

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



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

“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: INSIDE KEEPER”

PRESENTADO POR:

KATHY NOHEMY DURAN RAMOS

KARINA ELIZABETH MÉNDEZ DE LEMUS

OMAR AMILCAR PÉREZ GIL

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO (A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

JULIO 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

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

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTANEDA PINEDA
COORDINADORA DE PROCESO DE GRADUACIÓN: LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA
DOCENTE ASESOR: LIC. OSCAR JOSE AMAYA SÁNCHEZ.
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. OSCAR JOSE AMAYA SÁNCHEZ.
LIC. DANIEL MAURICIO VILLACORTA
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTÍNEZ

JULIO 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.

AGRADECIMIENTOS

Gracias primero a Dios, por haberme permitido finalizar mis estudios Universitarios en la Carrera de Mercadeo Internacional, a la Universidad por brindar espacios como estos en línea, llegar hasta acá no ha sido fácil, las motivaciones constantes de mi madre no faltaron en este proceso, sin embargo, ha valido la pena, aunque la mayor parte del tiempo he querido rendirme, doy gracias por todos los aprendizajes y conocimientos adquiridos en estos años.

Kathy Nohemy Duran Ramos.

Infinitos agradecimientos a Dios: Por permitirme llegar a este momento y culminar con gran satisfacción este proceso de formación.

A mi querida madre: Por sus oraciones y bendiciones constantes.

A mi familia: Por ser mi apoyo, motivación e inspiración en todo momento.

A mis compañeros: Por su apoyo, acompañamiento y motivación en este proceso de aprendizaje.

Karina Elizabeth Méndez de Lemus

Este agradecimiento va en primer lugar a mi madre, ya que Dios le otorgó una segunda oportunidad para ver el día en que me gradúe de Licenciado, él sabe que no pudiste acompañarme en la ceremonia de mi primera carrera; pero en esta sé que estarás ahí conmigo. A mis amadas hijas quienes son mi motivo principal de vida e inspiración, les muestro que los retos son superables con disciplina y responsabilidad.

Omar Amilcar Pérez Gil

ÍNDICE

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Antecedentes.....	1
1.1.2 Descripción.....	5
1.1.3 Formulación.....	6
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.2.1 Geográfica.....	6
1.2.2 Temporal.....	7
1.2.3 Teórica.....	7
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.3.1 Novedad.....	8
1.3.2 Utilidad social.....	9
1.3.3 Factibilidad.....	9
1.4 OBJETIVOS	10
1.4.1 General.....	10
1.4.2 Específicos.....	10
1.5 MARCO TEÓRICO.....	11
1.5.1 Histórico.....	11
1.5.2 Conceptual.....	12
1.5.3 Legal.....	14
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	15

2.1.1 Generalidades.....	15
2.1.2 Método.	15
2.1.3 Enfoque.	16
2.1.4 Universo.	16
2.1.5 Población.....	17
2.1.6 Muestra.	17
2.1.7 Técnicas de Investigación.	18
2.1.8 Instrumento de Investigación.	18
2.1.9 Presentación de resultados.	18
2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	20
2.2.1 FODA Cruzado.	21
2.2.2 Desarrollo de 5 fuerzas de Michael Porter.....	22
2.2.3 Desarrollo de PEST.....	23
2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN.....	24
2.4 DESARROLLO DE LIENZO CANVAS	25
CAPÍTULO III PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO: INSIDE KEEPER	26
3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	26
3.1.1 Nombre del Negocio.....	26
3.1.2 Información general.....	26
3.2 MARCO ESTRATÉGICO	26
3.2.1 Misión.....	27
3.2.2 Visión.....	27
3.2.3 Valores.....	27
3.2.4 Objetivos.....	28
3.2.5 Metas.....	28
3.3 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.....	29

3.4 VENTAJA COMPETITIVA.....	29
3.5 PLAN ORGANIZACIONAL.....	29
3.5.1 Estructura organizativa de la empresa IK.	29
3.5.2 Organización de gestión y Recursos Humanos.....	30
3.5.3 Proceso administrativo.....	32
3.5.4 Identificación y características de proveedores.	34
3.6 PLAN DE MERCADEO	34
3.6.1 Resultados de la investigación de mercado.	35
3.6.2 Marketing Mix Digital.	37
3.7 PLAN DE VENTAS.....	48
3.7.1 Ciclo de ventas.....	48
3.7.2 Proyección de ventas.....	50
3.8 PLAN FINANCIERO	53
3.8.1 Plan de Inversiones.....	53
3.8.2 Estructura de costos.	54
3.8.3 Flujo de efectivo.	56
3.8.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.....	57
3.8.5 Estado de Resultados proyectado.....	61
3.9 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES O PLAN DE TRABAJO	63
3.10 INDICADORES DE MEDICIÓN	64
REFERENCIAS.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 Evolución en el tiempo de las aplicaciones móviles.....	2
Figura N°2 Evolución de la ingeniería civil	4
Figura N°3 5 fuerzas de michael porter aplicadas a IK	22
Figura N°4 Estructura organizativa actual de IK.....	30
Figura N°5 Isologotipo de IK	38
Figura N°6 Pantallas de inicio de la app IK.....	39
Figura N°7 Pantallas de suscripción en la app IK	40
Figura N°8 Pantallas en Google Play para incentivar la descarga de la aplicación.....	42
Figura N°9 Perfiles en redes sociales como Facebook e Instagram	44
Figura N°10 Proveedores de servicios de comunicación.....	45
Figura N°11 Proveedores de perifoneo para la app IK.	46
Figura N°12 Ciclo de venta para Inside Keeper	49
Figura N°13 Punto de equilibrio de Inside Keeper.....	60
Figura N°14 Género.....	69
Figura N°15 Edad	70
Figura N°16 Situación actual de vivienda	71
Figura N°17 Situación laboral actual.....	72
Figura N°18 Acceso a internet.....	73
Figura N°19 ¿Qué tipo de plan?	74
Figura N°20 Tipo de dispositivo.....	75

Figura N°21 Tipo de servicio demandado	76
Figura N°22 Frecuencia de servicio demandado de albañilería.....	77
Figura N°23 Frecuencia de servicio demandado de fontanería	77
Figura N°24 Frecuencia de servicio demandado de electricidad.....	78
Figura N°25 Frecuencia de servicio demandado de pintura	78
Figura N°27 Frecuencia de servicio demandado de cielos falsos.....	79
Figura N°28 Frecuencia de servicio demandado de pisos cerámicos	80
Figura N°29 Frecuencia de servicio demandado de tabla roca.....	80
Figura N°30 Forma de búsqueda de servicios	81
Figura N°31 Pago promedio	82
Figura N°32 Disposición para usar la aplicación.....	83
Figura N°33 Antecedentes gráficos de una marca.....	88
Figura N°34 Antecedentes gráficos de una marca.....	88
Figura N°35: Logotipos similares en google lends.....	89
Figura N°36: Búsqueda de nombre en miempresa.gob	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Términos y conceptos.....	13
Tabla N°2 Leyes que rigen el comercio electrónico en El Salvador.	14
Tabla N°3 Análisis de foda cruzado	21
Tabla N°4 Lienzo canvas aplicado a la app Inside Keeper.....	25
Tabla N°5 Proyecciones de ventas mensuales de IK.....	50
Tabla N°6 Proyecciones de ventas trimestrales años 2 y 3 y anuales años 4 y 5	51
Tabla N°7 Proyecciones de ventas mensuales de Ik años 2 y 3.....	51
Tabla N°8 Proyecciones de ventas trimestrales años 2 y 3 y anuales años 4 y 5	52
Tabla N°9 Supuestos de inversión y financiamiento	53
Tabla N°10 Estructura de costos variables para Ik.....	54
Tabla N°11 Estructura de costo personal para IK.....	54
Tabla N°12 Estructura de gastos para IK.....	55
Tabla N°13 Flujo de fondos proyectados para IK	56
Tabla N°14 Estado de resultados proyectados para Ik.....	61
Tabla N°15 Estado de resultados proyectados trimestral y anual para IK.....	62
Tabla N°16 Cronograma de actividades	63
Tabla N°17 Edad.....	84
Tabla N°18 Situación laboral.....	84
Tabla N°19 Situación actual de vivienda.....	85

Tabla N°18 Posee internet	85
Tabla N°19 Qué tipo de plan de internet posee	86
Tabla N°20 Dispositivo para usar internet.....	86
Tabla N°21 Como pudo contratar los servicios de un especialista.....	87
Tabla N°22 Disposición de usar la aplicación	87

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo plantea un proyecto innovador para el desarrollo de una Aplicación Móvil, que brindará servicios de obra civil a través de un staff de profesionales capacitados y experimentados, con la finalidad de facilitar el alcance de prestación de servicios como: fontanería, albañilería, cielos falsos, tabla roca y otros relacionados; este proyecto inicialmente beneficiará el área de Zacatecoluca Departamento de La Paz, permitiendo que las personas y negocios demandantes de este tipo de servicios puedan disponer de una herramienta digital accesible, de bajo costo, ofertante de servicios garantizados, con prontitud, eficiencia y de calidad.

La aplicación móvil estará dirigida y representada por un equipo que asegura que los servicios a ofertar, son desarrollados por personal capacitado, experimentado y responsable para alcanzar el éxito esperado en su trabajo. Los usuarios podrán realizar la contratación accediendo desde una App después de descargarla en Play Store, al ingresar podrán conocer cotizaciones de trabajos, tiempos requeridos para el desarrollo de la obra, materiales y presupuestos necesarios.

Actualmente en el mercado muchas empresas desarrollan sus modelos de negocios enfocados en el uso de las tecnologías, razón que inspiró a la empresa Inside Keeper a impulsar su negocio por este modelo innovador, para mantenerse a la vanguardia de los cambios y a la vez pueda ser competitivo, y obtener el crecimiento esperado en los primeros años.

El planeamiento de este proyecto se realizó con base a una investigación de mercado con posibles usuarios, que mostró datos importantes para la empresa; que al analizarlos se tomaron como variables mercadológicas que permitieron la viabilidad, implementación y lanzamiento en el mercado de forma acertada, conociendo de antemano los parámetros dentro de los que la aplicación móvil puede incidir, esperando que los resultados serán satisfactorios.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de grado, se evidencia el desarrollo del proceso de investigación realizado para el proyecto innovador "Diseño de modelo de negocio digital: Inside Keeper" que consiste en diseñar y crear una App móvil para ofertar servicios de obra civil, a través de una herramienta digital accesible y a bajo costo para el área de Zacatecoluca en el departamento de La Paz, con la finalidad de asistir a personas, hogares y negocios demandantes de servicios como fontanería, construcción, instalación de cielo falso, tabla roca y más.

Este consta de tres capítulos principales a través del que se desarrolla toda la investigación, en el primer capítulo se describe el planteamiento del problema y marco teórico, apartado que permite conocer aspectos relacionados a los antecedentes, descripción y formulación del problema a abordar, así como la delimitación tanto geográfica, temporal, necesarias para determinar hasta donde ésta incidirá. formulando además los objetivos a lograr para su desarrollo. En el segundo capítulo la metodología de la investigación establece los datos estadísticos que dan validez al proceso como el método, el enfoque, tipo de investigación, población y la muestra que se consideró, así como la técnica y el instrumento a utilizar hasta llegar a la presentación de los resultados que determinaron la viabilidad y veracidad del proyecto. En este mismo capítulo se encuentra el análisis relacionado a identificar la situación de la empresa.

En el tercer capítulo denominado como propuesta del plan de negocio, en el cual se describe la propuesta de valor del negocio, los objetivos, las metas, la planificación general, de marketing, proyecciones de ventas y financieras y el análisis de estos a través de indicadores que medirán el desempeño y rentabilidad de la empresa en el mercado.

Capítulo I Planteamiento del problema y marco teórico

En toda investigación formal es necesario establecer con claridad el problema a través del planteamiento del problema y marco teórico, elementos que dan origen a la propia investigación y a través de este se aportan datos relevantes y que enriquecen el conocimiento para la toma de decisiones posteriores.

1.1 Planteamiento del problema

Parte en la que se aborda la problemática detectada respecto a la demanda y oferta de servicios de obra civil y factor principal sobre la que se basa e impulsa la investigación.

1.1.1 Antecedentes.

Actualmente es normal poseer un dispositivo Smart repleto de app de todo tipo, ya sea de diversión, salud, juegos, agendas, deportes, etc., pero hace treinta años no era de esa manera, las primeras aplicaciones surgen en la década de los años noventa, algunas en forma apps de agenda, rington, agendas, juegos fueron muy básicas, pero facilitaron el día a día, olvidando tener que memorizar muchos números de teléfonos de familiares y amigos. Las apps de juegos cautivaron a muchas personas entre los más famosos están tetris instalado en un teléfono móvil en 1994, y el más aceptado es Snake el juego instalado en los celulares Nokia en 1997, a inicios del siglo XXI, en el año 2007 inicia la carrera de dos grandes competidores Apple y Android, quienes desarrollaron nuevas estrategias para el apareamiento de markets de aplicaciones móviles como Google Play y App Store. Para Yesenia Cañas y Liliana Mariona (como se citó en Beck, 2017) sostiene que el “origen de las primeras aplicaciones varía, puesto que muchas de ellas se encuentran asociadas a la aparición de los teléfonos móviles” (pág.7).

Línea de tiempo de las Aplicaciones Móviles

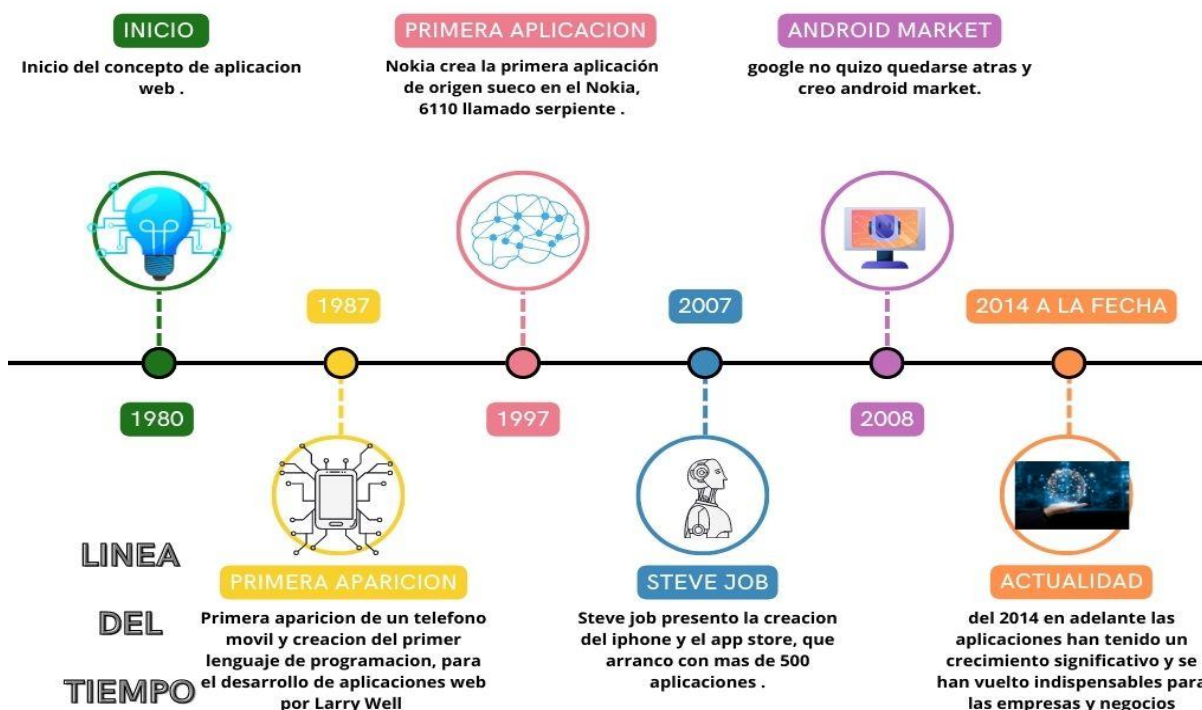


Figura N°1 Evolución en el tiempo de las aplicaciones móviles

Fuente: Autoría propia

Uno de los sectores más beneficiados con la tendencia de crecimiento de apps es el sector e-Commerce, cuya finalidad es mejorar la experiencia de compra, satisfacción y seguridad a la hora de comprar; las empresas deben mantenerse en constante actualización de las nuevas formas de consumo.

Para Yesenia Cañas y Liliana Mariona (como se citó en Aguado y colaboradores, 2015) señalan que:

La tecnología y la evolución de las aplicaciones han resultado beneficiosas para diferentes personas e industrias, esto se debe a que la información que se encuentra o que se procesa se realiza por medio de una interfaz. En las últimas décadas, se añade que esta interfaz ha

de ser intuitiva y natural, esto para responder adecuadamente a los requisitos de rapidez, ubicación y conveniencia que aprecian los usuarios en sus aplicaciones (pág.9).

Para todas las empresas es indispensable tener espacios digitales que permitan incrementar sus ventas, y llegar a más personas con su producto, sin embargo, esto no es suficiente ya que es necesario contar con una aplicación que se diferencie de las demás empresas y se convierta en una herramienta publicitaria. Por lo tanto, podemos observar que la industria del desarrollo de aplicaciones a nivel mundial lleva un ritmo de crecimiento acelerado esto permite que se pueda cubrir la alta demanda de las empresas y negocios.

En lo concerniente a obra civil la Universidad Autónoma de Guadalajara la define de esta manera:

Es una rama de la ingeniería dónde mediante el uso de diversas técnicas se solucionan problemas para satisfacer una necesidad, se encarga de la creación de infraestructura obras y emprendimiento hidráulico, también busca que se provea una solución con el propósito de beneficiar a la sociedad a través de reducción y control de una infraestructura. (UAG, 2022, párr.1).

Esta especialización es considerada una de las prácticas más antiguas de la humanidad, dio inicio a partir de la necesidad del hombre de buscar nuevas formas de vivir, por ejemplo: las primeras pirámides de Egipto, pueden considerarse como ejemplos de grandes construcciones en los años 2,700 y 2,500 antes de Cristo; pero las civilizaciones romanas fueron consideradas como el verdadero origen de la ingeniería civil, al construir calzadas, acueductos, puertos, puentes, presas que ayudaron a mejorar la calidad de vida de sus habitantes. El Ingeniero civil (Piquera,

2016, párr.4) menciona que “En 1747, se fundó la escuela para formar ingenieros civiles, la Ecole de Ponts et chaussées”, cuya sede está en Francia y perdura hasta hoy en día.

En cuanto al desarrollo de esta especialización en El Salvador, el sitio web de la Universidad de El Salvador describe que:

La carrera de ingeniería civil tiene sus orígenes en la formación de agrimensores de la Facultad de agrimensura, la cual fue fundada el 19 de agosto de 1864, el 28 de junio de 1927 en una memorable sesión del Consejo Superior Universitario la moción del Ing. Julio Mía se acordó la apertura de la escuela de ingeniería civil y en mayo de 1933 se graduaron los primeros ingenieros civiles. (FIA, 2023, párr. 1).

Línea de tiempo de la Ingeniería Civil



Figura N°2 Evolución de la Ingeniería Civil

Fuente: Autoría propia

1.1.2 Descripción.

Con la aparición de los teléfonos inteligentes, tablets, sistemas digitales y el uso masivo de ellas, las empresas necesitan crear aplicaciones que permitan el crecimiento económico y que facilite llegar a más personas desde su dispositivo móvil, sin embargo en la ciudad de Zacatecoluca, no existe una app que permita a los habitantes de esta ciudad acceder y encontrar a profesionales de obra civil, que realicen labores que son parte del día a día, para cubrir una necesidad como por ejemplo: tuberías tapadas de urinarios y sanitarios es necesario un fontanero, el deterioro en la pintura de paredes de casas, se busca un pintor, especialistas en estructuras metálicas, en tiempo de lluvia, personas que puedan arreglar techos para evitar la fuga de agua por las lluvias, esto y más sucesos que acontecen a diario en la población, hasta llevar a cabo un proyecto de construcción de una casa o negocio. A través de la observación directa se logra identificar que la manera de encontrar estos especialistas es consultando con familiares o amigos; además se identifica que las personas recorren las calles en búsqueda de rótulos o anuncios en donde se oferten los servicios solicitados. Existe una infinidad de necesidades donde estos profesionales pueden dar sus servicios, pero la mayoría de estos no cuentan con estudios certificados, ni los medios para brindar publicidad, por lo expuesto anteriormente se hace necesario el desarrollo de una App, que permitirá a todos los habitantes de Zacatecoluca acceder de manera inmediata y en tiempo real a personas que cubran las necesidades existentes en sus hogares o negocios, poder contactarse con ellos e incluso conocer los trabajos realizados y así evitar retrasos en suplir su necesidad. Tradicionalmente se valora el trabajo de personas que estén acreditadas en servicios de obra civil, pero muchas han aprendido empíricamente su profesión, estos en su mayoría no cuentan con una certificación de una institución educativa, incluso la mayoría solo ha cursado hasta primer ciclo de educación básica, este grupo de personas tendrá la oportunidad de

formar parte del equipo de ofertantes, quienes serán certificados previamente para prestar los servicios en la App, garantizando el trabajo ofrecido y de esta manera contribuir a la economía colaborativa del distrito de Zacatecoluca.

1.1.3 Formulación.

- ¿Cómo favorece la inserción de una aplicación de servicios de obra civil en la Economía de El Salvador?
- ¿De qué manera la implementación de una app, facilitará solventar las necesidades de reparación y mantenimiento de obra civil en los hogares de Zacatecoluca?
- ¿Cuáles son los factores que motivarán el descargar y usar la app de manera constante para demandar servicios de obra civil?
- ¿Cuáles son los servicios a ofertar para motivar y atraer la atención de la demanda?
- ¿Es el desarrollo de la app Inside Keeper una solución viable para concentrar profesionales de Obra Civil, que faciliten solventar la demanda de servicios de los habitantes del distrito de Zacatecoluca?

1.2 Delimitación del problema

A continuación, se describe las áreas de incidencia del problema, a fin de dar a conocer los campos en los que puede accionar la investigación; tanto en lo geográfico, temporal y teórica.

1.2.1 Geográfica.

El trabajo de investigación, se lleva a cabo en el Distrito de Zacatecoluca, del Departamento de la Paz, pero se pretende un crecimiento escalonado a corto plazo, iniciando con un grupo de

profesionales de obra civil de esa ciudad, que estén dispuestos a trabajar en la plataforma de Inside Keeper, hasta abarcar todo el departamento de La Paz, y posteriormente el país en general.

1.2.2 Temporal.

El trabajo de Investigación de la creación de la app Inside Keeper que facilite encontrar profesionales de obra civil, se realizará de junio a diciembre del año 2023.

1.2.3 Teórica.

La investigación estará basada en recopilación de información primaria y secundaria, relacionada al tema en estudio los cuales son una parte fundamental de respaldo, estos servirán para evidenciar la importancia y funcionalidad de la App, entre estos se mencionan:

- a) Un apoyo fundamental e imprescindible son los resultados primarios obtenidos a través de la encuesta realizada a la muestra establecida, esto permitirá tomar en cuenta los resultados obtenidos del público objetivo, con la finalidad de lograr los objetivos y metas trazadas.
- b) Materiales impresos, estos pueden ser libros, periódicos, directorios, tesis, proyectos de investigación, impresiones de archivos estadísticos, leyes, diccionarios.
- c) Documentos electrónicos: Esta información se recolecta del Internet, libros, documentos, revistas especializadas o artículos que se publican en formato digital, noticias, como libros, decretos, leyes, tesis realizadas, y toda información relevante tomada de la web, etc.
- d) Documentación gráfica: Estos materiales son los que aportan información, como mapas, planos, fotografías, cuadros estadísticos, etc.
- e) Documentación audiovisual: Este tipo de documentos se visualizan a través de videos, audios que contienen información de entrevistas, presentaciones, conferencias, entre otros.

Cada uno de estos elementos son vitales, debido a que la calidad de la investigación final está ligada a la información recabada, analizada y utilizada en el desarrollo de la misma, para obtener un estudio real, que solvente necesidades de las partes involucradas.

1.3 Justificación del problema

Actualmente el Distrito de Zacatecoluca del departamento de La Paz, es un distrito que ha logrado un crecimiento tanto en la parte comercial, como desarrollo de infraestructura urbana, factores que han incrementado el porcentaje de personas y empresas demandando servicios de obra civil para solventar estas necesidades de manera eficaz y oportuna; Es en ese momento cuando surge el problema de poca o nula oferta de personas o empresas que brindan estos servicios, debido a que las personas que ejercen estos trabajos muchas veces no cuentan con una forma adecuada, ni las herramientas necesarias que les ayuden a dar a conocer e impulsar su negocio y llegar a más personas demandantes, provocando por lo mismo una limitada cobertura de la demanda.

Con base a lo expuesto en el párrafo anterior, se justifica la necesidad de crear un plan de negocio que genere la oportunidad a las personas ofertantes de servicios de obra civil, de poder llegar a un mayor público objetivo y tener mayor oportunidad de crecer en su negocio, así como a las personas y empresas demandantes les permita visualizar una gama de profesionales certificados y experimentados en diferentes áreas de servicios de obra civil, todo ello en un sitio como Inside Keeper una aplicación al alcance de todos.

1.3.1 Novedad.

Inside Keeper es un modelo de negocio propuesto como una respuesta creativa, que se vale del uso las tecnologías que actualmente se encuentran en auge en El Salvador, mediante la cual se pretende establecer un puente que conectará a los interesados/as ya sea estas personas o empresas,

en cuanto a satisfacer las necesidades emergentes de servicios de obra civil con profesionales experimentados en área como: fontanería, estructuras metálicas, albañilería, cielos falsos, etc., este modelo se hará efectivo mediante una aplicación de impacto, la que contendrá y respaldará a un equipo de especialistas experimentados en estas áreas que para brindar un servicio eficiente y de calidad.

1.3.2 Utilidad social.

Con la a creación de Inside Keeper se pretende beneficiar y empoderar por dos vías: La primera a personas que actualmente realizan trabajos de obra civil, pero por diferentes factores no logran expandir el alcance de su negocio y por otra parte las personas que necesitan contratar servicios de obra civil y se le hace difícil encontrar quien cubra satisfactoriamente su demanda de estos servicios integrales de forma eficiente.

1.3.3 Factibilidad.

- a) Factibilidad Tecnológica: Para el desarrollo de este modelo uno de los principales factores que permite la viabilidad es el uso de las tecnologías hasta en los lugares más remotos, lo que permitiría que esta aplicación sea efectiva.
- b) Factibilidad comercial: Se considera viable porque proporciona las herramientas para poder generar comercio, tanto por el lado de los clientes que estarán dispuestos a adquirir los servicios propuestos, así como por los ofertantes quienes estarán dispuestos a brindar sus mejores servicios.
- c) Factibilidad Técnica: Esta verificará si los ofertantes disponen de los conocimientos, capacidades y habilidades que los demandantes requieran, así como manejo de métodos,

de tiempos y procedimientos necesarios para poder entregar un servicio eficiente y oportuno.

- d) Factibilidad Económica: Disposición del capital necesario para la implementación del proyecto, procurando generar beneficios después de costos y tomando en cuenta los factores económicos que pueden incidir en los costos futuros.
- e) Factibilidad Organizacional: Creación de ventajas que impulsen la formación de equipos de trabajo para la facilitación de las labores, así como el aprovechamiento de los recursos disponibles.
- f) Factibilidad Legal: Referida a la planificación de los distintos factores, leyes o herramientas que permitirán que el negocio se realice de forma transparente sin infringir las normas ya establecidas.

1.4 Objetivos

Para tener un panorama claro de los que se pretende logra con la investigación, se hace necesario definir los objetivos a alcanzar.

1.4.1 General.

Diseñar la App Inside Keeper con todos los elementos necesarios para impulsar el modelo de negocio, que viabilice la demanda de servicios de obra civil, de manera eficaz y oportuna en el Distrito de Zacatecoluca.

1.4.2 Específicos.

- Establecer los elementos básicos necesarios para la creación e impulso de la aplicación.
- Diseñar los perfiles y redes sociales a través de los cuales se fomentará el uso de la App.
- Definir los protocolos de acción de la aplicación para un buen desempeño.

1.5 Marco teórico

Para una mejor comprensión de la investigación a realizar se hace necesario, el describir los acontecimientos ocurridos en el tiempo, que han llegado a darle forma a nuestro presente.

1.5.1 Histórico.

A medida el crecimiento urbanístico de ciudades, proyectos habitacionales, centros comerciales, formación de empresas e instituciones nacionales y privados se fue desarrollando en El Salvador, también se hizo indispensable la creación y formación de profesionales de obra civil, que pudieran brindar a través de empresas o de forma individual servicios de mantenimiento y reparación para estos lugares, adicional al expandirse el uso del internet, redes sociales y APP; se hizo factible y viable el poder anunciarse y darse a conocer a través de este medio.

En Costa Rica se encuentra una empresa que se dedica a prestar servicios de reparación de obra civil en hogares y compañías, la cual ha tenido un éxito muy bueno en su país gracias al internet, y ha logrado incursionar en el mercado de países Centroamericanos y México, en el sitio web de la compañía (Maridos de Alquiler, 2018, párr.1) la describen como: “Una empresa costarricense, fundada en el año 2000, para brindar servicios en el área de mantenimiento residencial e industrial”. En El Salvador también se han formado compañías dedicadas al servicio de mantenimiento y reparación de obras civiles y que se puede encontrar y contactar a través de sitios web o redes sociales, entre las que se mencionan:

a.) Género reparaciones: según se define en su sitio web (Género Reparación, 2020, párr.1)

“Somos una empresa en reparaciones de electricidad, fontanería, lavadoras, techos y línea blanca”, nace en enero de 2020, actualmente se encuentra operando y ofrece servicios a

través de su sitio web y redes sociales (Facebook e Instagram), no posee App hasta el momento.

- b.) Yo se lo reparo: al navegar por su sitio web (Yo se lo reparo, 2019, párr. 1) y dar clic en historia define a la empresa de esta manera: “Somos la plataforma inteligente que permite que técnicos independientes capacitados por YOSELOREPARO cubran la demanda de sus reparaciones en el hogar y oficina”. Ellos anunciaron la creación de una App, que permitiría la conexión fuera más rápida, pero al buscar actividad en su sitio web y redes sociales se puede evidenciar que ya no es funcional y ya no se encuentra en actividad en sus redes sociales.

Así también existen en forma de guías digitales para ofrecer y buscar bienes y servicios de muchos proveedores, entre estas se mencionan:

- a) Mi guía El Salvador, según el perfil de Facebook fue creada en abril de 2015, en la cual se ofertaban muchos bienes y servicios de diversos proveedores, actualmente ya no está activa, no hay sitio web vigente, ni app.
- b) Encuentra 24, según el sitio web de la empresa es de origen panameño fundada en 2005, funciona como guía de anuncios clasificados de proveedores de bienes y servicios, actualmente es funcional, tiene presencia en redes y sociales y posee app descargable para IOS y Android.

1.5.2 Conceptual.

La determinación de conceptos es fundamental en una investigación, ya que permite establecer de manera clara el significado de palabras, instrumentos, tecnología, herramientas que se describen en el desarrollo de una investigación, haciendo comprensible la lectura de las personas interesadas, a continuación, se desarrollan conceptos relacionados al presente trabajo:

Tabla N°1

Términos y Conceptos

TERMINO	CONCEPTO
APP	Para (Calvo, 2022, párr.4) ejecutiva de Godaddy, consiste en: “Una palabra que significa aplicación. De hecho, es la abreviatura en inglés de application”, pero en términos informáticos “Es un software que ha sido diseñado para cubrir una necesidad, o realizar una tarea concreta dentro de un dispositivo electrónico como una tablet, un smartphone o un ordenador.”
Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)	Para la (Universidad Latina de Costa Rica, 2020, párr.4) “Las TIC, son recursos y herramientas que se utilizan para el proceso administración y distribución de la información; a través de elementos tecnológicos como ordenadores, teléfonos, televisores, etc.”
Obra Civil.	Para la (UTEM de Chile, 2020, párr.1) la definición es “Una obra civil hace referencia a las infraestructuras y edificaciones que permiten a la población incrementar su calidad de vida”
Internet	Para la (RAE, 2022, párr.1) significa “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.” Aunque en la actualidad no solo se puede a través de computadoras, ya es posible ingresar a través de otros tipos de dispositivos, como celulares, Tablet, TV, etc.
Dispositivos móviles	Para la (UNAM, 2010, párr.1) Son aparatos de tamaño pequeño que cuentan con características como: capacidad especial de procesamiento, conexión permanente e intermitente a una red, memoria limitada, diseños específicos para una función principal y versatilidad para el desarrollo de otras funciones, tanto su posesión como su operación se asocia al uso individual de una persona lo cual pueden ser configurados a su gusto.
Economía colaborativa	Para la (OECD, 2023, párr.2) es “El intercambio de actividades bienes y servicios por parte de diferentes actores a través de las plataformas digitales”. Está ligado al uso del internet y de las nuevas tecnologías de información y comunicación.
Crecimiento escalonado	(Andújar, 2021, párr.6) comenta en su blog de estrategia y gestión, “Es un documento que contiene, básicamente, los objetivos de tu empresa de cara al crecimiento y las estrategias a seguir.” El plan puede modificarse a lo largo del tiempo teniendo en cuenta las circunstancias o las novedades que se produzcan en el mercado.
Sitio web	Para (Torres, 2022, párr. 8) establece que “Una colección de varias páginas web relacionadas, agrupadas y enlazadas bajo un mismo nombre de dominio”.
Página web	(Torres, 2022, párr.7) la define como: “Un solo documento en Internet que pueda desplegarse en un navegador web como Chrome Internet Explorer, Firefox, ópera, Safari, etc.”
Dirección IP	(Kaspersky, 2023, párr.1) empresa dedicada a la comercialización de programas de seguridad para computadoras la define como “Una dirección única que identifica un dispositivo en internet o en una red local.” IP significa protocolo de internet que es el conjunto de reglas que rigen el formato de los datos enviados a través de la internet o la red local.
Dominio	Para (Google, 2023, párr.2) “Es un nombre fácil de recordar asociada a una dirección ip física de internet”, por ejemplo: google.com o ues.com
Hosting	(Google, 2023, párr.8) lo define como: “Es un servicio digital que tiene como función almacenar la información y contenido de un sitio web en centros de procesamiento de datos seguros y veloces”.
Servidor	Servidor. Para (Google, 2023, párr.12) “Es un aparato informático que almacena distribuye y suministra información. Funcionan basándose en el modelo cliente-servidor.”
Plataforma	(Coppola, 2023) “Es un entorno en el que los usuarios podemos llevar a cabo tareas que están actividades colaborar con otros usuarios e interactuar por medio de las herramientas y funcionalidades que ofrece dicha plataforma.”.
HTTP	Para (Acibeiro, 2021, párr.5) “Las siglas HTTP, acrónimo de hipertext protocol, es un protocolo de transferencia de hipertexto en otras palabras es un protocolo de comunicación que permite la transferencia de información en Internet”.
HTTPS	para (Acibeiro, 2021, párr.15) es “El protocolo HTTP impide que otro ruso pueda interceptar la información confidencial que se transfiere entre el cliente y el servidor web a través de Internet”.

La tabla N°1 Presenta términos y conceptos relacionados al proyecto IK

Fuente: Autores varios.

1.5.3 Legal.

A continuación, se mencionan las leyes que rigen el Comercio Electrónico en El Salvador.

Tabla N°2

Leyes que rigen el Comercio Electrónico en EL Salvador.

LEY	ARTÍCULO
Ley de Comercio Electrónico (LCE), que entró en vigencia el 10 de febrero de 2021, emitida mediante Decreto Legislativo número 463 del 31 de octubre de 2019 y publicada en el Diario Oficial número 27, Tomo número 426 del 10 de febrero de 2020,	Art. 3.- Esta ley será de aplicación a toda persona natural o jurídica, pública o privada establecida en El Salvador, que realice por sí mismo o por medio de intermediarios transacciones comerciales o intercambio de bienes o servicios contractuales, mediante la utilización de cualquier clase de tecnología o por medio de redes de comunicación interconectadas.
Ley de Protección al Consumidor, Asamblea Legislativa de El Salvador Decreto Legislativo 666, de fecha 14 de marzo de 1996; publicado en el Diario Oficial N 58, Tomo 330, del 22 de marzo de 1996.	Art. 2.- Quedan sujetos a esta Ley todos los consumidores y los proveedores, sean estas personas naturales o jurídicas en cuanto a los actos jurídicos celebrados entre ellos, relativos a la distribución, depósito, venta, arrendamiento comercial o cualquier otra forma de comercialización de bienes o contratación de servicios.
Ley de Firma Electrónica de El Salvador, Asamblea Legislativa de El Salvador Decreto No 133 de fecha 01 de octubre de 2015, publicado en el Diario Oficial No 196, Tomo 409 de fecha 26 de octubre de 2015.	Art. 2.- Las regulaciones de la presente ley serán aplicables a la comunicación electrónica, firma electrónica certificada y firma electrónica simple, o cualquier formato electrónico, independientemente de sus características técnicas o de los desarrollos tecnológicos que se produzcan en el futuro; sus normas serán desarrolladas e interpretadas progresivamente, siempre que se encuentren fundamentadas en la neutralidad tecnológica y equivalencia funcional.
Ley Bitcoin, Asamblea Legislativas de El Salvador Decreto número 57, Diario Oficial número 110, Tomo número 431, fecha 09 de junio de 2021.	Art. 7.- Todo agente económico deberá aceptar bitcoin como forma de pago cuando así le sea ofrecido por quien adquiere un bien o servicio.
Ley Especial contra Delitos Informáticos y Conexos de El Salvador, Decreto Legislativo, 260 de fecha 26 de febrero de 2016, publicado en el Diario Oficial N 40, Tomo 410 de fecha 26 de febrero de 2016.	Art. 3.- Para los efectos de la presente Ley, se entenderá por: Comunicación Electrónica: es toda transmisión de datos informáticos, cuyo contenido puede consistir en audio, texto, imágenes, videos, caracteres alfanuméricos, signos, gráficos de diversa índole o cualquier otra forma de expresión equivalente, entre un remitente y un destinatario a través de un sistema informático y las demás relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación;
Constitución de la Republica de El Salvador de 1983, Decreto N 38, con fecha 15 de diciembre de 1983, Diario Oficial N 234, Tomo 281. Art 101 y 102.	Art. 101.- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano. Art. 102.- Se garantiza la libertad económica, en lo que no se oponga al interés social.

Tabla N°2 Describe las leyes que rigen el Comercio Electrónico en El Salvador.

Fuente: Asamblea Legislativa de El Salvador

Capítulo II Metodología de la investigación

En este capítulo se plantea el proceso a desarrollar para la investigación mediante una guía sistemática con diferentes elementos que permitirán ejecutarla de manera efectiva y apegada a la realidad.

2.1 Metodología de la investigación

2.1.1 Generalidades.

Después de analizar las necesidades que poseen las personas, de solventar problemas comunes que ocurren cotidianamente en los hogares y centros de trabajo, como es reparar un grifo, ducha, inodoro, pared, pintar de forma profesional, reparar un cielo falso, etc. y lo difícil de poder contactar un especialista por cualquier medio posible, para solventarlo de manera rápida y eficaz, y por el lado de los especialistas que se encuentran en la complicación de no poder dar a conocer su trabajo a todas las personas que residen a su alrededor, ya que muchos desconocen el alcance de las Tecnologías de Información y Comunicación. Por lo anterior expuesto es que se hace necesario vincular estas dos necesidades a través de la Aplicación móvil Inside Keeper, que de manera sencilla y práctica permita la comunicación entre demandantes y ofertantes. Es por ello que la presente investigación será de enfoque Cuantitativo, debido a que se analizan datos obtenidos a través de la observación directa y muestras de enfoque, así como datos primarios obtenidos de herramientas de recolección de información de los demandantes, para determinar la viabilidad de la aplicación y además otras herramientas como el sondeo y la observación directa.

2.1.2 Método.

En la presente investigación se aplicó el método inductivo y se elabora un estudio detallado de lo particular a lo específico, para (Suárez, 2023, párr.6) “a través de este enfoque los

investigadores pueden analizar y comprender los fenómenos naturales y sociales y utilizar esta información para desarrollar nuevas teorías y soluciones a problemas prácticos”.

2.1.3 Enfoque.

El enfoque a utilizar en la investigación será Cuantitativo, es decir un enfoque mixto, entre el enfoque Cuantitativo y el Cualitativo, para (Sampieri, 2010) enfoque Cuantitativo es “este enfoque usa la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teoría.” (pág. 4); para este enfoque se hará uso de datos primarios que se obtendrán del cuestionario estructurado, para su posterior análisis, así como datos obtenidos de tesis, lectura en sitios web, revistas, etc.

Además, el autor (Sampieri, 2010) define el enfoque Cualitativo “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (pág. 7); en este enfoque se hará uso de la técnica de muestra de enfoque, que consiste en reunir un grupo de entre 5 a 7 personas y que cuenten sus experiencias personales de como realizan la búsqueda y contratación de especialistas de obra civil, así también se aplica la observación directa que se realizara en vía pública, esta consistirá en ubicarse a un costado donde estén colocados anuncios ofreciendo servicios de obra civil ya sea en postes, paredes, vallas, etc., y tomar datos del comportamiento de la gente al paso, es decir si anotan números de teléfono, toman fotos, o pasan de largo.

2.1.4 Universo.

Se considera como Universo a toda la población del Distrito de Zacatecoluca, según datos proporcionados por el Departamento de Catastro de la Alcaldía Municipal de Zacatecoluca a 2023 se contabilizan en 40,691 habitantes entre hombres y mujeres.

2.1.5 Población.

Para la investigación se tomó en consideración como público objetivo, las personas de 24 años en adelante, hasta 75 años de vida, habitantes del distrito de Zacatecoluca, esto por considerarse que son personas que poseen un trabajo o negocio propio; que les permita costear los gastos de mantenimiento y reparación de obra civil en sus hogares o negocios, según datos proporcionados por el Departamento de Catastro del distrito de Zacatecoluca a 2023 se contabilizan en 28,641 habitantes, entre hombres y mujeres.

2.1.6 Muestra.

Para (Sampieri, 2010) muestra es “Un subgrupo de la población se utiliza por economía de tiempo y recursos implica definir la unidad de análisis requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros” (pág. 184), para obtener dicha muestra, se hará el cálculo a través de la fórmula de población finita, debido a que se conoce el número de personas que habitan en el distrito de Zacatecoluca. A continuación, se detalla los valores para cada variable en la ecuación, donde:

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

Donde:

Z= Nivel de confianza 95% = 1.96; P= Probabilidad a favor 0.5;

Q= Probabilidad en contra 0.5; N= Población o universo 28,641 personas;

E= error de estimación 95% = 0.05; n= Tamaño de la muestra.

Sustituyendo valores:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 28,641}{(28,641-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{27,507}{73}$$

$$n = 379 \text{ muestras}$$

2.1.7 Técnicas de Investigación.

Son los procedimientos o formas de obtener los datos del tema en estudio, se apoya en las herramientas para recopilar, organizar, analizar, examinar y presentar la información encontrada, todos esos aspectos se pueden obtener a través de la encuesta.

2.1.8 Instrumento de Investigación.

La herramienta a emplear en la presente investigación será el cuestionario estructurado, del extraerán los datos de la muestra establecida, se procesarán y analizarán, para poder elaborar un informe con los resultados obtenidos, y verificar la viabilidad de Inside Keeper.

2.1.9 Presentación de resultados.

Para la presente investigación se lograron obtener 379 encuestas en el Distrito de Zacatecoluca, se obtuvieron datos muy importantes para el trabajo de investigación, a continuación, se detallan los resultados obtenidos:

- a) La figura 14 Género, pág. 67 de anexos, muestra que del total de encuestas obtenidas el 65% es el género femenino y el restante 35% para el género masculino; esto da un parámetro de quiénes son los que realmente se encargan de velar por el buen mantenimiento de los hogares y negocios.
- b) La figura N°15 pág. 68 de anexos, muestra en dato importante que el 39% de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 24 a 30 años, seguido del rango de 31 a 40 años con un 35%, y el tercer rango de 41 a 50 años con un 19%, al analizar los dos primeros resultados, indica que los hogares y empresas de toda índole, están dirigidas por jóvenes adultos y adultos plenos, que de alguna manera están familiarizados o crecieron con el uso de las TIC, esto orienta que la App debe cumplir con todas las exigencias de este público, tanto en diseño como satisfacción de necesidades.
- c) La situación laboral y económica de las personas es positiva, ya que garantiza que, en un momento determinado de necesidad de reparaciones, están puedan ser efectivas, debido a que cuentan con un empleo estable o negocio propio que permite el ingreso de dinero, estos datos se muestran en la figura N°17, pág. 70 en los anexos, el 78% poseen un empleo que les permite obtener ingresos, y un 9% poseen negocio propio.
- d) La figura N°19, pág. 72, resalta un dato relevante, que las personas que poseen internet el 54% de ellas poseen plan residencial, 18% utilizan un plan prepago, el 15% utiliza un plan Post pago y para el caso de los el 9% de los encuestados utilizan plan residencial y tienen plan post Pago, esto garantiza la disponibilidad de internet, tanto en hogares como centros de trabajo, por lo cual el uso de la aplicación se garantiza, cuando sea necesaria.
- e) El dispositivo para acceder a internet es indiscutiblemente el celular, debido a su portabilidad, accesibilidad, tamaño y variedad de estilos, por lo que Inside Keeper, debe

ser una app diseñada para teléfonos Smart, estos resultados se muestran en la figura N°20, pág.73.

- f) El 70% de las personas que emitieron opinión, registrados en la figura N°30, pág.79, manifestaron que, para buscar y contactar a un profesional de obra civil, recurrieron a consultar a sus familiares, amistades o vecinos, esto resulta tedioso, pérdida de tiempo y molestias, sin conocer a profundidad a la persona que ejecutara la obra, esto es positivo para la App Inside Keeper, debido a la ventaja de tener a través de un clic una diversidad de profesionales que puedan solventar la necesidad, con la seguridad de tener información previa de ellos.
- g) El 93% de los encuestados opinan que están dispuestos a utilizar la App Inside Keeper, para requerir el servicio de obra civil, esto confirma la necesidad de tener un sitio digital que contenga todos los servicios en un solo lugar, además concuerda con el resultado de la tabla 4, en el rango de edades que van desde los 24 años a los 50 años, que en la medida de lo posible crecieron y hacen uso de la tecnología digital, este dato se encuentra en la figura N°32, pág. 81 de anexos.

2.2 Diagnóstico de la situación actual

Para determinar la situación a la que se enfrentará el modelo de negocio es decir Inside Keeper, tanto en su diseño, desarrollo y creación que permita el ofrecimiento de servicios de obra civil en el distrito de Zacatecoluca se utilizarán diversas técnicas como el FODA cruzado, desarrollo de las cinco fuerzas de Porter y análisis PEST; recursos valiosos que recabarán información válida y de confianza para poder tomar decisiones de forma oportuna en todo el proceso.

2.2.1 FODA Cruzado.

Tabla N°3
Análisis de FODA cruzado

ANÁLISIS FODA CRUZADO	OPORTUNIDADES.	AMENAZAS.
	<ul style="list-style-type: none"> -Contar con alta demanda de mercado en el área de servicios de obras civiles. -Municipio con alta densidad poblacional -El uso de tecnología, redes y plataformas digitales para facilitar la comunicación con los usuarios. -Posibilidad de socios con empresas locales para ofrecer un buen servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Migración de personas capacitadas a zonas con mejores tasas de empleo. -Economía Inestable. -Aumento de los precios de los costos de los materiales o insumos a utilizar. -Desconfianza del público objetivo para usar una aplicación que brinde servicios de obra civil.
FORTALEZAS.	Fortalezas-Oportunidades.	Fortalezas Amenazas.
<ul style="list-style-type: none"> -Facilidad de encontrar un equipo de personas certificadas y experimentadas en las áreas de servicios de obras civil. -Contar con conocimientos de mercadeo para desarrollo de campañas de reclutamiento de personal idóneo, así como de marketing para el ofrecimiento de los servicios. -Tener bien definido la forma y controles correctos para la prestación del servicio. -Disponer de la base legal para el desarrollo del modelo de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar la ventaja que ofrece el mercado para la consolidación de un equipo de profesionales en servicios de obra civil. -Maximizar el uso de los recursos materiales como humanos para establecer un flujo constante de beneficios. -Desarrollar socios que aporten solidez y estabilidad legal a la empresa. -Aprovechamiento del sistema legal en el impulso de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> -Generar confianza en los profesionales para mantenerlos en el municipio a través la generación de fuentes de empleo seguro. -Motivar a la población a través de campañas publicitarias para el uso de la aplicación. -Contribuir a través de la solidez del negocio a disminuir los índices de desempleo.
DEBILIDADES.	Debilidades-Oportunidades.	Debilidades-Amenazas.
<ul style="list-style-type: none"> -Búsqueda de recursos económicos totales necesarios para el desarrollo de la aplicación. -Disponer de pocos conocimientos técnicos para el desarrollo de la aplicación. Buscar desarrolladores en el área de sistemas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar los recursos existentes en el área para fortalecer las capacidades de formación. -A través de socios con empresas de sector gestionar los recursos económicos requeridos para el desarrollo del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Estimulación del desarrollo local por medio de la inversión para minimizar la delincuencia. -Promover campañas enfocadas en la búsqueda de personas desarrolladoras de sistemas.

Tabla N°3 Describe el cruce de variables del análisis FODA

Fuente: Autoría propia.

2.2.2 Desarrollo de 5 fuerzas de Michael Porter.

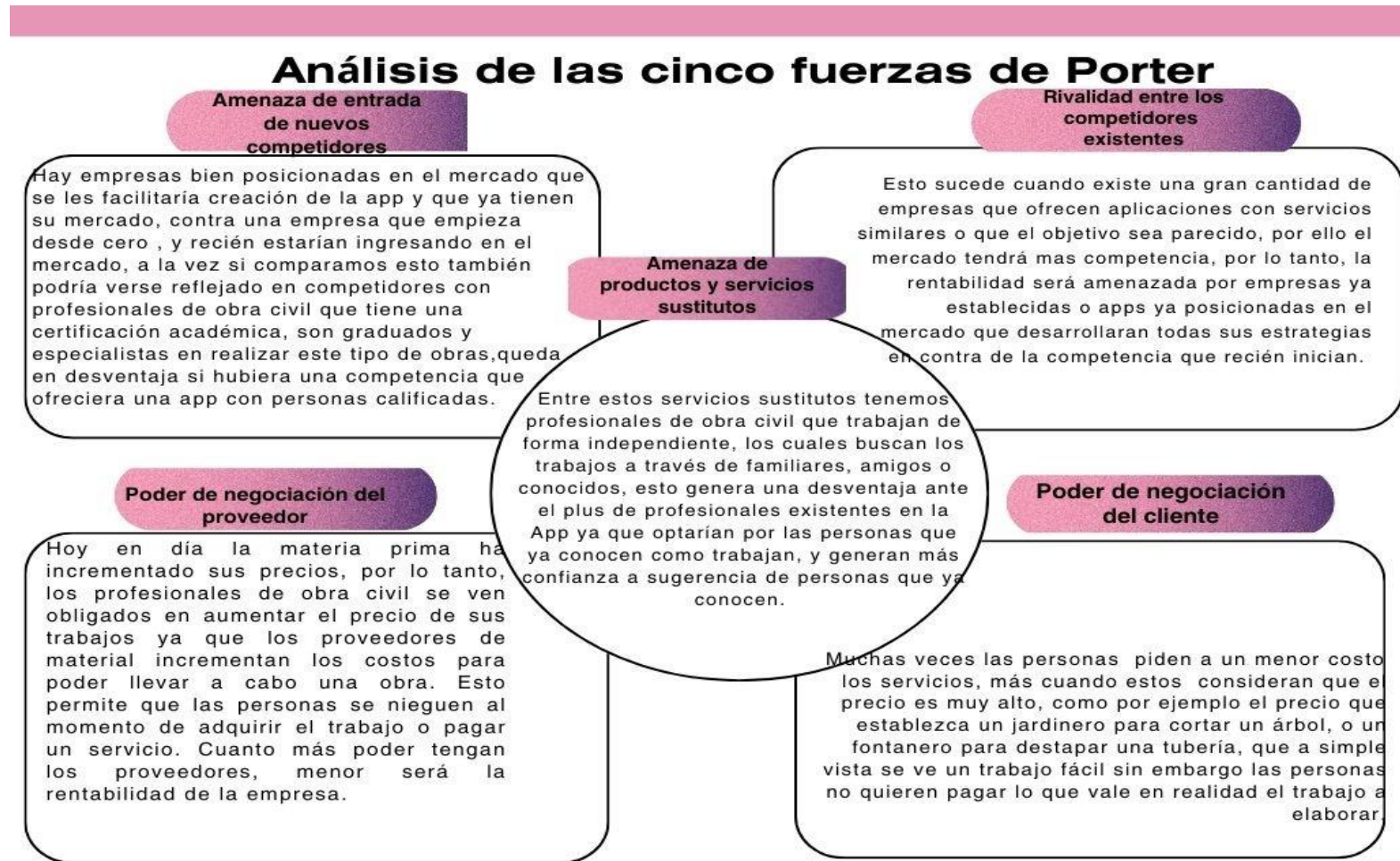


Figura N°3 5 fuerzas de Michael Porter aplicadas a IK

Fuente: Autoría propia.

2.2.3 Desarrollo de PEST.

- a) Factores políticos: En general, todas aquellas políticas y leyes dirigidas a las empresas a nivel nacional, el entorno político puede cambiar, los factores políticos también pueden afectar en la cadena de suministro cuando la materia prima proviene de otros países, e incluye cruzar varias fronteras, cualquier decisión política que se tome puede afectar como, por ejemplo: la guerra entre Ucrania y Rusia ha afectado a varias empresas de forma directa o indirectamente, como el alza de los precios del petróleo y gas natural.
- b) Factores Económicos: En los factores económicos están la crisis económica existente, la Inflación, el aumento de los costos de fabricación de los materiales a utilizar en los obreros de Obra Civil, la fluctuación de precios por la competencia desleal, la tasa de desempleo está en aumento cada día por lo tanto la competencia se aumenta y hace que se disminuya la oportunidad de crecer u obtener un empleo.
- c) Factores Sociales: Existen patrones culturales, hábitos de consumo y diferentes estilos de vida en los habitantes que les oriente a seguir con acciones tradicionales, por ejemplo, si consideran que saliendo a la calle y preguntar es la única forma de conseguir a alguien que les ayude a reparar sus hogares, lo seguirán haciendo de esa forma.
- d) Factores Tecnológicos: La innovación de la tecnología, el alto costo a los accesos tecnológicos y la falta de aprendizaje en el manejo de la tecnología existente por personas mayores, la tecnología que dispone la competencia, facilidad de acceso a una red de internet donde pueda tener acceso a una app.

2.3 Conclusiones del diagnóstico de la situación

- El desarrollo de la App Inside Keeper, es una herramienta digital novedosa, ya que integra en un solo sitio un conjunto numeroso y diverso de especialistas en obra civil, que puedan satisfacer las necesidades de los demandantes.
- El contar con servicio de internet tanto el hogar como en los centros de trabajo, facilita el buscar, descargar y usar la app Inside Keeper, para solventar problemas ocurridos o generados que afecten las operaciones diarias.
- El diseño y funcionalidad de Inside Keeper tiene que estar pensada en usuarios con rango de edad van desde los 24 años hasta los 50, ya que está determinado como público objetivo, y además han venido creciendo con el desarrollo de las diferentes tecnologías.
- La puesta en marcha de este proyecto generará una economía colaborativa en el Distrito de Zacatecoluca, ya que habrá una interacción, comunicación, desarrollo, generación de economía, entre la parte demandante y ofertante, pasando posterior a un crecimiento escalonado a nivel de departamento y luego al país.
- Inside Keeper potenciará el desarrollo y uso de aplicaciones creadas en El Salvador, contribuyendo a la inspiración y emprendimiento de TIC en jóvenes y adultos, a nivel de educación media y superior, así como a nivel profesional.
- Con una promoción y publicidad bien estructurada, Inside Keeper, puede abrirse paso en la mente de los consumidores, y quedar posicionada como una App que verdaderamente soluciona problemas del día a día, que tengan que ver con el servicio y mantenimiento de obra civil.

2.4 Desarrollo de lienzo Canvas

Tabla N°4

Lienzo Canvas aplicado a la App Inside Keeper







MODELO DE NEGOCIO CANVAS PARA LA EMPRESA: INSIDE KEEPER.				
<p>Socios claves: Diferentes personas certificadas y experimentadas en servicios de obra civil. Desarrolladores de software para la creación de la App. Personas o empresas demandantes de los servicios de obra civil. Entidades que ofrecen servicios de mantenimiento y soporte técnico para que la calidad la App se mantenga. Empresas asociadas para el desarrollo de marketing de la App. Proveedores de materiales.</p> 	<p>Actividades Claves: .Trámites de autorización para desarrollo de la App. Definición de los términos y condiciones de uso de la App. Definición de requisitos para ser parte del equipo de la App. Programación de evento para el reclutamiento de los profesionales asociados a la App. Establecimiento de las categorías a ofertar.</p> <p>Recursos Clave: Equipo tecnológico, equipo desarrollador de la App, diferentes software para el soporte de la App, plan de diseño y estructura de la App, resultados arrojados por la investigación, redes sociales, plan estratégico para el desarrollo de la marca y recursos financieros.</p>	<p>Propuesta de valor: Simplificar la experiencia de búsqueda y contratación de servicios de obra civil a través de una App que ayudará de forma sistemática a dar solución a la demanda.</p> 	<p>Relación con los clientes: La App será la vía de comunicación efectiva con los clientes, en la cual se le dará seguimiento a las necesidades presentadas por estos enfocándose en la creación de servicios a la medida de cada uno, esperando crear un cliente satisfecho.</p> <p>Canales: El desarrollo de la App necesitará de: Proveedores, distribuidores, financistas, clientes, medios de difusión una plataforma digital, canales de pago, comunidades en redes sociales,</p> 	<p>Segmento de clientes: .Ofertantes: Profesionales especializados en servicios de obra civil que ofrecerán sus servicios. . Demandantes: Público objetivo a quien se dirigirá los servicios contenidos en la App, es decir personas comprendidas entre los 24 a 50 años que necesiten solventar problemas relacionados con obra civil en su hogar o empresa.</p> 
<p>Costos: Los costos son asociados a desarrollo de la aplicación móvil, desarrollo de un sitio web, inscripción de la marca, difusión en medios, evento de búsqueda de asociados, evento de lanzamiento de marca, desarrollo de campañas de marketing en redes sociales y otros eventos imprevistos.</p> 		<p>Ingresos: Los ingresos se percibirán por medio de el cobro de una comisión del 15% que se aplicará al monto total de la obra ejecutada, además habrá alianzas estratégicas de tipo comercial con la finalidad de ofrecer descuentos en los materiales necesario para el desarrollo de el servicio a desarrollar y de esa forma obtener un ingreso extra.</p> 		

Tabla N°4 Desarrolla el lienzo Canvas del proyecto IK

Fuente: Autoría propia.

Capítulo III Propuesta de plan de negocio: Inside Keeper

Inside Keeper es un modelo de negocio digital, que ofrece servicios de obra civil para hogares y empresas, es desarrollado a través de una app, que puede ser descargada a través del sistema Android. La aplicación se identificará de acá en adelante por sus iniciales IK.

3.1 Descripción del negocio

A continuación, se desarrollan los aspectos generales del modelo de negocio IK.

3.1.1 Nombre del negocio.

El nombre del negocio es Inside Keeper, el cual será reconocido por sus iniciales IK, es una combinación de dos palabras en inglés que se traduce al español como: Guardián Interno

3.1.2 Información general.

Empresa 100% de origen nacional, creada en la ciudad de Zacatecoluca, Departamento de La Paz, surge como una necesidad de negocio de 3 personas, que pretenden ofrecer y solventar servicios de mantenimiento y reparación de obra civil, actualmente está conformada por un Gerente General, que se encarga de la dirección general de la empresa, un Gerente de Mercadeo cuya principal función es de promover la aplicación para que sea conocida en el distrito, un Gerente de Sistemas que se encarga de la creación y mantenimiento del sitio Web y la App, y 15 profesionales especializados en obra civil, que se inscribieron para dar inicio al proyecto.

3.2 Marco estratégico

El marco estratégico permite definir la posición actual y hasta donde desea llegar la empresa, es decir el recorrido que debe realizar para lograr sus objetivos; a continuación, se describe el marco estratégico para IK.

3.2.1 Misión.

Es la razón de ser de una organización, empresa o institución, para IK se establece de la siguiente manera: “Contribuir en el desarrollo tecnológico, económico, laboral y social de las comunidades de El Salvador, mediante la interacción de especialistas colaboradores y personas demandantes de servicios de obra civil a través de nuestra innovadora aplicación digital”.

3.2.2 Visión.

Es la meta a dónde quiere llegar la organización en el futuro, razón por la cual para IK se define de esta manera: “Ser la mejor opción digital de servicios de obra civil en El Salvador, que inspire a brindar y recibir la mejor solución de nuestros colaboradores hacia nuestros invitados”.

3.2.3 Valores.

Son los propósitos que orientan las actitudes de los colaboradores y están vinculados a los objetivos comunes, los valores definidos para IK se enuncian a continuación.

- **Confianza:** Poseemos a los mejores colaboradores especialistas del área de obra civil, lo que garantiza que su necesidad será resuelta de la manera más efectiva.
- **Rapidez:** Nuestro selecto equipo de colaboradores especialistas cercanos a tu lugar de residencia o trabajo, con lleva a que obtienes una respuesta y solución inmediata a las necesidades que se te presenten.
- **Honestidad:** Brindamos la seguridad que los precios de mano de obra, materiales, equipo y transporte establecidos o definidos, se respetan y mantienen hasta finalizar el trabajo demandado.
- **Calidad de trabajo:** La experiencia de nuestro equipo de colaboradores y la satisfacción de nuestros usuarios, promueven la calidad de los trabajos, a través de una reseña de

puntuaciones, evaluaciones y comentarios positivos de clientes anteriores, que tú mismo podrás revisar.

3.2.4 Objetivos.

- a) Posicionar a IK como la más innovadora y mejor aplicación digital de servicios de obra civil en El Salvador en 2026.
- b) Convertir a IK como una herramienta de trabajo con una rentabilidad atractiva para los colaboradores, desde el primer día de trabajo.
- c) Ofrecer servicios de calidad a través de colaboradores con experiencia comprobada, honestidad, integridad, responsabilidad, capacidad, productividad y demás cualidades.
- d) Hacer de IK una herramienta de economía colaborativa, que conlleve comunicación, desarrollo e inserción laboral de las comunidades donde se aplique su uso.

3.2.5 Metas.

Deben impregnar un sello de calidad y de un buen hacer, deben ser santo y seña de cómo gestionar correctamente un negocio. Las metas establecidas para IK son las siguientes:

- a) Posicionar a IK como la mejor aplicación de servicios de reparación y mantenimiento de obra civil, en el distrito de Zacatecoluca para noviembre del 2024.
- b) Alcanzar el uso de la aplicación IK a nivel nacional, para 2026.
- c) Garantizar la incorporación del 100% de las necesidades de servicios de obra civil, que vayan surgiendo del avance y modernización de las ciudades y la población en general.
- d) Garantizar un nivel de satisfacción del servicio arriba de un 90% mensual, a través de las calificaciones realizadas por los clientes, posterior al servicio demandado.

3.3 Descripción de los productos o servicios

Hay muchas razones para la creación de esta app, ya que será de mucha utilidad para los usuarios en crear una experiencia única, al usar la app, podrás encontrar profesionales de Obra civil como Jardinero, especialista en estructuras metálicas, albañil, fontaneros, así como también, es una oportunidad para que personas que no tienen la manera de poder contactarse con un público objetivo definido, que busque saciar una necesidad de este tipo, y pueda ofertar sus servicios, por lo tanto vale la pena acceder a ella, y optar por los servicios ofertados por los profesionales en obra civil.

3.4 Ventaja competitiva

“Inside Keeper, se diferencia de la competencia, teniendo a un grupo de profesionales certificados por CASALCO, que prestarán sus servicios a la población, además de ello tendrán la facilidad de poder optar a contratarlos de forma fácil y segura en el menor tiempo posible, conocer de primera mano el rango de precios, los trabajos realizados, dirección. La app IK se va a diferenciar por su precio, la confianza y el prestigio generado al consumidor, brindar una excelente calidad de servicio y atención, antes y después de haberlo realizado.

3.5 Plan organizacional

La parte organizacional para Inside Keeper define de forma detallada los responsables de ejecutar las acciones planeadas enfocándose en los objetivos a alcanzar y los objetivos estratégicos y esta se plantea a través de la estructura organizativa.

3.5.1 Estructura organizativa de la empresa IK.

Organigrama que permitirá a la empresa el desarrollo de operaciones y dar seguimiento a los objetivos planteados a corto y largo plazo.

Organigrama de Inside Keeper

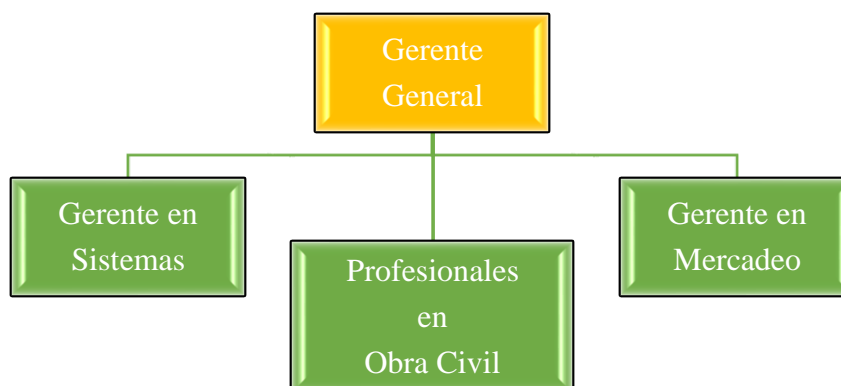


Figura N°4 Estructura organizativa actual de IK

Fuente: Autoría propia

3.5.2 Organización de gestión y Recursos Humanos.

Los recursos humanos son una pieza fundamental para el crecimiento de cualquier empresa, y del nivel de competitividad que pretenda alcanzar independientemente del tipo de organización que sea, su importancia radica en que el recurso humano es quien da vida a la misión y visión empresarial, así mismo a las políticas planteadas a los objetivos y metas a alcanzar que son los elementos base para que la empresa sea exitosa.

Cuando se habla del talento humano se hace referencia a la realización de una gestión desarrollada por la empresa, enfocada a disponer de personal idóneo, capacitado, competente, preocupado por mantenerse actualizado y motivado el cual avance al ritmo que la ciencia y la tecnología exija en cualquier momento; y a la misma vez que los participantes sientan que sus necesidades son satisfechas dentro de un entorno positivo tanto para la empresa como para los colaboradores; siendo este punto uno de los que pueden cambiar el rumbo de los resultados esperados.

Para la gestión efectiva de recursos humanos de IK por ser una empresa de servicios plantea como ejes principales: la atención eficiente al cliente y la prestación de un servicio de calidad enfocada en el desarrollo profesional de sus colaboradores y a disponer de herramientas o programas para potenciar el crecimiento individual y profesional, de esa forma lograr las metas empresariales. Todo lo antes mencionado da pie a establecer funciones específicas que funcionan como indicadores necesarios para orientar ese proceso, estos indicadores se detallan a continuación.

- a) Planificación, reclutamiento y selección de los profesionales que representaran a la empresa: Proceso mediante el cual se puede prevenir el futuro de la empresa en términos cuantitativos, cualitativos y temporales para establecer una planta que responda efectivamente a las necesidades de la empresa.
- b) Indagación sobre requisitos necesarios del recurso humano: A partir de este indicador se establece de forma concreta un análisis y descripción completa de los puestos de trabajo, habilidades y características que debe reunir un candidato para ejercer un determinado puesto de trabajo.
- c) Desarrollo del recurso humano: este paso es de suma importancia, ya que es a través del recurso humano capacitado y bien orientado sobre sus tareas a desarrollar que la empresa logrará darse a conocer y crecer en el mercado que cada vez es más competitivo.
- d) Definición de las remuneraciones e incentivos. Este elemento es de mucha relevancia en las distintas empresas debido a que de eso depende si sus colaboradores se mantienen con ellos, es por eso que la empresa diseñará un programa competitivo de salarios y beneficios.
- e) Definición de normas de seguridad. La mayoría de las empresas principalmente de prestación de servicios que requieran el uso de materiales o herramientas pesadas deben de hacer énfasis en las distintas normas de seguridad a respetarse por los trabajadores y exigir

que estas se cumplan a cada momento. Por esa razón la empresa Inside Keeper garantizará el cumplimiento de este requisito.

- f) Establecimiento protocolo de relaciones laborales. (De Soto, 2006). Las personas por ser seres sociales, necesitan relacionarse con sus semejantes y máximo cuando se encuentran ante relaciones de trabajo, se necesita que haya normas y protocolos de comunicación durante el desarrollo de labores las que favorezcan un clima de trabajo agradable y propicio para un ambiente armonioso.

Organizar la empresa implica un equilibrio entre la asignación de responsabilidades, delegación de roles además de la orientación del trabajo hacia los objetivos empresariales factor clave que se logra a partir de un liderazgo propositivo; con carácter humano y dinámico en donde el reclutamiento y selección de las personas colaboradoras concuerde de forma armónica con la valoración individual de capacidades, los valores institucionales y apertura de nuevas oportunidades. Es por eso que la gestión de recursos humanos es una de las tareas más complejas en las empresas, pero a la vez más satisfactorias.

3.5.3 Proceso administrativo.

El proceso administrativo para Inside Keeper es una de las etapas que necesita mayor atención porque es de este proceso que deriva la planeación estratégica que dictará los pasos, los objetivos a lograr y los actores clave para un buen desempeño de la empresa. El proceso administrativo se desarrollará de la siguiente forma.

- a) Planeación: En esta etapa se designa el equipo que estará a cargo del desarrollo de los distintos proyectos y los objetivos a alcanzar por cada área y los costos asociados; teniendo en cuenta la viabilidad del proyecto a través de la investigación realizada; este proceso lo realizará el Gerente General quien se encargará de analizar la situación y si

- amerita involucrar a más personal para apoyar este proceso, ya sea para generar ideas o para definir los planes.
- b) Organización. Fase administrativa en la que la empresa decidirá los pasos y protocolos a desarrollar, además de quienes lo ejecutarán tomando como base la especialización que se posee, la asignación de tareas y roles específicos de los equipos dentro de la compañía, la solución de conflictos referidos a la prestación de servicios, quejas o sugerencias a fin de brindar un servicio eficiente y de calidad. Procurando mantener el entendimiento correcto en todo momento, este proceso derivará del organigrama y del manual de funciones y estará direccionado por el Gerente General y el Gerente de Marketing.
 - c) Dirección: Esta fase del proceso administrativo es la parte medular de la empresa porque a través de la que se decide lo que se hará, de qué forma se hará, cuando y como. Es en esta etapa donde confluyen los recursos, el equipo, y las capacidades del equipo para solventar las necesidades demandadas por los clientes. Este proceso lo guiará el manual de funciones, el cronograma de actividades y se desarrollará de forma conjunta por el equipo de IK.
 - d) Control: Esta fase dentro del proceso administrativo define claramente cómo se evaluarán todos los procesos llevados a cabo por la empresa y si los objetivos se están acercando a lo planeado. Es en este momento donde se toman decisiones con base a los resultados obtenidos, ya sea en el área administrativa, en los recursos, en el sistema de toma de decisiones o con respecto al equipo con el fin de mejorar el servicio a ofrecer. Este proceso se llevará a cabo cada año convocado por el Gerente General o según sea necesario de acuerdo a se vaya avanzando en los proyectos.

3.5.4 Identificación y características de proveedores.

Para el desarrollo del servicio a ofertar por IK se basará en los resultados mostrados por la investigación, tomando en cuenta puntos y aspectos especiales relacionados con las necesidades mayormente encontradas por el público, identificadas con el llenado de la encuesta desarrollada por la empresa. Y para la definición de las características de los proveedores de servicio que representarán a la empresa se seguirán ciertos pasos los que se detallará a continuación:

- a) Diseño de los diferentes servicios a ofrecer por la empresa basándose en los resultados arrojados por la encuesta de opinión.
- b) Diseño del método de trabajo que se va a desarrollar por la empresa.
- c) Diseño de tareas específicas a desarrollar relacionadas a cada servicio a prestar.
- d) Determinar las características que deben reunir los candidatos de cada puesto de trabajo.
- e) Identificar por medio de campañas de reclutamiento las personas idóneas para cubrir los diferentes puestos de trabajo.
- f) Crear el esquema de requisitos básicos que debe de presentar cada proveedor.
- g) Capacitar a los candidatos seleccionados como fuerza de trabajo.
- h) Definir los estímulos o recompensas adecuadas por el desarrollo de los servicios.
- i) Definir la forma de proveer materiales necesarios para proveer los servicios.

3.6 Plan de mercadeo

En este apartado se presenta los resultados de la investigación realizada, el mix digital de marketing que se implementara para IK, desarrollando las 4P tradicionales, enfocadas a la parte digital del mercadeo, la importancia de las los objetivos de marketing plasmados, las estrategias y acciones a implementar, a partir del análisis de los resultados mostrados por la investigación de campo.

3.6.1 Resultados de la investigación de mercado.

Los datos obtenidos por la investigación realizada son positivos para el desarrollo de la aplicación IK, porque permite conocer de forma concreta y verídica la opinión de los residentes de la ciudad de Zacatecoluca, con relación al uso de esta app para contratar servicios de obra civil, de estos resultados se definen claramente variables para usar como indicadores en el plan de mercadeo entre ellas las más importantes son: Segmento de mercado, potencial de mercado, capacidad de acceso a internet, publicidad, capacidad de contratación y nivel de aceptación de la aplicación; estos se detallan a continuación.

- a) Segmento de mercado: La población entrevistada correspondió a un valor de 245 personas encuestadas del género femenino haciendo un valor del 65% y 134 personas encuestadas del género masculino valor equivalente al 35%; Los rangos de edad en los que se ubicaron los encuestados se clasificó de la siguiente manera: un 39% de los participantes se encuentran entre 24 y 30 años, un 34 % se ubicó en las edades entre 31 y 40 años, un 21% se encontró entre 41 y 50 años y un 6% de ellos se encontró en las edades de 50 años o más. Estos resultados definen a las personas en su mayoría del género femenino entre 24 y 50 años como el segmento de población al que estará dirigida la aplicación.
- b) Potencial de mercado: De los 379 encuestados un total 258 posee vivienda propia y 121 viven en residencia rentada, en cuanto a la situación de trabajo un 78% posee empleo permanente, un 13% posee negocio propio y un 9% se encuentra sin actividad laboral por el momento porque o están estudiando o están en busca de una oportunidad laboral. Estos datos arrojan el potencial de mercado que tiene la aplicación; un valor aproximado del 70% de la muestra son personas que cuentan con vivienda propia y más de un 90% están activos laboralmente.

- c) Capacidad de acceso del público meta a la aplicación: Del total de encuestados un 94% posee acceso a internet y la forma en que obtienen acceso a internet es: un 54% tiene plan residencial, un 18% posee plan prepago, un 15% posee plan post pago, un 9% posee plan residencial combinado con plan post pago y un 9% posee acceso con plan residencial combinado con plan prepago. Para conectarse a internet el 100% de los encuestados posee un teléfono inteligente, un 18% usa la computadora como segundo dispositivo para acceder a internet, además se encontró un 14% que utiliza Tablet y Televisor inteligente aparte de teléfono y computadora. Y un 18% que hace uso de los dispositivos, teléfono, computadora y Televisor inteligente para acceder a internet. Este resultado define que un 94% de la población podría acceder a la aplicación al realizar el lanzamiento y la forma de acceder sería por medio de un teléfono inteligente.
- d) Publicidad: Para la contratación de servicios relacionados al mantenimiento, reparación aproximadamente un 70%, busco la información de los ofertantes por medio de familiares, amigos/conocidos, un 10 % realizó la búsqueda combinando con amigos, redes sociales, internet un 5% lo realizó por medio anuncios de internet, un 2% lo realizó por medio de buscar en las redes sociales y un 5% lo realizó buscando en anuncios publicitarios cerca de su hogar de residencia, y un 8% no contestó El dato de búsqueda entre amigos conocidos o combinando este con cualquiera de las otras formas hace un total del 80% reflejando que el realizar un trabajo de forma eficiente sería la mejor publicidad que la empresa puede realizar sin embargo inicialmente para darse a conocer será necesario realizar otros tipos de publicidad.
- e) Capacidad de contratación de los encuestados: Los montos contratados varía, esto depende del tipo de trabajo que se desea realizar, la calidad y cantidad de materiales que se necesitan y el tiempo a emplear en ejecutar la obra, debido a estas características se encuentran

diversos rangos de precios contratados, entre los que se detallan: de \$10 a \$99 dólares con un valor del 60% seguido de contrataciones con montos entre \$100 y \$199 dólares con un 12% luego se tiene los montos de \$200 a \$299 dólares con un valor del 11% , el rango de \$300 a \$399 dólares representa un 4%, el rango de \$400 a \$499 dólares representa un 4% de la población y el rango de más de 500 dólares representa un 9% encontrándose que entre los montos mayormente contratados se posiciona entre \$100 y \$300 dólares, dato importante para la aplicación porque arroja un parámetro para desarrollar las proyecciones de ventas a futuro.

- f) Nivel de aceptación de la Aplicación: De los 379 encuestados un 93% menciona estar dispuesto a usar la aplicación para contratar servicios de obra civil. Con este resultado se determina la viabilidad para el desarrollo de la aplicación mostrando un nivel alto de aceptación de la población.

3.6.2 Marketing Mix Digital.

Se conoce como el conjunto de técnicas que se desarrollan en medios y canales de internet, para aprovechar al máximo los recursos y oportunidades online, para Inside Keeper, se desarrollaran de la siguiente manera:

- a) Producto.

Se han dividido en dos aspectos: Marca y Desarrollo de prototipo.

Objetivo: Definir la identidad de la marca Inside Keeper.

Alcance: Crear una percepción concreta de la marca en los usuarios.

- i) Marca

- Estrategia 1: Creación de identidad corporativa

- Táctica 1. Creación de isologotipo para INSIDE KEEPER.

Se definió un nombre que transmitieran impacto, y que al final llamara la atención del cliente a través del nombre por lo tanto se concluyó uno solo, a través de lluvia de ideas, el cual es Inside Keeper como marca de la aplicación móvil; la traducción de este nombre es “guardián Interior”, por lo tanto, al trasladarse a las necesidades que cubrirá nuestra app, es como un indicador de guardar, restablecer y cuidar todas las necesidades que hay en el hogar o negocio.

A continuación, se presenta el isologotipo para la aplicación IK.

Isologotipo para IK



Figura N°5 Isologotipo de IK

Fuente: Autoría propia

- ii) Desarrollo del prototipo
 - Estrategia1: Diseño de prototipo para Inside Keeper
 - Táctica: Definir las diferentes fases con las que contaría la app, para las opciones de ingreso y navegación dentro de la app.

Pantallas de inicio de App Inside Keeper

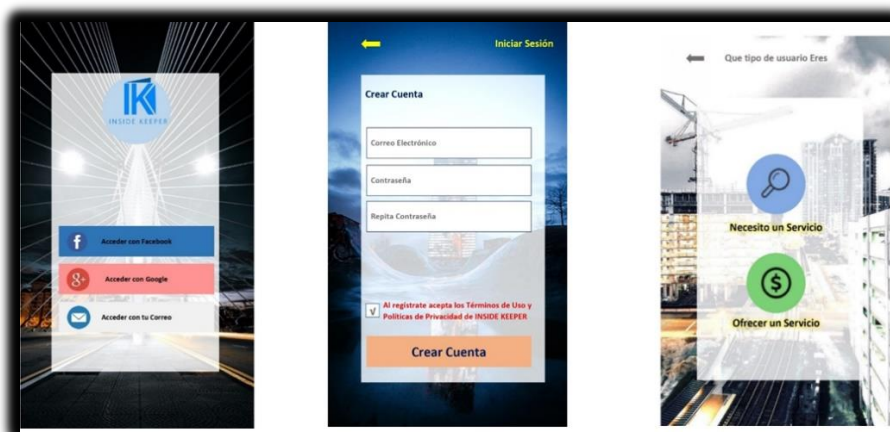


Figura N°6 Pantallas de inicio de la App IK

Fuente: Autoría propia

b) Precio.

Las estrategias de precio para la aplicación móvil INSIDE KEEPER son las siguientes:

- Objetivo: Atracción de clientes por medio de descargas y suscripción.
- Alcance: 1,000 descargas en el primer mes.
- Estrategia 1: Precios de penetración en el mercado.
- Táctica: Modelo para suscribirse: La descarga para Inside keeper será completamente gratis para todos los suscriptores que deseen hacer uso de ella. El propósito principal es captar los usuarios funcionales al público objetivo que les sea de utilidad y que desee brindar un servicio, así como también cubrir una necesidad dentro de su hogar u negocio. Habrá una plataforma para los profesionales que deseen ofertar sus servicios, y van a suscribirse a ella totalmente gratis, y describir a través de filtros ya establecidos lo necesario para poder ser parte de nuestra app. Como se muestra en las imágenes anteriores debe acceder a través de Facebook, cuenta de Google o correo electrónico, luego debe crear una cuenta, cuando

haya ingresado, deben especificar si necesita un servicio o si ofrece un servicio, si ofrece un servicio debe cumplir ciertos filtros, que ya estarán adaptados en la app, con la finalidad de cumplir con criterios previamente establecidos.

Modelo de suscripción:

- 1- Descargar la app gratis.
- 2- Suscripción
- 3- Acceso a las funciones de la aplicación completamente gratis.

Pantallas para suscripción en App Inside Keeper

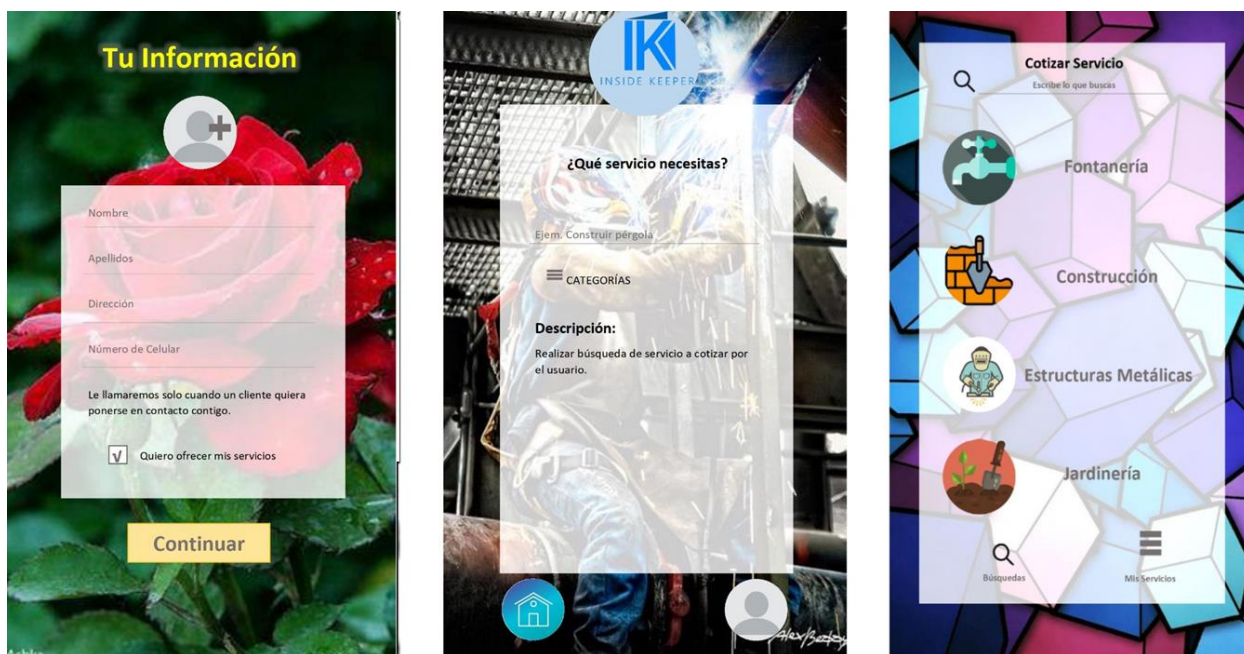


Figura N°7 Pantallas de suscripción en la App IK

Fuente: Autoría propia

- Estrategia 2: Comisión del 15% sobre el precio establecido en cada trabajo realizado.

A través de esta estrategia se hará efectiva la obtención de rentabilidad económica para la empresa, esto permitirá que la empresa opere de manera más efectiva dentro del mercado.

- Táctica: Establecer en el precio final de obra el 15% de comisión, para no afectar el valor de mano de obra a los especialistas.
- Estrategia 3: Alianzas estratégicas con comercios como ferreterías o almacenes dedicados a la venta de materiales de construcción.
- Táctica: Obtener un 15% de descuento en materiales a utilizar.

Esto es muy importante, ya que contar con comercios aliados, como ferreterías, almacenes donde vendan la materia prima de calidad a los profesionales, permitirá que sean motivados y obtengan mayores ganancias en los trabajos realizados, y disminuyan el costo de los productos obteniendo un ahorro en la adquisición del material a la vez se le ofrece al cliente un trabajo garantizado con materia prima duradera y de calidad. Por lo tanto, al realizar estas compras en los primeros tres meses los profesionales en obra civil obtendrán un 15% de descuento, y mientras ellos mantengan la suscripción en Inside Keeper posterior a los tres meses, serán acreedores de un 20% en todas sus compras de materia prima.

c) Plaza.

Objetivo: Facilitar a los suscriptores y usuarios la descarga de la app Inside Keeper.

Alcance: Lograr llegar eficazmente al público objetivo

- Estrategia 1: Colocar la aplicación IK en Google Play
- Táctica 1: Subir la app Google Play, ya que es la plataforma principal de distribución para las aplicaciones Android.
- Táctica 2: Conformar la descripción de la app en Play Store, con la finalidad de motivar a descargar la app y esta sea atractiva y de utilidad para el público objetivo, para que las personas vean en la app una oportunidad para poder hacer uso de los servicios ofrecidos

por nuestros socios, es necesario que se describa de manera llamativa la funcionalidad de esta, y la descripción será la siguiente:

Pantallas en Google Play



Figura N°8 Pantallas en Google Play para incentivar la descarga de la aplicación.

Fuente: Autoría propia

Plantilla para la app store.

Descripción completa (Límite de 4,000 caracteres)

ADQUIERE Y OFERTA SERVICIOS DE PROFESIONALES EN OBRA CIVIL SOLO DANDO UNOS CUANTOS CLICKS, INSTALA EN TU TELÉFONO COMPLETAMENTE GRATIS.

Inside Keeper: Es una aplicación donde encontraras profesionales en obras civiles como, albañiles, fontaneros, especialistas en estructuras metálicas, para poder subsanar las necesidades que tengas en tu hogar o negocio.

- ¿No encuentras quien llegue a tapar las goteras en tiempo de invierno? Esta es la aplicación adecuada para ti.
- ¿Posees trabajo y quieres un ingreso extra? INSIDE KEEPER es la aplicación perfecta para ti.

- ¿Cansado/a de buscar entre tus familiares y amigos quien haga los balcones y puertas de tu casa?

Inside Keeper es la aplicación que tú necesitas. Con solo unos clic obtendrás lo siguiente:

- Ahorra tiempo
- No te estreses buscando por toda tu ciudad.
- Ahorra dinero, ya que tendrás múltiples opciones para optar por el profesional que más se adecue a tu presupuesto.

Las opiniones y reseñas son importantes para que las personas que ya usan la app puedan describir, su experiencia en el uso de la app, así como las mejoras y sugerencias de las personas que han sido beneficiadas, encontrando su profesional en obra civil a través de Inside Keeper.

d) Promoción.

Inside Keeper se enfocará en dar a conocer su promoción a través de las relaciones públicas y publicidad, ya que es necesario abarcar todos los puntos estratégicos posibles para que un mayor número de personas conozcan la app y hagan uso de ella, desde personas que viven en la zona urbana como en la zona rural.

Objetivo: Crear los activos digitales para Inside Keeper.

Alcance: Llegar eficazmente al público meta establecido por medio de diferentes redes sociales.

i) Publicidad: Creación de espacios digitales en redes sociales para Inside Keeper.

- Estrategia 1: Desarrollo y diseño de los perfiles de Facebook e Instagram para Inside Keeper.
- Táctica 1: Creación de fan page de Facebook para Inside Keeper.

Parte importante del activo digital Facebook es que los clientes que hacen uso de la app, pueden brindar a través del perfil, una calificación esto contribuye a que tenga una mayor visibilidad en Facebook, así como también, genera más confianza en los servicios que se prestan cuando han sido muy bien valorados por otros consumidores.

- Táctica 2: Crear una cuenta en Instagram. Esto permite aumentar el engagement con la audiencia y llegar a tu público objetivo, pero también a otros nichos, ayuda a aumentar las ventas y a darse a conocer logrando abarcar a más personas.

Diseños de Perfil en Facebook e Instagram

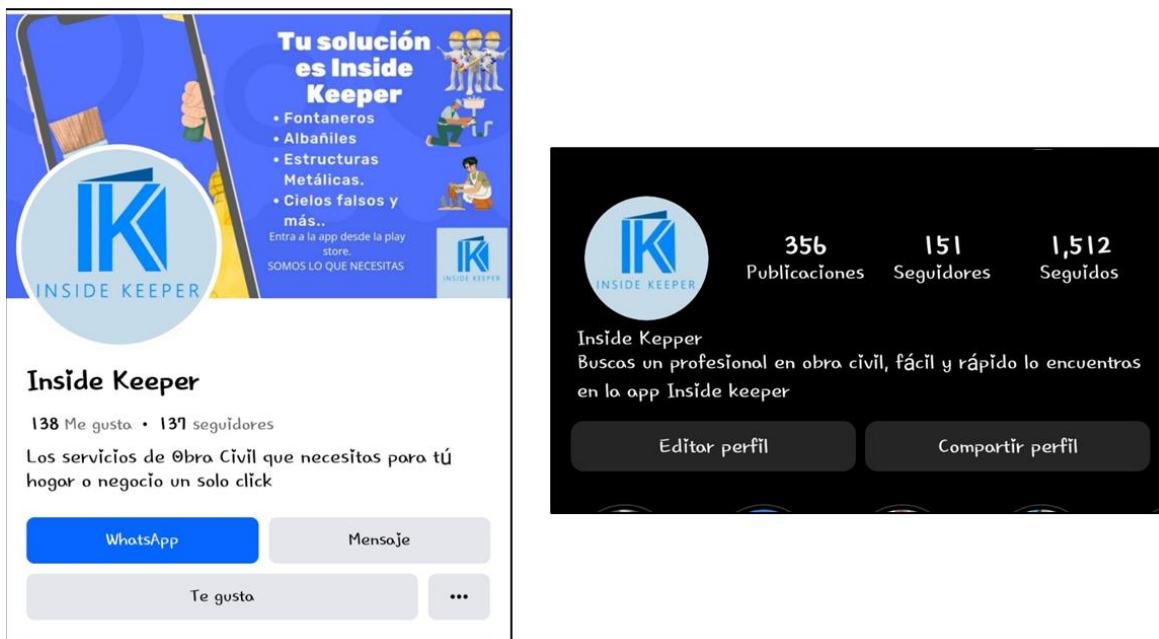


Figura N°9 Perfiles en redes sociales como Facebook e Instagram

Fuente: Autoría propia

ii) Relaciones Públicas.

- Estrategia 1: Participación masiva a través de los medios de comunicación existentes en la ciudad.

- Táctica 1: Se realizará una campaña en las radios principales que tienen influencia en la ciudad de Zacatecoluca una de ella es Radio Emperador, Radio Chinchontepec y Canal 25. Radio emperador es una radio local, con afluencia en todo el Departamento de la Paz.

Radio Chinchontepec La voz del Pueblo: Es una Locutora que funciona a través de parlantes ubicados en lugares estratégicos y céntricos de la ciudad de Zacatecoluca, esta es una alternativa muy eficaz, ya que los anuncios se escuchan en todo el Centro y parques que son lugares con mayor afluencia de personas donde es de mucho interés que la información de la app Inside Keeper sea conocida.

Canal 25: El canal 25 es transmitido en Zacatecoluca, donde negocios locales pueden hacer sus spots publicitarios, videos, entrevistas y podrá ser transmitido durante el día en este canal, llegando la información a todas las casas de las personas que tienen este cable, el cual es el de mayor contratación por tener un valor inferior a los cables mayormente reconocidos a nivel Nacional. Además de esto posee una red social de Facebook donde también es un medio para hacer publicidad, porque tiene casi diez mil seguidores como se observa en la imagen siguiente.

Medios de comunicación en Zacatecoluca

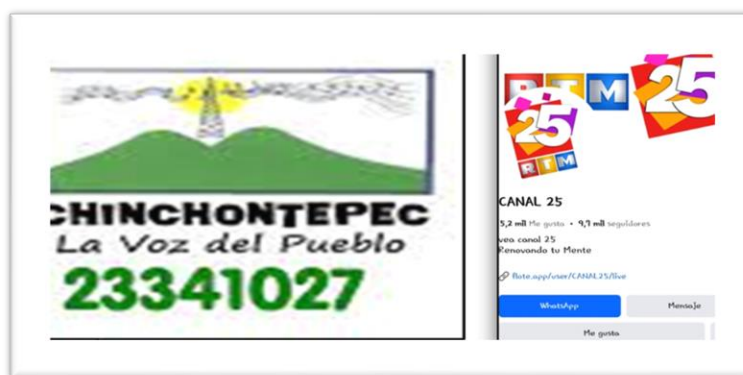


Figura N°10 Proveedores de servicios de comunicación.

Fuente: Tomado de los perfiles de redes sociales de los medios de comunicación.

- **Táctica 2: Hacer publicidad a través del Perifoneo Móvil:** Publicidad el Sistema es una Unidad de Perifoneo Móvil que funciona, grabando un anuncio en audio para que este sea perifoneado en todas las calles de la ciudad en elección, incluso el cliente puede optar donde y la hora sea perifoneado el anuncio, el precio es de \$10.00 la hora, esto incluye grabación, y por la contratación de más de 5 horas se realiza un descuento dependiendo de las horas en total. Además, poseen su red social con casi 5 mil seguidores donde postean todos los negocios de los clientes, esto da más oportunidad de darse a conocer con otro rubro de personas que siguen la página.
- **Táctica 3: Perifoneo estacionario:** el cual funciona brindando todo el equipo necesario en un lugar específico donde se requiera hacer publicidad, por ejemplo, los fines de semana se va a optar por este servicio desde las oficinas de la app Inside Keeper.

Proveedores de perifoneo en la ciudad de Zacatecoluca



Figura N°11 Proveedores de perifoneo para la App IK.

Fuente: Tomado de las tarjetas de presentación de los proveedores de perifoneo.

- **Táctica 4:** Publicidad a través de flyers, brochures y promocionales en los festivales gastronómicos del Distrito de Zacatecoluca.

Esta táctica consiste en dar a conocer la marca Inside Keeper, en los festivales gastronómicos realizados en el centro y parques principales de la ciudad, ya que en estos eventos hay una afluencia de personas significativas, que llegan a convivir con sus familias y amigos, por lo tanto, es una buena oportunidad de dar a conocer la app para encontrar los profesionales de obra civil de una manera rápida y eficaz con unos clics descargando la app de Play Store.

Actualmente la aparición de nuevas tecnologías y el marketing digital, ha obligado a transformar el enfoque de las 4P tradicionales, uno de esos enfoques es el de Idris Mootee, retomado por (Maram, 2010), él propone variables que deben tomarse en cuenta ante cualquier decisión en el ámbito del marketing digital.

- **Personalización en marketing digital**

Es indispensable, posicionarnos en el entorno digital, a través de la personalización de la marca de la app, y conocer de primera mano lo que el cliente quiere y necesita, así poder cumplir sus expectativas para que la aplicación sea todo un éxito y hagan el uso adecuado, incluyendo anuncios y publicidad digital, que esta sea clara para el cliente y no tenga dificultades para instalarla y de encontrar el profesional de obra civil que busca.

- **Participación en marketing digital:**

La confianza de la app se creará a través de la comunidad que se cree, y de cuantas personas hablan de la app, esto genera que la marca crezca y logre llegar a más personas y diferentes lugares. Es por ello la importancia de las redes sociales para expresar sus comentarios, sugerencias y propuestas de mejora; el entorno digital es fundamental para expresar lo que las personas piensan y desean, y crear una comunidad virtual para que todos tengan su propia voz y ser partícipes en las mejoras a la app.

- **Pares a pares en marketing digital**

Los pares a pares o comunidades de igual a igual (en inglés, Peer-to-Peer Communities), valen más que si un famoso o influencer hablara de la marca ya que a ellos les pagan por hablar bien, así que esto puede ser cierto o no. Sin embargo, cuando escuchamos hacer un review a alguien que conocemos ya sea un amigo o familiar, la percepción que tenemos es más certera y genera más confianza, cuando la reseña de la experiencia ha sido favorable, y de cómo el uso del producto ha suplido las necesidades que buscaban, a diferencia de solo leer comentarios en los sitios web oficiales donde cualquiera puede escribir, siendo esto cierto o falso.

- **Predicciones modeladas en marketing digital.**

En el marketing es necesario medir, para ello se necesitan implementar herramientas de monitorización que permitan cuantificar el éxito de la app, y conocer cuáles son los puntos favorables y desfavorables para fortalecer las estrategias que permitirán posicionarse en el mercado y lograr los objetivos trazados, a través de estas mediciones podemos hacer un plan de acción a corto o mediano plazo.

3.7 Plan de ventas

Como empresa es indispensable contar con plan de venta bien estructurado, que le ayude a mostrar que los resultados esperados se obtendrán en el tiempo establecido, A continuación, se desarrolla el plan de venta propuesto para IK,

3.7.1 Ciclo de ventas.

Es proceso diseñado para llevar a un cliente a consumir los productos de una marca, el diseño del ciclo de ventas de IK, se compone de los siguientes elementos.

Ciclo de venta de Inside Keeper



Figura N°12 Ciclo de Venta para Inside Keeper

Fuente: Autoría propia

3.7.2 Proyección de ventas.

Para las proyectar las ventas se hará uso del método juicio de expertos, es decir el conocimiento de los especialistas en cada área de trabajo, ya que ellos conocen la cantidad y tipo de trabajos realizados semanalmente y mensualmente, basados en ese dato se prepara las proyecciones de ventas mensuales del primer año, trimestrales en el segundo y tercer año, y anuales para el cuarto y quinto año de funcionamiento.

Tabla N°5

Proyecciones de ventas mensuales de IK

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1												TOTAL
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
1	Albañilería	Contratación	\$ 50.00	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	25	245
2	Fontanería	Contratación	\$ 50.00	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	30	305
3	Electricidad	Contratación	\$ 50.00	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	30	305
4	Pintura	Contratación	\$ 50.00	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	25	245
5	Estructuras metálicas	Contratación	\$ 50.00	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	25	245
6	Cielos falsos	Contratación	\$ 50.00	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	25	245
7	Pisos ceramicos	Contratación	\$ 50.00	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	25	245
8	Tabla roca	Contratación	\$ 50.00	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	25	245

La tabla N°5 Presenta el número de contrataciones mensuales proyectadas a realizar por IK

Fuente: Autoría Propia

Tabla N°6

Proyecciones de ventas trimestrales años 2 y 3 y anuales años 4 y 5

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2					TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1		Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4				
1	Albañilería	Contratación	68	68	68	73	277	77	77	77	83	313	354	399	
2	Fontanería	Contratación	85	85	85	90	345	96	96	96	102	389	440	497	
3	Electricidad	Contratación	85	85	85	90	345	96	96	96	102	389	440	497	
4	Pintura	Contratación	68	68	68	73	277	77	77	77	83	313	354	399	
5	Estructuras metálicas	Contratación	68	68	68	73	277	77	77	77	83	313	354	399	
6	Cielos falsos	Contratación	68	68	68	73	277	77	77	77	83	313	354	399	
7	Pisos cerámicos	Contratación	68	68	68	73	277	77	77	77	83	313	354	399	
8	Tabla roca	Contratación	68	68	68	73	277	77	77	77	83	313	354	399	

La tabla N°6 presenta en forma ordenada las ventas de los años 2 al 5 proyectadas del proyecto IK

Fuente: Autoría Propia

Tabla N°7

Proyecciones de ventas mensuales de IK años 2 y 3

No.	Producto o Servicio	Ventas del Año 1 (\$)												TOTAL
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
1	Albañilería	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 12,250
2	Fontanería	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,500.00	\$ 15,250
3	Electricidad	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,500.00	\$ 15,250
4	Pintura	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 12,250
5	Estructuras metálicas	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 12,250
6	Cielos falsos	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 12,250
7	Pisos cerámicos	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 12,250
8	Tabla roca	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 12,250
Total de Ventas Mensuales		\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 10,500.00	
													Total de Ventas Anuales =	\$ 104,000

La tabla N°7 Presenta en forma ordenada las ventas mensuales proyectadas del proyecto IK

Fuente: Autoría Propia

Tabla N°8

Proyecciones de ventas trimestrales años 2 y 3 y anuales años 4 y 5

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Año 2				TOTAL	Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4			
1	Albañilería	Contratación	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,856.13	\$ 14,534.63	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,575.29	\$ 17,245.33	\$ 20,461.59	\$ 24,277.67
2	Fontanería	Contratación	\$ 4,449.38	\$ 4,449.38	\$ 4,449.38	\$ 4,746.00	\$ 18,094.13	\$ 5,279.18	\$ 5,279.18	\$ 5,279.18	\$ 5,631.13	\$ 21,468.68	\$ 25,472.59	\$ 30,223.23
3	Electricidad	Contratación	\$ 4,449.38	\$ 4,449.38	\$ 4,449.38	\$ 4,746.00	\$ 18,094.13	\$ 5,279.18	\$ 5,279.18	\$ 5,279.18	\$ 5,631.13	\$ 21,468.68	\$ 25,472.59	\$ 30,223.23
4	Pintura	Contratación	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,856.13	\$ 14,534.63	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,575.29	\$ 17,245.33	\$ 20,461.59	\$ 24,277.67
5	Estructuras metálicas	Contratación	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,856.13	\$ 14,534.63	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,575.29	\$ 17,245.33	\$ 20,461.59	\$ 24,277.67
6	Cielos falsos	Contratación	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,856.13	\$ 14,534.63	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,575.29	\$ 17,245.33	\$ 20,461.59	\$ 24,277.67
7	Pisos cerámicos	Contratación	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,856.13	\$ 14,534.63	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,575.29	\$ 17,245.33	\$ 20,461.59	\$ 24,277.67
8	Tabla roca	Contratación	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,559.50	\$ 3,856.13	\$ 14,534.63	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,223.35	\$ 4,575.29	\$ 17,245.33	\$ 20,461.59	\$ 24,277.67
Total de Ventas Trimestrales			\$30,255.75	\$30,255.75	\$30,255.75	\$32,628.75		\$35,898.45	\$ 35,898.45	\$ 35,898.45	\$38,714.01			
Total de Ventas Anuales							\$123,396.00					\$146,409.35	\$173,714.70	\$206,112.49

La tabla N°8 Presenta las ventas en dólares trimestralmente y anualmente para los años del 2 al 5

Fuente: Autoría Propia.

3.8 Plan financiero

A continuación, se presentan las proyecciones financieras planificadas para los primeros cinco años para la empresa Inside Keeper.

3.8.1 Plan de Inversiones.

En este se desglosa la forma en que Inside Keeper obtendrá y distribuirá los fondos financieros iniciales para la implementación estratégica.

Tabla N°9

Supuestos de inversión y financiamiento

FINANCIAMIENTO			
Concepto	Monto	Fondos Propios	Préstamos Financieros
Diseño y creación de la app:	\$ 8,100		
Total equipo:	\$ 1,200		
Computadora portatil	\$ 850		
Escritorio	\$ 250		
Silla secretarial	\$ 100		
(-)Efectivo		\$ 5,000	
Totales:	\$ 9,300	\$ 5,000	\$ 4,300

Cálculo Cuota Préstamo	
Monto:	\$ 4,300
Interés Anual:	18.0%
Plazo en Meses:	60
Cuota:	\$109.19
Seguros:	1%
Cuota Total:	\$110.28
Cálculo de Depreciación	
Depreciación Anual:	\$ 1,860
Cálculo de Costo de Capital	
	15%

La tabla N°9 Presenta las inversiones y las fuentes de financiamiento para el proyecto IK.

Fuente: Datos obtenidos de créditos personales proporcionados por el Banco Agrícola

3.8.2 Estructura de costos.

Tabla N°10

Estructura de costos Variables para IK

COSTO BRUTO		Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Línea de Productos	Unidades	Costo Unitario	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	Unidades	Costo Unit.	Total	
Albañilería	245	\$ 42.50	\$ 10,412.50	277	\$ 44.63	\$ 12,354.43	313	\$ 46.86	\$ 14,658.53	354	\$ 49.20	\$ 17,392.35	399	\$ 51.66	\$ 20,636.02	
Fontanería	305	\$ 42.50	\$ 12,962.50	344.65	\$ 44.63	\$ 15,380.01	389	\$ 46.86	\$ 18,248.38	440	\$ 49.20	\$ 21,651.70	497	\$ 51.66	\$ 25,689.74	
Electricidad	305	\$ 42.50	\$ 12,962.50	344.65	\$ 44.63	\$ 15,380.01	389	\$ 46.86	\$ 18,248.38	440	\$ 49.20	\$ 21,651.70	497	\$ 51.66	\$ 25,689.74	
Pintura	245	\$ 42.50	\$ 10,412.50	276.85	\$ 44.63	\$ 12,354.43	313	\$ 46.86	\$ 14,658.53	354	\$ 49.20	\$ 17,392.35	399	\$ 51.66	\$ 20,636.02	
Estructuras metálicas	245	\$ 42.50	\$ 10,412.50	276.85	\$ 44.63	\$ 12,354.43	313	\$ 46.86	\$ 14,658.53	354	\$ 49.20	\$ 17,392.35	399	\$ 51.66	\$ 20,636.02	
Cielos falsos	245	\$ 42.50	\$ 10,412.50	276.85	\$ 44.63	\$ 12,354.43	313	\$ 46.86	\$ 14,658.53	354	\$ 49.20	\$ 17,392.35	399	\$ 51.66	\$ 20,636.02	
Pisos cerámicos	245	\$ 42.50	\$ 10,412.50	276.85	\$ 44.63	\$ 12,354.43	313	\$ 46.86	\$ 14,658.53	354	\$ 49.20	\$ 17,392.35	399	\$ 51.66	\$ 20,636.02	
Tabla roca	245	\$ 42.50	\$ 10,412.50	276.85	\$ 44.63	\$ 12,354.43	313	\$ 46.86	\$ 14,658.53	354	\$ 49.20	\$ 17,392.35	399	\$ 51.66	\$ 20,636.02	
Total	2,080	\$ 340.00	\$ 88,400.00	2350	\$ 357.00	\$104,886.60	2656	\$ 374.85	\$124,447.95	3001	\$ 393.59	\$147,657.49	3391	\$ 413.27	\$175,195.62	

La tabla N°10 Presenta la estructura de costos variable para IK.

Fuente: Autoría propia

Tabla N°11

Estructura de costo personal para IK

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	1	1	1	2	2
Salarios	\$ 4,380.00	\$ 4,599.00	\$ 4,828.95	\$ 10,140.80	\$ 10,647.83
Total Costo Personal	\$ 4,380.00	\$ 4,599.00	\$ 4,828.95	\$ 10,140.80	\$ 10,647.83

La tabla N°11 Presenta la estructura de costo personal para IK.

Fuente: Autoría propia

Tabla N°12

Estructura de gastos para IK

GASTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Costos Fijos	
Alquileres de Locales	1.20%	1.20%	1.20%	1.20%	1.20%	\$ 100.00	al mes
Tarifas de tiendas de aplicaci	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	\$ 10.00	al mes
Servicios de alojamiento	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	\$ 10.00	al mes
Agua, Electricidad	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	\$ 75.00	al mes
Utiles de Oficina	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	\$ 10.00	al mes
Promoción y Publicidad	4.60%	4.60%	4.60%	4.60%	4.60%	\$ 400.00	al mes

La tabla N°12 Presenta la estructura de gastos para IK.

Fuente: Autoría propia

3.8.3 Flujo de efectivo.

Tabla N°13

Flujo de fondos proyectados para IK

La tabla N°13 presenta el flujo de fondos para el proyecto IK durante 5 años

Flujo de Fondos Proyectado para IK						
Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas		\$ 104,000	\$ 123,396	\$ 146,409	\$ 173,715	\$ 206,112
Costo de Bienes Vendidos		\$ 88,400	\$ 104,887	\$ 124,448	\$ 147,657	\$ 175,196
Ganancia Bruta		\$ 15,600	\$ 18,509	\$ 21,961	\$ 26,057	\$ 30,917
Salarios		\$ 4,380	\$ 4,599	\$ 4,829	\$ 10,141	\$ 10,648
Alquileres de Locales		\$ 1,200	\$ 1,481	\$ 1,757	\$ 2,085	\$ 2,473
Tarifas de tiendas de aplicaciones		\$ 120	\$ 123	\$ 146	\$ 174	\$ 206
Servicios de alojamiento		\$ 120	\$ 123	\$ 146	\$ 174	\$ 206
Agua, Electricidad		\$ 900	\$ 1,111	\$ 1,318	\$ 1,563	\$ 1,855
Utiles de Oficina		\$ 120	\$ 123	\$ 146	\$ 174	\$ 206
Promoción y Publicidad		\$ 4,800	\$ 5,676	\$ 6,735	\$ 7,991	\$ 9,481
Depreciación		\$ 1,860	\$ 1,860	\$ 1,860	\$ 1,860	\$ 1,860
Total Gastos de Admón y Operaciones		\$ 13,500	\$ 15,097	\$ 16,938	\$ 24,161	\$ 26,936
Intereses Pagados		\$ 727	\$ 613	\$ 477	\$ 314	\$ 119
Ganancia Gravable(GAI)		\$ 1,373	\$ 2,799	\$ 4,547	\$ 1,582	\$ 3,862
Flujo de Caja Neto(FCN)	-\$ 9,300	\$ 2,307	\$ 3,263	\$ 4,437	\$ 2,051	\$ 3,565

Fuente: Autoría propia.

3.8.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

a) Periodo de Reintegro de Inversión (PRI)

Para determinar PRI se requiere de la siguiente formula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 2 + \frac{(\$9,300 - \$5,570)}{\$4,437} = 2 \text{ años y 8 meses}$$

Este dato indica que la inversión inicial, será recuperada en un periodo de 2 años y 8 meses, para muchos inversionistas es un tiempo aceptable, ya que entre menos tiempo sea ellos invierten en más proyectos.

b) Valor Actual Neto VAN

Antes de calcular el VAN debemos obtener la tasa de descuento, la cual se calcula de la siguiente manera:

$d = i / (1 + i)$, Donde: d= es la tasa de descuento; i= se refiere al interés;

$$d = 18\% / (1 + 18\%) = 15\%$$

ahora calculamos VAN

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} \dots$$

- A: es el desembolso inicial, es decir, el dinero pagado para adquirir el bien.
- Fx: el flujo de caja generado en cada período (normalmente anual).
- i: tasa de descuento o coste de oportunidad.

$$\text{VAN} = -\$9,300 + \frac{\$2,307}{(1+0.18)^1} + \frac{\$3,263}{(1+0.18)^2} + \frac{\$4,437}{(1+0.18)^3} + \frac{\$2,051}{(1+0.18)^4} + \frac{\$3,565}{(1+0.18)^5}$$

$$\text{VAN} = -\$9,300 + \$8,265 = \$1,035$$

El valor presente es la cantidad que vale al día de hoy la suma de dinero en un momento determinado en el futuro. Se conoce como valor descontado e indica el rendimiento que puede traer las inversiones.

c) Tasa Interna de Retorno TIR

Para calcular TIR en el proyecto de IK, se emplea el programa de office llamado Excel, ya que contribuye a determinar el dato de una manera más rápida y precisa, en detalle se emplean los siguientes datos:

	PERIODOS					
	0	1	2	3	4	5
INV INIC	-\$ 9,300	2307	3263	4437	2051	3565
TASA DE DESCUENTO	15.00%					
TIR	19.42%					

Esta tasa indica que con ella se logra el VAN=0, la cual es mayor a la tasa de interés que pagaremos por el préstamo, razón por la cual el proyecto debe aceptarse ya que indica el porcentaje de beneficio que se obtiene de la inversión.

d) Retorno Sobre la Inversión RSI.

Se obtiene a través de la siguiente fórmula

$$RSI = [\text{promedio de ganancia anual} / \text{inversión}] \times 100 = ROI = (\$2,124.38 / \$9,300) \times 100$$

$$RSI = 22.84 \%$$

Este resultado indica que el rendimiento de la inversión es de 24.05%, arriba de la inversión inicial.

e) Índice Rentabilidad

El IR se calcula a través de la siguiente fórmula

Índice de rentabilidad = Valor presente de los flujos de efectivo futuros/inversión inicial del proyecto.

Colocando valores

$$IR = \$10,335 / \$9,300 = 1.11$$

Este valor indica que por cada dólar de inversión se está ganando \$0.11 centavos.

f) Punto de Equilibrio

Para establecer el punto de equilibrio se emplean los siguientes datos: Costo Fijo, Precio Unitario, Costa Variable unitario, dentro de la siguiente fórmula:

$Q_e = \frac{\text{Costo fijo}}{(\text{Precio unitario} - \text{CV unitario})}$	$I_e = \frac{\text{Costo fijo}}{(\% \text{ de contribución marginal})}$
$Q_e = \frac{\$13,500.00}{\$50.00 - \$42.50}$	$I_e = \frac{\$13,500.00}{\$0.15}$
$Q_e = \frac{\$13,500.00}{\$7.50}$	$I_e = \frac{\$13,500.00}{\$0.15}$
$Q_e = \underline{\underline{1800}} \text{ unidades}$	$I_e = \underline{\underline{\$90,000.00}} \text{ dólares}$

Punto de Equilibrio de Inside Keeper

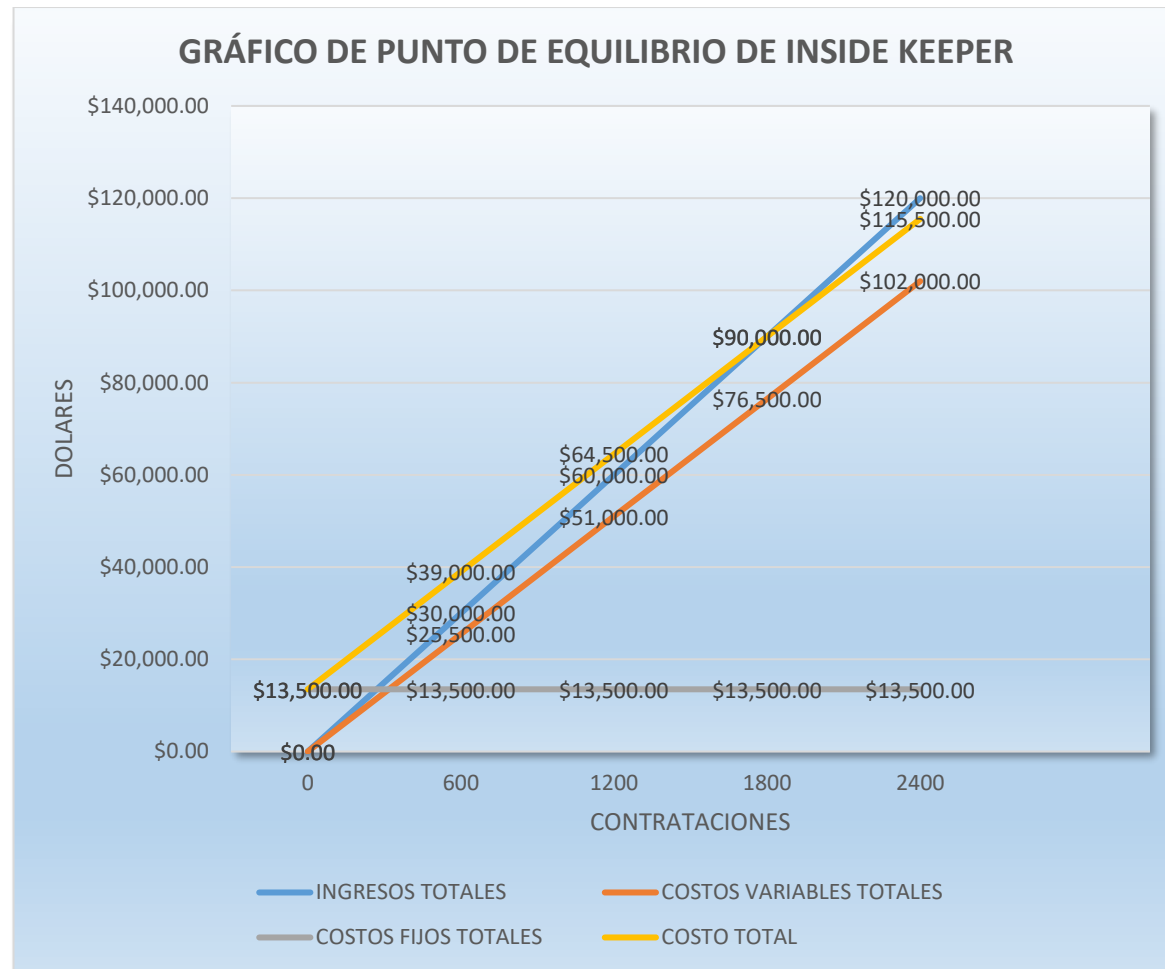


Figura N°13 Punto de equilibrio de Inside Keeper

Fuente: Autoría propia.

3.8.5 Estado de Resultados proyectado.

Tabla N°14

Estado de Resultados proyectados para IK

	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	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	\$ 10,500.00	\$ 104,000.00
Costo de Bienes Vendidos	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 7,225.00	\$ 8,925.00	\$ 88,400.00
Ganancia Bruta	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,575.00	\$ 15,600.00
Salarios	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 365.00	\$ 4,380.00
Prestaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquileres de Locales	\$ 100.00	\$ 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
Tarifas de tiendas de aplicaciones	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 120.00
Servicios de alojamiento	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 120.00
Agua, Electricidad	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 900.00
Utiles de Oficina	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 120.00
Promoción y Publicidad	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 4,800.00
Depreciación	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 155.00	\$ 1,860.00
Total Gastos de Admón y Operaciones	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 1,125.00	\$ 13,500.00
Intereses Pagados	\$ 64.50	\$ 63.83	\$ 63.15	\$ 62.46	\$ 61.76	\$ 61.05	\$ 60.32	\$ 59.59	\$ 58.85	\$ 58.09	\$ 57.33	\$ 56.55	\$ 56.55	\$ 727.47
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 85.50	\$ 86.17	\$ 86.85	\$ 87.54	\$ 88.24	\$ 88.95	\$ 89.68	\$ 90.41	\$ 91.15	\$ 91.91	\$ 92.67	\$ 93.40	\$ 93.45	\$ 1,372.53

La tabla N°14 Presenta el Estado de Resultado proyectado mensual para el proyecto IK

Fuente: Autoría propia

Tabla N°15

Estado de Resultados proyectados trimestral y anual para IK

	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	\$30,849.00	\$30,849.00	\$30,849.00	\$30,849.00	\$123,396.00	\$36,602.34	\$36,602.34	\$36,602.34	\$36,602.34	\$146,409.35	\$173,714.70	\$206,112.49
Costo de Bienes Vendidos	\$26,221.65	\$26,221.65	\$26,221.65	\$26,221.65	\$104,886.60	\$31,111.99	\$31,111.99	\$31,111.99	\$31,111.99	\$124,447.95	\$147,657.49	\$175,195.62
Ganancia Bruta	\$ 4,627.35	\$ 4,627.35	\$ 4,627.35	\$ 4,627.35	\$ 18,509.40	\$ 5,490.35	\$ 5,490.35	\$ 5,490.35	\$ 5,490.35	\$ 21,961.40	\$ 26,057.20	\$ 30,916.87
Salarios	\$ 1,149.75	\$ 1,149.75	\$ 1,149.75	\$ 1,149.75	\$ 4,599.00	\$ 1,207.24	\$ 1,207.24	\$ 1,207.24	\$ 1,207.24	\$ 4,828.95	\$ 10,140.80	\$ 10,647.83
Prestaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Alquileres de Locales	\$ 370.19	\$ 370.19	\$ 370.19	\$ 370.19	\$ 1,480.75	\$ 439.23	\$ 439.23	\$ 439.23	\$ 439.23	\$ 1,756.91	\$ 2,084.58	\$ 2,473.35
Tarifas de tiendas de aplicaciones	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 123.40	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 146.41	\$ 173.71	\$ 206.11
Servicios de alojamiento	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 123.40	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 146.41	\$ 173.71	\$ 206.11
Agua, Electricidad	\$ 277.64	\$ 277.64	\$ 277.64	\$ 277.64	\$ 1,110.56	\$ 329.42	\$ 329.42	\$ 329.42	\$ 329.42	\$ 1,317.68	\$ 1,563.43	\$ 1,855.01
Utiles de Oficina	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 30.85	\$ 123.40	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 146.41	\$ 173.71	\$ 206.11
Promoción y Publicidad	\$ 1,419.05	\$ 1,419.05	\$ 1,419.05	\$ 1,419.05	\$ 5,676.22	\$ 1,683.71	\$ 1,683.71	\$ 1,683.71	\$ 1,683.71	\$ 6,734.83	\$ 7,990.88	\$ 9,481.17
Depreciación	\$ 465.00	\$ 465.00	\$ 465.00	\$ 465.00	\$ 1,860.00	\$ 465.00	\$ 465.00	\$ 465.00	\$ 465.00	\$ 1,860.00	\$ 1,860.00	\$ 1,860.00
Total Gastos de Admón y Operaciones	\$ 3,774.18	\$ 3,774.18	\$ 3,774.18	\$ 3,774.18	\$ 15,096.72	\$ 4,234.40	\$ 4,234.40	\$ 4,234.40	\$ 4,234.40	\$ 16,937.60	\$ 24,160.82	\$ 26,935.71
Intereses Pagados	\$ 164.86	\$ 157.42	\$ 149.65	\$ 141.52	\$ 613.45	\$ 133.03	\$ 124.14	\$ 114.85	\$ 105.13	\$ 477.14	\$ 314.16	\$ 119.29
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 688.31	\$ 695.75	\$ 703.52	\$ 711.65	\$ 2,799.23	\$ 1,122.92	\$ 1,131.81	\$ 1,141.10	\$ 1,150.82	\$ 4,546.66	\$ 1,582.23	\$ 3,861.87

La tabla N°15 Presenta el Estado de Resultado proyectado trimestral y anual para el proyecto IK

Fuente: Autoría propia

3.9 Cronograma de actividades o plan de trabajo

Tabla N°16

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE EMPRESA INSIDE KEEPER.													
ACTIVIDADES	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	Noviem.	Diciem	Enero	Febrero	Marzo
Planeación estratégica de la marca Inside Keeper.	■	■	■	■									
Diseño de la investigación.			■	■									
Verificación para autorización legal de marca.			■	■									
Análisis de resultados de la investigación.				■	■								
Definición de propuesta de valor a desarrollar por la App.				■	■								
Definición de términos y uso de la App.				■	■	■							
Definición de requisitos exigidos al equipo de la App.				■	■	■							
Planeación método para reclutar los miembros del equipo de la App				■	■	■							
Establecimiento de categorías a cubrir por la App.				■	■	■							
Definición de los canales de apoyo para las actividades de negocio.					■	■							
Definición de los precios, promociones y comisiones de la App.					■	■	■						
Diseño del menú, estructura y presentación de la App.					■	■	■						
Diseño del plan de marketing para el lanzamiento de la App.						■	■						
Elaboración del plan de medios a utilizar para dar a conocer la App.						■	■						
Acuerdos sobre recursos financieros para el desarrollo de la marca.							■	■					
Buscar socios estratégicos para la marca.							■	■					
Buscar asesor o desarrollador del software para aplicaciones.							■	■					
Diseño de prototipo de la aplicación,							■	■	■				
Diseño de sitio web y redes sociales de apoyo a la aplicación.							■	■	■				
Planificación de Evento de lanzamiento de al App.									■				
Diseño de operaciones de la aplicación,									■	■			
Planificación del proceso de evaluación.									■	■			
Presentación de Proyecto para su aprobación.									■	■	■	■	■

La tabla N°16 Presenta en forma ordenada las actividades a realizar para la elaboración del estudio del modelo de negocio IK

Fuente: Autoría Propia.

3.10 Indicadores de medición

Un indicador consiste en una comparación entre 2 o más tipos de datos, que sirven para elaborar una medida cuantitativa, esta comparación genera un valor, una magnitud o un criterio que tiene significado para quien lo analiza; entre los indicadores que se utilizaran para la medición de resultados de IK están los siguientes:

- **Ratio de Margen Bruto:** Este índice de rentabilidad sirve para medir la relación que tienen los ingresos con el costo de producción. Un porcentaje alto de este índice indicará que la empresa puede utilizar sus ganancias para cubrir los costos operativos.

Para calcular el margen bruto, vamos a utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Ratio de margen bruto} = \text{margen bruto} / \text{ventas netas} = \$15,600 / \$104,000 = 15\%$$

- **Margen Operacional:** El índice de margen operacional es un ratio de rentabilidad que refleja qué porcentaje de los ingresos totales se convierten en beneficio. Es decir, indica cuánta proporción de las ventas se transforman en ingresos después de pagar los costos operacionales.

Para calcular el margen operacional utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\text{Ratio de margen operacional} = \text{utilidad operativa} / \text{ventas netas} = \$1,599.68 / \$104,000 = 1.54\%$$

- **Margen de Utilidad Neta:** El índice de margen de utilidad neta es el resultado final de todo. Esta razón financiera compara los ingresos netos y las ventas netas de una empresa, por lo tanto, permite calcular el nivel de ganancia por cada dólar de las ventas. Es decir, muestra el porcentaje que queda de las ventas después de pagar todos los gastos e impuestos.

La siguiente fórmula nos permite calcular el margen de utilidad neta:

$$\text{Margen de utilidad neta} = \text{ingreso neto} / \text{ventas netas} = \$1,199.61 / \$104,000 = 1.15\%$$

- Valoración con estrellas: Aquí se utiliza una escala de valoración a través de estrellas, el indicador medirá la satisfacción del cliente con el servicio recibido, llenando una encuesta con una puntuación máxima de 5 estrellas representando un servicio excelente, el total que se espera es el 90% de las calificaciones sean 5 estrellas.

La siguiente fórmula nos permite calcular el porcentaje:

$\% \text{ de satisfacción} = \text{Total de encuestas con 5 estrellas} / \text{Total de encuestas realizadas}$

REFERENCIAS

- (OECD), O. p. (2023). *El impacto del crecimiento de la economía colaborativa y colaborativa en la política y administración del IVA/GST*.
- 2023, G. (2023). *Conceptos básicos de los nombres de dominio*. Obtenido de <https://support.google.com: https://support.google.com/a/answer/2573637?hl=es>
- Acibeiro, M. (06 de 07 de 2021). *Diferencia entre http y https*. Obtenido de Go Daddy: <https://es.godaddy.com/blog/diferencia-entre-http-y-https/>
- Andújar, J. A. (23 de julio de 2021). *5 pasos para planificar (y realizar) tu crecimiento*. Obtenido de sage.com/es: <https://www.sage.com/es-es/blog/5-pasos-planificar-realizar-crecimiento/>
- ASEIAS. (28 de febrero de 2016). *Historia de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura* . Obtenido de <http://aseias.blogspot.com/2016/02/historia-de-la-fia.html>
- blog, r. (2023). *Conceptos básicos de los nombres de dominio*. Obtenido de <https://support.google.com: https://rockcontent.com/es/blog/ventaja-competitiva/>
- Calvo, L. (12 de diciembre de 2022). *¿Que es una app, para que se utilizan y que tipos existen?* Obtenido de <https://es.godaddy.com/blog/que-es-una-app-y-para-que-se-utiliza/>
- Coppola, M. (23 de enero de 2023). *Qué es un sitio web, para qué sirve y cuáles son sus elementos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/website:>
- De Soto, F. C. (2006). *La gestión de los recursos humanos en las organizaciones de servicio*. Caracas, Venezuela.: Laurus.
- Diana Cantor, M. M. (noviembre de 2019). "DISEÑO DE APLICACIÓN MÓVIL PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE COMPRA DE ARTÍCULOS FEMENINOS A TRAVÉS DE ASOCIACIÓN DE PRODUCTOS". *para optar al grado de Licenciatura en Mercadeo Internacional*. San Salvador, Ciudad Universitaria, El Salvador: UES.
- FIA, F. d. (2023). *Historia*. Obtenido de <https://www.fia.ues.edu.sv/civil/index.html>
- Género Reparación*. (12 de enero de 2020). Obtenido de <https://generoreparacion.com/>
- González, A. L. (2014). *Proceso Administrativo*. México: Grupo Editorial Patria.
- Kaspersky. (2023). *Qué es una dirección IP: definición y explicación*. Obtenido de <https://latam.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-is-an-ip-address>
- Maram, L. (3 de septiembre de 2010). *Las 4 P's del marketing digital; el modelo de Idris Mootee*. Obtenido de <https://www.luisaram.com/4p-del-marketing-digital/>
- Maridos de Alquiler*. (2018). Obtenido de <https://maridosdealquiler.net/>

- Mariona, Y. C. (2021). *Aplicaciones móviles para la efectiva gestión de compra e incremento de ventas en pequeños y medianos restaurantes*. San Salvador: UES.
- Metropolitana, U. T. (17 de junio de 2020). *¿Que es una obra civil?* Obtenido de <https://admission.utem.cl/2020/06/17/que-es-una-obra-civil/>
- Piquera, V. Y. (5 de octubre de 2016). *La creación de la primera escuela de ingenieros civiles*. Obtenido de <https://victoryepes.blogs.upv.es/tag/ponts-et-chaussees/>
- Rica, U. L. (09 de julio de 2020). *¿Qué son las TIC y para qué sirven?* Obtenido de <https://www.ulatina.ac.cr/articulos/que-son-las-tic-y-para-que-sirven>
- Salvador, A. L. (15 de diciembre de 1983). *Constitucion de la Republica de El Salvador*. Obtenido de D.L. 38, D.O. 234, Tomo 281.
- Salvador, A. L. (14 de marzo de 1996). *Ley de Proteccion al Consumidor*. Obtenido de DL 666, DO 58, Tomo 330.
- Salvador, A. L. (1 de octubre de 2015). *Ley de Firma Electronica*. Obtenido de DL 133, DO 196, Tomo 409.
- Salvador, A. L. (26 de febrero de 2016). *Ley Especial contra Delitos Informaticos y Conexos*. Obtenido de D.L. 260, D.O. 40, Tomo 410.
- Salvador, A. L. (31 de octubre de 2019). *Ley de Comercio Electronico*. Obtenido de DL 463, DO 27, Tomo 426.
- Salvador, A. L. (09 de junio de 2021). *Ley del Bitcoin*. Obtenido de D.L. 57, D.O. 110, Tomo 431.
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodologia de la informacion 5ta Edicion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Soriano, A. G. (06 de 08 de 2010). *DGTIC-UNAM*. Obtenido de Dispositivos móviles: <http://revista.seguridad.unam.mx/numero-07/dispositivos-móviles>
- Soriano, A. G. (2018). *¿QUÉ ES UN DISPOSITIVO MÓVIL?* Obtenido de Revista Seguridad, UNAM: <https://revista.seguridad.unam.mx/numero-07/dispositivos-moviles>
- Suárez, E. (marzo de 2023). *Metodo Inductivo y Deductivo*. Obtenido de Experto Universitario Es: <https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Tagle, A. T. (06 de 01 de 2022). *La sutil diferencia entre página web y sitio web*. Obtenido de Go Daddy: <https://mx.godaddy.com/blog/>
- UAG, U. A. (13 de julio de 2022). *¿Que es la Ingenieria Civil?* Obtenido de <https://www.uag.mx/es/mediaHub/que-hace-un-ingeniero-civil/2022>
- VISUAL, N. (s.f.). *NUCLEO VISUAL*. Obtenido de *¿Quién inventó el lenguaje de programación Perl?*
- Yo se lo reparo*. (octubre de 2019). Obtenido de <https://sv.yoseloreparo.com/historia>

ANEXOS

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO DE OPINIÓN

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



El Seminario de Especialización de Marketing en Negocios Digitales desarrolla la siguiente encuesta; que tiene por objetivo conocer la opinión de personas adultas del municipio de Zacatecoluca, sobre la viabilidad de desarrollar una aplicación móvil que reúna en un solo sitio digital, diferentes especializaciones de servicios de mantenimiento y reparación de Obra Civil como: albañilería, fontanería, electricidad, pintura de casas o negocios, estructuras metálicas, cielo falso, piso cerámicos, paredes de tabla roca, etc.

I. Datos Generales.

Indicaciones: favor marque la respuesta que estime correcta

1. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

2. Edad

a) 24 a 30 años

b) 31 a 40 años

c) 41 a 50 años

d) 50 años en adelante

3. De las siguientes opciones ¿Cuál define mejor su situación actual de vivienda?

a. Casa propia

b. Alquiler

4. Cuál de las siguientes acciones define mejor su situación laboral actual

- a. Empleado
- b. Negocio propio
- c. Sin actividad laboral por el momento

II Datos específicos

5. ¿Posee acceso a Internet?

Sí

No

6. Si posee internet ¿Qué tipo de plan posee?

a. Plan un residencial

b. Plan prepago

c. Plan Post pago

7. Sí su respuesta es sí ¿Con qué tipo de dispositivo accede a Internet?

a. Teléfono

b. Celular computadora

c. Tablet

d. Smart TV

8. Podrías mencionar si ha usado o no alguno de estos servicios y con qué frecuencia los ha contratado

	Sí	No	Más de 3 veces al año	2 veces al año	1 vez al año	Cada 2 años	Cada 3 años
Albañilería							
Fontanería							
Electricidad							
Cielo falso							

Pintura de casas y negocios							
Estructuras metálicas							
Pisos cerámicos							
Pared de tabla roca							

9. Sí buscó y contrató un servicio de reparación o mantenimiento de obra civil en su hogar o negocio a través de qué medio lo hizo

- a. Consultándole a familia coma amigos/conocidos
- b. Buscó en internet
- c. Buscó en redes social
- d. Buscó en aplicaciones
- e. Busco a través de rótulos/avisos cerca de donde vive.

10. Cuánto pagó en promedio por los servicios de obra civil realizados

- a. Entre 10 y 99 dólares por obra
- b. entre 100 y 199 dólares por obra
- c. entre 200 Y 299 dólares por obra
- d. entre 300 y 399 dólares por obra entre
- e. 400 y 500 dólares por obra más de 500 dólares por obra

11. ¿Si existiera una aplicación móvil que facilite encontrar los servicios de un conjunto de especialistas, certificado y experimentados en reparaciones de obra civil cerca de su lugar de residencia de negocios estaría dispuesto a usarla?

- a. Sí estoy dispuesto/a
- b. No estoy dispuesto/a

RESULTADOS DE ENCUESTA DE OPINIÓN

1. ¿Cuál es su género?

Objetivo: Resumir el género de todos los encuestados en segmentos que permitan un análisis más específico dependiente del género en el que se encuentren.

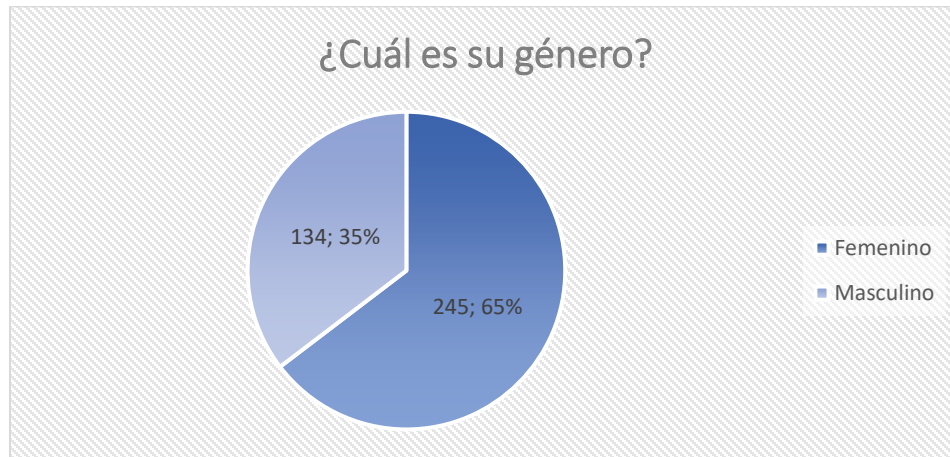


Figura N°14 Género: Determinar el género de las personas encuestadas que permita identificar la forma, diseño y contenido que debe contener IK.

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: En la representación gráfica de los resultados se observa un porcentaje del 35% de las personas que respondieron la encuesta equivale al género masculino y un 65% de los encuestados corresponde al género femenino.

Análisis: Con base a los resultados obtenidos en el sondeo, se puede observar que a pesar de que el género Femenino ha sido el predominante en relación con el total de los participantes, el género no es un factor relevante, por lo que la aplicación tiene una mayor oportunidad para poder darse a conocer mediante publicidad dirigida tanto a hombres como mujeres.

2. Rango de edad

Objetivo: Resumir las edades de todos los encuestados en segmentos que permitan un análisis más específico dependiente del grupo en el que se encuentren.

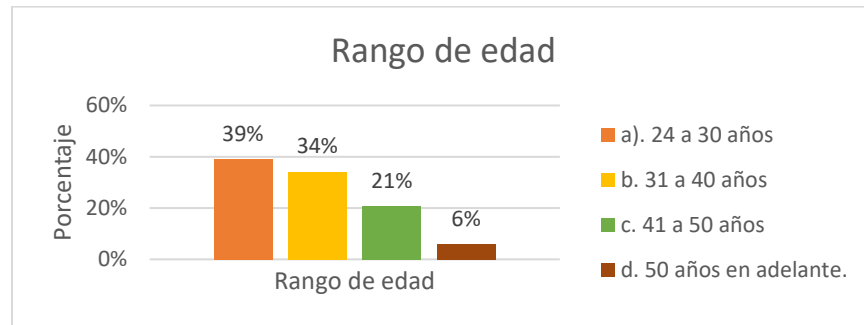


Figura N°15 Edad: Determinar los rangos de edades de los encuestados

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: En cuanto a los rangos de edad se obtuvieron los siguientes resultados: De 24 a 30 años con un porcentaje del 39%, de 31 a 40 años con un porcentaje del 34 %, de 41 a 50 años se obtuvo un valor del 21 % y de 50 años en adelante 6%.

Análisis: Este dato representa que la etapa de vida en la cual las personas encuestadas se encuentran realizando una mayor inversión en obras de mantenimiento y reparación en el área de Zacatecoluca, es el rango de edad de 24 a 30 años, seguido del rango de edad de 31 a 49 años; Se creería que estas etapas es cuando las personas están en edad productiva y cuando más se da la contratación porque necesitan dejar su hogar o negocio bien estructurado para etapas futuras. Los resultados obtenidos son significativos para la investigación porque arroja información importante que puede ayudar para orientar el segmento de población hacia la que va dirigida la App y los diferentes componentes para el desarrollo de la misma como el marketing, tipos de anuncio, medios a través de los cuales se va a publicitar, etc.

3. Situación actual de vivienda

Objetivo: Conocer el porcentaje de personas que poseen casa propia o alquiler, para tener un conocimiento general de cuantas personas tienen la necesidad de efectuar trabajos de obra civil en sus viviendas.



Figura N°16 Situación actual de vivienda: Identificar la situación actual de vivienda de los participantes de la encuesta

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: La representación gráfica de los resultados de la encuesta refleja que un 68% de las personas de la muestra manifestó vivir en casa propia y el 32 % reside en una casa de alquiler, dato importante porque ayuda a identificar que más del 50% de la población del área de Zacatecoluca posee vivienda propia.

Análisis: Este aspecto es relevante para el éxito de la aplicación porque implica que las personas por poseer vivienda propia pueden realizar obras civiles en sus viviendas representando un mercado potencial para las ventas de la APP.

4. Situación laboral actual

Objetivo: Objetivo: medir la disponibilidad de tiempo mediante la ocupación de las personas encuestadas

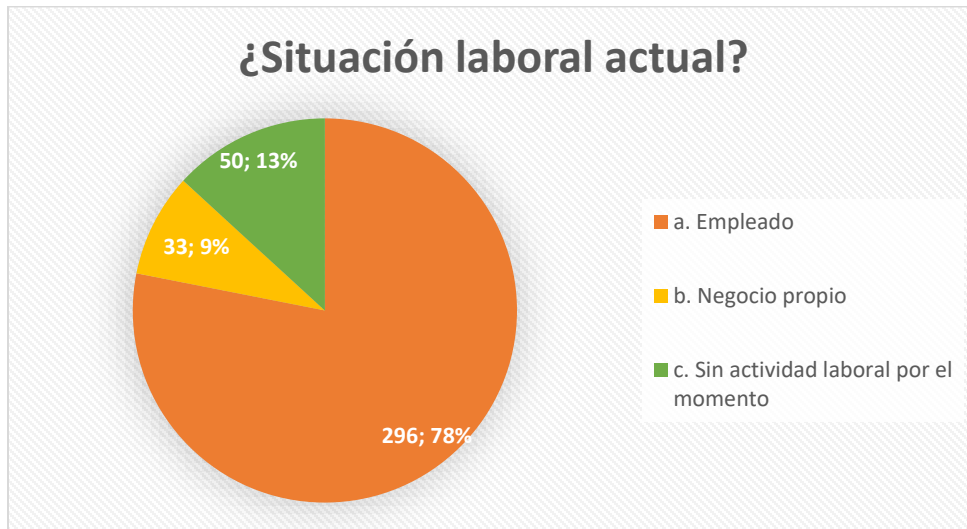


Figura N°17 Situación laboral actual: Establecer la fuente de ingresos que permitirá costear los trabajos obra civil

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: Los resultados del sondeo muestran que el 78% de las personas encuestadas poseen un empleo, el 9 % se sustentan de un negocio propio y solo el 13% está sin actividad laboral por el momento.

Análisis: Es importante conocer la disponibilidad de tiempo que tienen las personas y si tienen disponibilidad para ofrecer servicios mediante la aplicación, y a la vez para poder identificar si tienen el poder adquisitivo para solicitar servicios de profesionales en obra civil a través de una app, y por medio del sondeo podemos definir que, si la mayoría si puede hacer uso de ella, a través de su estado laboral actual.

5. ¿Posee Internet?

Objetivo: Identificar el alcance electrónico que se poseen las personas.

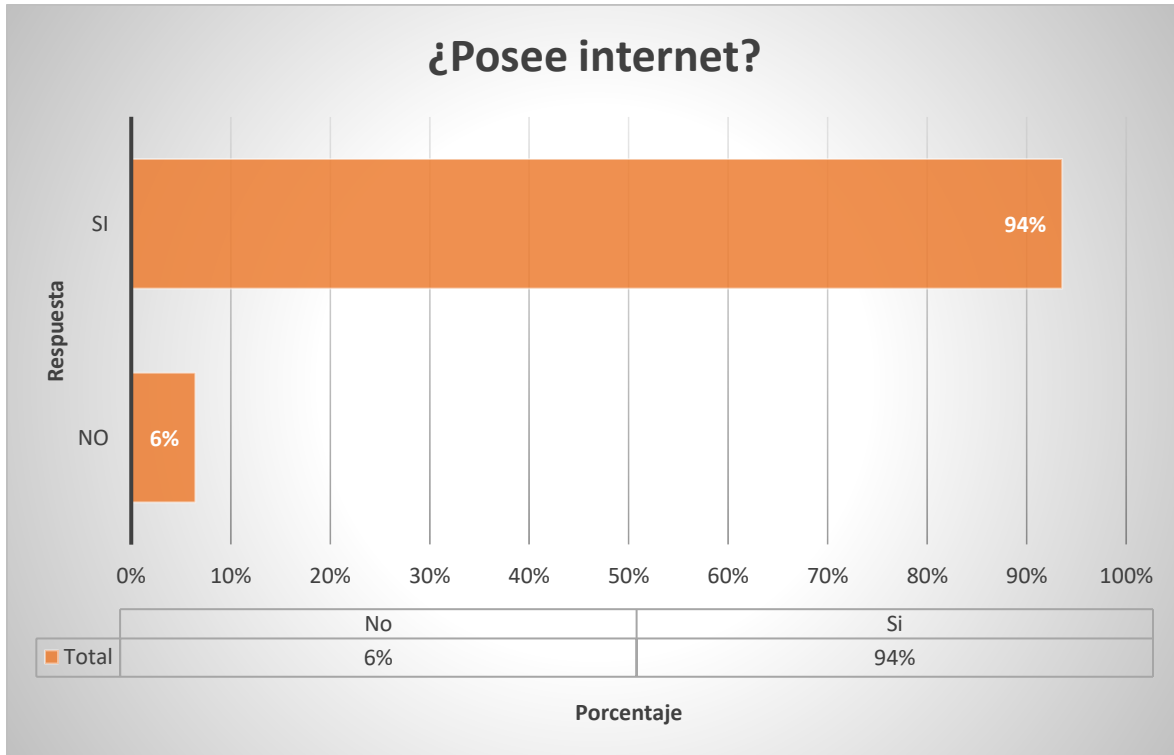


Figura N°18 Acceso a internet: Permite identificar el porcentaje de personas que poseen internet, debido a que la app en ejecución necesita este recurso para su funcionamiento.

Fuente: Encuesta de opinión.

Interpretación: Los resultados del sondeo reflejan que el 94% si posee acceso a Internet y el 6% no posee acceso internet.

Análisis: Actualmente el uso de internet va en crecimiento cada día permitiendo que las personas puedan comunicarse, libremente y sin barreras y este es un medio que contribuye al crecimiento económico de las empresas y negocios, es por ello que conocer esta información permite saber que si tendrán acceso a descargar y usar la app.

6. Si posee internet: ¿Qué tipo de plan posee?

Objetivo: Identificar qué plan de Navegación en Internet tienen las personas, para poder descargar la app.

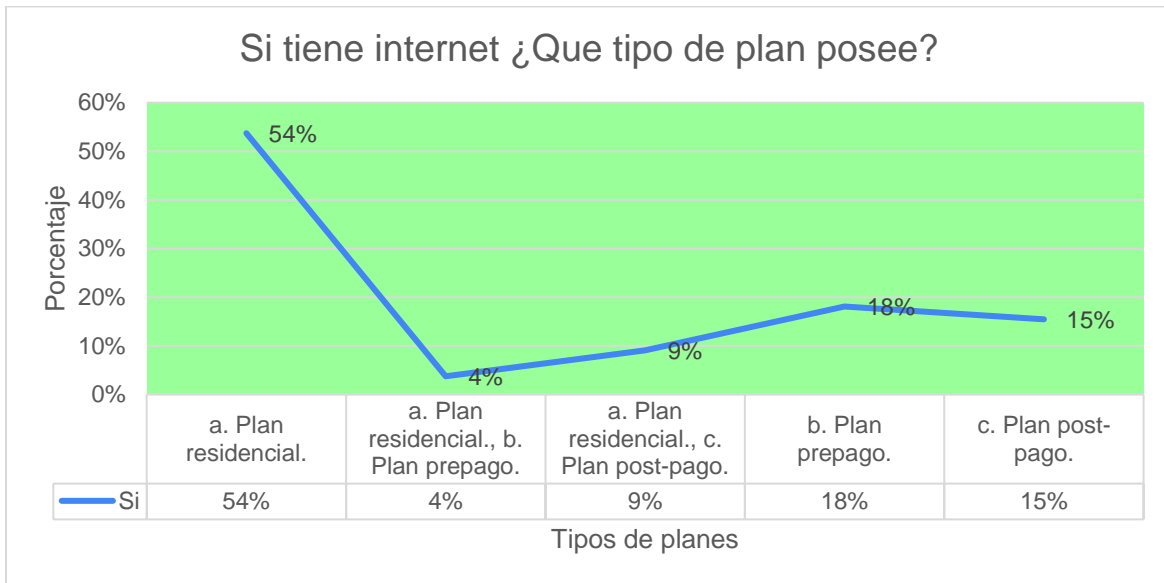


Figura N°19 ¿Qué tipo de plan?: Identifica el tipo de plan con el que accede a internet

Fuente: Encuesta de opinión.

Interpretación: Con base a los resultados obtenidos, el 54% de la población encuestada posee un plan de Internet Residencial, significa que la mayoría tendrá un acceso directo y seguro, un 18% poseen plan prepago (recargan cada a través de paquetes de internet y saldo) y un 15% tienen un plan pospago.

Análisis: El uso de las plataformas actualmente disponibles de Internet en el mercado salvadoreño representan una ventaja para la realización de la aplicación y el mercado, ya que se cuenta con el equipo necesario para descargar la aplicación, esto favorece el desarrollo de la aplicación para brindar calidad mientras navega, en el servicio de la app de profesionales de Obra Civil.

7. Si su respuesta es sí. ¿Con qué tipo de dispositivo accede a internet?

Objetivo: Determinar el tipo de dispositivo que usa la mayoría de población para orientar la creación de la Aplicación en ese sentido.

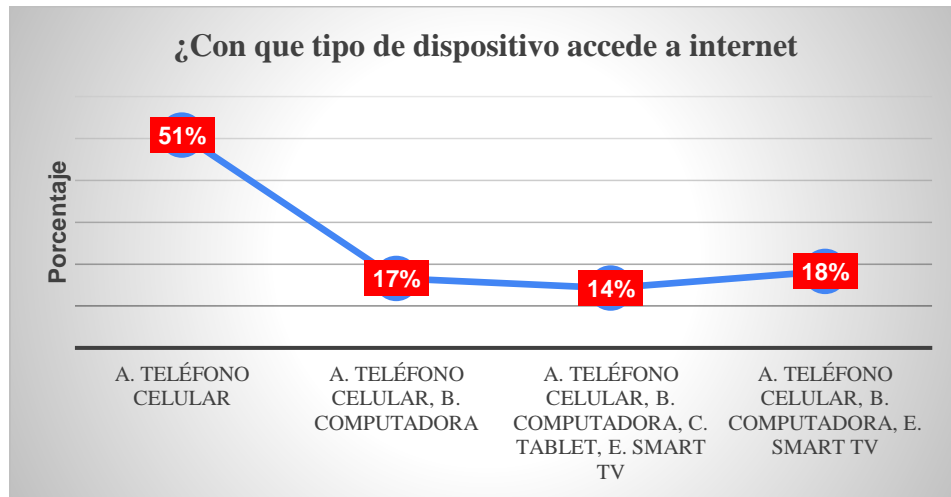


Figura N°20 Tipo de dispositivo: Buscar determinar el dispositivo de mayor uso por los clientes potenciales

Fuente: Encuesta de opinión.

Interpretación: Los resultados de la encuesta determina que el dispositivo más usado por la población encuestado es el teléfono como único dispositivo con 51% aproximadamente, luego un 18% se combinan el uso de teléfono con otros dispositivos como computadoras, Smart TV; y con el dispositivo celular y computadora un 17% y el que emplea todos los dispositivos corresponde a un 14%.

Análisis: Con base a lo que muestra la encuesta, se puede determinar que el dispositivo de mayor uso para la conexión a internet es el teléfono, por lo que la viabilidad de crear la Aplicación se define para uso en teléfono tanto Android como Iphone.

8. ¿Podría mencionar si ha usado o no alguno de estos servicios y con qué frecuencia los ha contratado?

Objetivo: Obtener datos reales de la población meta para determinar el potencial de mercado para la Aplicación.

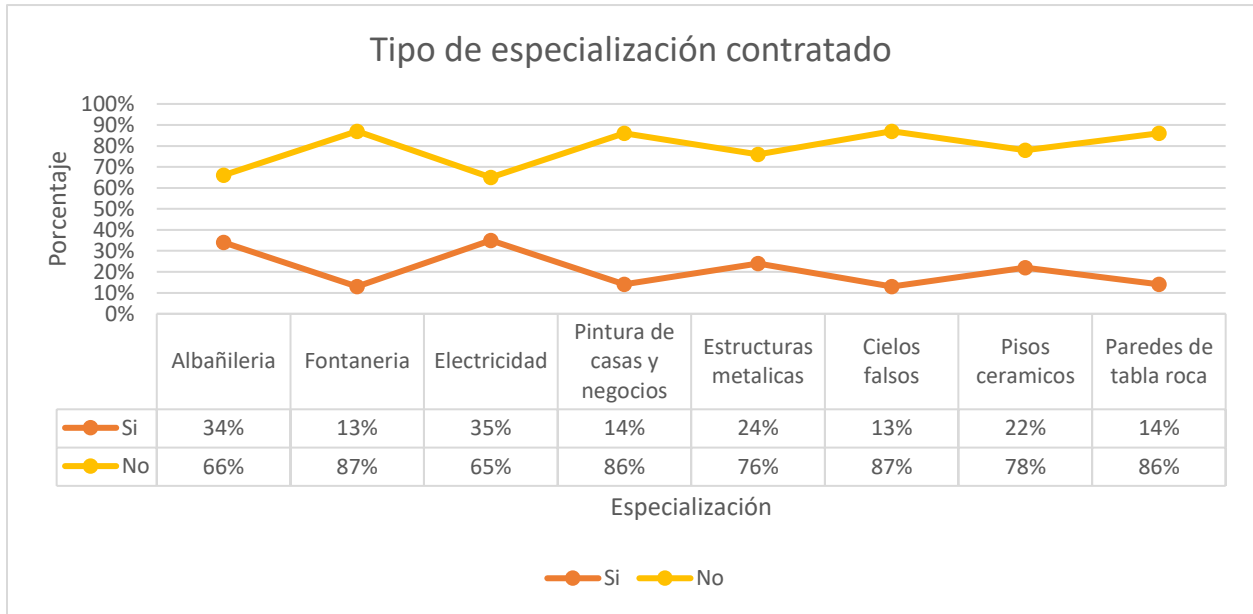


Figura N°21 Tipo de Servicio demandado: Contribuye a identificar la especialización de obra civil más solicitada, la cual debe ser una fortaleza para IK

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: Del total de la población encuestada en promedio 79% contestaron que no han contratado ninguno de los servicios propuestos y el resto de los encuestados si realizaron contratación de servicios de obra civil.

Análisis: Este dato refleja que existe un potencial de mercado para el desarrollo y éxito de la App. Ya que un gran porcentaje de encuestados no han realizado trabajos de obra civil, esto indica que la aplicación debe ser un motivador para iniciar trabajos de reparación en sus casas.

8.1 Albañilería

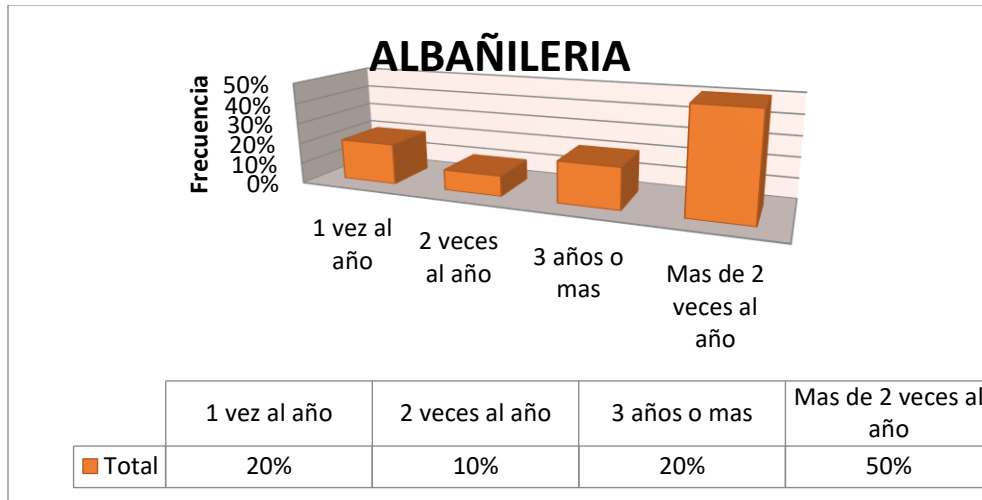


Figura N°22 Frecuencia de servicio demandado de albañilería

Fuente: Encuesta de opinión

8.2 Fontanería

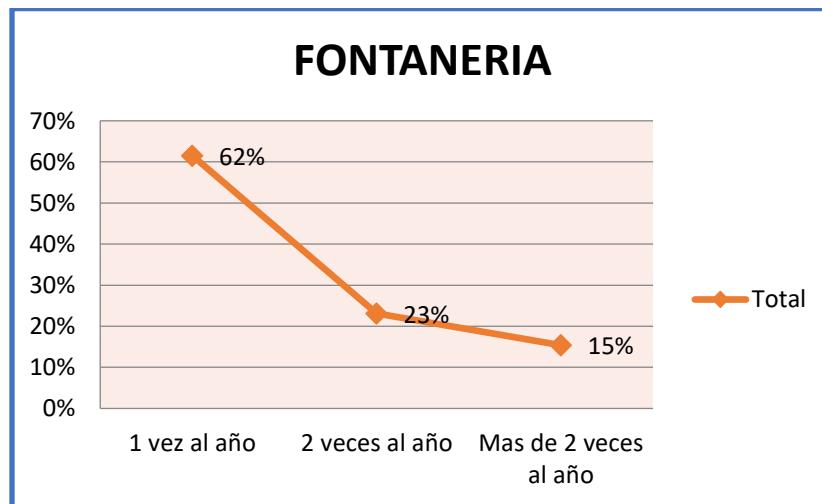


Figura N°23 Frecuencia de servicio demandado de fontanería

Fuente: Encuesta de opinión

8.3 Electricidad

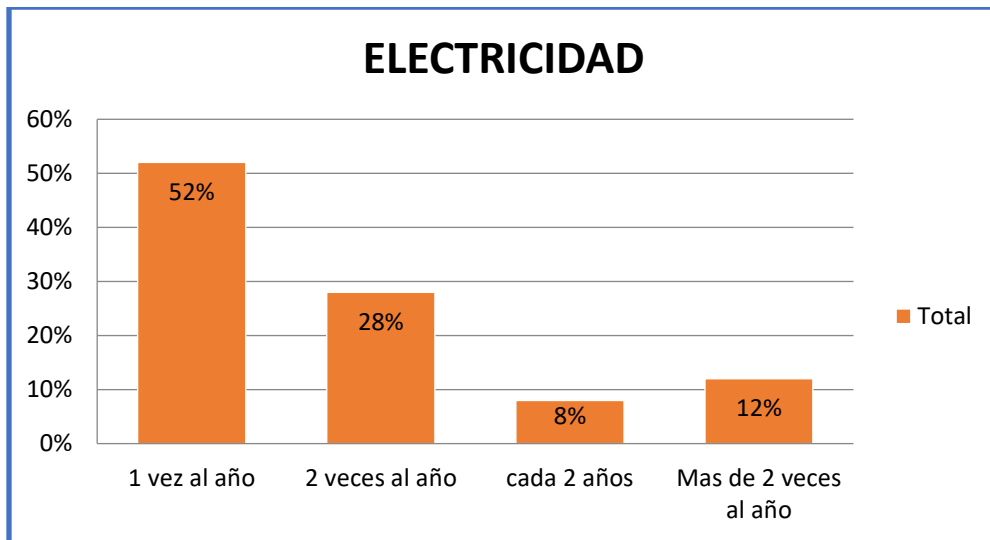


Figura N°24 Frecuencia de servicio demandado de electricidad

Fuente: Encuesta de opinión

8.4 Pintura

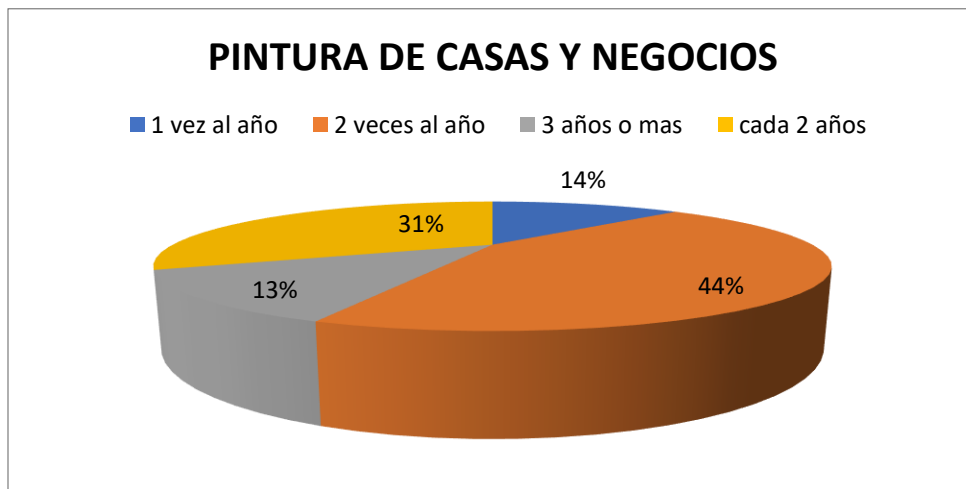


Figura N°25 Frecuencia de servicio demandado de pintura

Fuente: Encuesta de opinión

8.5 Estructuras metálicas

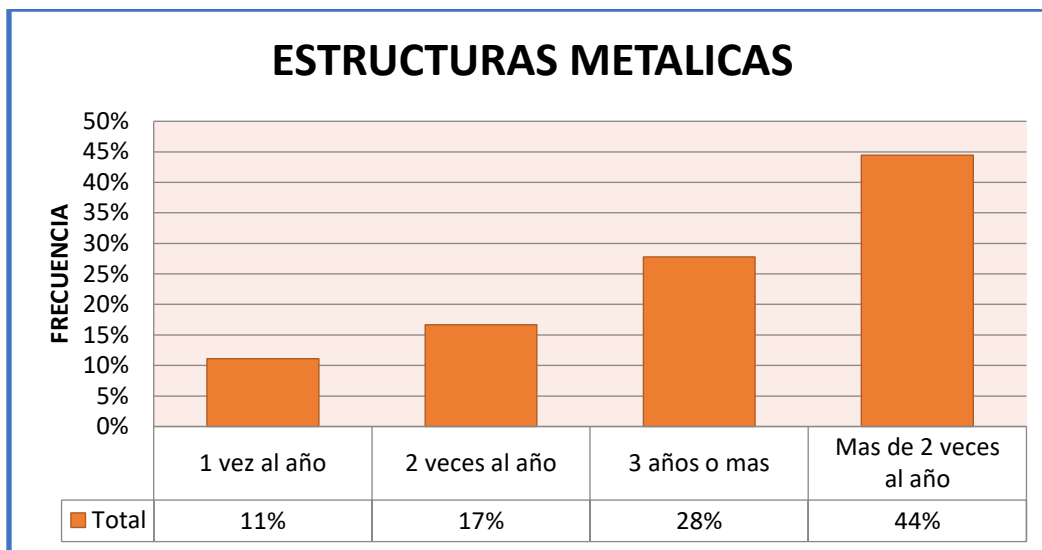


Figura N°26 Frecuencia de servicio demandado de estructuras metálicas

Fuente: Encuesta de opinión

8.6 Cielos Falsos

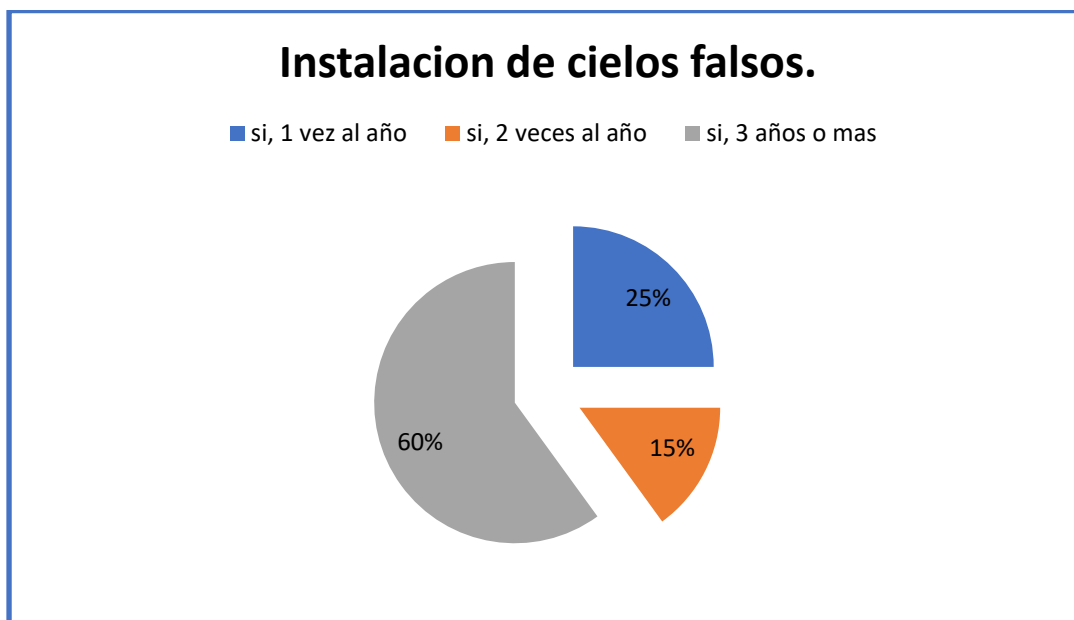


Figura N°27 Frecuencia de Servicio demandado de cielos falsos

Fuente: Encuesta de opinión

8.7 Pisos Cerámicos

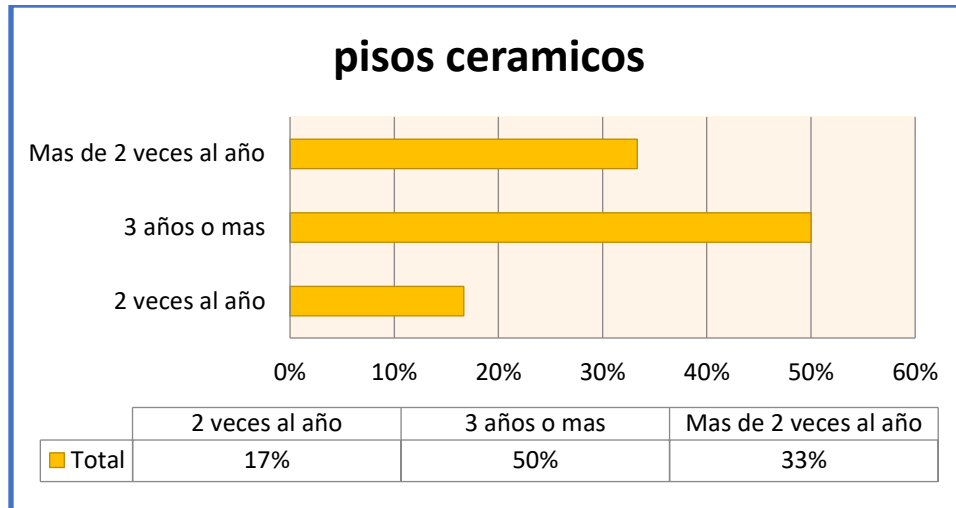


Figura N°28 Frecuencia de Servicio demandado de pisos cerámicos

Fuente: Encuesta de opinión

8.8 Tabla roca

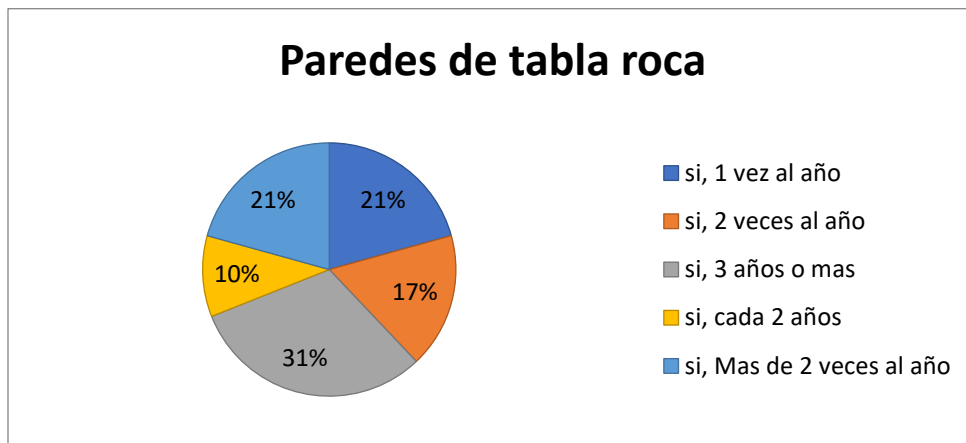


Figura N°29 Frecuencia de servicio demandado de tabla roca

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: Para tener un conocimiento más amplio de cuanta es la frecuencia en que las personas encuestadas, hacen uso de los servicios de Obra civil, mostramos en las gráficas en detalles las cantidades específicas de que optan por adquirir estos servicios.

La representación gráfica de los resultados de la encuesta refleja que el 50 % de la población encuestada opta por más de dos veces al año por la albañilería y estructuras metálicas un 44% más de dos veces al año; pintura de casas y negocios, las personas optan por este servicio de obra civil dos veces al año con un 60% y 44%, fontanería y electricidad acuden a estos servicios solo una vez al año, y por los servicios que menos optan son por piso cerámico, paredes de tabla roca e instalación de cielos falsos, son los que menos hacen uso.

9. Si buscó o contrató servicios de mantenimiento de Obra Civil, ¿A través de que medio lo hizo?

Objetivo: Identificar los medios que permiten a los encuestados determinar una contratación, para orientar la publicidad apegada a esos resultados.

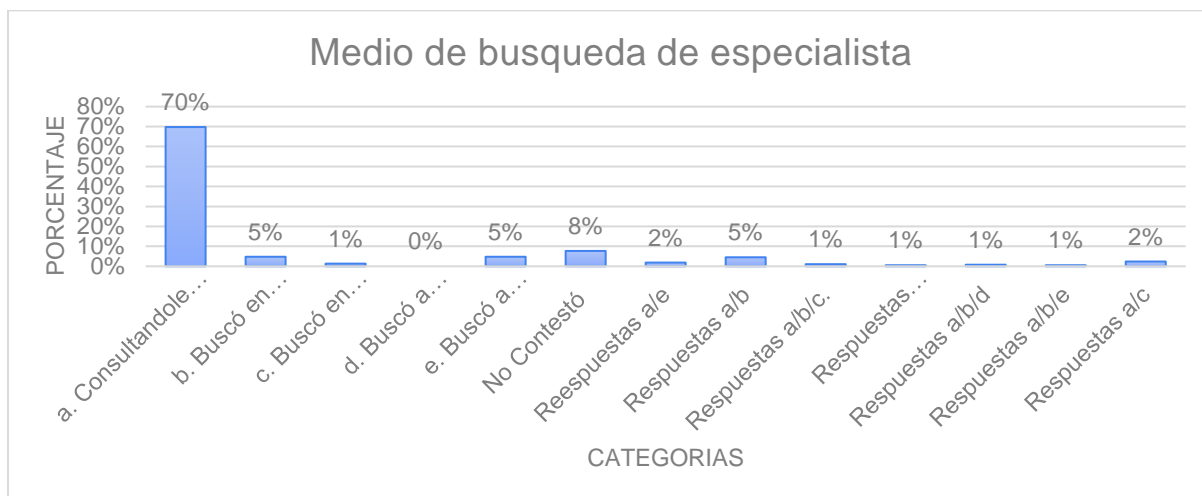


Figura N°30 Forma de búsqueda de servicios: Identifica los medios a través de los cuales los especialistas de obra civil ofertan su trabajo.

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: Los resultados de la encuesta son bastante claros, determinado aproximadamente que aproximadamente un 70% basa su decisión para la contratación de trabajos de Obra civil,

basándose en las recomendaciones realizadas por familiares y amigos; un 5% busco en internet al igual que un 5% se auxilió de carteles y anuncios en paredes y postes.

Análisis: Este resultado ayuda a comprender que la opinión de las personas que están alrededor de los encuestados tiene mucha importancia, lo que indica para la marca un reto en realizar un trabajo eficiente para generar publicidad de boca en boca que ayude a atraer una clientela estable.

10. ¿Cuánto pagó en promedio por los servicios de Obra Civil realizados?

Objetivo: Determinar el promedio pagado por los encuestados por servicios de Obra Civil.

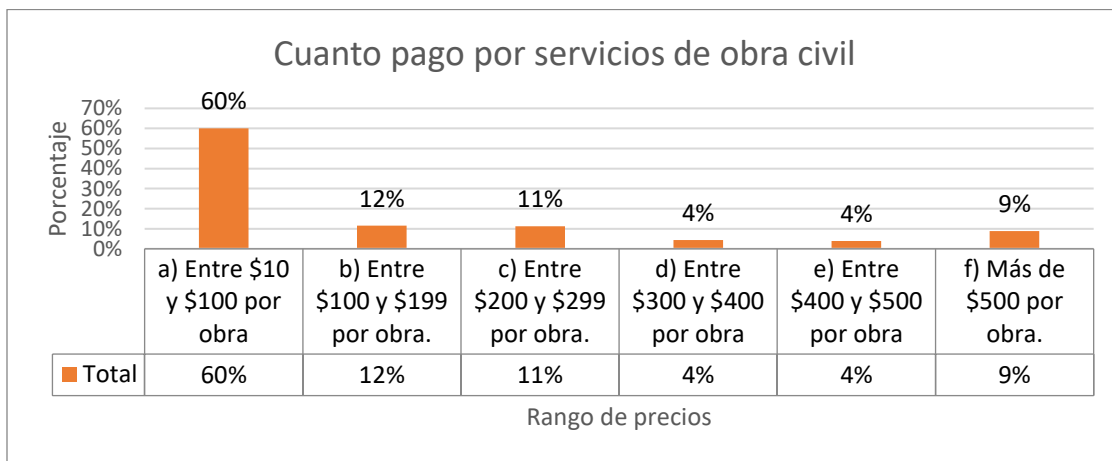


Figura N°31 Pago promedio: se establece el rango de precio que han pagado los encuestados al contratar servicios de obra civil.

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: El rango de pago que tuvo mayor porcentaje obtuvo es el pago de \$10 a \$100 dólares con un 60% aproximadamente, en segundo lugar se encuentra el rango de pago de \$100 a \$199 con un porcentaje del 12%, en tercer lugar el monto de pago \$200 a \$ 299 con un 11%, luego se encuentra el rango de pago de \$300 a 399 con un 5%; el siguiente rango es \$400 a \$499 con valor del 3% y el último rango corresponde a los montos de más de \$500 por obra contratada y ese rango obtuvo un porcentaje del 9%.

Análisis: Este resultado da un parámetro para tener una idea de cuanto está invirtiendo la población en mantenimiento de obras civiles, siendo el valor de \$100 a \$199 dólares el rango predominante en la contratación.

11. ¿Si existiera una aplicación móvil que facilite encontrar los servicios de un conjunto de especialistas certificados y experimentados en reparaciones de Obra Civil, cerca de su lugar de residencia o negocio, estaría dispuesto a usarla?

Objetivo: Conocer la aceptación que tendría una App para los encuestados, en el área de servicios de Obra Civil.

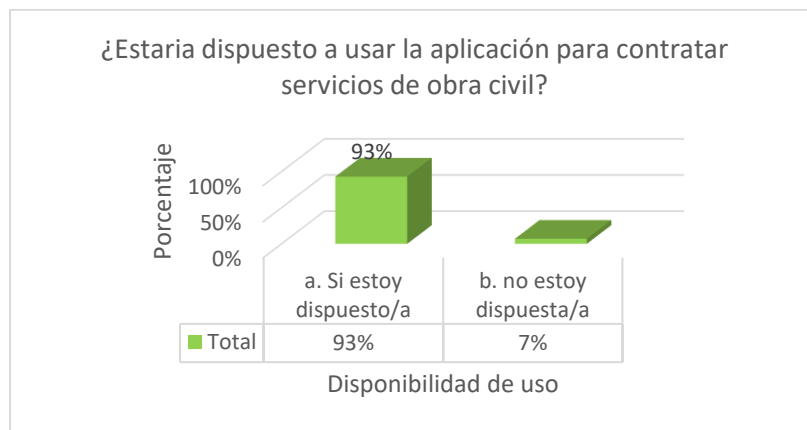


Figura N°32 Disposición para usar la aplicación: Identifica el grado de intención de uso de una nueva aplicación de servicios.

Fuente: Encuesta de opinión

Interpretación: Los datos que se observaron en los resultados arrojan un porcentaje aproximado mayor al 93% de aceptación de la App. Y un 7% de no aceptación o rechazo a usarla.

Análisis: Con este valor se identifica que hay una aceptación muy alta lo que indica que es viable el desarrollo de la APP.

TABLAS DE CRUCE DE VARIABLES

Tabla N°17

Edad

Edad	Género		
	Femenino	Masculino	Total
a). 24 a 30 años	24%	15%	39%
b. 31 a 40 años	24%	10%	34%
c. 41 a 50 años	11%	9%	21%
d. 50 años en adelante.	4%	1%	6%
Total	64%	36%	100%

La tabla N°17 Presenta los rangos de edad en la que se encuentran las personas encuestadas

Fuente: Autoría propia

Tabla N°18

Situación laboral

¿Cuál es su género?	Situación laboral			Total
	a. Empleado	b. Negocio propio	c. Sin actividad laboral	
Femenino	60%	70%	86%	65%
Masculino	40%	30%	14%	35%
Total	100%	100%	100%	100%

La tabla N°18 Presenta el desglose de la situación laboral actual por género de las personas participantes de la encuesta.

Fuente: Autoría propia

Tabla N°19

Situación actual de vivienda

¿Cuál define mejor su situación actual de vivienda?	Género		
	Femenino	Masculino	Total
a. Casa propia	68%	69%	68%
b. Alquiler	32%	31%	32%
Total	100%	100%	100%

La tabla N°19 presenta la posesión actual del inmueble de residencia por género de las personas encuestadas, como se observa las personas poseen en su mayoría casa con status propia, lo que propicia que la aplicación sea muy aceptada.

Fuente: Autoría propia

Tabla N°20

Posee internet

Situación de vivienda	Posee internet		
	Si	No	Total
a. Casa propia	63%	4%	67%
b. Alquiler	30%	2%	33%
Total	94%	6%	100%

La tabla N°20 presenta el porcentaje de hogares ya sea este en calidad de propio o en alquiler, que tienen acceso a internet indiferente de la compañía, este dato es de mucha importancia ya que la aplicación funciona con la tecnología de internet

Fuente: Autoría propia

Tabla N°21

Qué tipo de plan de internet posee

Plan de Internet	¿Qué tipo de plan posee?
a. Plan residencial.	53%
a. Plan residencial., b. Plan prepago.	4%
a. Plan residencial., b. Plan prepago., c. Plan pospago.	1%
a. Plan residencial., c. Plan pospago.	9%
b. Plan prepago.	18%
c. Plan pospago.	15%
Total	100%

La tabla N°21 Muestra el tipo de plan para acceder a internet que poseen los encuestados que manifestaron tener internet.

Fuente: Autoría propia.

Tabla N°22

Dispositivo para usar internet

Dispositivo para usar internet	¿Si posee internet?
a. Teléfono celular	50%
a. Teléfono celular, b. Computadora	15%
a. Teléfono celular, b. Computadora, c. Tablet	1%
a. Teléfono celular, b. Computadora, c. Tablet, e. Smart TV	13%
a. Teléfono celular, b. Computadora, e. Smart TV	16%
a. Teléfono celular, c. Tablet, e. Smart TV	1%
a. Teléfono celular, e. Smart TV	3%
b. Computadora	2%
e. Smart TV	1%
Total	100%

La tabla N°22 Presenta el tipo de dispositivo que emplean para navegar, las personas que poseen internet

Fuente: Autoría propia

Tabla N°23

Como pudo contratar los servicios de un especialista

¿Qué medio uso para buscar servicios de obra civil?	Género		
	Femenino	Masculino	Total
a. Consultándole a familia, amigos/conocidos.	63%	34%	97%
b. Busca en internet	0%	1%	1%
c. Busca en una red social.	1%	0%	1%
e. Busca a través de rótulos/ avisos, cerca de donde vive.	1%	0%	1%
Total	66%	34%	100%

La tabla N°23 muestra el medio de comunicación por el cual las personas encuestadas logran acceder a los servicios de obra civil

Fuente: Autoría propia

Tabla N°24

Disposición de usar la aplicación

¿Estaría dispuesto a usar la aplicación?	Situación de vivienda		
	a. Casa propia	b. alquiler	Total
a. Si estoy dispuesto/a	62%	30%	92%
b. no estoy dispuesta/a	6%	2%	8%
Total	68%	32%	100%

La tabla N°24 Muestra el porcentaje de aceptación de usar la aplicación de servicios de obra civil, por parte de los propietarios o inquilinos de las viviendas.

Fuente: Autoría propia

Antecedentes gráficos de una marca



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 12/09/2023
 HORA: 14:15:57

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 27 05 01

Clase: 37,42

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2022202852		20220335219	24/02/2022	00211	00419	16/05/2022	
Clasificación:	Titular: DIRECCION NACIONAL DE OBRAS MUNICIPALES						
24 01 13							
24 17 25							
27 05 01							
27 05 22							

Clase: 36,37

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2012120504		20120172207	07/08/2012	00140	00210	07/05/2013	
Clasificación:	Titular: FUNDACION UN TECHO PARA MI PAIS						
27 05 01							

Figura N°33 Antecedentes gráficos de una marca

Fuente: Centro Nacional de Registro de El Salvador.

Antecedentes gráficos de una marca



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 12/09/2023
 HORA: 14:12:15

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena: 26 04 18

Clase: 37

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2017157867		20170245837	23/01/2017				
Clasificación:	Titular: BOGLIONE BARRAZA, JOSE HERMES						
26 04 18							
27 05 21							

Clase: 16,37

Código:	Distintivo:	Presentación	Fecha sol.	No. ins.:	Libro ins.:	Fecha. ins.:	Nacionalidad
2021198046		20210326043	25/08/2021				
Clasificación:	Titular: PASCUAL BARRIENTOS, MARIA TERESA						
26 04 18							
27 05 08							

Figura N°34 Antecedentes gráficos de una marca

Fuente: Centro Nacional de Registro de El Salvador.

Logotipos Similares

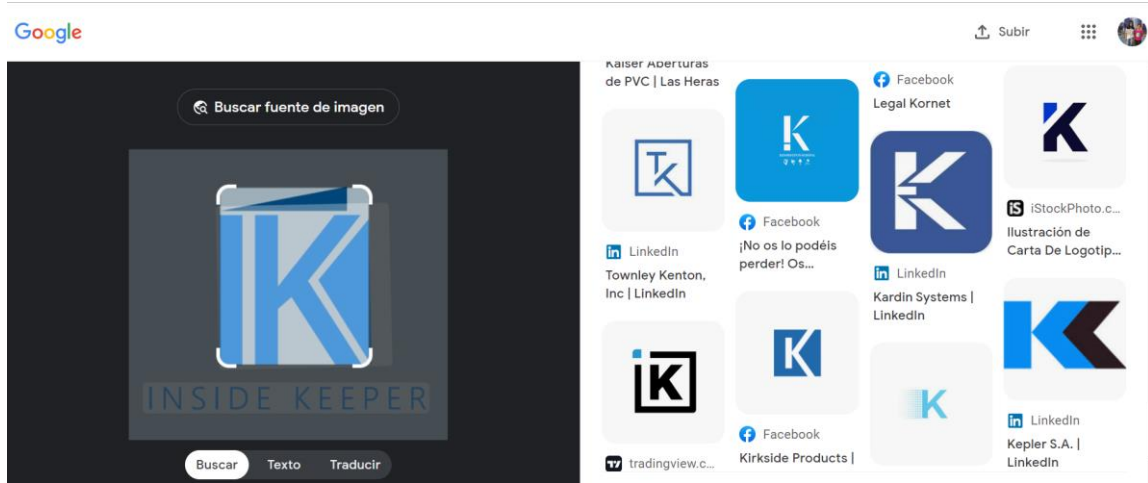


Figura N°35: Logotipos similares en Google lents

Fuente: Centro Nacional de Registro de El Salvador.

Búsqueda de nombre en Miempresa.gob

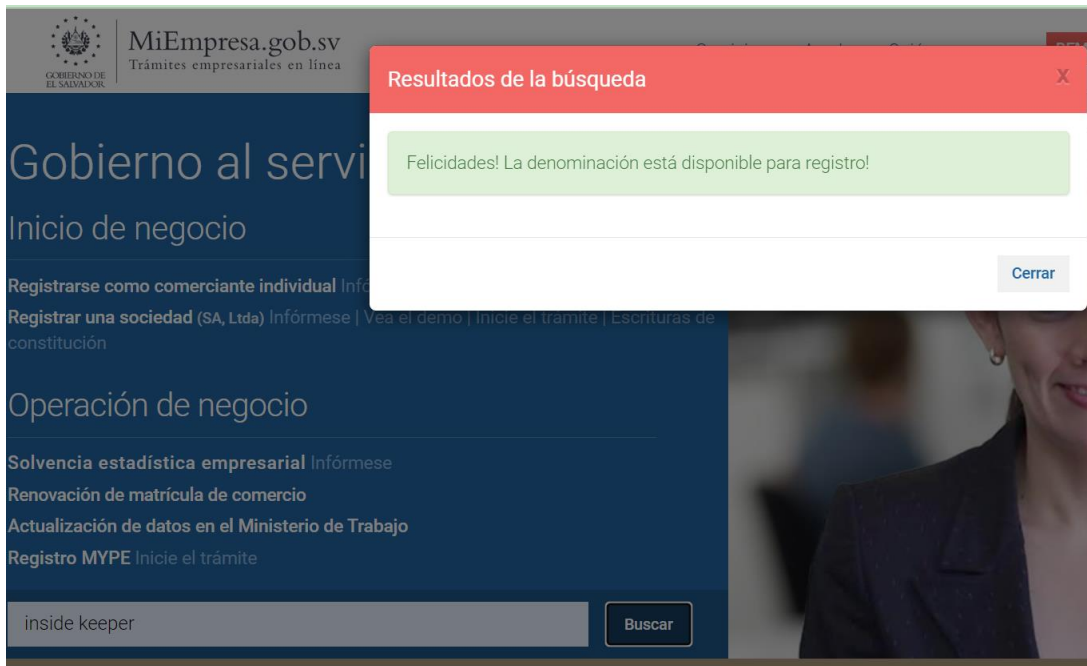


Figura N°36: Búsqueda de nombre en Miempresa.gob

Fuente: Centro Nacional de Registro de El Salvador.