

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



PROYECTO DE GRADO EN MODALIDAD DE ESPECIALIZACIÓN:
DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL “PIN CREARTIVO”

PRESENTADO POR:

AGUILAR DELGADO ANTONY EMANUEL

REYES MENJIVAR JUAN JOSÉ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO (A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

NOVIEMBRE 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTRO AMERICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LICDO. JUAN PEDRO MARIN
COORDINADOR GENERAL
DE PROCESO DE GRADUACIÓN: MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA
PINEDA
COORDINADOR DE PROCESO
DE GRADUACIÓN: LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
DOCENTE ASESOR: LIC. JAVIER AMILCAR SALAMANCA RIVAS
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. JAVIER AMLCAR SALAMANCA RIVAS
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
LIC. OSCAR JOSÉ AMAYA SANCHEZ

NOVIEMBRE 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS

Este logro está dedicado a cada una de las personas que ha formado parte de mi vida influyendo de manera positiva, maestros, compañeros, familia, amigos, todas aquellas personas que están y no están conmigo formaran parte de este paso agigantado en lo que me resta de vida. Agradecido con mi madre, quien fue la que más luchó para que tuviera una oportunidad de triunfar y superarme, siempre la he de mencionar en cada uno de mis logros ya que es quien me ha permitido vivir este y demás momentos de triunfo. A mi familia que durante mucho tiempo sirvió de apoyo para que no desistiera de abandonar este logro, que no ser por su apoyo en épocas difíciles no me dejaron de lado. A mis amigos que son un pilar fundamental de quien soy ahora, porque la vida no se trata de estar solo y la culminación de este episodio me ha traído amistades inigualables e irremplazables que apoyándonos mutuamente se pude llegar muy lejos.

Juan José Reyes Menjívar

Agradezco profundamente a mis padres y hermanos, quienes desde mi educación básica me han impulsado a estudiar y prepararme. Cada vez que quise rendirme, me motivaron a seguir adelante, ya sea con su ejemplo o con su inquebrantable deseo de verme triunfar. También agradezco a los educadores que encontré en el camino, pues marcaron una parte fundamental de lo que hoy soy profesionalmente. En especial, a aquellos que conocí en la Facultad de Ciencias Económicas, algunos de los cuales se convirtieron en grandes amigos. Gracias también a quienes me hicieron pasar por momentos difíciles, porque gracias a ello hoy valoro cada minuto invertido en las aulas. Por encima de todo, esto nunca habría sido posible sin la gracia de Jesús en mí; a Él sea la gloria y la honra.

Antony Emanuel Aguilar Delgado

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN.....	iii
Capítulo I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.1.1 Antecedentes.....	1
1.1.2 Descripción.....	1
1.1.3 Formulación.....	2
1.2 Delimitación del problema.....	2
1.2.1 Geográfica y temporal	2
1.2.2 Teórica	3
1.3 Justificación del problema	3
1.3.1 Novedad.....	3
1.3.2 Utilidad social.....	4
1.3.3 Factibilidad	4
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 General.....	4
1.4.2 Específicos.....	5
1.5 Marco Teórico	5
1.5.1 Histórico	5
1.5.2 Conceptual.....	8
1.5.3 Legal	11
Capítulo II - METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
2.1.1 Generalidades	14
2.1.2 Método.....	14
2.1.3 Enfoque.....	14
2.1.4 Universo	14
2.1.5 Población	15
2.1.6 Muestra	15
2.1.7 Técnicas de investigación.....	16

2.1.8	Instrumento de investigación.....	16
2.1.9	Presentación de resultados.....	19
2.2	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	28
2.2.1	FODA cruzado.....	28
2.2.2	Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter	30
2.2.3	Desarrollo de PEST	34
2.3	CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	39
2.4	LIENZO CANVAS	41
Capitulo III - PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: NOMBRE DE NEGOCIO		42
3.1	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	42
3.1.1	Nombre del Negocio.....	42
3.1.2	Información general.....	42
3.2	MARCO ESTRATEGICO.....	43
3.2.1	Misión.....	43
3.2.2	Visión.....	43
3.2.3	Valores	43
3.2.4	Objetivos.....	44
3.2.5	Metas	44
3.3	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	45
3.4	VENTAJA COMPETITIVA	46
3.5	PLAN ORGANIZACIONAL	46
3.5.1	Estructura organizativa de la empresa	46
3.5.2	Organización de gestión y Recursos Humanos	47
3.5.3	Proceso administrativo	48
3.5.4	Identificación y características de los proveedores	50
3.6	PLAN DE MERCADEO	51
3.6.1	Resultados de la investigación de mercado	51
3.6.2	Marketing Mix Digital.....	52
3.7	PLAN DE VENTAS	53
3.7.1	Ciclo de Ventas	53
3.7.2	Proyección de Ventas.....	58
3.8	PLAN FINANCIERO	60

3.8.1	Plan de inversión	60
3.8.2	Estructura de costos	62
3.8.3	Flujo de efectivo	64
3.8.4	Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.....	64
3.8.5	Estado de Resultados proyectado	67
3.9	PLAN DE TRABAJO.....	69
	CONCLUSIONES.....	70
	BIBLIOGRAFIA	71
	ANEXOS.....	72

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Datos Generales.....</i>	19
Tabla 2	<i>Proyección de Ventas</i>	58
Tabla 3	<i>Proyección de Ventas a 5 años.....</i>	59
Tabla 4	<i>Plan de Inversión Inicial.....</i>	60
Tabla 5	<i>Estructura de costos.....</i>	62
Tabla 6	<i>Costo de Mano de Obra.....</i>	63
Tabla 7	<i>Otros Costos y Gastos.....</i>	63
Tabla 8	<i>Flujo de Efectivo</i>	64
Tabla 9	<i>Indicadores de Rentabilidad</i>	64
Tabla 10	<i>Ingreso de Equilibrio</i>	66
Tabla 11	<i>Proyección de Estado de Resultados</i>	67
Tabla 12	<i>Proyección de Estado de Resultados a 5 años.....</i>	68
Tabla 13	<i>Plan de Trabajo.....</i>	69

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 <i>Resultado Pregunta 1</i>	20
Gráfico 2 <i>Resultado Pregunta 2</i>	20
Gráfico 3 <i>Resultado Pregunta 3</i>	21
Gráfico 4 <i>Resultado Pregunta 4</i>	22
Gráfico 5 <i>Resultado Pregunta 5</i>	23
Gráfico 6 <i>Resultado Pregunta 6</i>	23
Gráfico 7 <i>Resultado Pregunta 7</i>	24
Gráfico 8 <i>Resultado Pregunta 8</i>	25
Gráfico 9 <i>Resultado Pregunta 9</i>	26
Gráfico 10 <i>Resultado Pregunta 10</i>	27
Gráfico 11 <i>Análisis Político</i>	36
Gráfico 12 <i>Análisis Económico</i>	36
Gráfico 13 <i>Análisis Social</i>	37
Gráfico 14 <i>Análisis Tecnológico</i>	38
Gráfico 15 <i>Ingreso de Equilibrio</i>	65

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 <i>ANALISIS PEST PIN CREATIVO</i>	34
Ilustración 2 <i>MODELO DE NEGOCIOS CANVAS</i>	41
Ilustración 3 <i>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PIN CREATIVO</i>	46
Ilustración 4 <i>UNIDADES COMBINADAS DE EQUILIBRIO</i>	65

RESUMEN EJECUTIVO

Introducción: PIN CREARTIVO es un modelo de negocio digital dedicado a la creación de retratos personalizados para personas y mascotas, con sede en Soyapango, San Salvador. La propuesta busca destacar en el mercado local al ofrecer obras de arte únicas, diseñadas por artistas salvadoreños y adaptadas a los gustos de los clientes. La combinación de creatividad y personalización es el pilar de este proyecto, el cual aprovecha la digitalización y el comercio electrónico para su crecimiento.

Planteamiento del problema: El mercado de arte en El Salvador enfrenta limitaciones en cuanto a apoyo y exposición para artistas locales. La pandemia aumentó el interés en productos nostálgicos y personalizados, como retratos y recuerdos. PIN CREARTIVO se propone cubrir esa demanda, brindando a los consumidores la oportunidad de obtener piezas personalizadas, adaptadas a sus necesidades y gustos.

Objetivo: Desarrollar una plataforma de modelo de negocio digital que funcione como un espacio innovador, personalizado, nostálgico y accesible para la promoción, venta y adquisición de obras de arte en pintura, estampado o en diversos medios que el público solicite, en la zona Soyapango, en el período de enero 2024 a diciembre 2025.

Diagnóstico y análisis de mercado: A través de un análisis FODA y el uso de herramientas como las 5 fuerzas de Porter y PEST, se identificaron las oportunidades y amenazas del mercado. Aunque el arte personalizado es un mercado emergente, existe la oportunidad de diferenciarse por la personalización de productos y la promoción del arte local. Los principales desafíos incluyen la competencia con productos sustitutos (fotografías, pósters) y el bajo conocimiento del modelo de negocio.

Plan de acción:

Estrategia de marketing digital: Utilizar plataformas como Facebook, Instagram y TikTok para llegar al público objetivo. Se prioriza la creación de contenido creativo y atractivo para captar la atención de personas interesadas en la personalización.

Desarrollo de productos: Retratos personalizados de personas, paisajes y mascotas, con la opción de adaptaciones según los deseos del cliente.

Estructura organizativa: El negocio será gestionado por un equipo reducido de marketing, finanzas y operaciones, con la colaboración de artistas independientes para la producción de las piezas.

Finanzas y proyecciones: Se espera que la inversión inicial se recupere en un año, con un flujo de caja positivo y crecimiento anual estimado en 10%.

Conclusión: PIN CREARTIVO representa una oportunidad de crecimiento para los artistas salvadoreños y un mercado en expansión de arte personalizado. Con una fuerte presencia digital y estrategias innovadoras, el negocio tiene el potencial de diferenciarse y crecer, tanto a nivel local como regional. Los cambios tecnológicos y sociales influyen en cómo los clientes acceden a la información y toman decisiones de compra.

INTRODUCCIÓN

En el panorama de negocios actual, la capacidad de adaptarse y prosperar en el entorno digital es fundamental para cualquier emprendimiento. En este contexto, surge PIN CREARTIVO, una iniciativa que redefine el arte del retrato digital, especializándose en retratos personalizados tanto para personas como para mascotas. Ubicado en el distrito de Soyapango en San Salvador Este, PIN CREARTIVO busca capturar la esencia única de cada individuo y mascota a través de la creatividad digital.

Este trabajo de especialización se centra en el diseño de modelo de negocio digital específicamente adaptado para PIN CREARTIVO. Exploraremos aspectos clave como la diferenciación de la propuesta de valor en un mercado localizado, la implementación eficaz de estrategias de marketing digital dirigidas a clientes potenciales en la región, y la optimización de procesos mediante el uso de tecnologías digitales.

El objetivo principal es desarrollar un modelo de negocio digital robusto y escalable que permita a PIN CREARTIVO expandir su presencia en Soyapango y más allá, aprovechando las oportunidades ofrecidas por el crecimiento del comercio electrónico y la digitalización de servicios. Al hacerlo, no solo mejoraremos la comprensión teórica de los principios clave del diseño de modelos de negocio digitales, sino que también proporcionaremos recomendaciones estratégicas concretas para impulsar el éxito continuo de PIN CREARTIVO en el mercado digital actual.

CAPÍTULO I - PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes

En El Salvador existe una diversidad de mentes y manos artísticas que pueden crear más allá de lo que el consumidor se imagina.

En el año 2019, en el centro de San Salvador, en el restaurante Lero Lero, existían talleres para que diversos artistas pudiesen desarrollar sus ideas creativas, y a su vez lograr la exposición de las mismas con los clientes que visitaban este espacio, sin embargo, ante la falta de apoyo tanto técnico como económico a este proyecto, se tomó la decisión de cerrar dicha idea de incentivo al arte.

Es a partir de estas ideas que han generado en su momento un alto impacto tanto en el artista como en el consumidor del arte, que se evidencia la necesidad de existencia de espacios idóneos para poder exponer, y comercializar los resultados de todos los miembros de PIN CREARTIVO.

Tras una pandemia, se ha sensibilizado mayormente la mente y corazones de los usuarios de productos nostálgicos, postales, retratos y utensilios que permitan mantener vivo el recuerdo de seres queridos.

1.1.2 Descripción

PIN CREARTIVO, nace con la idea plasmar un concepto artístico propio, creando un espacio digital que permitan a diferentes artistas poder crear y plasmar sus ideas creativas en diferentes tipos de materiales, los cuales pueden ser: Acrílicos, lienzo, madera, tela, cerámica, o cualquier otro material que los consumidores prefieran, aprovechando así el talento con el cual

cuenta el equipo de trabajo de PIN CREARTIVO, considerando que se cuenta con una diversidad de artistas y cada uno se especializa en trabajar en diferente tipo de material, por lo que se le brinda al usuario una mejor experiencia de personalización de sus productos.

También destacar que existirán piezas que se encontraran de stock en el espacio físico que se tenga una vez al mes de PIN CREARTIVO, es decir que se realizara una exposición de los diversos artistas que se encuentren trabajando con PIN CREARTIVO, con la finalidad de promover el artista local y su arte pueda ser conocido y apreciado como se debe, también se contara con aquellas piezas que se realizaran de manera personalizada de acuerdo a las necesidad e ideas deseadas por cada uno de los clientes, estas pueden ser piezas que lleven algún detalle de recuerdo especial, algunos retratos, o paisajes en específicos, o porque no, solicitar una inspiración propia del artista basado en conceptos que el cliente desea.

1.1.3 Formulación

- ✓ ¿Es viable desarrollar PIN CREARTIVO para transformar las ideas de las personas a pinturas personalizadas como un modelo de negocio digital sostenible?

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Geográfica y temporal

La idea de negocio de PIN CREARTIVO, tiene como espacio geográfico la zona de San Salvador Este, delimitándose a Soyapango; Se pretende desarrollar dicha idea de negocio a su nivel de estudio de factibilidad de junio a diciembre 2023, y su implementación como tal de enero 2024 a diciembre 2025.

1.2.2 Teórica

En cuanto al análisis de teoría para la implementación de la idea de negocio de PIN CREATIVO, se pretende analizar diverso material digital y físico que permita determinar la factibilidad de la ejecución de esta idea de negocio.

Dentro de la delimitación teórica se abordarán los siguientes aspectos:

- a) Definición conceptual del término: Estudio de Arte;
- b) Ejemplos de espacios de artes en El Salvador que se puedan retomar ideas

Izalco Art: un espacio alternativo para artistas en San Salvador, disponible en: <https://diarioelsalvador.com/un-espacio-alternativo-para-artistas/320446/>

- c) Decreto 442 Ley de Cultura de El Salvador: Ley tiene por objeto establecer el régimen jurídico que desarrolle, proteja y promueva la cultura, así como los principios, definiciones, institucionalidad y marco legal que fundamenta la política estatal en dicha materia; con la finalidad de proteger los derechos culturales reconocidos por la Constitución y tratados internacionales vigentes.

Disponible: https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/09/57_Decreto_442_El-Salvador.pdf

- d) Otros: Documento que incluyan ideas de negocios de artistas

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Novedad

Como parte de lo novedoso que posee PIN CREATIVO:

- a) Capta toda la personalidad y lo que se desea transmitir por medio del concepto artístico.
- b) Es partícipe de la creación de una obra de arte.

- c) Permanencia y durabilidad del sentimiento y nostalgia en el tiempo.
- d) Conmemora un momento importante con un ser especial.

1.3.2 Utilidad social

Un presente es algo que se entrega sin pedir o esperar nada a cambio. Por lo general, se trata de algún objeto que una persona entrega a otra con la intención de felicitarla o realizar un homenaje, que constantemente ha evolucionado con el paso de los años, por tanto, gracias a las nuevas tecnologías PIN CREARTIVO crea una forma peculiar y original de plasmar una foto o recuerdo en un sentimiento, facilitando de esta forma a la población la dificultad de reflexionar al momento de obsequiar un presente.

1.3.3 Factibilidad

El modelo de negocio PIN CREARTIVO está al alcance de poderse ejecutar, ya que además de que no es necesario efectuar una inversión de capital muy alta, también se posee de los recursos indispensables para ponerlo en marcha como: físicos, intelectuales, humano, económico y de esa manera lograr que perdure y subsista durante el tiempo.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General

Desarrollar una plataforma de modelo de negocio digital que funcione como un espacio innovador, personalizado, nostálgico y accesible para la promoción, venta y adquisición de obras de arte en pintura, estampado o en diversos medios que el público solicite, en la zona Soyapango, en el período de enero 2024 a diciembre 2025.

1.4.2 Específicos

- a) Crear una serie de cuentas y perfiles en una selección de redes sociales que mejor se adopten al tipo de negocio seleccionado, siendo estas Facebook, Instagram, Pinterest y Tik Tok
- b) Utilizar además de las herramientas físicas, herramientas tecnológicas de diseño disponibles para el apoyo y facilitación de producción de los medios artísticos.
- c) Contactar con una diversidad de artistas que deseen compartir sus servicios y experiencias a través del modelo de negocios digital PIN CREARTIVO que permita ofrecer al público, su estilo y su creatividad.
- d) Diseñar una interfaz del modelo de negocio de fácil acceso, de fácil contacto y de fácil interacción con los diferentes productos y servicios promocionados en redes sociales, con atractivo visual único y creativo.

1.5 MARCO TEÓRICO

1.5.1 Histórico

El arte en El Salvador ha sido moldeado a lo largo de su historia por una variedad de influencias y circunstancias únicas. Desde tiempos precolombinos hasta la actualidad, El Salvador ha experimentado diferentes períodos artísticos que reflejan su diversidad cultural y su evolución sociopolítica.

A lo largo de la historia de El Salvador, se han tenido muchos exponentes importantes en el mundo del arte, enfocado a la rama de la pintura y la fotografía podemos mencionar a algunos grandes representantes que dieron un aporte revolucionario al arte en su tiempo.

- ✓ Francisco Wenceslao Cisneros, 1825. Quien cultivo el paisaje y los retratos. Pero Cisneros es algo así como una leyenda que se desarrolla en el extranjero, en tiempos en que la

comunicación no era nada fácil y su historia poco deja entrever al creador quien nació en San Salvador, cuatro años después de nuestra independencia y por lo tanto, ciudadano de las Provincias Unidas de Centro América (Romero Cortez, 2005, p. 38).

- ✓ Valero Lecha, 1894. Nacido en España, un 4 de marzo de 1894. Valero Lecha es considerado como uno de los pintores salvadoreños más destacados, además de ser reconocido como el “padre de la pintura salvadoreña” por el Periódico de Aragón, de España. Muchos de los pintores salvadoreños reconocidos nacionalmente fueron discípulos de Lecha, como Julia Diaz o Raúl Elas Reyes (Herrera, s.f.)

Su contribución en el ámbito de la pintura fue significativa, ya que se centró en retratar el indigenismo y explorar las raíces culturales y tradiciones étnicas de El Salvador. Además, experimentó una etapa artística abstracta y, en su última época, encontró inspiración en los vientos de octubre del país para crear sus obras.

- ✓ Julia Diaz, 1917. Nacida el 23 de mayo de 1917 en Cojutepeque, Díaz fue una pintora, gestora cultural y, sobre todo, reconocida como la fundadora de la primera galería de arte de El Salvador. En 1954 fundó su propio estudio pictórico. Cuatro años después, en 1958, se transformaría en la Galería Forma, ubicada en la calle Rubén Darío, en el Centro Histórico de San Salvador. Además, en 1983, inaugura el Museo Forma, convirtiéndose también en el primer museo de su tipo en El Salvador. (Herrera, s.f.).
- ✓ Camilo Minero, 1917. Camilo Minero nació el 11 de noviembre de 1917, en el municipio de Zacatecoluca, del departamento de La Paz. Fue uno de los fundadores de la Sociedad de Pintores Jóvenes Salvadoreños de 1945. Además, en 1967, junto a Mejía Vides, fundan la Casa del Arte, con una visión en las artes plásticas. Sus obras tenían un aspecto crítico, buscando poner énfasis en las personas de bajos recursos de El Salvador. Con sus obras se

buscaba hacer una crítica de la realidad social en el país. Formó parte de la corriente del Realismo Social a través de sus pinturas (Herrera, s.f.).

- ✓ Fernando Llorc Choussy, 1949. Nacido el 7 de abril de 1949, hijo de Baltasar Llorc y Victoria Choussy. Desde temprana edad fue instruido en cerámica, por el artista César Sermeño. A la edad de 23 años, en 1972, tras decidir instalarse en las montañas del norte del país, encontró en el pequeño pueblo de La Palma, departamento de Chalatenango, la materia prima de su inspiración: la semilla de copinol (Herrera, s.f.).

Una de sus más importantes obras más reconocidas fue el Mosaico “La armonía de mi Pueblo” de Catedral Metropolitana de San Salvador.

- ✓ Antonio Bonilla, 1954. Es un pintor y muralista salvadoreño. Nació el 9 de abril de 1954, dedicándose desde temprana edad al mundo de la pintura. Dentro de los pintores salvadoreños, Bonilla es reconocido por sus obras en pintura, dibujo, grabado y escultura. Además, es conocido como el “maestro del feísmo”, tendencia artística que valora estéticamente lo “feo”, como indica la Real Academia Española. En ella, se presentan situaciones o personajes “repugnantes” (Herrera, s.f.).

Al ser estos unos cuantos representantes salvadoreños de una lista que a través de los años se hace más larga, por ende, existen entidades que se dedican a la recolección, preservación y presentación de muchas de las creaciones hechas por artistas locales y extranjeros.

Uno de los encargados principales encargados de recolectar fragmentos de toda esta evolución es El Museo de Arte de El Salvador (MARTE) que fue inaugurado el 22 de mayo de 2003. Es una institución privada sin fines de lucro cuyo funcionamiento es responsabilidad de la

Asociación Museo de Arte de El Salvador. Y su objetivo es contribuir al desarrollo educativo y cultural del país mediante la conservación y difusión del arte salvadoreño.

1.5.2 Conceptual

En la actualidad digital, el comercio electrónico ha adquirido un papel fundamental en el impulso de la economía a nivel nacional y mundial a pasos agigantados. Con el veloz progreso tecnológico y la creciente presencia de Internet, un número cada vez mayor de personas se adentra en el ámbito del comercio en línea. Para comprender y analizar este fenómeno en constante transformación, es indispensable contar con un sólido conocimiento de algunos conceptos que hoy en día son una serie de herramientas interconectadas funcionales dentro de este nuevo modelo de comercio.

- ✓ Comercio Electrónico: es la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet usando como forma de pago medios electrónicos
- ✓ Marketing digital: es el estudio de las técnicas del uso de Internet para promocionar y vender productos y servicios.
- ✓ Pasarelas de pago: Es la herramienta encargada de procesar el cobro y pago del producto, su principal objetivo es que se realice de manera rápida, sencilla y segura para el usuario.
- ✓ Alojamiento/Hosting: es el espacio de almacenamiento para la publicación de sitios web.
- ✓ Dominio: se refiere a una dirección única que identifica a un sitio web en la red. Es una cadena de caracteres que se utiliza para acceder a un sitio web específico y se compone de dos partes principales: el nombre de dominio y la extensión de dominio.
- ✓ Landing Page: es una página web diseñada específicamente para convertir a los visitantes en clientes potenciales o realizar una acción específica. Por lo general, es una página

independiente y se utiliza como parte de una estrategia de marketing digital para promocionar un producto, servicio o evento.

- ✓ Lead: es una persona que muestra interés en un producto o servicio. Puede ser al preguntar en el puesto de venta, compartir su in
- ✓ Key Performance Indicators/KPI: son medidas cuantitativas utilizadas para evaluar el rendimiento o el progreso de una empresa, organización, proyecto o individuo en relación con los objetivos establecidos.
- ✓ Sitio Web: es una colección de páginas en internet que están relacionadas entre sí y que comparten una dirección web única. Es un espacio virtual donde la información, el contenido y los servicios se presentan y se hacen accesibles para los usuarios a través de un navegador web.
- ✓ Branding: es el proceso de creación y desarrollo de una marca para darla a conocer ante una audiencia, por medio de su identidad corporativa, sus mensajes y su propósito. Con ello genera percepciones favorables para la decisión de compra de los consumidores, suscita valor en sus productos y se posiciona en el mercado.
- ✓ Redes Sociales: son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco, trabajo). Las redes sociales permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información.
- ✓ Business to Consumer/B2C: es una práctica comercial llevada a cabo por empresas o negocios que venden a los consumidores finales sin que existan intermediarios.

- ✓ Propuesta de valor: es un mensaje directo y muy claro que contiene las promesas que vas a cumplir para tu cliente, que resalta por qué un cliente debe comprar en tu tienda online y no en la competencia.

En base a la referencia de términos artísticos que, dentro del giro del modelo de negocio digital seleccionado, son comunes y son utilizados por el equipo de trabajo de PIN CREARTIVO, para agilizar procesos de comunicación y explicar conocimientos artísticos se encuentran conceptos importantes a destacar, tales como:

- ✓ Pincelada: se refiere a la manera en la que el pintor aplica pintura sobre una superficie.
- ✓ Composición: es la forma en la que están ordenados sus elementos visuales, particularmente la relación espacial entre ellos.
- ✓ Escala: se refiere al tamaño de un objeto en relación a otro. A menudo, como en el caso de las pinturas a gran escala, esta comparación se basa en el tamaño real del objeto retratado.
- ✓ Medio: es el material utilizado para crear la obra de arte. Algunos ejemplos de medios son las acuarelas, las pinturas acrílicas, el mármol y el carbón.
- ✓ Pinturas acrílicas: son una de las opciones más versátiles y populares en el mundo del arte y la decoración. Su composición a base de polímeros acrílicos las hace resistentes al agua, flexibles y duraderas, lo que las convierte en una excelente opción para pintar sobre diferentes superficies como lienzo, madera, metal o incluso plástico.
- ✓ Acuarelas: es una técnica de pintura que diluye colorantes en agua para luego aplicarlos en una superficie, usualmente papel o cartulina. El resultado final suele ser bastante característico, pues los colores quedan mezclados entre sí y las zonas planas quedan con diferentes saturaciones del color por efecto del agua.

- ✓ Lienzo: es un material textil de lino o algodón, incluso de cáñamo, que utilizan los pintores como soporte para realizar sus obras.
- ✓ Photoshop: es un programa informático de edición de imagen desarrollado por la empresa Adobe Systems. Es la herramienta más completa de retoque fotográfico, y la favorita de los profesionales del sector.
- ✓ Ilustrador: es un software o aplicación de edición de gráficos vectoriales que forma parte de Adobe Systems.

1.5.3 Legal

Toda persona considerada un artista, que dentro de la infinidad de ramas en las que el arte se separa, siendo esta un creador, exponente o comerciante. Está amparado totalmente bajo La Ley de Cultura de El Salvador, esta fue emitida por la Asamblea Legislativa mediante el Decreto No. 442, que establece como objeto de ley según el Artículo 1 "Establecer el régimen jurídico que desarrolle, proteja y promueva la cultura, así como los principios, definiciones, institucionalidad y marco legal que fundamenta la política estatal en dicha materia" (Ley de Cultura, 2020)

La intención de esta ley es establecer un marco legal que respalde el crecimiento, la salvaguardia y la difusión de la cultura en El Salvador.

Bajo esta ley se encuentran a disposición diversidad de artículos que resultan de suma utilidad al momento de incursionar dentro de las artes visuales, como lo son las de más interés: la pintura y fotografía.

Algunos de los artículos que respaldan la integridad de los artistas y fomenten la cultura artística visual dentro de la Ley de Cultura de El Salvador son:

- ✓ Libertad de Creación

El artículo 18 de la Ley de Cultura de El Salvador establece que:

Las personas tienen derecho a su vocación creativa y artística y que el Estado garantizará a la población la oportunidad de desarrollar sus talentos, habilidades, destrezas y vocaciones artísticas en un ambiente de plena libertad y con los estímulos necesarios para tal fin (Ley de Cultura, 2020)

✓ Derecho a la Propiedad Intelectual

El artículo 10 de la Ley de Cultura de El Salvador dicta lo siguiente:

El Estado protegerá el derecho a la propiedad intelectual de los artistas y creadores sobre sus obras artísticas, literarias y creativas. Además, se menciona que el derecho de autor es exclusivo, imprescriptible e inalienable y comprende facultades de orden abstracto, intelectual y moral (Ley de Cultura, 2020)

Los artistas necesitan proteger sus obras y creaciones de la reproducción de terceros y del robo de identidad por lo que además de la anterior mencionada Ley de la Cultura de El Salvador que concede un artículo sobre la propiedad intelectual de los artistas, estos mismos también están protegidos por La Ley de Propiedad Intelectual de El Salvador.

La Ley de Propiedad Intelectual de El Salvador fue emitida por el parlamento salvadoreño mediante el Decreto Legislativo No. 604 del 15 de julio de 1993 y publicada en el Diario Oficial No. 150, Tomo No. 320, del 16 de agosto de 1993 (Ley de Propiedad Intelectual, 2020)

Según esta ley establecido en el artículo 4 “El autor de una obra literaria o artística tiene sobre ella un derecho de propiedad exclusivo, que se llama derecho de autor” (Ley de Propiedad Intelectual, 2020)

Este artículo da a conocer que la Ley de Propiedad Intelectual protege los derechos de los autores sobre sus obras literarias y artísticas, brindándoles un marco legal para controlar el uso y explotación de sus obras y para defender sus derechos morales.

Además de estos decretos existen diversas instituciones tanto gubernamentales como no gubernamentales que existen con el propósito de ayudar a desarrollar las diversas expresiones de arte en el país como puede ser el ente principal el Ministerio de Cultura, la cual su labor es “Asegurar el derecho a la cultura y al fortalecimiento de las identidades salvadoreñas, ejecutando la rectoría de la protección, conservación, difusión del patrimonio cultural y las expresiones artísticas” (Ministerio de Cultura, s.f.)

Y las siguientes instituciones:

- ✓ Centro Nacional de Artes (CENAR): Institución educativa compuesta por tres escuelas de artes especializadas: Escuela de Artes Visuales, Escuela de Música y Escuela de Teatro.
- ✓ Universidades: Existen universidades en El Salvador, tales como la Universidad Tecnológica de El Salvador, la Universidad de El Salvador y la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, que poseen departamentos o programas dedicados a la difusión, formación y promoción de la cultura artística.
- ✓ Organizaciones no gubernamentales: También existen organizaciones no gubernamentales que apoyan la cultura artística en El Salvador, como la Asociación de Artistas de El Salvador (ASART) que busca apoyar a los artistas dentro de sus posibilidades.

CAPITULO II - METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Generalidades

Con el objetivo general establecido, para crear un modelo de negocio digital a base del arte del equipo de PIN CREARTIVO, es necesario recopilar la información que caracteriza al público objetivo que conforma el mercado al que va dirigido los productos y servicios de PIN CREARTIVO, el cual está basado en: Personas creativas e interesadas en poder plasmar sus gustos e ideas en un medio físico o digital. Con la intención de obtener la existencia de una viabilidad de negocio por ambas líneas.

2.1.2 Método

Para fines prácticos de estudio de las poblaciones a considerar y debido al tipo de información a recolectar se tomará a elección el uso de un estudio de alcance descriptivo ya que se este se encarga generalmente de “Especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis” (Martínez, s.f, p.20)

2.1.3 Enfoque

La investigación se llevará a cabo totalmente bajo el enfoque cuantitativo, considerado como el más eficaz al momento de recolectar los datos para la obtención de resultados.

2.1.4 Universo

La totalidad de campo seleccionado para el estudio comprende de toda el área de Soyapango, en la zona de San Salvador Este, con la finalidad de encontrar un cierto número de personas que cumplan las características que se necesitan.

2.1.5 Población

Para ejercicios prácticos de investigación y ubicación del equipo de PIN CREARTIVO, se ha sujeto de estudio a toda la población en el municipio de Soyapango, tanto hombres como mujeres, siendo un total de estos según la estimación de: Digestyc - "Estimaciones y Proyecciones de Población Municipal 2020-2025" (Estimaciones y Proyecciones de Población , 2021), para el 2023:

Divididos en dos grupos de edades:

- ✓ Hombres y mujeres entre 20 a 24 años de edad. Total: 21,727
- ✓ Hombres y mujeres entre 25 a 29 años de edad. Total: 22,988.
- ✓ Resultados de ambos grupos de edades: 44,715

2.1.6 Muestra

De una población total de hombres y mujeres conformada por 44,715 personas se determina una muestra base de población finita usando la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

Para uso del ejercicio se estimaron los siguientes valores:

- ✓ Nivel de confianza, “z” 95%
- ✓ Probabilidad de éxito, “p” 0.5
- ✓ Probabilidad de fracaso, “q” 0.5
- ✓ Margen de error, “e” = 5%
- ✓ $z^2 = 3.84$
- ✓ $e^2 = 0.0025$

✓ Población total, “N” = 44,715

Siguiendo un nivel de confianza del 95%, estimado una probabilidad de éxito y fracaso del 0.5 debido a que no existen investigaciones previas y un margen de error de 5% correspondiente al nivel de confianza se determinó una muestra total de 380 personas.

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N-1) + z^2 pq} = \frac{42926.4}{112.745} = 380.738835$$

2.1.7 Técnicas de investigación

La técnica de investigación apropiada para la obtención de datos precisos para la investigación es la encuesta. Esta buscará reflejar en cada pregunta que cada seleccionado de la muestra exprese el interés hacia el arte, detalles, obsequios, nostalgia y creatividad.

2.1.8 Instrumento de investigación

Documento del tipo cuestionario destinado a cada uno de las personas indicadas en la muestra seleccionada para la investigación. Dividido en las siguientes secciones: General, Producto, Precio, Plaza y Promoción.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

CUESTIONARIO: LIENZOS PERSONALIZADOS PIN CREARTIVO

Objetivo: Evaluar la factibilidad de la creación del negocio “PIN CREARTIVO”.

Género: _____

Edad: _____

Indicaciones: Lea las preguntas detenidamente y selecciona la respuesta que le parezca más conveniente.

***Sección 1: Producto**

a) ¿Has comprado alguna vez un lienzo personalizado antes?

✓ Sí

✓ No

b) ¿Qué tipo de lienzo personalizado te gustaría adquirir?

✓ Retrato de persona

✓ Paisaje

✓ Mascota

✓ Otro (especifica)

c) ¿Qué tamaño de lienzo prefieres?

✓ Pequeño (hasta 30x40 cm)

✓ Mediano (40x50 cm a 60x80 cm)

✓ Grande (más de 60x80 cm)

d) ¿Qué nivel de personalización te gustaría tener en tu lienzo?

✓ Colores y detalles específicos

✓ Estilo artístico particular

✓ Ambos

Sección 2: Precio

a) ¿Cuál es tu rango de presupuesto para un lienzo personalizado?

✓ Menos de \$10

✓ \$10 - \$20

✓ Más de \$20

Sección 3: Plaza (Distribución)

- a) ¿Prefieres adquirir el lienzo personalizado a través de redes sociales o en una tienda física?
- ✓ Redes sociales (por ejemplo, Instagram, Facebook)
 - ✓ Tienda física
- b) ¿Qué redes sociales utilizas con más frecuencia para descubrir productos o servicios?
- ✓ Instagram
 - ✓ Facebook
 - ✓ Twitter
 - ✓ Otras (especifica)
- c) ¿Qué elementos te hacen sentir más seguro/a al comprar en redes sociales?
- ✓ Reseñas y testimonios de clientes
 - ✓ Fotografías o ejemplos del trabajo previo del artista
 - ✓ Formas de pago seguras

Sección 4: Promoción

- a) ¿Has descubierto lienzos personalizados a través de anuncios en redes sociales?
- ✓ Sí
 - ✓ No
- b) ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver en las publicaciones promocionales de lienzos personalizados?
- ✓ Ofertas y descuentos
 - ✓ Detrás de escena del proceso creativo
 - ✓ Clientes satisfechos con sus lienzos

2.1.9 Presentación de resultados

✓ Resultados generales

Del conteo total seleccionado en la muestra, se dieron a conocer los siguientes datos generales de los encuestados reflejados en la Tabla 1:

Tabla 1

Datos Generales

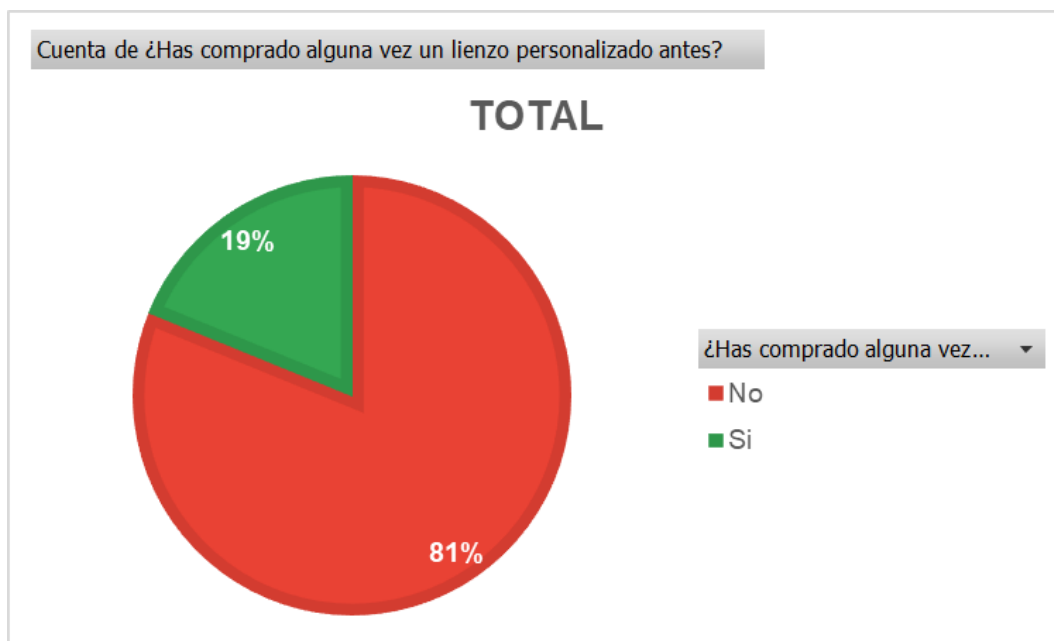
	Genero	%	Total
Femenino	228	60.9%	380
Masculino	152	38.7%	
	Ocupaciones	%	Total
Agente de call center	5	1.4%	380
Empleado	5	1.4%	
Estudiante	165	43.5%	
Profesional	116	30.4%	
Trabajador/a independiente	88	23.2%	

Fuente: Elaboración Propia.

✓ Resultados en base al producto

Gráfico 1

Resultado Pregunta 1

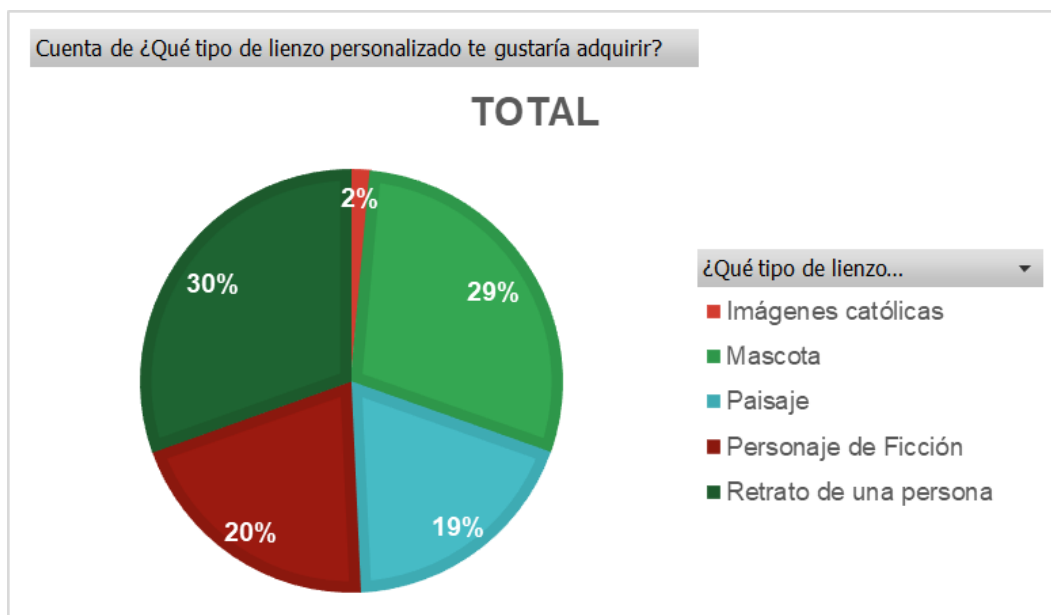


Fuente: Elaboración Propia.

La pregunta apertura permite observar lo conocido que es el mercado de las pinturas y el arte dentro del público seleccionado, el público al no haber adquirido en su mayoría ningún artículo similar (81% de los encuestados) da la pauta que es un mercado poco explotado, pero arriesgado debido a que los resultados pueden estar sujetos al desinterés del público.

Gráfico 2

Resultado Pregunta 2

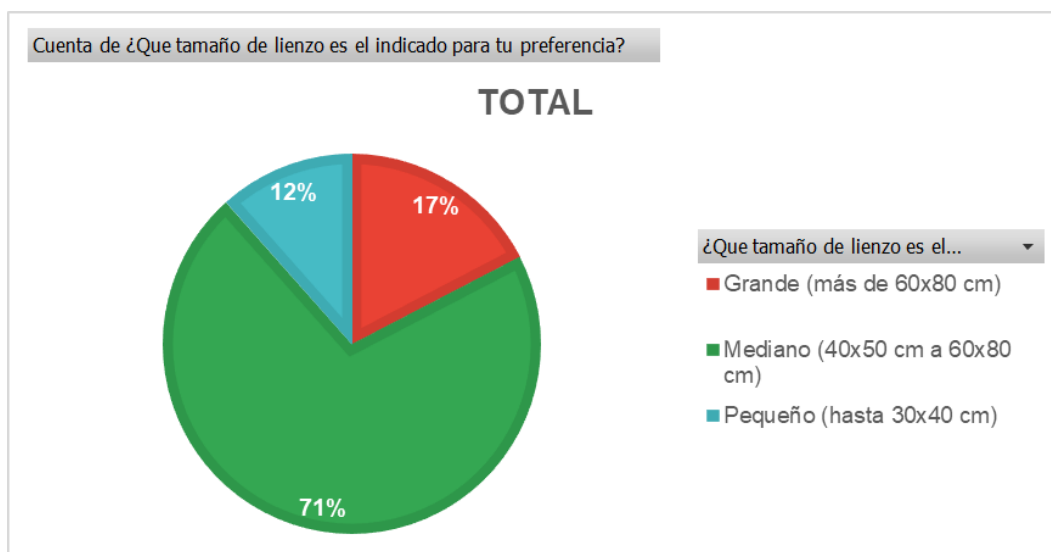


Fuente: Elaboración Propia.

La segunda pregunta ayuda a conocer la diversidad que el producto puede tomar. Con resultados casi similares demuestra un equilibrio en las preferencias que los encuestados tienen respecto a que tipo de producto desean al momento de adquirir un producto de PIN CREARTIVO.

Gráfico 3

Resultado Pregunta 3

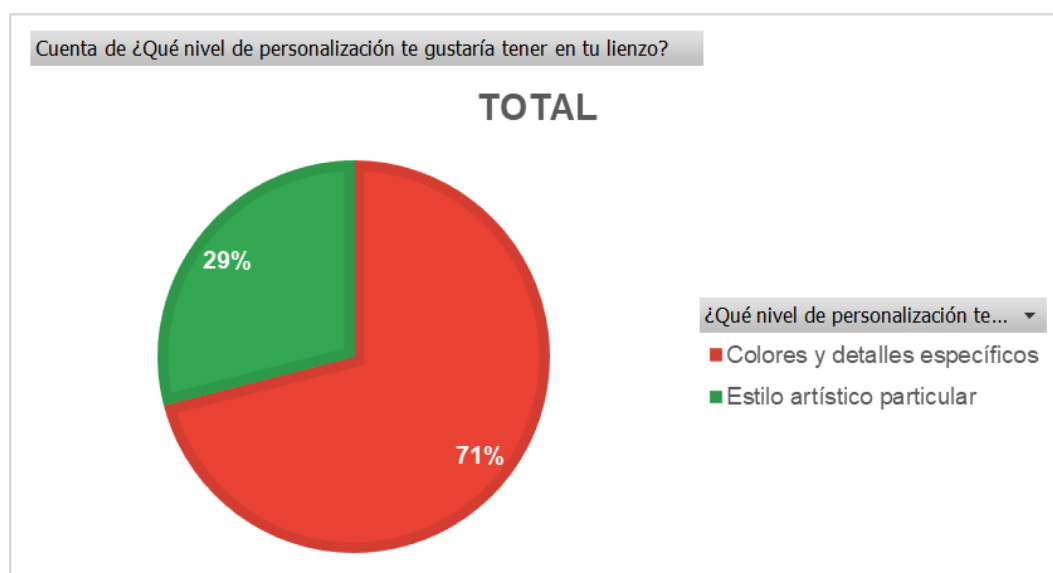


Fuente: Elaboración Propia

El tamaño de las obras es un factor importante al momento de crear una obra, este además de afectar las dimensiones del producto puede influir en el costo y precio de venta de los productos de PIN CREARTIVO. Según los resultados (71%) el tamaño ideal para una obra es mediana entre las medidas de 40x50cm hasta 60x80cm.

Gráfico 4

Resultado Pregunta 4



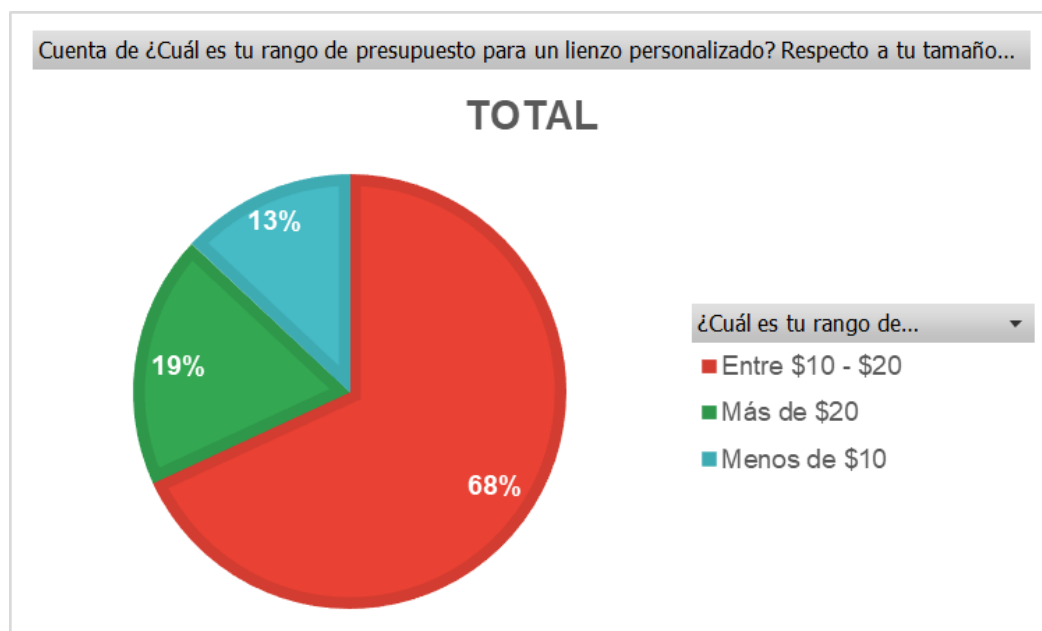
Fuente: Elaboración Propia.

El nivel de personalización de las obras indica generalmente que busca un cliente al momento de solicitar una obra, el 71% de los encuestados prefiere un diseño y colores con detalles específicos que puedan brindar un valor única al cuadro.

- ✓ Resultados en base al precio

Gráfico 5

Resultado Pregunta 5



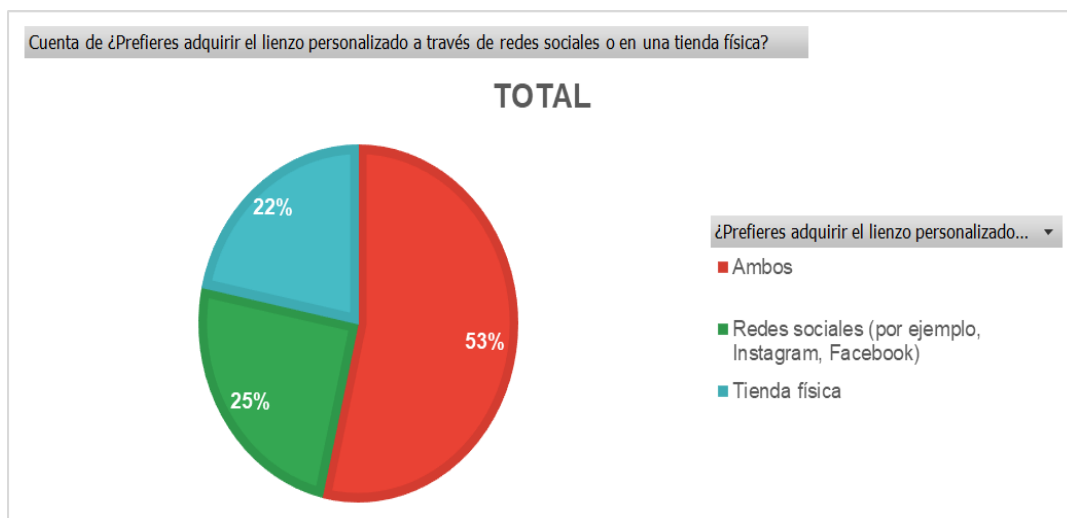
Fuente: Elaboración Propia.

La pregunta respecto al precio ayuda a conocer el rango de precios que el público está dispuesto a pagar por una obra de PIN CREARTIVO, cabe mencionar que los precios de cada obra serán variados según las propiedades del producto detalladas previamente. Los resultados indican una preferencia de precios de entre \$10 hasta \$20.

✓ Resultados en base a plaza

Gráfico 6

Resultado Pregunta 6

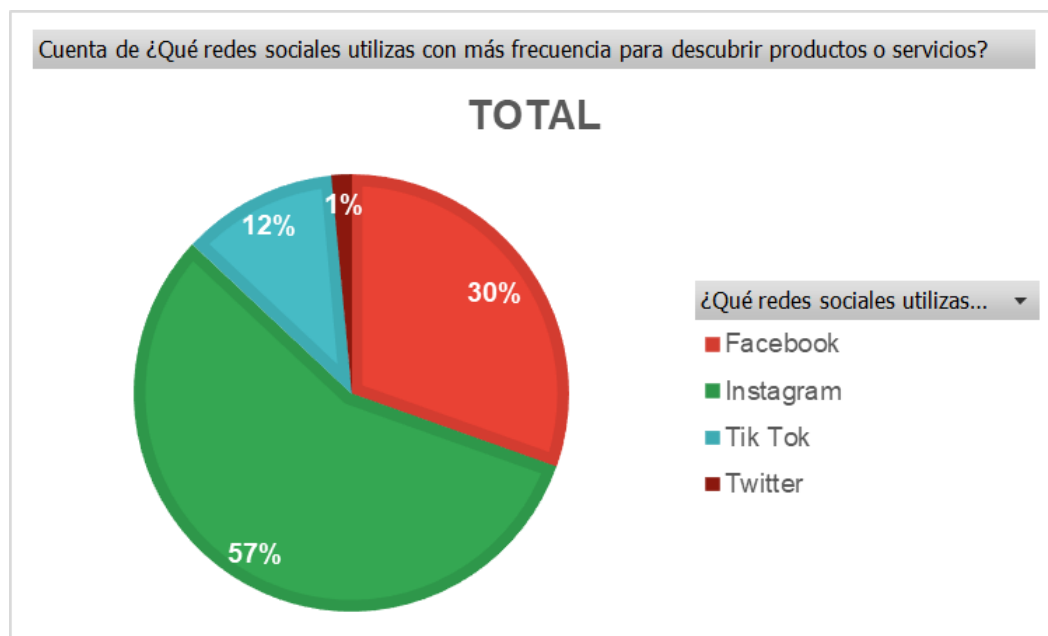


Fuente: Elaboración Propia.

La preferencia de lugares de acceso de compra de los encuestados busca siempre una manera segura y rápida de ver, preguntar, desear y adquirir un producto, los resultados indican que el público desea poder adquirir los productos de PIN CREARTIVO tanto en un lugar físico, como en redes sociales.

Gráfico 7

Resultado Pregunta 7

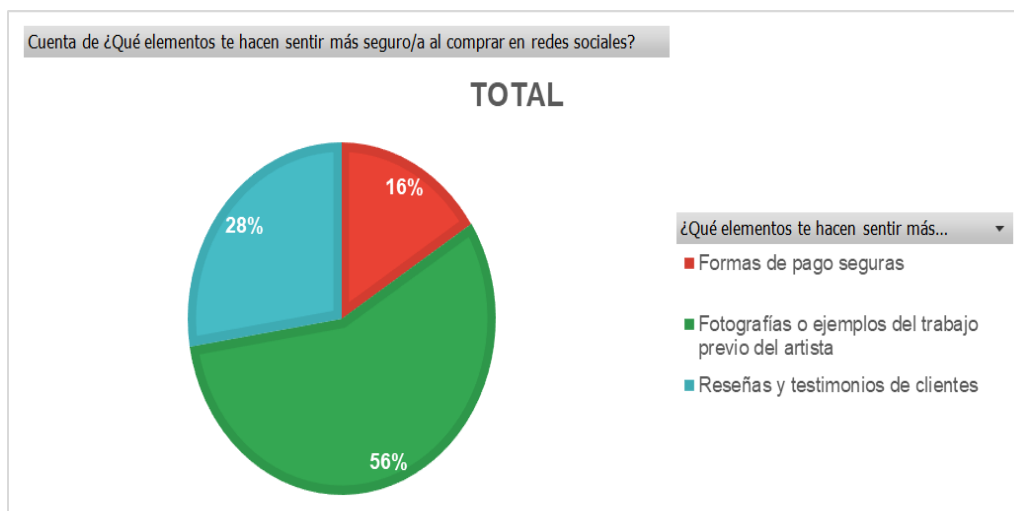


Fuente: Elaboración Propia.

Para conocer las preferencias de compra de los encuestados en redes sociales fue necesaria esta pregunta, la que fue clave para poder seleccionar bajo que medios PIN CREARTIVO se presentará ante el público y que estrategias usar en cada una de ellas, siendo predominante la herramienta de Instagram con un total de 57% de preferencia, cabe mencionar que también se tomarán en cuenta los demás resultados.

Gráfico 8

Resultado Pregunta 8



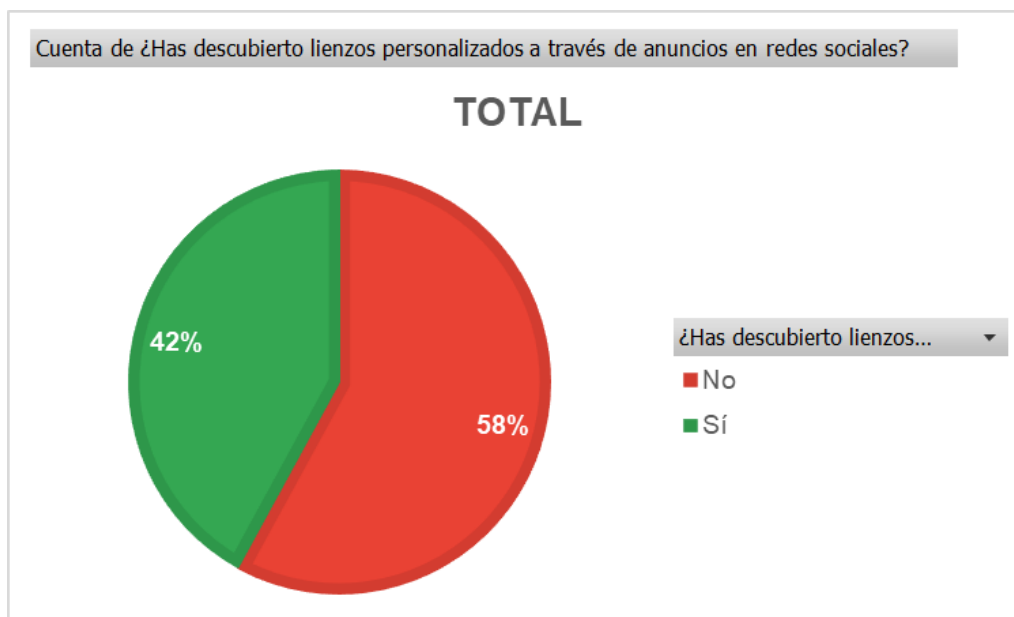
Fuente: Elaboración Propia.

Es importante conocer que los clientes de PIN CREARTIVO estén seguros de adquirir productos, para generar una estrategia de fidelidad más fuerte, por lo que es necesario conocer que hace sentir más seguros a los clientes al momento de la compra de un producto.

✓ Resultados en base a Promoción.

Gráfico 9

Resultado Pregunta 9

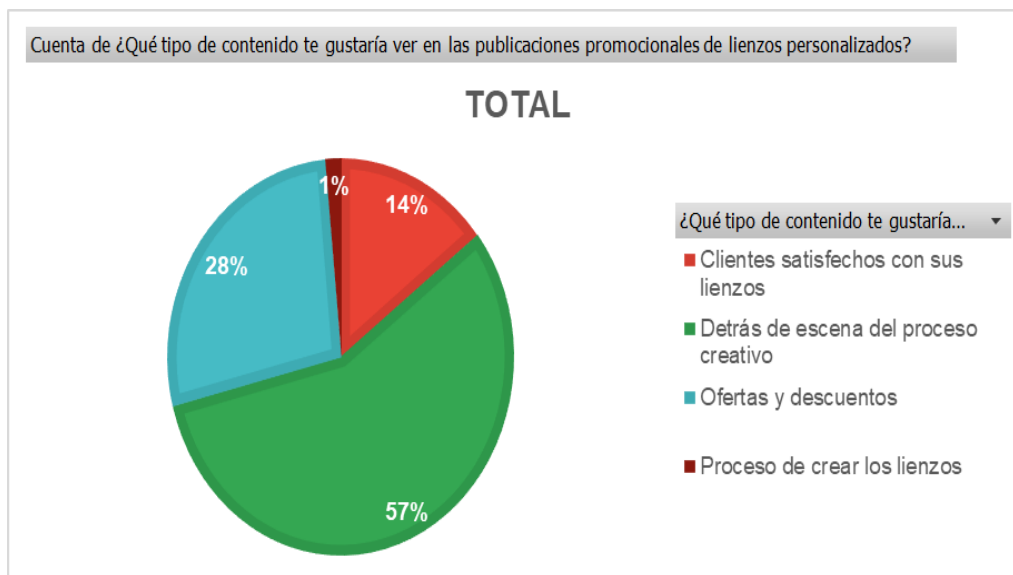


Fuente: Elaboración Propia

La posición de anuncios en redes sociales de este tipo de productos, es importante debido a que PIN CREARTIVO podría invertir en este tipo de promoción, según al grado de respuesta que tiene con los clientes. Los resultados muestran un 42% de los encuestados ha descubierto productos de similar índole de PIN CREARTIVO en redes sociales.

Gráfico 10

Resultado Pregunta 10



Fuente: Elaboración Propia.

Las estrategias de promoción pueden ser implementadas a raíz de esta pregunta que ayuda a consultar al público sobre qué tipo de contenido debe ser utilizado en redes para mantener una audiencia y un tráfico de clientes constante en las redes seleccionadas.

2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.2.1 FODA cruzado

Fortalezas

- ✓ Personalización de productos exclusivos
- ✓ Ser único estudio de dicha índole en el país
- ✓ Base de artistas diversificada,
- ✓ Inversión inicial baja
- ✓ Mercado actual que requiere detalles personalizados.
- ✓ Diversidad de proveedores

Oportunidades

- ✓ Promover el arte nacional, a partir de las piezas y productos ofertados por los artistas que formen parte del estudio,
- ✓ Jóvenes, adultos artistas que trabajen en diversos materiales,
- ✓ Mercado potencial con sentimientos de nostalgia
- ✓ Autenticidad de productos personalizados

Debilidades

- ✓ Desconocimiento del modelo de negocio,
- ✓ Plataforma digital para hacer el networking
- ✓ Lograr implantarse en la mente de los consumidores;
- ✓ Presupuesto bajo para la ejecución

Amenazas

- ✓ Ejecución de idea de negocio por otros emprendedores,
- ✓ Altos costos de las plataformas a utilizar para la comercialización,
- ✓ Competidores creativos,
- ✓ Crisis Económica,
- ✓ Una nueva pandemia,
- ✓ Fluctuación precios de materia prima
- ✓ Diversidad de productos sustitutos de las piezas creativas,
- ✓ Digitalización de productos.

FA

- ✓ Al contar con diversos proveedores, surtir como coworkings para mantener un inventario,
- ✓ Implementación de idea de negocio

- ✓ Patentar e inscribir en CNR la idea de negocio una vez culminado toda la planificación de la misma.
- ✓ Establecer alianzas con proveedores, que permita mantener precios de mayorista y mejore la rentabilidad del mismo proyecto,

FO

- ✓ Producto personalizado accesible a diversidad de mercado meta,
- ✓ Autenticidad, y ser primer estudio de dicha índole en el país,
- ✓ Base de datos de artistas diversificados que forman parte del estudio, enfocados a diversos públicos con inversión baja,
- ✓ Productos personalizados, con el más alto grado de autenticidad posible.

DA

- ✓ Desconocimiento de la función y el modelo de negocio creado,
- ✓ Fallas y ausencia de logística efectiva para el networking
- ✓ Bajo presupuesto para la ejecución y poca rentabilidad por alza de materia prima, o crisis económica,
- ✓ No lograr penetrar eficientemente en la mente de los consumidores finales.

DO

- ✓ Crear campañas de penetración en plataformas digitales que permitan posicionarse,
- ✓ Productos personalizados accesibles a diversos mercados metas,
- ✓ Promoción del artista nacional en diversos materiales.

2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter

- ✓ Rivalidad entre competidores existentes:

Se establecieron 2 preguntas significativas para determinar el nivel de rivalidad de los competidores:

¿Existen empresas gigantes en el rubro?

No usualmente el arte es individual, no hay empresa que imprima de manera masiva un retrato personal de un cliente, PIN CREARTIVO trabaja bajo los conceptos e ideas únicas del cliente las cuales nos pueden ser replicadas para otro cliente.

¿Cuáles son los principales competidores?

Los artistas, cada uno tiene su concepto de arte, puede ser mejor o peor a los de PIN CREARTIVO, pero eso los hace únicos, ellos deciden si ofertar o no sus productos, muchos los hacen, por lo que existe una gran variedad de estilos y maneras de oferta. Muchos ofrecen el servicio de manera digital como en redes sociales, o de manera presencial en ferias de emprendimiento y convenciones.

El nulo número de empresas grandes del país y la competencia individual por artista hace que PIN CREARTIVO tenga la oportunidad de hacerse un espacio de renombre con la finalidad de hacerse un nombre en la comunidad artística del país

✓ Amenaza de nuevos competidores:

Al ser un mercado con poca participación y al ser sumamente fácil adquirir los materiales y herramientas una persona con la formación artística correcta y con ideas innovadoras y creativas se les es realmente fácil incursionar en el mercado, no es necesario solicitar permisos para hacer pinturas, no existen barreras que regulen la venta pinturas en el país y no se requiere de tecnología avanzada para apoyarse en estos modelos de negocio, (Se pueden apoyar de herramientas de diseño

como la que ofrece Adobe o incluso utilizar una Inteligencia Artificial) pero son herramientas que ya muchos artistas entienden su finalidad.

La inversión para la entrada y el comienzo de un modelo de negocio similar es baja, no se requiere de muchas herramientas, es más cuestión de habilidad de la mano de obra.

✓ Amenaza de productos sustitutos:

El producto tiene como finalidad del consumidor decorar de algún una o varias áreas específicas, con esta finalidad existen diversa cantidad de productos que omitiendo algunos puntos tienen la misma finalidad y pueden ser considerados como productos sustitutos frente a las pinturas personalizadas de PIN CREARTIVO.

Fotografías, la opción más común y económica, el consumidor muchas veces antes de pensar en colocar alguna pintura u otro tipo de producto decorativo, simplemente enmarca alguna fotografía impresa y la coloca, con la ventaja de que imprimir una fotografía y adquirir un cuadro es más accesible que una pintura personalizada, además que es más rápido y no requiere contacto y tiempo de espera para obtenerla. Convirtiéndose en una opción más rentable y por ende en una amenaza en el mercado.

Cuadros, una opción menos rápida que una fotografía, es la adquisición de un cuadro o pintura ya realizada, requiere una mejor toma de decisión adquisición, pero es aún más rápida adquirirla que una pintura personalizada, dependiendo donde esta se adquiera puede ser igual o más rentable, ya sea en supermercados, tiendas de conveniencia o a manos de un artista independiente o negocio de la misma índole es una opción que amenaza a gran medida el mercado.

Posters, son los favoritos para decorar entre los adultos jóvenes y adolescentes con la ventaja que digitalmente se puede obtener cualquier diseño en internet o propio, los posters son un

producto sustituto muy grande a los cuadros de pinturas personalizados, agregando a su vez que son de fácil acceso y muy económicos en su mayoría. Su punto débil más pronunciado es su poca duración y pueden ser desechados fácilmente.

Vinilo decorativo, una manera decorativa que ha tomado fuerza los últimos años es el vinil decorativo, es necesario tomar este tipo de producto en cuenta ya que al igual que con un poster, este puede tener una variedad casi infinita de diseños de internet trayendo a forma física muchas imágenes digitales, pero al ser esta menos rentable que un poster e incluso que una pintura convencional su amenaza está a un nivel más bajo

✓ Poder de negociación de los proveedores:

Como principales materiales a tomar en cuenta para la realización de cuadros personalizados están: Lienzo/Canvas, Pinceles y Pintura. Siendo estos los principales recursos y herramientas para crear el producto podemos, estos materiales fácilmente se adquieren en un supermercado, tienda de arte, tienda de mayoreo o al detalle, con lo que se puede considerar que para PIN CREATIVO:

- a) No existe un único proveedor, es sencillo adquirir los recursos de mano de muchos proveedores no dedicados al arte, sin la amenaza de un proveedor con integración hacia adelante.
- b) Debido a la gran variedad de proveedores, se mejora la selección de materiales y herramientas, ajustándose en relación del costo y su calidad
- c) No existirá escases de materiales y herramientas, debido al gran número de proveedores en el mercado.

- d) Abiertos a cambios y a la innovación, con el gran número de proveedores es posible realizar cambios u obtener mejoras en el proceso de adquisición de materiales con respecto al cambio.
- e) Precios competitivos, los precios de los recursos raramente cambiara debido a la gran cantidad de proveedores que los ofertan.
- ✓ Poder de negociación de los clientes:

PIN CREARTIVO dedicado a retratar momentos, mascotas, personajes y personas, de manera única y personal ha entrado al mercado de jóvenes que hoy en día buscan resaltar por ser únicos, es un movimiento que poco a poco en el país cobra fuerza, y la concentración de clientes puede ir creciendo de a poco de igual manera.

Estos clientes deben poseer o poseen una cultura empática y creativa donde busquen obtener un producto único que solo ellos tengan, pueda ser personal o no, y con esa misma intención poder compartirla con los demás.

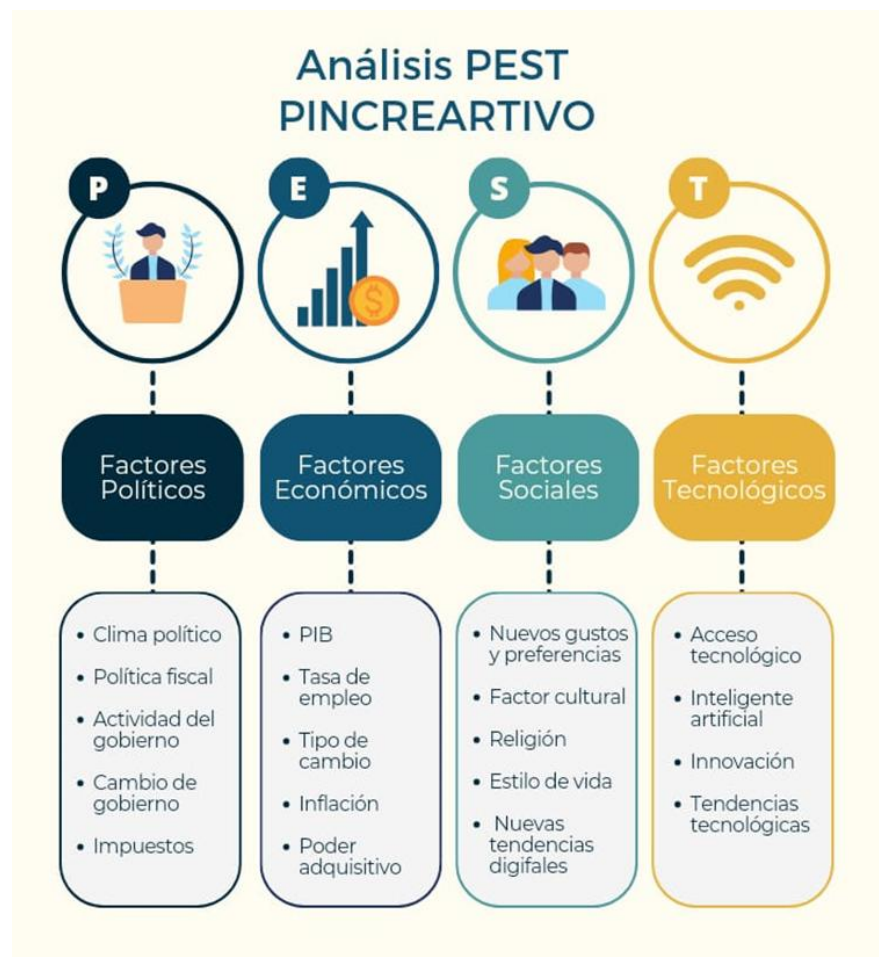
Estos clientes pueden ser un poco exigentes al momento de decidir su compra, incluso puede que su poder adquisitivo sea bajo, son personas informadas que siempre investigan antes de comprar un producto muchos aspectos como, la atención, la calidad, el tiempo, el precio etc.

Muchos de ellos incluso pueden experimentar en realizar ellos mismos sus diseños con solo verlos e inspirarse.

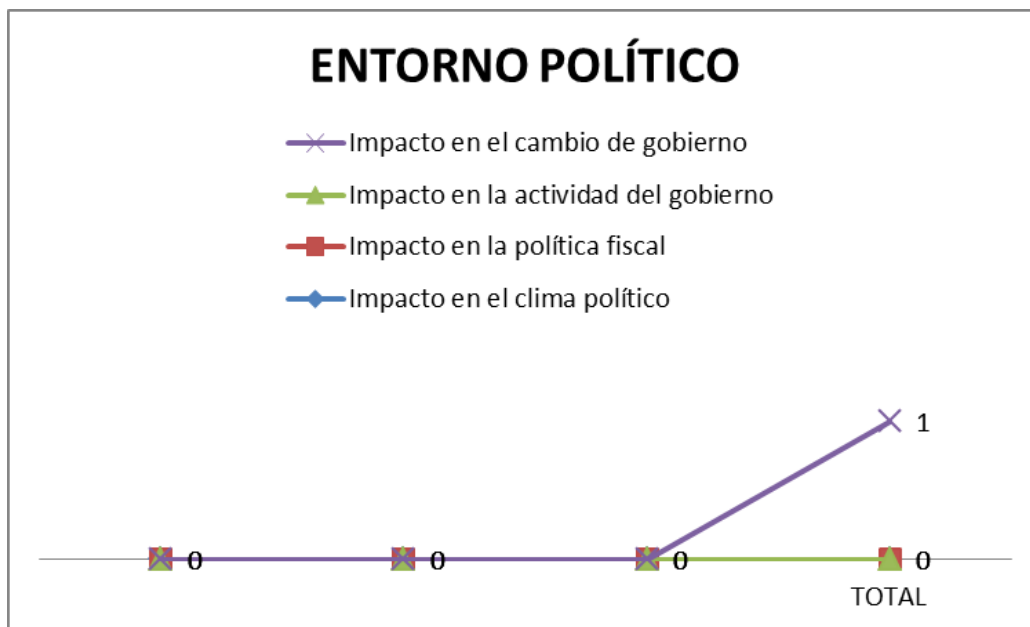
2.2.3 Desarrollo de PEST

Ilustración 1

ANALISIS PEST PIN CREARTIVO



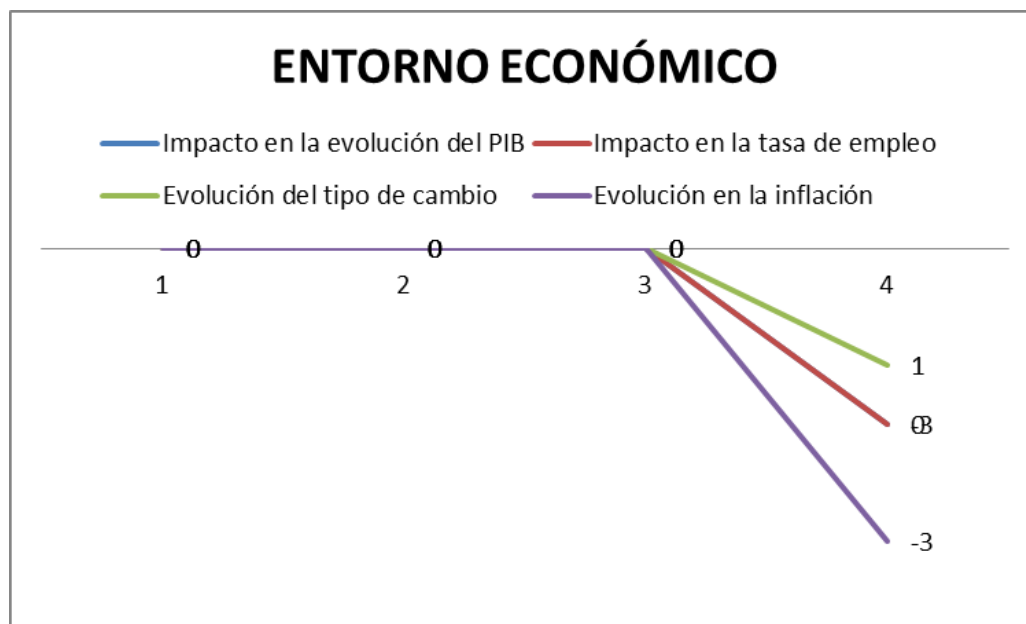
Fuente: Elaboración Propia, en base a los factores mas importantes a analizar dentro del análisis PEST.

Gráfico 11*Análisis Político*

Fuente: Elaboración propia.

El impacto del entorno político en el modelo de negocio digital es imparcial debido a que el posible nuevo gobierno presente podría crear o no nuevos reglamentos e impuestos al momento de llevar a marcha este emprendimiento.

Gráfico 12*Análisis Económico*

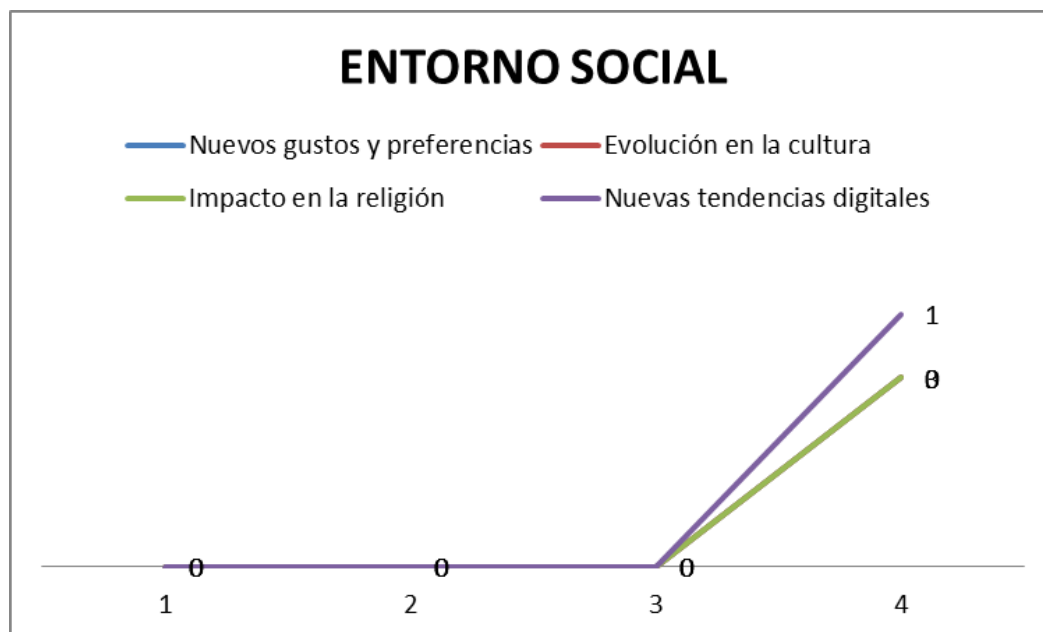


Fuente: Elaboración Propia.

El impacto social del entorno económico influye de manera desfavorable ya que día con día observamos como la inflación y otros factores afectan de forma negativa el poder adquisitivo de la población salvadoreña y sin dejar a un lado la continua tasa del desempleo.

Gráfico 13

Análisis Social

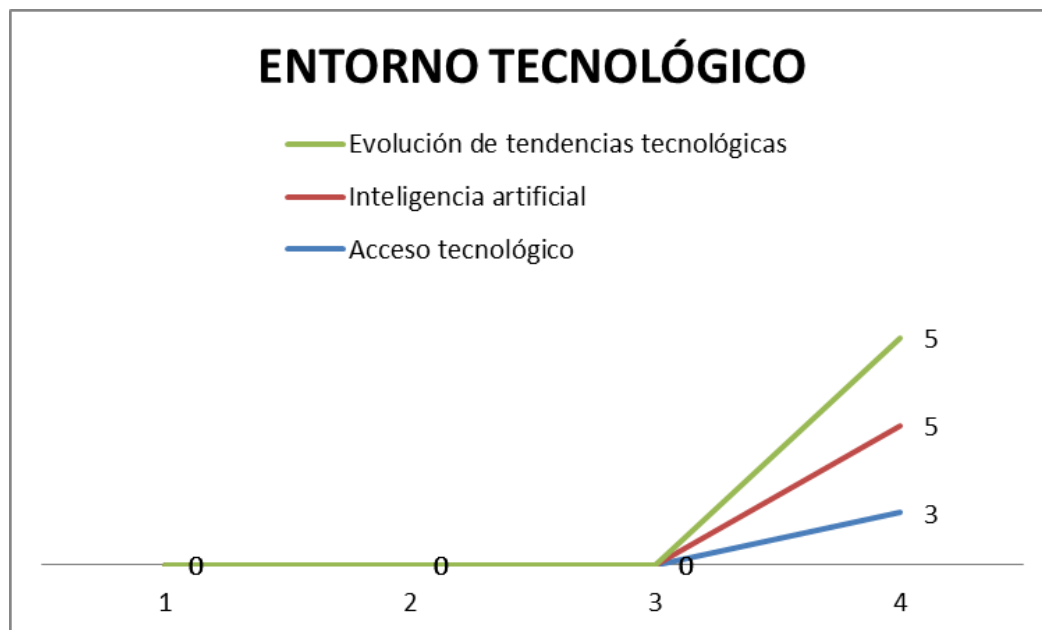


Fuente: Elaboración Propia

En el entorno social se ve afectado por los constantes nuevos gustos y tendencias que están en desarrollo en las plataformas digitales.

Gráfico 14

Análisis Tecnológico



Fuente: Elaboración Propia.

El entorno tecnológico está impactado primordialmente por esas nuevas tendencias tecnológicas que se desarrollan mundialmente y que no están a nuestro alcance para desarrollarlas para la ejecución de un mejor negocio digital.

2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

PIN CREARTIVO debe continuar expandiendo su gama de obras de arte personalizadas, incluyendo retratos, paisajes y obras de arte para mascotas. Esta diversidad de productos atenderá a una variedad de segmentos de mercado y reducirá la amenaza de productos sustitutos.

Los factores económicos, como la inflación y las tasas de interés, pueden afectar la capacidad de los clientes para gastar. Se deberá mantener estrategias de precios flexibles como descuentos por volumen o precios dinámicos basados en la demanda. Esto aumentaría la fidelidad del cliente y atraería a compradores sensibles al precio. Para adaptarse a estas variaciones

económicas y garantizar que sus obras de arte sean accesibles para una amplia gama de compradores.

Explorar nuevos canales de distribución, como alianzas con tiendas locales o galerías de arte, ayudará a diversificar la exposición de PIN CREARTIVO y adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado.

Los cambios tecnológicos y sociales influyen en cómo los clientes acceden a la información y toman decisiones de compra. Se deben tomar en cuenta las estrategias diferenciadas que aprovechen las plataformas tecnológicas emergentes y se adapten a las preferencias de compra en línea y a través de redes sociales.

2.4 LIENZO CANVAS

Ilustración 2

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

MODELO DE NEGOCIO CANVAS PARA LA EMPRESA				
<p>Socios claves: Artistas Colaboradores: PinCreativo ha establecido relaciones sólidas con artistas colaboradores talentosos que pueden ser contratados para proyectos específicos o para proporcionar una variedad de estilos artísticos. Estas colaboraciones nos permiten ampliar nuestra oferta artística y satisfacer las demandas de los clientes que buscan estilos particulares.</p>	<p>Actividades Claves: Creación Artística Personalizada: Los artistas del negocio trabajan en colaboración con los clientes para transformar sus ideas en pinturas únicas. Gestión de Pedidos y Personalización: PinCreativo gestiona de manera eficiente el proceso de pedido en línea. La empresa mantiene un inventario cuidadosamente gestionado de materiales de alta calidad, como lienzos, pinturas, pinceles y marcos.</p>	<p>Propuesta de valor: La posibilidad de crear obras de arte únicas y personalizadas que transforman las ideas en hermosas pinturas. La propuesta de valor radica en la fusión de la creatividad artística y la personalización absoluta de cada uno de los clientes.</p>	<p>Relación con los clientes: Asesoría Creativa Personalizada: PinCreativo establece relaciones cercanas con los clientes desde el primer contacto. El equipo de atención al cliente se dedica a escuchar y comprender las visiones artísticas de los clientes. Mantener una comunicación abierta y constante con los clientes a lo largo de todo el proceso de creación de la obra es clave. Se proporcionarán actualizaciones regulares sobre el progreso, respondemos rápidamente a preguntas y solicitudes, y compartimos bocetos y borradores para asegurarnos de que la obra esté alineada con las expectativas del cliente.</p>	<p>Segmento de clientes: Parejas y Familias: PinCreativo atiende a parejas y familias que desean obras de arte personalizadas que capturen sus relaciones y experiencias compartidas. Aficionados a la Decoración: También se enfoca en aficionados a la decoración de interiores que buscan obras de arte que se integren perfectamente en su diseño de interiores. Propietarios de Mascotas: PinCreativo satisface a dueños de mascotas que desean retratos personalizados de sus compañeros peludos. Regalos Significativos: También nos dirigimos a personas que buscan regalos únicos y significativos para ocasiones especiales, como aniversarios, cumpleaños, bodas y despedidas.</p>
<p>Costos: Costo de Materiales Artísticos: PinCreativo incurre en costos significativos para adquirir materiales artísticos de alta calidad, que incluyen lienzos, pinturas acrílicas y óleos, pinceles, marcos y otros suministros necesarios para crear obras de arte personalizadas excepcionales. Gastos de Personal: Se emplea a un equipo de artistas talentosos, así como a personal de atención al cliente, desarrolladores web y expertos en marketing. Los beneficios de estos empleados constituyen una parte importante de los costos operativos.</p>	<p>Ingresos: Ventas Directas de Pinturas Personalizadas: La principal fuente de ingresos de PinCreativo proviene de la venta directa de pinturas personalizadas a clientes individuales y empresas. Eventos y Exposiciones de Arte: PinCreativo creará y participará eventos de arte y exposiciones donde se venden obras de arte personalizadas a un público interesado Publicidad y Colaboraciones: En algunos casos, PinCreativo puede obtener ingresos a través de acuerdos de publicidad y colaboraciones con marcas y emprendedores que deseen promocionar sus productos o servicios a través de obras de arte personalizadas.</p>			

Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO III - PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: NOMBRE DE NEGOCIO

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

3.1.1 Nombre del Negocio

El nombre seleccionado para el negocio es: “PIN CREARTIVO”

3.1.2 Información general

El nombre del negocio, nace a partir 2 principales pilares que conforman el corazón del modelo de negocios, los cuales son:

Los Pinceles: sin ellos no sería posible crear de manera física ninguna de las ideas que el público compartiera con el equipo de creación.

Creartivo: es la fusión de dos palabras clave dentro de este rubro, creatividad y el arte. Creartivo nace de la necesidad de crear un concepto único de las palabras la seleccionadas, creando una sola palabra que engloba las definiciones concretas de cada palabra. Su finalidad de uso es simplificar en una palabra el alma del negocio, ya que sin ideas creativas no existe el arte, lo cual la creatividad y el arte son palabras que están vinculadas entre sí, ya que a falta de una la otra no toma sentido.

PIN CREARTIVO, nace a partir de estos pilares característicos que se pueden resumir en el poder crear ideas en una forma de arte única y personal. Ya que se ocupan herramientas físicas para poder materializar las ideas de cada persona y la mente creativa de un artista para realizar una obra de arte.

3.2 MARCO ESTRATEGICO

3.2.1 Misión

Transformar las ideas y las emociones en obras de arte personalizadas que inspiren, conecten y enriquezcan las vidas de nuestros clientes. Nos dedicamos a crear obras únicas que reflejen las ideas de cada individuo y gusten de la belleza de la creatividad personalizada.

3.2.2 Visión

Convertirnos en un referente a nivel nacional en el arte personalizado, donde cada obra que creamos se convierte en una expresión única de la creatividad y de las emociones sinceras. Aspiramos a inspirar a las personas a descubrir el poder del arte personalizado para transformar sus vidas y la de los que lo rodean.

3.2.3 Valores

- ✓ Creatividad: Fomentar la creatividad en todas sus formas y creemos en la importancia de la originalidad en cada obra de arte.
- ✓ Personalización: Valoramos que cada cliente es único y nos esforzamos por crear obras que reflejen sus deseos y personalidad que demande.
- ✓ Calidad: Buscamos la excelencia en cada detalle de las obras realizadas y nos comprometemos a ofrecer de la más alta calidad.
- ✓ Empatía: Escuchamos y comprendemos las necesidades y emociones de nuestros clientes, y trabajamos para superar sus expectativas.
- ✓ Colaboración: Valoramos la colaboración y en el trabajo en equipo. Ya que con nuestros clientes participamos en conjunto para dar vida a sus visiones y convertirlas en obras maestras personalizadas.

3.2.4 Objetivos

a) General

Desarrollar una plataforma de modelo de negocio digital que funcione como un espacio innovador, personalizado, nostálgico y accesible para la promoción, venta y adquisición de obras de arte en pintura, estampado o en diversos medios que el público solicite, en la zona Soyapango, en el período de enero 2024 a diciembre 2025.

b) Específicos

- ✓ Crear una serie de cuentas y perfiles en una selección de redes sociales que mejor se adopten al tipo de negocio seleccionado, siendo estas Facebook, Instagram, Pinterest y Tik Tok.
- ✓ Utilizar además de las herramientas físicas, herramientas tecnológicas de diseño disponibles para el apoyo y facilitación de producción de los medios artísticos.
- ✓ Contactar con una diversidad de artistas que deseen compartir sus servicios y experiencias a través del modelo de negocios digital PIN CREARTIVO que permita ofrecer al público, su estilo y su creatividad.
- ✓ Diseñar una interfaz del modelo de negocio de fácil acceso, de fácil contacto y de fácil interacción con los diferentes productos y servicios promocionados en redes sociales, con atractivo visual único y creativo.

3.2.5 Metas

- ✓ Alcanzar 1,000 seguidores/likes totales en seis meses en todas las redes sociales del negocio.
- ✓ Capacitar a un equipo de al menos 2 artistas y 1 miembro de atención al cliente antes de la apertura.

- ✓ Organizar la primera exposición de arte personalizado local en los próximos 6 meses.

3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Los productos de PIN CREARTIVO son únicos, pero pueden ser englobados en:

- ✓ Retratos Personalizados: Transforman fotografías en retratos personalizados en pintura acrílica y o acuarela. Ya sea un retrato de un ser querido, una mascota o un autorretrato, cada obra capta la originalidad y la personalidad de la persona o el objeto retratado.
- ✓ Paisajes y Escenas Personalizadas: Estos son paisajes y escenarios personalizadas que capturan la belleza de tus lugares especiales. Desde paisajes naturales hasta escenarios urbanos, nuestras obras reflejan tus recuerdos y emociones. Estos pueden ser objeto de resultado de fotografías propias del cliente que desea plasmar su toma en físico de manera artística.
- ✓ Arte de Mascotas: Las mascotas siempre han sido miembros queridos de la familia. El arte para mascotas inmortaliza la esencia de una compañía, convirtiéndolo en una obra que se atesorará para siempre.

Existen servicios en conjunto a la preparación de un producto, estos son:

- ✓ Consultoría Creativa Personalizada: Los artistas trabajan conjunto al cliente para entender las ideas y preferencias. Guían a través del proceso creativo para asegurar que la obra final refleje los ideales del cliente.
- ✓ Creación a Medida: Cada obra de arte es completamente única y se adapta a las especificaciones del cliente por lo que el cliente decide elegir el tamaño, el estilo y los detalles que desee.

3.4 VENTAJA COMPETITIVA

En un mundo lleno de productos en serie y opciones genéricas, donde sí, existen muchas opciones de decoración artística, pero estas tienen un efecto muy común, puede que tengan belleza, pero no tienen ningún significado sentimental con las personas que los adquieren, resultan ser solo piezas para decorar y ya, solo están para llenar un espacio vacío.

En ese aspecto de relacionar una obra emocionalmente entra en juego PIN CREARTIVO, donde se destaca por su enfoque en la personalización profunda. Cada obra de arte es una manifestación de la singularidad del cliente, una conexión emocional y una fuente de inspiración continua. La cual hace que la obra ya no solo llene un espacio vacío, sino que crean un vínculo con cada persona que las adquiere, otorgando un valor agregado sentimental a cada pieza.

3.5 PLAN ORGANIZACIONAL

3.5.1 Estructura organizativa de la empresa

La estructura que compone el modelo de negocios digital, estará compuesta por 3 pilares fundamentales para su funcionamiento, divididos en 3 personas líderes encargados de las áreas de marketing y ventas, operaciones y finanzas. Cada uno cumple con un rol significativo para optar con los mejores rendimientos, reflejado en la obtención de resultados de PIN CREARTIVO. Esto representado en Ilustración

Ilustración 3

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PIN CREARTIVO



3.5.2 Organización de gestión y Recursos Humanos

La idea de negocio, tiene como ente principal a la junta directiva, la cual está conformada por los socios fundadores principalmente, posteriormente se cuenta con dos direcciones principales, la dirección del proyecto y la dirección operativa.

En la administración del proyecto se cuenta con el área de recursos humanos, específicamente sería una persona quien funge la labor de este departamento al ser una empresa en desarrollo, sus principales funciones serán:

- a) Reclutar el personal oportuno para la operatividad del negocio,

- b) Reclutar el equipo de artistas que colaboraran con el negocio, que trabajaran de manera independiente en sus lugares de preferencia, aunque se pretende también en un futuro contar con un espacio de coworking, que funcione como taller para elaboración de sus piezas artísticas,
- c) Facilitar capacitaciones entre los diversos artistas, para que puedan aprender nuevas ramas de trabajo o técnicas.

Se adopta la figura de un administrador del proyecto, quien se encarga de todos los aspectos generales del negocio, todos los pagos generados por la función de la empresa, pago de proveedores, pago de personal externo, así como la tramitología general que implica el funcionamiento.

Por el nivel de la empresa se contratará un contador externo, para que lleve los libros contables de la misma, esto con el fin de mantener bajo el margen legal y contable lo más correcto posible, reduciendo costos.

Se requiere contar con un equipo de mercadeo que permita promover de una manera asertiva los productos del negocio, así como la creación de las campañas requeridas básicas para promoción del negocio.

Existe personal operativo, donde se involucran los que serían los artistas, que llevaran a cabo cada una de las piezas solicitada por los clientes, personal de logística que permitirá llevar y entregar los insumos finales requeridos por los clientes.

3.5.3 Proceso administrativo

El plan de integración se debe desarrollar con la finalidad de determinar las actividades que cada uno deberá ejecutar con el fin de que el proyecto pueda tener el éxito.

✓ Procesos de dirección:

Para la ejecución del proyecto se tiene:

- a) Director de proyecto: Será el responsable de tomar las decisiones en torno al proyecto de PIN CREARTIVO, con ello la contratación del personal, la compra de diversos insumos, supervisar que se ejecute cada una de las fases del proyecto, hasta la entrega y puesta en marcha del proyecto, posteriormente se realizara una evaluación a medio término al año y medio de la ejecución del proyecto.
- b) Personal Administrativo: El personal administrativo con el contará la tienda será el administrador del estudio, Recursos Humanos personal de mercadeo.
- c) Personal Outsourcing: Se contratarán los servicios de artistas que deseen vender su arte personalizado al gusto del cliente en el espacio asignado, servicio de delivery.

✓ Procedimientos para la gestión:

El máximo tomador de decisiones será el director de proyecto, quien se encargará de establecer matrices de monitoreo, canales de comunicación que permitan tener una mayor eficiencia del proyecto.

Al existir un desacuerdo del proyecto, el intermediario para tomar decisiones será el gerente de proyecto el cual deberá tener una aprobación de la junta directiva.

La parte administrativa del proyecto deberá reportar al gerente de proyecto todas las gestiones que le corresponden en relación a compra de insumos, mobiliarios o modificaciones en los inventarios.

✓ Plan integrado de los cambios

Al ser necesario la modificación de cambios se deberá realizar lo siguiente:

- a) Identificación del cambio: Al existir la necesidad de un cambio se deberá justificar dicho cambio de manera escrita por medio de una adenda en la cual se incluya: Fecha, hora, lugar del cambio necesario.
- b) Presentar alternativas de cambio: Se deberá presentar al menos dos alternativas al cambio necesario al realizar lo cual deberá contar con los parámetros mínimos establecidos y que logren el cumplimiento de los objetivos finales del proyecto.
- c) Los costos de los cambios deberán ser aprobados por el contador del proyecto, porque deberán realizarse los cambios en el presupuesto, en el cronograma.
- d) Se notificará al equipo los cambios a realizar los cuales deberán ser aprobados por la junta directiva,
- e) Se presentará una adenda en la cual deberá incluirse la firma del director del proyecto, ello con la finalidad de que se tenga aprobación plena de dicho cambio.
- f) No se administran cambios de ningún tipo sin la respectiva firma del gerente de proyecto, por lo cual, aunque sea evidente la necesidad de cambio, se deberá gestionar el mismo.
- g) Restructurar el cronograma, presupuesto con los nuevos cambios y agregar marginaciones que expliquen dichos cambios.
- h) El personal administrativo si podrá sub-contratar servicios nuevos a partir de la necesidad evidente de esto, y la falla del mismo, pero deberá notificarlo al director del proyecto.

3.5.4 Identificación y características de los proveedores

Es importante contar con una base de proveedores que permitan reducir los costos operativos para PIN CREARTIVO; entre los principales ejes de estos se pretende localizar los siguientes: Arriendo de espacio donde se pueda comercializar, establecer el taller, oficinas

operativas únicamente para reuniones; proveedores de diferentes tipo de pinturas, lienzos, utensilios para pintar, incluyendo pinceles, brochas, materiales sobre los cuales se van a realizar las piezas incluyendo madera, acrílicos, tintas especiales.

✓ Perfiles de proveedores:

- a) Se pretende apoyar emprendimientos locales también por lo cual se buscarán proveedores locales que permitan dar tarifas preferenciales,
- b) Que accedan a dar precios mayoristas los proveedores con los cuales se trabajara,
- c) Buscar buena calidad en los productos que se adquirirán con diversos proveedores.

3.6 PLAN DE MERCADEO

3.6.1 Resultados de la investigación de mercado

En el mercado que PIN CREARTIVO desea introducirse, es un mercado muy amplio y con buenas oportunidades de crecimiento si se mantiene en un enfoque de captación de clientes y fidelización de los mismos, si los productos hechos y comercializados cumplen las expectativas de los clientes, trabajos de calidad que cumplan cada demanda hecha por el cliente, el precio que sea equitativo a la calidad que se ofrece.

Las personas están en busca de diferenciarse de los demás y expresar sus ideas, PIN CREARTIVO deberá introducirse en los medios sociales más utilizados por estas personas para captar su atención para lograr conectar con el público objetivo.

La interacción con los clientes es clave y se buscará que PIN CREARTIVO sea percibido como una marca artística y auténtica, especializada en la personalización de obras a gusto del cliente.

3.6.2 Marketing Mix Digital

El marketing mix es un concepto que se utiliza para definir todas las herramientas y variables a la disposición del responsable de marketing en la empresa, es por ello que, en el mundo digital, la estrategia de marketing mix consiste en la adaptación del producto, precio, plaza y promoción al contexto digital, para poder llegar de cierta manera al cliente.

Se tienen en cuenta cuatro variables principales del negocio: producto, precio, distribución y promoción, las cuales serán aplicadas a PIN CREARTIVO.

Producto: En PIN CREARTIVO ofrecemos a nuestros clientes retratos personalizados, transformando fotografías en retratos personalizados en pintura acrílica y o acuarela como el cliente considere mejor, también ofrecemos pinturas de paisajes y escenas personalizadas, esto son paisajes y escenarios personalizados que capturan la belleza de tus lugares especiales, ofrecemos arte de mascotas, plasmamos en lienzos las fotografías de tus mascotas quienes se convierten en tu mejor amigo y deseas tener ese recuerdo siempre.

Precio: Los clientes están dispuestos a pagar una cantidad razonable de dinero gracias a la calidad del producto que se le ofrece, en PIN CREARTIVO se ofrece un producto de calidad realizado por artistas con productos de calidad.

Distribución o plaza: En PIN CREARTIVO sabemos que los clientes muchas veces quieren sorprender a un ser especial con un retrato ya sea de ellos o de sus mascotas o sus familiares, es por ello que se brindara un servicio a domicilio para que nuestros clientes hagan feliz a su ser especial, de igual forma se harán envíos a sus hogares o se harán las entregas personalizadas.

Promoción: Los medios a través de los cuales queremos llegar a nuestros clientes serían las redes sociales, llegando a nuestros clientes a través de Facebook e Instagram, ya que son las redes

más usadas por los jóvenes, en las cuales se puede hacer una pequeña publicidad para poder llegar a un público más amplio.

Para ser efectivo el uso de las redes sociales de PIN CREARTIVO es necesario ejecutar algunas estrategias de promoción que ayuden a mejorar el contacto entre el público objetivo y los productos que PIN CREARTIVO ofertará en estas herramientas, por lo que haremos uso de las siguientes estrategias:

3.7 PLAN DE VENTAS

3.7.1 Ciclo de Ventas

Es muy necesario establecer el proceso que se llevara a cabo antes de comenzar a vender los productos ofertados, por lo que para cumplir un estimado de ventas se tomara en cuenta una serie de pasos a seguir para concretar una o más venta, que impulsaran el crecimiento prolongado de PIN CREARTIVO.

3.7.1.1 Prospección:

- **Objetivo:** Identificar y encontrar clientes potenciales.

- **Acciones:**
 - Hacer uso de la diversidad redes sociales como Instagram, Facebook o Tik Tok, para atraer la atención de personas interesadas en arte personalizado.

 - Participar o buscar interacción en varios grupos de arte en línea, siendo un ejemplo en Facebook, donde se pueda compartir ejemplos del trabajo de PIN CREARTIVO.

- Crear contenido dirigido a personas interesadas en decoración del hogar, regalos personalizados o arte en general.

3.7.1.2 Calificación de Prospectos:

- **Objetivo:** Determinar si los prospectos captados tienen el potencial y la disposición para convertirse en clientes.
- **Acciones:**
 - Estudiar el interés del público captado en adquirir un producto personalizado.
 - Verificar si tienen el presupuesto y capacidad para realizar compras en línea.
 - Conocer la urgencia o los propósitos de encargos de la demanda

3.7.1.3 Primer Contacto o Presentación:

- **Objetivo:** Establecer contacto directo con el prospecto y hacer una oferta inicial.
- **Acciones:**
 - Responder mensajes o correos electrónicos brindando más detalles sobre cómo funcionan los pedidos personalizados.
 - Presentar la sencillas de proceso de pedido y compra de los productos a través de publicaciones o historias en redes sociales.
 - Personalizar la oferta, una tropicalización de respuesta adaptada a los gustos y necesidades del cliente es vital para mantenerlo activo e interesado.

3.7.1.4 Presentación de la Propuesta:

- **Objetivo:** Brindar una propuesta clara y personalizada basada en los deseos del prospecto.
- **Acciones:**
 - Describir las propuestas: Es importante que el cliente conozca todo el proceso a detalle, ser claro, breve y paciente es la clave.
 - Resolver cualquier duda o pregunta del cliente durante esta etapa.
 - Resaltar los beneficios únicos que ofrece tu producto, como la calidad de los materiales, los días de producción, manera personalizada de crear.

3.7.1.5 Negociación y Manejo de Objeciones:

- **Objetivo:** Resolver cualquier duda o inquietud que el cliente tenga sobre la propuesta.
- **Acciones:**
 - Abordar cualquier objeción relacionada con el precio, la calidad del trabajo o el tiempo de entrega.
 - Ofrecer alternativas o ajustes en el en tiempos, precio o tamaños si es necesario
 - Mostrar disposición para adaptar el trabajo a las necesidades del cliente.

3.7.1.6 Cierre de la Venta:

- **Objetivo:** Lograr que el cliente para realizar la compra.
- **Acciones:**

- Asegurarse de que el cliente tenga claro cómo realizar el pago (puede ser mediante depósito bancario, transferencia electrónica o plataformas de pago en línea). Preferiblemente acordar pagar un adelanto al principio, o pagar de forma final al completar el pedido.
- Confirmar el pedido y programar la fecha de entrega.

3.7.1.7 Entrega y Seguimiento:

- **Objetivo:** Cumplir con la entrega del producto y mantener la relación con el cliente.
- **Acciones:**
 - Entregar el producto final según lo acordado.
 - Realizar un seguimiento después de la entrega para asegurarte de que el cliente está satisfecho. Como puede ser preguntar al cliente si todo el proceso de entrega y el producto cumplió sus expectativas
 - Invitar al cliente a dejar una reseña o testimonio y sugiere que recomiende tu servicio a otras personas. Puede ser una fotografía que con su permiso utilizar en redes.

3.7.1.8 Fidelización:

- **Objetivo:** Establecer una relación con el cliente para futuras compras o recomendaciones.
- **Acciones:**
 - Ofrecer descuentos o promoción para futuros encargos o recomendar a un nuevo cliente a adquirir un producto.

- Mantener el contacto mediante correos electrónicos o redes sociales, informando al cliente sobre nuevos productos o colecciones.
- Invitar al cliente a eventos o exposiciones especiales de las colecciones de PIN

CREARTIVO

3.7.2 Proyección de Ventas

Para el desarrollo práctico del modelo de negocio digital de PIN CREARTIVO se estimó para cada uno de los diferentes productos ofertados un total de ventas previstas a un año según la diversidad de eventos que transcurran en el mismo, así llamándolo estacionalidad, que haciendo uso de ella, se obtuvo como resultado la siguiente proyección de ventas conjunta expresado en la Tabla 2:

Tabla 2

Proyección de Ventas

No.	Producto	Ventas del Año 1 (\$)												TOTAL
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
1	Paquete Retrato Familiar 40x50cm	\$ 1,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 23,500
2	Paquete Retrato de Mascotas 40x50cm	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 21,500
3	Retrato de Paisaje 40x50cm	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 900.00	\$ 1,200.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 10,050
4	Retrato de Personajes 40x50cm	\$ 900.00	\$ 750.00	\$ 1,200.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 1,200.00	\$ 900.00	\$ 1,200.00	\$ 750.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 11,100
Total de Ventas Mensuales		\$ 4,650.00	\$ 6,000.00	\$ 5,450.00	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00	\$ 5,950.00	\$ 5,150.00	\$ 5,100.00	\$ 4,950.00	\$ 5,800.00	\$ 5,800.00	\$ 6,300.00	\$ 66,150
Total de Ventas Anuales =														

Fuente: Elaboración Propia.

Además, con un estimado de crecimiento de los precios de un 10% sobre el año anterior se, determinaron crecimientos de venta para los siguientes 5 años en Tabla 3:

Tabla 3*Proyección de Ventas a 5 años*

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
			Trimestre	Trimestre	Trimestre	Trimestre		Trimestre	Trimestre	Trimestre	Trimestre			
1	Paquete Retrato Familiar 40x50cm	Tamaño	\$ 7,260.00	\$ 7,865.00	\$ 5,445.00	\$ 7,865.00	\$ 28,435.00	\$ 8,784.60	\$ 9,516.65	\$ 6,588.45	\$ 9,516.65	\$ 34,406.35	\$ 41,631.68	\$ 50,374.34
2	Paquete Retrato de Mascotas 40x50cm	Tamaño	\$ 6,050.00	\$ 6,655.00	\$ 6,050.00	\$ 7,260.00	\$ 26,015.00	\$ 7,320.50	\$ 8,052.55	\$ 7,320.50	\$ 8,784.60	\$ 31,478.15	\$ 38,088.56	\$ 46,087.16
3	Retrato de Paisaje 40x50cm	Tamaño	\$ 2,722.50	\$ 2,722.50	\$ 3,448.50	\$ 3,267.00	\$ 12,160.50	\$ 3,294.23	\$ 3,294.23	\$ 4,172.69	\$ 3,953.07	\$ 14,714.21	\$ 17,804.19	\$ 21,543.07
4	Retrato de Personajes 40x50cm	Tamaño	\$ 3,448.50	\$ 3,267.00	\$ 3,448.50	\$ 3,267.00	\$ 13,431.00	\$ 4,172.69	\$ 3,953.07	\$ 4,172.69	\$ 3,953.07	\$ 16,251.51	\$ 19,664.33	\$ 23,793.84
Total de Ventas Trimestrales			\$ 19,481.00	\$ 20,509.50	\$ 18,392.00	\$ 21,659.00		\$ 23,572.01	\$ 24,816.50	\$ 22,254.32	\$ 26,207.39			
Total de Ventas Anuales							\$ 80,041.50					\$ 96,850.22	\$ 117,188.76	\$ 141,798.40

Fuentes: Elaboración Propia

3.8 PLAN FINANCIERO

3.8.1 Plan de inversión

Para dar arranque con cada objetivo del modelo de negocios de PIN CREARTIVO, es de suma importancia la estimación de una inversión inicial, lo que se traduce al equipo principal de partida con el que será necesario contar para la participación en un mercado digital.

Es necesario mencionar unas de las herramientas de equipo y trabajo con las que el grupo principal a la cabeza de PINCRARTIVO, ocupara de manera inmediata para el progreso de la misma. La cuales han sido planteadas a partir de un financiamiento propio del equipo.

Los equipos que han sido seleccionados dentro del plan de inversión, vistos estos en Tabla 4 cumplen un papel de suma importancia que consta de la adquisición tanto de hardware y software capaz de cumplir con los requisitos óptimos de un modelo de negocios enfocado al ámbito digital, así como un plan esencial creación y mantenimiento de un sitio web capaz de albergar la oferta y demanda de los productos y servicios de PIN CREARTIVO. Sin dejar de lado todas aquellas herramientas físicas necesarias para la creación y almacenamiento de los productos tangibles creados por los colaboradores del negocio.

Tabla 4

Plan de Inversión Inicial

Plan de Inversión Inicial		
Concepto	Tipo de Financiamiento	
		Fondos Propios
Equipo	\$	1,890.00
Laptops DELL RF, equipo de oficina administrativo x 3	\$	1,350.00
Plan anual WooCommerce/ Wordpress		
Alojamiento de Sitio Web	\$	540.00
Herramientas de Trabajo	\$	164.00
Caballote de Mesa x 4	\$	110.00
Caja Transparente Almacenamiento x 3	\$	54.00
Otros	\$	350.00

Fuente: Elaboración Propia.

3.8.2 Estructura de costos

Con el apoyo de los precios de los principales materiales en el mercado para la creación de los diversos productos que serán ofertados, se estimaron los costos brutos por cada producto, a proyección a 5 años, representado en Tabla 5, en base a las cantidades fabricadas por tipo de producto y el precio que estos tendrán en el mercado.

Tabla 5

Estructura de costos

COSTO BRUTO			Año 1			Año 2			Año 3		
Línea de Productos	Unidades	Costo Unitario	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total		
Paquete Retrato Familiar 40x50cm	470	\$ 8.530000	\$ 4,009.10	517	\$ 9.383000	\$ 4,851.01	569	\$ 10.321300	\$ 5,869.72		
Paquete Retrato de Mascotas 40x50	430	\$ 9.220000	\$ 3,964.60	473	\$ 10.142000	\$ 4,797.17	520	\$ 11.156200	\$ 5,804.57		
Retrato de Paisaje 40x50cm	335	\$ 11.750000	\$ 3,936.25	369	\$ 12.925000	\$ 4,762.86	405	\$ 14.217500	\$ 5,763.06		
Retrato de Personajes 40x50cm	370	\$ 10.650000	\$ 3,940.50	407	\$ 11.715000	\$ 4,768.01	448	\$ 12.886500	\$ 5,769.29		
Total	1,605	\$ 40.15	\$ 15,850.45	1766	\$ 44.17	\$ 19,179.04	1942	\$ 48.58	\$ 23,206.64		

COSTO BRUTO			Año 4			Año 5		
Línea de Productos	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total		
Paquete Retrato Familiar 40x50cm	626	\$ 11.353430	\$ 7,102.37	688	\$ 12.488773	\$ 8,593.86		
Paquete Retrato de Mascotas 40x50	572	\$ 12.271820	\$ 7,023.53	630	\$ 13.499002	\$ 8,498.47		
Retrato de Paisaje 40x50cm	446	\$ 15.639250	\$ 6,973.31	490	\$ 17.203175	\$ 8,437.70		
Retrato de Personajes 40x50cm	492	\$ 14.175150	\$ 6,980.84	542	\$ 15.592665	\$ 8,446.81		
Total	2136	\$ 53.44	\$ 28,080.04	2350	\$ 58.783615	\$ 33,976.85		

Fuente: Elaboración propia.

Según los objetivos de producción del modelo de negocio de PIN CREARTIVO, será sumamente necesario la contratación de mano de obra de calidad para la producción eficaz de artículos que cumplan y satisfagan las expectativas de la demanda del mercado, por lo que será necesario contar con una proyección de costos a 5 años reflejados a salarios competitivos. Reflejado en Tabla 6:

Tabla 6*Costo de Mano de Obra*

Costo de Mano de Obra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	4	5	6	7	8
Salarios	\$ 17,520.00	\$ 24,090.00	\$ 31,798.80	\$ 40,808.46	\$ 51,302.06

Fuente: Elaboración Propia.

Además de contar con agregado de costos extras, sin embargo, estos son considerados de suma importancia para la funcionalidad optima del modelo de negocios. En Tabla 7, donde se encuentran los costos de publicidad y comunicación a proyección a 5 años, necesarios para llevar a la marca de PIN CREARTIVO al público objetivo, entre otros.

Tabla 7*Otros Costos y Gastos*

Otros Costos y Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos
Comunicaciones	1.80%	1.80%	1.80%	1.80%	1.80%	\$ 100.00
Utiles de Oficina	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	\$ 50.00
Promoción y Publicidad	9.10%	9.10%	9.10%	9.10%	9.10%	\$ 500.00

Fuente: Elaboración Propia.

3.8.3 Flujo de efectivo

En Tabla 8 se proyecta un flujo de efectivo de los años proyectados, con un retorno de efectivo al primer año proyectado.

Tabla 8

Flujo de Efectivo

Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		66,150.00	80,041.50	96,850.22	117,188.76	141,798.40
Costo de Bienes Vendidos		15,850.45	19,179.04	23,206.64	28,080.04	33,976.85
Ganancia Bruta	\$	50,299.55	\$ 60,862.46	\$ 73,643.57	\$ 89,108.72	\$ 107,821.55
Salarios		17,520.00	24,090.00	31,798.80	40,808.46	51,302.06
Comunicaciones		1,200.00	1,440.75	1,743.30	2,109.40	2,552.37
Útiles de Oficina		600.00	720.37	871.65	1,054.70	1,276.19
Promoción y Publicidad		6,000.00	7,283.78	8,813.37	10,664.18	10,664.18
Total Gastos Generales y de Admón.	\$	25,320.00	\$ 33,534.90	\$ 43,227.13	\$ 54,636.73	\$ 65,794.80
Ganancia Gravable(GAI)	\$	24,979.55	\$ 27,327.56	\$ 30,416.45	\$ 34,471.99	\$ 42,026.75
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (2,404.00)	\$ 18,734.66	\$ 20,495.67	\$ 22,812.33	\$ 25,853.99	\$ 31,520.07

Fuente: Elaboración Propia

Periodo de reintegro de la inversión, dado a la proyección de ventas, costos y determinada inversión inicial a tomar, se estima que lo invertido inicialmente para que el modelo de negocios funcione es de aproximadamente 1 año, con un Valor Actual Neto de \$117,012.72

3.8.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Los indicadores de rentabilidad reflejada los márgenes de ganancia expresados en porcentaje, es la cantidad de ingresos que se captaran para cada año.

Tabla 9

Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen de Ganancia Bruta	76.04%	76.04%	76.04%	76.04%	76.04%
Margen de Ganancia Operacional	37.76%	34.14%	31.41%	29.42%	29.64%
Margen de Ganancia Neta	28.32%	25.61%	23.55%	22.06%	22.23%

Fuente: Elaboración Propia

Se refleja el total de unidades que se deberán vender para el ejercicio del año 1, para obtener un punto de equilibrio, donde no se generen ganancias ni pérdida, para lo cual debe de alcanzar una meta de alrededor 808 unidades combinadas vendidas.

Ilustración 4

UNIDADES COMBINADAS DE EQUILIBRIO

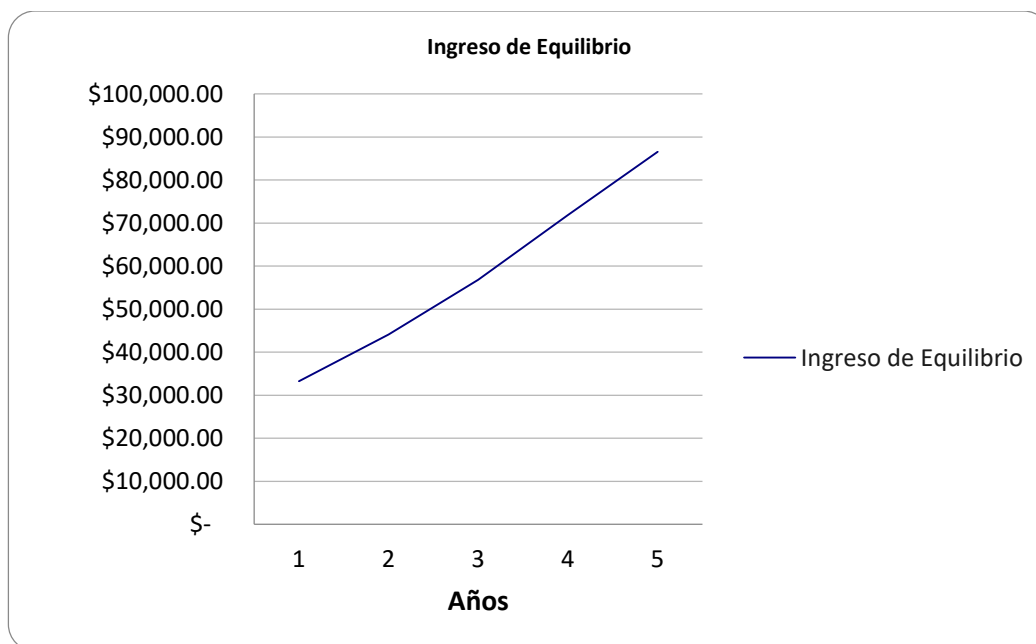
$$\begin{array}{r} \text{Unidades} \\ \text{Combinadas de} \\ \text{Equilibrio} \end{array} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 25,320.00}{\$ 31.34} = 807.93 \text{ Unidades}$$

Fuente: Elaboración Propia.

Es importante destacar los puntos de equilibrio necesarios para un periodo de 5 años, expresado en cifras monetarias, estos mostrados en el siguiente Grafico 15 y Tabla 10:

Gráfico 15

Ingreso de Equilibrio



Fuente: Elaboración Propia, en base a ecuación de unidades combinadas de equilibrio.

Tabla 10*Ingreso de Equilibrio*

Año	Ingreso de Equilibrio
1	\$ 33,298.87
2	\$ 44,102.45
3	\$ 56,848.91
4	\$ 71,853.92
5	\$ 86,528.13

Fuente: Elaboración propia basado en datos de Grafico #

3.8.5 Estado de Resultados proyectado

Dado a la proyección de costos y ventas proyectados para el primer año de trabajo se estima un estado de resultados expresado de la siguiente manera en Tabla 11:

Tabla 11

Proyección de Estado de Resultados

Estado de Resultados Proyectado													
	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingreso por Ventas	4,650.00	6,000.00	5,450.00	5,500.00	5,500.00	5,950.00	5,150.00	5,100.00	4,950.00	5,800.00	5,800.00	6,300.00	66,150.00
Costo de Bienes Vendidos	1,145.75	1,355.30	1,337.55	1,270.00	1,263.10	1,429.75	1,237.95	1,311.00	1,268.75	1,382.00	1,382.00	1,467.30	15,850.45
Ganancia Bruta	\$ 3,504.25	\$ 4,644.70	\$ 4,112.45	\$ 4,230.00	\$ 4,236.90	\$ 4,520.25	\$ 3,912.05	\$ 3,789.00	\$ 3,681.25	\$ 4,418.00	\$ 4,418.00	\$ 4,832.70	\$ 50,299.55
Salarios	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	17,520.00
Comunicaciones	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Utiles de Oficina	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Promoción y Publicidad	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6,000.00
Total Gastos Generales y de A	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 2,110.00	\$ 25,320.00
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 1,394.25	\$ 2,534.70	\$ 2,002.45	\$ 2,120.00	\$ 2,126.90	\$ 2,410.25	\$ 1,802.05	\$ 1,679.00	\$ 1,571.25	\$ 2,308.00	\$ 2,308.00	\$ 2,722.70	\$ 24,979.55

Fuente: Elaboración Propia.

El ejercicio implica proyección de estados de resultados prolongados a 5 años. En Tabla 12:

Tabla 12

Proyección de Estado de Resultados a 5 años

	Año 2					Año 3					Año 4	Año 5
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ingreso por Ventas	20,010.38	20,010.38	20,010.38	20,010.38	80,041.50	24,212.55	24,212.55	24,212.55	24,212.55	96,850.22	117,188.76	141,798.40
Costo de Bienes Vendidos	4,794.76	4,794.76	4,794.76	4,794.76	19,179.04	5,801.66	5,801.66	5,801.66	5,801.66	23,206.64	28,080.04	33,976.85
Ganancia Bruta	\$ 15,215.61	\$ 15,215.61	\$ 15,215.61	\$ 15,215.61	\$ 60,862.46	\$ 18,410.89	\$ 18,410.89	\$ 18,410.89	\$ 18,410.89	\$ 73,643.57	\$ 89,108.72	\$ 107,821.55
Salarios	6,022.50	6,022.50	6,022.50	6,022.50	24,090.00	7,949.70	7,949.70	7,949.70	7,949.70	31,798.80	40,808.46	51,302.06
Comunicaciones	360.19	360.19	360.19	360.19	1,440.75	435.83	435.83	435.83	435.83	1,743.30	2,109.40	2,552.37
Utiles de Oficina	180.09	180.09	180.09	180.09	720.37	217.91	217.91	217.91	217.91	871.65	1,054.70	1,276.19
Promoción y Publicidad	1,820.94	1,820.94	1,820.94	1,820.94	7,283.78	2,203.34	2,203.34	2,203.34	2,203.34	8,813.37	10,664.18	10,664.18
Total Gastos Generales y de A	\$ 8,383.72	\$ 8,383.72	\$ 8,383.72	\$ 8,383.72	\$ 33,534.90	\$ 10,806.78	\$ 10,806.78	\$ 10,806.78	\$ 10,806.78	\$ 43,227.13	\$ 54,636.73	\$ 65,794.80
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 6,831.89	\$ 6,831.89	\$ 6,831.89	\$ 6,831.89	\$ 27,327.56	\$ 7,604.11	\$ 7,604.11	\$ 7,604.11	\$ 7,604.11	\$ 30,416.45	\$ 34,471.99	\$ 42,026.75
Ganancia Neta	\$ 6,831.89	\$ 6,831.89	\$ 6,831.89	\$ 6,831.89	\$ 20,495.67	\$ 7,604.11	\$ 7,604.11	\$ 7,604.11	\$ 7,604.11	\$ 22,812.33	\$ 25,853.99	\$ 31,520.07

Fuente: Elaboración Propia.

3.9 PLAN DE TRABAJO

Todo el trabajo que será tomado en cuenta para la creación, funcionamiento y estabilidad de modelo de negocios, será controlado mediante el transcurso del tiempo que este lleve en marcha, por lo que se ha realizado un estimado plan de trabajo y sus tiempos que conllevaran a la construcción y mantenimiento de PIN CREATIVO como negocio. Diseñado en Tabla 13:

Tabla 13

Plan de Trabajo

Fase	Duración	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Acciones
Planificación del Negocio	1 Mes	1/5/2023	31/05/23	<ul style="list-style-type: none"> *Definir el modelo de negocios de PINCREATIVO. *Realizar un estudio de mercado que englobara PINCREATIVO. *Realizar tramites de legalización y permisos para que PINCREATIVO se convierta en una marca en el país.
Configuración de Producción y Operaciones	3-4 Semanas	1/6/2023	26/6/23	<ul style="list-style-type: none"> *Adquirir equipo de trabajo. *Establecer el espacio de trabajo de PINCREATIVO. *Definir procesos de producción y contratación del equipo de producción.
Creación de Identidad de Marca y Presencia Digital	1 Mes	27/6/23	31/7/23	<ul style="list-style-type: none"> *Desarrollar de Identidad Visual de la marca. *Creacion de sitio web. *Creacion de redes sociales. *Generar contenido inicial en redes
Estrategia de Marketing Digital	4 Meses	1/8/2023	1/12/202	<ul style="list-style-type: none"> *Campaña de lanzamiento en redes sociales *Realizar marketing de contenido enlazado a las tendencias y estacionalidad. *Promociones de lanzamiento. *Participacion en eventos artisticos y colaboraciones.
Gestión de Ventas y Atención al Cliente	Continua	1/8/2023	Continua	<ul style="list-style-type: none"> *Implementar una plataforma de ventas eficiente *Utilizar estrategias de atención al cliente personalizadas. *Asegurar entregas eficientes al tiempo establecido. *Realizar feedback
Seguimiento y Fidelización	Continua	1/8/2023	Continua	<ul style="list-style-type: none"> *Crear programas de fidelización. *Obtener recomendaciones y testimonios positivos
Medición de Resultados y Optimización	Cada 3 meses	1/8/2023	1/12/2023	<ul style="list-style-type: none"> *Analizar los resultados y métricas de cada estrategia planteada

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

- ✓ **Diversificación de Productos:** PIN CREARTIVO debe continuar expandiendo su gama de obras de arte personalizadas, incluyendo retratos, paisajes, y obras para mascotas. Esta diversidad ayudará a captar diferentes segmentos de mercado y disminuirá la amenaza de productos sustitutos, fortaleciendo la oferta del negocio.
- ✓ **Estrategias de Precios Flexibles:** Dado que factores económicos como la inflación pueden afectar la capacidad de los clientes para gastar, PIN CREARTIVO debería implementar estrategias de precios flexibles, como descuentos por volumen o precios dinámicos basados en la demanda. Esto podría mejorar la fidelidad del cliente y atraer a compradores más sensibles al precio
- ✓ **Exploración de Nuevos Canales de Distribución:** Es crucial que PIN CREARTIVO explore nuevos canales de distribución, como alianzas con tiendas locales o galerías de arte, para diversificar la exposición de sus productos y adaptarse mejor a las condiciones cambiantes del mercado.
- ✓ **Aprovechamiento de Tecnologías Emergentes:** Los cambios tecnológicos y sociales influyen en cómo los clientes acceden a la información y toman decisiones de compra. PIN CREARTIVO debe enfocarse en estrategias que aprovechen las plataformas tecnológicas emergentes y se adapten a las preferencias de compra en línea y a través de redes sociales

BIBLIOGRAFIA

Asamblea Legislativa República de El Salvador. (2020, 1 de octubre). *Ley de Cultura*. Ministerio de Cultura. <https://www.cultura.gob.sv/download/ley-de-cultura/>

Asamblea Legislativa República de El Salvador. (2020, 16 de octubre). *Ley de Propiedad Intelectual*. Ministerio de Economía. <https://www.economia.gob.sv/download/ley-de-propiedad-intelectual/>

Dirección General de Estadística y Censos - DIGESTYC. (2021). *Banco Central de Reserva de El Salvador*. <https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/busqueda/192>

Herrera, A. (s.f.). *Pintores Salvadoreños: Conoce los más destacados*. <https://guanacos.com/pintores-salvadorenos/>

Martínez Borjas, M. J. (s.f.). *Metodología de la Investigación de Mercados*.

Ministerio de Cultura. (s.f.). *Ministerio de Cultura*. Gobierno de El Salvador: <https://www.cultura.gob.sv/marco-institucional/>

ANEXOS

Anexo 1

Marca PIN CREATIVO

Pincreartivo - Somos Memorables

Logo principal sobre blanco

09

Presentación de Marca Pincreartivo
Todos los derechos reservados.

Pincreartivo - Somos Memorables

Logo principal sobre negro

10

Presentación de Marca Pincreartivo
Todos los derechos reservados.

Anexo 2

Sitio Web



Anexo 3

Instrumento de Investigación, Encuesta

Encuesta "PINCREARTIVO"

Reciba un cordial y afectuoso saludo de parte del equipo que constituye el modelo de negocio de PinCreativo, el motivo de dirigirnos a usted, es para solicitarle su apoyo en el llenado de esta encuesta, los insumos aquí recolectados serán determinantes para el avance de la investigación de campo de este proyecto.

Antes de comenzar, nos gustaría proporcionarte una breve descripción de nuestro negocio, **PINCREARTIVO**. Dedicada a la creación de obras de arte personalizadas. Nuestro objetivo es transformar las ideas y visiones de nuestros clientes en obras de arte únicas y significativas. Ya sea que desees un retrato de un ser querido, una interpretación artística de tu mascota o una obra maestra para decorar tu hogar u oficina, estamos aquí para hacerlo posible.

Objetivo: Entender mejor las preferencias y necesidades de nuestros clientes potenciales en relación con obras de arte hechas a medida. Queremos recopilar información detallada que nos permita diseñar y ofrecer productos y servicios que se ajusten perfectamente a sus gustos y expectativas.

Este cuestionario solo te llevará unos minutos, y tus respuestas son esenciales para nosotros. ¡Comencemos!

** Indica que la pregunta es obligatoria*

1. Género *

Marca solo un óvalo.

Masculino

Femenino

Prefiero no decirlo

Otros: _____

2. Edad *

3. Ocupación *

Marca solo un óvalo.

- Estudiante
- Profesional
- Trabajador/a independiente
- Otros: _____

Sección 1: Producto

4. ¿Has comprado alguna vez un lienzo personalizado antes? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

5. ¿Qué tipo de lienzo personalizado te gustaría adquirir? *

Marca solo un óvalo.

- Retrato de una persona
- Paisaje
- Mascota
- Personaje de Ficción
- Otros: _____

6. ¿Que tamaño de lienzo es el indicado para tu preferencia? *

Marca solo un óvalo.

- Pequeño (hasta 30x40 cm)
- Mediano (40x50 cm a 60x80 cm)
- Grande (más de 60x80 cm)

7. ¿Qué nivel de personalización te gustaría tener en tu lienzo? *

Marca solo un óvalo.

- Colores y detalles específicos
- Estilo artístico particular
- Otros: _____

Sección 2: Precio

8. ¿Cuál es tu rango de presupuesto para un lienzo personalizado? Respecto a tu tamaño preferido. *

Marca solo un óvalo.

- Menos de \$10
- Entre \$10 - \$20
- Más de \$20

Sección 3: Plaza (Distribución)

9. ¿Prefieres adquirir el lienzo personalizado a través de redes sociales o en una tienda física? *

Marca solo un óvalo.

- Redes sociales (por ejemplo, Instagram, Facebook)
- Tienda física
- Ambos

10. ¿Qué redes sociales utilizas con más frecuencia para descubrir productos o servicios? *

Marca solo un óvalo.

- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Tik Tok
- Otros: _____

11. ¿Qué elementos te hacen sentir más seguro/a al comprar en redes sociales? *

Marca solo un óvalo.

- Reseñas y testimonios de clientes
- Fotografías o ejemplos del trabajo previo del artista
- Formas de pago seguras
- Otros: _____

Sección 4: Promoción

12. ¿Has descubierto lienzos personalizados a través de anuncios en redes sociales? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

13. ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver en las publicaciones promocionales de lienzos personalizados? *

Marca solo un óvalo.

- Ofertas y descuentos
 Detrás de escena del proceso creativo
 Clientes satisfechos con sus lienzos
 Otros: _____