

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

TEMA:
DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: REMOTO

PRESENTADO POR:

DÍAZ DÍAZ, NANCY ELIZABETH	L10804
ERAZO LANDAVERDE, ALEJANDRA YAMILETH	L10804
GARCÍA ALAS, KARLA BEATRIZ	L10804

MAYO 2023
SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Vicerrector Académico: PhD. Raúl Ernesto Azcúnaga López
Secretario General: Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano de la Facultad de Ciencias

Económicas: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

Secretaría de la Facultad de Ciencias

Económicas: Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo

Director Escuela de Mercadeo

Internacional: Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda

Coordinador General de

Proceso de Grado: Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

Coordinador de Seminario de

Proceso de Graduación: Lic. Marta Julia Martínez Borjas

Docente Director: Lic. José Gerardo Jandres Jandres

Jurado Examinador: Lic. José Gerardo Jandres Jandres Jandres

Lic. Óscar Ernesto Esquivel Cruz

Msc. Edwin Iván Pastore Chávez

MAYO 2023

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Principalmente doy gracias a Dios, por darme la sabiduría y la fuerza necesaria para culminar con éxito esta bonita etapa de mi vida, a mis padres: Mariano Patrocinio Díaz y Gloria del Carmen Díaz, gracias porque me guiaron, motivaron y apoyaron durante todo este proceso, a mis amigos y compañeros de estudio quienes me brindaron su apoyo incondicional en todo momento, a cada uno de los docentes por tan excelente labor que ejercen y por habernos formado profesionalmente. Por último, pero no menos importante, a mi alma mater “Universidad de El Salvador” por ser mi casa de estudio, en donde pude formarme profesionalmente.

Nancy Elizabeth Díaz Díaz

Agradezco a Dios primeramente por permitirme culminar una de las etapas más importantes en mi vida, a mi madre Rosa Lidia Landaverde, quien me ha apoyado en mi formación y educación, a mi hermanos y hermanas quienes me motivan a seguir adelante y creen en mí incondicionalmente, a mis abuelos quienes me han regalado todo su cariño, a mis amigos y amigas que han estado conmigo en estos años de la carrera, a todos los catedráticos de la Universidad de El Salvador que nos ayudan a formarnos como profesionales, y agradezco a nuestro asesor quien ha contribuido grandemente en que este proyecto haya culminado, a todos muchas gracias.

Alejandra Yamileth Erazo Landaverde

Agradezco primeramente a Dios por todas las bendiciones que me ha brindado hasta el día de hoy, por darme la fuerza y sabiduría para poder continuar este proceso, agradezco a mi madre por ser mi motor para llegar a ser la persona profesional que siempre deseó, su recuerdo vivirá siempre en mi mente y mi corazón, a mis hermanos que me han apoyado infinitamente, los cuales han sido partícipes del esfuerzo y dedicación colocado en este trabajo, a mis amigas/os y compañeras de especialización por unir esfuerzos físicos e intelectuales para hoy por fin culminar nuestros proyecto, finalmente al docente asesor y a la Universidad de El Salvador, por permitirnos formarnos académicamente y darnos la oportunidad de ser los futuros profesionales de este país.

Karla Beatriz García Ala

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Antecedentes	1
1.1.2 Descripción	4
1.1.3 Formulación	5
1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.2.1 Geográfica y Temporal	6
1.2.2 Teórica	6
1.3 MARCO TEÓRICO.....	8
1.3.1 Histórico	9
1.3.2 Conceptual	16
1.3.3 Legal	20
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	24
2.1.1 Generalidades	24
2.1.2 Enfoque	24
2.1.3 Unidad de análisis	25
2.1.4 Técnicas de Investigación	26
2.1.5 Instrumento de Investigación	27
2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	27
2.2.1 FODA cruzado	27
2.2.2 Desarrollo de 5 fuerzas de Michael Porter	28

2.2.3 Desarrollo de PEST	31
2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	32
2.3.1 FODA cruzado	32
2.3.2 Cinco fuerzas de Michael Porter	32
2.3.3 Análisis PEST	33
2.4 DESARROLLO DE LIENZO CANVAS	34
CAPÍTULO 3. APORTE DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	35
3.2 MARCO ESTRATÉGICO.....	36
3.2.1 Misión	36
3.2.2 Visión	36
3.2.3 Valores	36
3.2.4 Objetivos	36
3.2.5 Metas	37
3.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	38
3.4. VENTAJA COMPETITIVA.....	41
3.5. PLAN ORGANIZACIONAL	42
3.5.1 Estructura organizativa de la empresa	42
3.5.2 Organización de gestión y Recursos Humanos	43
3.5.3 Proceso administrativo	51
3.5.4 Identificación y características de proveedores	54
3.6. PLAN DE MERCADEO	55
3.6.1 Resultados de la investigación de mercado	56
3.6.2 Análisis de resultados de la investigación	57
3.6.3 Análisis de la situación	59
3.6.4 Marketing Mix Digital	60
3.7. PLAN DE VENTAS	64

3.7.1 Ciclo de ventas	64
3.7.2 Proyección de ventas	70
3.8 PLAN FINANCIERO	70
3.8.1 Plan de inversión	71
3.8.2 Estructura de costos	72
3.8.3 Flujo de efectivo	75
3.8.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio	76
3.8.5 Estado de Resultados proyectado	78
3.9. PLAN DE TRABAJO	80
3.10. INDICADORES DE MEDICIÓN	81
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS	85

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Lienzo Canva de Remoto	34
Ilustración 2. Servicios para suscriptores clasificados como candidatos para Remoto	38
Ilustración 3. Servicios para suscriptores clasificados como empleadores para Remoto.	39
Ilustración 4. Servicios para marcas que desean publicidad en la plataforma Remoto.	40
Ilustración 5. Ventaja competitiva de Remoto.	41
Ilustración 6. Organigrama de la empresa Remoto.	42
Ilustración 7. Dashboard de resultados del estudio de mercado de Remoto, elaborado en https://datastudio.google.com/s/k15zW2Gyt_M	56
Ilustración 8. Fases del ciclo de ventas utilizado por Remoto.....	64
Ilustración 9. Costumer Journey de Remoto, tanto para candidatos como empleadores.....	69
Ilustración 10. Gráfico de ingresos del punto de equilibrio en el plazo de 5 años.	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. El Salvador, Población por sexo, según grupos de edad del Área Metropolitana de San Salvador	25
Tabla 2. Análisis FODA cruzado	30
Tabla 3. Análisis de los factores claves del entorno (PEST)	31
Tabla 4. Organización de gestión	43
Tabla 5. Identificación y características de proveedores	54
Tabla 6. Análisis de la competencia	59
Tabla 7. Marketing mix de Remoto	60
Tabla 8. Estrategia 1	62
Tabla 9. Estrategia 2	62
Tabla 10. Estrategia 3.....	63
Tabla 11. Estrategia 4.....	63
Tabla 12. Proyecciones de ventas en unidades	70
Tabla 13. Proyecciones de ventas en dólares	70
Tabla 14. Supuestos de inversión y financiación	71
Tabla 15. Tabla de amortización préstamo	72
Tabla 16. Costo bruto por unidad vendida.....	72
Tabla 17. Costo bruto del primer año	73
Tabla 18. Costo bruto del segundo año	73
Tabla 19. Costo bruto del tercer año.....	73
Tabla 20. Costo bruto del cuarto año	74
Tabla 21. Costo bruto del quinto año.....	74
Tabla 22. Proyección del costo de salarios a empleados.....	74
Tabla 23. Proyección de otros costos y gastos	75
Tabla 24. Flujo de efectivo proyectado al primer año	75
Tabla 25. Flujo de efectivo proyectado del año 2 al año 5	75
Tabla 26. Proyecciones de Rentabilidad.....	76
Tabla 27. Proyecciones del punto de equilibrio.....	77
Tabla 28. Ingresos del punto de equilibrio proyectados para 5 años.....	77
Tabla 29. Estados financieros proyectados para el primer año	78
Tabla 30. Estados Financieros proyectados desde el año 2 al año 5	79
Tabla 31. Cronograma del plan de trabajo de los primeros 6 meses de Remoto.....	80

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día las plataformas digitales se han convertido en una herramienta tecnológica para las empresas, en el ámbito laboral cada vez más las personas evolucionan en la manera de buscar o adquirir un empleo, pues la mayoría de las empresas buscan hacer un primer contacto con sus futuros candidatos de manera virtual, en el año 2020 la pandemia de COVID-19 cambió o mejoró esta práctica para muchos sectores.

Se observó la necesidad de crear un espacio para que las personas puedan tener ese primer acercamiento entre empleadores y candidatos, ayudando a que el proceso de reclutamiento sea más práctico. Remoto nace con la idea de convertirse en la primera plataforma de El Salvador dedicada a la exposición de ofertas y perfiles laborales, brindando la oportunidad que personas profesionales, técnicos o personas que se dedican a un oficio puedan adquirir ingresos económicos, por medio de trabajos a tiempo parcial o por horas.

En El Salvador el adquirir un empleo formal o a tiempo completo es difícil debido a que existe una gran demanda, por lo que la informalidad y subcontratación es evidente en el país, pues muchos de los requisitos para aplicar a un empleo formal precisan de estudios y experiencia previas, adicionalmente se debe participar en tediosos procesos de selección y documentación legal. Remoto busca ser una plataforma donde estos elementos y procesos sean acortados, la adquisición salarial sea inmediata y la paga dependerá de cada tarea realizada por el usuario.

INTRODUCCIÓN

El avance de la tecnología ha evolucionado la modalidad de empleabilidad en los últimos años a nivel mundial, logrando un contacto más directo entre empleadores y empleados, permitiendo conocer los perfiles de ambas partes previo a una contratación.

El presente trabajo muestra el planteamiento de una propuesta de negocio dedicada a la exposición de perfiles laborales de sus usuarios frente a las empresas, diversificando las plataformas digitales de empleabilidad, brindando la opción de que profesionales, técnicos o personas que ejercen un oficio, puedan laborar por días u horas, de manera presencial o remota y que de esta manera logren obtener ingresos económicos.

Existe un nicho de mercado en el país que no ha sido aprovechado, las personas económicamente activas, pero que no cuentan con un empleo permanente o que buscan expansión en el área laboral, pues no saben cómo dar a conocer sus servicios profesionales o técnicos.

Con la ayuda de herramientas, tales como el FODA, las 5 fuerzas de Michael Porter y el análisis PEST, se logrará identificar la situación actual para el desarrollo de una plataforma digital dedicada a la empleabilidad en el Área Metropolitana de San Salvador.

CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se detallan antecedentes sobre el surgimiento de plataformas digitales, tanto las que ayudan a generar empleos como las que benefician a las empresas para modificar su modelo de negocio y facilitar el día a día de la sociedad. También, se describen los sectores de la actividad económica con más demanda de empleos, se mencionan libros y leyes que servirán de apoyo para la correcta investigación sobre el desarrollo del diseño del modelo de negocio Remoto.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Antecedentes

En los últimos años, la era digital ha transformado la perspectiva de muchos negocios con el surgimiento de las plataformas digitales. Estas plataformas basadas en tecnología digital siguen incluyéndose a diversos sectores de la economía día a día, puesto que se han vuelto la nueva forma de trabajo y de empresas, modificando así fundamentos tradicionales de los mercados laborales. Esto es beneficioso tanto para las empresas como para la sociedad en general, porque estimula la innovación en la forma del crecimiento económico a nivel mundial.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en su informe “Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo: El papel de las plataformas digitales en la transformación del mundo del trabajo” (OIT, 2021), afirma que las plataformas digitales de trabajo se han convertido en un elemento importante de la vida contemporánea, pues nos permiten organizar un traslado en auto, pedir comida y acceder a una infinidad de otros servicios en línea.

Para El Salvador, la generación de empleo a través de plataformas digitales promete una gran oportunidad para el desarrollo del país, aunque la tasa de desempleo sea baja, los niveles de informalidad, inestabilidad y subempleo son altos, las ventajas de empleabilidad dentro de estas plataformas ofrecen beneficios como: generar ingresos por arriba del promedio y superar las barreras de inserción laboral por discriminación de género, lugar de residencia o falta de experiencia laboral. En cuanto a las ventajas que brindan las plataformas digitales para países en vías de desarrollo son que ayudan a reducir los índices de informalidad y aumentar la recaudación, dado que los pagos quedan registrados en sus sistemas. Esto abre camino a generar nuevos empleos; a pesar de que El Salvador es un país afectado por la violencia y la inseguridad, las plataformas digitales son atractivas para los jóvenes con habilidades para el uso de las tecnologías.

i. El Salvador y el teletrabajo

En El Salvador, la Asamblea Legislativa aprobó el Decreto No. 600 en marzo de 2020, durante la emergencia nacional por el COVID-19, estableciendo la Ley de Regulación del Teletrabajo. Esto permitió a los empleadores y trabajadores, tanto del sector público como privado, optar por el trabajo semipresencial o a distancia utilizando Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Antes de la entrada en vigor de esta ley, no existía una regulación expresa sobre el teletrabajo en El Salvador, pero no estaba prohibido. Sin embargo, se requería que los contratos de trabajo indicaran un lugar físico para el desarrollo de las labores, y los trabajadores estaban adscritos a un centro de trabajo que debía cumplir con las normas de seguridad e higiene ocupacional. Con la nueva ley, los trabajadores pueden realizar sus labores desde sus hogares.

A nivel internacional, se considera necesario obtener el consentimiento expreso del teletrabajador antes de implementar esta modalidad, según documentos de la Organización Internacional del Trabajo.

ii. Sectores laborales con más demanda

El mercado laboral de El Salvador presenta oportunidades en diversos sectores, aunque algunos tienen una mayor demanda. Según el Observatorio Talento 4.0, impulsado por Crecer y CASATIC, los sectores más solicitados son Tecnología de la Información (TI), Mercadeo y Ventas, Restaurantes y Finanzas/Contabilidad y Auditoría.

En el sector de TI, se ha observado un aumento del empleo en esta área en los últimos dos años, con habilidades en data, programación y soporte técnico siendo las más demandadas. La mayoría de las contrataciones en TI son hombres, y las empresas buscan profesionales con experiencia previa de uno a tres años.

En el sector de Mercadeo y Ventas, se requieren especializaciones en Marketing y Administración de empresas. Las contrataciones están equilibradas en términos de género, y se valoran tanto la experiencia previa de uno a tres años como la falta de experiencia en algunos cargos.

En el sector de Restaurantes, se observa una mayor contratación de hombres. Hay oportunidades para profesionales sin experiencia previa, pero también se solicitan personas con diferentes niveles de experiencia, desde menos de un año hasta más de tres años.

En el sector de Finanzas/Contabilidad y Auditoría, la contratación se inclina hacia los hombres, y las empresas buscan profesionales con experiencia previa de uno a tres años. Se demandan habilidades en contabilidad, auditoría y administración de empresas.

Es importante mencionar que estos datos se basan en información recopilada por diversas fuentes y plataformas, como LinkedIn y Tecoloco.com, y pueden variar con el tiempo.

1.1.2 Descripción

La falta de exposición de los perfiles laborales de las personas económicamente activas ya sea que ejerzan un oficio, profesión o técnico, es uno de los motivos por los cuales se les dificulta generar más ingresos económicos y a la vez crear relaciones laborales. Una de las principales razones por las que no exponen su trabajo se debe a que desconocen de la existencia de algunas plataformas digitales en donde pueden mostrar su perfil como trabajadores, cuál es el uso correcto de ellas y los beneficios que pueden obtener.

Es importante que las plataformas de este tipo sean sencillas de utilizar, ya que parte de su público objetivo son personas de avanzada edad y no están tan relacionadas con los avances tecnológicos, por lo que desconocen cuánto les puede ayudar el uso correcto de este tipo de plataformas digitales o aplicaciones móviles.

Sin duda alguna, la tecnología juega un rol muy importante en la sociedad, pues permite que la comunicación sea de manera inmediata y efectiva. Es por ello, que gran parte de negocios brindan sus productos o servicios a través de diferentes plataformas digitales, con el propósito de llegar a las personas de manera más rápida y sencilla. Plataformas como Tecoloco y Computrabajo ofrecen su servicio a través de sus plataformas digitales y aplicaciones móviles, en las cuales se publican ofertas laborales de diferentes empresas, aunque para los candidatos es mínima la probabilidad de contratación, debido a la alta demanda.

Con relación a los antes mencionado, las plataformas digitales ya posicionadas en El Salvador no han diversificado en su servicio, ya que se centran únicamente en la contratación de puestos permanentes o temporales; a pesar de que en ocasiones las empresas requieren personal por tiempo limitado, ya sea en jornadas diarias o por un par de días. Por otra parte, existen personas que desean obtener algún ingreso económico mientras encuentran un empleo fijo o que simplemente desean obtener ingresos extras.

Las plataformas digitales son una buena opción para exponer perfiles laborales y oportunidades de trabajo, pero lastimosamente en nuestro país estas plataformas dedicadas a la exposición de estos no cubren la demanda existente para ellos, por lo que la mayoría de sus candidatos se ven en la necesidad de optar por otras alternativas para obtener ingresos económicos.

1.1.3 Formulación

1. ¿Cuál es el impacto que genera la idea de una plataforma digital con modalidad de trabajo remoto o presencial de manera instantánea en la percepción de profesionales, técnicos y personas que ejerzan algún oficio en el Área Metropolitana de San Salvador en el año 2022?
2. ¿En qué medida una plataforma digital con modalidad de trabajo remoto o presencial de manera instantánea es considerada de utilidad para reclutadores de empresas y para la población económicamente activa en el Área Metropolitana de San Salvador en el año 2022?

1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Geográfica y Temporal

La investigación se realizó tomando una muestra de la población salvadoreña en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) compuesta por 14 municipios que comprenden la actividad económica del sector.

Delimitación temporal: esta investigación comprende el periodo entre mayo y octubre del año 2022.

1.2.2 Teórica

Para la investigación se utilizaron libros, leyes, páginas oficiales de diferentes entidades como la Oficina Nacional de Estadísticas y censos (ONEC), Organización Internacional del Trabajo (OIT), Banco Mundial (BM), periódicos digitales como El Independiente, tesis, revistas, sitios web que brindan información sobre las plataformas digitales, su uso e implementación y leyes que rigen el buen funcionamiento de estas, la aceptación que poseen para la obtención de trabajo. Las leyes, artículos y decretos utilizados son los que se encuentran en vigor actualmente en El Salvador.

i. Networking para Dummies

La importancia del Networking en la actualidad es fundamental para el crecimiento personal y profesional, en este libro se pueden encontrar desde qué es un Networking hasta cómo se puede poner en práctica en la vida cotidiana, las diferentes formas, como lo son operacional, personal y estratégico, los perfiles profesionales en los cuales una persona se puede identificar, así

como a llevarlos a la práctica, muestra los beneficios de un buen Networking y los tipos de personas que deben de evitar dentro de un evento.

ii. Introducción al Inbound Marketing (Francisco Najarro 2020)

Este libro muestra un amplio panorama sobre la estrategia de Inbound Marketing, donde detalla conceptos e importancia de conocer la estrategia y ponerla en marcha dentro de un sitio web, explica las razones de la efectividad, la multiplicación de ventas a partir del uso de esta herramienta, así como la fácil comprensión de los clientes, esta herramienta de marketing se ha vuelto tendencia en los últimos años y cada vez más empresas se unen a esta estrategia de atracción de clientes. Este libro contiene todo el conocimiento necesario sobre el Inbound Marketing y la influencia de este en el ciclo de compra de cliente, a través de acciones que ayudarán a incrementar las ventas.

iii. Inbound Marketing VS Outbound Marketing (+ COMUNICAWEB)

Este sitio web posee una gran cantidad de información sobre marketing, libros, artículos de interés, estadísticas y casos de éxito, los cuales ayudan a comprender mejor los diferentes términos con una gran cantidad de material a consultar, en el cual se encontró un artículo interesante sobre el Inbound y Outbound Marketing, sus características y diferencias.

iv. Asamblea Legislativa de El Salvador

La Asamblea Legislativa de El Salvador es un Órgano Legislativo o Parlamento del Estado, la cual rige las leyes y decretos dentro del territorio salvadoreño, así como la elección de diferentes órganos del Estado, entre las leyes utilizadas para esta investigación están:

- Ley de Protección al Empleo en El Salvador
- Ley de Propiedad Intelectual
- Ley de Regulación del Teletrabajo

v. Oficina Nacional de Estadística y Censos (ONEC)

Anteriormente conocida como DIGESTYC, es una entidad bajo la dirección del Banco Central de Reserva (BCR), encargada de generar estudios estadísticos sobre temas de importancia, como lo son los datos demográficos y económicos del país para el estudio de la situación actual de un tema en específico.

vi. Banco Mundial (BM)

Institución financiera internacional encargada de otorgar préstamos a los países de bajos ingresos con el propósito principal de reducir la pobreza en dichos países mediante préstamos de bajo interés.

vii. El Independiente

Es un periódico digital salvadoreño especializado en información política, económica y social.

1.3 MARCO TEÓRICO

En la actualidad, cada día se escucha con más frecuencia sobre el avance de la tecnología y las diferentes herramientas que esta brinda para hacer la vida del ser humano un poco más fácil, logrando así optimizar el recurso tiempo que es cada vez más escaso en todas las actividades diarias

que se debe desempeñar, es por ello por lo que es de suma importancia, conocer todo lo que conlleva el hecho que, al día de hoy, cada persona pueda tener todo lo que busca un clic.

1.3.1 Histórico

En este apartado se detallan las diferentes formas de trabajo que existen en El Salvador, las nuevas modalidades de empleo que surgieron posterior de la pandemia del Covid-19 así como los diferentes sitios web que ofrecen trabajo en El Salvador.

i. A nivel internacional

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su investigación *“Perspectivas sociales del empleo en el mundo 2021: El papel de las plataformas laborales digitales en la transformación del mundo del trabajo”*; menciona que, *“a partir de 2010, el número de plataformas digitales que facilitan el trabajo en línea o que contratan directamente a trabajadores para ofrecer servicios de taxi o de entrega se ha quintuplicado a nivel mundial.”* (ilo.org/Infostory, 2021)

Las plataformas laborales digitales han crecido verazmente en la última década, de al menos 142 en 2010 ascendieron a más de 777 para el año 2020. Existen dos tipos de plataformas: las basadas en la web, donde los trabajadores realizan tareas en línea de forma remota, y las basadas en la ubicación, donde las tareas se llevan a cabo en lugares específicos por personas físicamente presentes en esos lugares.

En el estudio de la OIT las características distintivas del modelo de negocio de las plataformas digitales son:

- Efectos de red
- Los datos son el rey
- Gestión algorítmica
- Activos ligeros
- Financiación de capital riesgo
- Estrategias de precios
- Reglas de gobernanza de la plataforma

ii. Oportunidades para las empresas tradicionales

Las empresas tradicionales se benefician de las plataformas digitales al tener nuevas oportunidades para subcontratar una variedad de tareas, servicios y actividades minoristas, lo que mejora su desempeño organizacional. Estas empresas utilizan plataformas en línea basadas en la web con tres propósitos principales: reclutamiento, reducción de costos y mejora de la eficiencia, además de brindar acceso al conocimiento para la innovación. Las plataformas también son beneficiosas para las startups al permitirles crecer y ofrecen a las empresas la posibilidad de reorientar sus modelos de negocio o acceder a mercados más amplios.

iii. Desafíos que enfrentan las empresas tradicionales

Las plataformas digitales representan a su vez grandes amenazas para las empresas tradicionales. Muchas de las estrategias de las plataformas hacen que sea muy difícil competir para otras empresas, en particular las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Estas incluyen el uso de datos y algoritmos para determinar los precios, predecir la demanda y la oferta, orientar las preferencias de los consumidores y proporcionar servicios de bajo o cero costos.

Las ventajas de las que disfrutaban las plataformas digitales pueden conducir a una competencia desleal, un problema agravado por la falta de marcos regulatorios adecuados. La regulación es necesaria para garantizar la igualdad de condiciones, en la que se apliquen las mismas normas tanto a las empresas tradicionales como a las plataformas digitales, especialmente en lo que respecta a la seguridad social, las condiciones de trabajo y la resolución de litigios.

iv. Plataformas digitales que generan empleos a nivel internacional

Con el desarrollo de plataformas digitales, técnicos, profesionales y personas dedicadas a un oficio encuentran una fuente de ingresos, pues muchas de estas ayudan a la búsqueda de empleos o generan oportunidades de trabajo. A continuación, se mencionan algunas plataformas de empleo más populares en el mercado internacional.

a. LinkedIn

LinkedIn fue fundada en 2002 en la casa de Reid Hoffman y se lanzó oficialmente en 2003. En la actualidad, LinkedIn cuenta con un modelo de negocio diversificado generando ingresos por medio de suscripciones de usuarios, publicidad y soluciones para selección de personal. Ryan Roslansky lidera la empresa. En 2016, Microsoft adquirió LinkedIn, uniéndola a la principal nube y red profesional del mundo. LinkedIn se destaca como una herramienta útil en cuatro áreas: gestión de carrera profesional, búsqueda de empleo, generación de negocios y captación de talento.

Pero ¿Cómo funciona LinkedIn como portal de empleo?, su particularidad es que brinda toda la información de los empleados de la compañía que contrata, quien ha hecho el anuncio, qué cargos tienen y en qué nivel de relación están, si ya forman parte de los contactos del candidato.

Si bien LinkedIn es considerada una herramienta de gestión de carrera antes que una para buscar trabajo, con el objetivo de gestionar su carrera para lograr que sea el empleo el que busque al candidato, y no que el candidato busque una vacante.

b. Taskia

Fundada en octubre de 2016 en España, es una plataforma que une a profesionales dispuestos a trabajar por horas, conocidos como "taskers", con clientes que necesitan ayuda en tareas específicas como reparaciones, arreglos, mudanzas y limpiezas. Taskia simplifica la búsqueda de personas dispuestas a ayudar con esas tareas pendientes que nunca existe el tiempo para hacerse. En caso de buscar trabajo por horas o proyectos puntuales, Taskia es una plataforma de empleo ideal, con funcionalidades y accesibilidad destacadas, Taskia es fácil de usar, confiable y ágil en la gestión de tareas.

En Taskia, cada usuario (tasker o cliente) cuenta con un perfil social verificado que proporciona información útil antes de contratar un servicio, como correo electrónico, número de contacto, certificado de móvil, biografía, opiniones y documento de identidad. Los usuarios se califican mutuamente después de cada tarea, construyendo perfiles de confianza en línea. Los presupuestos en Taskia son negociables entre los usuarios, y el cliente puede ver el costo por hora del tasker como referencia antes de seleccionarlo. Los detalles de cada tarea se pueden aclarar fácilmente a través del sistema de mensajería de la plataforma, donde los clientes y taskers pueden intercambiar mensajes y fotos. La aceptación de un presupuesto implica un compromiso entre las partes y garantiza una mayor fiabilidad en la realización de la tarea.

v. A nivel nacional

A pesar de que el porcentaje de desempleo en El Salvador según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) de 2020 publicada por la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC), ahora Oficina Nacional de Estadística y Censos (ONEC) es de un 6.9% y un 7% según la OIT en 2021. Se considera que El Salvador posee uno de los índices más bajos comparado a países de la región como Costa Rica o Belice, se debe a que muchos de estos empleos son informales o subempleados, en los que muchos de los profesionales buscan una alternativa para percibir ingresos. Por lo que se ha observado un creciente número de emprendedores en los últimos años y es por ello por lo que se ha decidido estudiar en qué forma la era digital ha contribuido a que la población salvadoreña decida emprender y qué medios utilizan para ofrecer sus servicios.

vi. Plataformas digitales que generan empleos en El Salvador

Para El Salvador, ofertar empleos en plataformas digitales, es más cómodo para las empresas, pues no tienen que contactarse con el periódico para publicar una oferta, lo hacen desde la comodidad de su oficina por medio de internet, lo que evita un largo proceso en la publicación de cada oferta. Las plataformas que a continuación se mencionan son las más reconocidas por los salvadoreños, con la problemática que estas únicamente ofertan empleos con contratos fijos, por lo que se vuelve una dificultad para los postulados, pues en su mayoría son rechazados por las empresas, dado que la competencia por un empleo es alta cuando se trata de profesionales, porque sus requisitos muchas veces suelen ser rigurosos y no dan oportunidades a nuevos profesionales.

a. Tecoloco

Desde su fundación en 2001, Tecoloco se ha posicionado como la principal bolsa de empleo en la región, conectando a los mejores candidatos con las oportunidades laborales de las empresas líderes en Centroamérica. Su enfoque está en ofrecer una herramienta de calidad y tecnología avanzada, colaborando con equipos locales e internacionales especializados en IT para desarrollar sitios que agreguen valor al área de Recursos Humanos. Tecoloco tiene la misión de ser el punto de encuentro entre las mejores oportunidades laborales y el talento más destacado de la región, trabajando para facilitar el proceso de búsqueda y selección de empleo.

Tecoloco ofrece una serie de beneficios para las empresas:

- **Reducción de costos:** A través de su herramienta "encuentre al equipo ideal para su empresa", las empresas pueden buscar candidatos y publicar ofertas de trabajo de forma ilimitada durante un período de tiempo, lo que ayuda a reducir los costos asociados con la contratación de personal.
- **Efectividad:** Tecoloco permite ahorrar tiempo y obtener resultados rápidamente con tan solo un clic. Las empresas pueden publicar una oferta de empleo en cuestión de minutos y recibir múltiples candidatos de calidad, lo que facilita el proceso de selección y contratación.
- **Productividad:** La plataforma optimiza el tiempo del equipo de reclutamiento al ofrecer herramientas de búsqueda avanzadas. Se pueden realizar búsquedas de perfiles utilizando palabras clave, filtros y requerimientos específicos, lo que permite encontrar candidatos más adecuados de manera eficiente. Además, Tecoloco cuenta con un equipo especializado

que está disponible para brindar asistencia y responder cualquier consulta que surja durante el proceso de reclutamiento.

b. **Computrabajo**

Hace más de 20 años, en 1999, se fundó Computrabajo.com en Edimburgo, Escocia. Esta plataforma se ha convertido en el líder de empleo en Latinoamérica, con presencia en 19 países y liderando en 10 de ellos. Es la bolsa de trabajo más visitada en países como Colombia, Perú, Argentina, Uruguay, Guatemala, Ecuador y El Salvador; y se encuentra en el segundo lugar en Honduras, Venezuela, Nicaragua, Cuba y Costa Rica. También ocupa el primer o segundo puesto en México y tiene presencia en Chile, Panamá, República Dominicana, Bolivia, Paraguay y Puerto Rico.

Computrabajo se dedica a ayudar a las personas a encontrar mejores empleos y crecer profesionalmente, al tiempo que ayuda a las empresas a encontrar el talento adecuado para sus necesidades. Además de la búsqueda de empleo, ofrecen soluciones innovadoras para la gestión del talento y la digitalización del reclutamiento.

En Computrabajo, las personas pueden registrarse y publicar de forma gratuita, y luego pueden contratar diferentes productos según sus necesidades. Estos incluyen una oferta básica que permite publicar hasta 3 ofertas al mes, una oferta estándar que brinda acceso a todos los inscritos por un precio de \$37 USD por vacante, y una oferta premium que permite más candidatos y un paquete de visibilidad por \$60 USD por vacante.

1.3.2 Conceptual

En este punto se detallan todos los conceptos que engloban el modelo de negocio Remoto, logrando por medio de este conocer todo lo relacionado con el teletrabajo/trabajo remoto, sitios web y las herramientas que se deben utilizar para el buen funcionamiento de este.

a. Teletrabajo

Es una forma de organizar y realizar el trabajo de manera no presencial, ya sea total o parcialmente, por un tiempo determinado o indefinido, fuera del establecimiento o centro de trabajo, el cual puede ser en el domicilio del trabajador o en un lugar ajeno al empleador, utilizando como soporte las tecnologías de la información y la comunicación. (*Ley de Regulación del Teletrabajo, Decreto 600, 2016, p.2*).

b. Las aplicaciones web

Se dice que las aplicaciones web no necesitan instalarse ya que se visualizan usando el navegador del teléfono como un sitio web normal, por esta razón no se distribuyen en una tienda de aplicaciones, sino que se comercializan y promocionan de forma independiente.

Cualquier persona con un dispositivo, con acceso a internet puede acceder a estos sitios para navegar y utilizar las aplicaciones web sin necesidad de descargar la app en su celular, Coello y Vittone. (2013). *El libro Diseñando Apps para móviles*.

c. Marketing de contenidos

De acuerdo con la Universidad de San Diego, “*El Marketing de Contenidos se refiere al proceso de crear y distribuir contenido relevante y valioso, para atraer, adquirir y fidelizar a una*

audiencia claramente definida, con el objetivo de generar acciones rentables en los consumidores”.

d. Geolocalización y mapas

Según la Mobile Marketing Association en su libro. Libro blanco de las webs móviles, (año) menciona que *“La geolocalización y mapas es una herramienta que permite llevar a cabo una relación entre la ubicación física del usuario y un punto determinado en el mapa, lo que facilita a las empresas llevar a cabo una segmentación de sus usuarios y de esta manera focalizar su publicidad hacia aquellos que se ubican cerca de un punto de interés; por ejemplo, sus puntos de venta. A su vez, ofrece la posibilidad de conectar su localización con información útil, como mapas, direcciones o recomendaciones, y así poder beneficiarse de ofertas o descuentos”*

e. Inbound Marketing

El Inbound Marketing es una estrategia que se basa en acompañar al posible cliente con contenidos interesantes, desde los primeros pasos de la toma de decisión, es decir, se diferencia del marketing tradicional en que aporta contenido de valor al consumidor, por lo que es este quien se acerca a la marca en busca de información, consejos o simplemente entretenimiento (Najarro Francisco, 2022, p. 5).

El Inbound Marketing, también conocido como mercadotecnia de atracción, sirve para atraer a los clientes brindando información de su interés, se podría decir que es lo contrario al marketing tradicional (Outbound Marketing) que busca que los clientes lleguen y tomen el primer paso de contacto con la empresa, la cual le dará seguimiento desde ese primer contacto hasta la finalización de compra.

f. Buyer persona

“Es una representación ficticia de un cliente ideal, creada a partir de información sobre sus datos demográficos, su comportamiento, su necesidad y motivación” (Francisco Najarro, 2020, p.13).

Esta información le servirá al sitio web para conocer mejor a su cliente, sus características, sus necesidades lo que ellos buscan y sobre todo a fidelizarlos con la marca para que pasen de ser clientes potenciales a clientes reales, esto se debe hacer principalmente a través de la segmentación de mercado o público meta, con el objetivo de brindarles soluciones precisas a sus necesidades.

g. Customer Journey

“Ciclo de compra: es el proceso por el cual pasa un cliente que descubre el producto o servicio hasta que finalmente realiza la compra” (Francisco Najarro, 2020, p.14)

Son las fases o proceso por el cual pasa el cliente antes de hacer efectiva la compra, la cual consta de 3 etapas:

- Descubrimiento: el cliente descubre lo que necesita o desea.
- Consideración: investigación sobre las diferentes opciones de compra generalmente en internet.
- Decisión de compra: a quien se le efectúa la compra.

h. Leads

“Un lead es un cliente que ha dejado sus datos de alguna forma en la empresa y que acto seguido pasa a formar parte de la base de datos para dar comienzo al proceso de Inbound marketing” (Francisco Najarro, 2020, p.15)

Es importante saber qué tipo de formulario se le colocará al usuario, así como la información a solicitar, esta puede variar, pero es imprescindible la colocación de correo electrónico, ya que será el medio de conexión y comunicación con el cliente.

i. Lead Magnet

“Es cualquier tipo de contenido de valor que entregamos al usuario de forma gratuita a cambio de sus datos de contacto, este tipo de contenidos son esenciales en toda estrategia de Inbound Marketing, dado que es la forma en la que seremos capaces de convertir a los visitantes en lead” (Francisco Najarro, 2020, p.16).

j. Inbound Marketing VS Outbound Marketing

El Inbound Marketing investiga sobre el buyer persona, crea una estrategia de contenidos que puedan interesar a su futuro cliente y deja una red de confianza que gana adeptos (seguidores). Se centra en el individuo, cuidándolo y mirándolo, ofreciendo contenidos relevantes y atrayendo su interés. Su ratio de conversión es elevado y totalmente cuantificable, hay datos reales sobre los porcentajes de conversión. Además, es bastante más económico, ya que la inversión puede ser muy reducida. (Francisco Najarro, 2020).

El Outbound Marketing se centra en el producto, quiere mostrar las características de este y sus ventajas allí donde se encuentra el público objetivo. Intenta llamar la atención del usuario siendo intrusivo y en ocasiones a costa de interrumpir la actividad que el usuario está realizando.

Es importante conocer el significado de cada uno de los conceptos utilizados anteriormente, relacionados con la esencia del modelo de negocio Remoto, así como los distintos conceptos que engloba el marketing, tales como las estrategias de Inbound Marketing, marketing de contenidos, entre otros, para lograr el posicionamiento en la mente de los consumidores, centrado como objetivo principal la satisfacción de los usuarios, así como mejorar la experiencia de los mismo.

1.3.3 Legal

Las plataformas digitales están en constante crecimiento debido a la alta demanda de usuarios registrados a diario en ellas, por tanto, es necesario que exista una regulación del uso de estas plataformas digitales, que se basan en la obtención de un empleo a tiempo completo, parcial o por horas.

i. Ley de Protección al Empleo en El Salvador

Durante el año 2020, debido a la pandemia del COVID-19 el Gobierno se vio en la necesidad de la creación de una ley que salvaguarde el empleo de los salvadoreños, así como la sostenibilidad de estos durante el periodo de emergencia nacional, esta ley contiene las medidas necesarias tanto para los patronos como para los trabajadores.

Art. 1.- El objeto de esta ley es establecer medidas que mitiguen el impacto económico y sus efectos en el empleo salvadoreño provocado por la pandemia por COVID-19 y las medidas sanitarias impuestas para enfrentarla. (Decreto N°641, 2020, art.1)

Art. 2.- La presente ley desarrolla medidas excepcionales y temporales para salvaguardar la estabilidad laboral de los trabajadores del sector privado salvadoreño, garantizando para los

trabajadores un ingreso digno, sin menoscabo de la sostenibilidad de la actividad empresarial, sin distinción de sectores, ni rubros económicos. (Decreto N°641, 2020, art.2).

ii. Ley de Propiedad Intelectual

La Asamblea Legislativa de la República de El Salvador, en el inciso segundo del Art. 103 de la Constitución de la República, reconoce la Propiedad Intelectual y Artística, por el tiempo y en la forma determinados por la ley; razón por la cual el Estado salvadoreño ha suscrito diversos convenios y tratados a fin de garantizar los derechos patrimoniales de autores y conexos.

Las aplicaciones móviles cada vez son más importantes en el mundo digital, debido a que más personas hacen uso de ellas, así como de intentar crear nuevas aplicaciones de manera inexperta, es por ello, que debe de existir una ley de propiedad intelectual que proteja las creaciones de las aplicaciones y plataformas digitales.

Es de mucho interés para el Comité de Propiedad Intelectual y Desarrollo (CDIP) de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) moderar el uso de desarrolladores de software, regulando la creación de estos y para ello, ya se ha puesto en marcha un proyecto específico que ayudará a mejorar este tema.

iii. Ley Especial Contra los Delitos Informáticos y Conexos

En esta Ley se detallan todos los delitos informáticos que se pueden cometer por medio de la tecnología y las sanciones que se impondrán a cualquier persona que violente o infrinja los derechos de cualquier usuario de estas tecnologías.

Existen diversos delitos que se pueden cometer cuando se trata de tecnología, entre ellos están los delitos al acceso indebido a sistema de información, programas o uso datos informáticos,

que sean usurpados parcial o totalmente por medio de cualquier dispositivo tecnológico, con el fin de apropiarse de los datos o cometer otro tipo de delito con estos.

En cuestión a los daños de sistemas informáticos se sancionará a prisión a cualquier persona que dañe, modifique o destruya el buen funcionamiento de los sistemas.

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto proteger los bienes jurídicos de aquellas conductas delictivas cometidas por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como la prevención y sanción de los delitos cometidos en perjuicio de los datos almacenados, procesados o transferidos; los sistemas, su infraestructura o cualquiera de sus componentes, o los cometidos mediante el uso de dichas tecnologías que afecten intereses asociados a la identidad, propiedad, intimidad e imagen de las personas naturales o jurídicas en los términos aplicables y previstos en la presente Ley tal cual lo detalla el artículo uno de la ley especial contra los delitos informáticos y conexos. (Decreto No. 260, 2016, art 1)

Art. 2.- La presente Ley se aplicará a los hechos punibles cometidos total o parcialmente en el territorio nacional o en los lugares sometidos a su jurisdicción. También se aplicará a cualquier persona, natural o jurídica, nacional o extranjera, por delitos que afecten bienes jurídicos del Estado, de sus habitantes o protegidos por Pactos o Tratados Internacionales ratificados por El Salvador. (Decreto No. 260, 2016, art 2)

iv. Ley de Regulación del Teletrabajo

El teletrabajo en la actualidad se ha ido popularizando mucho más debido a la pandemia del COVID-19, donde muchas empresas se vieron obligadas a enviar a sus empleados a trabajar desde casa, donde se percataron de los beneficios y desventajas que este conlleva.

Art. 1.- La presente ley tiene como objeto promover, armonizar, regular e implementar el teletrabajo como un instrumento para la generación de empleo y modernización de las instituciones públicas, privadas, autónomas y municipalidades, a través de la utilización de tecnologías de la información y comunicación. (Decreto No. 600, 2016, art 2)

Art. 2.- Los principales objetivos del teletrabajo son los siguientes: El aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación en la prestación de los servicios al público y a la población en general, el aumento y medición de la productividad, mayor eficiencia y transparencia en el uso de los fondos públicos, disminución del gasto, reducción del consumo de energía eléctrica, combustible, alquileres y otros.

Las leyes citadas anteriormente ayudaron a Remoto a conocer sus directrices, estudiar los reglamentos que la rigen, para proteger a sus usuarios como al sitio web mismo, entre estas están: la Ley de Protección al Empleo en El Salvador, la cual garantiza el pago y salvaguarda de empleo temporal, buscando un pago justo para los empleados; en cuanto a la Ley de Propiedad Intelectual, esta ayuda a la autenticidad de la idea de negocio y la veracidad del sitio web, Ley Especial Contra los Delitos Informáticos y Conexos, es otra ley de suma importancia para el funcionamiento de Remoto, ya que por medio de ella se podrá resguardar la información de los usuarios, evitando algún robo de datos; mientras que la Ley de Regulación del Teletrabajo, va de la mano con el modelo de negocio Remoto, ya que el teletrabajo es uno de los rubros a los cuales se enfoca el modelo de negocio en estudio.

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se detalla la metodología que se implementó para la recolección de datos de interés, con la finalidad de demostrar la viabilidad del modelo de negocio en estudio. Asimismo, la información obtenida ayuda a conocer el diagnóstico actual del modelo de negocio y que en base a él se tomen decisiones y creen estrategias, asegurando así éxito en el mercado.

2.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente estudio se utilizó el método de investigación científico, el cual ayudó a obtener nuevos conocimientos sobre la perspectiva de la población objetivo. Según Mario Bunge, este se define como “una investigación científica arranca con la percepción de que el acervo de conocimiento disponible es insuficiente para manejar determinados problemas” (Bunge, 2002, p.3).

2.1.1 Generalidades

A través de la metodología de la investigación y gracias a los datos recopilados en el estudio de mercado, se plantean soluciones ante las debilidades y amenazas que se identifiquen en el modelo de negocio, logrando así cada vez más aceptación en el público objetivo de Remoto.

2.1.2 Enfoque

El enfoque que se utilizó en esta investigación es una combinación de los métodos cualitativo y cuantitativo. Enfoque cualitativo porque se evaluaron opiniones y aceptación de las personas a través de una entrevista, y enfoque cuantitativo porque se midieron los resultados

mediante encuestas para recopilar la información, analizarla y de esta forma obtener datos relevantes de la investigación.

2.1.3 Unidad de análisis

Para obtener los resultados de la investigación de mercado, se determinó cuál es la muestra correcta que tomar, enfocada en el segmento de mercado previamente definido, es decir, hombres y mujeres entre 20 y 54 años de edad del Área Metropolitana de San Salvador.

Tabla 1. El Salvador, Población por sexo, según grupos de edad del Área Metropolitana de San Salvador

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	SEXO	
		HOMBRES	MUJERES
20 – 24	166,020	80,711	85,309
25 – 29	129,292	63,836	65,456
30 – 34	116,423	48,403	68,020
35 – 39	123,300	59,802	63,498
40 – 44	117,467	52,607	64,860
45 – 49	101,113	45,172	55,941
50 -54	93,604	43,820	49,784
TOTAL	847,219	394,351	452,868

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) del año 2017.

En este caso, para efectos de estudio los datos se recopilaron de 196 encuestas digitales a través de un formulario de Google.

2.1.4 Técnicas de Investigación

Para recolectar los datos necesarios, se utilizó la plataforma de formularios de Google. Esta elección se basó en su facilidad de acceso, amplia utilización y capacidad para personalizar las preguntas según los objetivos de la investigación. El uso de formularios de Google permitió recopilar información de manera eficiente y efectiva, garantizando la calidad de los datos obtenidos.

- **Cuantitativa**

Esta técnica se llevó a cabo a través de una encuesta, dirigida al público meta; personas entre 20 y 54 años, del Área Metropolitana de San Salvador. Por medio de esta encuesta se recolectó información de interés, como la viabilidad del proyecto, asimismo, las mejoras que se pueden realizar, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios de la plataforma.

- **Cualitativa**

Para la implementación de esta técnica, se utilizó la entrevista. Esta técnica será dirigida a encargados de empresas o personas naturales, a quienes les pueda interesar la plataforma digital Remoto, tales como restaurantes, tiendas de conveniencia, microempresas, entre otras, establecidas en la Área Metropolitana de San Salvador. Reflejando a través de las entrevistas un panorama más amplio sobre lo que buscan en este tipo de plataformas, a la vez de mostrar cuán viable es el proyecto.

2.1.5 Instrumento de Investigación

Los instrumentos que se utilizaron fueron la encuesta y la entrevista, la primera se utilizó para la recolección de información cuantitativa dirigida al segmento de mercado catalogado como candidatos, esta encuesta estuvo conformada por 4 preguntas sobre la información general de las personas y otras 14 preguntas enfocadas al uso de plataformas digitales y sus expectativas con la implementación de Remoto en la Área Metropolitana de San Salvador (Ver anexo 1).

La segunda herramienta que se utilizó para la recolección de datos cualitativos consta de 10 preguntas abiertas enfocada al segmento de mercado catalogado como empleadores, para que compartieran sus expectativas y opiniones respecto al uso de plataforma digitales como medio de empleabilidad y la disposición de hacer uso de Remoto en Área Metropolitana de San Salvador (Ver Anexo 2).

2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Es de suma importancia conocer la situación actual de Remoto, donde se encuentra y hacia dónde se quiere llegar, para tener bien definidas las directrices por las cuales se deben de regir y conocer cómo se encuentra el negocio frente al mercado externo.

2.2.1 FODA cruzado

La matriz amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA cruzado) es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias.

Estrategias de fuerzas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fuerzas y amenazas, y estrategias de debilidades y amenazas (Ver tabla 2).

2.2.2 Desarrollo de 5 fuerzas de Michael Porter

- Amenaza de nuevos competidores

La amenaza es constante, debido a que cada vez y con más frecuencia surgen nuevos competidores dedicados a la rama de empleabilidad, con modalidades virtual y presencial, lo que afecta directamente a Remoto, debido a que mientras más empresas estén dentro del mercado, la cantidad de público objetivo se ve reducida.

- **Poder de negociación de proveedores**

Para Remoto el poder de negociación es alto, pues actualmente existe una amplia oferta por parte de agencias de desarrollo web y marketing digital, lo que facilita la obtención de precios accesibles en el mercado y así obtener un menor impacto al momento de la desvinculación con alguno de los proveedores.

- **Poder de negociación de clientes**

Los usuarios poseen un nivel de negociación bajo, debido a que si bien es cierto existen plataformas digitales en el país que ofrecen opciones de empleo, estas lo hacen de manera permanente o temporal, además de ser mínima la probabilidad de que los candidatos sean

contactados en el corto plazo. A diferencia de Remoto que brinda la oportunidad de aplicar a una oferta de trabajo y ser contactado de inmediato.

- **Amenaza de productos sustitutos**

Para Remoto el nivel de amenaza es grande, debido a que sus competidores, aunque sean indirectos (LinkedIn, Tecoloco, Computrabajo, entre otros) poseen un gran reconocimiento a nivel nacional e internacional, pues brindan un servicio sustituto al de Remoto, debido a esto los usuarios pueden fácilmente preferir a la competencia.

- **Rivalidad entre competidores existentes**

La rivalidad es baja, pues en la actualidad no existen competidores directos en el mercado. Únicamente existe una competencia indirecta, en la que destacan Tecoloco, Computrabajo y LinkedIn, los cuales brindan a sus usuarios la opción de ofertar o aplicar a empleos formales y exponer su perfil laboral; mientras que Remoto se dedica a la exposición de trabajos diarios por horas o actividades específicas.

Tabla 2. Análisis FODA cruzado

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> ● Amplio nicho de mercado: personas que ejercen profesiones y/u oficios en El Salvador, así como personas que demanden servicios asociados a estos. ● Expansión a nivel nacional. ● Accesibilidad a internet por parte de los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El modelo de negocio puede ser imitado por la competencia. ● Posicionamiento de la competencia indirecta. ● Inseguridad de los usuarios al introducir su información personal y al ejecutar trabajos con personas desconocidas.
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
<ul style="list-style-type: none"> ● Adaptabilidad en el sitio web para cualquier dispositivo (Diseño responsive) ● Innovación en la exposición de empleos a través de una plataforma digital interactiva e intuitiva ● Modelo startup: Reducción de costos y maximización de resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementar la estrategia de Inbound marketing, con el propósito de captar la mayor parte de clientes. (F2, O2) ● Reducir el uso de datos de conectividad y navegabilidad con accesos directos a las micro tareas o empleos desde mensajería instantánea. (F1, O3) ● Ejecutar activaciones de marca en puntos estratégicos (Universidades, centros comerciales, entre otros) para la generación de tráfico en la plataforma digital. (F3, O1) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilizar un asistente digital (chatbot) que ayude al usuario en la correcta utilización de la plataforma. (F1, A3) ● Patentar la marca, protegiendo así los factores de innovación que le darán un plus a la plataforma, para evitar que cualquier competidor o usuario con acceso a un dispositivo tecnológico pueda copiarlo. (F2, A1) ● Implementar una estrategia de diferenciación, brindándole a sus usuarios un espacio de reseña y evaluación, en donde puedan generar relaciones basadas en la confianza entre empleador y empleado. (F3, A2)
DEBILIDADES	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> ● Poco conocimiento de leyes y decretos, así como de diseño y desarrollo de sitios web. ● Sin reconocimiento en el mercado. ● Poco capital para echar a andar la idea de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Buscar asesoría jurídica, fiscal y desarrollo de sitio web con personal especializado en el rubro, para brindar protección al público objetivo. (D1, O1) ● Hacer uso de landing page en redes sociales y en el sitio web, logrando así reconocimiento en el mercado. (D2, O3) ● Participar en premios y concursos como la Copa Mundial de Emprendimiento para atraer inversión y lograr expandirnos a nivel nacional. (D3, O2) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Crear políticas y términos que aseguren el uso de información y privacidad de los datos personales de los usuarios. (D1, A3) ● Implementar gestores CRM para llevar un control pleno de los clientes y potenciales clientes, logrando posteriormente la fidelización de ellos. (D2, A2) ● Utilizar el Branding como estrategia de posicionamiento y reconocimiento de la plataforma en el mercado actual. (D3, A1)

Fuente: Elaboración propia

2.2.3 Desarrollo de PEST

Tabla 3. Análisis de los factores claves del entorno (PEST)

PERFIL ESTRATÉGICO DEL ENTORNO				
		IMPACTO	PLAZO	
FACTORES CLAVE DEL ENTORNO		Negativo =1 Indiferente =2 Positivo =3	Menos de 1 mes=1 de 1 a 6 meses = 2 Mayor a 6 meses = 3	Total
P	FACTORES POLÍTICOS	0	TOTAL	36
	Ley de protección al empleo en El Salvador	3	3	9
	Ley de Regulación del Teletrabajo en El Salvador	3	3	9
	Ley especial contra los delitos informáticos y conexos	3	3	9
	Reglamento General de Protección de Datos.	3	3	9
E	FACTORES ECONÓMICOS	0	TOTAL	18
	Impuestos y política fiscal en el país	1	3	3
	Flujo de Capital Inversor para Startups	3	3	9
	Tasa de inflación	1	3	3
	Deuda del gobierno	1	3	3
S	FACTORES SOCIOCULTURALES		TOTAL	33
	Tendencias de los consumidores	3	3	9
	Estilo de vida de los usuarios	3	3	9
	Seguridad pública	3	3	9
	Nivel de estudios	2	3	6
T	FACTORES TECNOLÓGICOS	0	TOTAL	30
	Aumento de inversión en I + D (Investigación y Desarrollo)	3	3	9
	El avance Tecnológico	3	3	9
	Impacto de las Tecnologías emergentes	1	3	3
	Sistemas de salvaguarda de datos y privacidad de los usuarios	3	3	9

Resultados de la evaluación:

Igual o Menor a 17 puntos se considera que el impacto es negativo

Igual o Mayor a 18 puntos se considera que el impacto es positivo

Fuente: Elaboración propia

2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

Tras haber realizado los diferentes diagnósticos de la situación, concluimos con los resultados siguientes:

2.3.1 FODA cruzado

Con el análisis FODA se considera que una de las oportunidades que se debe de aprovechar, es el mercado potencial que existe para este tipo de plataformas, debido a que hay mucha demanda de personas profesionales y técnicos en busca de empleo o la prestación de sus servicios, pero en El Salvador las plataformas existentes solo ayudan a la obtención de empleo permanente con procesos tediosos de selección que solo permiten a pocos candidatos ser seleccionados para esas vacantes, dejando a muchos fuera del proceso. La creación de la plataforma digital Remoto permitirá a los usuarios que se registren como empleados, la búsqueda y obtención de empleo en el momento que lo requieran, logrando que generen ingresos de manera casi instantánea, diversificando así las plataformas digitales de empleos existentes en el país; aunque al ser una nueva plataforma, inicialmente habrá inseguridades por parte de los usuarios con respecto a la privacidad y uso de datos.

2.3.2 Cinco fuerzas de Michael Porter

Las 5 fuerzas de Porter nos permite visualizar que si bien existe competencia en el mercado, esta es una competencia indirecta, pues ninguna de las plataformas digitales establecidas en El Salvador brinda la oportunidad de trabajar por días u horas; por lo que los clientes ante esta situación tienen poco poder de negociación, sin embargo, existe la amenaza de que a raíz de la

incursión de este nuevo modelo de negocio la competencia pueda modificar su forma de reclutamiento y que se genere una desvinculación de usuarios.

2.3.3 Análisis PEST

Los factores políticos, tecnológicos y socioculturales representan una mayor oportunidad para el modelo de negocio puesto que ayudan a regular e innovar las condiciones laborales. Mientras que los factores económicos se convierten en una debilidad para la ejecución del modelo, pues en un país en vías de desarrollo como El Salvador la falta de inversión es un problema que enfrentan los empresarios o emprendedores

2.4 DESARROLLO DE LIENZO CANVAS



Ilustración 1. Lienzo Canva de Remoto

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3. APORTE DE LA INVESTIGACIÓN

En el siguiente capítulo se detalla la idea de negocio Remoto, su esencia y razón de ser, los servicios que se ofrecerán dentro de la plataforma, en cuanto a la estructura organizacional. Remoto cuenta con un excelente equipo de trabajo dedicado y enfocado al buen funcionamiento de la plataforma, con perfiles de puesto bien definidos y especializados para la ejecución de cada área en cuestión.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nombre del Negocio: Remoto.



Giro del negocio: Actividades de empleo.

Descripción del negocio: es una plataforma digital que ofrece empleos a tiempo parcial o por horas, y permite a sus usuarios poder fácilmente publicar y ofertar puestos de trabajo, servicios profesionales, ocupaciones, tareas o actividades específicas para las que deseen contratar, sean estas de manera presenciales o remota y que una persona natural o jurídica pueda contratar personal de forma inmediata sin tediosos procesos de selección.

3.2 MARCO ESTRATÉGICO

En esta sección se presenta parte de la esencia de Remoto, puntos claves que cada uno de los colaboradores deben de tener presentes en todo momento para lograr éxito en el mercado.

3.2.1 Misión

Crear conexiones entre los mejores trabajos remotos y el mejor talento humano.

3.2.2 Visión

Lograr ser el mejor medio de búsqueda de empleos remotos en El Salvador.

3.2.3 Valores

- Transparencia
- Compromiso
- Innovación
- Responsabilidad social

3.2.4 Objetivos

1. Alcanzar los 500 suscriptores en la plataforma de Remoto con estrategias de posicionamiento, retargeting en redes sociales y medios digitales en el primer año.
2. Lograr una calificación entre 70 a 90 puntos, en Google PageSpeed Insights (PSI) a través de estrategias de desarrollo y diseño enfocadas en la filosofía Cero fricciones en el primer año.

3. Lograr un 3% de penetración en el público objetivo a través de herramientas en medios digitales en el segundo trimestre.
4. Generar un tráfico de 1k personas y lograr una calificación de al menos 4 estrellas en el sitio web de Remoto durante el primer año.
5. Convertir al 3% de los usuarios que ingresan al sitio web en suscriptores activos en los primeros 6 meses del año.
6. Generar ventas de \$1000 con el plan premium el primer año de operación.

3.2.5 Metas

- Ser líderes en el mercado de empleabilidad dentro del territorio salvadoreño.
- Expandir la plataforma digital Remoto a todo el territorio nacional.
- Posicionar a Remoto como la plataforma digital de empleabilidad más importante del sector.
- Contratar nuevo personal capacitado para mejorar los procesos administrativos dentro de la empresa.
- Crear una aplicación móvil para Remoto, que sea compatible para los sistemas iOS y Android.
- Impactar de manera positiva en la sociedad con la exposición de ofertas laborales y de fácil contratación

3.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Servicio de exposición de perfiles laborales

Este servicio está dirigido a los usuarios que ejercen una profesión, un servicio técnico u oficio.

Remoto, permitirá a dichos usuarios la exposición de sus perfiles laborales a través de la plataforma digital y que gracias a ella crezcan laboralmente.

Este servicio será gratis el primer mes para los usuarios que se registren como candidatos, sin embargo, para el segundo mes podrá elegir alguno de los siguientes planes según el usuario prefiera, Plan Gold con costo de \$3.99 y el Plan Platinum \$7.99

	Plan Gold \$3.99	Plan Platinum \$7.99
Recibir alertas	✓	✓
Aplicar al instante	✓	✓
Acceso a comentarios y reseñas	✓	✓
Acceso a sus propias tarifas por tarea	✗	✓



Ilustración 2. Servicios para suscriptores clasificados como candidatos para Remoto

Fuente: Elaboración propia

Servicio de publicación de ofertas de empleo

Este servicio se dirige a los usuarios que necesiten personal para las labores o actividades, es decir al empleador, este podrá publicar su oferta de empleo fácilmente en el portal de Remoto

Esto con el objetivo de agilizar los procesos de reclutamiento y selección para encontrar al candidato idóneo para la vacante.

Para ello Remoto ofrece los siguientes planes:

- Gratuito
- 5 publicaciones al mes
- Acceso solo a 15 perfiles postulados

**Plan
Básico**

- Membresía mensual por \$19.99
- Publicaciones ilimitadas de ofertas laborales al mes
- Acceso al top 10 de perfiles destacados por categorías
- Acceso ilimitado a todos perfiles postulados
- Oferta destacada

**Plan
Premium**



Ilustración 3. Servicios para suscriptores clasificados como empleadores para Remoto.

Fuente: Elaboración propia

Servicio de plan publicitario

Este servicio consiste en brindar publicidad a las diferentes empresas, sobre sus productos y servicios dentro de la plataforma Remoto, por medio de los diferentes tipos de publicidad:

Publicidad display online

Este plan incluye:

- Anuncios de las marcas tipo banner, los cuales son una combinación de imágenes y texto.
- También podrá incluir formatos interactivos como audio y video.

**Paquete por
\$150.00**



Ilustración 4. Servicios para marcas que desean publicidad en la plataforma Remoto.

Fuente: Elaboración propia

3.4. VENTAJA COMPETITIVA

La ventaja competitiva según Michael Porter “*resulta principalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores*” y además afirma que: “*hay dos tipos básicos de ventajas competitivas que puede poseer una empresa: costos bajos o diferenciación.*” (Michael E. Porter: Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior, p.29.)

La ventaja competitiva de Remoto se basa en la diferenciación de sus servicios, debido a que actualmente en El Salvador no existe una plataforma digital que se dedique a la exposición de ofertas laborales parciales o por horas, pues la competencia se centra en ofertar empleos permanentes o temporales. Por su parte, Remoto permitirá a sus usuarios seleccionar el tipo de trabajo, la forma de realizarlo ya sea éste de manera remota, semipresencial o presencial, además sus usuarios podrán elegir las actividades o proyectos en los horarios que más se acoplen a sus necesidades.



Ilustración 5. Ventaja competitiva de Remoto.

Fuente: Elaboración propia

3.5. PLAN ORGANIZACIONAL

Es importante que todas las entidades cuenten con un plan organizacional, tal como es el caso de Remoto, pues dicho plan organizacional ayuda a identificar cada una de las actividades que se ejecutan dentro de la organización y los responsables de ejecutar cada una ellas.

3.5.1 Estructura organizativa de la empresa



Ilustración 6. Organigrama de la empresa Remoto.

Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Organización de gestión y Recursos Humanos

Tabla 4. Organización de gestión

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidad de personas	¿Quién lo hará?
Director General	<ul style="list-style-type: none"> ● Dirigir la empresa y supervisar subordinados ● Diseñar estrategias y objetivos para el crecimiento de la empresa ● Toma de decisiones ● Delegar responsabilidades ● Autorizar presupuestos y optimizar gastos ● Establecer políticas y procesos ● Levantar informes periódicos sobre la situación de la empresa ● Contratar, orientar, capacitar, asesorar y disciplinar a los gerentes ● Habilidades de gestión organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Proactivo - Buen motivador y comunicador - Habilidades numéricas - Hablar más de un idioma - Dinámico - Empático - Proactivo - Pensamiento crítico 	1	Alejandra Erazo

Gerente Financiero	<ul style="list-style-type: none"> ● Coordinar y controlar ● Efectuar y evaluar pronósticos de costos y gastos ● Velar por la salud financiera de la empresa ● Supervisar las operaciones del departamento de finanzas ● Analizar informes financieros y presentarlos a Dirección general ● Buscar oportunidades para el crecimiento financiero de la empresa ● Supervisar las áreas de auditoría, contabilidad e impuestos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analítico - Buenas relaciones interpersonales - Conocimiento de finanzas y contabilidad - Disciplina Financiera - Orientación de resultados - Habilidad numérica y matemática - Conocimiento avanzado de ofimática 	1	Alejandra Erazo
Gerente de ventas	<ul style="list-style-type: none"> ● Acuerdos comerciales con proveedores ● Aprobación de presupuestos y gastos ● Reclutar y capacitar de nuevos talentos ● Visitar clientes claves ● Demostración de productos a los clientes ● Negociar ventas por volumen ● Coordinar operaciones de ventas ● Diseñar planes y estrategias de ventas ● Mediciones de KPI ● Delegar procesos ● Velar por el cumplimiento de metas de venta y coberturas de clientes ● Hacer informes de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> - Buen liderazgo - Observador - Motivación al equipo de trabajo - Escucha activa - Mantener buenas relaciones con clientes y proveedores - Poder de persuasión - Conocer las necesidades de los clientes 	1	Karla García
Gerencia de Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> ● Generador y desarrollador de estrategias de marketing ● Imagen de marca 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser visionario - Entender al cliente y anticiparse a sus necesidades 	1	Nancy Díaz

	<ul style="list-style-type: none"> ● Inteligencia de mercado ● Desarrollo de nuevos productos ● Análisis del comportamiento del consumidor ● Medición de resultados de campañas publicitarias ● Implementar estrategias de marketing para sobresalir ante la competencia ● Estudiar y evaluar a la competencia ● Modernización en las tendencias de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Constante aprendizaje - Buenas relaciones interpersonales - Creativo e innovación - Buena redacción y ortografía - Habilidad de negociación y persuasión - Trabajo en equipo 		
Especialista en Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar campañas publicitarias ● Gestión de contenidos ● Análisis de buscadores SEO y SEM ● Creación y desarrollo de proyectos digitales 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer al menos dos idiomas - Conocimiento de programas de edición 	1	Colaborador

Fuente: Elaboración propia

Recursos Humanos

Política de selección de personal

Para que Remoto funcione de la mejor manera es necesario contar con personal capacitado para el puesto que se seleccione, además, debe de sentirse comprometido con el desarrollo continuo de la empresa. Sin embargo, al ser Remoto una empresa sin experiencia en el mercado, al iniciar sus operaciones el único personal con el que se contará serán sus tres fundadoras, pero se espera en un futuro tener la capacidad de emplear a algunas personas y de esta manera reducir la carga laboral, al no contar con un departamento de recursos humanos como tal, en primera instancia quien llevará a cabo los procesos de selección será la directora de Remoto. El proceso de selección e inducción consta de siete pasos, y para que los candidatos sean tomados en cuenta es necesario que cumplan con una serie de requisitos previos, tales como:

1. Definición de perfiles

Como primer paso, se tomarán en cuenta los perfiles definidos anteriormente, según sea el cargo que se requiera, se han plasmado las responsabilidades y habilidades que cada uno de los puestos que conforman el organigrama de Remoto deben de cumplir.

2. Publicación de ofertas

A través de las redes sociales de Remoto se harán de conocimiento público las vacantes disponibles en la empresa, en donde se darán a conocer las indicaciones para aplicar a la plaza que se solicite. En estas publicaciones se solicitará que los candidatos apliquen enviando sus hojas de vida al correo electrónico de Remoto: remoto.jobs.sv@gmail.com

3. Preselección

Una vez que los candidatos hayan enviado sus hojas de vida al correo electrónico de Remoto, estas serán revisadas minuciosamente, tomando en cuenta únicamente aquellas que se consideren que cumplen con el perfil solicitado. Posteriormente, serán contactados vía llamada telefónica o por correo electrónico para posteriormente realizar una entrevista.

4. Selección y evaluación

Se realizará una serie de preguntas para corroborar que la información de su hoja de vida sea verídica y a la vez, detectar qué tanto sabe sobre los procesos que requiere el puesto laboral para el que se encuentre aplicando. Asimismo, se hará una prueba psicológica. Una vez finalizada la entrevista y prueba a cada candidato previamente seleccionado, se evaluará cada detalle para así tomar la decisión de quién es la persona idónea para el puesto solicitado.

5. Presentación del candidato seleccionado

Finalizado el paso anterior, se procederá a contactar al futuro trabajador de la empresa para informarle que su proceso de selección está casi completo y que se llevará a cabo su contratación, agendando una última entrevista, en donde deberá de presentar documentación adicional y a la vez, presentarle formalmente como un nuevo miembro de Remoto.

6. Contratación

Cuando toda la documentación solicitada en el paso anterior haya sido entregada, se procederá a la firma del contrato, en donde se estipulará todos los derechos y obligaciones que como trabajador de Remoto tendrá.

7. Proceso de inducción

A pesar de haber sido seleccionado para el puesto de trabajo por su perfil laboral y previos conocimientos y habilidades, será necesario llevar a cabo una inducción para que el nuevo trabajador se familiarice con el área de trabajo y con cada uno de los procesos que deberá de realizar en él. Se considera conveniente que este proceso de inducción tenga una duración de dos semanas.

Política de inducción

Esta política será implementada por Remoto con el fin que el personal contratado se sienta motivado y familiarizado con su puesto de trabajo, logrando que se desenvuelva por sí mismo de la mejor manera.

Los pasos para el proceso de inducción pueden diferir según el puesto, sin embargo, se considera como base seguir los pasos que a continuación se presentan.

1. Correo de bienvenida

Una vez que se haya gestionado la contratación del nuevo trabajador, se enviará un correo electrónico dando la bienvenida al equipo de Remoto. Asimismo, algunas indicaciones como su horario laboral, horas de descanso y detalle de algunas actividades que se realizarán en su primer día de trabajo.

2. Bienvenida personal

El primer día de inducción, lo principal será dar la bienvenida personalmente al nuevo colaborador y a la vez sostener una plática amena, en donde se explicarán las actividades y

procesos que se requieren en el puesto para el que fue contratado, también se resolverán dudas que tenga para evitar malentendidos y así se sostenga una buena relación entre empleador y empleado. Además, se hará entrega de su carnet de identificación, materiales y/o equipo que requiera su puesto.

3. Asignación de un guía

En este punto, el encargado de contratar al nuevo colaborador, deberá presentarlo a su jefe inmediato, quien debe indicarle sobre las actividades y procesos que conlleva el puesto de trabajo. Este habrá sido seleccionado cuidadosamente y con tiempo anticipado, tomando en consideración sus habilidades sociales y de comunicación, teniendo la seguridad que será capaz de inducir de la mejor manera al empleado y resolverá las dudas que en el camino puedan surgir.

4. Finalización del proceso de inducción

Luego de dos semanas se dará por concluida la inducción, en donde se habrá explicado de la mejor manera cada proceso y actividad que deberá realizar en su puesto de trabajo. Por lo que, el colaborador podrá ejecutar su labor por sí mismo sin apoyo, sin embargo, de ser necesario, su jefe inmediato será quien lo ayude a solventar las dudas que surjan.

Clima laboral

Recursos Humanos es el área encargada de fomentar un ambiente ameno entre cada uno de los colaboradores de la organización, pero para que esto se cumpla se deberán de considerar algunos puntos importantes, los cuales se deben de respetar tal como se detallan a continuación.

1. Ambiente de motivación y apoyo

Es importante que cada uno de los colaboradores se sienta motivado dentro de la organización y capaz de realizar cada actividad que se le asigne según sus conocimientos, aptitudes y actitudes, para ello es necesario que su encargado sea principalmente quien los incentive a realizar su trabajo de la mejor manera posible.

Si bien la motivación es importante, el apoyo lo es mucho más y no únicamente en lo laboral, es importante que los trabajadores de Remoto vean en sus encargados a alguien humano, solidario, con quien puedan contar ante cualquier situación, ya sea dentro o fuera de la organización, creando una relación amena entre sí.

2. Lugar de trabajo adecuado

Es de suma importancia que se asigne un área de trabajo adecuada a cada colaborador, pues es allí en donde pasan gran parte de su día y el espacio en donde se encuentren influye mucho con su desempeño laboral. Por ello, Remoto adecuará espacios para que cada uno de sus colaboradores se sienta cómodo, estos serán espacios limpios, ordenados, con buena iluminación y clima agradable.

3. Reconocimiento a los empleados

Cuando se reconoce la buena labor de los empleados, ellos se sienten motivados para dar lo mejor de sí, ya que se sienten valorados y que su trabajo es esencial en el buen funcionamiento de la organización.

4. Flexibilidad laboral

Los colaboradores se sienten agradecidos cuando las empresas cumplen con su promesa de flexibilidad laboral, ya que es importante recordar que son personas que tienen una vida fuera de la organización, con compromisos que cumplir, los cuales en ocasiones deben realizarse dentro de su horario laboral. Esto a la vez genera motivación en el personal, caso contrario si se le niega realizar actividades personales en sus horas de trabajo, los colaboradores suelen sentirse desmotivados y su rendimiento laboral disminuye.

5. Conocer el feedback de cada colaborador

En Remoto se realizará una evaluación periódica, con la cual se conseguirá saber cómo se siente cada colaborador, los puntos positivos y negativos que tiene la empresa y con base a ella realizar cambios, con el propósito de trabajar y mejorar los puntos débiles que se identifiquen dentro esta.

6. Programas de aprendizaje y desarrollo

A través de programas de aprendizaje y desarrollo se busca que los colaboradores perciban que Remoto se interesa en su desarrollo humano y profesional, teniendo certeza de que si ellos se lo proponen podrán crecer laboralmente dentro de la empresa. Además, con esto se logrará que cada uno se sienta motivado y rinda mejor en sus labores.

3.5.3 Proceso administrativo

En Remoto cada departamento es regido por procesos administrativos basados en sus cuatro fases que son Planificar, Organizar, Gestionar y Controlar. Estas etapas son importantes

debido a que ayudan a reconocer el tipo de problemas que podemos enfrentar en el camino al realizar cualquier proceso.

Como empresa Remoto usa estas etapas para fijar el rumbo que debe llevar cada proceso. En la etapa de Planificar, la Junta de accionistas y gerentes se reunieron para definir la misión, la visión, los valores y principios junto a los objetivos y metas que constituyen a Remoto como una marca que presta servicios de exposición de perfiles y ofertas laborales.

En la etapa de Organización se estableció un organigrama donde se especifica el puesto y la persona que estará a cargo. La máxima autoridad de Remoto es la dirección General, Inicialmente solo se contratará a un Especialista en Marketing Digital para colaborar al departamento de Marketing, el cual será encargado de diseñar, ejecutar y gestionar campañas de marketing online a través de los múltiples canales y plataformas, el uso de campañas de búsqueda orgánica, publicidad de pago, email marketing, redes sociales y otros canales para dar a conocer la empresa, marca y servicios.

Por su parte en la etapa de Gestionar, se requiere de las jefaturas para direccionar al personal y revisar que tengan los recursos necesarios para la ejecución de los procesos.

Y por último la etapa de Controlar, en Remoto esta es la fase donde se verifica que tan bien se ha realizado cada proceso, retroalimentar y si hubiera errores tomarlos en cuenta para crear mejoras en nuevos procesos

A continuación, se enlistan algunos de los procesos administrativos más importantes para Remoto.

- Proceso de cobros de suscripciones (facturas electrónicas y pasarela de pagos)
- Proceso de post venta a través de estrategias de email marketing
- Proceso de contratación de proveedores

Para automatizar los procesos y gestionar mejor los tiempos en Remoto se ha considerado el uso de ASANA, una herramienta muy prestigiosa que ayuda a las empresas tecnológicas con la digitalización de los procesos.

3.5.4 Identificación y características de proveedores

Tabla 5. Identificación y características de proveedores

Nombre del proveedor	Producto / Servicio que provee	Contacto	Dirección web	Forma de pago
Amejoartes	Desarrollador web	(503) 72908436 /amejoartes@gmail.com	https://www.amejoartes.com/	Contado (Transferencia bancaria)
Sered	Proveedor de hosting, dominio y SSL	(34) 933 939 198	https://sered.net/	Pago mensual (Transferencia bancaria)
Meta	Biblioteca de anuncios	-	https://es-la.facebook.com/ads/library/	Sin costo
Google Analytics	Herramienta de análisis y seguimiento	-	https://analytics.google.com/analytics/web	Sin costo
Fanpage Karma	Herramienta de análisis y seguimiento	49 (0) 30/577 095 060	https://www.fanpagekarma.com/es	Pago mensual (Transferencia bancaria)

Banco Agrícola	Pasarela de pago	2210 0000	https://www.bancoagricola.com/	Crédito (Efectivo o transferencia bancaria)
Chivo Wallet	Pasarela de pago	192	https://chivowallet.com/	Sin costo
Almacenes Vidrí S.A. De C.V.	Muebles de oficina	503 2271 4033	https://www.vidri.com.sv/	Contado (Efectivo)
Omnisport	Equipo tecnológico	2205 1900	https://www.omnisport.com/	Contado (Efectivo)
Tigo	Internet	2207 4000	https://www.tigo.com.sv/home	Contado (Efectivo)
Caess	Energía eléctrica	2506 9000	https://www.aes-elsalvador.com/es/caess	Contado (Efectivo)
ANDA	Agua potable	2247 2700	https://www.anda.gob.sv/	Contado (Efectivo)
Office Depot	Papelería y útiles de oficina	2260 4111	https://www.officedepot.com.sv/	Crédito (Efectivo o transferencia bancaria)
ASANA	Herramienta para control de Procesos	-	https://asana.com/es	Sin costo

Fuente: Elaboración propia

3.6. PLAN DE MERCADEO

3.6.1 Resultados de la investigación de mercado



Ilustración 7. Dashboard de resultados del estudio de mercado de Remoto, elaborado en https://datastudio.google.com/s/k15zW2Gyt_M.

Fuente: Elaboración propia

3.6.2 Análisis de resultados de la investigación

La investigación arrojó datos que permitieron a Remoto tomar una decisión con base a la aceptación de la población objetivo. Para ello se exponen algunas conclusiones sobre las cifras de interés obtenidas mediante la encuesta. (Véase ilustración 6)

Edad y género: entre las personas encuestadas se determinó que la mayor influencia al momento de buscar empleo en sitios web y plataformas digitales son hombres y mujeres entre las edades de 20 a 45 años.

Municipios: con la encuesta se pudo determinar que los municipios con mayor afluencia a la búsqueda de empleo por medio de plataformas digitales en el Área Metropolitana de San Salvador corresponden a los municipios de San Salvador (18%), Soyapango (17%), Mejicanos (11%) y Apopa (10%), conformando estos cuatro municipios el 56% de la muestra, Remoto debe de concentrarse en dichos municipios para generar el mayor tráfico en el sitio web.

El 95.4% de los encuestados consideran que es posible generar ingresos económicos extra al ser contactados a través de una plataforma digital para realizar trabajos por tiempo parcial o por horas, mientras que el 4.6% restante consideran que esto no es posible.

Las personas encuestadas mencionaron que el medio que utilizan para la búsqueda de empleos es principalmente a través de plataformas digitales con el 55.1%, seguido de las referencias personales con un 23%, mientras que el 21.9% restante representa las redes sociales, periódico y otros medios.

Para conocer la efectividad con la que los encuestados suelen ser contactados por plataformas de empleabilidad que son considerados como los principales competidores de Remoto, se observa que al 54% de las personas encuestadas han sido contactadas por este medio para la obtención de un empleo, el 26% no ha sido contactado por ninguna plataforma digital, y un 19.9% nunca han utilizado una plataforma digital, por lo que Remoto debe de superar la efectividad de sus competidores.

En la actualidad las aplicaciones móviles son cada vez más accesibles para cualquier persona que tenga un dispositivo inteligente, es por ello que se consultó sobre la importancia de que Remoto cuente con aplicación móvil o únicamente con su sitio web, el 52.6% de los encuestados considera que es muy importante y un 30.6% importante, es por ello que se deberá evaluar la existencia futura de una aplicación móvil para sistemas iOS y Android.

Para conocer en qué categoría de servicio se emplea el público objetivo de Remoto, se les pidió elegir entre 4 tipos de servicio y la opción de “otro” para agregar alguno que no perteneciera a los expresados, en la categoría de servicios profesionales se encuentra que el 51% presta servicios de este tipo, el 20.9% de los encuestados servicios de atención al cliente, un 19.9% servicios técnicos y solo un 7.7% servicios domésticos.

Para conocer la probabilidad de que las personas encuestadas utilicen la plataforma digital Remoto, se les plantearon dos situaciones, las cuales ayudaron a reconocer con mayor exactitud al público objetivo.

a. En el supuesto que sea una persona desempleada en búsqueda de empleo.

Ante este planteamiento, el 64.8% de las personas dijeron que es muy probable que utilicen Remoto, seguido del 30.6% que lo consideran simplemente probable, mientras que para el 4.6% restante es incierto si utilizarían la plataforma digital Remoto.

b. En el supuesto que sea una persona con un empleo a tiempo completo.

Ante lo planteado en el supuesto anterior, las personas encuestadas en su mayoría indicaron que están dispuestas a utilizar la plataforma, a pesar de contar con un empleo a tiempo completo, los resultados arrojados por el estudio son que el 44.9% lo consideran probable, el 34.2% indicó que es muy probable que usen la plataforma, mientras que el 15.3% dijo que es incierto y solo un 5.6% que es improbable.

3.6.3 Análisis de la situación

Tabla 6. Análisis de la competencia

<p>Computrabajo</p> 	<p>Es uno de los portales de empleo con más usuarios en Latinoamérica, tanto candidatos que buscan empleos como empresas que publican sus ofertas laborales pueden registrarse de forma gratuita.</p>
<p>Tecoloco</p> 	<p>Es una de las plataformas digitales con mayor reconocimiento en el país, la cual se dedica a la exposición de perfiles y ofertas laborales, generando contrataciones fijas o temporales.</p>

<p>Un mejor empleo</p> 	<p>Es una bolsa de empleo en El Salvador, con presencia en 13 países de Latinoamérica y más de 50K empresas asociadas a ellos, brinda una gran cantidad de ofertas laborales dentro y fuera del país.</p>
<p>LinkedIn</p> 	<p>Surgió como una red social para empresas y profesionales, que buscan crear relaciones laborales entre sí y llegar a la contratación final.</p>
<p>Joven 360</p> 	<p>Es una plataforma innovadora creada para mejorar el ecosistema de empleabilidad en los jóvenes con talento de la región, esta brinda oportunidades de pasantías a estudiantes y profesionales sin experiencia.</p>

Fuente: Elaboración propia

3.6.4 Marketing Mix Digital

Tabla 7. Marketing mix de Remoto

Producto	Precio
<p>Plataforma digital dedicada a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Suscripciones por exposición de perfiles laborales ● Suscripciones por exposición de ofertas de trabajo ● Paquete de publicidad exclusiva para empresas suscritas como empleadores 	<p>Para usuarios candidatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Plan Gold: \$3.99 ● Plan Platinum: \$7.99 <p>Para usuarios empleadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Plan Básico: Gratis ● Plan Premium: \$19.99 ● Paquete publicitario: \$150.00

Plaza	Promoción
El medio que se usará para Remoto es un sitio web con diseño responsive para facilitar el uso del mismo a sus usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> ● Activación de marca con visitas a Universidades y centros comerciales del Área Metropolitana de San Salvador. ● Publicidad en medios digitales y redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

i. El concepto de la campaña

El concepto de campaña que el sitio web de Remoto tendrá es “**Sé dueño de tu tiempo, tú tienes el control**”, dicho concepto se centrará en motivar a los usuarios para intentar buscar una forma de empleo alternativa de acuerdo a sus necesidades, tanto económicas como de tiempo. El objetivo de este concepto es que las personas dejen de ser observadores y tomen la decisión de controlar su tiempo, respecto a la cantidad de empleos que deseen desempeñar.

ii. Estrategias y tácticas para el modelo de negocio Remoto

Este conjunto de estrategias y tácticas a utilizar ayudarán a Remoto a cumplir las metas y objetivos planteados para su correcto desarrollo y crecimiento.

Tabla 8. Estrategia 1

Nombre la estrategia: Activación de marca
Objetivo: Lograr la interacción directa del público objetivo con la plataforma digital Remoto.
Táctica: Utilización de publicidad BTL e incentivo de la prueba
Descripción: La activación de marca se llevará a cabo en puntos clave del Área Metropolitana de San Salvador, tales como universidades y centros comerciales, lugares en donde se encuentra el público objetivo. Para esta estrategia se utilizará publicidad BTL, la cual ayudará a atraer la atención de los clientes potenciales y que de esta manera interactúen directamente con la plataforma. A la vez, podrán ser solventadas todas las dudas respecto a Remoto con el apoyo del personal capacitado.
Duración: 3 meses a partir de iniciado el proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Estrategia 2

Nombre la estrategia: Email marketing
Objetivo: Generar interés en pequeños, micro y medianos empresarios.
Táctica: Enviar correos electrónicos a los clientes potenciales ofreciendo el servicio.
Descripción: En primera instancia se generará una base de clientes potenciales, a quienes posteriormente se les enviará un correo electrónico explicando qué es Remoto, su uso y beneficios; en dicho correo electrónico también se adjuntará botones “Call to Action” que dirigirán al sitio web.
Duración: 1 año a partir de iniciado el proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Estrategia 3

Nombre la estrategia: Publicidad en redes sociales (usando landing page)
Objetivo: Generar publicidad por medio de redes sociales, llegando así de manera eficiente al público objetivo catalogado como “candidatos”.
Táctica: Publicación de landing page en Facebook e Instagram
Descripción: Se elaborarán banners que serán publicados en las redes sociales más utilizadas (Facebook e Instagram), pues en estos sitios se encuentra activo gran parte de nuestro público objetivo. A través de estos banners se generará un vínculo web, que, al hacer contacto con estos, se dirigirá al sitio web de Remoto.
Duración: 1 año a partir de iniciado el proyecto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Estrategia 4

Nombre la estrategia: Participación en la Copa Mundial de Emprendimiento
Objetivo: Dar a conocer la plataforma digital Remoto a inversionistas nacionales y/o extranjeros, para incentivar el interés en invertir en dicha plataforma y lograr la expansión del negocio a nivel nacional.
Táctica: Presentar el modelo de negocio en la Copa Mundial de Emprendimiento
Descripción: Inscribirse en la página oficial de la copa mundial de emprendedores (Entrepreneurship World Cup), culminar el proceso que se detalla previamente al concurso, buscar inversión para fortalecer la idea de negocio y llevarla al siguiente nivel.
Duración: de 3 a 4 meses, en fechas establecidas por la EWC.

Fuente: Elaboración propia

3.7. PLAN DE VENTAS

Es importante contar con un plan de ventas que nos guíe hacia dónde queremos llegar con el proyecto, a qué sector se está enfocando y establecer metas de venta para el adecuado crecimiento del negocio.

3.7.1 Ciclo de ventas

En Remoto su ciclo de ventas se conforma por seis fases fundamentales, las cuales ayudarán a realizar un mejor proceso de venta y determinar los parámetros que puede usar para medir el desempeño del equipo en cada etapa.



Ilustración 8. Fases del ciclo de ventas utilizado por Remoto

1. Prospección

Identificación de clientes potenciales

Por medio de un estudio de mercado, se identificó que uno de los principales clientes potenciales pertenece a la población económicamente activa entre las edades de 20 a 54 años, con quienes se efectuará el primer acercamiento por medio de campañas publicitarias, las cuales permitirán conocer el interés de los usuarios en la plataforma.

Candidatos: personas interesadas en adquirir ingresos primarios o extra por medio de trabajos a tiempo parcial o por hora.

Por otra parte, a través de la entrevista se identificó que quienes se muestran interesados en publicar ofertas laborales por medio de Remoto son personas naturales, emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas.

Empleadores: personas naturales, micro y pequeñas empresas que necesiten suplir una labor personal o empresarial.

Método para determinar el interés de los clientes

Candidatos: Se crearán campañas publicitarias en redes sociales que generen interés en la población objetivo, a la vez se harán visitas a universidades donde estudiantes podrán interactuar con la plataforma en un evento de activación de marca, con el objetivo de lograr los primeros suscriptores.

Empleadores: Se realizarán visitas al mayor número de MYPEs dentro del Área Metropolitana de San Salvador, con el objetivo de mostrar los beneficios y la rapidez de contratación a través de la plataforma.

2. Contacto con los clientes

Los clientes potenciales serán contactados en primera instancia por el gerente de ventas de Remoto, donde se les enviará información sobre el uso, funcionamiento y políticas de la plataforma, así como una solicitud para la inscripción y posteriormente segmentar entre candidatos y empleadores.

Luego de culminada las actividades de campañas publicitarias y activación de marca, se procederá con la captación de información de los clientes.

Candidatos: Para retener a estos candidatos después de haberse registrado dentro de la plataforma, serán contactados por medio de correo electrónico, en donde se dará la bienvenida y agradecimiento por pertenecer a Remoto.

Empleadores: Al igual que los candidatos, se contactará vía correo electrónico y se dará la bienvenida, esto también permitirá enviar nuevas promociones y gestionar compras inconclusas.

Para ambos segmentos, el gerente de ventas dará seguimiento a través de estrategias de email marketing a los clientes que se han convertido en los primeros suscriptores de Remoto, para posteriormente mostrar ofertas laborales o candidatos acorde al servicio requerido.

3. Reunión o Presentación

Candidatos: El gerente de ventas será el encargado de enviar aproximadamente 20 correos electrónicos diarios en la primera semana de cada mes.

Empleadores: se enviarán correos electrónicos con la misma frecuencia que a los candidatos, con promociones o descuentos en ocasiones especiales y recordatorios de uso de la plataforma.

Se harán informes de los potenciales y actuales clientes clasificados como candidatos y empleadores, los cuales serán reportados al gerente de ventas y gerente de mercadeo, quienes en conjunto evaluarán los resultados para encontrar puntos de mejora.

4. Manejo de objeciones

A través del chatbot del sitio web o Whatsapp Business, los usuarios darán a conocer sus quejas o inconformidades en cualquier momento y recibir asistencia técnica con respuestas predefinidas a preguntas frecuentes, también podrán contactarse directamente con algún miembro de Remoto, quienes brindarán apoyo personalizado, además se encargarán de dar seguimiento a la solicitud y persuadir al usuario para que continúe utilizando el servicio.

5. Cierre de ventas

Meta de ventas

Remoto espera percibir ganancias desde el sexto mes del primer año de operación, sin embargo, la empresa reintegrará su inversión inicial en su tercer año aproximadamente.

Experiencia del equipo de Remoto

El gerente de ventas cuenta con experiencia en el área, además posee conocimientos en negociaciones, debido a que cumple con el perfil para este puesto será el encargado de relacionarse directamente con los clientes. Adicionalmente, todo el equipo de Remoto cuenta con la capacidad de cerrar ventas, ya que todos conocen los servicios que se prestan dentro de la plataforma y los precios de estos. esto para mejorar la experiencia de los clientes.

6. Servicio post venta

Contacto Postventa

Cada 3 meses el gerente de marketing se encargará de enviar una encuesta tanto a candidatos como a empleadores, para saber el grado de satisfacción respecto a la plataforma y con base a las respuestas hacer mejoras dentro de ella. Dicha encuesta no será obligatoria responder.

Se mantendrán activas promociones para los clientes que se muestran desmotivados al uso de la plataforma (descuentos de hasta el 50% en el primer mes al reactivar su suscripción).



Ilustración 9. Customer Journey de Remoto, tanto para candidatos como empleadores.

Fuente: Elaboración propia

3.7.2 Proyección de ventas

En las siguientes tablas se reflejan estimaciones de ventas proyectadas en unidades y en dólares para los primeros 5 años de gestión de Remoto.

Tabla 12. Proyecciones de ventas en unidades

VENTAS EN UNIDADES					
VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Línea de Productos	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades
Candidatos Gold	572	629	755	944	1227
Candidatos Platinum	275	289	347	434	564
Plan Básico	429	457	548	685	890
Plan Premium	111	122	147	183	238
Plan Publicitario	22	25	30	37	48
Total	1,409	1522	1826	2283	2968

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Proyecciones de ventas en dólares

VENTAS EN DOLARES					
VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Línea de Productos	Total	Total	Total	Total	Total
Candidatos Gold	\$ 2,282.28	\$ 2,598.38	\$ 3,227.18	\$ 4,175.17	\$ 5,617.69
Candidatos Platinum	\$ 2,197.25	\$ 2,392.41	\$ 2,971.37	\$ 3,844.21	\$ 5,172.39
Plan Básico	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Plan Premium	\$ 2,218.89	\$ 2,526.21	\$ 3,137.55	\$ 4,059.20	\$ 5,461.66
Plan Publicitario	\$ 3,300.00	\$ 3,850.20	\$ 4,781.95	\$ 6,186.65	\$ 8,324.13
Total	\$ 9,998.42	\$ 11,367.19	\$ 14,118.05	\$ 18,265.23	\$ 24,575.87

Fuente: Elaboración propia

3.8 PLAN FINANCIERO

Uno de los elementos más importantes de un Plan de Modelo de Negocios es sin duda el Plan Financiero. En este documento se plasman los fundamentos económicos que permiten que un

negocio sea viable y se establecen unos objetivos a corto y largo plazo, así como la situación financiera actual de la empresa.

Saber crear un Plan Financiero es esencial para cualquier emprendedor o empresario que aspire a desarrollar una idea de negocio.

3.8.1 Plan de inversión

Tabla 14. Supuestos de inversión y financiación

PROYECCIONES FINANCIERAS - SUPUESTOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN				
Concepto	Monto	FINANCIAMIENTO		
		Fondos Propios	Préstamos Financieros	
Sitio Web	\$ 813.60	\$ -	\$	813.60
Diseño y desarrollo de la plataforma	\$813.60	\$0.00	\$	813.60
			\$	-
Maquinaria:	\$ 1,689.97	\$ 467.00	\$	1,222.97
Laptops Marca HP Modelo 14-DQ0509LA (3)	\$1,197.00	\$443.03	\$	753.97
Computadora de Escritorio Marca HP 21-B0002LA (1)	\$469.00	\$0.00	\$	469.00
Mouse Optico USB Targus (3)	\$23.97	\$23.97	\$	-
			\$	-
Equipo:	\$ 632.80	\$ 632.80	\$	-
Escritorio MOMENTUM (4)	\$227.80	\$227.80	\$	-
Silla de Trabajo Gris (4)	\$196.00	\$196.00	\$	-
Impresora Multifuncional EPSON L3210 (ECOTANK)	\$209.00	\$209.00	\$	-
			\$	-
Herramientas de Trabajo:	\$ 400.20	\$ 400.20	\$	-
Set de engrapadora + perforador (4)	\$31.60	\$31.60	\$	-
Archivador AMPO (8)	\$24.80	\$24.80	\$	-
Disco duro 1TB NEGRO SLIM ADATA (4)	\$343.80	\$343.80	\$	-
			\$	-
Capital de Trabajo:	\$ 963.43	\$ -	\$	963.43
Efectivo	\$ 963.43		\$	963.43
			\$	-
Otros:	\$ -	\$ -	\$	-
	\$0.00	\$0.00	\$	-
Totales:	\$ 4,500.00	\$ 1,500.00	\$	3,000.00

Cálculo Cuota Préstamo

Monto:	\$ 3,000.00
Interés Anual:	11.00%
Plazo en Meses:	18
Cuota:	(\$181.56)
Seguros:	1.00%
Cuota Total:	\$ 183.37

Cálculo de Depreciación

Depreciación Anual:	\$ 707.31
----------------------------	------------------

Cálculo de Costo de Capital	0.05%
------------------------------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Tabla de amortización préstamo

Tabla de Amortización de Préstamo				
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 3,000.00
1	181.56	27.50	154.06	\$ 2,845.94
2	181.56	26.09	155.47	\$ 2,690.48
3	181.56	24.66	156.89	\$ 2,533.58
4	181.56	23.22	158.33	\$ 2,375.25
5	181.56	21.77	159.78	\$ 2,215.47
6	181.56	20.31	161.25	\$ 2,054.22
7	181.56	18.83	162.73	\$ 1,891.50
8	181.56	17.34	164.22	\$ 1,727.28
9	181.56	15.83	165.72	\$ 1,561.56
10	181.56	14.31	167.24	\$ 1,394.32
11	181.56	12.78	168.77	\$ 1,225.54
12	181.56	11.23	170.32	\$ 1,055.22
13	181.56	9.67	171.88	\$ 883.34
14	181.56	8.10	173.46	\$ 709.88
15	181.56	6.51	175.05	\$ 534.83
16	181.56	4.90	176.65	\$ 358.18
17	181.56	3.28	178.27	\$ 179.91
18	181.56	1.65	179.91	\$ -

Fuente: Elaboración propia

3.8.2 Estructura de costos

Tabla 16. Costo bruto por unidad vendida

DETALLE COSTO BRUTO	Candidatos Gold		Candidatos Platinum		Plan Básico		Plan Premium		Plan Publicitario	
	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%	Costo	%
Pasarela de pago / Comisión Wonpi (2.85%)	\$ 0.09	91%	\$ 0.20	95%	##	0%	\$ 0.54	98%	\$ 4.28	100%
Hosting (incluye Certificado SSL) y Dominio del Sitio Web	\$ 0.01	9%	\$ 0.01	5%	\$ 0.01	100%	\$ 0.01	2%	\$ 0.01	0%
Otros		0%		0%		0%		0%		0%
		0%		0%		0%		0%		0%
Total	\$ 0.10	100%	\$ 0.21	100%	\$ 0.01	100%	\$ 0.55	100%	\$ 4.29	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Costo bruto del primer año

COSTO BRUTO		Año 1		
Línea de Productos	Unidades	Costo Unitario		Total
Candidatos Gold	572 \$	0.10	\$	56.69
Candidatos Platinum	275 \$	0.21	\$	57.75
Plan Básico	429 \$	0.01	\$	4.29
Plan Premium	111 \$	0.55	\$	60.95
Plan Publicitario	22 \$	4.29	\$	94.36
Total	1,409 \$	5.16	\$	274.04

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Costo bruto del segundo año

COSTO BRUTO		Año 2		
Línea de Productos	Unidades	Costo Unit.		Total
Candidatos Gold	629 \$	0.10	\$	64.54
Candidatos Platinum	289 \$	0.22	\$	62.88
Plan Básico	457 \$	0.01	\$	4.72
Plan Premium	122 \$	0.57	\$	69.39
Plan Publicitario	25 \$	4.44	\$	110.09
Total	1522 \$	5.34	\$	311.63

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Costo bruto del tercer año

COSTO BRUTO		Año 3		
Línea de Productos	Unidades	Costo Unit.		Total
Candidatos Gold	755 \$	0.11	\$	80.16
Candidatos Platinum	347 \$	0.22	\$	78.10
Plan Básico	548 \$	0.01	\$	5.87
Plan Premium	147 \$	0.59	\$	86.19
Plan Publicitario	30 \$	4.59	\$	136.74
Total	1826 \$	5.52	\$	387.04

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Costo bruto del cuarto año

COSTO BRUTO	Año 4			
	Línea de Productos	Unidades	Costo Unit.	Total
Candidatos Gold		944 \$	0.11	\$ 103.71
Candidatos Platinum		434 \$	0.23	\$ 101.04
Plan Básico		685 \$	0.01	\$ 7.59
Plan Premium		183 \$	0.61	\$ 111.50
Plan Publicitario		37 \$	4.76	\$ 176.90
Total		2283 \$	5.72	\$ 500.74

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Costo bruto del quinto año

COSTO BRUTO	Año 5			
	Línea de Productos	Unidades	Costo Unit.	Total
Candidatos Gold		1227 \$	0.11	\$ 139.54
Candidatos Platinum		564 \$	0.24	\$ 135.95
Plan Básico		890 \$	0.01	\$ 10.21
Plan Premium		238 \$	0.63	\$ 150.03
Plan Publicitario		48 \$	4.92	\$ 238.02
Total		2968 \$	5.92	\$ 673.74

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. Proyección del costo de salarios a empleados

COSTO PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados	1	1	2	3	4
Salarios	\$ 2,400.00	\$ 2,484.00	\$ 5,141.88	\$ 7,982.77	\$ 11,016.22
Prestaciones					
Total, Costo Personal	\$ 2,400.00	\$ 2,484.00	\$ 5,141.88	\$ 7,982.77	\$ 11,016.22

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Proyección de otros costos y gastos

Otros Costos y Gastos	Año					Costos Fijos	
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Mantenimiento	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	\$	100.00 al mes
Servicios Basicos/ Internet	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%	4.80%	\$	40.00 al mes
Publicidad en Redes Sociales	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	\$	50.00 al mes
Utiles de Oficina	2.40%	2.40%	2.40%	2.40%	2.40%	\$	20.00 al mes
Promoción y Publicidad	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	\$	100.00 al mes
Otros	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	\$	- al mes

Costos y Gastos totalizados en el año, se toman como % de ventas para efectos de cálculo - sólo para el primer año

Ventas \$ / Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas \$	\$ 9,998.42	\$ 11,367.19	\$ 14,118.05	\$ 18,265.23	\$ 24,575.87

Fuente: Elaboración propia

3.8.3 Flujo de efectivo

Tabla 24. Flujo de efectivo proyectado al primer año

	Flujo de Caixa Proyectado del Inversionista												Total Año 1
	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	
Ganancia Neta	\$ (402.75)	\$ (331.04)	\$ (259.32)	\$ (170.01)	\$ (150.99)	\$ 119.68	\$ 188.53	\$ 364.14	\$ 386.11	\$ 511.99	\$ 569.15	\$ 638.04	\$ 1,463.54
Más:													
Depreciación	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	707.31
Menos:													
Amortización de Préstamo	154.06	155.47	156.89	158.33	159.78	161.25	162.73	164.22	165.72	167.24	168.77	170.32	1,944.78
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ (497.86)	\$ (427.57)	\$ (357.27)	\$ (269.39)	\$ (251.83)	\$ 17.37	\$ 84.75	\$ 258.86	\$ 279.33	\$ 403.70	\$ 459.32	\$ 526.66	\$ 226.07

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Flujo de efectivo proyectado del año 2 al año 5

	Flujo de Caja Proyectado del Inversionista										Año 4	Año 5
	Año 2					Año 3						
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total		
Ganancia Neta	\$ 884.64	\$ 899.08	\$ 908.91	\$ 908.91	\$ 3,601.54	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 2,629.90	\$ 2,279.74	\$ 3,793.64
Más:												
Depreciación	176.83	176.83	176.83	176.83	707.31	176.83	176.83	176.83	176.83	707.31	707.31	707.31
Menos:												
Amortización de Préstamo	520.39	534.83	-	-	1,055.22	-	-	-	-	-	-	-
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$ 541.07	\$ 541.07	\$ 1,085.74	\$ 1,085.74	\$ 3,253.63	\$ 834.30	\$ 834.30	\$ 834.30	\$ 834.30	\$ 3,337.21	\$ 2,987.06	\$ 4,500.96

Fuente: Elaboración propia

3.8.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Tabla 26. Proyecciones de Rentabilidad

PROYECCIONES FINANCIERAS - CALCULO DE RENTABILIDAD PROYECTADA - Página G							
Flujo de Fondos Poyectado del Inversionista							
Rubros del Flujo de Caja/Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingreso por Ventas		9,998.42	11,367.19	14,118.05	18,265.23	24,575.87	
Costo de Bienes Vendidos		274.06	311.63	387.04	500.74	673.74	
Ganancia Bruta	\$	9,724.36	\$ 11,055.56	\$ 13,731.01	\$ 17,764.49	\$ 23,902.12	
Salarios		2,400.00	2,484.00	5,141.88	7,982.77	11,016.22	
Prestaciones		-	-	-	-	-	
Dominio		-	-	-	-	-	
Hosting y Certificado de SSL		-	-	-	-	-	
Mantenimiento		1,199.81	1,364.06	1,694.17	2,191.83	2,949.10	
Seguros		1,199.81	-	-	-	-	
Servicios Basicos/ Internet		480.00	545.63	677.67	876.73	1,179.64	
Publicidad en Redes Sociales		600.00	682.03	847.08	1,095.91	1,474.55	
Útiles de Oficina		240.00	272.81	338.83	438.37	589.82	
Promoción y Publicidad		1,200.00	1,364.06	1,694.17	2,191.83	2,949.10	
Pasajes y Viáticos		-	-	-	-	-	
Transportes		-	-	-	-	-	
Depreciación		707.31	707.31	707.31	707.31	707.31	
Otros		-	-	-	-	-	
Total Gastos Generales y de Admón.	\$	8,026.93	\$ 7,419.91	\$ 11,101.11	\$ 15,484.75	\$ 20,108.48	
Intereses Pagados		233.89	34.11	-	-	-	
Ganancia Gravable(GAI)	\$	1,463.54	\$ 3,601.54	\$ 2,629.90	\$ 2,279.74	\$ 3,793.64	
Impuesto sobre Renta		-	-	-	-	-	
Ganancia Neta	\$	1,463.54	\$ 3,601.54	\$ 2,629.90	\$ 2,279.74	\$ 3,793.64	
Más:							
Depreciación		707.31	707.31	707.31	707.31	707.31	
Menos:							
Amortización de Préstamo		1,944.78	1,055.22	-	-	-	
Inversión Inicial	\$	4,500.00					
Más:							
Valor de Salvamento de Inversión		0					
Recuperación del Capital de Trabajo							
Flujo de Caja Neto(FCN)	\$	(4,500.00)	\$ 226.07	\$ 3,253.63	\$ 3,337.21	\$ 2,987.06	\$ 4,500.96

Periodo de Reintegro de Inversión(PRI)	3 Años Aprox.
Valor Actual Neto(VAN)	\$ 9,779.37
Tasa Interna de Retorno(TIR_{reg})	41.51%
Retorno Sobre Inversión(RSI o TRC)	61.19%
Índice de Rentabilidad(IR o RBC)	3.17

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Proyecciones del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO									
No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	Candidatos Gold	Membresía	572	41%	\$ 3.99	\$ 0.10	\$ 3.89	472	\$ 1,883.90
2	Candidatos Platinum	Membresía	275	20%	\$ 7.99	\$ 0.21	\$ 7.78	227	\$ 1,813.71
3	Plan Básico	Membresía	429	30%	\$ -	\$ 0.01	\$ (0.01)	354	\$ -
4	Plan Premium	Membresía	111	8%	\$ 19.99	\$ 0.55	\$ 19.44	92	\$ 1,831.57
5	Plan Publicitario	Paquete	22	2%	\$ 150.00	\$ 4.29	\$ 145.71	18	\$ 2,723.97
VOLUMEN TOTAL DE VENTAS			1,409	100%	Margen de Contribución Combinado		\$ 6.90	1,163	\$ 8,253.14

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 8,026.93}{\$ 6.90} = 1,163.05 \text{ Unidades}$$

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Ingresos del punto de equilibrio proyectados para 5 años

Año	Ingreso de Equilibrio
1	\$ 8,253.16
2	\$ 7,629.06
3	\$ 11,414.02
4	\$ 15,921.23
5	\$ 20,675.29

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 10. Gráfico de ingresos del punto de equilibrio en el plazo de 5 años.

Fuente: Elaboración propia

3.8.5 Estado de Resultados proyectado

Tabla 29. Estados financieros proyectados para el primer año

PROYECCIONES FINANCIERAS - ESTADOS FINANCIEROS													
Estado de Resultados Proyectado													
	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	Año 1
Ingreso por Ventas	127.82	223.68	319.54	439.37	463.30	831.21	923.08	1,161.00	1,188.97	1,358.91	1,434.82	1,526.72	9,998.42
Costo de Bienes Vendidos	3.45	6.01	8.56	11.76	12.38	22.79	25.24	31.94	32.73	37.52	39.59	42.09	274.06
Ganancia Bruta	\$ 124.37	\$ 217.67	\$ 310.98	\$ 427.61	\$ 450.92	\$ 808.42	\$ 897.84	\$ 1,129.06	\$ 1,156.24	\$ 1,321.39	\$ 1,395.23	\$ 1,484.63	\$ 9,724.36
Salarios	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Prestaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dominio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hosting y Certificado de SSL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	15.34	26.84	38.34	52.72	55.60	99.75	110.77	139.32	142.68	163.07	172.18	183.21	1,199.81
Seguros	15.34	26.84	38.34	52.72	55.60	99.75	110.77	139.32	142.68	163.07	172.18	183.21	1,199.81
Servicios Basicos/ Internet	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	480.00
Publicidad en Redes Sociales	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Utiles de Oficina	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00
Promoción y Publicidad	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
Pasajes y Viáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	58.94	707.31
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de A	\$ 499.62	\$ 522.63	\$ 545.63	\$ 574.39	\$ 580.13	\$ 668.43	\$ 690.48	\$ 747.58	\$ 754.30	\$ 795.08	\$ 813.30	\$ 835.36	\$ 8,026.93
Intereses Pagados	27.50	26.09	24.66	23.22	21.77	20.31	18.83	17.34	15.83	14.31	12.78	11.23	233.89
Ganancia Gravable(GAI)	\$ (402.75)	\$ (331.04)	\$ (259.32)	\$ (170.01)	\$ (150.99)	\$ 119.68	\$ 188.53	\$ 364.14	\$ 386.11	\$ 511.99	\$ 569.15	\$ 638.04	\$ 1,463.54
Impuesto sobre Renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ganancia Neta	\$ (402.75)	\$ (331.04)	\$ (259.32)	\$ (170.01)	\$ (150.99)	\$ 119.68	\$ 188.53	\$ 364.14	\$ 386.11	\$ 511.99	\$ 569.15	\$ 638.04	\$ 1,463.54

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Estados Financieros proyectados desde el año 2 al año 5

	Estado de Resultados Proyectado											
	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	2,841.80	2,841.80	2,841.80	2,841.80	11,367.19	3,529.51	3,529.51	3,529.51	3,529.51	14,118.05	18,265.23	24,575.87
Costo de Bienes Vendidos	77.91	77.91	77.91	77.91	311.63	96.76	96.76	96.76	96.76	387.04	500.74	673.74
Ganancia Bruta	\$ 2,763.89	\$ 2,763.89	\$ 2,763.89	\$ 2,763.89	\$ 11,055.56	\$ 3,432.75	\$ 3,432.75	\$ 3,432.75	\$ 3,432.75	\$ 13,731.01	\$ 17,764.49	\$ 23,902.12
Salarios	621.00	621.00	621.00	621.00	2,484.00	1,285.47	1,285.47	1,285.47	1,285.47	5,141.88	7,982.77	11,016.22
Prestaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dominio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hosting y Certificado de SSL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	341.02	341.02	341.02	341.02	1,364.06	423.54	423.54	423.54	423.54	1,694.17	2,191.83	2,949.10
Seguros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios Basicos/ Internet	136.41	136.41	136.41	136.41	545.63	169.42	169.42	169.42	169.42	677.67	876.73	1,179.64
Publicidad en Redes Sociales	170.51	170.51	170.51	170.51	682.03	211.77	211.77	211.77	211.77	847.08	1,095.91	1,474.55
Utiles de Oficina	68.20	68.20	68.20	68.20	272.81	84.71	84.71	84.71	84.71	338.83	438.37	589.82
Promoción y Publicidad	341.02	341.02	341.02	341.02	1,364.06	423.54	423.54	423.54	423.54	1,694.17	2,191.83	2,949.10
Pasajes y Viáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transportes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	176.83	176.83	176.83	176.83	707.31	176.83	176.83	176.83	176.83	707.31	707.31	707.31
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Gastos Generales y de A	\$ 1,854.98	\$ 1,854.98	\$ 1,854.98	\$ 1,854.98	\$ 7,419.91	\$ 2,775.28	\$ 2,775.28	\$ 2,775.28	\$ 2,775.28	\$ 11,101.11	\$ 15,484.75	\$ 20,108.48
Intereses Pagados	24.28	9.84	-	-	34.11	-	-	-	-	-	-	-
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 884.64	\$ 899.08	\$ 908.91	\$ 908.91	\$ 3,601.54	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 2,629.90	\$ 2,279.74	\$ 3,793.64
Impuesto sobre Renta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ganancia Neta	\$ 884.64	\$ 899.08	\$ 908.91	\$ 908.91	\$ 3,601.54	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 657.47	\$ 2,629.90	\$ 2,279.74	\$ 3,793.64

Fuente: Elaboración propia

3.9. PLAN DE TRABAJO

Tabla 31. Cronograma del plan de trabajo de los primeros 6 meses de Remoto

PLAN DE TRABAJO - REMOTO

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Registro en el CNR	Alejandra Erazo	■																							
Compra de equipo necesario	Alejandra Erazo	■	■																						
Contratacion del desarrollador web	Nancy Díaz		■																						
Creación de la plataforma	Amejoartes			■	■	■	■	■	■																
Prueba piloto del sitio web	Amejoartes					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
Realizar mejoras sobre el resultado de la prueba piloto	Amejoartes													■	■	■	■								
Contratación del Colaborador	Alejandra Erazo		■	■	■																				
Capacitaciones de personal	Nancy Díaz					■	■	■	■																
Visita a las empresas (empleadores)	Karla García					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
Activación de Marca	Karla García y Nancy Díaz					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
Campaña publicitaria en Google Ads y Redes Sociales	Colaborador								■			■			■					■				■	
Lanzamiento de Remoto	Amejoartes y Remoto													■	■										
Contactar a usuarios por medio de Email Marketing	Karla García						■				■			■		■					■				
Reunión de junta directiva	Junta directiva				■				■			■			■		■					■			■
Entrega de informes	Gerentes y colaborador			■				■				■			■				■				■		

Fuente: Elaboración propia

3.10. INDICADORES DE MEDICIÓN

KPI de rentabilidad: este indicador de gestión servirá para medir el desempeño de la productividad económica de Remoto, la cual determinará la liquidez y rentabilidad del negocio en el transcurso de la puesta en marcha hasta el desarrollo y madurez del modelo de negocio.

KPI de calidad del servicio: en este indicador se medirá el proceso de servicio al cliente, así como la satisfacción de este, con el fin de evaluar los resultados y buscar puntos de mejora en esta área específica y de suma importancia para Remoto.

KPI de productividad: es indispensable tener un indicador para medir la satisfacción de los colaboradores dentro de Remoto, para poder equilibrar la carga laboral y el rendimiento. El cliente interno es un recurso que se debe de tener como prioridad ya que de ellos depende el buen funcionamiento de la plataforma.

KPI cobertura por zona: dentro del formulario de verificación para un nuevo suscriptor se pedirá que indique su información de residencia, lo que ayudará a que su ubicación sea específica de forma en que se pueda medir la cobertura que posee Remoto y así generar mejores estrategias para llegar a las zonas que aún no tiene presencia la plataforma.

KPI suscripciones: este indicador servirá para conocer la cantidad de usuarios interesados en exponer sus perfiles laborales, así como en publicar ofertas de trabajo a través de Remoto.

KPI conversión por clic: evaluar la cantidad de visitas que se pueden obtener mediante un anuncio publicado a través de Google Ads o redes sociales y de esta manera clasificar a las personas que se interesan en la plataforma y se conviertan en clientes.

KPI tasa de cancelación: este indicador medirá el nivel de rechazo de los usuarios, para así determinar qué aspectos de la plataforma no están siendo percibidos por los usuarios de manera correcta.

BIBLIOGRAFÍA

Organización Internacional de Trabajo. (2021). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo 2021: El papel de las plataformas de trabajo digitales en la transformación del mundo del trabajo*. InfoStories. Recuperado mayo de 2022, de <https://ilo.org/infostories/es-ES/Campaigns/WESO/World-Employment-Social-Outlook-2021#platform-workers>

ÓSCAR LUNA, JAMES HUMBERSTONE Y CLAUDIA MEYER, D. (2020, 28 mayo). *Un país de estudiantes, amas de casa y servicios domésticos. . . según el DUI*. Revista Disruptiva. <https://www.disruptiva.media/un-pais-de-estudiantes-amas-de-casa-y-servicios-domesticos-segun-el-dui/>

Los 4 sectores laborales más solicitados en El Salvador. (2021, 17 marzo). El Independiente. Recuperado junio de 2022, de [https://www.elindependiente.sv/2021/03/17/los-4-sectores-laborales-mas-solicitados-en-el-salvador/#:%7E:text=Las%20profesiones%20m%C3%AAs%20solicitadas%20han,este%20sector%20se%20concentraron%20en%3A&text=Cajero%20\(17%25\)%3A%20para%20atenci%C3%B3n,y%20gesti%C3%B3n%20de%20transacciones%20financieras.](https://www.elindependiente.sv/2021/03/17/los-4-sectores-laborales-mas-solicitados-en-el-salvador/#:%7E:text=Las%20profesiones%20m%C3%AAs%20solicitadas%20han,este%20sector%20se%20concentraron%20en%3A&text=Cajero%20(17%25)%3A%20para%20atenci%C3%B3n,y%20gesti%C3%B3n%20de%20transacciones%20financieras.)

Edición, L. (2022, 7 marzo). *Crecer y CASATIC dan a conocer los primeros resultados del Observatorio de Empleabilidad, Talento 4.0*. La Edición. Recuperado junio de 2022, de <https://laedicionsv.com/2022/03/07/crecer-y-casatic-dan-a-conocer-los-primeros-resultados-del-observatorio-de-empleabilidad-talento-4-0/>

Sobre LinkedIn. (s. f.). LinkedIn. Recuperado junio de 2022, de <https://about.linkedin.com/es-es?lr=1>

Sobre Indeed. (s. f.). Indeed. Recuperado junio de 2022, de <https://www.indeed.com/about>
Taskia.es, busca gente que te ayude. (s. f.). www.taskia.es, ¿En qué quieres que te ayudemos? Recuperado junio de 2022, de <https://www.taskia.es/como-funciona>

Tecoloco.com - Quiénes somos. (s. f.). Tecoloco.com. Recuperado junio de 2022, de <https://www.tecoloco.com.sv/frmQSomos.aspx>

Computrabajo ¿Quiénes Somos? (s. f.). Computrabajo.com. Recuperado junio de 2022, de <https://www.sv.computrabajo.com/quienessomos/>

Najarro, F. (2020). EBOOK Inbound marketing +COMUNICAWEB22 (versión gratuita). DocSend. <https://docsend.com/view/qjq8hpyg7dhhc3uh>

Javier Cuello, & José Vittone. (s. f.). Diseñando apps para Móviles: Vol. Versión 1.1 (Primer Edición ed.) [Libro electrónico]. https://books.google.com.sv/books?id=ATiqsjH1rvwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true

Asamblea Legislativa de El Salvador. (2020, 5 de mayo). Ley de Protección al Empleo en El Salvador. Diario Oficial Tomo N° 427. <https://www.diariooficial.gob.sv/>

Asamblea Legislativa de El Salvador (1993). Ley de Protección al Empleo en El Salvador.
<https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/E1DD5109-FA02-4C6A-A172-877422621863.pdf>

Asamblea Legislativa de El Salvador (2016). Ley Especial Contra los Delitos Informáticos y Contextos, Decreto No. 260 <https://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/D/2/2010-2019/2016/02/B6B74.PDF>

Asamblea Legislativa de El Salvador (2022) Ley de Regulación del Teletrabajo
<https://www.transparencia.gob.sv/search?utf8=%E2%9C%93&ft=ley+de+teletrabajo>

Bunge, M., (2002). *La Investigación Científica: su estrategia y filosofía*. México, Siglo XXI Editores.

ANEXOS

Anexo 1. Diseño de instrumento de investigación



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



REMOTO

Remoto es una plataforma digital dedicada a la exposición de empleos a tiempo parcial o por horas, de manera presencial o remota.

Objetivo: Conocer la aceptación que tendrá la plataforma digital Remoto, la cual ayudará a la exposición de los perfiles laborales de sus usuarios en el Área Metropolitana de San Salvador.

Indicación: Seleccione la opción según su información.

Género

- Masculino
- Femenino

Edad

- De 20 a 25 años
- De 26 a 35 años
- De 36 a 45 años
- De 46 a 54 años

Municipio de residencia

- San Salvador
- Soyapango
- Mejicanos
- Apopa
- Ciudad Delgado
- Ilopango
- Tonacatepeque
- San Martín
- Cuscatancingo
- San Marcos
- Ayutuxtepeque
- Nejapa
- Santa Tecla (La Libertad)
- Antigua Cuscatlán (La Libertad)

Nivel académico

- Estudios básicos
- Educación media
- Educación técnica
- Educación superior

¿Cuál de las siguientes categorías define su situación laboral actual?

- Empleado de jornada completa
- Empleado de medio tiempo
- Desempleado en búsqueda de trabajo
- Desempleado no en búsqueda de trabajo
- Emprendedor o empresario

A continuación, se le presentan una serie de preguntas, seleccione la opción de respuesta más apropiada según su criterio.

Al momento de buscar un empleo, ¿qué medio utiliza principalmente?

- Plataformas digitales (LinkedIn, Tecoloco, Computrabajo)
- Redes sociales
- Periódico
- Referencias personales
- Otro: _____

¿Ha utilizado alguna plataforma digital que oferte empleos?

- Sí
- No

¿Cuál o cuáles de las siguientes plataformas digitales ha utilizado?

- Tecoloco
- Computrabajo
- LinkedIn
- Otra: _____

¿Cuál es su grado de satisfacción con el desempeño de la o las plataformas antes utilizadas?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Regular
- Poco satisfecho
- Insatisfecho

¿Ha sido contactado por alguna empresa gracias al uso de esas plataformas?

- Sí
- No

A continuación, se le presentan una serie de preguntas, seleccione la opción de respuesta más apropiada según su criterio.

¿En cuál de las siguientes categorías de industria le interesa prestar sus servicios según su experiencia?

- Servicios profesionales
- Servicios domésticos
- Servicios técnicos
- Servicio de atención al cliente
- Otra: _____

¿Considera que se podría obtener un ingreso extra por trabajos a tiempo parcial o por horas siendo contactado mediante una plataforma digital?

- Sí
- No

¿Cuáles funciones le gustaría que la plataforma digital Remoto incluya?

- Filtros (área de empleo y ubicación)
- Calificaciones y reseñas
- Políticas de seguridad y privacidad
- Chatbot (asistencia técnica)
- Otra: _____

¿Qué tan probable es que utilice la plataforma digital Remoto?

<input type="checkbox"/> En el supuesto que usted sea una persona desempleada en búsqueda de empleo.	Muy probable
	Probable
<input type="checkbox"/> En el supuesto que usted sea una persona con un empleo a tiempo completo.	Incierto
	Improbable

¿Qué tan importante es para usted que una plataforma digital de este tipo cuente con una aplicación móvil?

- Muy importante
- Importante
- Regular
- Poco importante
- Nada importante

Anexo 2. Diseño de guía de entrevista.



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



Objetivo: Conocer las perspectivas y expectativas de los empresarios, emprendedores y personas naturales a quienes les podría interesar la implementación de la aplicación digital Remoto en el área de San Salvador.

1. ¿Qué le parece la idea de negocio de Remoto?

2. ¿Qué plataformas digitales de empleabilidad conoce?

3. ¿Estaría dispuesto a utilizar una nueva plataforma digital para ofertar empleos y por qué razones utilizará o no esta plataforma?

4. ¿Con qué frecuencia cree que podría hacer uso de la plataforma Remoto para ofertar empleos?

5. ¿Qué piensa que, dentro de la plataforma, el empleado podrá comentar su experiencia al trabajar con ustedes y viceversa?

6. ¿Cuáles son las funciones que más le interesan al momento de utilizar Remoto?

7. ¿Qué tan dispuesto está a pagar por publicidad dentro de la plataforma?

8. ¿Cuál considera que es el mayor riesgo al utilizar esta nueva plataforma digital?

9. ¿Considera que este tipo de plataformas digitales son más efectivas que los métodos tradicionales de búsqueda y oferta de empleo?

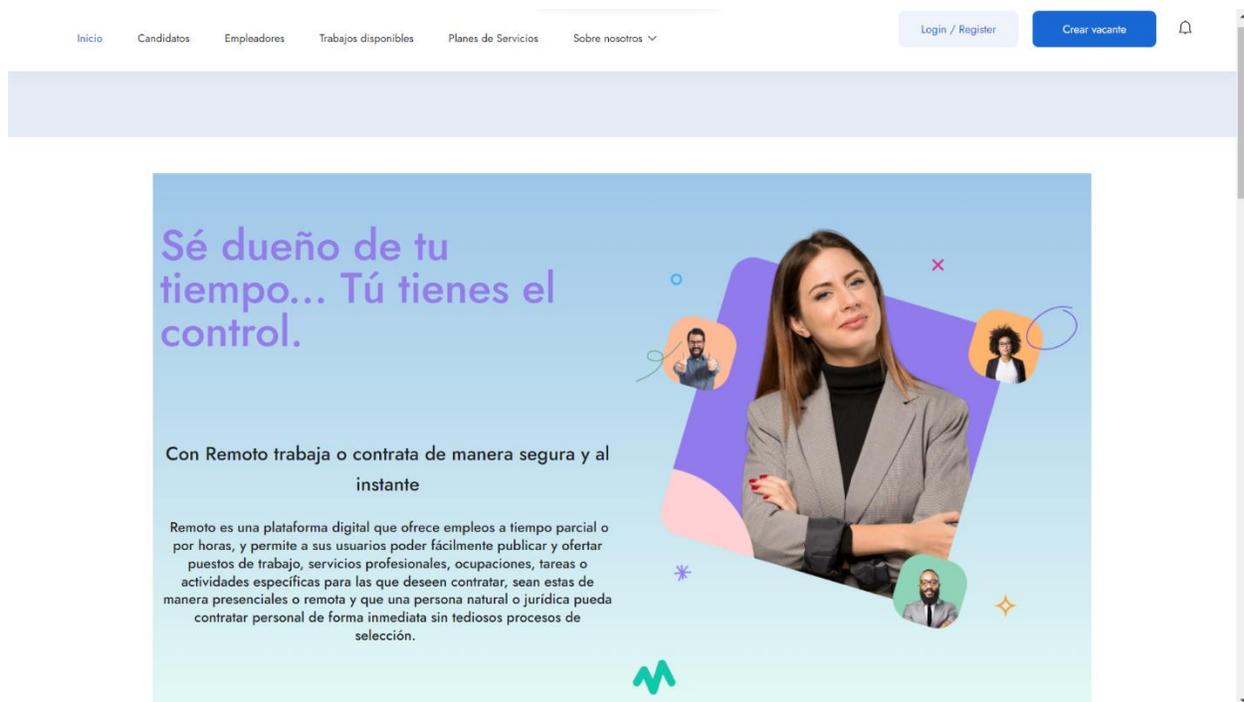
10. ¿Considera que una suscripción o un porcentaje de comisión es conveniente para el pago del servicio por ofertar sus empleos dentro de Remoto?

Anexo 3. *Diseño de web responsive para Remoto y su funcionalidad.*

Remoto cuenta con un sitio web responsive, es decir, que se adapta sin problema alguno a cualquier dispositivo, esto con la finalidad de generar un contacto fácil y rápido con el público objetivo, pues pueden visitar remotosv.com desde:

- Smartphones
- Tablets
- Laptops
- Computadoras de escritorio

Versión Web



Únete a Remoto

Servicios Profesionales

Servicios Técnicos

Servicios Domésticos

Atención al Cliente

¿A qué te dedicas?

¿Quieres trabajar con los mejores?

Remoto te brinda la oportunidad de empleo que estabas esperando, en el momento que más te convenga y crea las relaciones laborales que estabas buscando.





¿Cómo te ayudamos?

Contrata de forma inmediata

Remoto te ayuda agilizar los procesos de reclutamiento y selección para encontrar al candidato idóneo para la vacante.

Únete a Remoto

Servicios Profesionales

Servicios Técnicos

Servicios Domésticos

Atención al Cliente

← ¿Por qué elegir a Remoto?

Sugiere el precio por tus tareas

Remoto te permite ofrecer el precio de tu vacante de empleo o tarea que deseas publicar, así como puedes sugerir nuevos de tu servicios si eres candidato.

Libertad de elección

Con Remoto puedes elegir el candidato que se ajuste a tus necesidades y a la vez siendo candidato podrás escoger a cual tarea aplicar

Calificaciones y reseñas

En Remoto la confianza es prioridad y es por ello que podrás calificar a tu candidato o empleador al finalizar cada tarea.



¿Cómo funciona Remoto?



Remoto para Empleadores

- Paso 1
Crea una cuenta como empleador en Remoto
- Paso 2
Cuéntanos que necesitas y publica tu tarea o oferta de empleo en 5 minutos
- Paso 3
Habla con los candidatos para llegar a un acuerdo y explicarles lo que tu necesitas
- Paso 4



Remoto para Candidatos

- Paso 1
Crea una cuenta como candidato en Remoto
- Paso 2
Sube tu CV, y llena todo el formulario con tu experiencia e información personal
- Paso 3
Busca la oferta que mas te convenga y envía un presupuesto al empleador
- Paso 4

Remoto para Empleadores

- Paso 1
Crea una cuenta como empleador en Remoto
- Paso 2
Cuéntanos que necesitas y publica tu tarea o oferta de empleo en 5 minutos
- Paso 3
Habla con los candidatos para llegar a un acuerdo y explicarles lo que tu necesitas
- Paso 4
Elige el presupuesto que más te convenga y paga online el total o sólo una reserva. Tu dinero está seguro con nuestra pasarela de pagos.

Quiero contratar

Remoto para Candidatos

- Paso 1
Crea una cuenta como candidato en Remoto
- Paso 2
Sube tu CV, y llena todo el formulario con tu experiencia e información personal
- Paso 3
Busca la oferta que mas te convenga y envía un presupuesto al empleador
- Paso 4
Cuando acepte tu presupuesto, podréis compartir vuestros datos de contacto y quedar para realizar la tarea

Quiero Trabajar



San Salvador, El Salvador
remoto.jobs.sv@gmail.com
+503 7252-2056

Inicio

Candidatos
Empleadores
Más
Contáctanos
Sobre nosotros

Empleadores

Busca trabajos
Mi Perfil
Mi Currículum
Mis aplicaciones
Reclutadores seguidos
Alertas de trabajo

Candidatos

Busca candidatos
Candidatos destacados
Mi cuenta
Mis vacantes
Alertas de candidatos
Publicar vacante

Inicio Candidatos Empleadores Trabajos disponibles Planes de Servicios Sobre nosotros

Login / Register

Crear vacante

Únete a Remoto y explora miles de trabajos

Encuentra el trabajo que mas se adapte a ti

Cargo o categoría

Trabajo, palabra clave...



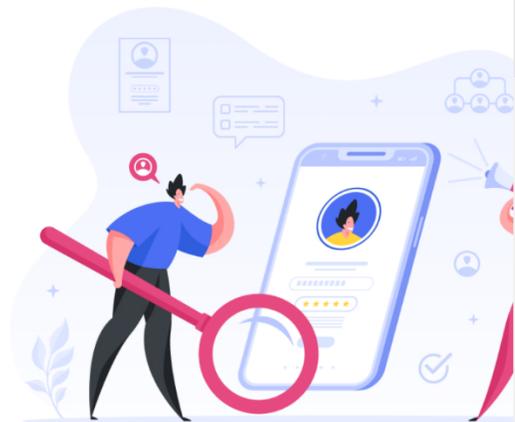
Lugar

Ciudad o departamento



Buscar

Búsqueda reciente Diseñador, Desarrollador, Web, IOS, PHP, Senior, Ingeniero



Categorías de trabajo

400 trabajos - 283 empresas hoy

Categorías de trabajo

600 trabajos : 293 agregados hoy.

 Contabilidad / Finanzas (1 open position)	 Marketing (5 open positions)	 Diseño (7 open positions)	 Desarrollo Web (6 open positions)
 Gestión de Proyectos (1 open position)	 Servicio al Cliente (4 open positions)	 Salud (3 open positions)	 Automotriz (1 open position)

Trabajos destacados

Conoce tu valor y encuentra el trabajo que mejor se adapte a ti

 Junior Graphic Designer (Web) ✓ Design, Development New York Full Time Urgent	 Finance Manager & Health ✓ Design New York Full Time Urgent	 General Ledger Accountant ✓ Design, Marketing New York Full Time
 Assistant / Store Keeper ✓ Automotive Jobs, Marketing New York Part Time	 Group Marketing Manager ✓ Customer, Marketing Miami Part Time	 Product Sales Specialist ✓ Project Management New York Internship
 UX/UI Designer Web ✓ Design, Development Paris Freelance	 Executive, HR Operations ✓ Customer, Marketing New York Temporary	 Senior/ Staff Nurse ✓ Health and Care Paris Part Time

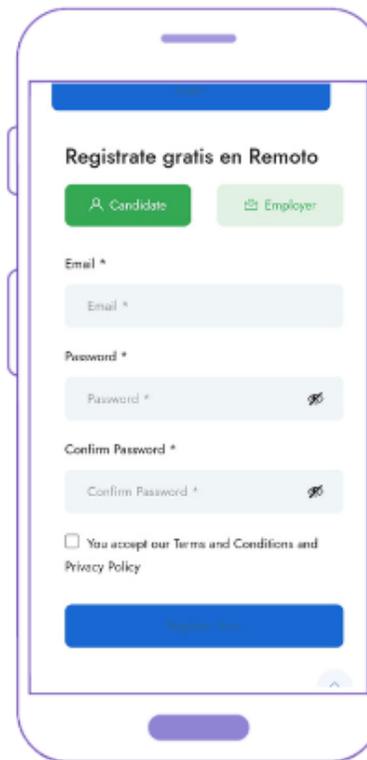
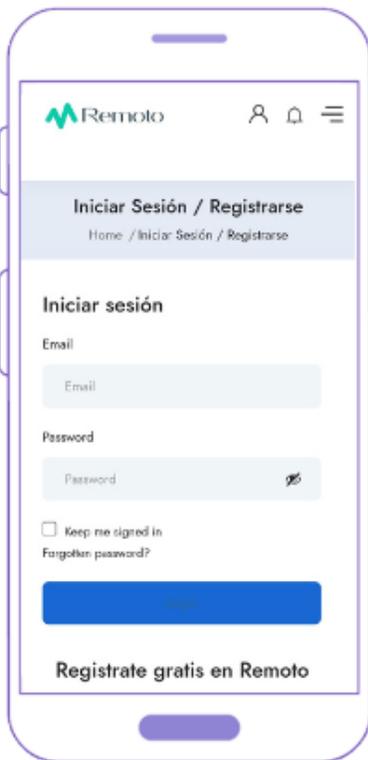
Más ofertas

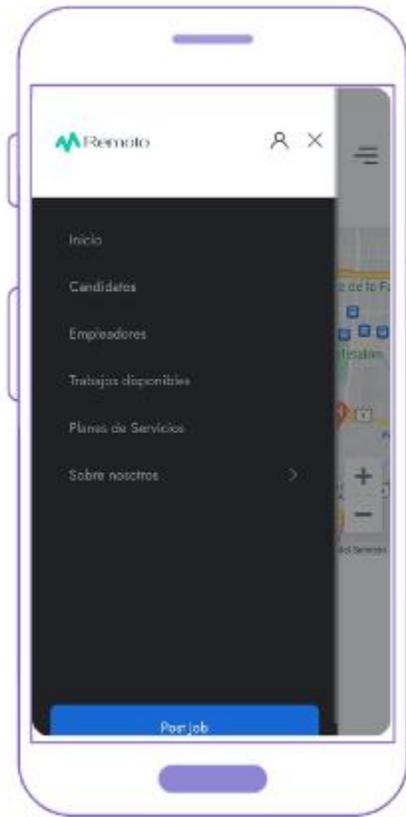


Versión Móvil









Anexo 4. Artes gráficas para post en Instagram y Facebook

SUSCRÍBETE

Remoto

**¡SÉ DUEÑO DE TU TIEMPO,
TÚ TIENES EL
CONTROL!**

Trabaja o contrata de
manera segura y al instante.

Para mayor información visita:
remotosv.com



**¿BUSCAS TRABAJO
O QUIERES CONTRATAR?**

Hazlo de manera segura y
al instante.

- ✓ Visita remotosv.com
- ✓ Crea tu perfil
- ✓ Aplica a las vacantes disponibles
o publica una
- ✓ ¡Obtener un empleo nunca fue
tan fácil!

SUSCRÍBETE

Remoto



Anexo 5. Aplicaciones de la identidad visual en mockups

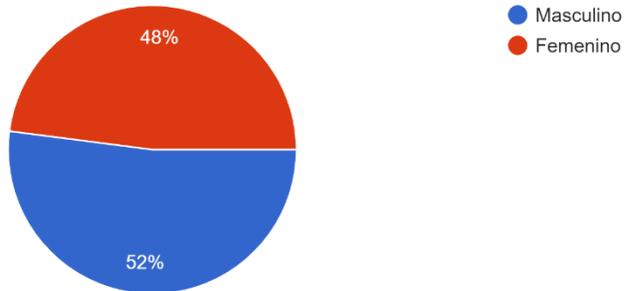




Anexo 6. Resultados obtenidos de la encuesta

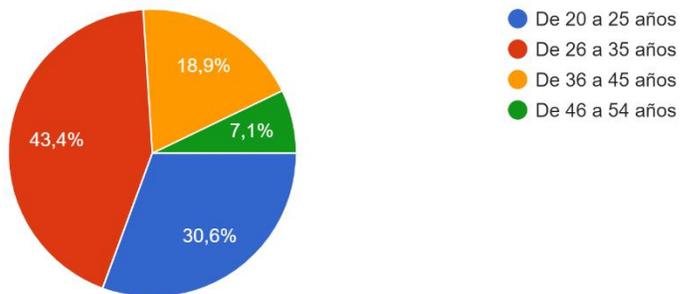
Género

196 respuestas



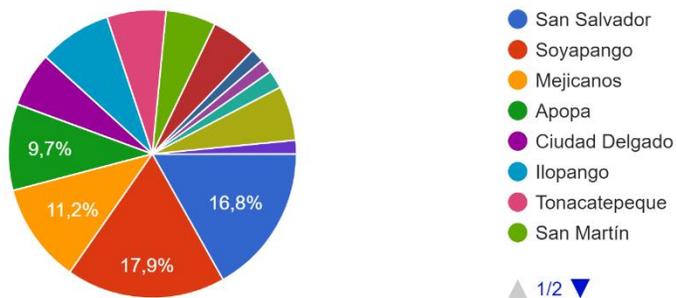
Edad

196 respuestas



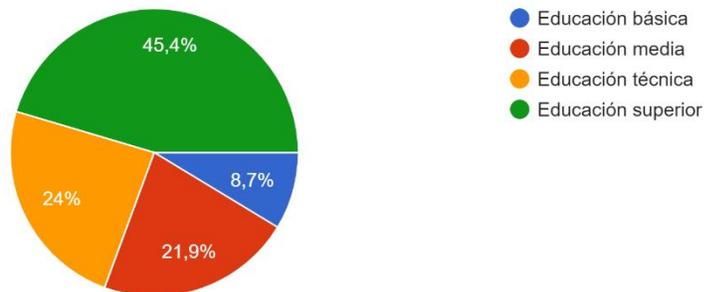
Municipio de residencia

196 respuestas



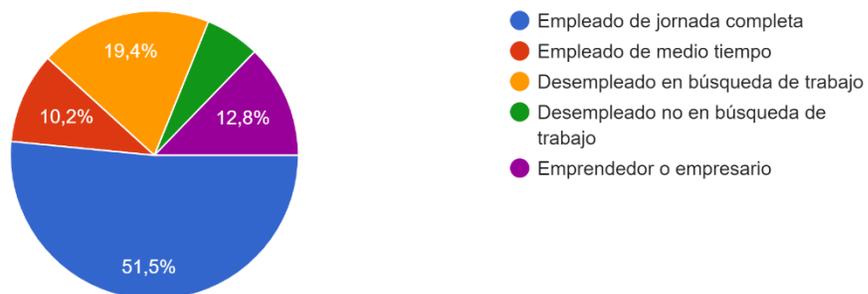
Nivel académico

196 respuestas



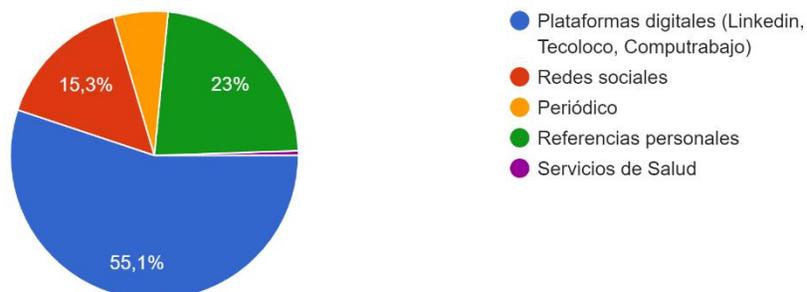
¿Cuál de las siguientes categorías define su situación laboral actual?

196 respuestas



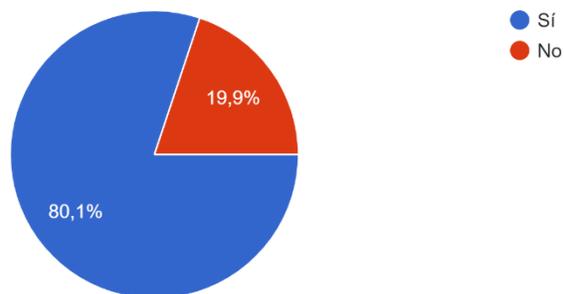
Al momento de buscar un empleo, ¿qué medio utiliza principalmente?

196 respuestas



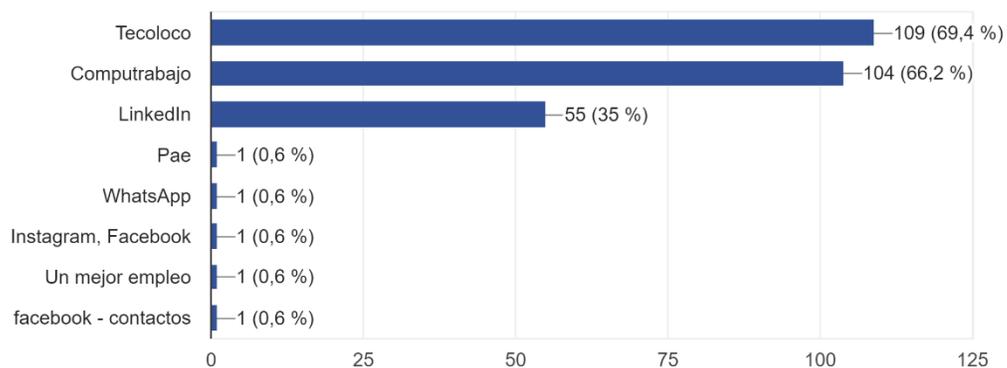
¿Ha utilizado alguna plataforma digital que oferte empleos?

196 respuestas



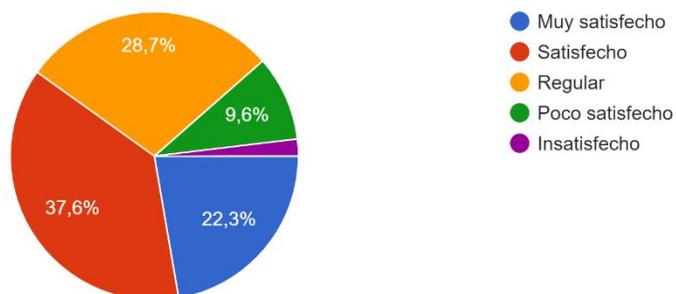
¿Cuál o cuáles de las siguientes plataformas digitales ha utilizado?

157 respuestas



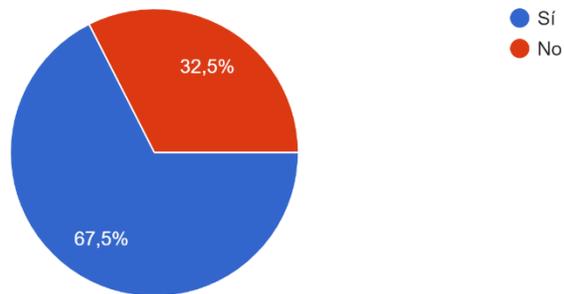
¿Cuál es su grado de satisfacción con el desempeño de la o las plataformas antes utilizadas?

157 respuestas



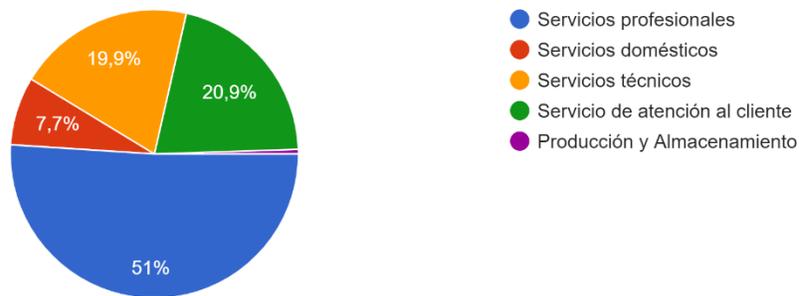
¿Ha sido contactado por alguna empresa gracias al uso de esas plataformas?

157 respuestas



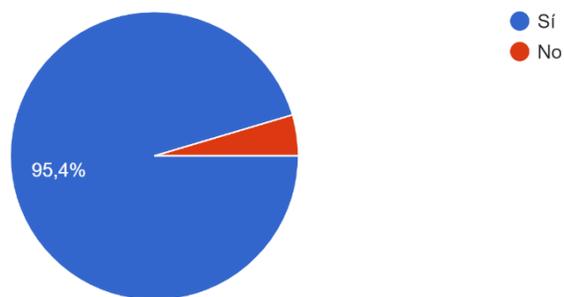
¿En cuál de las siguientes categorías de industria le interesa prestar sus servicios según su experiencia?

196 respuestas



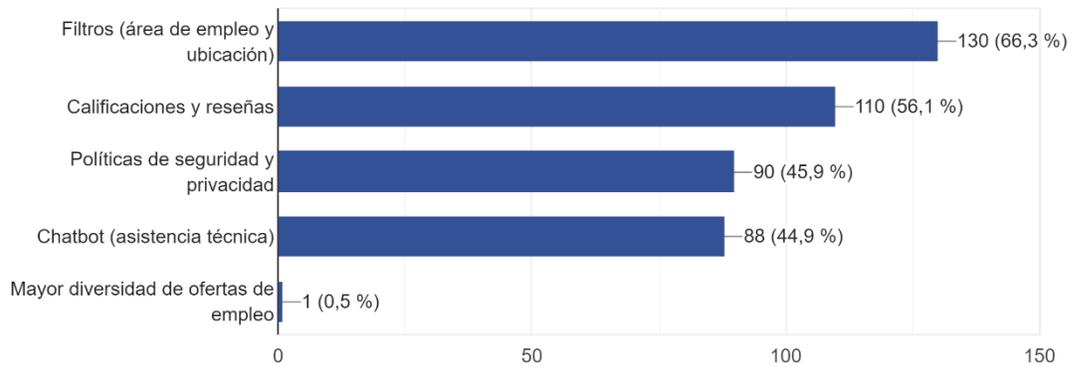
¿Considera que se podría obtener un ingreso extra por trabajos a tiempo parcial o por horas siendo contactado mediante una plataforma digital?

196 respuestas

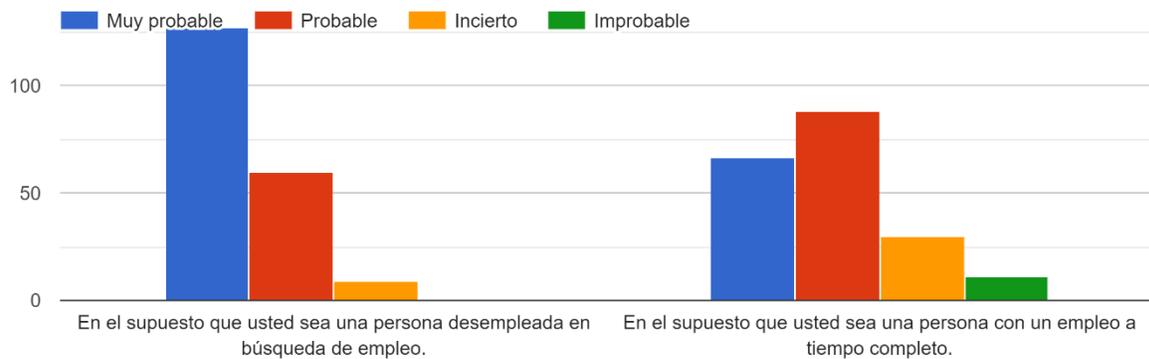


¿Cuáles funciones le gustaría que la plataforma digital Remoto incluya?

196 respuestas



¿Qué tan probable es que utilice la plataforma digital Remoto?



¿Qué tan importante es para usted que una plataforma digital de este tipo cuente con una aplicación móvil?

196 respuestas

