235	295	310
2	Suscripciones 6 Meses	0	\$ 8.99	275	350	390	400	460
3	Suscripciones 1 Año	0	\$ 14.99	365	400	450	500	800
TOTAL				845	960	1075	1195	1570

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

Tabla 11
 Proyección de ventas en dólares de E.E.U.U.
BebéMate
 Proyección de ventas expresado en dolares de los Estados Unidos de America
 Para los años 2024-2028

N°	Producto o servicios	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Suscripciones 3 Meses	\$ 1,022.95	\$ 1,047.90	\$ 1,172.65	\$ 1,472.05	\$ 1,546.90
2	Suscripciones 6 Meses	\$ 2,472.25	\$ 3,146.50	\$ 3,506.10	\$ 3,596.00	\$ 4,135.40
3	Suscripciones 1 Año	\$ 5,471.35	\$ 5,996.00	\$ 6,745.50	\$ 7,495.00	\$ 11,992.00
TOTAL		\$ 8,966.55	\$ 10,190.40	\$ 11,424.25	\$ 12,563.05	\$ 17,674.30

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

3.8 Plan Financiero

Se presenta el plan financiero para el modelo de negocio digital BebeMate, donde cada estado financiero proyectado para un periodo de cinco años posterior a su ejecución, conformado en un plan de inversión, estructura de costos, flujo de efectivo, análisis de rentabilidad y punto de equilibrio, estado de resultado proyectado.

a. Plan de Inversión.

El plan de inversión detalla el mobiliario, equipo, servicio, local y capital de trabajo, así mismo todos los gastos a incurrir durante la inversión y fase de inicio, siendo estos gastos fijos o variables. El plan de inversión del modelo de negocio digital BebeMate, se desarrolla de manera proyectado inicial. Permitiendo conocer los diversos recursos disponibles, y así garantizar viabilidad económica.

Tabla 12
Inversión Inicial de BebeMate

Concepto	FINANCIAMIENTO DE BEBÉMATE			
	Monto	Fondos Propios	Fondos - ETI	Préstamos Financieros
Locales:	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$0.00	\$0.00		\$ -
Maquinaria:	\$ 362.00	\$ -	\$ -	\$ 362.00
Escritorio de Oficina (2)	\$172.00			\$ 172.00
Silla Secretarial (2)	\$190.00			\$ 190.00
				\$ -
Equipo:	\$ 1,058.00	\$ -	\$ -	\$ 1,058.00
Computadoras de Escritorio (2)	\$1,058.00			\$ 1,058.00
				\$ -
Herramientas de Trabajo:	\$ 31.99	\$ -	\$ -	\$ 31.99
Hosting	\$31.99			\$ 31.99
				\$ -
Capital de Trabajo:	\$ 2,400.00	\$ -	\$ 3,000.00	\$ (600.00)
Efectivo	\$ 2,400.00		\$ 3,000.00	\$ (600.00)
Materias Primas				\$ -
Bienes en Proceso				\$ -
Otros:	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Totales:	\$ 3,851.99	\$ -	\$ 3,000.00	\$ 851.99

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

b. Estructura de Costos

Esta sección presenta los costos para la ejecución de operaciones del modelo de negocio digital, el costo unitario por tipo de suscripción, referente al personal y otros gastos a surgir en el proceso.

Tabla 13

Costo unitario, de personal y de gastos de BebeMate proyectados 2024-2028

COSTO BRUTO			Año 1			Año 2			Año 3		
Línea de Productos	Unidades	Costo Unitario	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total		
Suscripciones 3 meses	205	\$ 0.550000	\$ 112.75	210	\$ 0.632500	\$ 132.83	235	\$ 0.727375	\$ 170.93		
Suscripciones 6 meses	275	\$ 0.410000	\$ 112.75	350	\$ 0.471500	\$ 165.03	390	\$ 0.542225	\$ 211.47		
Suscripciones 1 año	365	\$ 0.310000	\$ 113.15	400	\$ 0.356500	\$ 142.60	450	\$ 0.409975	\$ 184.49		
Total	845	\$ 1.27	\$ 338.65	960	\$ 1.460500	\$ 440.45	1075	\$ 1.679575	\$ 566.89		
			Año 4			Año 5					
	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total					
	295	\$ 0.836481	\$ 246.76	310	\$ 0.961953	\$ 298.21					
	400	\$ 0.623559	\$ 249.42	460	\$ 0.717093	\$ 329.86					
	500	\$ 0.471471	\$ 235.74	800	\$ 0.542192	\$ 433.75					
	1195	\$ 1.931511	\$ 731.92	1570	\$ 2.221238	\$ 1,061.82					

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	3	3	3	4	4
Salarios	\$ 1,200.00	\$ 1,380.00	\$ 1,587.00	\$ 2,433.40	\$ 2,798.41
Prestaciones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costo Personal	\$ 1,200.00	\$ 1,380.00	\$ 1,587.00	\$ 2,433.40	\$ 2,798.41

Otros Costos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos
Alquileres de Locales	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	\$ 250.00 al mes
Agua, Electricidad	6.70%	6.70%	6.70%	6.70%	6.70%	\$ 50.00 al mes
Comunicaciones	6.70%	6.70%	6.70%	6.70%	6.70%	\$ 50.00 al mes
Promoción y Publicidad	9.40%	9.40%	9.40%	9.40%	9.40%	\$ 70.00 al mes

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

a. Flujo de Efectivo

Se presenta el estado de flujo de efectivo para BebeMate, el cual indica las entradas y salidas para el modelo de negocio digital.

Tabla 14 Estado de Flujo de Efectivo Proyectado para los años 2024 a 2028

Estado de Flujo de Efectivo Proyectado para los años 2024 a 2028

Flujo de Efectivo Proyectado de BebéMate						
Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	2024	2025	2026	2027	2028
Ingreso por Ventas		8,966.55	11,718.96	15,108.57	19,106.83	30,912.46
Costo de Bienes Vendidos		338.65	440.45	566.89	731.92	1,061.82
Ganancia Bruta		\$ 8,627.90	\$ 11,278.51	\$ 14,541.68	\$ 18,374.91	\$ 29,850.64
Salarios		1,200.00	1,380.00	1,587.00	2,433.40	2,798.41
Prestaciones		-	-	-	-	-
Alquileres de Locales		3,000.00	3,925.85	5,061.37	6,400.79	10,355.67
Alquileres de Maquinaria		-	-	-	-	-
Mantenimiento		-	-	-	-	-
Seguros		-	-	-	-	-
Agua, Gas, Electricidad		600.00	785.17	1,012.27	1,280.16	2,071.13
Comunicaciones		600.00	785.17	1,012.27	1,280.16	2,071.13
Útiles de Oficina		-	-	-	-	-
Promoción y Publicidad		840.00	1,101.58	1,420.21	1,796.04	1,796.04
Pasajes y Viáticos		-	-	-	-	-
Transportes		-	-	-	-	-
Depreciación		290.40	290.40	290.40	290.40	290.40
Otros		-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de Admón.		\$ 6,530.40	\$ 8,268.17	\$ 10,383.52	\$ 13,480.94	\$ 19,382.79
Intereses Pagados		123.27	-	-	-	-
Ganancia Gravable(GAI)		\$ 1,974.23	\$ 3,010.34	\$ 4,158.16	\$ 4,893.97	\$ 10,467.85
Impuesto sobre Renta(25%)		-	-	-	-	-
Ganancia Neta		\$ 1,974.23	\$ 3,010.34	\$ 4,158.16	\$ 4,893.97	\$ 10,467.85
Más:						
Depreciación		290.40	290.40	290.40	290.40	290.40
Menos:						
Amortización de Préstamo		3,000.00	-	-	-	-
Inversión Inicial	\$ 3,851.99					
Más:						
Valor de Salvamento de Inversión	0					
Recuperación del Capital de Trabajo						
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (3,851.99)	\$ (735.37)	\$ 3,300.74	\$ 4,448.56	\$ 5,184.36	\$ 10,758.24

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

b. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Los indicadores financieros permiten calcular la rentabilidad operacional y la puesta en marcha de un negocio, a su vez brinda soporte para la toma de decisiones de la empresa.

Tabla 15 Indicadores Financieros
Indicadores Financieros

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)	3 Años Aprox.	
Valor Actual Neto(VAN)	\$	19,057.73
Tasa Interna de Retorno(TIR _{reg})		58.63%
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)		127.23%
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)		5.95

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

Esta tabla muestra los indicadores financieros principales para verificar la factibilidad del negocio, siendo:

PRI = 3 años aproximados, será el tiempo estimado que le tomará a BebeMate según sus operaciones para recuperar el capital inicial invertido.

VAN = \$19,057.73, un resultado favorable, ya que es mayor a 1, contribuyendo a la factibilidad de poner el negocio en marcha.

TIR = 58.63%, indica que, de manera anual, por cada \$100 invertidos, se obtiene un ingreso de \$58.63.

RSI = 127.23%, indica un resultado favorable de recuperar lo invertido inicialmente.

IR = 5.95, valor que indica que, por cada dólar invertido, se recupera \$4.95.

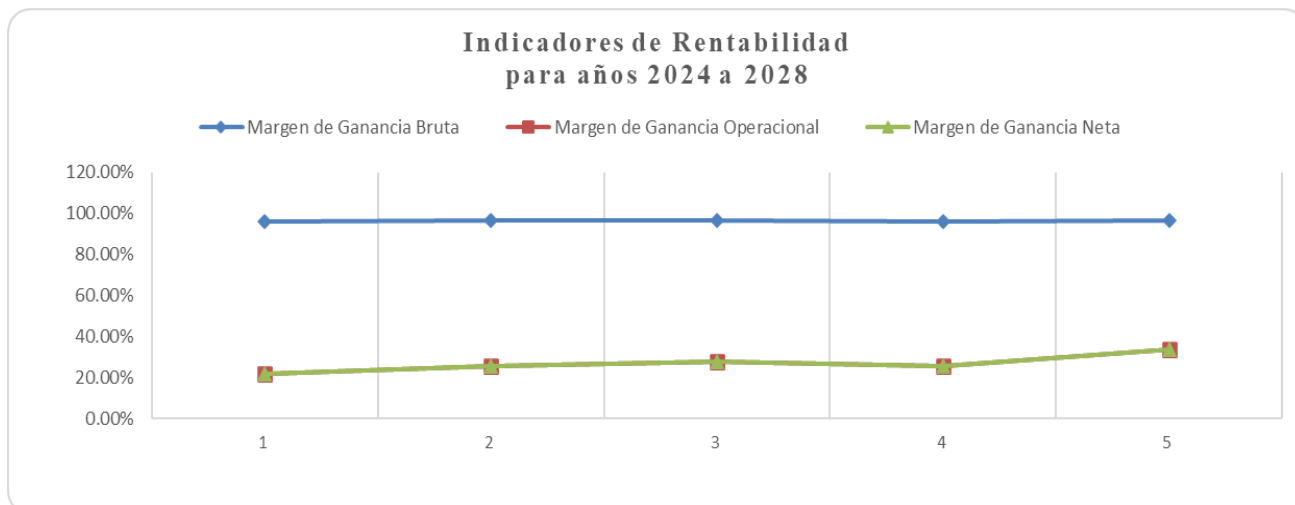


Figura 24 Rentabilidad de BebeMate para los años 2024 al 2028

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

Análisis: El gráfico muestra que a medida se desarrolle el negocio digital de BebeMate las ganancias aumentaran de manera considerable en cada año, siendo el primer año 2024 una cifra del 7% con respecto a los ingresos, de manera que para el quinto año se estiman ganancias superiores al 25% de los ingresos por venta, permitiendo un margen favorable para una inversión a futuro.

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribuci3n Combinado}} = \frac{\$ 6,530.40}{\$ 10.21} = 639.57 \text{ Unidades}$$

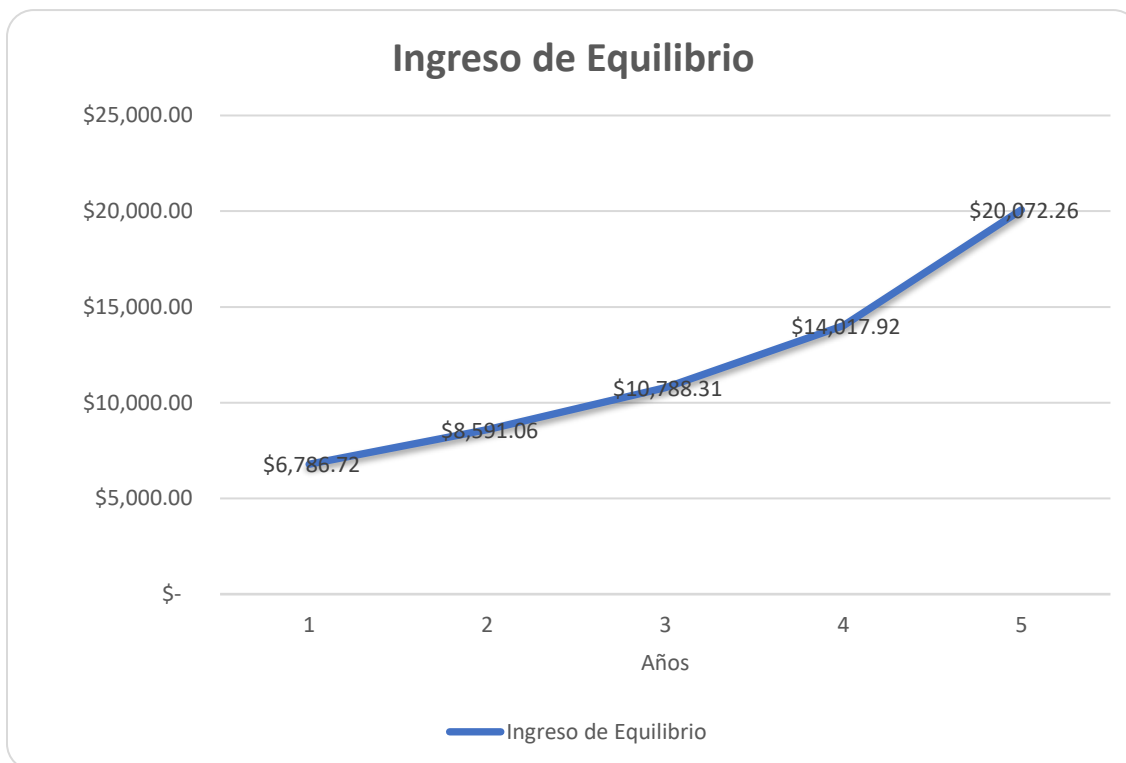


Figura 25 Punto de Equilibrio para los años 2024 al 2028
Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

Análisis: El punto de Equilibrio en Unidades determina que, vendiendo 640 unidades, en este caso, suscripciones de BebeMate, se encuentra en un punto donde se cubren los gastos operacionales, pero no se obtendrán ganancias; de igual manera, el indicador de ingreso obtenido establece que para el año 2024 se debe tener ventas por \$6,786.72, cantidad que refleja las ventas mínimas de BebeMate, ya que no se obtienen beneficios, sin embargo, superando esa cifra lo obtenido en ventas se convierte en ganancias para la empresa, favoreciendo al capital de BebeMate. De igual forma se estima que para 2028 las ventas deben ser mayores a \$20,072.26 para obtener ingresos favorables.

Estado de Resultados Proyectado

La interpretación del estado de resultados permitirá la medición de los logros alcanzados monetariamente por la empresa en el período estipulado, ayudando a la toma de decisiones y determinar si es rentable o no continuar con el negocio.

Tabla 16
Estado de Resultados Proyectado de BebeMate

Estado de Resultados Proyectado					
	2024	2025	2026	2027	2028
Ingreso por Ventas	\$ 8,966.55	\$ 11,718.96	\$ 15,108.57	\$ 19,106.83	\$ 30,912.46
Costo de Bienes Vendidos	\$ 338.65	\$ 440.45	\$ 566.89	\$ 731.92	\$ 1,061.82
Ganancia Bruta	\$ 8,627.90	\$ 11,278.51	\$ 14,541.68	\$ 18,374.91	\$ 29,850.64
Salarios	\$ 1,200.00	\$ 1,380.00	\$ 1,587.00	\$ 2,433.40	\$ 2,798.41
Prestaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquileres de Locales	\$ 3,000.00	\$ 3,925.85	\$ 5,061.37	\$ 6,400.79	\$ 10,355.67
Alquileres de Maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Seguros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agua, Gas, Electricidad	\$ 600.00	\$ 785.17	\$ 1,012.27	\$ 1,280.16	\$ 2,071.13
Comunicaciones	\$ 600.00	\$ 785.17	\$ 1,012.27	\$ 1,280.16	\$ 2,071.13
Utiles de Oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Promoción y Publicidad	\$ 840.00	\$ 1,101.58	\$ 1,420.21	\$ 1,796.04	\$ 1,796.04
Pasajes y Viáticos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Transportes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación	\$ 290.40	\$ 290.40	\$ 290.40	\$ 290.40	\$ 290.40
Otros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 6,530.40	\$ 8,268.17	\$ 10,383.52	\$ 13,480.94	\$ 19,382.79
Intereses Pagados	\$ 123.27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 1,974.23	\$ 3,010.34	\$ 4,158.16	\$ 4,893.97	\$ 10,467.85
Ganancia Neta	\$ 1,974.23	\$ 3,010.34	\$ 4,158.16	\$ 4,893.97	\$ 10,467.85

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

3.9 Plan de Trabajo

Se debe tener en cuenta la suma importancia que genera la organización de actividades a realizar durante un período determinado de tal forma se logre el objetivo y el cumplimiento de metas.

Tabla 17
Cronograma de Actividades de BebeMate

		PLAN DE TRABAJO															
AÑO																	
MES																	
		2023															
SEMANAS		OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ESTADO	FUENTE DE RECURSO	JUN		JUL				AGST			SEPT		
						S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	
ACTIVIDADES	CREACIÓN DE MANUAL DE MARCA DE BEBÉMATE	Aplicar de forma correcta la distinción topográfica de la marca BebéMate	Grupo 12E	Ejecutado	Fondos propios	■											
	CREACIÓN DE ESTRUCTURA DE SITIO WEB	Interacción con el público objetivo, ofreciendo soporte y atención.	Grupo 12E	Sin ejecutar	Fondos propios	■											
	DISEÑO Y ACTIVACIÓN DE REDES SOCIALES COMO INSTAGRAM, FACEBOOK Y TIKTOK DE BEBÉMATE	Interactuar con las personas de forma directa	Sonia Ramirez	Ejecutado	Fondos propios		■										
	CREACIÓN DE CONTENIDO DE VALOR DE SERVICIO A PADRES PRIMERIZOS QUE PERMITA PENETRAR EN EL MERCADO	Generar atracción a los clientes potenciales, para transmitir de manera correcta el mensaje de la marca y estableciendo contacto.	Grupo 12E	En proceso	Fondos propios			■									
	GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING	Comunicar y posicionar el servicio digital de BebéMate	Grupo 12E	En proceso	Fondos propios			■									
	APLICACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN Y ACERCAMIENTO CON PÚBLICO OBJETIVO	Extraer los datos de la fuente de la investigación, es decir la población objetiva, conocer su realidad y lo que enfrentará el negocio.	Grupo 12E	Ejecutado	Fondos propios				■								
	ANALISIS DE RESULTADOS PARA MEJORAR EL SITIO WEB Y SERVICIO	Determinar viabilidad de ejecución.	Grupo 12E	Ejecutado	Fondos propios					■							
	ELABORACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INSERTARLA EN SITIO WEB Y REDES SOCIALES	Consiste en fijarse en la mente del consumidor, garantizar el buen funcionamiento y evitar la pérdida de recursos.	Grupo 12E	En proceso	Fondos propios						■						
	GENERACIÓN DE PAUTA DE MOTORES DE BÚSQUEDA	Recopilar información importante que almacenará los diversos servidores web, que el usuario logre identificar con mayor facilidad en respuesta a la búsqueda.	Grupo 12E	En proceso	Fondos propios							■					
	ELABORACIÓN DE MARCO ESTRATÉGICO, PLAN ORGANIZACIONAL, MERCADEO Y PLAN VENTA	Definir la posición en la que se encuentra el modelo de negocio, hacia donde va y cómo se visualiza a futuro mediante el plan estratégico, organizacional, de mercadeo y de ventas.	Grupo 12E	Ejecutado	Fondos propios								■				
	DESARROLLO DE PLAN FINANCIERO	Determinar las estrategias economicas a implementar para aprovechar los recursos financieros.	Grupo 12E	Ejecutado	Fondos propios									■			
	EJECUCIÓN DE MODELO DE NEGOCIO	Posicionarse ante la competencia como la mejor opción.	Grupo 12E	Ejecutado	Fondos propios											■	

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

3.10 Indicadores de Medición

Los KPI's son Indicadores Claves de Desarrollo que brindan datos objetivos y relevantes para determinar si una estrategia cumple con su propósito, a fin de aportar a la toma de decisiones sobre las estrategias para mejorar las acciones y resultados.

Tabla 18
Indicadores de Medición de BebeMate

Estrategia	Objetivo	Tácticas	Indicadores (KPI's para páginas Web)
Producto	Ofrecer el servicio de BebeMate en la visualización previa del contenido, aumentando la interacción y atracción del sitio web.	<ul style="list-style-type: none"> Permitir al usuario la interacción con el sitio de manera limitada sin registrarse. El usuario podrá interactuar con el sitio web con contenido específico al registrarse con correo electrónico o red social. 	Sesiones Cantidad de usuarios que ingresan al sitio web de forma general, sin crear una cuenta de registro.
Precio	Incentivar la adquisición de la suscripción de BebeMate por medio del acceso a información y servicio especializado al usuario.	Ofrecer prueba gratuita y acceso a todo el contenido de BebeMate por 2 semanas al usuario.	Usuarios Cantidad de usuarios que se registren con correo o cuenta de red social dentro del sitio web de BebeMate

Plaza	Diseñar el sitio web de BebeMate de manera intuitiva y ágil en navegación, fomentando el uso de la plataforma en diferentes dispositivos.	Favorecer el uso y acceso a los usuarios en los dispositivos de preferencia, acoplándose a las dimensiones del mismo.	<p>Tasa de Rebote</p> <p>Número de usuarios que ingresen por móvil, pc o tablet al escoger preferencia de diseño.</p>
Promoción	Impulsar la marca de BebeMate por parte de alianzas estratégicas relacionados al ámbito de bebés, validando y certificando el contenido del sitio.	<p>Aliarse con pediatras.</p> <p>Aliarse con comercios electrónicos o negocios en el país enfocados en la venta de artículos para bebés.</p>	<p>Keywords</p> <p>Tráfico de web al ser redirigidos al sitio de BebeMate por enlace en una página web aliada.</p>
Consumidor	Brindar un servicio web que guíe al usuario en los cuidados de bebés, facilitando la información adecuada para la actividad, impulsando la confianza e interacción en el sitio.	Entregar al usuario diversos temas y avisos de sugerencia en el cuidado de bebés dentro de BebeMate y lo familiarice con el sitio.	<p>Páginas Vistas</p> <p>Cantidad de clicks en temas sugeridos al usuario por BebeMate.</p>
Costo	Proveer al cliente la disponibilidad del servicio adecuado a sus ingresos,	Ofrecer descuentos a cliente al ser padre primerizo en la	<p>Sesiones</p> <p>Número de usuarios que adquieren el</p>

	facilitando la adquisición de suscripciones.	primera elección del paquete de su preferencia.	servicio por primera vez.
Conveniencia	Facilitar al consumidor la navegación y uso de la página web a través de dispositivos y plataformas.	Realizar actividades de mantenimiento de la plataforma para su correcta visualización. Implementación de pago online con entidades que certifiquen el servicio de pago.	Tiempo de Permanencia Número de usuarios que utilicen el sitio ya sea con o sin registro. Comentarios de los usuarios en el sitio.
Comunicación	Posicionar la marca de BebeMate en diferentes plataformas digitales, permitiendo la interacción de los consumidores con el sitio web.	Publicar contenido sobre BebeMate en plataformas como Facebook, Instagram y Youtube. Adquirir servicio de Google Ads para posicionar BebeMate en los motores de búsqueda.	Canales que aportan tráfico Tráfico de red sobre usuarios redirigidos por enlace a través de redes sociales. Cantidad de visitas obtenidas por motor de búsqueda con contenido relacionado.

Fuente: Autoría propia del grupo de especialización N°21E.

CONCLUSIONES

En la actual globalización los negocios digitales son considerados como los mayores participantes en el mercado, esto es originado mediante estrategias y métodos que sirven de base fundamental para el desarrollo de los objetivos económicos de las marcas. Fortaleciendo así al comercio y al consumidor con bienes y servicios eficaces.

Dentro del plan de ventas de BebeMate se reúnen cierta información de forma sistemática sobre estimaciones de ventas basados en la comparación de la proyección. Determinando los recursos con los que cuenta el negocio a fin de que estos sean utilizados de forma idónea y que el futuro sea favorable, radicando y enfocándose en el plan, identificando oportunidades de negocio, todo y cuando la previsión de las ventas sea según la realidad, aprovechando de forma correcta otros factores como la producción y costos del servicio.

Son diversos aspectos los que se toman en cuenta para identificar los diferentes progresos, brindando el contenido necesario para que los usuarios puedan ser apoyados en el transcurso del camino en el cual se vuelvan padres de familia; de igual manera, efectuar un análisis de los factores internos y externos que puedan influir en el tráfico que se necesita para la expansión de la página dentro del mercado digital.

El plan financiero refleja un escenario considerable para el desarrollo de operaciones de BebeMate en el transcurso de los 5 años estimados, aportando al alcance de las estrategias y objetivos pensados, evitar posibles problemas de liquidez y contribuyendo a una futura toma de decisión en vista de mejoras al negocio como la creación de la aplicación para smartphones y tablets, el diseño de un apartado de marketplace dentro de la página para comercializar de manera digital productos; así como la propia inversión en mobiliario o programas para el entorno de BebeMate.

RECOMENDACIONES

Utilizar apropiadamente los recursos con los que el negocio cuenta para optimizar esfuerzos y así obtener ventajas. Manejar con coordinación cada uno de los procesos de plan de ventas para que puedan ejecutarse de forma correcta, alcanzando el logro en objetivos de ventas anuales según proyecciones financieras; creando así a la marca BebeMate como una de las más competentes en el mercado digital sobre servicios de atención al cuidado de bebés y apoyo a padres de familia comprometidos con el bienestar y buen desarrollo de sus pequeños hijos.

Enumerar los diversos aspectos determinados para alcanzar un desarrollo de la página web de manera eficiente, brindando información de manera personalizada, logrando obtener una mayor fluctuación de visitas y crecimiento de la red de usuarios de la Pagina web “BebeMate”.

Establecer las alianzas estratégicas oportunas para el modelo de negocio digital le brindarán valor a BebeMate, impulsando el uso y confiabilidad del servicio, así como los ingresos que aportarán al crecimiento del negocio; diseñar una sección de marketplace con productos certificados para bebés o artículos usados por los mismos usuarios en buen estado; una opción de perfiles de doctores o clínicas y la creación inmediata de la aplicación para sistemas IOS y Android que permitirá mejorar la comodidad, función y alcance ideal con el consumidor.

Además, resaltar la importancia de los clientes, contar con un cajón de sugerencias y comentarios, de manera que se pueda evaluar el “feedback” brindado por el usuario; estas serán herramientas con el fin de mejorar el servicio del negocio digital, BebeMate.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, A. M. (04 de Junio de 2021). *SEPEAP Sociedad Española de Pediatría, Extrahospitalaria y Atención Primaria*. Obtenido de La Etapa de Lactante: <https://sepeap.org/la-etapa-de-lactante/>
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (31 de octubre 2019). *Decreto N°463, Ley de Comercio Electrónico*.
- Ávila, A. R. (2010). *Iniciación a La Red de Internet*. España: IdeasPropias Editorial. Obtenido de https://www.google.com/sv/books/edition/Iniciaci%C3%B3n_a_la_Red_de_Internet/LqOrFcXk0QAC?hl=es&gbpv=1
- Bustos, M. (03 de Octubre de 2012). *La Villa Bebé*. Obtenido de ¿Cómo era el cuidado de los bebés en las culturas antiguas?: <https://lavillabebe.com/2012/10/03/como-era-el-cuidado-de-los-bebes-en-las-culturas-antiguas/>
- Enciclopedia Médica A.D.A.M. (2021). *MedlinePlus*. Obtenido de Enciclopedia Médica [Internet], Neonato: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002271.htm#:~:text=Un%20neonato%20tambi%C3%A9n%20se%20denomina,los%20cambios%20son%20muy%20r%C3%A1pidos.>
- Hernández-Sampieri, & Fernández-Collado. (2014). *Metodología de la Investigación* (sexta ed.). McGraw-Hill. Obtenido de http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1&isA

- Leiva, O. (11 de Agosto de 2022). *UNICEF El Salvador*. Obtenido de El Salvador replica el enfoque de Cuidado para el Desarrollo Infantil (CDI): <https://www.unicef.org/elsalvador/historias/el-salvador-replica-enfoque-CDI>
- Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. (06 de junio 2002). *Artículo I. Decreto N°868* .
- Ley Nacer con Cariño. (17 de agosto de 2021). *Decreto N°123*.
- Ley Reglamento de Protección al Consumidor. (04 de febrero de 2016). *Decreto N° 260*.
- Ley y Reglamento de Protección al Consumidor. (2015). *Artículo 4, Capítulo I, p. 21*.
- Lita, R. L. (2005). *La Comunicación Local por Internet*. Universitat Jaume I. Obtenido de https://www.google.com.sv/books/edition/La_comunicaci%C3%B3n_local_por_Internet/UOrmLV_GyOYC?hl=es&gbpv=0
- Lucich, M. (s.f). *Mercado Meta y Segmentación de Mercados 7*. Obtenido de [https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2866?inline=1#:~:text=Kotler%20\(2007\)%20define%20el%20mercado,mercadotecnia%20es%20un%20mercado%20meta%E2%80%9D](https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2866?inline=1#:~:text=Kotler%20(2007)%20define%20el%20mercado,mercadotecnia%20es%20un%20mercado%20meta%E2%80%9D).
- Luque, A. S. (2020). *Marketing Digital Como Herramienta de Crecimiento para Las Empresas*. Arequipa: Universidad Católica San Pablo. Recuperado el 27 de 06 de 2023, de https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16737/1/GUEVARA_LUQUE_A_LO_DIG.pdf
- Rosales, J. M. (21 de Abril de 2022). *Disruptiva*. Obtenido de Revista Disruptiva: <https://www.disruptiva.media/una-mirada-en-el-salvador-al-ecommerce/>
- Santa Cruz F. (15 de octubre de 2015). *El Método Científico*. Obtenido de [Mensaje de un Blog]: <http://florfanyasantacruz.blogspot.com/2015/10/el-metodo-cientifico.html>

- Spiegel, M., & Stephens, L. (2009). *Estadística*. McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de https://www.google.com/sv/books/edition/_/njtUygEACAAJ?hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi_tqXUoNiAAxXinYQIHahdB7MQ8fIDegQIGxAF
- Suárez, T. (2018). *Evolución del Marketing 1.0 al 4.0*. Obtenido de Redmarka. Revista de Marketing Aplicado: <https://doi.org/10.17979/redma.2018.01.022.4943>
- Suominen, K. (2019). El Comercio Digital en América Latina. En K. Suominen, *El Comercio Digital en América Latina*.
- Zhujiworld. (2023). *ZhujiWorld.com*. Obtenido de <https://es.zhujiworld.com/sv/1891140-mejicanos/#details>

ANEXOS

Estructura de Cuestionario



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADO INTERNACIONAL



Encuesta de percepción sobre la creación de un sitio web orientado a los cuidados de los recién nacidos y bebés en etapa de lactancia.

Objetivo: Determinar la percepción que tiene el mercado hacia la creación de un sitio web que oriente a los cuidados de recién nacidos y bebés en la etapa de lactancia apoyando a papás que busquen un apoyo para mejorar la atención brindada a sus hijos.

Indicación: Marque con una “X” la alternativa que usted considere apropiada.

Generalidades.**Género**Femenino Masculino **Edad**20 a 25 años 26 a 30 años 31 a 39 años **Ocupación:** _____

Preguntas:

1. ¿Conoce algún sitio web que se especialice en los cuidados necesarios de los bebés?

Sí	
No	

Si su respuesta fue **NO**, favor pasar a la **pregunta 3**.

2. ¿Recuerda haber visto dentro de alguna red social algún anuncio sobre cuidado de bebés?

Sí	
No	

3. ¿Qué tanto conoce sobre los cuidados que necesitan los bebés?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Casi Nada	
Nada	

4. ¿A que personas tiende usted a consultar cuando tiene alguna duda sobre bebés?

Abuelas	
Mamás	
Amigos que son padres	
Doctores	
No suele consultar a nadie	

5. ¿Considera necesario la existencia de un sitio web, que se enfoque en las diversas necesidades y cuidados de los bebés?

Sí	
No	

Si su respuesta es NO, finaliza su encuesta, gracias.

6. ¿Cuáles son los medios digitales por los cuales suele buscar información sobre el cuidado de bebés?

Instagram	
Facebook	
X (antiguamente Twitter)	
YouTube	
Páginas Web	
Ninguna	

7. ¿Qué le gustaría encontrar en un sitio web orientado al cuidado de los bebés?

Información médica	
Remedios caseros	
Consejos de nutrición	
Publicaciones de carácter informativo	
Testimonio de otros padres	
Blogs de otros padres con ayuda en temas específicos	

8. ¿Le gustaría encontrar productos a la venta relacionados al cuidado de bebés dentro del sitio web?

Sí	
No	

9. ¿Qué considera usted que es lo más importante en el cuidado de un bebé?

Alimentación	
Salud	
Diversión	
Educación Temprana	

10. ¿Cuánto considera que ha aumentado el uso de internet en el cuidado de los bebés?

Mucho	
Bastante	
Poco	
Casi Nada	
Nada	

¡Gracias por su colaboración!

Estructura de Entrevista



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADO INTERNACIONAL



Entrevista dirigida hacia pediatras y personal que labore en área de Salud para bebés y recién nacidos, en la zona centro del distrito de Mejicanos del departamento de San Salvador durante el año 2023.

Objetivo: Conocer la opinión de profesionales del área de salud que conlleva al cuidado de bebés y recién nacidos y la importancia de la dedicación en esta etapa de los seres humanos en la actualidad, durante el año 2023.

Preguntas:

1. ¿Durante cuánto tiempo se ha desempeñado como profesional en el área de salud?
2. ¿Qué tipos de consulta brinda con más frecuencia?
3. ¿Cuáles factores considera que han sido los principales por los cuales los padres de familia no desempeñan un correcto cuidado de sus bebés?
4. ¿Cuáles son los temas que más preocupan normalmente a los padres respecto al cuidado de los bebés?
5. ¿Qué consejo daría a los padres de familia que se enfrentan por primera vez a esta etapa?
6. ¿Cuál es su percepción acerca de la búsqueda de información en Internet sobre el cuidado de bebés?

7. ¿En la actualidad, considera que la creación de un sitio web orientado al cuidado de bebés y recién nacidos beneficiaría a padres de familia, especialmente a primerizos, a realizar dicha tarea en el país?
8. ¿Qué aspectos orientados al cuidado de bebés, recomendaría que se encuentren en el sitio web?
9. ¿Según su experiencia qué es lo más relevante para que un bebé crezca sano y feliz?
10. Podría comentarnos algún caso con el que haya quedado altamente satisfecho.

Manual de Marca

Tipografía

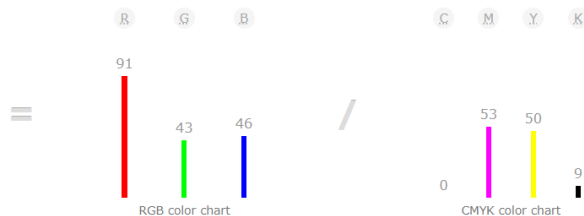
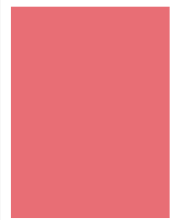
PRINCIPAL	SECUNDARIA
<p><i>RAILEY</i></p> <p>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 /*#%&()=¿?!;</p>	<p><i>DG BEBO</i></p> <p>ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ XYZ 0123456789 /*#%&()=¿?!;</p> <p><i>SCRIPTER</i></p> <p>ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789 /*#%&()=¿?!;</p>

Paleta de colores

#e86e75 Color Information

[Information](#)
[Conversion](#)
[Schemes](#)
[Alternatives](#)
[Preview](#)
[Shades and Tints](#)
[Tones](#)
[Blindness Simulator](#)

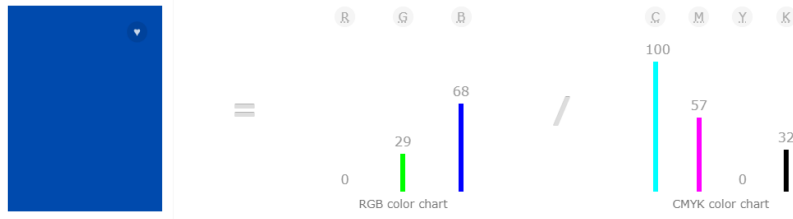
In a RGB color space, hex #e86e75 is composed of 91% red, 43.1% green and 45.9% blue. Whereas in a CMYK color space, it is composed of 0% cyan, 52.6% magenta, 49.6% yellow and 9% black. It has a hue angle of 356.6 degrees, a saturation of 72.6% and a lightness of 67.1%. #e86e75 color hex could be obtained by blending #ffdcea with #d10000. Closest websafe color is: #ff6666.



#004aad Color Information

Information Conversion Schemes Alternatives Preview Shades and Tints Tones Blindness Simulator

In a RGB color space, hex #004aad is composed of 0% red, 29% green and 67.8% blue. Whereas in a CMYK color space, it is composed of 100% cyan, 57.2% magenta, 0% yellow and 32.2% black. It has a hue angle of 214.3 degrees, a saturation of 100% and a lightness of 33.9%. #004aad color hex could be obtained by blending #0094ff with #00005b. Closest websafe color is: #003399.

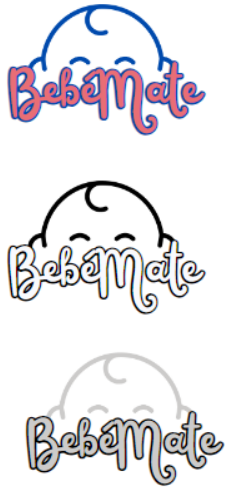



Área de protección



Aplicaciones correctas

Se muestra las aplicaciones debidas del logo a utilizar según sea necesario

APLICACIONES CORRECTAS DEL LOGO	APLICACIONES INCORRECTAS DEL LOGO
	

Mockups

Se muestra para las plataformas de Facebook e Instagram.



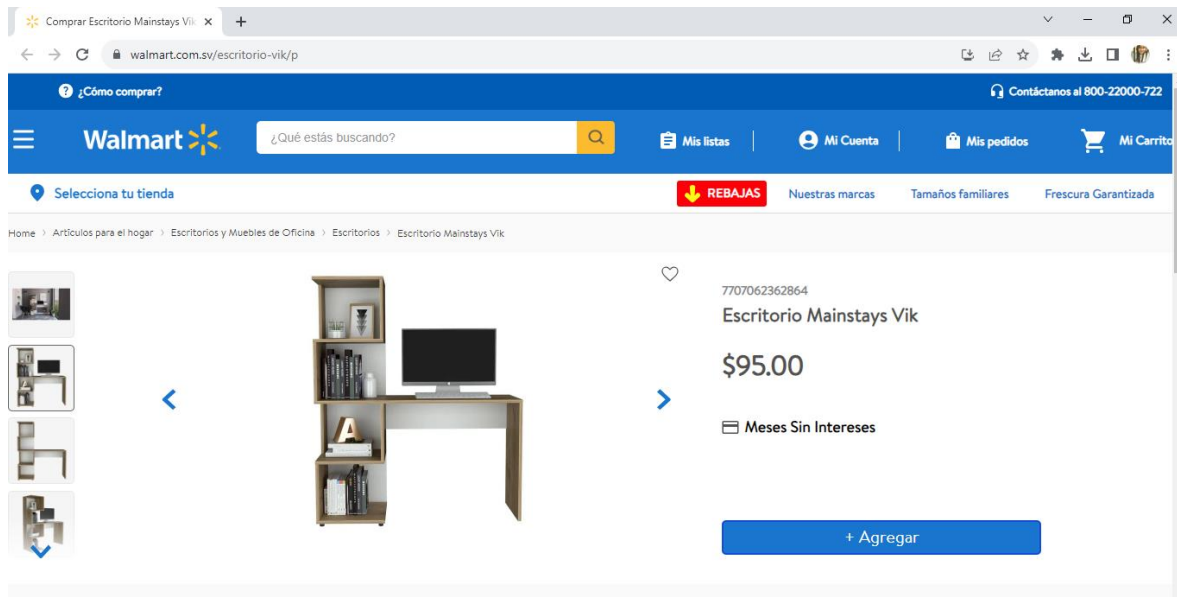
RED SOCIAL FACEBOOK



RED SOCIAL INSTAGRAM

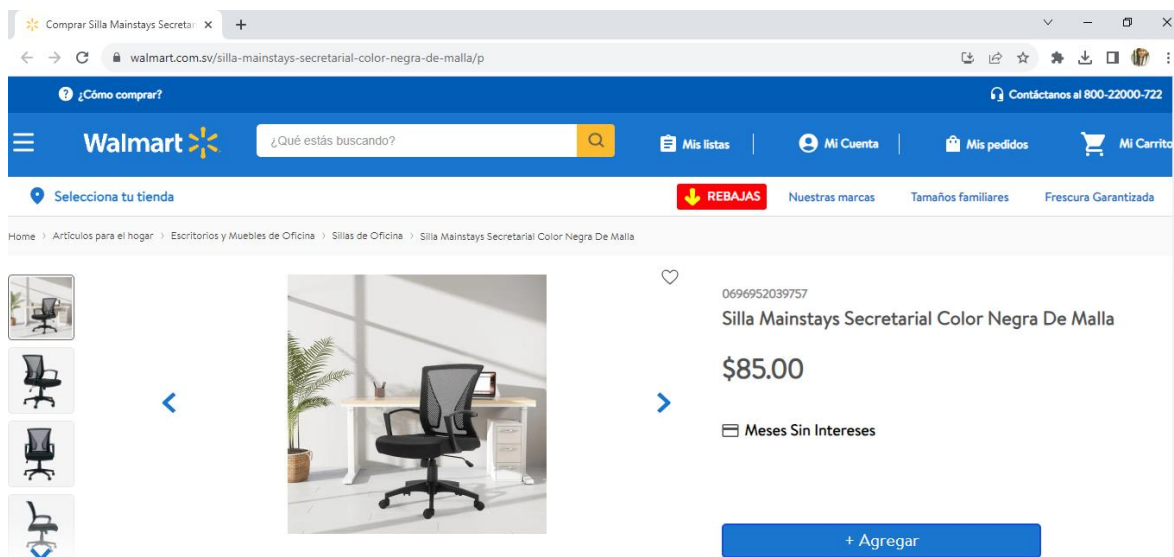
Equipo y Mobiliario adquirido a Proveedores.

1. Escritorio.



The screenshot shows the Walmart website interface for a desk. The browser address bar displays 'walmart.com.sv/escritorio-vik/p'. The page header includes the Walmart logo, a search bar with the text '¿Qué estás buscando?', and navigation links for 'Mis listas', 'MI Cuenta', 'Mis pedidos', and 'Mi Carrito'. A blue banner below the header reads 'Selección tu tienda' and features a 'REBAJAS' (SALES) badge. The breadcrumb trail indicates the path: Home > Artículos para el hogar > Escritorios y Muebles de Oficina > Escritorios > Escritorio Mainstays Vik. The main product image shows a wooden desk with a monitor and a bookshelf. To the right, the product details are: '7707062362864', 'Escritorio Mainstays Vik', '\$95.00', and 'Meses Sin Intereses'. A blue '+ Agregar' button is located at the bottom right of the product information.

2. Silla para Escritorio.



The screenshot shows the Walmart website interface for an office chair. The browser address bar displays 'walmart.com.sv/silla-mainstays-secretarial-color-negra-de-malla/p'. The page header includes the Walmart logo, a search bar with the text '¿Qué estás buscando?', and navigation links for 'Mis listas', 'MI Cuenta', 'Mis pedidos', and 'Mi Carrito'. A blue banner below the header reads 'Selección tu tienda' and features a 'REBAJAS' (SALES) badge. The breadcrumb trail indicates the path: Home > Artículos para el hogar > Escritorios y Muebles de Oficina > Sillas de Oficina > Silla Mainstays Secretarial Color Negra De Malla. The main product image shows a black office chair with a mesh back. To the right, the product details are: '0696952039757', 'Silla Mainstays Secretarial Color Negra De Malla', '\$85.00', and 'Meses Sin Intereses'. A blue '+ Agregar' button is located at the bottom right of the product information.

3. Computadoras.

The screenshot shows the Office DEPOT website interface. At the top, there is a navigation bar with the Office DEPOT logo, location information (Ubicar tienda > BSD > Ventas Corporativas >), and a shopping cart icon labeled 'Mis productos \$0.00'. Below the navigation bar is a search bar with the placeholder text '*Buscar por categoría, producto o marca...'. The breadcrumb trail reads: 'Categorías > Todas > Cómputo > Laptop > Laptop > LAPTOP HP 15-DW1502LA (I3,4GB,128GB SSD)'. The main product image is a black HP laptop. To its right, the product name is 'LAPTOP HP 15-DW1502LA (I3,4GB,128GB SSD)' with SKU: 35672. The price is listed as 'Precio exclusivo online: \$499.00'. Below the price is a quantity selector set to '1' and a red 'Añadir al carrito' button. There are also icons for 'Características' and 'Métodos de pago'.

The screenshot shows the Office DEPOT website interface for a desktop computer. The navigation bar is identical to the previous screenshot. The breadcrumb trail reads: 'Categorías > Todas > Cómputo > Computadoras de escritorio > COMPUTADORA HP 21-B0002LA (CELERON,4GB,1TB)'. The main product image is a desktop computer setup including a monitor, keyboard, and mouse. To its right, the product name is 'COMPUTADORA HP 21-B0002LA (CELERON,4GB,1TB)' with SKU: 33054. The price is listed as 'Precio exclusivo online: \$529.00'. Below the price is a quantity selector set to '1' and a red 'Añadir al carrito' button. There is also a 'Comprar Office' button.

The screenshot shows the Serfinsa website with the URL redserfinsa.com/pagos-online. The page features a navigation menu with links for SOLUCIONES, QUICKPAY, SOBRE NOSOTROS, CONTACTO, and AFILIATE. A prominent banner reads "ACEPTAR PAGOS ONLINE" with a background image of a woman using a laptop. Below the banner, the text explains that e-commerce is the fastest growing form of commerce and that Serfinsa's vision is to provide the best e-commerce capabilities. It also mentions that their Payment Gateway accepts a wide range of payment options, including credit and debit cards (Visa and Mastercard) and loyalty programs (Lealtad) from major banks like Banco Agrícola, Davivienda, and Cuscatlan.

4. Pasarela de Pago.
Serfinsa.

5. Servicio de Telefonía e Internet.
Claro.

The screenshot shows the Claro website with the URL tiendaonline.claro.com/sv/categorias/planesserviciosfijos/planesclarohogar. The page features a navigation menu with links for Servicios, Tienda, and Soporte. A filter sidebar on the left allows users to filter by price, with a range from 0 to 100. The main content area displays three home service plans:

Plan	50 MEGAS	100 MEGAS	50 MEGAS + CLARO TV
Icono			
Precio Plan	\$30.00 Mensual	\$35.00 Mensual	\$40.00 Mensual
Acción	<input type="radio"/> Seleccionar Plan	<input type="radio"/> Seleccionar Plan	<input type="radio"/> Seleccionar Plan
Botón	Detalle Plan >	Detalle Plan >	Detalle Plan >

6. Hosting de Sitio Web Hosting de El Salvador.

hostingdeelsalvador.com/linux/

Hosting de El Salvador

INICIO HOSTING VPS SERVIDORES STORAGE DISEÑO WEB DOMINIOS CONTACTO

ECONÓMICO 1	ECONÓMICO 2	ECONÓMICO 3	ECONÓMICO 4
\$15.99 + IVA Anual	\$23.99 + IVA Anual	\$31.99 + IVA Anual	\$39.99 + IVA Anual
1 Sitio Web	1 Sitio Web	1 Sitio Web	1 Sitio Web
10 GB espacio SSD	15 GB espacio SSD	20 GB espacio SSD	25 GB espacio SSD
20 GB de Transferencia	40 GB de Transferencia	60 GB de Transferencia	80 GB de Transferencia
1 cuentas de Correos	2 cuentas de Correos	3 cuentas de Correos	4 cuentas de Correos
10 GB máx. por buzón	10 GB máx. por buzón	10 GB máx. por buzón	10 GB máx. por buzón
Panel Administrativo	Panel Administrativo	Panel Administrativo	Panel Administrativo

¿Necesitas ayuda? Iniciar WhatsApp

7. Datos de CNR

DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 03/10/2023
HORA: 15:53:29

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 02 05 01

Clase: 99

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
1992002759			11/08/1992				SALVADOREÑA
Clasificación: 02 05 01		Titular: INDUSTRIAS CRISTAL DE CENTROAMERICA, SOCIEDAD ANONIMA - INDUSTRIAS CRISTAL DE CENTROAMERICA, S.A.					

Clase: 38,41

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2021194875			27/04/2021	00176	00403	13/10/2021	
Clasificación: 02 05 01 02 05 06		Titular: ESTADO Y GOBIERNO DE EL SALVADOR EN EL RAMO DE EDUCACION					

Aún se encuentra en este proceso para el registro de la marca, sin embargo, se tiene que solo hay dos marcas con semejanza a BebeMate.