



**FACULTAD DE POSTGRADO
TESIS DE POSTGRADO**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE LA PLATAFORMA
PARA BÚSQUEDA DE SERVICIOS Y PRODUCTO
“POCKET DEALS” PARA MICRO, PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS DEL DISTRITO CENTRAL,
HONDURAS, C.A.**

**SUSTENTADO POR:
DINA ALEJANDRA PAZ SUAZO
LILIAN FRANCISCA GALVEZ DIAZ**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

TEGUCIGALPA, F.M., HONDURAS, C.A.

DICIEMBRE 2021

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

ASESOR DE TESIS

CLAUDIO AURELIO DIAZ SANDOVAL

MIEMBROS DE LA TERNA

JOSUÉ REINALDO ORDÓÑEZ FERNÁNDEZ

MINA CECILIA GARCIA

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2021
Dina Alejandra Paz
Lilian Francisca Gálvez Díaz

Todos los derechos son reservados.



FACULTAD DE POSTGRADO

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE LA PLATAFORMA PARA BÚSQUEDA DE SERVICIOS Y PRODUCTO “POCKET DEALS” PARA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL DISTRITO CENTRAL, HONDURAS, C.A.

AUTORES

DINA ALEJANDRA PAZ SUAZO

LILIAN FRANCISCA GALVEZ DIAZ

Resumen

Actualmente en Honduras, no existe una alternativa de búsqueda de servicios y productos; por lo tanto, el estudio de prefactibilidad de la plataforma Pocket Deals busca comprobar la factibilidad de la misma. Este estudio tiene como objetivo brindar una alternativa digital a las empresas del Distrito Central para promocionar sus productos y servicios, que les permita expandir su presencia en el mercado local. A la vez, ofrecer una alternativa de búsqueda a la población general para los productos y servicios de su elección. La metodología aplicada para esta investigación en primera instancia fue a través de la realización del estudio de mercado, técnico y financiero, en donde se analizaron diversas variables entre las cuales se encuentran: clientes MIPYMES, consumidor final, modelo de negocio, oferta, demanda, diseños y arquitectura de plataformas web. De manera simultánea, se aplicaron varias técnicas, herramientas e instrumentos para la recolección de datos, como ser entrevistas a expertos, la aplicación de dos encuestas a las MIPYMES y población de Distrito Central, estudios de casos, análisis FODA y análisis de las 5 fuerzas de Porter. Dentro de estos resultados relevantes, se encontró que la plataforma digital Pocket Deals tiene un mercado potencial y se identificó que la mejor opción para desarrollar la plataforma es a través de servicios tercerizados y utilizando los servicios de Amazon Web Services para gestión de infraestructura de la plataforma. Además, se obtuvo una tasa interna de retorno de 21.59% reflejándose así, la prefactibilidad del proyecto.

Palabras claves: Consumidor final, estudio de prefactibilidad, MIPYMES, plataformas web digitales, productos y servicios



GRADUATE SCHOOL

PREFEASIBILITY STUDY OF THE "POCKET DEALS" SERVICE AND PRODUCT SEARCH PLATFORM FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED COMPANIES OF THE CENTRAL DISTRICT, HONDURAS, C.A.

AUTHORS

**DINA ALEJANDRA PAZ SUAZO
LILIAN FRANCISCA GALVEZ DIAZ**

Abstract

Currently in Honduras, there is no alternative to search for services and products; therefore, the pre-feasibility study of the Pocket Deals platform seeks to verify its viability. This study aims to provide a digital alternative to companies in the Central District to promote their products and services, allowing them to expand their presence in the local market. At the same time, offer to the general population a search option for the products and services of their choice. The methodology applied for this research in the first place was through conducting the market, technical and financial study, where various variables were analyzed amongst which are: MSMEs clients, final consumer, business model, supply, demand, designs and architecture of web platforms. Simultaneously, various techniques, tools and instruments were applied for data collection, such as interviews with experts, the application of two surveys to MSMEs and the population of the Central District, case studies, SWOT analysis and Porter's 5 forces analysis. Among these relevant results, it was found that the Pocket Deals digital platform has a potential market and it was identified that the best option to develop the platform is through outsourced services and the use of Amazon Web Services to manage the infrastructure of the platform. In addition, it was obtain a return of investment of 21.59%, thus reflecting the feasibility of the project.

Key words: Digital web platforms, prefeasibility study, final consumer, MSMEs, products and services.

DEDICATORIA

A mi tía Norma Suazo y mi mamá Dina Suazo, quienes, con su amor, paciencia y esfuerzo, me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más. Gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mis primos y mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento. Gracias por sus oraciones, consejos y palabras de aliento; hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas. Así como también a todas aquellas personas que me apoyaron cuando lo necesite.

Dina Paz

En primer lugar, a Dios por darme la vida y bendecirme con oportunidades para seguir creciendo como individuo.

A mi padre y mi madre por ser mi motivación y ejemplo para seguir hacia adelante. Y sobre todo su amor y apoyo para alcanzar cada uno de mis sueños y metas.

A mi hermano, por su cariño y siempre estar presente para mí en los días buenos y en aquellos de desvelo.

Y cada una de mis amigos, amigas y familiares que estuvieron a mi lado y me brindaron todo su apoyo.

Lilian Galvez

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios Todopoderoso por darnos la vida, el ánimo, la fortaleza, la sabiduría, la salud, la perseverancia y la determinación para alcanzar un peldaño más en nuestra formación académica.

A nuestras familias, por su amor, trabajo y sacrificio en estos años. Gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en las personas que somos hoy en día.

Nuestro más profundo agradecimiento a nuestros asesores de tesis: Msc. Eva Leticia Diaz, Msc. Marco Tulio Galvez, Msc. Alma Diaz y Msc. Jesús Núñez por brindarnos su tiempo, su experiencia y su retroalimentación en este proceso académico.

Nuestro más sincero agradecimiento a los expertos consultados: Ing. Barahona, Ing. Acosta, Ing. López e Ing. Corea por contribuir con su tiempo y experiencia a nuestra investigación.

Agradecemos a nuestros docentes de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), quienes compartieron sus conocimientos, su experiencia en ámbito laboral y académico a lo largo de la preparación de nuestra profesión.

Asimismo, deseamos agradecer a nuestro compañeros y compañeras por compartir juntos esta jornada académica, brindarnos su amistad y apoyo mutuo; de manera muy especial a Jabileth Portillo, Leonel Enamorado y Cesar Molina por ser parte de esta experiencia.

A SENPRENDE, la INE, las MIPYMES y los habitantes consultados del Distrito Central por su valioso aporte para nuestra investigación.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Dina Alejandra Paz

Lilian Galvez

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES	4
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	7
1.3.1. Enunciado Del Problema	7
1.3.2. Formulación Del Problema.....	8
1.3.3. Preguntas de Investigación	8
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTOS	9
1.4.1 Objetivo General.....	9
1.4.2 Objetivo Específicos	9
1.5 JUSTIFICACIÓN	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL A NIVEL MUNDIAL.	12
2.1.1. La pandemia Covid-19 y la transformación digital en las empresas.	12
2.1.2. Situación actual de las empresas en Honduras.	15
2.1.3. Plataformas e iniciativas de apoyo para MIPYMES en Tegucigalpa.	19
2.2. TEORÍAS	23
2.2.1. CONCEPTUALIZACIÓN	23
2.2.1.1. ¿Qué son las plataformas digitales?.....	23
2.2.1.2. Tipo de plataformas.	24
2.2.1.3. Características de plataformas.	25
2.2.1.4. Proceso de desarrollo de Plataformas Digitales.....	26
2.2.1.5. Usuarios de las plataformas.	28
2.2.1.6. Impacto de las plataformas en la economía de las empresas.	29
2.2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO.	30
2.2.2.1. Análisis FODA.....	31
2.2.2.2. Marco Lógico.....	32

2.2.2.3. Análisis de las 5 fuerzas de Porter	35
2.2.2.4. Análisis de Prefactibilidad	37
2.3. METODOLOGÍAS APLICADAS.....	38
2.4. MARCO LEGAL	43
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	46
3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	46
3.1.1. Matriz Metodológica.....	46
3.1.1. Esquema de Variables de Estudios	47
3.1.2. Operacionalización de las Variables	50
3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS.....	60
3.2.1. Diagrama de Enfoque y Métodos	60
3.2.2. Alcance de la Investigación	61
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
3.3.1. Población.....	61
3.3.2. Muestra	63
3.4. INSTRUMENTOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS	67
3.4.1. Técnicas	67
3.4.2. Instrumentos.....	69
3.4.3. Procedimientos.....	70
3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN	71
3.5.1. Fuentes Primarias.....	71
3.5.2. Fuentes Secundarias.....	72
3.6. LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....	73
CAPÍTULO IV.....	74
4.1. Estudio de mercado para plataformas en Distrito Central.....	74
4.1.1. En relación a el Análisis del Mercado Meta.	74
4.1.2. Servicios que usa el mercado meta.	76
4.1.3. La descripción de la Competencia.	79

4.1.4.	El Análisis de Oferta	80
4.1.5.	En relación al Análisis de Oferta	83
4.2.	Estudio técnico para plataformas en Distrito Central.....	86
4.2.1.	Las Características Requeridas para la plataforma.	86
4.2.2.	Tipo de Infraestructura, Software y Hardware Seleccionado.	89
4.2.4.	Equipo Requerido para las Operaciones.	93
4.2.5.	Recurso Humano Interno y Externo.	94
4.3.	Estudio Financiero para la plataforma Pocket Deals en Distrito Central.	95
4.3.1.	Cálculo estimado ingreso y costos	97
4.3.1.	Cálculo de Depreciación y Amortización	102
4.3.2.	Estado de Resultados Proyectado	104
4.3.3.	Balance General Proyectado	106
4.3.4.	Estado de Flujo de Efectivo Proyectado	109
4.3.5.	VAN y TIR	111
4.3.6.	Punto de Equilibrio	113
4.4.	Síntesis	114
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		116
5.1.	Conclusiones	116
5.2.	Recomendaciones	119
CAPÍTULO VI		120
6.1.	Plan de Dirección de Proyecto	120
6.1.1.	Acta de Constitución	121
6.1.2.	Gestión de los Interesados	125
6.1.10.1.	Plan de Involucramiento de los Interesados	125
6.1.10.2.	Registro de Interesados.....	126
6.1.10.3.	Matriz de Análisis de Interesados.....	127
6.1.10.4.	Plan de Interesados	128
6.1.3.	Gestión del Alcance	130

6.1.2.1. Plan de Gestión de Alcance	130
6.1.2.2. Enunciado del Alcance del Proyecto.	130
6.1.2.3. Estructura de Desglose Trabajo	131
6.1.2.4. Diccionario de la Estructura de Desglose Trabajo (EDT).	132
6.1.2.1. Verificación y Control del Alcance	136
6.1.4. Gestión del Cronograma	137
6.1.3.1. Plan de Gestión de Cronograma.	137
6.1.3.2. Definición de las Actividades	138
6.1.3.3. Cronograma y Ruta Crítica	138
6.1.5. Gestión de Recursos	144
6.1.6.1. Plan de Gestión de Recursos.....	144
6.1.6.2. Estimación de Recursos	146
6.1.6.3. Asignación de Responsabilidades.....	147
6.1.6.4. Descripción de Roles	148
6.1.6. Gestión de los Costos	155
6.1.4.1. Plan de Gestión de Costos.....	155
6.1.4.2. Estimación de Costos.....	156
6.1.4.3. Presupuesto	159
6.1.4.4. Control de Costos.....	161
6.1.7. Gestión de la Calidad	163
6.1.5.1. Plan de Gestión de Calidad.....	164
6.1.5.2. Matriz de Actividades de Calidad.....	164
6.1.5.3. Reportes de problemas y acciones correctivas.....	166
6.1.8. Gestión de Comunicaciones	167
6.1.7.1. Plan de Gestión de Comunicaciones.....	167
6.1.7.2. Directorio de Equipo de Proyecto.....	168
6.1.7.3. Diagrama de Flujo de las Comunicaciones.....	169

6.1.7.4. Matriz de Comunicaciones del Proyecto	169
6.1.9. Gestión de Riesgos	171
6.1.8.1. Plan de Gestión de Riesgos.....	171
6.1.8.2. Identificación de Riesgos	173
6.1.8.1. Análisis Cualitativos y el Plan de Respuesta de Riesgos.....	176
6.1.10. Gestión de Adquisiciones.....	186
6.1.9.1. Plan de Gestión de Recursos.....	186
6.1.9.2. Matriz de Adquisiciones del Proyecto	190
6.2. Resumen del Proyecto.....	198
REFERENCIAS.....	200
GLOSARIO	205
ANEXO.....	209
ANEXO I: CASO DE ESTUDIO	209
ANEXO II: RESULTADOS DE CASO DE ESTUDIO	210
ANEXO III: GUÍA DE ANÁLISIS DE DOCUMENTOS.....	214
ANEXO IV: RESULTADOS DE ANÁLISIS DE DOCUMENTOS.....	216
ANEXO V: ANÁLISIS FODA	219
ANEXO VI: RESULTADOS DE ANÁLISIS FODA.....	220
ANEXO VII: RESULTADOS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	225
ANEXO VII: CUESTIONARIOS PARA ENTREVISTAS Y JUICIO DE EXPERTOS	227
ANEXO IX: RESULTADOS DE ENTREVISTAS Y JUICIO DE EXPERTOS	229
ANEXO X: ENCUESTA PARA CONSUMIDOR FINAL	236
ANEXO XI: RESULTADOS DE ENCUESTA PARA CONSUMIDOR FINAL.....	239
ANEXO XII: ENCUESTA PARA CLIENTE MIPYMES	243
ANEXO XIII: RESULTADOS DE ENCUESTA PARA CLIENTE MIPYMES.....	247
ANEXO XIV: ANÁLISIS DE PROVEEDORES	256
ANEXO XV: RESULTADOS DE ANÁLISIS DE PROVEEDORES	257
ANEXO XVI: ANÁLISIS DE PUBLICIDAD.....	261
ANEXO XVII: RESULTADOS DE ANÁLISIS DE PUBLICIDAD	262
ANEXO XVIII: COTIZACIONES PARA ALQUILER DE OFICINAS	263
ANEXO XIX: INSTRUMENTOS ADICIONALES	267
ANEXO XX: RESULTADOS DE INSTRUMENTOS ADICIONALES.....	267

ANEXO XXI: COTIZACIONES PARA EL DESARROLLO DE LA PLATAFORMA	272
ANEXO XXII: CÁLCULO DE DEPRECIACION	274
ANEXO XXIII: CÁLCULO DE AMORTIZACION.....	277
ANEXO XXIV: TABLA DE CONCORDANCIA.....	279
ANEXO XXV: FORMATO SOLICITUDES DE CAMBIO	281
ANEXO XXVI: SIMULACIÓN EVM ESCENARIO - IDEAL.....	282
ANEXO XXVII: SIMULACIÓN EVM ESCENARIO - ATRASO EN LA EJECUCIÓN ...	283
ANEXO XXVIII: SIMULACIÓN EVM ESCENARIO - TRABAJO EJECUTADO ADELANTADO	284

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pasos del Marco Lógico.....	34
Tabla 2 Pasos del Marco Lógico.....	38
Tabla 3 Matriz Metodológica.....	48
Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables.....	51
Tabla 5 Datos de las MIPYMES.....	62
Tabla 6 Población Urbana y Rural del Distrito Central.....	62
Tabla 7 Población del Distrito Central por género.....	62
Tabla 8 Población Urbana del Distrito Central por Rango de Edad.....	63
Tabla 9 Muestra representativa de Micro empresas.....	65
Tabla 10 Muestra representativa de Pequeña y Mediana Empresa.....	66
Tabla 11 Cuadro Comparativos para Caso de Estudios.....	70
Tabla 12 Conclusiones del Análisis FODA.....	81
Tabla 13 Conclusiones del Entrevistas y Juicio de Expertos.....	90
Tabla 14 Costos presupuestados para el pago de servicios de software.....	92
Tabla 15 Presupuesto de Desarrollo, Soporte y Mantenimiento de la plataforma PocketDeals.....	93
Tabla 16 Estimación de costos del equipo requerido para Pocket Deals.....	94
Tabla 17 Inversión Inicial del Proyecto.....	96
Tabla 18 Proyecciones de las suscripciones de la plataforma Pocket Deals.....	99
Tabla 19 Estimación de los Ingresos de Pocket Deals.....	99
Tabla 20 Estimación de Costos de la Plataforma Pocket Deals.....	101
Tabla 21 Costo de Equipo de Oficina.....	102
Tabla 22 Costo de software para operaciones.....	102
Tabla 23 Depreciaciones Anuales por cinco años.....	103
Tabla 24 Cálculo de Amortización.....	103
Tabla 25 Estado de Resultados a 5 años de Pocket Deals.....	105
Tabla 26 Balance General a 5 años de Pocket Deals.....	107
Tabla 27 Estado de Flujo de Efectivo a 5 años de Pocket Deals.....	110
Tabla 28 Evaluación Financiera del Proyecto de la Plataforma Pocket Deals.....	112
Tabla 29 Período de Recuperación de la Inversión.....	112
Tabla 30 Registro de Interesados.....	126
Tabla 31 Matriz de influencia e impacto.....	127
Tabla 32 Matriz de relevancia de actores interesados.....	128
Tabla 33 Estrategias y actividades a abordar con cada interesado.....	128
Tabla 34 Matriz de Evaluación del involucramiento de los interesados.....	129
Tabla 35 Entregable 1 Inscripción Mercantil.....	133
Tabla 36 Entregable 2 Financiamiento.....	133
Tabla 37 Entregable 3 Contratos.....	134
Tabla 38 Entregable 4 Adquisición de Servicios.....	134
Tabla 39 Entregable 5 Contratación de Personal.....	135
Tabla 40 Entregable 6 Publicidad Preliminar.....	135
Tabla 41 Matriz de Trazabilidad.....	136
Tabla 42 Cronograma de Hitos.....	138
Tabla 43 Lista de actividades.....	139
Tabla 44 Identificación de recursos para la empresa Pocket Deals.....	145
Tabla 45 Estimación de recursos por fase.....	146

Tabla 46 Matriz de Asignación de Responsabilidades	148
Tabla 47 Costos de la fase de Inscripción mercantil.....	157
Tabla 48 Costos de la fase de Financiamiento.....	157
Tabla 49 Costos de la Fase de Contratos	157
Tabla 50 Costos de la Fase de Adquisición de Servicios.....	158
Tabla 51 Costos de la Fase de Contratación de Personal.....	158
Tabla 52 Costos de la Fase de Publicidad Preliminar.....	158
Tabla 53 Presupuesto para Pocket Deals	160
Tabla 54 Matriz de Calidad.....	165
Tabla 55 Estructura de Flujo de Información	167
Tabla 56 Formato del Directorio de Contacto	168
Tabla 57 Matriz de comunicación.....	170
Tabla 58 Metodología de Gestión de Riesgos	172
Tabla 59 Identificación de Riesgos.....	173
Tabla 60 Probabilidad.....	176
Tabla 61 Impacto	177
Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción.....	179
Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto	190

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Efectos de corto y mediano plazo provocados por el COVID-19.....	16
Figura 2 Estrategias para cambiar el modelo de negocios en las empresas hondureñas.	17
Figura 3 Uso de TICs en las empresas en Honduras, octubre de 2020.....	18
Figura 4 Iniciativas de asistencia en Tegucigalpa.....	20
Figura 5 Teorías de sustento para la investigación.	30
Figura 6 Modelo de Análisis FODA.....	31
Figura 7 Pasos del Marco Lógico	33
Figura 8 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter.	36
Figura 9 Esquema de Variables de Estudios.....	49
Figura 10 Diagrama de Enfoque y Métodos	60
Figura 11 Distribución de MIPYMES según escala , Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.....	75
Figura 12 Distribución de MIPYMES según Rubro, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021	76
Figura 13 Tipo de plataforma que usan los clientes potenciales	77
Figura 14 Tipos de plataforma utilizadas por las MIPYMES, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021	78
Figura 15 Expectativas futuras que esperan los clientes MIPYMES en relación al uso de la Plataforma Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.....	79
Figura 16 Distribución de consumidores finales, según grado de interés en la utilización del servicio Pocket Deals , Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.....	80
Figura 17 Análisis de las Fuerzas de Porter.....	84
Figura 18 Distribución de Clientes MIPYMES según nivel de escolaridad y conocimiento tecnológico del gerente Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021	86
Figura 19 Distribución de MIPYMES según necesidad de servicios complementarios, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.	87
Figura 20 Características de mayor interés seleccionados por las MIPYMES y los cons umidores finales encuestados, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.	88
Figura 21 Distribución de métodos de retroalimentación seleccionadas por el consumidor final, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.	89
Figura 22 Personal requerido para las operaciones.....	94
Figura 23 Distribución de Clientes MIPYMES según grado de interés por la compra del servicio de Pocket Deals Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021	98
Figura 24 Punto de Equilibrio para el primer año de Pocket Deals Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021	114
Figura 25 Estructura de Desglose Trabajo de Pocket Deals	132
Figura 26 Diagrama de Gantt.....	143
Figura 27 Simulación EVM Escenario: Ideal	161
Figura 28 Simulación EVM Escenario: Atraso en la Ejecución.....	162
Figura 29 Simulación EVM de Escenario: Trabajo Ejecutado Adelantado	163
Figura 30 Diagrama de Flujo de Información.....	168
Figura 31 Diagrama de Flujo de las Comunicaciones	169
Figura 32 Amenazas y Oportunidades	177

GLOSARIO DE SIGLAS

AMAZON AWS	Amazon Web Services
AMDC	Alcaldía Municipal del Distrito Central
ASALE	Asociación de Academias de la Lengua Española
BANHPROVI	Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
C.A	Centro Americana
CAPARD	Centroamérica, Panamá y República Dominicana
CCIC	Cámara de Comercio e Industrias de Cortés
CD	Disco Compacto
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CITEL	Comisión Interamericana de Telecomunicaciones
COMTELCA	Comisión Técnica Regional de Telecomunicaciones
CPI	índice de desempeño del presupuesto
CRAI	Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación
EDT	Estructura de Desglose de Trabajo
F. M.	Francisco Morazán
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas.
IHSS	Instituto Hondureño de Seguridad Social
IIES	Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales
INE	Instituto Nacional de Estadística
ITIL	Infraestructura de Tecnología de la Información
ITU	International Telecommunications Union
M.D.C	Municipio del Distrito Central
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
MVP	Producto mínimo viable
PMBOK	Project Management Body of Knowledge (Por sus siglas en inglés)
RACI	Responsable, Aprobador, Consultado e Informado
RAE	Real Academia Española
RAP	Regimen de Aportaciones Privadas
REGULATEL	Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones
RIT	Reglamento interno de trabajo
RTN	Servicio de Administración de Rentas
SAR	Servicio de Administración de Rentas
SENPRENDE	Servicio Nacional de Emprendimiento y de Pequeños Negocios
SPI	índice de desempeño del cronograma
SRL	Sociedad de Responsabilidad Limitada
TI	Tecnologías de la información

TICs	Tecnologías de la Información y la Comunicación
TIR	Tasa Interna de Retorno
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNAH	Universidad Nacional Autónoma de Honduras
UNITEC	Universidad Tecnológica de Honduras
USAID	Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
UTI	Unión Internacional de Telecomunicaciones
VAN	Valor Actual Neto
VPS	Servidor Virtual Privado
W3C	World Wide Web Consortium

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se identificó los componentes que iniciaron la investigación de un estudio de pre factibilidad de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para Micro, Pequeñas y Medianas empresas de Tegucigalpa, permitiendo analizar de mejor manera la situación general del estudio, los antecedentes del problema que dieron a conocer los fundamentos del estudio, la formulación y preguntas del problema, objetivos y justificación que permitió conocer la importancia de llevar a cabo la presente investigación.

1.1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación consiste en desarrollar un estudio de pre factibilidad para la implementación de la plataforma para búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de Distrito Central expandir su presencia en el mercado local. A su vez, brindar una alternativa de búsqueda a la población general para los productos y servicios de su elección.

Actualmente hemos sido afectados por una pandemia global, el Covid-19, la cual ha afectado todos los rubros de la economía y el desarrollo local. La falta de trabajo, los despidos laborales y la necesidad de aplicar nuevos modelos de negocios para adaptarse a la nueva normalidad han influenciado el auge de alternativas digitales e innovadoras para poder promover los productos y servicios que ofrecen las diferentes empresas del Distrito Central de Honduras. Hoy en día es común encontrar los productos y servicios en las diferentes empresas de entregas a domicilio, en las redes sociales y/o tiendas virtuales. Sin embargo, cuando se realiza la búsqueda de un artículo, producto o servicio en específico, se torna difícil encontrarlo en vista

que se deben visitar diversas fuentes u recurrir a recomendaciones de familiares y amigos. Esto se debe a que no existe un lugar donde poder buscar la información por categorías o tipos al alcance de un clic. Considerando esta necesidad, surge la idea de crear una plataforma de búsqueda de productos y servicios que ofrecen las MIPYMES de la capital. En la actualidad en Honduras y específicamente en Distrito Central, no existe una iniciativa para MIPYMES que esté orientado a servir como un buscador de servicios o productos, a través de la cual puedan expandir su presencia en el mercado y realizar una mayor promoción de los productos y servicios que se producen de manera local.

Para los propósitos de dicho estudio, el alcance del mismo se enfoca en las MIPYMES y población general de Distrito Central. No obstante, es relevante mencionar que esto no limita el alcance que la plataforma Pocket Deals pueda tener en el futuro.

Este estudio está dividido en seis capítulos: Capítulo I Planteamiento de la Investigación, Capítulo II Marco Teórico, Capítulo III Metodología, Capítulo IV Metodología, Capítulo IV Resultados y Análisis, Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones y Capítulo VI Aplicabilidad.

En el Capítulo I Planteamiento de la Investigación se identifica los componentes que iniciaron la investigación del estudio de prefactibilidad de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para MIPYMES desde el análisis de la situación actual hasta la formulación de los objetivos y justificación del mismo. Lo cual permitió conocer la importancia de realizar la presente investigación.

El Capítulo II Marco Teórico detalla la situación actual de los sistemas de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en Honduras; cuyo enfoque es el diseño de las plataformas digitales web en el Distrito Central. También se describe las generalidades de las

plataformas web que existen, los tipos, sus características principales y su proceso de desarrollo. Asimismo, se explican las teorías de sustento aplicadas para crear la base de la investigación para determinar la prefactibilidad de la plataforma digital web de búsqueda de servicios y productos “Pocket Deals”.

A través del Capítulo III Metodología se analiza el método y el enfoque de la investigación, el tipo de investigación, las técnicas e instrumentos que servirán para la recolección de datos para realizar el estudio de prefactibilidad. En este capítulo es donde se seleccionaron las siguientes técnicas e instrumentos para la recopilación de datos: el cálculo de la muestra de la población, entrevistas a expertos, la aplicación de dos categorías de encuestas, a la MIPYMES y población de Distrito Central, estudios casos, análisis FODA y análisis de las 5 fuerzas de Porter.

Con el Capítulo IV Resultados y Análisis, se analizan los datos recolectados, a través de la aplicación de instrumentos seleccionados, la consolidación de los mismos; así como el análisis de los resultados, incluyendo las técnicas y herramientas planificadas para la medición del estudio de prefactibilidad. Los datos y resultados obtenidos reflejan información importante sobre el Estudio de Mercado, Técnico y Financiero los cuales se adquirieron, mediante la aplicación de dos encuestas: la primera aplicada a los Clientes MIPYMES y una segunda aplicada a la población general entre las edades de 15 años hasta 69 años, quienes se consideraron los Consumidores Finales de la plataforma. Además de lo anterior, se realizaron entrevistas a expertos en el área de desarrollo de software, análisis de la competencia y proveedores.

En el Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones, se escudriñan los resultados expuestos y obtenidos para poder generar conclusiones y recomendaciones sobre la plataforma

web digital Pocket Deals. Dentro de las cuales, se expone que un 73% de la muestra de MIPYMES mostró interés hacia la plataforma Pocket Deals; así como también el 93% de los consumidores finales (población general) y que para el primer año de operaciones se constará de una inversión inicial de L 1,190,945,52. A su vez, se obtiene una tasa interna de retorno (TIR) del 21.59%, lo cual indica que el proyecto es factible.

A través del Capítulo VI Aplicabilidad se explora y analiza el proyecto que surge en base a los resultados recopilados con el estudio de mercado, técnico y financiero realizados. El proyecto planteado es la “Creación y constitución de la empresa Pocket Deals”, el cual tiene como fin la formulación del proyecto para la creación, constitución e inicio de operaciones de la empresa Pocket Deals, Tegucigalpa M.D.C. en el año 2022.

1.2 ANTECEDENTES

El internet, la tecnología de la información y la comunicación ha evolucionado desde su creación de manera rápida en diversos aspectos, tales como: rapidez de acceso, número de usuarios conectados, las áreas de aplicación y los tipos de interacción del usuario. (Belloch, 2013) Uno de estos avances son los motores de búsqueda, los cuales surgieron a principios de los 90 con el fin de suplir la necesidad de organizar, clasificar y gestionar la información de la internet (Giraldo, 2021). Otro aspecto importante, es que gracias al internet hoy en día contamos con plataformas web que nos proporcionan diferentes opciones, productos y servicios: tiendas virtuales tales como Amazon, eBay, Best Buy, Wal-Mart y Alibaba.

Desde marzo del año 2020 a la fecha nos enfrentamos a una situación sin precedentes, la pandemia COVID-19. Esta emergencia sanitaria ha generado un sin número de retos que han ocasionado que muchas empresas cierren operaciones y otras empresas para continuar laborando han tenido que re-enfocar sus esfuerzos en implementar las herramientas de comercio

electrónico a través de redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas web. Esta pandemia no solo ha generado retos y desafíos, también ha catapultado el sector digital al aumentar el uso de internet, el comercio electrónico, aplicaciones móviles y plataformas web. El ritmo de crecimiento de las innovaciones en el sector tecnológico es rápido, continúa avanzando y el futuro es prometedor.

A nivel mundial existen diferentes motores de búsqueda disponibles en Internet, cada uno cuenta con sus propias capacidades y características. Algunos ejemplos son Google, AOL, Ask.com, Baidu, Bing, DuckDuckGo, Yahoo, etc. (2021). Google es uno de los más populares y conocidos; asimismo, existe una serie de plataformas web que ofrecen diversas opciones, desde búsqueda de restaurantes, hoteles, negocios, vuelos y alquiler de vehículos. Entre estas se encuentra Tripadvisor, la cual es una plataforma especializada en vacaciones que permite buscar vuelos, hoteles, restaurantes o alojamientos por destinos. Asimismo, están Trivago, Booking y Airbnb las cuales son plataformas especializadas en vacaciones y ofrecen búsqueda de alojamientos y actividades a realizar en el destino seleccionado. También existen buscadores de negocios por sectores, áreas y los lugares donde operan como Hotfrog la cual opera en treinta y ocho países del mundo o Yelp, la cual no opera en Centroamérica. Además, está Foursquare, la cual es una plataforma para buscar los mejores sitios de compras, restauración, etc. y permite que los usuarios puedan opinar y asignar una puntuación a los lugares visitados. Finalmente, se tiene las aplicaciones de entrega a domicilio, las cuales se han vuelto muy populares alrededor del mundo debido al aislamiento por la pandemia.

A nivel de Latinoamérica tampoco se queda atrás en el sector tecnológico y cuenta con una serie de plataformas de búsqueda de servicios. Entre ellas se encuentran las Páginas Amarillas, las cuales son buscadores por excelencia de todo tipo de empresas y servicios.

También existen buscadores de empleo como Computrabajo y específicamente en Centroamérica se cuenta con Tecoloco. En el 2018, México lanzó a nivel de país Shopomo, una plataforma de compras y ayuda a los clientes en su búsqueda y descubrimiento de productos (Velázquez, 2018). Dicha plataforma es la única lanzada con una iniciativa similar a la que se pretende diseñar.

La revista Forbes México realizó un artículo sobre la plataforma Shopomo en la cual destaca que la plataforma “facilitó la experiencia de 161 millones de consumidores en línea, lo que se tradujo en que los compradores tuvieran una sesión de compra de 10 minutos más que en un día normal, un incremento de 37%” (Hernández, 2019). Lo que indica que cada día son más los usuarios que están haciendo uso de las plataformas digitales para realizar sus actividades cotidianas. De igual manera, un estudio llamado “Economía de plataformas y Covid-19” (Arroyo, 2020), realizado por el Gobierno de España y el laboratorio de innovación del Grupo BI, menciona que las plataformas especializadas orientadas al cliente final han fortalecido la relación entre proveedor y empresa; así como también, el aumento de la interacción creciente con las distintas plataformas que fueron partícipes de este estudio tanto en España como en América Latina.

Las plataformas digitales web representan una oportunidad para promover las empresas, facilitar procesos internos y externos, dar a conocer información con el fin de mejorar la colaboración e innovación de nuevos productos y/o servicios para que esta misma llegue al cliente final.

En Honduras, la mayoría de los sectores económicos del país cerraron en el 2020 con cifras negativas por el impacto de la pandemia del covid-19. No obstante, unos pocos sectores registraron leves crecimientos respecto a las metas programadas inicialmente y uno de estos fue

el sector tecnológico (Rodríguez, 2020). Antes de la pandemia, el país contaba con algunas plataformas web como ser Computrabajo y Tecoloco, buscadores de empleo; las Páginas Amarillas, buscador de todo tipo de empresas y servicios; Busco Aquí 504, buscador de servicios públicos disponibles en las comunidades y colonias de Tegucigalpa, San Pedro Sula, Choloma, La Ceiba y Tela. A raíz de la pandemia, este sector tuvo un auge y fueron varias las iniciativas que surgieron como ser Gurús, un centro comercial digital de todo tipo de servicios; Terra te impulsa, es una plataforma para buscar y comprar productos realizados por emprendedores; PulpeCerca es un sitio donde se pueden encontrar todas las pulperías y supermercados cerca de su ubicación para poder solicitar entregas a domicilio y Molhonduras, una tienda virtual.

En resumen, la pandemia Covid-19 obligó a los comerciantes a cambiar el modelo de negocios de muchas empresas y otras han fortalecido sus programas de digitalización (Rodríguez, 2020). Lo antes expuesto ha promovido la búsqueda de oportunidades para poder realizar iniciativas y desenvolverse dentro de este rubro para poder suplir necesidades y solventar los problemas que surgen en el día a día.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. Enunciado Del Problema

La pandemia del COVID-19 provocó el cierre de las puertas de muchos negocios; así como han iniciado otros. Sin embargo, las restricciones a la movilidad de las personas crearon la dificultad de dar a conocer sus servicios y/o productos, haciéndoles recurrir a herramientas digitales antes del tiempo previsto, como ser las páginas web, redes sociales, aplicaciones móviles y algunas tradicionales como el famoso “de boca en boca”. El internet en la actualidad se ha transformado en la guía de las antes “páginas amarillas”, en las cuales se buscaba una empresa según qué servicio proporcionaba o producto ofreciera. El abanico de opciones en el

mundo digital para encontrar lo que se busca, cada vez es más amplio, no hay un lugar en específico al cual recurrir para realizar las búsquedas de lo que se necesita encontrar o suplir; por eso se vio la necesidad de crear una plataforma destinada a buscar y brindar información sobre las diferentes micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), promocionando sus productos y servicios, fomentando el consumo a nivel local.

1.3.2. Formulación Del Problema

Para el consumidor en Distrito Central, no existe una plataforma digital web que esté dirigida a la búsqueda de productos y servicios, la cual unifique las distintas empresas que se encuentren en el mercado. Asimismo, que se puedan encontrar según la necesidad que se requiera suplir.

¿Es factible la creación de una plataforma web digital de búsqueda de servicios y productos para Micro, Pequeñas y Medianas empresas del Distrito Central?

1.3.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál sería la atractividad de una plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos para las MIPYMES el Distrito Central?
- ¿Existe alguna plataforma web o una alternativa digital similar en el país que brinde una opción de búsqueda de servicio y productos orientada a las MIPYMES?
- ¿Cuáles son los tipos de tecnologías disponibles en el mercado para diseñar la plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos?

- ¿Cuáles son los costos en recursos en tiempo, estructura y financiamiento que se necesitarán para implementar la plataforma?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTOS

1.4.1 Objetivo General

- Determinar la prefactibilidad del modelo de negocio de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals” para Micro, Pequeñas y Medianas empresas en el Distritito Central, Honduras C.A.

1.4.2 Objetivo Específicos

- Identificar el número de clientes MIPYMES potenciales, los servicios que se pueden ofrecer a los clientes de la plataforma y cuál es la atractividad de la misma en el mercado.
- Conocer las plataformas web de apoyo o servicios alternativos que existen actualmente en el mercado capitalino y que pueden ser competencia para la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals”.
- Investigar los tipos de tecnología, software, hardware, diseños de plataformas, arquitecturas de plataforma web que existen en el mercado para poder crear los servicios preliminares de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals”.
- Determinar recursos, el tiempo, la estructura de costos y el nivel de riesgo financiero que presentan los servicios preliminares, la maquetación y el modelo de negocio de la plataforma “Pocket Deals”.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La pandemia del COVID-19 y el aislamiento en el cual hemos vivido por varios meses han sido catalizadores para acelerar las tendencias innovadoras y resilientes de los seres humanos, las organizaciones y las empresas de todo tipo y tamaño. Nadie en el mundo estaba preparado para una pandemia como el COVID-19. Los negocios, empresas y organizaciones no estaban preparadas para tener que brindar sus servicios y productos de manera virtual o inclusive tener el 100% de talento humano laborando desde casa.

Debido a la falta de trabajo o por despido dado que sus empleadores no podían pagar sus servicios, muchas personas al verse con limitación de ingresos económicos han tenido que buscar alternativas y han recurrido a los emprendimientos. Por lo antes expuesto hoy en día, se pueden observar diferentes tipos de negocio que han surgido como respuesta a la necesidad económica y a la búsqueda de opciones para innovar ante la situación actual. Desde la modalidad de las aplicaciones de entregas a domicilio, las cuales son muy populares entre los diferentes negocios y empresas, a las tiendas virtuales que han surgido para ofrecer productos y servicios al alcance de la mano. Son solo otro reflejo de la resiliencia e innovación del ser humano.

En función de lo anterior, surge la idea de crear una plataforma de búsqueda de productos y servicios que ofrecen las MIPYMES a nivel del distrito Central. Esta plataforma y aplicación móvil tendrá como objetivo brindar información sobre las diferentes promociones, productos y/o servicios que ofrecen las diferentes MIPYMES, lo que facilitará que las MIPYMES actuales y otras que surjan, puedan tener un portal donde poder promocionar sus productos y servicios y que el consumidor final tenga un lugar a donde recurrir para realizar sus búsquedas en un solo lugar.

Es por ello que surge la necesidad de realizar la presente investigación, la cual servirá

de base para determinar la prefactibilidad del modelo de negocio de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals” para Micro, Pequeñas y Medianas empresas en el Distrito Central, Honduras C.A. ya que actualmente no existe ninguna plataforma para MIPYMES que esté orientado a servir como un buscador de servicios o productos, y que se pueda realizar una mayor promoción para la venta de productos que se producen localmente, que no dudamos que vendrá a dar una respuesta en las MIPYMES como en la población.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo tiene como objetivo dar a conocer la situación actual de los sistemas de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en Honduras; el cual está enfocado en el diseño de las plataformas digitales web en el Distrito Central. De igual manera, se describen a continuación las generalidades de las plataformas web que existen, los tipos, sus características principales y su proceso de desarrollo. Además, de lo anterior se detallan las teorías de sustento y como estas se aplicarán para crear la base de la investigación la cual permitirá determinar la prefactibilidad de la plataforma digital web de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para Micro, Pequeñas y Medianas empresas del Distrito Central.

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL A NIVEL MUNDIAL.

2.1.1. La pandemia Covid-19 y la transformación digital en las empresas.

Actualmente la mayoría de los países del mundo se enfrentan a los efectos de la pandemia de COVID-19, la cual ha venido a acelerar el desarrollo y transformación digital en áreas como ser el papel que juegan las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), los servicios digitales, la infraestructura digital para la actividad económica, actividad social y para reducir el impacto de la pandemia.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (International Telecommunication Union o UTI por sus siglas en inglés) realizó una serie de encuestas cuyos resultados fueron publicados en el informe de “Digital trends in the Americas region 2021” (2021). Los resultados debido a la pandemia se han acelerado a la transformación digital, las empresas avanzan hacia modelos distribuidos de empleo, prestación digital de servicios y productos. Además, las personas como medio de socializar recurren al entretenimiento virtual, al uso de plataformas de comunicación y de comercio electrónico. “Si bien la investigación sobre la contribución de la digitalización a

suavizar el impacto de las pandemias es limitada, la evidencia emergente es convincente acerca de sus efectos acelerados en todas las áreas de la población, vidas y sectores de la economía”. (ITU, 2021) Esto nos demuestra que hoy en día las interacciones de las empresas y sus clientes son cambiantes y está siendo influenciada por la transformación digital.

Cada día los usuarios cambian del uso de métodos tradicionales al uso de métodos digitales para incidir en el impacto que ha ocasionado la pandemia del COVID. De acuerdo al informe “A un clic de la transición: Economía Digital en Centroamérica y la República Dominicana” el cual fue realizado en la región compuesta por Centroamérica, Panamá y República Dominicana (CAPARD), nos indica que en Honduras un 32% de la población utiliza internet, es decir, que 79 de cada 100 personas tienen suscripciones de banda ancha móvil. Estas estadísticas evidencian que el sector TICs en Honduras está en fase de desarrollo” (Del Carmen, et al., 2020, pg. 5). Esto nos ilustra que cada día son más los consumidores a nivel nacional que están recurriendo al uso de plataformas web para suplir muchas de sus necesidades diarias desde el uso de banca en línea, compras de supermercados y demás.

Ante el cambio de experiencia de usuario y el impacto de la pandemia en las diferentes áreas de la economía, las empresas han tenido cambiar sus estrategias e innovar para poder mantenerse competitivos en cuanto a servicios y producto en línea y la presencia empresarial en la web, como ser transicionar al comercio electrónico (eCommerce), servicios de entrega a domicilio (eServices) y el uso de plataformas web. Del Carmen (2020) nos indica que el sector de eCommerce será uno de los sectores beneficiados por la pandemia, pues incentivará a las empresas a adoptar estrategias innovadoras a fin de que puedan entregar los artículos que la población necesita, pero de forma digital. Por tanto, se espera que los ingresos de eCommerce en CAPARD crezcan 11% anual en 2020.

El impacto de la pandemia de Covid y la transformación digital, no solo se limitan al área del comercio y ventas; sino también, a otras áreas de la vida como ser en el ámbito laboral. Tal como nos indica el informe “Economía de plataformas y COVID-19” (2021) elaborado por el Digital Future Society y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) mencionan que, en tiempos de pandemia, en el ámbito laboral varias herramientas digitales como el programa Microsoft Teams 3, aumentó el número de usuarios diarios un 70%, reflejándose en un incremento monetario durante el tercer trimestre del 2020. Así como el programa anterior, se pueden mencionar otros casos como ser Zoom 4, que el aumento de usuarios durante el mes de abril del 2020 tuvo un pico de diez millones. Estas cifras han reflejado que el trabajo remoto y la necesidad de recurrir a herramientas digitales se han vuelto una realidad. Antes de la pandemia los sectores más digitalizados eran los medios, compañías de información y tecnologías; ahora con la situación actual, han incursionado en la digitalización otros sectores como la salud o educación que pasaron de un 2% al 36%. Estas cifras nos demuestran que la transformación digital es multifacética y aplicable a cualquier área de la vida. Por lo cual, cada vez son más empresas, organizaciones e individuos que se unen a esa nueva realidad digital.

La pandemia de COVID-19 ha provocado una aceleración de los negocios digitales, del modo de operar de las empresas y organizaciones, y en general el diario vivir de todas las personas. El confinamiento de la población, como medida de prevención de virus, ha presentado desafíos significativos tanto para consumidores, así como las empresas y negocios; pero a su vez, ha fomentado nuevas dinámicas sociales, nuevos patrones de consumo y generado un punto de inflexión en muchos ámbitos de nuestra vida personal y colectiva.

2.1.2. Situación actual de las empresas en Honduras.

Cuando la pandemia del covid19 llegó a Honduras, el gobierno decidió cancelar todas las garantías constitucionales con el fin de evitar la propagación del coronavirus. Debido a este cierre, todas las empresas y negocios locales se vieron muy afectados al tener que cerrar y, por ende, reducir sus ingresos.

El año pasado Ruiz-Arranz et al (2020) indico que, dado a la vulnerabilidad viral de Honduras y la falta de control adecuado durante la crisis, esta provocaría que la economía hondureña se deteriorase. De igual manera, indicaron que la economía hondureña se viene desacelerando desde 2018, la cual contaba un crecimiento estimado en 2019 de 2,7% anual, cuyo valor es inferior al 3,7% del 2018.

El Programa de Investigaciones en Economía y Finanzas de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) realizo una investigación denominada “Análisis de Resiliencia Empresarial, COVID-19” (IIES, 2020)., la cual se ejecutó en tres diferentes etapas: abril, mayo y diciembre del 2020. Dicha investigación ilustró el impacto del COVID-19 en las ventas y operaciones de los diferentes tipos de empresas a nivel local. Los resultados en la primera etapa de la investigación muestran que un 68% de la micro y 69% de la pequeña empresa en la última semana no registró ventas, un 22% de la micro indica que sus ventas bajaron y menos de un 4% de la mediana indica que se mantuvieron iguales o que fueron más altas. Con respecto a la mediana y gran empresa, estas respondieron que un 47% no registró ventas, situación que es inferior en más de 14 puntos porcentuales (pp) en comparación a la pequeña y mediana empresa. Además, afirmaron que un 38% afirmó experimentar una baja en las ventas, mientras que un 16% indicó haber generado ventas similares o mayores. que sus productos se colocaron en la misma cantidad o incluso se vendieron más.

De acuerdo a la siguiente figura, se puede observar que un 90% de las empresas abordadas durante la investigación "Análisis de resiliencia empresarial Covid-19, abril 2020" (IIES, 2020), indicaron que tuvieron que detener la producción, distribución y oferta de sus productos. Asimismo, más de un 43% indicaron que no lograron sobrevivir a la crisis o solo pudieron soportar sobrevivir un mes. Mientras que, un 40% de las empresas entrevistadas solamente sobrevivirían entre 1 a 3 meses. Finalmente, menos del 17% de las empresas lograrían sobrevivir más de 3 meses. Esto nos indica el decrecimiento económico que el país ha sufrido por la pandemia. Para apoyar la supervivencia de estas empresas, se tenían que implementar medidas en el corto plazo.

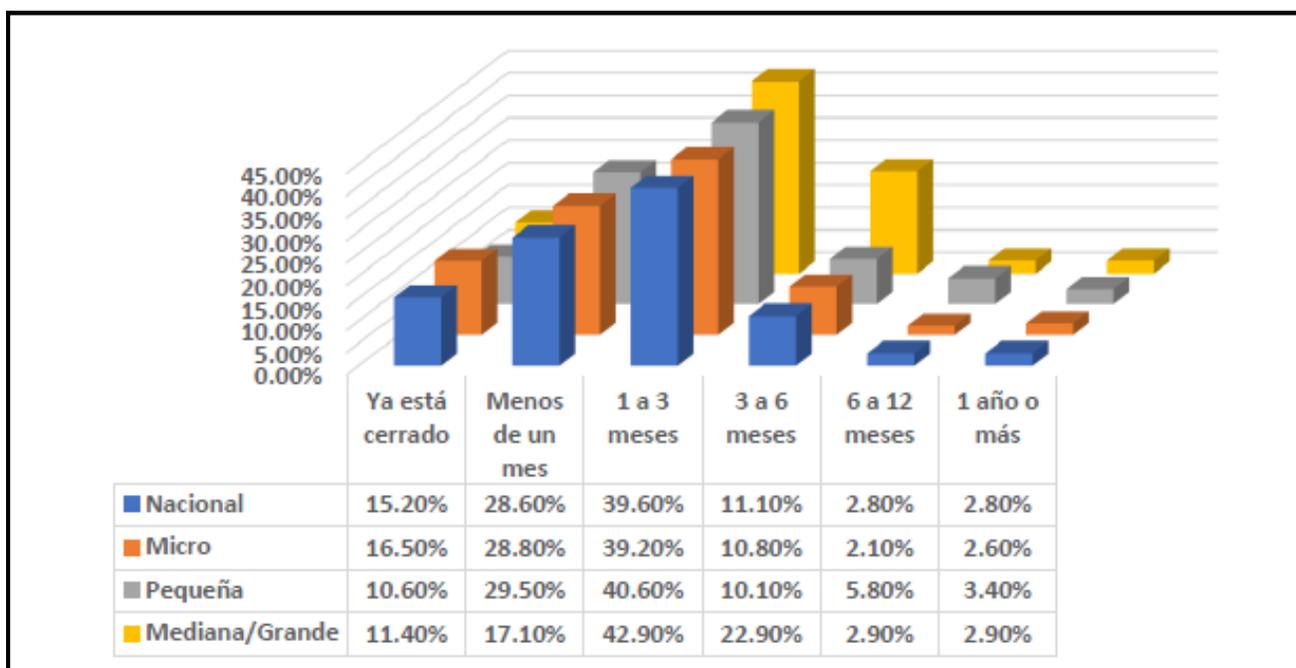


Figura 1 Efectos de corto y mediano plazo provocados por el COVID-19.

Fuente: "Análisis de resiliencia empresarial Covid-19, abril 2020" p. 18

En el 2020, el gobierno implementó una serie de medidas financieras para apoyar la supervivencia de las MIPYMES. De acuerdo a Ruiz-Arranz et al (2020), las medidas tomadas son las siguientes:

- Readecuación mediante un alivio temporal de tres cuotas a las deudas de los clientes que tengan préstamos con Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (Banhprovi) en el sector agroalimentario, MIPYMES y turismo.
- Postergar hasta el 30 de junio las obligaciones de declaración y pago, (sin multas e intereses) del Impuesto sobre la Renta, Aportación Solidaria y Activo Neto, Contribución del Sector Social de la Economía, Alquileres.
- Un descuento del 8.5% del impuesto a pagar a los Obligados Tributarios Pequeños y Medianos que realizarán la Declaración al 30 abril de 2020.

Ante la crisis sanitaria, muchas de las empresas tuvieron que transformarse y adaptarse a la nueva realidad a través de cambiar su modelo de negocio para mantenerse competitivos y evitar cerrar operaciones. La investigación "Análisis de resiliencia empresarial Covid-19, abril 2020" (IIES, 2020), reflejo los siguientes datos:

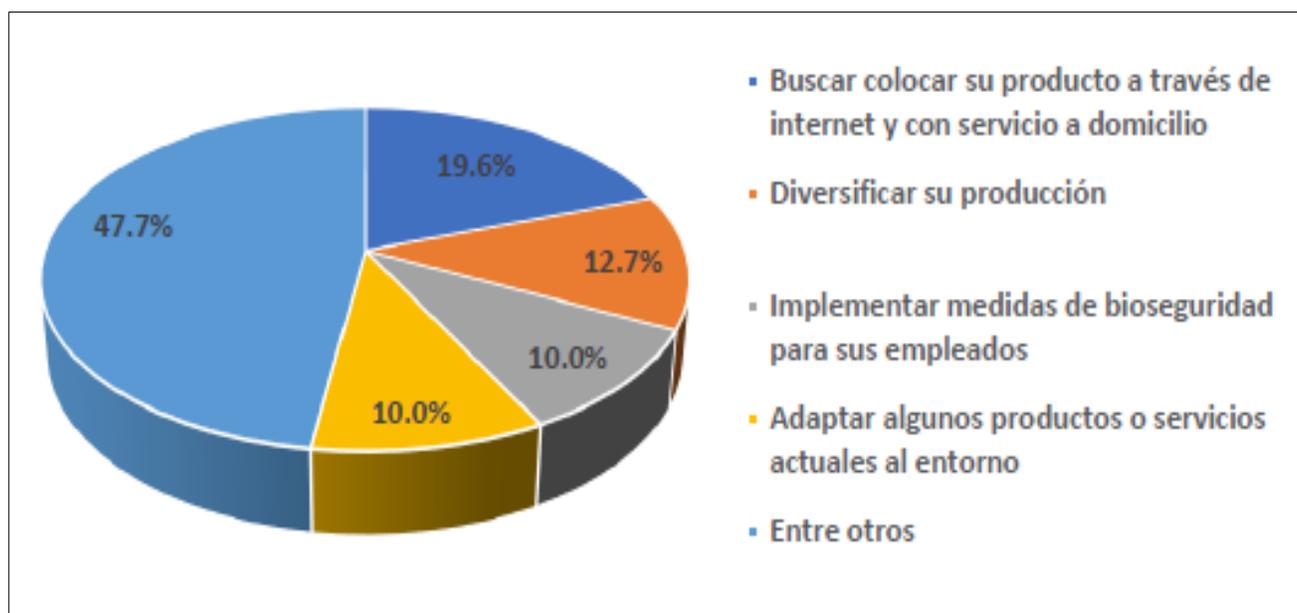


Figura 2 Estrategias para cambiar el modelo de negocios en las empresas hondureñas.

Fuente: "Análisis de resiliencia empresarial Covid-19, abril 2020" p. 18

La figura 2 muestra que un 47.7% de las empresas identificó que debe cambiar su modelo de negocios para adaptarse a su entorno actual y futuro. Además, las empresas abordadas detallaron que dentro de las estrategias de negocios que planeaban implementar para gestionar su cambio de modelo era:

- Buscar colocar su producto a través de internet y con servicio a domicilio (19.6%)
- Diversificar su producción (12.7%)
- Implementar medidas de bioseguridad para sus empleados y en su proceso productivo (10.0%)
- Adaptar algunos productos o servicios actuales al entorno (10.0%),

El tercer informe de la investigación de "Análisis de resiliencia empresarial COVID-19" (2020) muestra un dato interesante con respecto a la incorporación de TICs como una forma de adaptarse y para sobrevivir a la crisis económica y sanitaria.

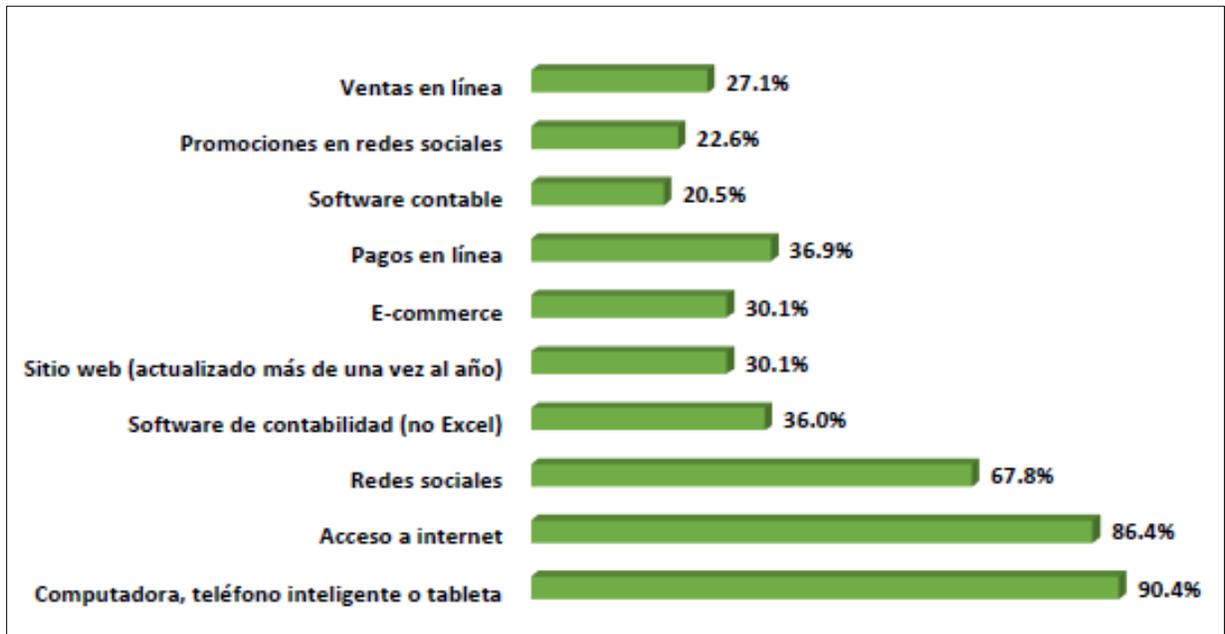


Figura 3 Uso de TICs en las empresas en Honduras, octubre de 2020.

Fuente: "Análisis de resiliencia empresarial Covid-19, abril 2020" p. 17

Cuando el Programa de Investigaciones en Economía y Finanzas (2020) les consultó a las

empresas involucradas sobre qué tipo de herramienta utilizan en sus empresas: un 90% indicó que cuentan con computadora, tableta o teléfono inteligente; un 86% que expresó que para usar su equipo de computación o dispositivo móvil necesitan acceso a internet para ubicar su mercancía. También se les consultó sobre el sitio en donde ubicar su producto, un 67% de las empresas indicó que utilizan las redes sociales y de estas un 22.6% informó las utilizan para promocionar su bienes o servicios en estas. Sin embargo, tan solo un 27% expresó que utiliza las redes sociales para vender su producto en línea. De todas las empresas abordadas, sólo un 30% reportó tener un sitio web permanente para realizar la comercialización de sus productos a través de comercio electrónico (e-commerce).

La Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), visualizó estas debilidades de que son pocas la empresa que utilizan herramientas digitales; por lo cual implementó el proyecto HUB UNITEC. A través de esta incitativa brinda cursos orientando a las MIPYMES en el proceso de adaptarse y transformar sus modelos de negocios a la era digital. A su vez, también proporciona apoyo a los emprendedores desde la incubación de su emprendimiento y ayudar a acelerar el mismo (UNITEC, 2020).

Luego de este análisis de la situación empresarial de Honduras, se puede concluir que las empresas para garantizar su supervivencia han tenido que adaptar sus modelos de negocios por medio de la aplicación de medidas digitales. Lo cual, promueve la transformación digital a nivel nacional.

2.1.3. Plataformas e iniciativas de apoyo para MIPYMES en Tegucigalpa.

Con la transformación digital han surgido varias iniciativas para promover a las MIPYMES en el mercado local y el desarrollo económico de las mismas. Dentro de las iniciativas que han

surgido en Tegucigalpa, se encuentran una serie de opciones de asistencia desde tiendas virtuales, mercados artesanales promovidos por redes sociales, servicios de entrega a domicilio y plataformas web. A continuación, se detallan las diferentes iniciativas de asistencia que existen en el Distrito Central.

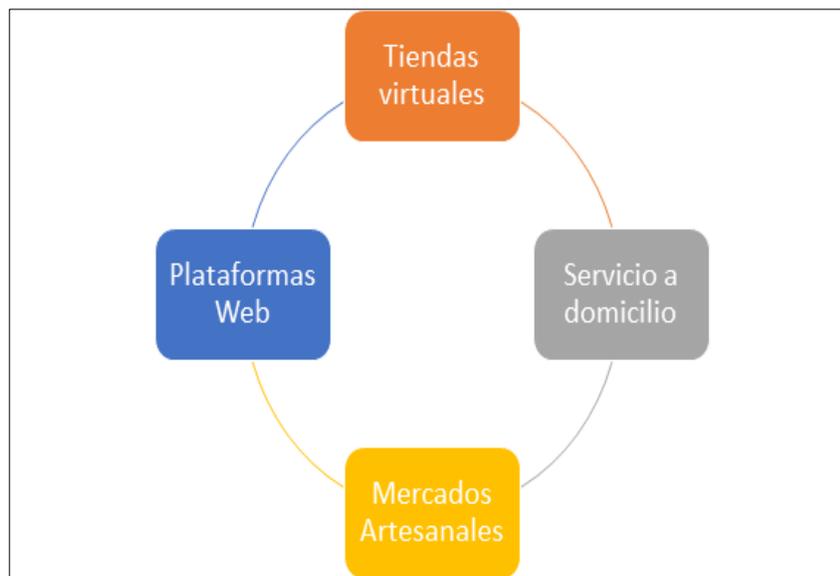


Figura 4 Iniciativas de asistencia en Tegucigalpa.

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de la categoría de mercados artesanales, se encuentran los siguientes:

- **Bazar del Sábado.** Esta iniciativa surge en Tegucigalpa el 2018 por parte de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés (CCIC) con el objetivo de promover el emprendedurismo y apoyar a los emprendedores capitalinos. Antes de la pandemia, los microempresarios solían exponer y comercializar sus productos en las instalaciones del Bazar del Sábado ubicadas en el Boulevard Juan Pablo II.
- **La Pulga Flea Marquet.** Esta iniciativa surge durante la pandemia con el propósito de apoyar a los microempresarios de la capital y se desarrolla en el Nacional de Ingenieros Coliseum durante los fines de semana; donde se pueden encontrar un sin número de productos.

En cuanto a tiendas virtuales, se encuentran los siguientes:

- **Terra te impulsa.** Es una plataforma con un catálogo virtual para promover a los emprendedores locales. Esta es una iniciativa de Grupo Terra y sus aliados, Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa (CCIT), Voces Vitales Honduras, CCIC, Fundahrse, Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por sus siglas en inglés), Honduras Emprende, Bazar del Sábado, GENESIS, Hub UNITEC y Galeano, con el objetivo de impulsar el emprendedurismo de la economía local a través del apoyo en fortalecer las relaciones comerciales, la creación de valor en las comunidades y se enfoca en la formalización.
- **PulpeCerca.** En abril del año pasado, la Cervecería Hondureña lanzó su plataforma de PulpeCerca.com; la cual, es una herramienta digital que permite a microempresarios que tienen pulperías y mercaditos poder reactivarse, generar ingresos y facilitar a los clientes la adquisición de productos de primera necesidad.
- **Molhonduras.** Es un mall virtual que surge con el objetivo de permitir a los diferentes emprendedores y microempresarios poder comercializar sus productos en un ámbito digital. Esta iniciativa permite conectar a los vendedores con los compradores para generar una experiencia en el primer mall virtual de Honduras.
- **Guru's Honduras:** Es un mercado en línea para promover todo tipo de servicios, como servicios para el hogar u oficina, empleos disponibles, servicio de bienes y raíces entre otros.

Con respecto a plataformas web, se encuentran las siguientes iniciativas:

- **Busco Aquí 504.** Es una plataforma web que está diseñada para facilitar la búsqueda de servicios de salud, educación, empleo, apoyo moral, recreación y seguridad en los municipios de Tela, La Ceiba, Choloma, San Pedro Sula y Tegucigalpa. Esta es una iniciativa de la

Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional.

En la categoría de **servicios a domicilio**, se encuentran las diferentes empresas que realizan entregas de productos y alimentos a domicilio y el servicio lo brindan a través de sus aplicaciones móviles; como ser Hugo, Speedy, Ocho, Glovo, Pedidos Ya entre otros.

Cada una de las diferentes iniciativas mencionadas anteriormente, han venido a transformar, fomentar y desarrollar el mercado local y las interacciones entre clientes y empresas. La mayoría de estas iniciativas se enfocan en vender los productos que ofrecen las diferentes MIPYMES por medio de plataformas web y/o en aplicaciones móviles. A raíz de la pandemia, estas alternativas digitales de venta han adquirido ímpetu entre los clientes considerando las limitaciones de salir. Sin embargo, las plataformas web y aplicaciones móviles solo muestran información referente a productos que se pueden comprar en las mismas y típicamente son productos comestibles como ser restaurantes, cafeterías o pastelerías; no muestran alternativas de adquisición de servicios que ofrecen algunas MIPYMES, ni opciones de promociones o descuentos, análisis de datos, que se traducen en reportes de provecho para la empresa o negocio con el fin de ayudarles a tomar decisiones estratégicas. Consideramos que estas alternativas que están disponibles cubren una de las necesidades de los clientes, pero no todas. No existe en el mercado local una alternativa que permita a los clientes realizar una búsqueda de productos o servicios o inclusive una alternativa que brinde la opción de análisis de reportes sobre el número de visitas. Por lo tanto, existe una apertura para poder cubrir esta necesidad con una plataforma que permita realizar búsqueda de los diversos productos y servicios que ofrecen las diferentes MIPYMES en el Distrito Central.

En base a lo expuesto anteriormente y en especial con la situación actual, es muy importante continuar promoviendo este tipo de iniciativas digitales que seguirán revolucionando

el mercado de la capital generando ingresos para las familias, desarrollando la economía local, creando nuevas oportunidades laborales y en general el progreso de Honduras.

2.2. TEORÍAS

2.2.1. CONCEPTUALIZACIÓN

2.2.1.1. ¿Qué son las plataformas digitales?

Definición Conceptual sobre plataforma digitales:

“Las plataformas digitales son todos aquellos sitios de internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales y detalles sobre la empresa” (Agencia Creativa, 2020). Son aplicaciones o programas que se emplean para satisfacer distintas necesidades con la menor cantidad de recursos. Además de lo anterior, son herramientas a las cuales se puede tener acceso mediante internet o una red privada según sea la necesidad de su utilización.

Las plataformas ayudan a centralizar la información en un mismo lugar, facilitando así la búsqueda y distribución de la misma para los distintos usuarios que esta podría llegar a tener. A su vez nos ofrece la capacidad de realizar tareas en simultáneo independientemente si es la misma para cada usuario en línea. Rodríguez (2019) afirma: “Otra función de las plataformas digitales es facilitar a las empresas la administración y distribución de información sin necesidad de contar con un gran equipo humano, reduciendo así el margen de error y los costos de atención al cliente”.

En conclusión, en este mundo globalizado, las plataformas digitales son el canal de comunicación más importante entre las empresas y los usuarios. Estas permiten a los usuarios obtener lo que buscan al alcance de una forma rápida. Además, ofrecen procesos modernos que ayudan a evaluar, recabar y optimizar los ya existentes en la empresa; lo cual, les posibilita mejorar

significativamente los tiempos de respuesta, aumentando así la productividad en la atención al cliente y los recursos humanos.

2.2.1.2. Tipo de plataformas.

“Las plataformas digitales especializadas son creadas para satisfacer las necesidades de un grupo de usuarios” (Agencia Creativa, 2020). Existen diversas plataformas especializadas enfocadas en productos o servicios en concreto, como los buscadores de hoteles, vuelos aéreos, publicidad y marketing, etc. Siempre que exista una necesidad puede crearse una plataforma para satisfacerla. A continuación, se detallan varios de los tipos de plataformas que existen:

- **Bancarias:** Son plataformas que permiten digitalizar las operaciones bancarias, facilitando las interacciones con los clientes, abriendo un abanico de productos financieros digitales que la banca puede ofrecer. Algunos ejemplos de estas plataformas se encuentran: Interbanca de Ficohsa, Banca en Línea de BAC Credomatic, etc. (Agencia Creativa, 2020).
- **Educativas:** Engloban herramientas que se destinan a la docencia y el aprendizaje, facilitando la enseñanza a distancia o como un apoyo para la enseñanza presencial, permitiendo compartir contenido, creando distintos tipos actividades con fines educativos (Agencia Creativa, 2020). Algunos ejemplos de este tipo de plataformas son: Blackboard, Moodle, Udemy, adobe, Google classroom, edX, Coursera, LinkedIn, Learning y plataformas hondureñas como EduBox.
- **Sociales:** Encierra todas aquellas plataformas que permiten la interacción e intercambio de información entre personas y/o empresas. Algunos ejemplos de las plataformas sociales más conocidas son Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, etc. (Agencia Creativa, 2020).
- **Comercio Electrónico:** A través de ellas se realizan las llamadas compras en línea, permitiendo tener el producto o servicio que se requiera sin poner un pie fuera de casa. Por

mencionar algunos ejemplos están los WooCommerce, Amazon, Mercado Libre, deliverys, etc. (Agencia Creativa, 2020).

- **Especializadas:** “Las plataformas digitales especializadas son creadas para satisfacer las necesidades de un grupo de usuarios” (Agencia Creativa, 2020). Existen diversas plataformas especializadas enfocadas en productos o servicios en concreto, como los buscadores de hoteles, vuelos aéreos, publicidad y marketing, etc. Siempre que exista una necesidad puede crearse una plataforma para satisfacerla.

2.2.1.3. Características de plataformas.

Todas las plataformas cumplen con características inherentes y otras propias de su negocio, pero hay tres características claves que las plataformas digitales debe poseer (Sharma, 2020) independientemente de su mercado, las cuales se detallan a continuación:

- **Datos abiertos y compartidos:** Permiten a las empresas el acceso a los datos que se generan en relación a la misma, con el objetivo de obtener mejor conocimiento monitoreando el comportamiento de los clientes a un nivel de los grandes volúmenes de datos, para así generar información y crear nuevas formas de valores.
- **Efecto de Red:** Brindan la opción de expandir la red con todos los involucrados del mercado, permitiendo conectar con los socios y comerciantes para que ellos a su vez atraigan más clientes, aplicando también en sentido contrario. Este efecto solo se puede aplicar a las empresas que desean conectar a todos los participantes directos e indirectos.
- **Concurrencia de tecnologías:** Las plataformas digitales deben estar a la vanguardia con todas las herramientas que la nube dispone para brindar una mejor experiencia al cliente como la adaptabilidad a los distintos tipos de dispositivos, análisis de datos en tiempo real,

automatización de procesos, entre otras novedades que se pueden adquirir. Obtener una plataforma digital como servicio brinda beneficios de costos y adquisición de funcionalidades cada vez más novedosas dando la oportunidad de tener acceso rápido y fácil a nuevos mercados.

2.2.1.4. Proceso de desarrollo de Plataformas Digitales.

El proceso de desarrollo de un software, programa o plataforma comprende una sucesión de etapas en las cuales cada una se compone de una serie de actividades y documentación que serán la salida de cada fase y la entrada de la siguiente. En una publicación realizada por la “Unión de Universidades de América Latina y el Caribe” lo definen de la siguiente manera:

“Un proceso de desarrollo de software es el conjunto estructurado de las actividades requeridas para realizar un sistema de software. Estas actividades son: especificación de requerimientos, diseño, codificación, validación (pruebas) y mantenimiento. Al proceso de desarrollo de software también se le conoce como ciclo de vida del software porque describe la vida de un producto de software;” (Ojeda, 2012, p. 3).

Al momento del desarrollo de un software se elige un ciclo de vida que se adapte a las necesidades del equipo de desarrollo y el negocio a plasmar en líneas de código. Existen varios ciclos de vida, entre los que se encuentran el ciclo de vida en cascada, ágil, iterativo, espiral, entre otros; cada uno con fases más o fases menos, pero en esencia, en todos y cada uno se encuentran presentes las siguientes fases:

- **Comunicación:** La comunicación para el desarrollo de cualquier tipo de software es la fase inicial, en la cual se transmiten las ideas del negocio, sus reglas, las necesidades y restricciones entre los diferentes involucrados e interesados en los procesos, para que todos puedan estar en la misma sintonía.

- **Planificación y Análisis:** Una vez transmitida la esencia del negocio, las reglas y restricciones, se lleva a cabo un análisis de los mismos para determinar el tiempo, clarificar ideas, eliminar ambigüedades, entre otros. Durante la planificación se determina el alcance del software, la metodología para el desarrollo, designar responsables, roles y tiempos.
- **Diseño:** Se realiza un diseño lógico o el modelado lógico de la base de datos a partir del análisis de las reglas de negocios, restricciones y necesidades identificadas en las fases anteriores. También se elabora un diseño físico, el cual se convierte en un primer vistazo de la apariencia del software, es una interfaz maquetada sin funcionalidad alguna.
- **Desarrollo:** Esta fase marca el inicio de la producción, ya que es en este punto cuando se comienza a desarrollar líneas de código que le brindaran funcionalidad al diseño físico previamente creado, además de eso, se comienza a interactuar con la base de datos que se creó a partir del diseño lógico en la fase anterior.
- **Pruebas y Documentación:** Generalmente la fase de pruebas se mueve en paralelo con la fase de desarrollo, puesto que cada módulo que se encuentre terminado es sometido a pruebas de calidad para depurar la mayor cantidad de errores en ejecución posibles. La documentación se realiza una vez terminado y pasado las rigurosas pruebas de calidad, ya que se pueden presentar cambios durante las mismas.
- **Implementación:** En la fase de implementación se evalúa el rendimiento del software, la adaptabilidad y la velocidad de respuesta. En algunos casos se llevan a cabo las capacitaciones al usuario final para su utilización.

En resumen, cada una de las fases es importante en el desarrollo de software; puesto que, ayudan a afrontar cualquier reto o problema. Además, sirven como una guía del camino a tomar para resolverlos, la única variante a encontrar, es la metodología que se elija puesto que dependerá

de varios factores como ser la experiencia, la cultura organizacional, la accesibilidad del cliente, por mencionar algunos.

2.2.1.5. Usuarios de las plataformas.

Cada plataforma que habita en el ciber espacio, cuenta con dos tipos de usuarios que interactúan con el sistema de forma directa, existen los usuarios que comparten el contenido, que en este caso serían las empresas y aquellas que representan a las personas que buscan algo en específico. A continuación, se explica brevemente los usuarios mencionados:

- **Empresas:** Las plataformas digitales web proporcionan acceso a las empresas para la administración del contenido, información a publicar en la misma para compartir con el resto de usuarios. Estos usuarios deberán iniciar sesión para obtener acceso a las distintas herramientas de administración del perfil que pertenece a la empresa en el sistema, tanto para publicación de contenido como acceso a la reportería que contiene la información relacionada a la preferencia de los otros usuarios de la plataforma con respecto a su marca.
- **Personas:** Dentro de las plataformas digitales web existen otro tipo de usuarios, los cuales son aquellos que consumen la información compartida por las empresas, dependiendo de la naturaleza del sistema, iniciaran sesión o será totalmente opcional. Las personas alimentan con su información la plataforma, sobre las preferencias, lo que buscan con más frecuencia y/o cualquier otro tipo de dato que ayude a obtener una mejor retroalimentación para las empresas, permitiéndoles transformar estos datos en decisiones estratégicas.

En relación a lo expuesto podemos decir que cada usuario posee características y necesidades de acuerdo al rol que adquiere dentro de la plataforma, brindando así una experiencia enriquecedora para con la interacción entre ambas partes dentro de la misma.

2.2.1.6. Impacto de las plataformas en la economía de las empresas.

Cacho Elizondo (2019) expresa que las plataformas digitales han brindado una ventaja competitiva a comparación de los servicios tradicionales, dado que conectan al comprador y vendedor facilitando la interacción entre ellos, dando paso a la economía de las plataformas digitales. Un modelo que surge como una nueva oportunidad de negocio colaborativo, en donde existe la participación masiva de usuarios, creando contenido, realizando transacciones, compartiendo servicios o productos, promoviendo la generación de datos.

Las plataformas digitales son el segundo factor impulsor en la economía digital, en la última década han surgido un sin número de ellas, con modelos de negocios basados en datos alterando a su paso a las industrias tradicionales. Su impacto se refleja en el hecho de que siete de las ocho empresas más importantes del mundo por capitalización bursátil utilizan modelos de negocio basados en esta tecnología. (Naciones Unidas, 2019).

El crecimiento económico de una plataforma tiene relación con la capacidad para recopilar y analizar datos digitales, las empresas que se centran en desarrollar plataformas cuentan con la arquitectura del hardware y el software obteniendo el beneficio de registrar, extraer y analizar toda la información relacionada a las acciones de los usuarios y las interacciones que tienen con la plataforma; por tanto, comercializados adecuadamente se pueden convertir en una fuerza para el crecimiento, productividad y la innovación para aquellas empresas que desean adquirirlos o hacen uso de esta herramienta.

Así es como los datos juegan un papel importante desde un punto de vista estratégico, ayudan a convertirlo en inteligencia digital para obtener mayores ventajas competitivas. Este modelo de negocios centrados en datos no solo está siendo adoptado por las plataformas, sino también por las empresas de los diversos sectores.

2.2.2. TEORÍAS DE SUSTENTO.

Las teorías de sustento de la investigación o estudio son el conjunto de teorías, metodologías y/o técnicas que nos sirven para poder sustentar científicamente y para poder dar soluciones a un problema previamente identificado. Por tal razón este estudio permitirá investigar la prefactibilidad y el desarrollo de un modelo de negocio de plataforma virtual para la búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals”.

En esta sección, se detallan las diferentes teorías, metodologías y/o técnicas que se han seleccionado para sustentar los argumentos que se usan en esta investigación, con el objetivo de poder contribuir a la determinación si este proyecto es viable. Se recurre a las siguientes metodologías y/o técnicas: Análisis FODA, Marco Lógico, Análisis de las 5 fuerzas de Porter, Análisis de Prefactibilidad.

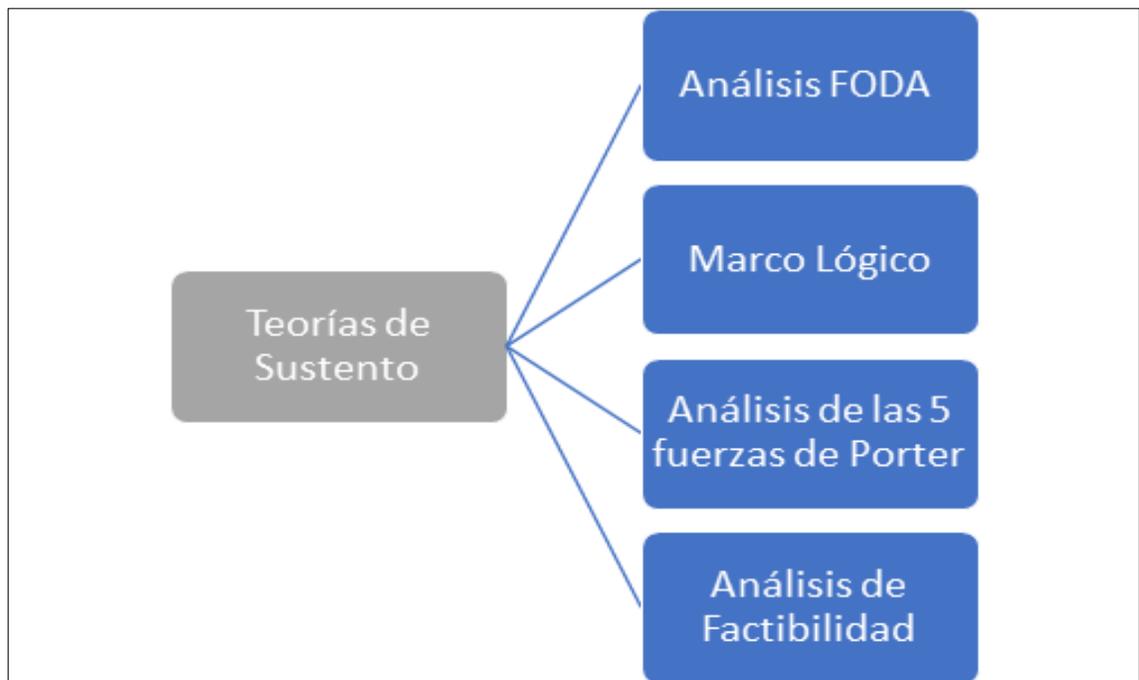


Figura 5 Teorías de sustento para la investigación.

Fuente: Elaboración propia

2.2.2.1. Análisis FODA

La matriz o el análisis FODA es una metodología de planificación estratégica, la cual fue diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. La palabra FODA es creada por las siglas de: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Esta metodología se utiliza para desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro. Además, permite enfocarse en los factores que tienen mayor impacto en la organización y a partir de ahí se tomen decisiones eficientes y las acciones pertinentes.

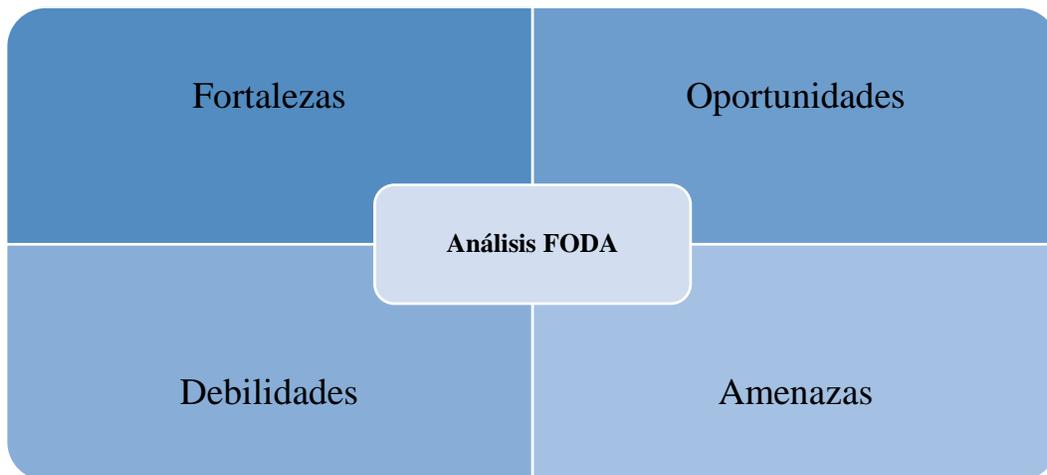


Figura 6 Modelo de Análisis FODA.

Fuente: Elaboración propia.

Procedimiento para desarrollar el análisis FODA.

Riquelme (2019) establece los siguientes pasos para desarrollar el análisis FODA:

1. Definir el objetivo: Una vez que se identifica el objetivo, se deberá tener una perspectiva de cómo podría ser el nuevo proyecto en el mercado desde el principio hasta el final. El análisis FODA comienza a desarrollar su papel ayudando a la búsqueda del mismo en el modelo de la planeación estratégica.

2. Desarrollo del FODA para lo cual se deberá recopilar la siguiente información:

- a. Información de las fortalezas y las debilidades
 - i. Crear una lista de las fortalezas actuales
 - ii. Una lista de las debilidades actuales.
- b. Información de las oportunidades y amenazas.
 - i. Crear listas actuales de las oportunidades a futuro.
 - ii. Crear listas actuales de las amenazas reales en el futuro.

Las listas generadas deben contener información real y actual, con los puntos bien especificados y explicados. Paso siguiente, el equipo evalúa los 4 elementos para poder evaluar las estrategias o procedimientos a seguir y elaborar el plan de trabajo.

3. Ejecutar el FODA. Una vez que se han identificado y evaluado los resultados FODA, se comenzará a desarrollar las estrategias necesarias sea en corto o largo plazo.

Es importante recordar que para elaborar una matriz FODA, se debe poseer un estudio interno y externo de la organización. De esta manera, la empresa o proyecto podrá continuar siendo competitivo en el mercado sin contratiempos y responder al entorno cambiante de manera eficaz y proactiva. También, con un buen estudio y análisis FODA, la empresa podrá cumplir con las metas propuestas, ubicará sus puntos débiles y podrá transformarlos en oportunidades.

2.2.2.2. Marco Lógico.

El documento Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas (2015), establece que, “La Metodología de Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos

beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas” (p. 13).

Dicha metodología comprende siete pasos, según el documento Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas (2015):

1. Identificación del problema y alternativas de solución, en la que se analiza la situación existente para crear una visión de la situación deseada y seleccionar las estrategias que se aplicarán para conseguirla.
2. La etapa de planificación, en la que la idea del proyecto se convierte en un plan operativo práctico para la ejecución. En esta etapa se elabora la matriz de marco lógico.

Cada etapa comprende una serie de pasos. A continuación, se detallarán brevemente:

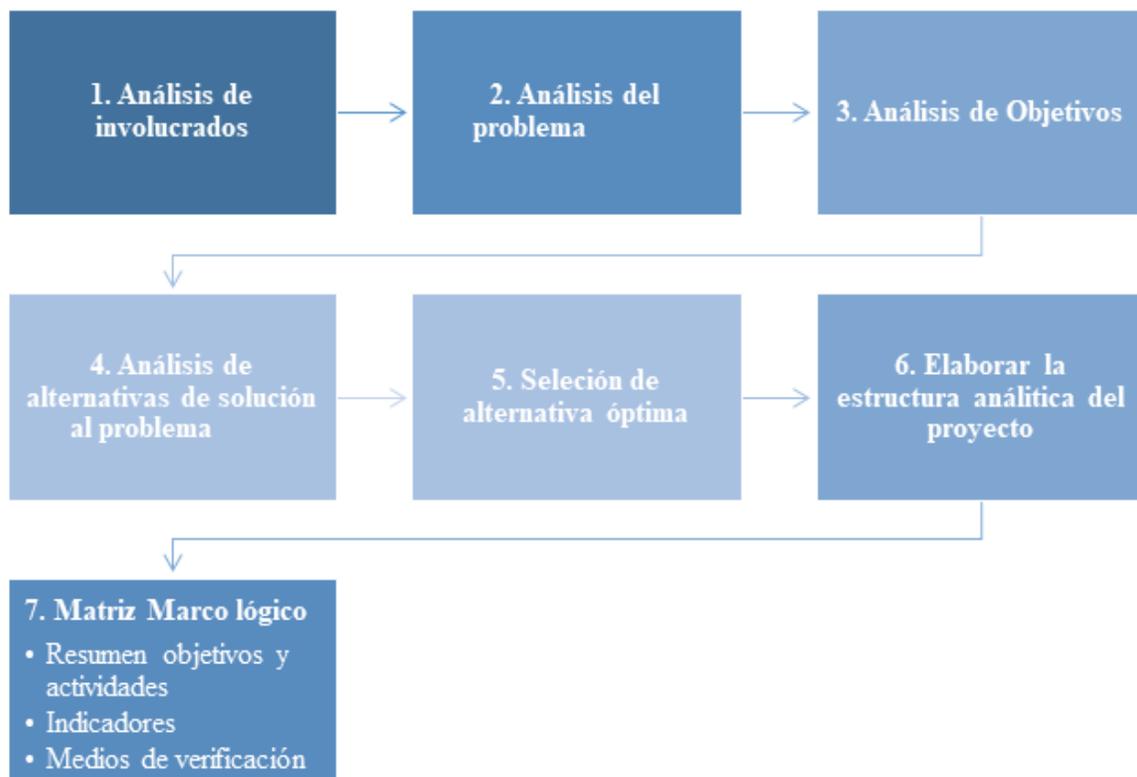


Figura 7 Pasos del Marco Lógico

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1 Pasos del Marco Lógico

Pasos	Analizar	Salidas
1. Análisis de involucrados	Identificar los principales interesados con su nivel de interés y poder	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de interesados • Lluvia de ideas
2. Análisis del problema	Se identifica el problema principal y los adyacentes a este, sus causas y efectos.	<ul style="list-style-type: none"> • Árbol de problemas • Diagrama de Ishikawa
3. Análisis de Objetivos	Se identifican los medios y fines para cada problema en paso anterior	<ul style="list-style-type: none"> • Árbol de objetivos
4. Análisis de alternativas de solución al problema	Determinar las acciones realizadas para cada solucionar cada problema	<ul style="list-style-type: none"> • Lluvias de ideas
5. Selección de Alternativa óptima	Análisis de los distintos aspectos de cada alternativa como ser: financiero, económico, viabilidad, sostenibilidad social y ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de una alternativa que se aplicará(n) para alcanzar los objetivos deseados
6. Elaborar la estructura analítica del proyecto	Esquematización de los niveles jerárquicos del proyecto y la solución más viable.	<ul style="list-style-type: none"> • Determina un fin, el objetivo central, los componentes (productos o entregables) y las actividades
7. Matriz Marco lógico	Se basa en todos los pasos anteriores	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos importantes del proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, podemos decir que la Metodología del Marco Lógico es una herramienta que se puede aplicar en cualquier etapa de un proyecto, siendo fundamental a la hora de evaluar todos los aspectos relacionados a la sustentabilidad, dándonos un vistazo a cada uno de sus componentes contribuyendo a la aplicación de las mejores prácticas en la elaboración de proyectos.

2.2.2.3. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

El Análisis de las 5 Fuerzas de Porter es una metodología creada por Michael Porter, que sirve para analizar e investigar qué tipo de oportunidades y amenazas posee un proyecto u organización en determinado tiempo y en un mercado de competencia. La utilidad de esta metodología de gestión es que permite poder conocer y analizar la competencia que tiene en el sector en el que opera; además de, poder medir los recursos propios frente a las cinco fuerzas. A partir de este análisis, se está en condiciones óptimas para establecer y planificar las estrategias que pueden potenciar el desarrollo y las oportunidades o fortalezas para hacer frente a las amenazas y debilidades. Las cinco fuerzas que describe Porter son: poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de nuevos productos sustitutos y rivalidad entre competidores.

A continuación, se detalla cada una de las fuerzas de Porter:

- Poder de negociación de los clientes. Esta fuerza se basa en el poder que tienen los consumidores al seleccionar su producto dentro de las opciones que existen en el mercado. Si existen pocos clientes, se corre el riesgo que estos estén organizados y puedan exigir un precio determinado. Por lo tanto, Porter considera que cuanto más se organicen los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios. Por lo tanto, las empresas contarán con menos margen y el mercado será entonces menos atractivo.
- Poder de negociación de los proveedores. Este punto se basa en el poder que poseen los proveedores al seleccionar a quien vender sus materiales y/o productos. Ocurre de manera similar al poder de negociación de los clientes; a mayor organización entre los proveedores, esto provoca un mercado más atractivo. Con respecto a menos proveedores, entonces es menor el poder de negociación de las empresas.

- Amenaza de nuevos competidores entrantes. Esta fuerza se enfoca en la detección de los nuevos competidores con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado, que potencialmente podrían apoderarse del mismo.
- Amenaza de nuevos productos sustitutos. Esta fuerza se enfoca en determinar los efectos que nuevos productos, que son más avanzados tecnológicamente y a precios más bajos, podrían ejercer sobre la empresa o proyecto. Por lo tanto, se debe estar siempre atentos a las novedades del sector y su influencia sobre la empresa.
- Rivalidad entre competidores. En este punto, se enfoca en la competencia directa con otras empresas de la industria que te dan el mismo producto. Esta fuerza es el resultado de los cuatro anteriores; además, es la que proporciona a la empresa la información necesaria para establecer sus estrategias de posicionamiento en el mercado.



Figura 8 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter.

Fuente ¿Qué Es El Modelo de Las 5 Fuerzas de Porter? (Toro, 2020)

De acuerdo a Toro (2020), el análisis de las 5 fuerzas de Porter, se realiza en tres pasos:

1. Identificar los aspectos o elementos clave de cada una de las fuerzas competitivas que impactan a la organización.
2. Evaluar qué tan fuerte e importante es cada elemento para la compañía.
3. Tomar las decisiones estratégicas, incluyendo las estrategias como la inclusión en nuevas industrias o la permanencia en la industria actual, teniendo en consideración la fuerza combinada de los elementos.

El modelo de las 5 fuerzas de Porter, permite a las organizaciones, proyectos y empresas realizar un análisis holístico de su entorno y contexto. Esto con el objetivo de enfocar sus estrategias, en aquellas acciones diferenciadoras que le permitan posicionar una ventaja competitiva ante sus competidores, crear un valor único y distinto para el cliente.

2.2.2.4. Análisis de Prefactibilidad

El análisis de prefactibilidad es una herramienta que toma en cuenta los factores importantes de un proyecto y nos proporciona un panorama del mismo, que nos permite tomar decisiones con respecto al rumbo que se tomará.

Baca Urbina (2010) en su libro “Evaluación de Proyectos” explica que el análisis de prefactibilidad se compone de tres estudios, los cuales mencionamos a continuación:

- **Estudio de Mercado:** Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.
- **Estudio Técnico:** Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo,

administrativo y legal.

- **Estudio Financiero:** Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Con ayuda del análisis de prefactibilidad, se puede conocer la rentabilidad económica y social de un proyecto; de tal forma, que se esté seguro de cubrir de forma eficiente, segura y rentable el problema o necesidad identificada.

2.3. METODOLOGÍAS APLICADAS

En esta sección, se detallan las diferentes teorías, metodologías y/o técnicas que se han seleccionado para sustentar los argumentos que se usan en esta investigación, con el objetivo de poder contribuir a la determinación si este proyecto es viable.

Para cada metodología se detalla el alcance que posee, así como las ventajas y limitaciones, las cuales contribuirán para este estudio.

Tabla 2 Pasos del Marco Lógico

N	Metodología	Alcance	Ventajas	Limitaciones
1	Análisis FODA	Es una metodología de planificación estratégica, la cual fue diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Se enfoca en los factores más importantes que pueden afectar el negocio o proyecto. ● Permite abordar los factores que necesitan ser corregidos. ● Reduce las amenazas. ● Ofrece más oportunidades. ● Permite aprovechar mejor las fortalezas. ● Ayuda a desarrollar objetivos del negocio y crear estrategias para lograrlos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Es necesario realizar investigaciones más complejas al momento de tomar decisiones. ● Solo puede atender una debilidad, una amenaza, una fortaleza y una oportunidad. ● No prioriza entre los problemas. ● No da soluciones u otras alternativas.

Fuente Elaboración propia y (Riquelme, 2019) (Toro, 2020) (Velázquez, 2019)

Continuación de la Tabla 2 Pasos del Marco Lógico.

N	Metodología	Alcance	Ventajas	Limitaciones
2	Marco Lógico	Metodología que permite el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Facilita la conceptualización y planeación de un proyecto entorno a objetivos claros y delimitados ● Proporciona una guía del análisis de un proyecto. ● Asegura que las preguntas fundamentales que se realizan analicen e identifiquen debilidades del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lógica rígida y poco flexible con la complejidad de los problemas sociales ● No estimula la participación comunitaria ● Requiere constante revisión de los procesos. ● Actualizaciones constantes ● Debe ser claro preciso y no prestarse a interpretaciones.
3	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	Es una metodología que sirve para analizar e investigar qué tipo de oportunidades y amenazas posee un proyecto u organización en determinado tiempo y en un mercado de competencia.	<ul style="list-style-type: none"> ● Permite poder conocer y analizar la competencia ● Medir los recursos propios frente a las cinco fuerzas. ● Realizar un análisis holístico de su entorno y contexto. ● Permite enfocar sus estrategias, en aquellas acciones diferenciadoras que le permitan posicionar una ventaja competitiva ante sus competidores, crear un valor único y distinto para el cliente. ● Es un modelo versátil. ● Tiene la capacidad de orientar a las empresas para poder producir nuevos y mejores productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Es un análisis estático de la situación, considera a la evolución y los cambios que puedan ocurrir con el paso del tiempo. ● No considera las relaciones existentes entre las diferentes fuerzas competitivas. ● Se minimiza el papel de la innovación en el sector o industria.
4	Análisis de prefactibilidad	Es una herramienta que toma en cuenta los factores importantes de un proyecto y proporciona un panorama del mismo, que permite tomar decisiones con respecto al rumbo que se tomará.	<ul style="list-style-type: none"> ● Confirma que existe un mercado adecuado para que tu producto pueda satisfacer una necesidad. ● Determinar la disponibilidad de recursos para la inversión. ● Mostrar la viabilidad técnica del producto y determinar la viabilidad financiera del mismo. ● Organizar los recursos financieros y humanos para la ejecución adecuada del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicable a proyectos de mediano a largo plazo.

Fuente Elaboración propia y (Riquelme, 2019) (Toro, 2020) (Velázquez, 2019)

Luego del análisis de cada metodología y/o técnica, se procede a explicar cómo se aplicará cada una de ellas.

En el caso del Análisis FODA, se aplicará esta técnica para poder realizar un análisis de los competidores en el área de plataformas digitales que existen actualmente en el mercado meta. De igual manera, se determinará las características de los competidores en el negocio de las plataformas web, cuáles son los servicios que ofrecen y en el rubro en el cual ofrecen estos servicios. Este análisis permitirá realizar un estudio interno para enfocar los esfuerzos en aquellos factores importantes que pueden afectar y beneficiar esta investigación. A la vez, ayudará a desarrollar las estrategias para poder alcanzar los objetivos planteados.

Las empresas que se analizarán son las siguientes: Terra te Impulsa, PulpeCerca, Busco Aquí 504, Mall Multiplaza Click & Shop y App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.).

La metodología del Marco Lógico será aplicada a través de los siguientes análisis: de involucrados (interesados), del problema que se desea abordar, de objetivos y alternativas de solución al problema. Cada uno de estos análisis se enfoca en diferentes áreas de interés. Con el Análisis de involucrados (interesados) se identificará los grupos de actores que intervienen de manera directa e indirecta en la investigación, sus intereses, expectativas y necesidades para definir estrategias que permita plantear acciones para su apoyo y contra su oposición. Para el Análisis del problema se usará el árbol de problemas para obtener claridad de la situación problemática. Con esta técnica, se conseguirá representar la situación del problema ubicando las causas en las raíces, el conflicto central en el tronco y los efectos en las hojas.

El Análisis de objetivos es también conocido como árbol de soluciones. Esta técnica se aplicará de manera similar a la del problema, con la diferencia en que las causas se convierten en medios y las hojas se transforman en fines. Este análisis se realizará pasando de un estado negativo

actual a un estado positivo deseado, por lo que el problema central del proyecto cambiará hacia el propósito central.

Con respecto al Análisis de alternativas de solución al problema, se identificará las alternativas o conjunto de medios que permitirán desarrollar estrategias para dar solución a la situación del problema identificado. Se tomarán los medios del árbol de objetivos y se definirán acciones que me permitan llegar a ese medio. Posteriormente se determinarán y aplicarán los criterios que sean pertinentes según la naturaleza del problema para filtrar las acciones y enfocarse en aquellas alternativas óptimas para la investigación.

Con los análisis mencionados anteriormente, dicha metodología facilitará la conceptualización y planeación de la plataforma digital web en torno a objetivos claros y delimitados. Asimismo, proporcionará una guía del análisis de un proyecto, asegurará que las preguntas fundamentales que se realizan, analicen e identifiquen debilidades del proyecto.

El Análisis de las 5 fuerzas de Porter se aplicará a través de un estudio de las siguientes empresas: Terra te Impulsa, PulpeCerca, Busco Aquí 504, Mall Multiplaza Click & Shop y App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.). La aplicación de esta metodología permitirá analizar e investigar qué tipo de oportunidades y amenazas posee la plataforma digital web de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals” sobre la cual se realiza esta investigación en un mercado de competencia. También se enfocará las estrategias en aquellas acciones diferenciadoras que permitan posicionar una ventaja competitiva a la plataforma digital web ante sus competidores, creando de esta manera un valor único y distinto para el cliente.

La metodología de Análisis de Prefactibilidad se realizará con varios enfoques para poder determinar si la plataforma puede implementarse, cuáles serían las condiciones ideales para poder implementarla y cómo se podrían solucionar las dificultades que se presenten. Entre dichos

enfoques se analizará la prefactibilidad operativa, técnica, económica, comercial, legal y de tiempo de la plataforma. La prefactibilidad operativa se efectuará a través del análisis del recurso humano que será necesario para la implementación del proyecto y cuáles deberán ser las competencias laborales necesarias de cada recurso humano. Dado que de ellos dependerá la ejecución de cada una de las actividades planificadas.

Para la prefactibilidad técnica se evaluará la infraestructura técnica (hardware, software, entre otros) necesaria que deberá poseer la empresa para responder de manera favorable y eficiente para desarrollo de la plataforma; a la vez que, se verificará si el recurso humano posee los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el software necesario y el equipo.

Con respecto a la prefactibilidad económica, se realizará un análisis de la relación costo-beneficio de la plataforma digital web y se considerará ambos aspectos, para lo cual se realizarán cotizaciones sobre los diferentes insumos y equipo necesario a la vez que se determinará la cantidad de paquetes de membresía que se deberán vender para generar beneficios. Para la prefactibilidad comercial, se determinará si existe una potencial posibilidad que exista un número adecuado de clientes y para determinar esta información se aplicarán encuestas a los dos tipos de clientes: consumidor final y clientes MIPYMES.

La prefactibilidad legal se aplicará a través de una verificación de las leyes nacionales y normas internacionales con las cuales la plataforma digital web deberá cumplir, las mismas se detallan en la sección 2.4. Para la prefactibilidad de tiempo, se realizará a través del proceso de gestión del cronograma, el cual permitirá determinar el tiempo necesario para llevar a cabo en la implementación de la plataforma web digital.

Una vez aplicados todos los enfoques de la metodología de Análisis de Prefactibilidad, se proporcionará un panorama del proyecto en general, permitiendo una mejor toma de decisiones

con respecto al rumbo que se tomará.

Cada una de las metodologías y técnicas descritas anteriormente, permitirán brindar soporte a los argumentos de esta investigación, a los objetivos planteados y así contribuir a la determinación de la viabilidad de esta investigación.

2.4. MARCO LEGAL

El Marco Legal sirve para poder realizar un análisis y evaluación de la investigación en el contexto legal del país donde se elabora la investigación y que la misma cumpla con los requisitos jurídicos necesarios para su funcionamiento.

En Honduras no existe un proceso formal y/o legal para la creación e implementación de plataformas web; por tal razón, se debe seguir el proceso formal/legal de establecimiento de una empresa, lo cual se detalla bajo la CCIT y, a su vez, cumplir con estándares internacionales de TICs a los cuales Honduras si es signatario.

Los pasos para la creación de una empresa, según la CCIT, se describen a continuación:

1. Pagar los derechos de inscripción.
2. Presentar documentos ante ventanilla.
3. Otorgamiento del documento de constitución.
4. Inscripción en Registro CCIT.
5. Obtención de RTN en la SAR.
6. Obtención del permiso de operación en AMDC.
7. Registro IHSS.
8. Registro en Régimen de Aportaciones Privadas. (RAP)

Para el cumplimiento con normas o estándares internacionales a los cuales Honduras si es signatario, el Congreso Nacional de Honduras, en el DECRETO No. 325–2013, establece que Honduras es país signatario, con el objetivo de promover a la sociedad hondureña a ser parte de la Sociedad Global de la Información, poniéndose de esta manera a tono con el surgimiento de las Tecnologías de la Información, propiciando el desarrollo de la Sociedad de la Información y del Conocimiento; así como el fortalecimiento al Ente Regulador. Luego nos indica que Honduras ha ratificado acuerdos Internacionales con diferentes organismos: La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), La Comisión Técnica Regional de Telecomunicaciones (COMTELCA), Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL), Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (REGULATEL), Tratados de Libre Comercio entre otros, específicamente relacionados al sector telecomunicaciones, a los cuales debe adaptarse la legislación nacional.

En vista que Honduras como país tiene acuerdo con estos entes internacionales, dicha investigación deberá cumplir con los estándares internacionales de calidad, de experiencia de usuario, entre otros.

Los estándares de calidad serán los establecidos por las Normas ISO 20000, que son ISO 20000-1, siendo aquellos requisitos obligatorios para proveer servicios referentes a las tecnologías de la información y la ISO 20000-2, que detallan el conjunto de prácticas para la gestión del documento antes mencionado.

También serán consideradas la Biblioteca de Infraestructura de Tecnología de la Información (ITIL), la cual brinda una guía de buenas prácticas para la gestión de servicios de tecnologías de la información (TI).

Al ser una plataforma digital web se deben cumplir con los estándares W3C de este tipo

de desarrollo, establecidos por el World Wide Web Consortium, representado por las siglas antes mencionadas (W3C), que se encuentra conformada por varias organizaciones relacionadas con las tecnologías de la información (TI) , con el fin de promover la evolución de la web, permitiendo mediante normas su estandarización para que las empresas puedan brindar accesibilidad, calidad de contenido, compatibilidad con todos los dispositivos, accesibilidad y código del desarrollo limpio y de calidad.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Los elementos fundamentales para la metodología a ser aplicada en la investigación y describe el procedimiento que se requiere, comenzando desde el diagnóstico de la situación actual de la investigación hasta el desarrollo del análisis de prefactibilidad de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para MIPYMES en el Distrito Central.

De igual manera, se describe el método y el enfoque de la investigación, el tipo de investigación, las técnicas e instrumentos que servirán para la recolección de datos como ser las encuestas, las entrevistas y el juicio de expertos, el universo de la muestra, el cálculo de la muestra de la población y los criterios de confiabilidad y validez que se determinarán a través de fuentes de investigación como ser los libros, informes oficiales, tesis etc. En base a lo anterior, se procederá a obtener y procesar la información de dicha investigación para exponer la propuesta más viable para la plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos para MIPYMES.

3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA

La congruencia metodológica establece la interrelación con las variables y los indicadores y facilita la revisión de los elementos poder determinar si se debe realizar ajustes. Esta sección muestra como las variables, los métodos y preguntas de investigación tienen coherencia y buena correspondencia con los objetivos de la investigación para que estos se cumplan efectivamente.

3.1.1. Matriz Metodológica

La Matriz Metodológica permite diseñar de manera general el proceso investigativo a realizar. Esta muestra una secuencia lógica que permite asociar el tema, el problema de

investigación, las preguntas de investigación, el objetivo general y específicos, las variables de estudio, los métodos y herramientas a utilizar para la recolección de datos. Esta asociación se realiza para determinar la prefactibilidad de plataforma virtual de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para MIPYMES.

En la Tabla 3, se exhibe la matriz metodología para el presente estudio.

3.1.1. Esquema de Variables de Estudios

El gráfico del Esquema de Variables resume de manera general la interrelación entre el objetivo general, los objetivos específicos, los datos, las herramientas y las fuentes de Estudios. En la Figura 9, se detalla de manera gráfica las variables de estudio detalladas en la Matriz Metodológica.

Tabla 3 Matriz Metodológica

Matriz Metodológica								
Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Conceptos/ Variables	Metodología		
			General	Específicos				
Estudio de factibilidad de la plataforma para la búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para micro, pequeñas y medianas empresas de Tegucigalpa, M.D.C, Honduras, C.A. del año 2021.	Para el consumidor en Tegucigalpa, no existe una plataforma virtual que esté dirigida a la búsqueda de productos y servicios, la cual unifique las distintas empresas que se encuentren en el mercado. Asimismo, que se puedan encontrar según la necesidad que se requiera suplir. ¿Es factible la creación de una plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos para Micro, Pequeñas y Medianas empresas de Tegucigalpa?	¿Cuál sería la atraktividad de una plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos para las MIPYMES en Tegucigalpa?	Determinar la prefactibilidad del modelo de negocio de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals” para Micro, Pequeñas y Medianas empresas en la ciudad de Tegucigalpa M.D.C., Honduras C.A.	Identificar el número de clientes MIPYMES potenciales, los servicios que se pueden ofrecer a los clientes de la plataforma y cuál es la atraktividad de la misma en el mercado.	Estudio de Interesados	<ul style="list-style-type: none"> ● Encuestas ● Análisis de documentación 		
		¿Existe alguna plataforma web o una alternativa digital similar en el país que brinde una opción de búsqueda de servicio y productos orientada a las MIPYMES?		Conocer las plataformas web de apoyo o servicios alternativos que existen actualmente en el mercado capitalino y que pueden ser competencia para la plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos “Pocket Deals”.	Conocimiento del Consumidor			
					Estudio de negocio			
					Análisis de grado de interés			
				¿Cuáles son los tipos de tecnologías disponibles en el mercado para diseñar la plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos?		Evaluar los tipos de tecnología, software, hardware, diseños de plataformas, arquitecturas de plataforma web que existen en el mercado para poder crear los servicios preliminares de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals”.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de las 5 Fuerzas de Porter ● Encuestas ● Observación ● Caso de Estudio
				¿Cuáles son los recursos que se necesitarán para montar la plataforma y así determinar los costos financieros?		Determinar recursos, el tiempo, la estructura de costos y el nivel de riesgo financiero que presentan los servicios preliminares, la maquetación y el modelo de negocio de la plataforma “Pocket Deals”.	Análisis de la Oferta	
							Gestión de medio de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevistas ● Juicio de expertos ● Caso de Estudio
							Análisis de Diseños de plataformas web	
							Análisis de Arquitecturas de plataformas web	
							Recursos	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de pre factibilidad ● FODA ● Estudio de otras matrices
							Tiempo (cronograma)	
							Costos	
				Estudio de servicios complementarios				

Fuente: Elaboración Propia (2021)

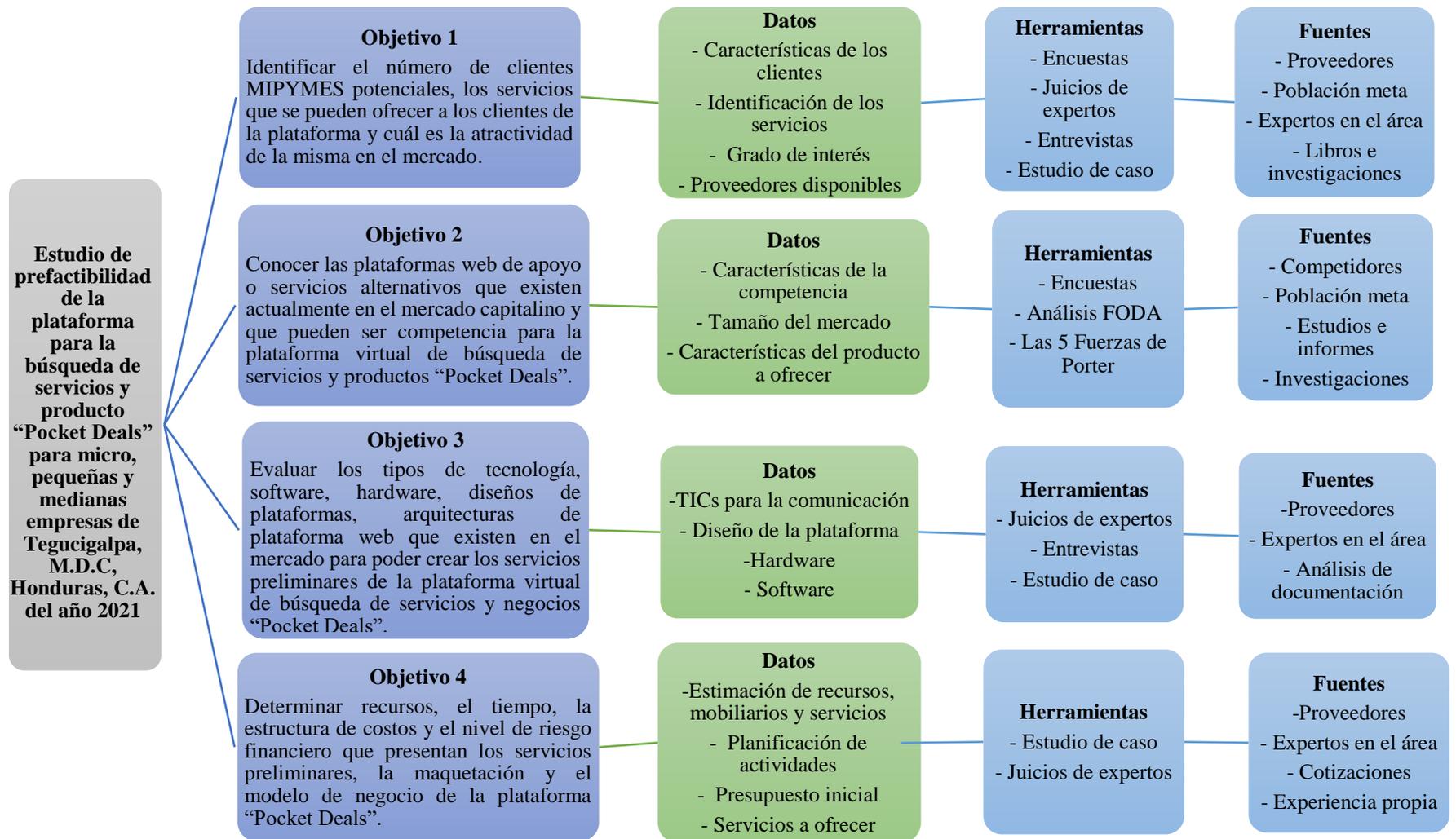


Figura 9 Esquema de Variables de Estudios

Fuente: Elaboración Propia (2021)

3.1.2. Operacionalización de las Variables

Una vez que se identifican las variables en la Matriz Metodológica, se procede al análisis de cada una de estas variables, la definición de las dimensiones y los indicadores que permitirán medir cada uno de estos aspectos; además, se detallan los instrumentos mediante los cuales se realizará dichas mediciones y/o comprobaciones. La Matriz de Operacionalización de las Variables detalla de manera esquemática la forma en cómo se desarrollaron las variables de investigación, la relación que existe entre las variables del estudio, el concepto real y operacional, las dimensiones e indicadores de medición, los cuales se utilizaron para determinar las herramientas, técnicas y métodos adecuadas para la recolección de datos, como se muestra a continuación en la Tabla 4:

Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables								
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos	
Específico N. 1	Estudio de Interesados	La Real Academia Española (RAE) define cliente como persona que utiliza los servicios de un profesional o una empresa.	Los clientes son aquellos usuarios que utilizarán la plataforma web ya sea para poder buscar productos y servicios (consumidores finales) o para poder promocionar sus servicios y/o productos (MIPYMES)	Dimensión socio económica	Cantidad de clientes MIPYMES en el mercado	¿Cuántos clientes MIPYMES hay en el Distrito Central?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Análisis de documentación 	
					Categorías de MIPYMES	¿Qué categorías de MIPYMES hay en el Distrito Central?		
					Escala de ingresos económicos de las MIPYMES	¿Cuál es la escala de ingresos económicos de su empresa?		
					Nivel de escolaridad del gerente de la MIPYMES	¿Cuál es el nivel de escolaridad del gerente de su empresa?		
					Nivel de conocimiento tecnológico del gerente de la MIPYMES	¿Cuál es el nivel de conocimiento tecnológico del gerente de su empresa?		
					Uso de plataforma web digital	¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para ofrecer los productos o servicios de su empresa?		
	Conocimiento del Consumidor			Dimensión socio económica	Cantidad de consumidores finales en el mercado	¿Cuántos consumidores finales hay en el Distrito Central?		<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta
					Tipos de consumidores	¿Cuáles son los tipos de consumidores en el Distrito Central?		
					Nivel de escolaridad	¿Cuál es su nivel de escolaridad?		

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables							
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos
Específico N. 1	Conocimiento del Consumidor	La Real Academia Española (RAE) define cliente como persona que utiliza los servicios de un profesional o una empresa.	Los clientes son aquellos usuarios que utilizarán la plataforma web ya sea para poder buscar productos y servicios (consumidores finales) o para poder promocionar sus servicios y/o productos (MIPYMES)	Dimensión socio económica	Nivel de conocimiento tecnológico	¿Cuál es su nivel de conocimiento tecnológico?	• Encuesta
					Uso de plataforma web digital	¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para realizar compras en línea?	
						¿Cuáles herramientas recurre usted para realizar a búsqueda de un producto, servicio o empresa?	
	Estudio de negocio	“El modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos” (Westreicher, 2021.)	El modelo de negocios permitirá determinar el plan de negocio que se desea implementar para el desarrollo de la plataforma, los servicios que se pueden ofrecer a los clientes de la plataforma y cuál es la atraktividad que tendrá la misma en el mercado.	Identificación de servicios	Tipo de servicios a ofrecer	¿Qué tipo de servicios se va ofrecer a los clientes en la plataforma?	• Encuesta • Juicios de expertos • Entrevistas • Estudio de casos
					Categorías de servicios	¿Cuáles son las categorías de servicios que se pueden ofrecer a las MIPYMES?	
					Costos de servicios	¿Cuáles son los costos de servicios se pueden ofrecer a las MIPYMES?	
Publicidad	Tipos de Medios de Publicidad	¿Cuál sería los tipos de medios de publicidad que se usaran para promover la plataforma?					

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables							
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos
Específico N. 1	Estudio de negocio	“El modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos” (Westreicher, 2021.)	El modelo de negocios permitirá determinar el plan de negocio que se desea implementar para el desarrollo de la plataforma, los servicios que se pueden ofrecer a los clientes de la plataforma y cuál es la atractividad que tendrá la misma en el mercado.	Publicidad	Categorías de Medios de Publicidad	¿Cuáles son las categorías de medios de publicidad disponibles para MIPYMES?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Juicios de expertos • Entrevistas • Estudio de casos
					Características de servicio	¿Cuáles son las características de servicios de publicidad disponibles para MIPYMES?	
					Costos de servicio	¿Cuáles son los costos de medios de publicidad disponibles para MIPYMES?	
					Tipo de pago	¿Cuál es tipo de pago de los servicios de publicidad disponibles para MIPYMES?	
				Proveedores	Número de posibles proveedores	¿Qué número de posibles proveedores son necesarios para la implementación de la plataforma?	
					Tipos de proveedores	¿Cuál sería los tipos de proveedores disponibles en Tegucigalpa?	
					Costos de proveedores	¿Cuáles son los costos de proveedores disponibles para MIPYMES?	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables							
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos
Específico N. 1	Análisis de grado de interés	La atractividad en una plataforma web, es el diferenciador que ofrece el servicio al consumidor final.	La atractividad en una plataforma web, es el diferenciador que ofrece el servicio al consumidor final.	Publicidad	Cantidad de búsquedas / visitas	¿Cuál es el incremento en visitas/clientes que esperaría en su empresa al hacer uso de una plataforma web?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Análisis de documentación
					Retroalimentación	¿Cómo le gustaría recibir retroalimentación de los clientes?	
				Diseño	Usabilidad	¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes?	
					Costo de mantenimiento	¿Cuáles son los costos de mantenimiento para una plataforma web?	
				Clientes	Grado de interés de las MIPYMES	¿Está interesado en utilizar una plataforma web para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	
						¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría recibir de una plataforma web?	
				Grado de interés del consumidor final	¿Está interesado en utilizar una plataforma web para buscar los productos o servicios de su preferencia?		
					¿Estaría interesado en brindar comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ha comprado?		

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables							
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos
Específico N. 2	Demanda	“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca Urbina, 2010, p. 29)	La demanda es el conjunto de bienes y/o servicios los consumidores o clientes requieren para satisfacer sus necesidades.	Competencia	Porcentaje de competidores en el mercado meta.	¿Cuántos competidores existen actualmente en el mercado meta?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • FODA • Las 5 Fuerzas de Porter
					Tipo de características de la competencia.	¿Cuáles son los tipos de características de los competidores del negocio de plataformas web?	
					Servicios que ofrece la competencia	¿Cuáles son los servicios que ofrece la competencia?	
					Valor de los servicios que ofrece	¿Cuáles es el valor de los servicios que ofrece la competencia?	
					Enfoque de los servicios	¿Cuál es el enfoque de los servicios que ofrece la competencia?	
	Escala del mercado	Tipo de mercado	¿Cuál es el tipo de mercado meta donde se pretende colocar la plataforma web?				
		Tamaño de mercado	¿Cuál es el tamaño de mercado meta donde se pretende colocar la plataforma web?				
	Oferta	Según a la RAE, Oferta se define como conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.	La oferta es el conjunto de bienes y/o servicios existentes en el mercado que satisfacen una necesidad específica de los consumidores o clientes.	Plataforma web	Porcentaje de aceptación de la plataforma web.	¿Cuál es el porcentaje de aceptación de la plataforma web?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • FODA • Las 5 Fuerzas de Porter
Tipo de características generales del servicio a ofrecer.					¿Cuáles son las características generales del servicio a ofrecer?		

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables							
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos
Específico N. 2	Oferta			Alcance del servicio	Nivel del alcance de servicio	¿Cuál es el alcance del servicio que se brindara en la plataforma web?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • FODA Las 5 Fuerzas de Porter
Específico N. 3	Gestión de medio de comunicación	PMBOK (2017) “Herramientas, sistemas, programas informáticos específicos, etc., utilizados para transferir información entre los interesados del proyecto” (p. 726)	El nivel de aplicación de equipos de información y telecomunicación para almacenar, transmitir, manipular y recuperar, datos entre interesados.	TICs para la comunicación	Tipo de TICs para comunicación interna	¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para la comunicación externa?	<ul style="list-style-type: none"> • Juicios de expertos • Análisis de documentación
					Tipo de TICs para comunicación externa	¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para la comunicación interna?	
					Clasificación de TICs	¿Cuál es la clasificación de TICs?	
	Análisis de Diseños de plataforma web	“El Diseño web es aquella actividad consistente en planificar, diseñar, mantener y crear páginas web” (Ecdisis, 2020.)	El diseño de plataforma web es para determinar cómo se verá visualmente y en cuanto a código la plataforma.	Diseño de la plataforma amigable al usuario	Experiencia de usuario en cuanto a uso de una plataforma	¿Cuál es la expectativa del usuario en cuanto al diseño de una plataforma e interactividad de la misma?	<ul style="list-style-type: none"> • Juicios de expertos Análisis de documentación
					Tipo de diseños de plataforma web	¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para el diseño de plataforma web?	
				Diseños de plataforma web	Adaptabilidad de la plataforma	¿Cuál es la capacidad de adaptabilidad de la plataforma a los diferentes dispositivos digitales (computadora y móviles)?	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables							
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos
Específico N. 3	Análisis de Arquitecturas de plataforma web	“La arquitectura web la podemos definir como la forma en que las páginas de un sitio web están estructuradas y enlazadas entre sí, de manera lógica y coherente. Una arquitectura web ideal ayuda a los usuarios y a las arañas de los motores de búsqueda a encontrar fácilmente lo que están buscando en un sitio web” (Luque, 2020)	Se utilizaría para determinar la estructura a nivel de desarrollo de código que se encarga de que toda la lógica de una página web funcione.	Hardware	Tipos de almacenamiento	¿Cuáles tipos de almacenamiento hay disponibles?	<ul style="list-style-type: none"> • Juicios de expertos • Caso de Estudio • Análisis de documentación
					Categorías de hardware	¿Cuáles son las categorías de hardware?	
					Tipos de proveedores hosting	¿Cuáles tipos de proveedores hosting hay disponibles?	
					Capacidad de almacenamiento de datos	¿Qué herramientas utilizaría la plataforma para el almacenamiento de información y bases de datos?	
				Software	Categorías de lenguajes para programación web	¿Cuáles son las categorías lenguajes para programación web?	
					Tipo de arquitectura de plataforma web	¿Cuál es el tipo de arquitectura adecuada a utilizar para el diseño?	
					Tipos de herramientas para desarrollo del diseño web	¿Cuál son los tipos de herramientas para desarrollo del diseño web?	
Específico N. 4	Recursos	Conjunto de elementos disponibles y necesarios para llevar a cabo la ejecución de actividades dentro de la empresa.	Conjunto de elementos disponibles y necesarios para llevar a cabo la ejecución de actividades dentro de la empresa.	Estimación de recurso humano	Número de puestos	¿Cuál es el número ideal de recurso humano para operar la plataforma?	<ul style="list-style-type: none"> • Juicios de expertos • Estudio de casos • Cotizaciones

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables								
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos	
Específico N. 4	Recursos	Conjunto de elementos disponibles y necesarios para llevar a cabo la ejecución de actividades dentro de la empresa.	Conjunto de elementos disponibles y necesarios para llevar a cabo la ejecución de actividades dentro de la empresa.	Estimación de recurso tecnológico	Cantidad de equipo tecnológico requerido	¿Cuál es la cantidad de recurso tecnológico para operar y la plataforma?	<ul style="list-style-type: none"> • Juicios de expertos • Estudio de casos • Cotizaciones 	
				Mobiliario y equipo de oficina	Cantidad de insumos	¿Cuáles son los insumos necesarios para la operatividad de la plataforma?		
				Estimación de alquiler de oficina	Monto por servicio de alquiler	¿Cuál es el monto por servicio de alquiler?		
				Estimación de servicios públicos	Monto por servicios públicos	¿Cuál es el monto por servicios públicos?		
				Estimación de servicio de hosting	Monto por servicio de hosting	¿Cuál es el costo de servicio de hosting?		
	Tiempo (cronograma)	Este se realiza mediante la definición de actividades necesarias para el desarrollo del proyecto, la estimación de su duración y la determinación de los recursos y restricciones para la creación del cronograma del proyecto.	Este se realiza mediante la definición de actividades necesarias para el desarrollo del proyecto, la estimación de su duración y la determinación de los recursos y restricciones para la creación del cronograma del proyecto.	Determinar las actividades	Cantidad de actividades necesarias para implementar la plataforma web	¿Qué cantidad de actividades se requieren para la implementación de la plataforma web?		
					Duración de cada actividad.	¿Cuál es el tiempo requerido para el desarrollo de cada actividad en la implementación de la plataforma web?		
				Desarrollar el cronograma	Cantidad de recursos necesarios para cada actividad.	¿Cuál es la cantidad de recursos necesarios para cada actividad en la implementación de la plataforma web?		

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Continuación Tabla 4 Matriz de Operacionalización de conceptos o variables

Operacionalización de conceptos o variables							
Objetivo	Conceptos/ Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Preguntas	Instrumentos
Específico N. 4	Costos	El presupuesto inicial estimado con base a las necesidades identificadas.	El presupuesto inicial estimado con base a las necesidades identificadas.	Costo de Personal	Presupuesto de la planilla	¿Cuál es el presupuesto de planilla de empleados requeridos?	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de casos • Cotizaciones
				Costo de equipo tecnológico (software y hardware)	Presupuesto de equipo tecnológico	¿Cuál es el presupuesto para la compra de equipo tecnológico?	
				Costos del Mobiliario y Equipo de oficina	Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina	¿Cuál es el presupuesto para la compra de mobiliario y equipo de oficina?	
				Costo de servicios digitales (seguridad del sitio, dominio)	Presupuesto de servicios digitales	¿Cuál es el presupuesto para la compra de servicios digitales?	
				Costo de alquiler de oficina	Presupuesto de servicio de alquiler	¿Cuál es el presupuesto para el pago servicio de alquiler?	
				Costo de servicios públicos	Presupuesto de servicios públicos	¿Cuál es el presupuesto para el pago de servicios públicos?	
				Costo de servicio de hosting	Presupuesto de servicio de hosting	¿Cuál es el presupuesto para el pago de servicio de hosting?	
	Estudio de Servicios Complementarios	“Organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada” (ASALE & RAE, 2021b)	Los servicios es el producto (plataforma web) que se ofrecerá a los clientes MIPYMES y consumidores finales.	Seguridad	Nivel de seguridad del servicio	¿Cuáles son los niveles de seguridad del servicio?	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de casos • Encuestas
				Capacidad de respuesta	Tiempo de respuesta para resolver inquietudes de los clientes.	¿Cuál es el tiempo de respuesta para resolver inquietudes de los clientes?	

Fuente: Elaboración Propia (2021)

3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS

Para el desarrollo de este estudio se desarrolló y se aplicaron diferentes enfoques y métodos. El enfoque que se utilizó para la investigación fue de tipo mixto, ya que implicó la obtención y análisis de datos cuantitativos y cualitativos que sirvieron de base para responder con fundamentos a las preguntas de investigación y al planteamiento del problema central del mismo.

A continuación, se describen los métodos y enfoques que han sido seleccionados y serán aplicados en la investigación.

3.2.1. Diagrama de Enfoque y Métodos

En la siguiente figura se muestra de manera gráfica el alcance de la investigación, el método que se aplicará, enfoque, técnicas e instrumentos a utilizar para dar estructura y guía a esta investigación.

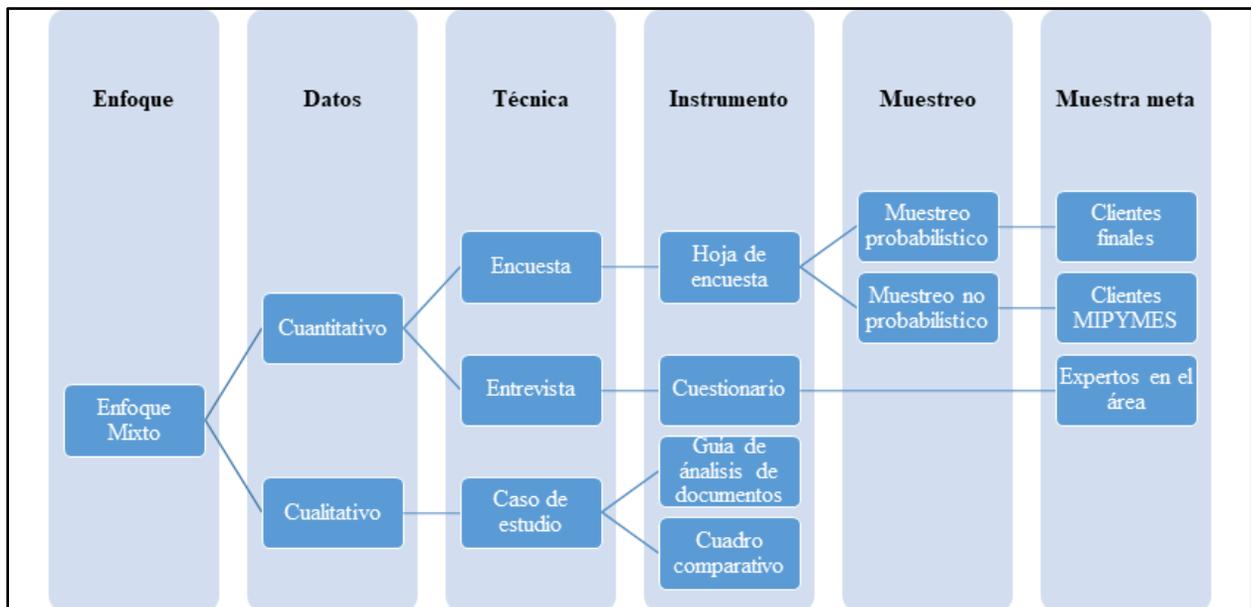


Figura 10 Diagrama de Enfoque y Métodos

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Los elementos principales ilustrados en la Figura 9, técnicas, instrumentos, muestreo y

muestra meta, serán detallados en las siguientes secciones.

3.2.2. Alcance de la Investigación

La investigación tiene un alcance descriptivo ya que se presenta recolectar o medir información de maneras independiente o de forma conjunta acerca de las variables que se buscan responder. Nos ayuda a visualizar los distintos ángulos o prismas de lo que se presente investigar (Sampieri, 2011, p. 95).

Se realizará con un diseño no experimental de manera transeccional puesto que la recolección de la información será en un punto en el tiempo, es decir, en un momento dado (Mata, 2019).

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

3.3.1. Población

Para efectos de este estudio de prefactibilidad de la plataforma virtual web de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para MIPYMES, se define a la población como los clientes MIPYMES y el consumidor final del Distrito Central, el cual incluye las ciudades de Tegucigalpa y Comayagüela; donde los clientes MIPYMES son todas las empresas micro, pequeñas y medianas que existen en Distrito Central y el consumidor final son las personas del sexo masculino y femenino que residen en la ciudad de Distrito Central.

Se realizó una petición a SENPRENDE, en la cual se solicitó la información de las MIPYMES a nivel del Distrito Central. Ellos atendieron la solicitud compartiendo una lista con la información siguiente:

Tabla 5 Datos de las MIPYMES

Tipo de Empresa	Casos	Porcentaje
Mediana/Pequeña Empresa	651	64%
Micro Empresa	365	36%
Total	1,016	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de SENPRENDE (2021).

Las siguientes tablas detallan la cantidad de consumidor final a nivel del Distrito Central:

Tabla 6 Población Urbana y Rural del Distrito Central

Población	Cantidad
Urbana	1,143,373
Rural	116,273
Total	1,259,646

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2018). (Distrito Central, Francisco Morazán – INE, s. f.)

En la tabla anterior, se detalla la población que reside en el Distrito Central, tanto en el área urbana como en área rural. Para los propósitos de esta investigación solo se considera a la población que reside en el casco urbano del Distrito Central. En la tabla siguiente, se detalla la población de total del Distrito Central por género; pero dentro de esta población objetivo solo seleccionara aquella población que se considere un cliente potencial.

Tabla 7 Población del Distrito Central por género

Población	Cantidad	Porcentaje
Mujeres	667,087	53%
Hombres	592,559	47%
Total	1,259,646	100%

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2018). (Distrito Central, Francisco Morazán – INE, s. f.)

Para esta investigación, sólo se considerará la población que potencialmente pueda tener interés y hacer uso de una plataforma web; por tal razón se detalla la población por rango de edades. La Tabla 8 muestra la población por edad de las personas que serán el objetivo para obtener

la muestra de la investigación.

Tabla 8 Población Urbana del Distrito Central por Rango de Edad

Edad (Rango de años)	Total
15-19	109,805
20-24	107,682
25-29	108,605
30-34	100,729
35-39	81,772
40-44	68,235
45-49	58,139
50-54	49,046
55-59	40,635
60-64	32,701
65-69	25,176
Totales	782,525

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2018). (Distrito Central, Francisco Morazán – INE, s. f.)

Los totales de población antes mencionados obtenidos de SENPRENDE y el INE, tanto para las MIPYMES registradas y para la población residente en general de Distrito Central respectivamente, son el universo de la muestra.

3.3.2. Muestra

En la siguiente sección se detallan las técnicas de muestreo seleccionadas para los dos tipos de población objetivos de la investigación: MIPYMES y consumidor final.

Para la muestra de la población del consumidor final, se seleccionó un muestreo aleatorio simple de la ciudad de Distrito Central, en la cual se tomó la población existente para el año 2018, según el INE es de 782,525 personas en el ámbito urbano, dado que cada individuo de la población general tiene la misma posibilidad de ser escogido para la muestra. Asimismo, este muestreo se obtiene definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra. En esta

investigación, se opta por personas potencialmente pueda tener interés, hacer uso de una plataforma web y se encuentre dentro de un rango de edad de 15 años hasta 69 años.

Para calcular la muestra de la población del consumidor final, se utilizará una fórmula de la población finita:

$$\text{Fórmula Tamaño de la muestra } n = \left(\frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} \right)$$

En donde:

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza= 95%= 1.96

d= Error máximo aceptable= 5%= 0.05

p= Probabilidad de éxito= 0.5

q= Probabilidad de fracaso = 0.5

n= Tamaño de la muestra

A continuación, se realiza el cálculo de la muestra para el consumidor final.

$$\text{Fórmula Tamaño de la muestra } n = \left(\frac{782,525 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (782,525 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} \right)$$

$$\text{Fórmula Tamaño de la muestra } n = \left(\frac{751,537.01}{1,957.27} \right)$$

$$\text{Fórmula Tamaño de la muestra } n = 383.9720 = 384 \text{ personas}$$

En base a lo anterior, se concluye que según los resultados de la aplicación de la fórmula se deberán encuestar un total 384 personas naturales del Distrito Central para poder brindar el soporte estadístico a la investigación; y de esta manera generar una inferencia de lo que opina la

población meta. Es importante mencionar que el universo de la muestra se formula de la población urbana del Distrito Central cuyas edades oscilan entre los 15 y 69 años.

En el caso de la muestra de las MIPYMES se realizará un muestreo no probabilístico de tipo propositivo; para el cual se seleccionarán, dentro de la cantidad total de 1,016 de MIPYMES en el Distrito Central, aquellas que cumplan con las siguientes características:

- Se encuentran ubicadas en el Distrito Central.
- Cuenten con mínimo 1 año de operación.
- Presencia en redes sociales, deseable.
- Disponer de un potencial incremento de la productividad al aplicar soluciones tecnológicas.
- Que se encuentren operando en un rubro (Tecnología, servicios, alimentos, agroindustrias, etc.).

Se realizó una muestra representativa de MIPYMES de la población total, clasificándolas por rubro y tipo de empresa; obteniendo una muestra de 75 empresas que se distribuyen en 34 microempresas y 41 pequeñas y medianas empresas. En las tablas siguientes se muestra a detalle la selección realizada:

Tabla 9 Muestra representativa de Micro empresas

Rubros	Total	Muestra
Agroindustria (Ejemplo: producción de lácteos, conservas de leche, frutas envasadas, miel, café, repostería etc.)	21	2
Agropecuario	3	1
Alimentos (Restaurantes y comedores)	67	4
Artesanías, manualidades, bisutería	42	3
Artísticas / Culturales	4	1
Comercio (Compra y venta)	36	2

Fuente: Elaboración propia con datos de SENPRENDE (2021).

Continuación Tabla 9 Muestra representativa de Micro empresas

Rubros	Total	Muestra
Comercio Mayorista	1	1
Comercio Minorista	16	2
Emprendimiento	2	1
Hoteles	1	1
Industria (Ejemplo: producción serigrafía, zapatos, ollas de acero inoxidable, muebles, etc.), no compra y venta	10	1
Manufactura	4	1
No. Hoteles	1	1
No. Textil	1	1
Otros	52	3
Profesionales	5	1
Salud	3	1
Servicios	55	3
Tecnología	11	1
Textil	11	1
Transporte y Almacenamiento	6	1
(en blanco)	13	1
Total	365	34

Fuente: Elaboración propia con datos de SENPRENDE (2021).

Tabla 10 Muestra representativa de Pequeña y Mediana Empresa

Rubros	Total	Muestra
Agroindustria (Ejemplo: producción de lácteos, conservas de leche, frutas envasadas, miel, café, repostería etc.)	44	3
Alimentos (Restaurantes y comedores)	63	4
Artesanías, manualidades, bisutería	11	1
Comercio (Compra y venta)	67	4
Comercio Minorista	1	1
Construcción	40	4
Hoteles	3	1
Industria (Ejemplo: producción serigrafía, zapatos, ollas de acero inoxidable, muebles, etc.), no compra y venta	28	2

Fuente: Elaboración propia con datos de SENPRENDE (2021).

Continuación Tabla 10 Muestra representativa de Pequeña y Mediana Empresa

Rubros	Total	Muestra
Manufactura	2	1
Otros	63	4
Profesionales	2	1
Servicios	188	10
Tecnología	42	3
Textil	16	1
(en blanco)	10	1
Total	580	41

Fuente: Elaboración propia con datos de SENPRENDE (2021).

En el caso de la muestra de las MIPYMES, se realizará un muestreo no probabilístico. Se seleccionó este tipo de muestra dado que la elección de los elementos de la muestra no depende de la probabilidad o el cálculo; sino de causas relacionadas con las características de la investigación.

3.4. INSTRUMENTOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

En el análisis de esta investigación se aplicaron diferentes instrumentos, técnicas y herramientas para la obtención de los datos para el desarrollo de la misma, como se detalla a continuación:

3.4.1. Técnicas

En esta sección, se detallan las diversas técnicas que se seleccionaron y se aplicaron para el presente estudio.

- Entrevistas y Juicio de Expertos: Serán requeridas para el juicio de expertos, para facilitar la obtención de información en base las experiencias de ellos y posibles lecciones aprendidas; además de tecnologías recomendadas para el desarrollo, diseño y lanzamiento al mercado de la plataforma digital web. De igual manera, consultar aspectos como la publicidad, costes y/o

comercialización. Esta técnica será aplicada de forma electrónica haciendo uso de herramientas digitales como Google Meet o Zoom y/o a través de llamadas telefónicas. Los datos obtenidos por la aplicación de esta herramienta se consolidarán en una base de datos en Microsoft Excel, el cual permitirá analizar la información a través de tablas y/o gráficos.

- Encuestas: Esta técnica permitió obtener datos sobre las expectativas del consumidor final y los clientes MIPYMES para con la plataforma digital web, como ser, preferencias, necesidades y categorías de empresas con respecto a los servicios que ofrecen. Esta técnica se aplicó de forma electrónica haciendo uso de herramientas digitales como ser encuestas de Google, vía telefónica, por escrito. Los datos obtenidos por la aplicación de esta herramienta se consolidaron en una base de datos en Microsoft Excel a través de tablas y/o gráficos lo que facilitó su análisis.
- Estudio de casos: Esta técnica permitió analizar y revisar documentación de plataformas digitales web, para conocer la tecnología que se utilizaron y las razones de porqué fueron seleccionada. Además, permitió analizar la arquitectura y qué aspectos detectaron en el mercado que los llevó al éxito o al fracaso. El estudio de casos similares facilito la orientación hacia el camino correcto para las mejores decisiones con respecto a lo que es conveniente para la plataforma.
- Análisis de Documentación: Con esta técnica se enfocó en revisar la documentación recabada al análisis previo de la investigación, para analizarla de manera exhaustiva y recolectar aquella información que se considere útil y/o aporte valor a responder una o más variables de la investigación.
- FODA: Esta herramienta se aplicó para analizar la competencia, con los distintos aspectos que esta proporciona, para conocer nuestra posición con respecto a ellas.
- Las 5 fuerzas de Porter: Dicha técnica fue de apoyo para analizar el mercado que se desea

abarcar, por medio de distintos puntos, como ser, los proveedores, competencia como otras plataformas similares si existen y clientes potenciales.

3.4.2. Instrumentos

A continuación, se enumeran los diferentes instrumentos seleccionados para esta investigación.

- Cuestionario: Este instrumento fue útil para conocer la opinión y/o comentarios de los expertos y fue aplicado a través de una entrevista. Al aplicar dicho instrumento, se realizó un conjunto de preguntas de una o más variables que se desean medir para poder explotar las experiencias de los expertos en el área de desarrollo de plataformas digitales web, tecnologías de la información y publicidad.
- Hoja de encuesta: Este instrumento se utilizó para llevar a cabo el levantamiento de encuestas dirigidas, tanto a los clientes finales y al cliente MIPYME de la plataforma digital web, de esta manera se busca responder a una o más variables.
- Guía de análisis de documentos: Contiene las preguntas a realizar al momento del análisis de la documentación previamente recolectada con el fin de focalizar al lector con la información que se pretende obtener.
- Cuadro comparativo: Es un instrumento que permitió una mejor visualización en cada caso de estudio analizado para poder compararlo con la plataforma digital web que se pretende desarrollar.

Tabla 11 Cuadro Comparativos para Caso de Estudios

Técnica	Instrumento
Cuestionario	Entrevistas, Juicio de Expertos
Hoja de Encuesta	Encuestas
Guía de análisis de documentos	Análisis de documentación
Cuadro comparativo	Estudio de casos, las 5 fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia (2021).

3.4.3. Procedimientos

Una vez planteados las técnicas e instrumentos de investigación para poder obtener los datos importantes para la implementación de la plataforma digital web, se determinó proseguir de la siguiente manera:

- Fase de casos de estudio

Con el objetivo de recopilar información sobre las plataformas digitales webs similares a la iniciativa propuesta en esta investigación, se considera dicha documentación sobre su operatividad; esto con el objetivo de tener una orientación en los distintos aspectos necesarios para su implementación, tecnologías, comercialización y/o diseño. Obtener esta información en primera instancia será de beneficio para la realización de los pasos posteriores.

- Fase de Encuestas

Al aplicar el proceso de encuestas, facultará el poder conocer las necesidades o expectativas que el cliente MIPYMES tendrá con respecto a la plataforma propuesta, el grado de interés que pueda generar dicho producto y que se espera del mismo. Asimismo, se espera recabar estos datos enfocados en el consumidor final: si es un producto que utilizarían, que consideran útil en su día a día. Esta información será recolectada mediante la aplicación de encuestas a la muestra calculada previamente en esta investigación para los clientes finales, así como a las MIPYMES

que cumplan con las características definidas en puntos anteriores, para ser encuestadas y colaboren de manera voluntaria. La fase de encuestas será llevada en paralelo con la fase anterior del caso de estudio con el fin de obtener información más técnica y una ligera noción de la cantidad de clientes potenciales, entre otros aspectos que se consideran.

- Fase de Entrevistas

Esta fase fue la última en realizarse ya que fue necesario estar preparado sobre los aspectos tecnológicos que fueron cubiertos por el caso de estudio, a su vez con ayuda de la fase de encuestas a los diferentes tipos de clientes, se obtuvo información necesaria para tener una respuesta a las demás variables a responder. Se realizaron entrevistas a los expertos en el área para capturar su opinión con respecto a los distintos tipos de tecnología disponible en el mercado para el desarrollo, diseño e implementación de una plataforma digital web. También se realizaron entrevistas a expertos en publicidad para tener su punto de vista en los distintos medios utilizados hoy en día para la comercialización, el alcance del mercado meta y las formas para llegar a esos clientes potenciales.

3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son aquellos medios que al aplicarlos proporcionan datos e información relacionados con la investigación para alcanzar los objetivos esperados y obtener una visión más amplia del problema que se está resolviendo. Las principales fuentes de esta investigación se identifican de la siguiente forma:

3.5.1. Fuentes Primarias

Las fuentes primarias de esta investigación son los datos estadísticos que fueron brindados

por instituciones gubernamentales como ser el Instituto Nacional de Estadística y SENPRENDE, las entrevistas con expertos en el área y las encuestas que fueron aplicadas a los clientes finales y los clientes MIPYMES en conjunto con la retroalimentación que ellos brindaron.

Se realizó el análisis y estudio de la plataforma digital web implementada en México, llamada Shopomo, para conocer las características que son de interés a la investigación.

Se analizó el estudio con el título “Cinco formas de ganar con las plataformas digitales”. Este estudio que nos brindó un panorama general de las tendencias y crecimiento sobre dicha herramienta, así como datos estadísticos sobre los modelos de negocio por los que más se inclinan las empresas que contratan este tipo de servicio hoy en día, los beneficios que proporcionan y las tendencias de desarrollo y diseño. También se analizó y estudio un documento llamado “Plataformas Digitales que definirá a los ganadores y perdedores en la nueva economía” (Accenture, 2016); en el cual dan una perspectiva desde el punto de vista de un gerente o dueño de una empresa. Esta investigación está fundamentada con datos estadísticos y experiencias, fue realizada por la empresa “Accenture”, es una multinacional de consultoría estratégica, servicios tecnológicos y externalización.

3.5.2. Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias son los artículos digitales de revistas de renombre como ser la revista Forbes, así como también se recabo información presentada en “Libro Blanco Plataformas de e commerce” en su edición 2021, que brinda orientación sobre las plataformas digitales del tipo especializadas.

3.6. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Para la realización de la investigación, se encontró las siguientes limitantes:

- Considerando que los pronósticos de los ingresos por ventas son muy conservadores y que la muestra seleccionada para los Clientes MIPYMES fue muestreo no probabilístico de tipo propositivo, es importante considerar el tiempo disponible para la aplicación de las encuestas para este tipo de investigación y proyecto. Dado que, a una mayor muestra, existe una mayor confiabilidad de los resultados mejor ende una mejor calidad delos mismos.
- La información estadística relacionada a las MIPYMES disponible portales web de los distintos organismos locales no siempre está actualizada. Por lo tanto, fue necesario recurrir a canales alternativos de comunicación, como ser correo electrónico, redes sociales y llamadas telefónicas sin obtener respuesta, aspectos que limitaron para disponer información reciente de manera oficial.

CAPÍTULO IV

Para dar continuidad a el proceso del estudio de prefactibilidad de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y productos Pocket Deals para MIPYMES para micro, pequeñas y medianas empresas del Distrito Central, Honduras, es imprescindible realizar la recolección de datos, a través de la aplicación de instrumentos, la consolidación de los mismos, así como el análisis de los resultados, incluyendo las técnicas y herramientas planificadas para la medición del estudio de prefactibilidad.

Los datos y los resultados se detallarán a través del Estudio de Mercado, Técnico y Financiero los cuales se adquirieron, mediante la aplicación de dos encuestas: la primera aplicada a los Clientes MIPYMES y una segunda aplicada a la población general entre las edades de 15 años hasta 69 años, quienes se consideraron los Consumidores Finales de la plataforma. Además de lo anterior, se realizaron entrevistas a expertos en el área de desarrollo de software, análisis de la competencia y proveedores.

4.1. Estudio de mercado para plataformas en Distrito Central.

Uno de los objetivos de este estudio es conocer la situación actual del mercado meta como ser los diferentes rubros de las MIPYMES, las expectativas futuras que esperan los clientes de las MIPYMES en relación al uso de la plataforma por medio de las encuestas aplicadas tanto de MIPYMES como de Consumir Final. Asimismo, se analizó la posible competencia y su influencia en el mercado a través del Análisis FODA (Anexo VI) y las Cinco Fuerzas Porter (Anexo VII).

4.1.1. En relación a el Análisis del Mercado Meta.

Los resultados que a continuación se detallan son el producto de la aplicación de dos encuestas: una encuesta aplicada a los Clientes MIPYMES cuya muestra seleccionada fue de 75 MIPYMES del Distrito Central. Sin embargo, el resultado de la aplicación final de la encuesta fue

de 78 empresas, lo representa una muestra de un 104%. La segunda encuesta se aplicó a la población general entre las edades de 15 años hasta 69 años, quienes se considerarán los Consumidores Finales de la plataforma. La muestra seleccionada fue de 384 personas del Distrito Central. Cuya aplicación final es 391 encuestas que representa un 102%, lo que significa que es una muestra representativa en ambos instrumentos.

El mercado meta de la plataforma Pocket Deals son las MIPYMES y la población del Distrito Central de Francisco Morazán; por tal razón, es importante conocer para ambos sus intereses y expectativas para una plataforma digital.

La Figura 11 representa la distribución de las MIPYMES encuestadas de acuerdo a su escala, donde se observa que la muestra es representativa tanto en la micro empresa, la pequeña empresa y la mediana. Del total de las encuestas aplicadas a las MIPYMES, el 68% fueron Micro empresas, el 18% fueron empresas medianas y el 14% fueron empresas pequeñas. Lo anterior indica, que la muestra mantiene las proporciones que tiene la población en cuanto a tipos de empresa.

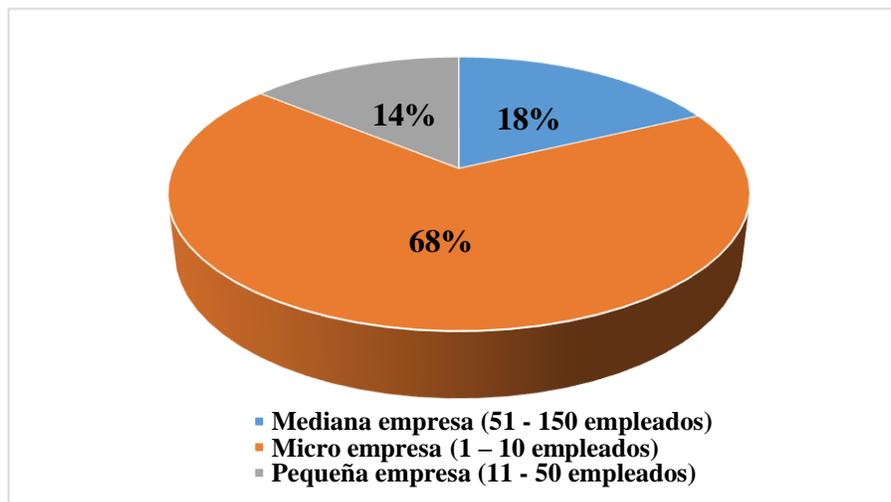


Figura 11 Distribución de MIPYMES según escala , Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMES (2021).

Para poder conocer el mercado meta de las MIPYMES no solo se debe se limitar al conocimiento de la escala de las empresas, es necesario también conocer el rubro en el cual se dedica cada empresa. En la Figura 12, se observa la distribución de las MIPYMES encuestadas según rubro.

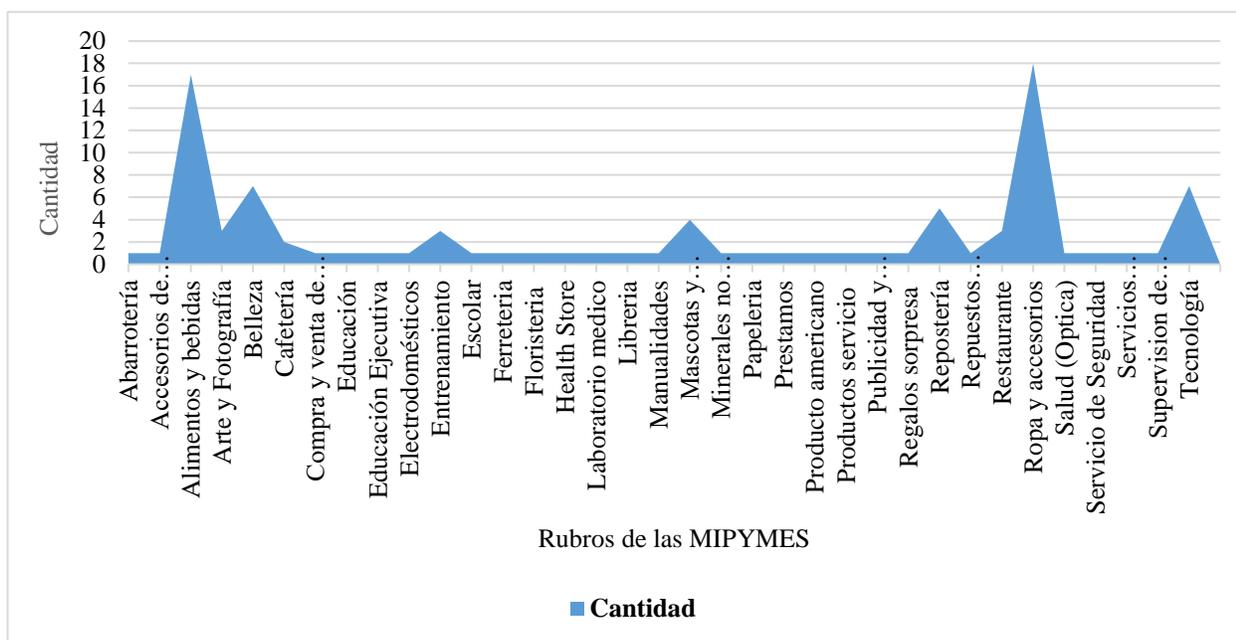


Figura 12 Distribución de MIPYMES según Rubro, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMES (2021).

Según los resultados, se concluye que predominan el **rubro de alimentos y bebidas, belleza, repostería, mascotas y accesorios, tecnología, y ropa y accesorios**. Esto no significa que estos rubros son más relevantes que lo demás, simplemente indica que son los rubros más populares dentro de las MIPYMES en el mercado. Sin embargo, es un dato importante para poder orientar el servicio hacia el mercado meta de la plataforma.

4.1.2. Servicios que usa el mercado meta.

El objetivo principal de este análisis es conocer el tipo de plataformas y herramientas digitales que utilizan actualmente las MIPYMES, para promocionar sus productos y servicios en

el mercado, y que también utilizan los consumidores finales para poder encontrar los productos y servicios que demandan. Lo que servirá para determinar el mercado potencial para una plataforma digital como Pocket Deals.

En la Figura 13 se describen los diferentes tipos de plataforma que las MIPYMES y los consumidores finales han utilizado para sus operaciones y localizar los productos y servicios en el mercado. Además de lo anterior, se observan picos de demuestran las herramientas digitales que son más utilizadas.

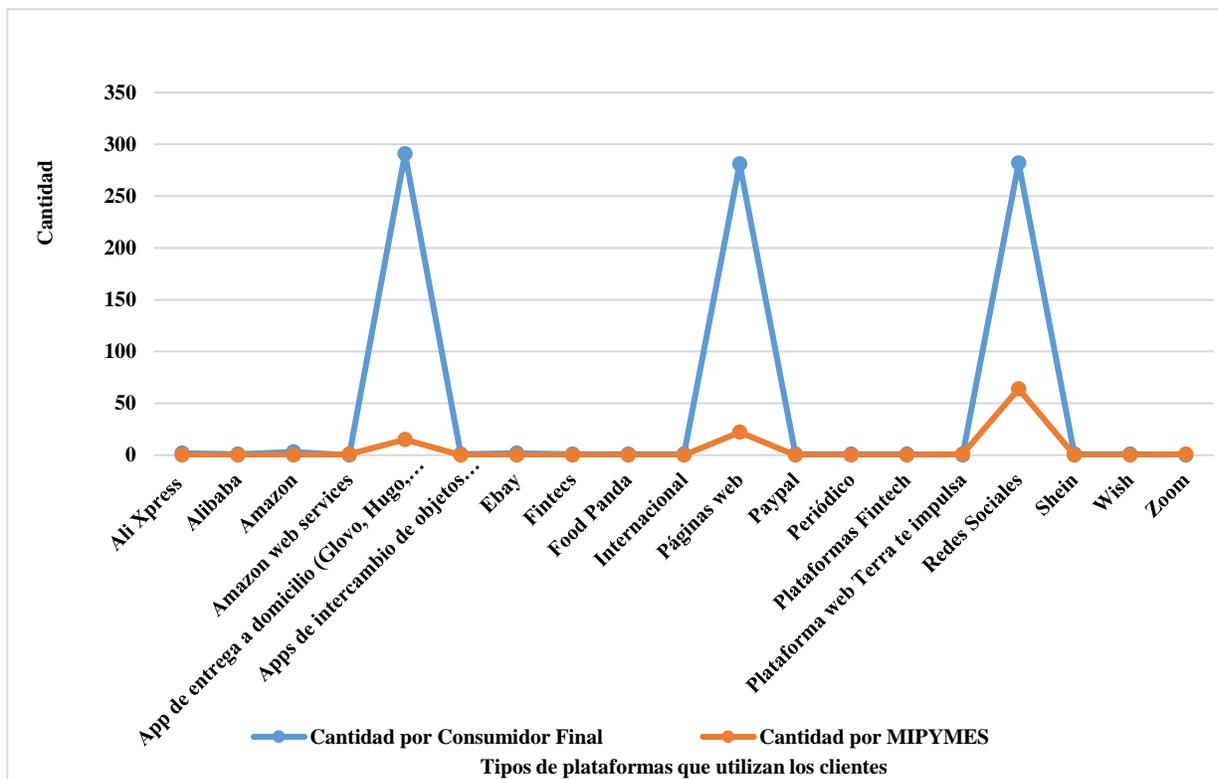


Figura 13 Tipo de plataforma que usan los clientes potenciales

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMES y Consumidores Finales (2021).

Los consumidores finales optan por diferentes medios para poder localizar los productos y servicios de su elección; lo cual indica que tienen que revisar muchas opciones para poder localizar lo que ellos y ellas necesitan.

Se concluye que las herramientas digitales más utilizadas tanto por las MIPYMES

como por los consumidores son: aplicaciones de entrega a domicilio (app de delivery) como se Hugo, Glovo, Pedidos Ya, páginas web y redes sociales.

En vista que Pocket Deals propone ser una plataforma digital de búsqueda de servicios y productos, sería una solución para los consumidores finales para poder realizar la búsqueda en un solo lugar. Lo anterior es un indicativo que con respecto a este tipo de cliente una plataforma como Pocket Deals podría generar mucho interés.

Con respecto a las MIPYMES, en la Figura 14 se muestran con mayor detalle las diferentes herramientas digitales que utilizan para poder promocionar sus productos y servicios; y a su vez, para poder generar mayor presencia en el mercado actual.

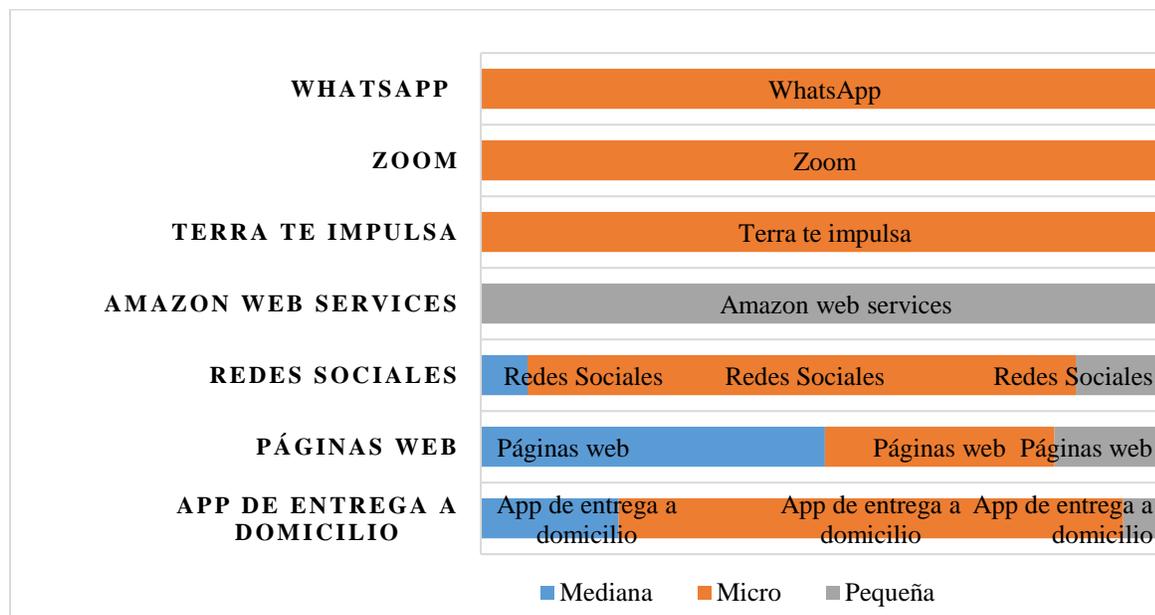


Figura 14 Tipos de plataforma utilizadas por las MIPYMES, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMES (2021).

Se concluye que todas las MIPYMES utilizan páginas web; pero que las empresas medianas y micro son las que utilizan más estas herramientas, lo que indica que todas las MIPYMES podrían ser clientes potenciales de Pocket Deals; pero que dentro de todas las escalas existe mayor preferencia por parte de las empresas medianas y micro.

4.1.3. La descripción de la Competencia.

Además de conocer el mercado meta y los servicios actuales que utiliza las MIPYMES, es importante conocer la demanda que generaría un servicio como Pocket Deals. Por lo tanto, se le consultó a las MIPYMES del Distrito Central sobre qué las expectativas futuras que esperarían al usar una plataforma como Pocket Deals para promocionar sus servicios y productos.

En la Figura 15 se observar que un 46% de las micro empresas, 9% de las pequeñas empresas y un 11% de las empresas medianas indicaron que, si tienen como expectativa un incremento en sus ventas, al incrementarse el número de clientes que utilicen plataforma digital.

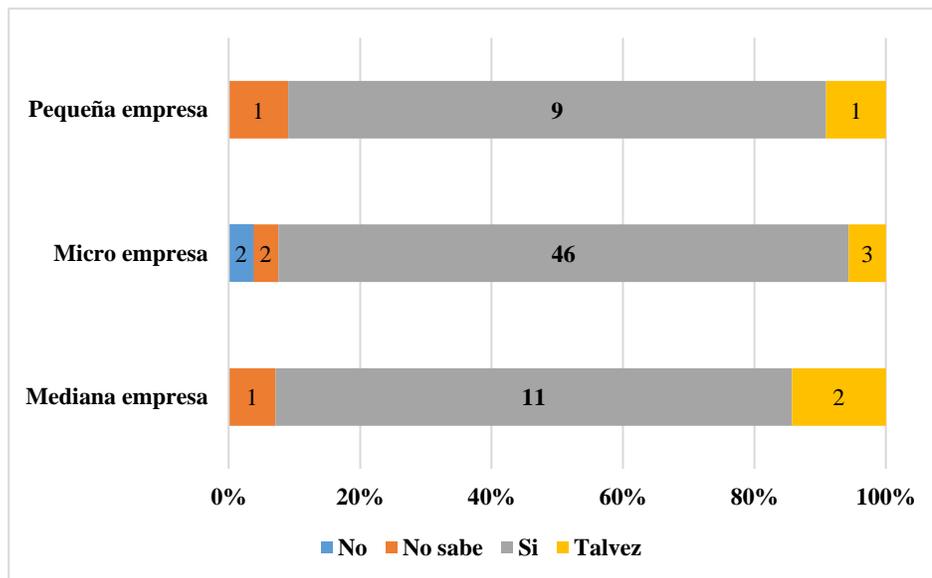


Figura 15 Expectativas futuras que esperan los clientes MIPYMES en relación al uso de la Plataforma Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMES (2021).

Los resultados anteriores reflejan que la plataforma digital Pocket Deals tiene un mercado potencial con las MIPYMES del Distrito Central.

Además, de la consulta a las MIPYMES del Distrito Central, también se les consultó a los consumidores finales entre las edades de 15 años hasta 69 años sobre su grado de interés en la utilización del servicio Pocket Deals.

La Figura 16 puntualiza que un 93% de los consumidores finales tienen interés en utilizar una plataforma digital para su búsqueda de productos y servicios según su necesidad. Con los resultados antes descritos, se concluye que los consumidores finales son también un mercado potencial para la plataforma digital Pocket Deals.

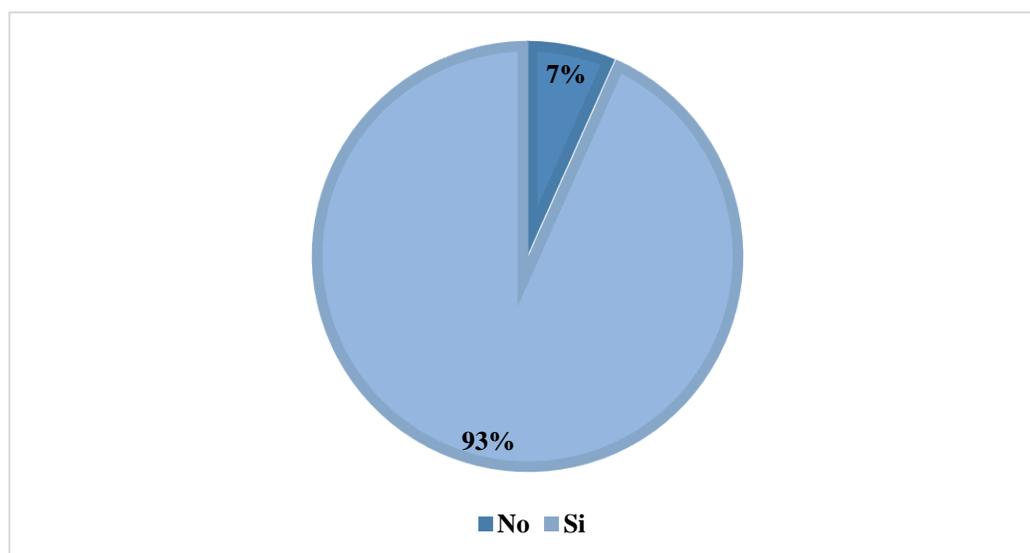


Figura 16 Distribución de consumidores finales, según grado de interés en la utilización del servicio Pocket Deals , Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para Consumidor Final (2021).

4.1.4. El Análisis de Oferta.

El objetivo del análisis de la oferta es conocer la competencia en el mercado de Distrito Central, identificar quienes son, que servicios o productos ofrecen y el mercado al que están orientados, con la finalidad de potenciar e impulsar factores claves para el éxito de esta investigación.

Para analizar la competencia, se desarrolló un análisis FODA de las empresas que actualmente podrían ser potenciales competidores de Pocket Deals debido al rubro y por ser plataformas y/o aplicativos digitales. Las empresas analizadas fueron: Terra Te Impulsa, PulpeCerca, Busco Aquí 504, Mall Multiplaza Click & Shop y las aplicaciones de entrega a

domicilio Hugo y Pedidos Ya.

A continuación, se muestra la Tabla 12 la cual detalla las conclusiones obtenidas del Análisis FODA. Mayor información sobre dicho Análisis FODA, se pueden ver en el Anexo VI.

Tabla 12 Conclusiones del Análisis FODA

Conclusiones del Análisis FODA					
Terra te Impulsa	PulpeCerca	Busco Aquí 504	Mall Multiplaza Click & Shop	App de entrega a domicilio: Hugo	App de entrega a domicilio: Pedidos Ya
<p>Se encuentra dirigida especialmente a MIPYMES, a la fecha de este análisis posee tiendas o emprendimientos pertenecientes al Bazar del sábado, su motor de búsqueda se enfoca en promover de primera instancia los productos para luego llegar a la tienda, ofrece pequeños cursos de formación para emprendedores</p> <p>La plataforma posee un diseño limpio y sencillo de utilizar.</p>	<p>Actualmente se encuentra desactualizada y sin mantenimiento ya que al realizar una búsqueda el mapa no resalta las pulperías o mercaditos cercanos.</p> <p>La plataforma posee patrocinador es fuertes.</p>	<p>Esta plataforma solo se enfoca en servicios de apoyo a la población en general de las ciudades donde opera; por lo tanto, no posee una amenaza ni es competencia para Pocket Deals.</p>	<p>Al momento de realizar este análisis, la plataforma posee un pequeño número de tiendas perteneciente al centro comercial en su mayoría, se visualizan los productos y se reservan los mismos para posteriormente adquirirlos en tienda. Posee marcas tanto nacionales reconocidas como internacionales, no está dirigida especialmente a MIPYMES.</p>	<p>La aplicación se encuentra incursionando en variedades de servicios como ser de entrega a domicilio, tanto pedidos de comida como compras en tiendas de otra naturaleza. Cuenta presencia en el mercado, las tiendas registradas no son MIPYMES sino grandes empresas.</p> <p>Sus métodos de búsqueda son puntuales; es decir, los nombres de los negocios están registrados en la aplicación.</p>	<p>Con una entrega a domicilio variado que incluye desde compras a restaurantes hasta farmacias. Esta aplicación se enfoca exclusivamente en los servicios de entrega a domicilio de esta manera centralizando su área en el mercado. Posee posicionamiento en el mercado.</p> <p>Sus métodos de búsqueda son puntuales; es decir, los nombres de los negocios están registrados en la aplicación.</p>

Fuente: Elaboración propia (2021).

Análisis:

Dentro de las empresas analizadas, se puede concluir que **Busco Aquí 504 y Mall Multiplaza Click & Shop** son plataformas web orientadas a un mercado específico el cual no está dirigido especialmente a MIPYMES. **Busco Aquí 504** se enfoca mostrar los servicios de apoyo disponibles a la población en general de las ciudades donde opera. Dichos servicios de apoyo son

los centros de salud, centros educativos, postas policías, bomberos entre otros servicios ofrecidos por el gobierno e organizaciones no gubernamentales. Mientras que **Multiplaza Click & Shop** está dirigida a un pequeño número de tiendas perteneciente al centro comercial. **Por lo tanto, podemos concluir ninguna de estas empresas representa una amenaza ni competencia para Pocket Deals.**

PulpeCerca es una iniciativa de la Cervecería Hondureña con el fin de permitir que los las pulperías o mercaditos afiliados a la misma puedan adquirir los productos de la empresa y a su vez promocionar los productos que ellas tengan disponibles a sus clientes. Dado que se enfoca a un nicho específico del mercado, **podemos concluir tampoco representa una amenaza ni competencia para Pocket Deals.**

Con respecto a las aplicaciones de entrega a domicilio **Hugo y Pedidos Ya**, si representan una competencia potencial en vista que ofrecen la opción de buscar productos y servicios principalmente de empresas medianas y grandes. Ambas empresas tienen un enfoque exclusivamente en los servicios de entrega a domicilio y sus métodos de búsqueda son puntuales; es decir, los nombres de los negocios están registrados en la aplicación.

Referente a la **plataforma Terra Te Impulsa**, esta se encuentra dirigida especialmente a MIPYMES y emprendedores. Ofrece un catálogo de ventas de las tiendas o emprendimientos pertenecientes al Bazar del sábado. Su motor de búsqueda se enfoca en promover los productos de los emprendedores para luego proceder a la realizar la compra. Esta empresa esta orienta el e-commerce. Se puede considerar como una potencial competencia a Pocket Deals.

Este análisis permitió conocer las iniciativas digitales que existen en el mercado actual del Distrito Central para MIPYMES y la población general, donde se encontró que si existen algunas plataformas para apoyar a las empresas. Estas plataformas se limitan a servir como una tienda

virtual y Pocket Deals busca ofrecer un espacio para promocionar los productos y servicios de las MIPYMES a la vez que brindara el análisis de reportes en base al tráfico digital y retroalimentación generada por los consumidores.

Se concluye que de la 6 plataforma que se analizaron y que existen en el mercado, dos son competencias potenciales para la plataforma Pocket Deals, lo que representa un 33% de la muestra (6) de las empresas que se analizaron. Sin embargo, existe un potencial a un mayor que se puede explorar.

4.1.5. En relación al Análisis de Oferta.

Con el análisis de la oferta se pretende determinar la cantidad de productos y servicios a ofrecer al mercado; así como evaluar la competencia y su influencia en el mercado actual y analizar si se cuenta con las condiciones con las que se maneja dicha oferta, para definir los elementos mínimos necesarios para establecer las posibilidades que tendrá el servicio de Pocket Deals, en función de la competencia existente.

Para dicho análisis se realizó un análisis de las fuerzas de Porter. La Figura 17 muestra los cinco elementos analizados y la influencia que estos ejercen: proveedores, productos sustitutos, compradores, nuevos competidores y compañía rivales con respecto a Pocket Deals.

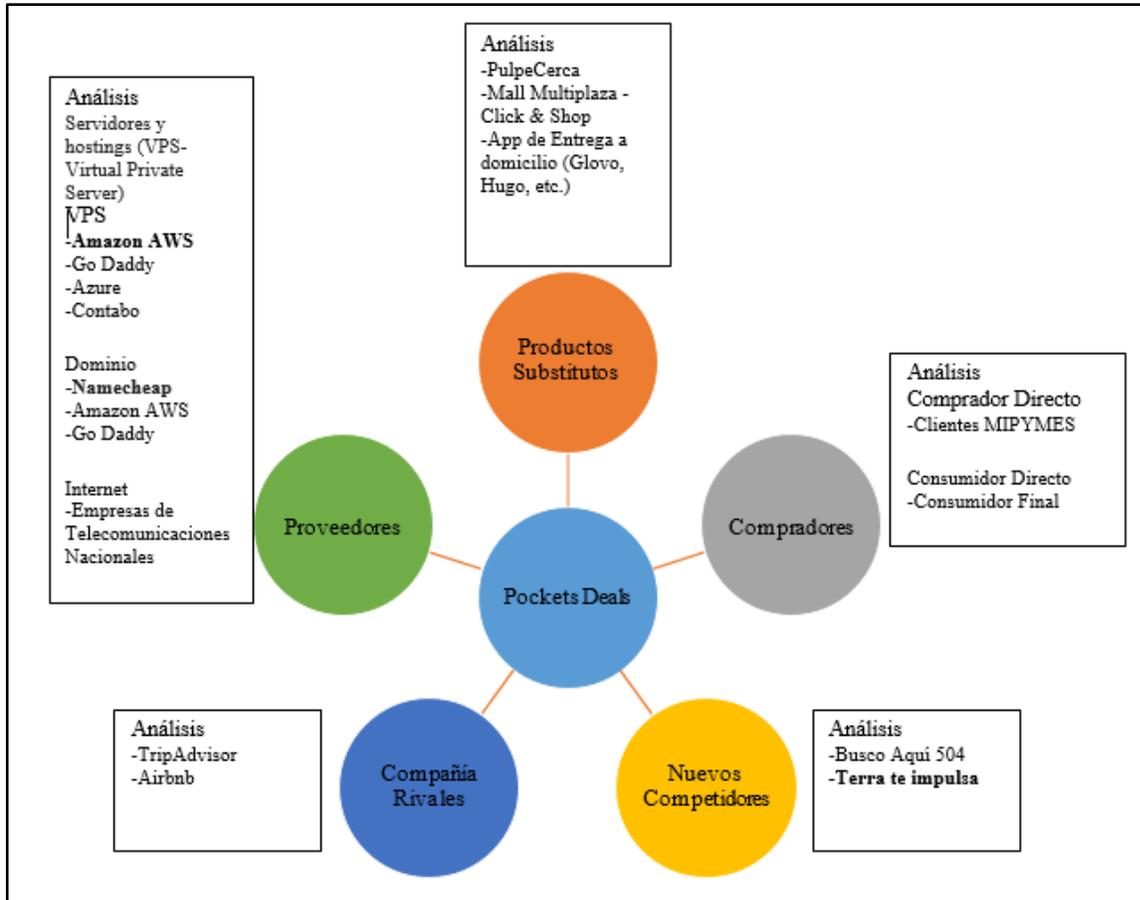


Figura 17 Análisis de las Fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia con del mercado actual (2021).

Con respecto a los proveedores, la cantidad disponible en el mercado es amplia. Cada uno ofrece servicios similares con cierta diferenciación en costo, el cual radica en las características del mismo que ofrece cada uno. Debido a la amplia disponibilidad de proveedores, estos no tienen ningún poder de negociación con respecto a Pocket Deals.

Ahora bien, al analizar las compañías rivales, se consideró TripAdvisor y Airbnb dado que utilizan el mismo modelo de negocios el cual es la economía compartida. Dicho modelo de negocio es completamente en línea, que ayuda a conectar a particulares con el fin de encontrar un servicio o producto de su preferencia. Pese a que no son rivales en cuando al mercado meta, sirven como una referencia de lo que aspira ofrecer Pocket Deals y es conectar a las empresas con los clientes

y viceversa.

En el caso de Pocket Deals, los compradores son los clientes MIPYMES del Distrito Central, que serán quienes utilizarán la plataforma para promocionar sus productos y servicios. Ellos poseen un poder de negociación alto, dado que son la fuente principal de ingresos de la plataforma.

La plataforma ofrecerá diferentes paquetes de suscripción con diversas características y cada uno con un diferente valor de venta. Por otra parte, existen los consumidores finales, quienes no comprarán el servicio de la plataforma, pero serán quienes la utilicen para buscar los productos y servicios de su elección. Dado que ellos son quienes usarán Pocket Deals y buscarán lo que ofrecen los clientes MIPYMES; esto les da un poder de influencia alto con respecto al contenido publicado en la plataforma.

Sobre los productos sustitutos, si encuentran algunos disponibles en el mercado tales como PulpeCerca, Mall Multiplaza Click & Shop y Apps de Entrega a domicilio como Pedidos Ya, Hugo. Pese a ello, Pocket Deals se diferencia de estos productos o servicios ofreciendo retroalimentación a los clientes MIPYMES, publicidad, posicionamiento de búsqueda según las preferencias de los clientes consumidores y reseñas y un monto de suscripción menor.

Al analizar los competidores potenciales, se concluyó que las plataformas Busco aquí 504 y Terra Te Impulsa serían los posibles competidores de Pocket Deals, ya que ninguna de las plataformas mencionadas no cobra suscripciones por aparecer en sus respectivas plataformas, pero pese a ellos **Pocket Deals ofrecerá un diferencial: la creación de contenido digital, promociones dentro de la misma, minería y análisis de datos, calificación y comentarios. Estos servicios no son ofrecidos por ningún otro competidor.**

4.2. Estudio técnico para plataformas en Distrito Central.

Al momento de administrar una plataforma web digital es importante el nivel de conocimiento tecnológico, lo que brinda una noción de cuan estructurado está el proceso, el nivel de complejidad o simplicidad para el desarrollo de la web. Además, proporciona una perspectiva de las dudas que el usuario podría tener mientras se encuentre utilizando la plataforma. La Figura 18 refleja que de 53 representantes de las MIPYMES encuestadas poseen un nivel de conocimiento tecnológico que varía de intermedio a alto; así como también un nivel educativo superior. Lo anterior demuestra que se puede proporcionar los servicios adicionales con un nivel de complejidad adecuado a lo mostrado en este análisis.

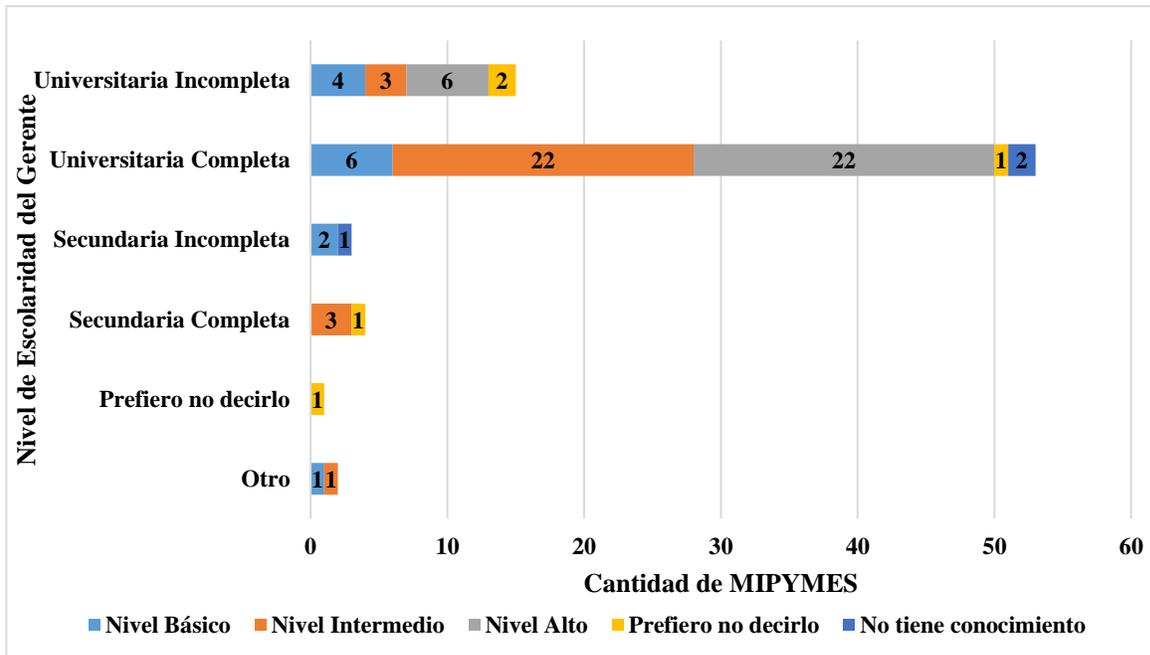


Figura 18 Distribución de Clientes MIPYMES según nivel de escolaridad y conocimiento tecnológico del gerente Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMES (2021).

4.2.1. Las Características Requeridas para la plataforma.

Se tienen previstos varios servicios adicionales que ofrecerá la **plataforma digital Pocket Deals**, la cual está basada en la opinión de los clientes potenciales que son los representantes de

las MIPYMES encuestadas, se les preguntó si estarían interesados en obtener servicios complementarios en una plataforma digital y cuáles de estos preferirían. En la Figura 19 los resultados demuestran que el 73% de MIPYMES se encuentran interesadas. Por otra parte, también indicaron su interés en cuanto al servicio adicional que seleccionarían. Este análisis ayudará a conocer el nivel de prioridad que se debe brindar a cada uno de los servicios adicionales, siendo los **servicios más requeridos: el análisis de resultados, la generación de contenido para redes sociales y brindar espacios publicitarios dentro de la plataforma.**

Esta información será vital para poder determinar cuáles de estos servicios complementarios se incluirán en el producto mínimo viable (MVP por sus siglas en ingles), así como también aquellos que se brindarán en una actualización o en una versión posteriormente.

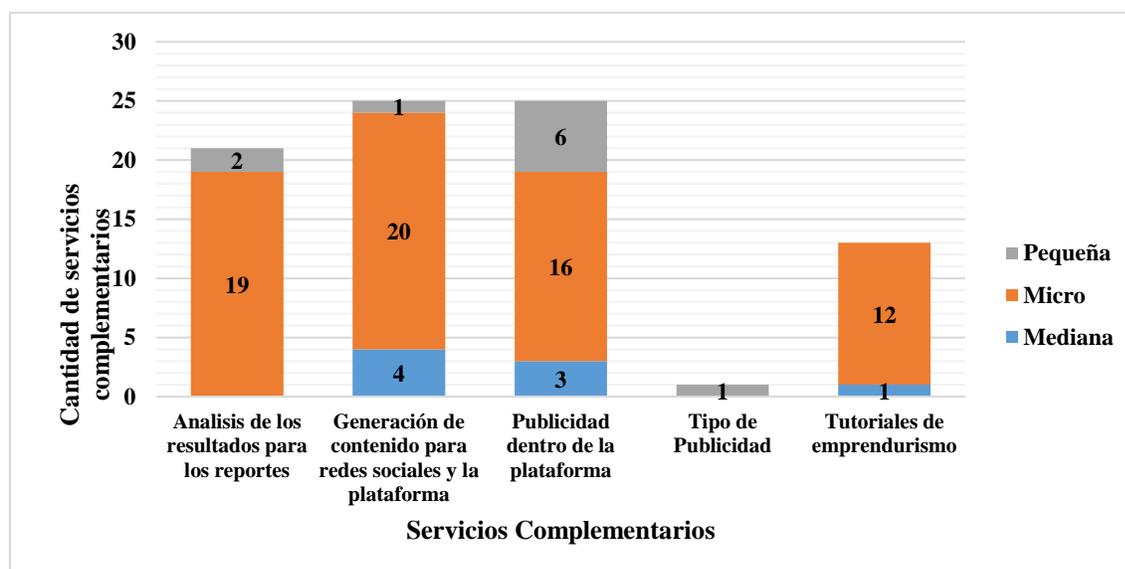


Figura 19 Distribución de MIPYMES según necesidad de servicios complementarios, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMES (2021).

Además del interés sobre la plataforma fue necesario conocer que características desean ver los clientes. Por lo tanto, se consultó a los representantes de las MIPYMES y los consumidores finales del Distrito Central sobre qué características les interesa ver en una plataforma como Pocket Deals. La Figura 20 detalla las características que los representantes de las MIPYMES y el

consumidor final indicaron.

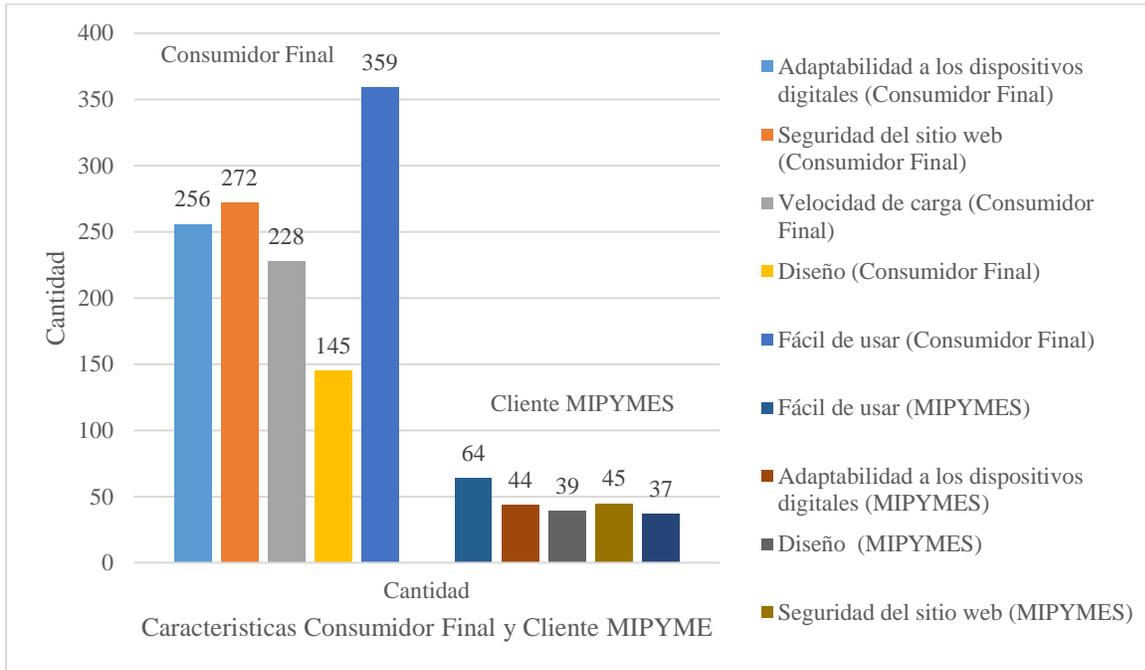


Figura 20 Características de mayor interés seleccionados por las MIPYMEs y los consumidores finales encuestados, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para clientes MIPYMEs (2021), y consumidor final.

El resultado de este análisis refleja un panorama en el cual los usuarios buscan una plataforma web digital que sea fácil de usar; esto involucra un diseño que sea intuitivo, sencillo y limpio. En segundo lugar, consideran importante que el sitio sea seguro; es decir que sea una plataforma en la cual puedan depositar su información sin tener algún tipo de perjuicio, daño colateral al utilizarla, que manipulen su información y/o la resguarde. En tercer lugar, la adaptabilidad a los dispositivos como ser celulares, tabletas y computadoras. La data analizada permite conocer las características de mayor prioridad al momento del desarrollo de la plataforma web digital. Se concluye que ambos grupos coinciden en la elección de características que consideran de mayor interés en una plataforma web digital.

La Figura 21 nos describe los métodos de retroalimentación seleccionados por el consumidor final. Estos métodos de retroalimentación son importantes ya que permitirán que los

consumidores finales puedan opinar sobre el producto y/o servicio adquirido. Esta retroalimentación, a su vez permitirá que los Clientes MIPYMES conozcan sus áreas fuertes y débiles de su producto/servicios y por ende mejor en ello. Los métodos de retroalimentación seleccionados por los consumidores serán elegidos para incluirlos en el MVP al momento del desarrollo de la plataforma web digital Pocket Deals. Los métodos con mayor interés fueron la calificación del servicio o producto y comentarios.

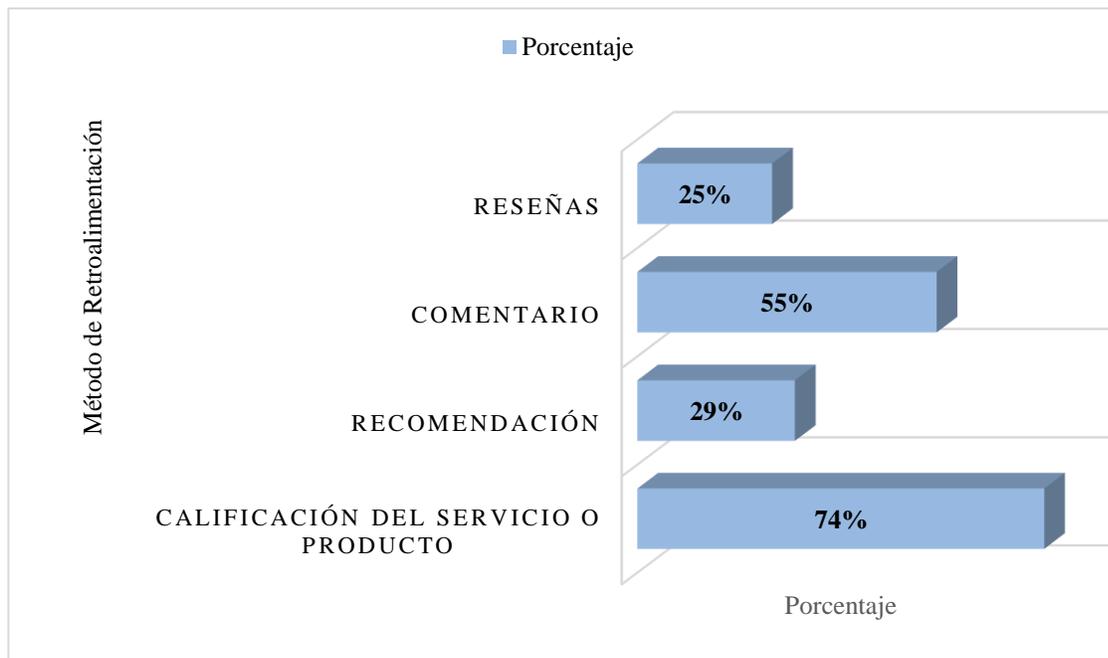


Figura 21 Distribución de métodos de retroalimentación seleccionadas por el consumidor final, Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para Consumidor Final (2021).

4.2.2. Tipo de Infraestructura, Software y Hardware Seleccionado.

Para realizar la selección de las herramientas necesarias a nivel de infraestructura, software y hardware, se realizó una serie de entrevistas a expertos en el área de desarrollo de software. En el Anexo IX se detallan los resultados de las entrevistas realizadas a cuatro expertos, así como también se destacan los aportes realizados en cada una de ellas para esta investigación. A

continuación, en la Tabla 13 se describe un breve resumen de cada uno de estos aspectos aportado por las entrevistas.

Tabla 13 Conclusiones del Entrevistas y Juicio de Expertos

Resumen Entrevistas y Juicio de Expertos			
Recursos	Proveedores	Comunicación	Desarrollo
<p>Realizar un estudio o análisis previo para estimar cada aspecto. En cuanto al recurso humano en su mayoría coincidió que para un emprendimiento que comienza es iniciar con poco pero esencial, es decir, la cantidad de recurso humano para operar sin dificultades</p>	<p>Proveedor confiable, con facilidad de implementación, internacional, que brinde soporte y que posea un fuerte posicionamiento en el mercado.</p> <p>Coincidieron con los siguientes proveedores de infraestructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Amazon AWS ● Azure ● Google Cloud ● GoDady 	<p>Las herramientas recomendadas para la comunicación interna fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Jira ● Trello ● Slack ● Teams ● Zoom <p>Y la externa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Correo electrónico ● Zoom ● Chat <p>El tiempo de respuesta dependerá de la naturaleza de la pregunta y de las políticas establecidas por la empresa, así como también el público remitente de dicha pregunta</p>	<p>Recomiendan una estructura enfocada en web service, es decir, dos proyectos que conforman uno dividido en backend o servicios web y frontend también conocido como vistas de usuario. Uso de herramientas que permitan un desarrollo orientado a servicios web, como las siguientes:</p> <p>Bases de Datos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PostgreSQL ● MySQL <p>Frontend:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● React.js <p>Backend</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Python ● Node.js <p>La mayoría de la seguridad las sugeridas fueron las siguientes:</p> <p><u>Servidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Certificado SSL en 3 capas ● Pruebas de estrés ● Uso de whitelist <p><u>Red</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Firewall <p><u>Base de datos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Accesos limitados ● Realizar backups periódicamente <p><u>Servicios Web</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tokens de autenticación encriptados

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuacion Tabla 13 Conclusiones del Entrevistas y Juicio de Expertos

Resumen Entrevistas y Juicio de Expertos			
Recursos	Proveedores	Comunicación	Desarrollo
			<p><u>Código</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pruebas unitarias ● Inicio de Sesión ● Uso de roles para gestionar permisos <p>Herramientas adecuadas para el desarrollo son la metodología Scrum y/o Agil.</p> <p>Las actividades que se deben llevar a cabo sería:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de requerimientos Funcionalidades Desarrollo ● Pruebas Implementación. <p>La plataforma debe ser 100% adaptable a los distintos dispositivos y el diseño deberá ser sencillo, intuitivo y fácil de utilizar.</p>

Fuente: Elaboración propia (2021).

Se concluye que es relevante conocer el tipo de infraestructura, software y hardware para Pocket Deals. Los expertos recomiendan seleccionar cuidadosamente los proveedores de infraestructura procurando que posean experiencia, tiempo en el mercado, ofrezca soporte técnico y seguridad de la información. Con respecto a la comunicación interna y externa con los clientes, la recomendación fue la utilización del correo electrónico. Para la comunicación interna del staff administrativo, recomendaron la utilización del software Teams de Microsoft, dado que proporciona chat, llamadas tanto de audio como video, compartir documentos entre otras funciones útiles para el trabajo en equipo.

También es importante conocer los costos que se deberá incurrir para los mismos. La Tabla 14 muestra los costos estimados para el software seleccionado para la plataforma Pocket Deals para los primeros 5 años. Cada software aporta un valor al negocio como ser el certificado de seguridad que brinda protección al sitio web, así como una mayor compatibilidad con los navegadores moderno, el Servidor virtual privado (Virtual private server) será el lugar virtual

privado donde se alojará el código de la plataforma web digital y será apuntado por un dominio que brindará formalismo y confianza en el sitio web. El paquete de Microsoft 365 que incluye una gama de programas a utilizar por excelencia para el desarrollo adecuado de las actividades administrativas y de comunicación interna, ya que este incluye el software de Teams que fue seleccionado con este fin, también el software de diseño gráfico como lo es Adobe Illustrator el cual será la herramienta con la que se cubrirá el servicio de creación de artes publicitarios para los clientes MIPYMES.

Tabla 14 Costos presupuestados para el pago de servicios de software

Descripción del Servicio	Cantidad	Proveedor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Microsoft 365	1	Microsoft	L. 14,400.00	L. 14,400.00	L. 14,400.00	L. 14,400.00	L. 14,400.00
Adobe Illustrator	1	Adobe	L. 6,045.12	L. 6,045.12	L. 6,045.12	L. 6,045.12	L. 6,045.12
Dominio	1	Name Cheap	L. 3,934.08	L. 3,934.08	L. 3,934.08	L. 3,934.08	L. 3,934.08
Certificado de Seguridad	1	Name Cheap	L. 2,639.76	L. 2,639.76	L. 2,639.76	L. 2,639.76	L. 2,639.76
Servidor(VPS-Virtual Private Server)	1	Amazon AWS	L. 54,636.48	L. 54,636.48	L. 54,636.48	L. 54,636.48	L. 54,636.48
Total	3		L. 81,655.44	L. 81,655.44	L. 81,655.44	L. 81,655.44	L. 81,655.44
Total por Proyecto							L. 408,277.20

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.2.3. Estimación de Costos de Desarrollo y Soporte para la plataforma.

Se consideró el equipo y servicios anteriores, ya que el desarrollo de la plataforma será realizado por un tercero. Esto permitirá la reducción de costos, incurriendo con un total de L 216,000.00 más L30,000.00 de servicio técnico y mantenimiento proporcionado por la empresa desarrolladora, para mayor detalle de esta información favor dirigirse al Anexo XXI. Con el propósito de reducir costos, se consideró el alquiler de oficinas para llevar a cabo reuniones con el personal, servicios externos o clientes MIPYMES, adicionando a los costos un total de L

147,900.00, así como adquisición de artículos varios y material necesario para la misma.

En la Tabla 15 se muestra el presupuesto estimado para el desarrollo, soporte y mantenimiento del proyecto de la plataforma Pocket Deals para los primeros 5 años del proyecto. Estas estimaciones incluyen todos los costos: de nómina, de pagos de alquiler, materiales de oficina y pagos de suscripciones por servicios de software, tal cual los distintos tipos necesarios para las distintas necesidades que incurren en la operación de la para la plataforma y el servidor virtual privado seleccionado para esta.

Tabla 15 Presupuesto de Desarrollo, Soporte y Mantenimiento de la plataforma PocketDeals

Presupuesto de Desarrollo, Soporte y Mantenimiento de Plataforma Pocket Deals	Total
Primer Año 2022	L. 486,000.00
Segundo Año 2023	L. 378,000.00
Tercer Año 2024	L. 396,000.00
Cuarto Año 2025	L. 414,000.00
Quinto Año 2026	L. 432,000.00
Total de Plataforma Pocket Deals	L. 2,106,000.00

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.2.4. Equipo Requerido para las Operaciones.

Los costos anteriores contemplan el equipo y software que el personal interno utilizará, en la Tabla 16 se muestran los costos desglosados de dicho equipo requerido, el cual se seleccionó de acorde a las necesidades de trabajo de cada miembro del personal, de tal forma que pueda realizar sus actividades durante las operaciones de la plataforma Pocket Deals. Las computadoras portátiles y el monitor representan un costo único a lo largo de 5 años, es decir, se adquirirán una sola vez en ese tiempo.

Tabla 16 Estimación de costos del equipo requerido para Pocket Deals

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Proyecto Plataforma Pocket Deals
Computadoras portátiles	3	L. 14,499.95	L. 43,499.85
Computadoras portátiles	1	L. 39,995.00	L. 39,995.00
Monitor	1	L. 5,499.95	L. 5,499.95
Total		L. 59,994.90	L. 88,994.80

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.2.5. Recurso Humano Interno y Externo.

En la Figura 22 se detalla las necesidades de personal humano interno, como ser el Gerente del Proyecto, Diseñador Gráfico y el Especialista de Marketing/Ventas, así como también el externo que serían el Especialista Financiero/Contable y el Abogado. Se observó que para reducir costos se decidió tercerizar los dos últimos perfiles laborales, ya que cumplirán actividades ocasionalmente. Los perfiles internos que se seleccionaron, son aquellos que se consideraron necesarios para operar sin inconvenientes como una empresa.



Figura 22 Personal requerido para las operaciones

Fuente: Elaboración propia (2021).

El estudio técnico nos indica que el desarrollo del MVP de la plataforma Pocket Deals, se enfocará en los siguientes servicios complementarios: análisis de resultados, generación de contenido para redes sociales y brindar espacios publicitarios dentro de la misma plataforma.

Procurando brindar un diseño intuitivo, sencillo y limpio, así como seguridad y adaptabilidad a los distintos dispositivos, ya que éstas fueron las características de mayor interés tanto por Clientes MIPYMES como el Cliente Consumidor. Agregando además los siguientes métodos de retroalimentación que serán: la calificación del servicio o producto y los comentarios, ambos disponibles para los Clientes Consumidor.

Las selecciones realizadas tanto para los proveedores de infraestructura, comunicación, métodos de desarrollo empleadas por los proveedores de software, adecuadas a la necesidad del producto requerido fueron en base a las recomendación y sugerencias de los expertos en el área, que se obtuvieron a través de entrevistas.

El total de perfiles laborales a requerir inicialmente serán cinco, distribuidos entre internos y externos, así como también el costo del equipo a adquirir para cada uno, sumando este último L88, 994.80, dicho equipo se seleccionó en base a las necesidades de cada perfil laboral.

El desarrollo de la plataforma será llevado a cabo por una empresa desarrolladora de software, la cual trabajará sobre el servidor virtual privado adquirido previamente, el costo del desarrollo será de L 216,000 más L30,000.00 mensuales a nombre de soporte técnico y mantenimiento.

4.3. Estudio Financiero para la plataforma Pocket Deals en Distrito Central.

Se ha identificado las características principales y tipo de tecnología que debe tener la plataforma de búsqueda y servicios Pocket Deals, se comprobó que la plataforma tendrá una

demanda considerable en el mercado actual del Distrito Central y se identificó que es posible desarrollar la misma. De igual manera, se determinó el recurso humano necesario para dicho proyecto, las herramientas de comunicación a utilizar y los servicios adicionales necesarios para la operación y administración. Aunado a lo anterior, resta saber si su comercialización permitirá recibir una retribución económica positiva, es decir si el proyecto es rentable en el aspecto financiero.

La siguiente sección contiene todo el análisis financiero realizado para la plataforma de búsqueda y servicios Pocket Deals, el cual incluye el detalle de la inversión inicial, la estimación de ingresos y gastos, el cálculo de las depreciaciones, el Estado de Resultado, Balance General, y Proyecciones Anuales. De igual manera, se detalla el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), periodo de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio. Todo este análisis se realiza con el fin de determinar la rentabilidad financiera del proyecto.

El plan de inversión inicial es importante debido a que en él se detallan el destino de las inversiones a realizar, las acciones para realizar esas inversiones y la utilización de los recursos con el objetivo de lograr beneficios y/o ganancias. El objetivo es obtener la máxima rentabilidad y reducir el riesgo. La Tabla 17 refleja el monto total de la inversión inicial requerida para el desarrollo de la plataforma e inicio de las operaciones de la misma.

Tabla 17 Inversión Inicial del Proyecto

Detalle	Inversión Total	Fondos Propios	Financiamiento
Pago de alquiler de oficina	L. 120,000.00	L. 0.00	L. 120,000.00
Compra de Equipo de Oficina	L. 88,994.80	L. 0.00	L. 88,994.80
Servicio de publicidad para la plataforma en redes sociales	L. 186,000.00	L. 0.00	L. 186,000.00
Pago de Suscripción de Servicios de Software	L. 408,277.20	L. 0.00	L. 408,277.20
Costos de desarrollo, soporte y mantenimiento de plataforma	L. 2,106,000.00	L. 300,000.00	L. 1,806,000.00
Total Activos No Corrientes	L. 2,909,272.00	L. 300,000.00	L. 2,609,272.00

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación Tabla 17 Inversión Inicial del Proyecto

Detalle	Inversión Total	Fondos Propios	Financiamiento
Imprevistos 5% de la Inversión	L. 145,463.60	L. 15,000.00	L. 130,463.60
Total Activos No Corrientes e Imprevistos	L. 3,054,735.60	L. 315,000.00	L. 2,739,735.60
Sueldos y salarios Operativos	L. 3,205,000.00	L. 0.00	L. 3,205,000.00
Papelería y útiles de Oficina.	L. 9,992.00	L. 0.00	L. 9,992.00
Total Capital de Trabajo	L. 3,214,992.00	L. 0.00	L. 3,214,992.00
Inversión Total	L. 6,269,727.60	L. 315,000.00	L. 5,954,727.60

Fuente: Elaboración propia (2021).

Dentro del plan de inversión inicial, se consideran los diferentes gastos que se incurrirán como ser alquiler de oficina, la compra del equipo requerido, el pago de diferentes servicios, el pago de la nómina y el pago de desarrollo, soporte y mantenimiento de plataforma. Todos estos costos son necesarios para el correcto funcionamiento y operación de la plataforma Pocket Deals. Se puede concluir que la plataforma Pocket Deals requiere una inversión de 6.3 millones de lempiras para los primeros cinco años de implementación del proyecto. Para poder realizar este plan de inversión, fue necesario realizar los cálculos de los ingresos y costos que tendrá Pocket Deals.

4.3.1. Cálculo estimado ingreso y costos

Los costos representan los gastos o inversión que incurre un proyecto a fin de colocarlo en el mercado, a disposición de los clientes, el bien o servicio que produce o comercializara. A través de los costos, se logra determinar el margen de utilidad de la empresa. Por ende, se conocen los resultados reales de la operación del proyecto. Por lo tanto, los costos se convierten en una herramienta indispensable para evaluar la prefactibilidad del proyecto.

En la Figura 23 se detalla el grado de interés de las MIPYMES para adquirir los servicios de una plataforma como Pocket Deals. Del 100% de las encuestas aplicadas a las MIPYMES, un 73% (57 MIPYMES) está dispuesto a comprar el servicio de Pocket Deals. Asimismo, indicaron

cuanto estarían dispuesto a pagar por este servicio. Los costos que más destacan según lo que proponen los representantes de las MIPYMES son los siguientes: el 26% propone que el pago del servicio sea de 5 dólares y el 19% propone que entre 16-20 dólares por los servicios de Pocket Deals. Estos valores de pago de suscripción y la cantidad de la MIPYMES interesadas en el servicio, permitirán realizar el cálculo de los ingresos de la plataforma.

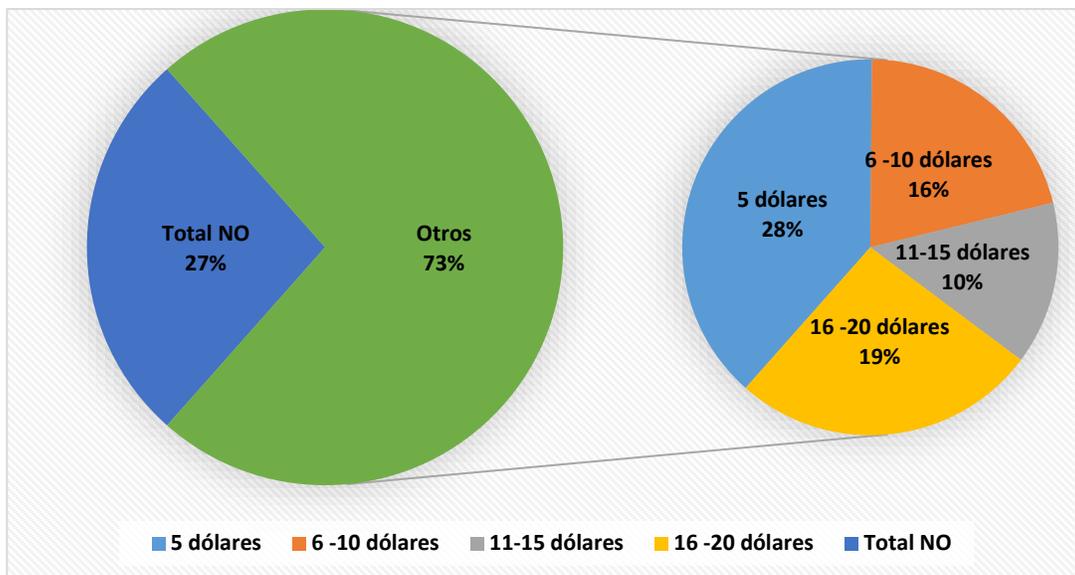


Figura 23 Distribución de Clientes MIPYMES según grado de interés por la compra del servicio de Pocket Deals Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta para Clientes MIPYMES (2021).

Considerando los valores que tienen mayor preferencia para el pago del servicio de Pocket Deals y la cantidad de MIPYMES interesadas, se consideró ofrecer al público los siguientes servicios: paquete Copper con un precio de venta de 5 dólares mensuales, paquete Silver con un precio de venta de 12 dólares mensuales y el paquete Gold con un precio de venta de 20 dólares mensuales. Cada paquete ofrece aparecer en la plataforma, creación de contenido digital, la empresa será desatacada en la plataforma y tendrá acceso a un dashboard (tablero de mandos). Además, se ofrecerá la opción de que otras empresas que no sean MIPYMES locales puedan anunciarse dentro de la plataforma. Este se calculó se realizó considerando el 5 por ciento de las

ventas de suscripciones del paquete Copper.

Se realizó un cálculo para determinar las proyecciones de suscripciones para los próximos cinco años. Se aplicó un incremento del 10% al segundo año y un 5% desde tercer año al quinto año de forma retroactiva para poder reflejar un alza en la venta de suscripciones. La Tabla 18 detalla las proyecciones de las suscripciones que recibirá la plataforma Pocket Deals.

Tabla 18 Proyecciones de las suscripciones de la plataforma Pocket Deals

Suscripciones a los servicios Plataforma por los próximos 5 años						
Servicios	1	2	3	4	5	Total de Suscripción
Paquete Copper	287	316	330	344	359	1,636
Paquete Silver	104	114	120	125	130	593
Paquete Gold	195	215	224	234	244	1,112
Publicidad en plataforma	5% de Paquete Copper					
Total Suscripciones						3,340

Fuente: Elaboración propia (2021).

En base a las proyecciones de suscripciones calculadas para los próximos cinco años, se realizó una estimación de las ventas que tendrá la plataforma por los próximos cinco años. La Tabla 19 detalla la estimación de los ingresos que recibirá la plataforma Pocket Deals.

Tabla 19 Estimación de los Ingresos de Pocket Deals

Ingresos de la Plataforma por los próximos 5 años						
Servicios	1	2	3	4	5	Total de Ingresos
Paquete Copper	L. 241,080.00	L. 454,608.00	L. 475,272.00	L. 495,936.00	L. 516,600.00	
Paquete Silver	L. 209,664.00	L. 395,366.40	L. 413,337.60	L. 431,308.80	L. 449,280.00	
Paquete Gold	L. 655,200.00	L. 1,235,520.00	L. 1,291,680.00	L. 1,347,840.00	L. 1,404,000.00	
Publicidad en plataforma	L. 12,054.00	L. 22,730.40	L. 23,763.60	L. 24,796.80	L. 25,830.00	
Total Ingresos	L. 1,117,998.00	L. 2,108,224.80	L. 2,204,053.20	L. 2,299,881.60	L. 2,395,710.00	L. 10,125,867.60

Fuente: Elaboración propia (2021).

Se puede concluir en base a las proyecciones de ventas netas a cinco años que la plataforma generará ingresos de aproximadamente 10 millones de lempiras, lo cual permite indicar que con los ingresos se podrán cubrir los costos necesarios de toda la plataforma.

La plataforma Pocket Deals incurrirá en una serie de gastos requeridos para cubrir los costos de operaciones y administrativos, tanto para pago de servicios de alquiler y suscripciones de software y mantenimiento y soporte de la plataforma. Esto sin incluir los gastos por pago de la nómina del personal, la Tabla 20 detalla las estimaciones de los costos de la plataforma Pocket Deals.

Se puede concluir en base a las estimaciones de costos operaciones a cinco años que la plataforma generará gastos de aproximadamente 3.5 millones de lempiras, lo cual permite indicar que con los gastos se podrán cubrir los ingresos generados por la plataforma. Cada uno de estos costos es necesario para garantizar el correcto funcionamiento de la plataforma para todos los involucrados, desde el equipo de operaciones hasta el Cliente MIPYMES y Consumidores Finales.

Para todo proyecto se deben adquirir bienes y recursos, los cuales se consideran como los activos del proyecto. Estos activos se pueden considerar como gastos comerciales deducibles. En la siguiente sección se detalla los cálculos que se realizan para determinar la amortización y depreciación de los activos del proyecto.

Tabla 20 Estimación de Costos de la Plataforma Pocket Deals

Descripción	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolígrafo	4	L. 111.60				
Papel	1	L. 979.00				
Libretas	6	L. 299.40				
Folders	1	L. 219.00				
Libretas	6	L. 389.40				
Computadoras portátiles Dell	3	L. 43,499.85	L. -	L. -	L. -	L. -
Computadoras portátiles Mac	1	L. 39,995.00	L. -	L. -	L. -	L. -
Monitor	1	L. 5,499.95	L. -	L. -	L. -	L. -
Alquiler de oficina	1	L. 24,000.00				
Microsoft 365	1	L. 14,400.00				
Adobe Ilustrador	1	L. 6,045.12				
Publicidad para la plataforma	1	L. 37,200.00				
Dominio	1	L. 3,934.08				
Certificado de Seguridad	1	L. 2,639.76				
Servidor(VPS- Virtual Private Server)	1	L. 54,636.48				
Desarrollo, Soporte y Mantenimiento de Plataforma	1	L. 486,000.00	L. 378,000.00	L. 396,000.00	L. 414,000.00	L. 432,000.00
Total	31	L. 719,848.64	L. 522,853.84	L. 522,853.84	L. 522,853.84	L. 522,853.84
Total por Proyecto						L. 2,919,264.00

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.3.1. Cálculo de Depreciación y Amortización

La amortización y la depreciación son los dos métodos utilizados para realizar el cálculo del valor de los activos comerciales., que permitirán reducir la obligación tributaria de la empresa.

Para el cálculo de las depreciaciones se realizó en los activos fijos que son los computadores, el monitor y las suscripciones anuales de Microsoft 365 y Adobe Illustrator; los cuales se adquirirá para el personal. Estos activos fijos con el paso del tiempo se desgastan y deben ser reemplazados; por lo tanto, se tomó en cuenta la vida útil y contable de los mismos. De acuerdo a la Secretaría de Finanzas reflejado en la Resolución No. CGR-03/2010 Contaduría General de la República, 21 de mayo 2010 (Honduras), los computadores, monitores y las suscripciones anuales de software tiene 5 años de vida útil.

En las siguientes Tablas 21 y 22 se muestra los costos de los activos de equipo de oficina y software para operaciones, con los cuales se calcula la depreciación en el Anexo XXII.

Tabla 21 Costo de Equipo de Oficina

Activo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual
Computadoras portátiles	3	L. 14,499.95	L. 43,499.85
Computadoras portátiles	1	L. 39,995.00	L. 39,995.00
Monitor	1	L. 5,499.95	L. 5,499.95
		L. 59,994.90	L. 88,994.80

Fuente: Elaboración propia (2021).

Tabla 22 Costo de software para operaciones

Activo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Total Anual
Microsoft 365	1	L. 1,200.00	L. 6,000.00
Adobe Illustrator	1	L. 503.76	L. 2,518.80
		L. 1,703.76	L. 8,518.80

Fuente: Elaboración propia (2021).

En base a los valores mostrados en las Tablas 21 y 22 y los cinco años de vida útil que poseen estos activos, se realizaron los cálculos de las depreciaciones. En la Tabla 23 se muestra el

resumen de las depreciaciones anuales por cada tipo de activo.

Tabla 23 Depreciaciones Anuales por cinco años

Años	Activos		
	Equipo de Oficina	Software para Operaciones	Total Depreciación por año
2022	L. 14,096.78	L. 269.88	L. 14,366.65
2023	L. 14,096.78	L. 269.88	L. 14,366.65
2024	L. 14,096.78	L. 269.88	L. 14,366.65
2025	L. 14,096.78	L. 269.88	L. 14,366.65
2026	L. 14,096.78	L. 269.88	L. 14,366.65

Fuente: Elaboración propia (2021).

Con respecto a la amortización, el proyecto se analizó financieramente con opción a préstamo bancario del 20% por ciento de la inversión total (7.58 millones de lempiras). El préstamo se solicitará para los gastos operativos y administrativos del primer año de operación de la plataforma Pocket Deals. Para el cálculo, se proyectó un tiempo de 5 años para los registros contables. En la Tabla 24, se muestra que el préstamo se calculó para un tiempo de 5 años a una tasa del 12% anual con cuotas niveladas mensuales.

Tabla 24 Cálculo de Amortización

PRESTAMO	L. 1,190,945.52
TASA MENSUAL	0.0100%
N	60
CUOTA MENSUAL "NIVELADA"	L. 19,909.69

Fuente: Elaboración propia (2021).

El banco Lafise ofrece préstamos con fondos de Banhprovi a una 12% anual, sin tiempo de gracias y a 60 meses. Con estos datos, se calculó la cuota mensual nivelada a pagar cuyo valor es de L. 19,909.69.

Asimismo, en el Anexo XXIII se muestra el cálculo de la amortización del préstamo, donde se refleja que Pocket Deals se tardará 74 meses en pagar el total de la deuda adquirida con el

préstamo. El valor de la cuota mensual se puede modificar para poder a futuro pagar el préstamo en menos tiempo, esto a medida los ingresos de las suscripciones incrementen.

Pocket Deals incurre en serie de acciones, gastos como ingresos, para conseguir realizar sus actividades operativas y administrativas. En las siguientes secciones se mostrará el estado de resultados proyectos, balance general proyectado y flujo de efectivo proyectado; los cuales brindaran una mejor perspectiva de la situación financiera del proyecto.

4.3.2. Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados es un estado financiero, en el cual se presenta de manera ordenada y detalladamente los logros alcanzados y los esfuerzos realizados por la administración del proyecto Pocket Deals durante un periodo de tiempo definido. El estado de resultado se proyectó a cinco años del proyecto y refleja los resultados obtenidos en las tablas anteriores.

En la Tabla 25 se desglosan los gastos e ingresos en distintas categorías, el resultado antes y después de impuestos de Pocket Deals.

En base a los datos del estado de resultados, se puede concluir el primer año de la plataforma es uno de inversión para poder desarrollar la plataforma y búsqueda de clientes; por tal razón, los ingresos son bajos mientras que los gastos operativos son altos. Sin embargo, esto cambia en los años posteriores donde se observa que los ingresos incrementan cada año; así como los gastos operativos. También se observa que se obtiene un incremento de la utilidad neta, exceptuando el primer año de operaciones, de la plataforma Pocket Deals.

Tabla 25 Estado de Resultados a 5 años de Pocket Deals

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ingresos por suscripciones de Paquete Copper	L. 241,080.00	L. 454,608.00	L. 475,272.00	L. 495,936.00	L. 516,600.00
Ingresos por suscripciones de Paquete Silver	L. 209,664.00	L. 395,366.40	L. 413,337.60	L. 431,308.80	L. 449,280.00
Ingresos por suscripciones de Paquete Gold	L. 655,200.00	L. 1,235,520.00	L. 1,291,680.00	L. 1,347,840.00	L. 1,404,000.00
Ingresos por publicidad en la plataforma	L. 12,054.00	L. 22,730.40	L. 23,763.60	L. 24,796.80	L. 25,830.00
Ingresos por venta	L. 1,117,998.00	L. 2,108,224.80	L. 2,204,053.20	L. 2,299,881.60	L. 2,395,710.00
(-)Costo de Desarrollo	L. -216,000.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
(-)Costo de Soporte y Mantenimiento	L. -270,000.00	L. -378,000.00	L. -396,000.00	L. -414,000.00	L. -432,000.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	L. 631,998.00	L. 1,730,224.80	L. 1,808,053.20	L. 1,885,881.60	L. 1,963,710.00
GASTOS OPERATIVOS					
Sueldos y Salarios	L. 645,000.00	L. 640,000.00	L. 640,000.00	L. 640,000.00	L. 640,000.00
Décimo Tercer mes de Salarios	L. 45,000.00				
Décimo Cuarto mes de Salarios	L. 45,000.00				
Gastos Por Depreciación por equipo y software	L. 14,366.65				
Retenciones	L. 49,002.36				
Pago de Suscripción de Servicios de Software	L. 81,655.44				
Pago de Alquiler de oficina	L.24,000.00	L.24,000.00	L.24,000.00	L.24,000.00	L.24,000.00
Papelería y Útiles de Oficina	L.1,998.40	L.1,998.40	L.1,998.40	L.1,998.40	L.1,998.40
Pago de Servicio de publicidad para la plataforma	L. 37,200.00				
Gastos Por Intereses	L. 78,277.30	L. 66,664.69	L. 54,212.61	L. 40,860.36	L. 26,542.88
Gastos por Insumo	L. 0.00				
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	L. 1,021,500.15	L. 1,004,887.54	L. 992,435.46	L. 979,083.21	L. 964,765.74
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	L. -389,502.15	L. 725,337.26	L. 815,617.74	L. 906,798.39	L. 998,944.26
Impuesto Sobre la Renta	L. 0.00	L.181,334.31	L. 203,904.44	L. 226,699.60	L. 249,736.07
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	L. -389,502.15	L. 544,002.94	L. 611,713.31	L. 680,098.79	L. 749,208.20

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.3.3. Balance General Proyectado

El balance general de la plataforma Pocket Deals proporciona información detallada sobre los activos, pasivos y el patrimonio del proyecto. Con el análisis del balance general proyectado se puede observar la situación financiera del proyecto a cinco años, donde se muestra lo que debe el negocio, lo que posee y lo que se ha invertido.

En la Tabla 26 se desglosan los gastos e ingresos en distintas categorías, el resultado antes y después de impuestos de Pocket Deals.

En base a los datos del estado de resultados, se puede concluir el primer año de la plataforma es uno de inversión para poder desarrollar la plataforma y búsqueda de clientes; por tal razón, los ingresos son bajos mientras que los gastos operativos son altos. Sin embargo, esto cambia en los años posteriores donde se observa que los ingresos incrementan cada año; así como los gastos operativos. También se observa que se obtiene un incremento de la utilidad neta, exceptuando el primer año de operaciones, de la plataforma Pocket Deals

Tabla 26 Balance General a 5 años de Pocket Deals

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
Corrientes					
Caja y bancos	L. 1,354,620.1	L. 2,259,346.79	L. 2,733,023.31	L. 2,961,958.10	L. 3,540,926.14
Total Activo Corriente	L. 1,354,620.1	L. 2,259,346.79	L. 2,733,023.31	L. 2,961,958.10	L. 3,540,926.14
Activos No Corrientes					
Pago de Suscripción de Servicios de Software	L. 81,655.44				
Pago de Alquiler de oficina	L. 24,000.00				
Mobiliario	L. 88,994.80	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00	L. 0.00
Depreciación Acumulada de Mobiliario	L. -14,096.78	L. -28,193.55	L. -42,290.33	L. -56,387.11	L. -70,483.88
Depreciación Acumulada de software para operaciones	L. -269.88	L. -539.75	L. -809.63	L. -1,079.50	L. -1,349.38
Total Activo no Corrientes	L. 180,553.46	L. 77,461.89	L. 63,365.11	L. 49,268.33	L. 35,171.56
TOTAL ACTIVOS	L. 1,535,173.56	L. 2,336,808.68	L. 2,796,388.42	L. 3,011,266.43	L. 3,576,097.70
PASIVOS					
Corrientes					
Impuestos Sobre Renta Por Pagar	L. 0.00	L. 181,334.31	L. 203,904.44	L. 226,699.60	L. 249,736.07
Intereses sobre Prestamo	L. 78,277.30	L. 66,664.69	L. 54,212.61	L. 40,860.36	L. 26,542.88
Décimo Tercer mes de Salarios	L. 45,000.00				
Décimo Cuarto mes de Salarios	L. 45,000.00				
Retenciones Por Pagar	L. 49,002.36				
Provision Impuestos Municipales	L. 196,450.54	L. 195,000.00	L. 205,000.00	L. 230,000.00	L. 235,000.00
Provision Impuestos Sobre Renta		L. 0.00			
Provision Prestaciones Laborales		L. 250,000.00	L. 250,000.00	L. 250,000.00	L. 250,000.00
Total Pasivo Corriente	L. 413,730.20	L. 832,001.36	L. 852,119.40	L. 886,562.32	L. 900,281.31

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 26 Balance General a 5 años de Pocket Deals

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Total Pasivo Corriente					
No Corrientes					
Prestamos por Pagar	L. 1,190,945.52	L. 1,030,306.52	L. 858,054.92	L. 673,351.23	L. 475,295.30
Total Pasivo No Corriente	L. 1,190,945.52	L. 1,030,306.52	L. 858,054.92	L. 673,351.23	L. 475,295.30
TOTAL PASIVOS	L. 1,604,675.72	L. 1,862,307.89	L. 1,710,174.32	L. 1,559,913.55	L. 1,375,576.61
PATRIMONIO					
Capital Contable	L. 5,000.00				
Donación	L. 315,000.00	L. 315,000.00	L. 315,000.00	L. 0.00	L. 0.00
Total Capital Contable	L. 320,000.00	L. 320,000.00	L. 320,000.00	L. 5,000.00	L. 5,000.00
Resultados Acumulados					
Utilidad (Pérdida) acumulada	L. 0.00	L. -389,502.15	L. 154,500.80	L. 766,214.10	L. 1,446,312.89
Utilidad/Pérdida del período	L. -389,502.15	L. 544,002.94	L. 611,713.81	L. 680,098.79	L. 749,208.20
Total Resultados Acumulados	L. -389,502.15	L. 154,500.80	L. 766,214.10	L. 1,446,312.89	L. 2,195,521.09
Total Patrimonio	L. -69,502.15	L. 474,500.80	L. 1,086,214.10	L. 1,451,312.89	L. 2,200,521.09
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	L. 1,535,173.57	L. 2,336,808.68	L. 2,796,388.42	L. 3,011,226.44	L. 3,576,097.69

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.3.4. Estado de Flujo de Efectivo proyectado

El estado de flujo de efectivo de la plataforma Pocket Deals proporciona información sobre las entradas y salidas de efectivo del proyecto. Esta información es muy importante porque el proyecto necesita contar con suficiente efectivo disponible para cubrir los gastos y comprar activos.

En la Tabla 27 se desglosan las entradas y salidas de efectivo en distintas categorías para la plataforma Pocket Deals.

Considerando los datos de la Tabla 27, se puede concluir las salidas y las entradas del proyecto irán incrementando con el paso del tiempo. Pese al incremento de las salidas, Pocket Deals generará suficientes ingresos para poder cumplir con las salidas.

En conclusión, todos los estados financieros antes mencionados para el proyecto de la plataforma Pocket Deals están relacionados. Los cambios en los activos y pasivos del balance general, también se reflejan en los ingresos y gastos del estado de resultados. Esto a su vez, da lugar a las ganancias y/o pérdidas del proyecto.

Tabla 27 Estado de Flujo de Efectivo a 5 años de Pocket Deals

Detalle	Años					
	Pre-Operativo	1	2	3	4	5
Saldo inicial de efectivo	L. 0.00	L. 1,354,620.10	L. 2,259,346.797	L. 4,992,370.10	L. 7,954,328.19	L. 11,495,254.34
Ingresos por Venta	L. 0.00	L. 1,117,998.00	L. 2,108,224.80	L. 2,204,053.20	L. 2,299,881.60	L. 2,395,710.00
Financiamiento	L. 1,190,945.52	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0
Fondos Propios	L. 315,000.00	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0
Total Orígenes	L. 1,505,945.52	L. 2,472,618.10	L. 4,367,571.59	L. 7,196,423.30	L. 10,254,209.79	L. 13,890,964.34
Menos:						
Compra de Activo	L. 88,994.80	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0	L. 0.0
Sueldos y Salarios	L. 53,526.00	L. 645,954.41	L. 635,817.64	L. 635,817.64	L. 635,817.64	L. 635,817.64
Pago de Suscripción de Servicios de Software	L. 6,804.62	L. 81,655.44	L. 81,655.44	L. 81,655.44	L. 81,655.44	L. 81,655.44
Pago de Alquiler de oficina	L. 2,000.00	L. 24,000.00	L. 24,000.00	L. 24,000.00	L. 24,000.00	L. 24,000.00
Papelería y Útiles de Oficina	L. 0.00	L. 1,998.40	L. 1,998.40	L. 1,998.40	L. 1,998.40	L. 1,998.40
Pago de ISR y otros Impuestos	L. 0.00	L. -376,334.31	L. -408,904.44	L. -456,699.60	L. -484,736.07	L. 226,699.60
Pago de Intereses	L. 0.00	L. 66,665.00	L. 66,664.69	L. 54,212.61	L. 40,860.36	L. 26,542.88
Pago de Capital del Financiamiento	L. 0.00	L. -160.639.	L. -172,251.61	L. -184,703.61	L. -198,055.93	L. -212,373.41
Décimo Tercer mes de Salarios	L. 0.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00
Décimo Cuarto mes de Salarios	L. 0.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00	L. 45,000.00
Retenciones Por Pagar	L. 0.00	L. 49,002.36	L. 44,918.83	L. 49,002.36	L. 49,002.36	L. 49,002.36
Otros (Depreciacion, Publicidad)	L. 0.00	L. -209,030.99	L. -988,697.46	L. -1,053,188.06	L. -1,481,586.75	L. 0.00
Total, Aplicaciones	L. 151,325.42	L. 213,271.798	L. -694,798.51	L. -757,904.90	L. -1,241,044.54	L. 923,342.91
Saldo Final	L. 1,354,620.10	L. 2,259,346.79	L. 4,992,370.10	L. 7,954,328.19	L. 11,495,054.34	L. 12,967,621.43
Flujo Netos de Ingresos y Egresos		L. 904,726.69	L. 2,733,023.31	L. 2,961,958.10	L. 3,540,926.14	L. 1,472,367.09

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.3.5. VAN y TIR

Es importante poder visualizar la viabilidad financiera como la rentabilidad del proyecto; lo cual se puede conocer a través de varias fórmulas, entre ellas el Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR). La TIR y la VAN son indicadores financieros que permiten analizar el posible proyecto de inversión, se relacionan de forma directa con el flujo de caja de los negocios y buscan realizar el cálculo del tiempo que el proyecto se tardará en recuperar su inversión inicial.

Para los fines de este estudio se procuró determinar la viabilidad del proyecto realizando el cálculo y análisis de la TIR y VAN. En la Tabla 28, se realizaron los cálculos para determinar la TIR y VAN del proyecto de la plataforma Pocket Deals. Los resultados obtenidos para la TIR y VAN son positivos. Por lo tanto, con respecto al aspecto financiero, se puede concluir que el proyecto será viable, rentable y debe aprobarse.

Asimismo, se realizó un análisis del periodo recuperación de la inversión. Los resultados se muestran en la Tabla 29 donde se obtiene que, en 3 años, 7 meses y 4 días se podrá recuperar la inversión realizada en el primer año.

Tabla 28 Evaluación Financiera del Proyecto de la Plataforma Pocket Deals

Detalle		1	2	3	4	5
Utilidad Neta		(389,502.15)	544,002.94	611,713.31	680,098.79	749,208.20
Depreciación		14,366.65	14,366.65	14,366.65	14,366.65	14,366.65
Amortización		78,277.30	66,664.69	54,212.61	40,860.36	26,542.88
Flujo Neto de Caja	(1,190,945.52)	(296,858.20)	625,034.29	680,292.56	735,325.80	790,117.73
TREMA	9.08%	1.091	1.091	1.091	1.091	1.091
TREMA ACUMULADA		1.091	1.1898	1.2979	1.4157	1.5443
Flujo de Caja Descontado	(1,190,945.52)	(272,147.23)	525,307.48	524,155.73	519,396.82	511,641.97
Flujo de Caja Desc. Acum.		(272,147.23)	253,160.25	777,315.97	1,296,712.80	1,808,354.77
Inversión	(1,190,945.52)	(1,463,092.75)	(937,785.27)	(413,629.55)	105,767.28	617,409.25
VAN		(1,463,092.75)	(937,785.27)	(413,629.55)	105,767.28	617,409.25
TIR	21.59%					

Fuente: Elaboración propia (2021).

Tabla 29 Período de Recuperación de la Inversión

Inversión	(1,190,945.52)	(1,190,945.52)	(1,190,945.52)	(1,190,945.52)	(1,190,945.52)
Flujo de Caja Desc. Acum.	(272,147.23)	253,160.25	777,315.97	1,296,712.80	1,808,354.77
	(1,463,092.75)	(937,785.27)	(413,629.55)	105,767.28	617,409.25
	1	2	3	4	5
	Años	Meses	Días		
Período de Recuperación de la Inversión	3	7	4		

Fuente: Elaboración propia (2021).

Es relevante destacar que una TIR del 21.59% proyectada para cinco años del proyecto es un valor que muy favorable e indicativo de que la plataforma Pocket Deals llegará a ser un éxito y una gran alternativa para las MIPYMES y población para del Distrito Central.

Además de analizar la TIR y VAN, es importante realizar un análisis del punto de equilibrio del proyecto. Dicho análisis permitirá determinar a partir de cuándo un proyecto comenzará a generar ganancias

4.3.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el nivel de ingresos mínimo que se deben obtener para poder igualar los costos totales realizados, con el fin de no generar pérdidas. La importancia de conocer el punto de equilibrio yace en que a partir de él es cuando el proyecto empezará a generar ganancias.

La figura 24 muestra el punto de equilibrio obtenido para el primer año, considérese que se contempló un escenario muy conservador en cuanto a las ventas proyectadas en el estudio financiero. Partiendo de lo anterior, se obtuvo como resultado que se llegará al punto de equilibrio al realizar las ventas de 1,124 suscripciones de los diferentes paquetes de la plataforma Pocket Deals cada año. El análisis nos indica que se alcanzará esa meta posterior a 5 años; por lo tanto, se debe reenfocar los costos para obtener un punto de equilibrio adecuado o más optimista.

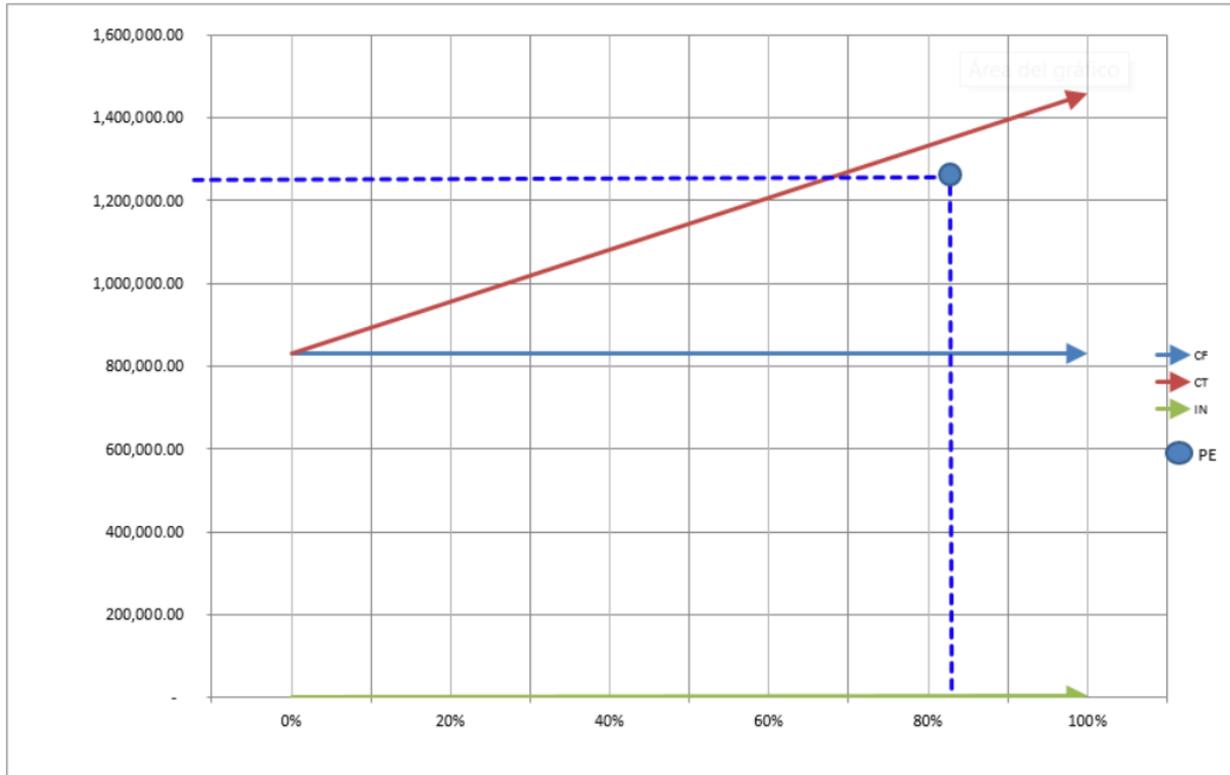


Figura 24 Punto de Equilibrio para el primer año de Pocket Deals Distrito Central, Francisco Morazán, Honduras, 2021

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.4. Síntesis

Los datos recopilados en la fase de aplicación de instrumentos y la consolidación de los mismos, reflejaron resultados que se detallaron en los Estudio de Mercado, Técnico y Financiero. A través del Estudio de Mercado, se obtuvo que el mercado meta son las MIPYMES y la población del Distrito Central de Francisco Morazán; de los cuales un 73% de la muestra de MIPYMES y el 93% de los consumidores finales mostró interés hacia la plataforma Pocket Deals. Se analizaron las diferentes plataformas en el mercado y se encontró que dos son competencia potencial para la plataforma Pocket Deals. Sin embargo, Pocket Deals ofrecerá un diferencial en servicios: la creación de contenido digital con promociones dentro de la misma, minería y análisis de datos, calificación y comentarios de que le permitirá destacarse en el ámbito local. Estos servicios no son

ofrecidos por ningún otro competidor.

Dentro del Estudio Técnico, se examinaron las características requeridas por los clientes para la plataforma; entre la cuales se encontró que sea fácil de usar, que tenga un diseño intuitivo, sea seguro y adaptable a los dispositivos como ser celulares, tabletas y computadoras. Además, se determinó que tipo de software, hardware, arquitectura y los servicios requeridos para el desarrollo de la plataforma son: para alojar la plataforma será un servidor virtual privado brindado por Amazon: AWS y el software de Adobe Illustrator se seleccionó para la creación de artes publicitarios solicitados por los Clientes MIPYMES. La arquitectura seleccionada es el Modelo Vista Controlador orientada a servicios web; la cual fue la más recomendada por los expertos entrevistados. Cada aspecto fue considerado tomando en cuenta las exigencias que una plataforma debe cubrir en cuanto a rendimiento, diseño, tráfico de usuarios y funcionalidades a ofrecer de acuerdo a el mercado digital actual.

En el Estudio Financiero se realizaron los diferentes cálculos para determinar la prefactibilidad de la plataforma Pocket Deals. Se determinó que se requiere una inversión de 6.3 millones de lempiras para los primeros cinco años de implementación del proyecto. La TIR, es de un 21.59%, y VAN se obtuvieron con valores positivos. Asimismo, se obtuvo que la inversión será recuperada luego de 3 años, 7 meses y 4 días. Estos datos son un indicativo de que la plataforma Pocket Deals llegará a ser un éxito y una gran alternativa para las MIPYMES y población del Distrito Central.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Las siguientes conclusiones se realizaron a partir de la información expuesta y analizada sobre la plataforma web digital Pocket Deals en el capítulo anterior, en base a ello podemos concluir que:

1. El 73% de la muestra de MIPYMES, que representa un total de 57 clientes potenciales de MIPYMES, mostró interés hacia la plataforma Pocket Deals; así como también el 93% de los consumidores finales, que presenta un total de 364 personas. Los rubros de clientes MIPYMES que hubo mayor demanda son alimentos y bebidas, belleza, repostería, mascotas y accesorios, tecnología, y ropa y accesorios: por lo tanto, serán en los que se enfocará para captación de clientes.

Los servicios que los clientes MIPYMES potenciales indicaron son los siguientes: análisis de resultados, generación de contenido para redes sociales y espacios publicitarios. También indicaron las características de su interés con respecto al diseño y las cuales son: fácil de usar, segura y adaptable a los dispositivos. Estas características y servicios serán incluidos en el diseño de la plataforma para poder responder a la demanda de los clientes y brindar un producto conforme a las necesidades y preferencias de los mismos. Además de lo anterior, la plataforma Pocket Deals tendrá un diferencial en comparación a las plataformas evaluadas como competencia. Dentro de dicho diferencial se encuentra: la creación de contenido digital y un espacio para las promociones de los Clientes MIPYMES. También se ofrecerá minería y análisis de datos, aparte de los reportes de resultados y métodos de retroalimentación; tales como los comentarios y las calificaciones que serán proporcionados por los Clientes Consumidores Finales.

2. El estudio de mercado reflejó que las plataformas web de apoyo o servicios alternativos que existen actualmente en el mercado son: Terra Te Impulsa, PulpeCerca, Busco aquí 504, Mall Multiplaza Click & Shop, Aplicaciones de entrega a domicilio: Hugo y Pedidos Ya. Según el análisis realizado, se identificó las plataformas “Terra Te Impulsa” y “Busco aquí 504” como competencia potencial; esto pese a que ninguna de ellas ofrece el mismo servicio que Pocket Deals. Estas plataformas ofrecen un servicio similar en el aspecto del motor de búsqueda de productos y servicios. La primera plataforma está orientada a MIPYMES, mientras que la segunda plataforma está orientada en disponibilidad la información de los servicios de salud, educación, espirituales y seguridad disponibles en cinco ciudades del país, entre ellas Distrito Central. Pocket Deals se destacará en el ámbito de iniciativas digitales al ofrecer un espacio para realizar búsquedas de los productos y servicios que ofrece las empresas locales; brindará posicionamiento destacado, a las empresas suscritas a los paquetes Premium, en las búsquedas realizadas dentro de la plataforma e información de contacto actualizada de los distintos medios disponibles por la empresa. También ofrecerá retroalimentación a los clientes MIPYMES de la data recolectada en la plataforma, reportes analíticos y cursos para guiarles en su emprendimiento. Al momento de realizar esta investigación, la plataforma Pocket Deals no posee competencia directa a nivel nacional.

3. El hardware seleccionado a utilizar para alojar la plataforma será un servidor virtual privado brindado por Amazon AWS, incluyendo también el certificado de seguridad para la utilización segura del dominio adquirido. El software que se involucra directamente con los servicios preliminares es el Adobe Illustrator para la creación de artes publicitarios solicitados por los

Clientes MIPYMES. Con respecto a la arquitectura seleccionada para el desarrollo de la plataforma web digital Pocket Deals es el Modelo Vista Controlador orientada a servicios web; la cual fue la más recomendada por los expertos en el desarrollo actual entrevistados. Todas y cada una de las herramientas mencionadas, se seleccionaron en base a los casos de estudio de plataformas similares a la propuesta; así como, por evaluación e aprobación por expertos en el área. Cada aspecto fue considerado tomando en cuenta las exigencias que una plataforma debe cubrir en cuanto a rendimiento, diseño, tráfico de usuarios y funcionalidades a ofrecer de acuerdo a el mercado digital actual.

4. De acuerdo al análisis del estudio financiero, el desarrollo de la plataforma y la operación de la misma constará de una inversión inicial de L 1,190,945.52. Dichos fondos serán obtenidos de un préstamo bancario por la misma cantidad, la cual representa el 20% de la inversión total. La inversión del primer año se desglosa en los distintos costos de los recursos a necesitar, como ser: el material de oficina, el alquiler de la oficina, salarios del personal contratado, la contratación de los servicios del servidor privado virtual, los costos de dominio, la contratación de los servicios tercerizados para el desarrollo de la plataforma y la compra de los distintos programas o softwares previamente seleccionados. En base a lo anterior y considerando los valores obtenidos para la TIR que es de 21.59% y un VAN positivo, con un periodo de recuperación de la inversión en 3 años y 7 meses, se puede concluir que se muestra un panorama viable para la plataforma Pocket Deals.

5.2. Recomendaciones

Las recomendaciones a continuación se realizaron a partir de la información expuesta y analizada sobre la plataforma web digital Pocket Deals en el capítulo anterior.

- Si bien es cierto que el contexto de las regulaciones digitales a nivel nacional no es un aspecto de tanta importancia para los legisladores y autoridades de la nación, para otras investigaciones similares a la planteada en este documento es importante profundizar el análisis de las regulaciones legales entorno a las plataformas digitales tanto a nivel internacional como nacional. Con el fin de generar un producto digital que satisface las necesidades de los clientes, a la vez que cumple con los estándares nacionales e internacionales.
- Para futuras evaluaciones de proyectos o similares, se observó que con respecto a las MIPYMES hubo mayor receptividad hacia brindar el apoyo llenando la encuesta cuando estas fueron aplicadas en persona. Por lo tanto, para las siguientes evaluaciones se sugiere realizar el levantamiento de encuesta de persona a persona.
- Se recomienda realizar el estudio financiero de un proyecto, con un presupuesto inicial que corresponda con los ingresos que se obtendrá. Asimismo, comenzar el proyecto con los costos mínimos que se puedan obtener, ya sea tercerizando servicios o que el personal trabaje de manera remota. Esto con el fin de optimizar el uso de los recursos disponibles para que el proyecto sea sostenible financieramente.
- Dado que el tiempo fue limitado para la realización de esta TESIS, se recomienda realizar una encuesta complementaria dirigida a los clientes MIPYMES, esto para profundizar en el estudio de mercado.

CAPÍTULO VI

Considerando los resultados obtenidos en el capítulo IV y V donde se logró alcanzar un panorama detallado de la situación actual del mercado del Distrito Central, donde se realizó un análisis del estudio técnico y financiero, incluyendo los objetivos específicos de la tesis. Este capítulo se propone un proyecto que brinde una alternativa digital para las MIPYMES del Distrito Central donde puedan promocionar sus productos y/o servicios para generar una mayor presencia en el mercado. De manera simultánea se plantea una alternativa a la población general del Distrito Central para la localización de diferentes productos y/o servicios que ofrecen las MIPYMES hondureñas. Además de los anterior se propone desarrollar plan de gestión de proyecto que incluye las diez áreas de conocimiento del Project Management Body of Knowledge, mejor conocido como PMBOK.

6.1. Plan de Dirección de Proyecto

El Plan de Dirección del proyecto se diseñará en primera instancia como Proyecto para la constitución de la empresa **Pocket Deals (Ofertas de Bolsillo)**, para el desarrollo de la plataforma web digital para la búsqueda de servicios y productos Pocket Deals, para micro, pequeñas y medianas empresas de Distrito Central.

El Plan tendrá como objetivo la generación de la estrategia para gestionar el proyecto.

La base de Proyecto se inicia a partir de los resultados de la investigación del estudio de prefactibilidad del proyecto, el cual incluye el estudio de mercado, técnico y financiero.

El Plan contiene las líneas base de alcance, cronograma y costos, los cuales serán utilizados para medir el progreso y la finalización del mismo.

Las líneas de base del Plan más relevantes son las siguientes:

- El alcance, tiempo y costo del proyecto.
- Medición del desempeño del proyecto.
- Alertan cuando se necesite realizar ajustes o solicitudes de cambio, en caso de alguna desviación.
- Aseguran a los inversores y a la organización sobre la obtención de los beneficios que estipula el acta de constitución.

Pasos o fases que conforman el Plan de Dirección del Proyecto para la “Creación y constitución de la empresa Pocket Deals”.

6.1.1. Acta de Constitución

El acta de constitución es el documento formal de autorización que permitirá establecer la existencia de la empresa; También incluye, la integración y la dirección general de la empresa que incluirá los objetivos, requisitos, riesgos, recursos, alcance, cronograma, costos e interesados que interfieren en su ejecución.

A continuación, se detallan los aspectos generales del proyecto:

Proyecto	Creación y constitución de la empresa Pocket Deals
Fecha de preparación	Noviembre 2021
Patrocinador	Préstamo bancario y fondos propios
Gerente del Proyecto	Ing. Dina Paz & Ing. Lilian Gálvez

Propósito y Justificación del Proyecto:

El proyecto tiene como propósito la constitución de la empresa Pocket Deals, la cual desarrollará la plataforma web digital para la búsqueda de servicios y producto Pocket Deals para la promoción de los productos y/o servicios creados, producidos y ofertados por las micro, pequeñas y medianas empresas de Distrito Central. A la vez, que permite que la población general tenga una alternativa para buscar los productos y/o servicios de su elección.

Actualmente no existe una plataforma a nivel de Distrito Central que brinde una alternativa de búsqueda de productos y/o servicios ofrecidos por las diferentes MIPYMES. Las personas tienen que recurrir a buscar en mapas de Google, las páginas de redes sociales y recomendaciones de amigos y familiares.

De igual manera debido a la pandemia de COVID-19, despidos laborales y la falta de oportunidades de empleo, muchas personas al verse con limitación de ingresos económicos han comenzado emprender pequeños negocios,

desde tiendas virtuales en redes sociales y el auge de las entregas a domicilio; iniciativas que han surgido como respuesta a la necesidad económica y a la búsqueda de opciones para mejorar la situación actual.

Basado en lo anterior, surge la idea de crear Pocket Deals, una plataforma de búsqueda de productos y servicios que ofrecen las MIPYMES a nivel del Distrito Central. Pocket Deals ofrecerá una alternativa como un buscador de servicios o productos para que la población general pueda encontrar los productos y servicios de su elección de manera rápida. De manera simultánea, que ofrece a las MIPYMES un espacio para promocionar sus productos y/o servicios para expandir su presencia en el mercado actual, análisis de datos y retroalimentación de los consumidores.

Objetivos del Proyecto:

Objetivo General

Formular el proyecto para la creación, constitución e inicio de operaciones de la empresa Pocket Deals, Tegucigalpa M.D.C. en el año 2022.

Objetivos Específicos	Criterios de éxito
Realizar la constitución e inscripción mercantil de la empresa Pocket Deals.	<ul style="list-style-type: none"> • Pocket Deals se constituye e inscribe como empresa.
Gestionar financiamiento necesario para comenzar operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Se obtiene financiamiento para la empresa.
Efectuar las contrataciones del personal y servicios necesarios para comenzar operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Contrataciones del personal, • Adquisición de los servicios de dominio, servidor privado virtual y domicilio fiscal.

Definición de Requisitos del Proyecto:

- Cumplir con la constitución de la empresa en tiempo estipulado.
- Cumplir con el presupuesto estimado para el proyecto de Lps. 214,683.50 (doscientos catorce mil seiscientos y ochenta y tres lempiras y cincuenta centavos hondureños)
- Satisfacer las expectativas de los interesados.
- La duración del tiempo para ejecutar el proyecto será de 121 días.
- El presupuesto inicial de la constitución y operaciones de la empresa Pocket Deals, será cubierto con fondos propios de los socios. Para cubrir los gastos de operación del resto del año, se buscará entes financieros para optar por un préstamo.

Descripción General del Proyecto, Límites y Entregables Clave:

Descripción del producto:

- La plataforma Pocket Deals será una plataforma web digital que brinde un buscador de servicios o productos para que la población general pueda encontrar los productos y servicios de su elección al alcance de manera rápida. Al mismo tiempo, que será un espacio para que las MIPYMES puedan promocionar sus productos y/o servicios para expandir su presencia en el mercado actual.

Para la actual planificación se obtendrán los siguientes entregables:

- Planificación del Proyecto.
- Acta de Constitución.
- La escritura de constitución de Pocket Deals como empresa
- El financiamiento aprobado

- Los contratos realizados de los servicios requeridos para comenzar operaciones: domicilio fiscal, servidor virtual privado (Virtual private server), certificado de seguridad del sitio y dominio del sitio web.
- Los contratos del personal necesario
- Los contratos de los servicios tercerizados de contaduría, legales y desarrollo de la plataforma web

Riesgos Generales del Proyecto:

- Retrasos en la entrega de los trámites legales
- Creación de nuevas leyes que generen nuevos requisitos legales y/o técnicos
- Desastres naturales y pandemias
- Conflictos sociales, económica y políticos
- Cambios en los requisitos para financiamiento del préstamo que se solicitará (debido a políticas el banco).

Cronograma de Hitos del Proyecto:

Hitos	Fechas Programadas
Empresa inscrita y constituida	Martes 2/1/22
Obtención de Financiamiento	Jueves 3/24/22
Obtención de Contratos	Viernes 4/1/22
Contratación de los servicios	Miércoles 5/11/22
Contratación de personal necesario	Martes 5/3/22
Campaña preliminar desarrollada	Jueves 6/30/22

Recursos Financieros del Proyecto:

Concepto	Monto
Prestamos bancario	El monto a solicitar será para cubrir los costos operacionales para el primer año.
Fondos propios de parte de la Sociedad Comercial	L. 300,000.00

Lista de Interesados Clave:

- Patrocinadores del Proyecto/ Sociedad Comercial
- Representante Legal de la Sociedad Comercial
- Alcaldía Municipal del Distrito Central
- Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT)
- Servicio de Administración de Renta (SAR)
- Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS)
- Ente Financiero

Requisitos de Aprobación del Proyecto:

- El proyecto será aprobado con un presupuesto máximo de Lps. 214,683.50 (doscientos catorce mil seiscientos y ochenta y tres lempiras y cincuenta centavos hondureños)
- La tasa mínima de retorno no debe ser menor al 10%.
- Tiempo de ejecución del proyecto: 121 días

Criterios de Culminación del Proyecto:

- Constitución de Pocket Deals como empresa.
- Requerimiento de recurso humano, equipo y financiero identificados.
- Identificación de las fases, actividades y cronograma del proyecto.
- Definición de perfiles para el personal humano
- Proyecto entregado en el tiempo establecido.

Restricciones de las Organizaciones, Ambientales y Legales

- Cumplimiento de los lineamientos técnicos emitidos por la Servicio de Administración de Rentas (SAR).
- Cumplimiento de los lineamientos técnicos emitidos por la autoridad local (Alcaldía)
- Políticas y normativas de conducta de las organizaciones involucradas.
- Plan de Seguridad y Salud Ocupacional.
- Ley del trabajador
- Ley de uso obligatorio de mascarillas y protocolos de bioseguridad
- Participación en licitaciones de desarrollo de plataforma, publicidad y recurso humano.
- Cumplimiento de los contratos del personal y servicios tercerizados
- Cumplimiento del tiempo programado

Designación del Gerente de Proyecto:

Reporta a	Representante Legal de la empresa Pocket Deals	Nivel de Autoridad: Media (Desarrollo del proyecto)
Supervisa a	A los empleados directos Diseñador Gráfico y Especialista de Marketing/ Ventas. También al empleado externo, el contador y el abogado.	

Patrocinador que autoriza el proyecto:

Sociedad Commercial Pocket Deals S.D.R.L.

Firmas del Patrocinador que autoriza el proyecto:

Firmas de los socios de la Sociedad Commercial Pocket Deals S.D.R.L.

6.1.2. Gestión de los Interesados

La gestión de interesados para la “Creación y constitución de la empresa Pocket Deals” permitirá identificar a todas las personas, grupos u organizaciones que puedan afectar, beneficiar o ser afectados por el proyecto. Este proceso se realizará con el fin de analizar las expectativas e impacto de los diversos interesados en el proyecto; de esa manera, determinar y desarrollar las estrategias adecuadas para conseguir que una participación eficaz de los interesados.

6.1.10.1. Plan de Involucramiento de los Interesados

El Plan de Involucramiento de los Interesados brinda la identificación de los interesados, su clasificación según el poder e interés, su involucramiento por fase o entregable del proyecto y la participación actual y/o deseada. También se aborda las estrategias y actividades a utilizar en cada uno.

Es importante que indicar que para el proyecto de “Creación y constitución de la empresa Pocket Deals” se creará una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), la cual estará formada por diversos socios que gozarán de un velo corporativo y cuyas aportaciones serán partes sociales no negociables. Cada uno de los socios contará con derechos y obligaciones.

Los interesados internos y externos se listan a continuación:

a. Interesados Internos:

- Sociedad Comercial
- Representante Legal
- Gerente de Proyecto

b. Interesados Externos:

- Abogado

- Servicios de Publicidad
- Servicios de desarrollo de software
- Ente Financiero
- Gobierno

6.1.10.2. Registro de Interesados

El registro de interesados brinda toda la información sobre los mismos, tal como:

- La fase en la cual participa cada interesado
- El rol o puesto que ocupa en el proyecto.
- Nivel de poder/interés, poder/influencia e influencia/impacto que el interesado posee en cada fase.

La Tabla 30 detalle el registro de interesados de cada fase para el proyecto de Creación y constitución de la empresa Pocket Deals.

Tabla 30 Registro de Interesados

Fase	Rol/Puesto	Poder/ Interés	Poder/ Influencia	Influencia/ Impacto
1.1 Inscripción Mercantil	Representante Legal	Alto	Alto	Alto
1.1 Inscripción Mercantil	Abogado	Alto	Alto	Alto
1.1 Inscripción Mercantil	IHSS	Bajo	Bajo	Alto
1.1 Inscripción Mercantil	SAR	Bajo	Bajo	Alto
1.1 Inscripción Mercantil	CCIT	Bajo	Alto	Alto
1.1 Inscripción Mercantil	Gobierno	Bajo	Bajo	Medio
1.2 Financiamiento	Sociedad Comercial	Alto	Alto	Alto
1.2 Financiamiento	Representante Legal	Alto	Media	Bajo
1.2 Financiamiento	Ente Financiero	Bajo	Bajo	Alta
1.2 Financiamiento	Gobierno	Bajo	Bajo	Medio
1.3 Contratos	Abogado	Alto	Alto	Alto
1.3 Contratos	Representante Legal	Alto	Medio	Alto
1.3 Contratos	Gobierno	Bajo	Bajo	Bajo

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación Tabla 30 Registro de Interesados

Fase	Rol/Puesto	Poder/ Interés	Poder/ Influencia	Influencia/ Impacto
1.4 Adquisición de Servicios	Representante Legal	Alto	Bajo	Medio
1.4 Adquisición de Servicios	Sociedad Comercial	Alto	Alto	Alto
1.4 Adquisición de Servicios	Gobierno	Bajo	Bajo	Medio
1.5 Contratación de Personal	Representante Legal	Alto	Alto	Alto
1.5 Contratación de Personal	Profesionales Postulados	Bajo	Bajo	Bajo
1.5 Contratación de Personal	Gobierno	Bajo	Bajo	Medio
1.6 Publicidad Preliminar.	Representante Legal	Alto	Alto	Alto
1.6 Publicidad Preliminar.	Sociedad Comercial	Alto	Alto	Alto
1.6 Publicidad Preliminar.	Agencia de Publicidad	Bajo	Bajo	Alto

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.10.3. Matriz de Análisis de Interesados

La matriz de influencia e impacto agrupa a los interesados según la influencia, la cual determina la participación activa en el proyecto; y el impacto, que se encuentra ligado a la capacidad de efectuar cambios a la ejecución o planificación del proyecto.

A continuación, presentamos la Tabla 31 que muestra la matriz de influencia e impacto desarrollada para este proyecto con el fin de informar la posición, que presenta cada interesado:

Tabla 31 Matriz de influencia e impacto

		Poder	
		Bajo	Alto
Influencia	Alto	Servicios de publicidad Servicios de desarrollo de software IHSS SAR	Representante Legal Sociedad Comercial Abogado Gerente de Proyecto
	Bajo	Gobierno	Ente Financiero

Fuente: Elaboración propia (2021).

Así como la matriz anterior, la matriz de relevancia de actores interesados, agrupa estos últimos basándose en su nivel de poder, y su nivel de interés con respecto al proyecto.

A continuación, la Tabla 32 presentan los grupos que se asignarán a cada interesado según su nivel de poder e interés:

Tabla 32 Matriz de relevancia de actores interesados

Poder	Alto	Mantener satisfechos	Atender estrechamente
	Bajo	Supervisar eventualmente	Mantener informados
		Negativo	Positivo
Interés			

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.10.4. Plan de Interesados

Cuando los interesados ya fueron identificados, así como su nivel de poder e influencia en el proyecto, se desarrolla el plan de gestión de interesados, el cual contempla la fase, el rol o puesto, la estrategia abordar con cada interesado y la actividad a realizar para mantenerlo activo e involucrado en el proyecto según el grupo al cual pertenece. En Tabla 33 se muestra las estrategias y actividades a abordar con cada interesado:

Tabla 33 Estrategias y actividades a abordar con cada interesado

Fase	Rol/Puesto	Estrategia Preliminar	Actividad
1.1 Inscripción Mercantil	Representante Legal	Atender estrechamente	Monitorear plan de trabajo, participar activamente en las actividades asignadas.
1.1 Inscripción Mercantil	Abogado	Atender estrechamente	Proporcionar las salidas correspondientes a los inputs proporcionados.
1.1 Inscripción Mercantil	IHSS	Mantener Satisfechos	Proporcionar documentación respectiva.
1.1 Inscripción Mercantil	SAR	Mantener Satisfechos	Proporcionar documentación respectiva.
1.1 Inscripción Mercantil	CCIT	Mantener Satisfechos	Proporcionar documentación respectiva.
1.1 Inscripción Mercantil	Gobierno	Supervisar eventualmente	Monitorear cambios de ley y/o procedimientos legales.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación Tabla 33 Estrategias y actividades a abordar con cada interesado

Fase	Rol/Puesto	Estrategia Preliminar	Actividad
1.2 Financiamiento	Sociedad Comercial	Atender estrechamente	Invitar a participar en reuniones para la toma de decisiones.
1.2 Financiamiento	Representante Legal	Atender estrechamente	Monitorear plan de trabajo, participar activamente en las actividades asignadas.
1.2 Financiamiento	Ente Financiero	Mantener Informados	Informes del estado financiero de la empresa.
1.2 Financiamiento	Gobierno	Supervisar eventualmente	Monitorear cambios de ley y/o procedimientos legales.
1.3 Contratos	Abogado	Atender estrechamente	Proporcionar las salidas correspondientes a los inputs proporcionados.
1.3 Contratos	Representante Legal	Atender estrechamente	Monitorear plan de trabajo, participar activamente en las actividades asignadas.
1.3 Contratos	Gobierno	Supervisar eventualmente	Monitorear cambios de ley y/o procedimientos legales.
1.4 Adquisición de Servicios	Representante Legal	Atender estrechamente	Monitorear plan de trabajo, participar activamente en las actividades asignadas.
1.4 Adquisición de Servicios	Sociedad Comercial	Atender estrechamente	Invitar a participar en reuniones para la toma de decisiones.
1.4 Adquisición de Servicios	Gobierno	Supervisar eventualmente	Monitorear cambios de ley y/o procedimientos legales.
1.5 Contratación de Personal	Representante Legal	Atender estrechamente	Monitorear plan de trabajo, participar activamente en las actividades asignadas.
1.5 Contratación de Personal	Gobierno	Supervisar eventualmente	Monitorear cambios de ley y/o procedimientos legales.
1.6 Publicidad Preliminar.	Representante Legal	Atender estrechamente	Monitorear plan de trabajo, participar activamente en las actividades asignadas.
1.6 Publicidad Preliminar.	Sociedad Comercial	Atender estrechamente	Invitar a participar en reuniones para la toma de decisiones.
1.6 Publicidad Preliminar.	Agencia de Publicidad	Mantener Satisfechos	Gerente de Proyecto

Fuente: Elaboración propia (2021).

En la siguiente Tabla se muestra el involucramiento planificado o actual y deseado de cada interesado, según su clasificación anterior.

Tabla 34 Matriz de Evaluación del involucramiento de los interesados

Interesado	Desconocedor	Reticente	Neutral	De Apoyo	Líder
Sociedad Comercial					A, D
Representante Legal					A, D

A=Actual, D=Deseado

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación Tabla 34 Matriz de Evaluación del involucramiento de los interesados

Interesado	Desconocedor	Reticente	Neutral	De Apoyo	Líder
Abogado				A, D	
Ente Financiero			A, D		
Gobierno	A, D				
CCIT	A, D				
IHSS	A, D				
SAR	A, D				
Agencia de Publicidad			A	D	

A=Actual, D=Deseado

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.3. Gestión del Alcance

La gestión del alcance incluye todos los procesos necesarios para garantizar que el proyecto abarque todas las actividades requeridas para completar el trabajo con éxito y de manera satisfactoria. Su objetivo principal será determinar y controlar qué se incluye y qué no en el proyecto.

6.1.2.1. Plan de Gestión de Alcance

En el plan de gestión de alcance definirá la forma en la cual se validará y controlará el alcance del proyecto, siendo parte importante de ello la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT), la cual ayuda a identificar las actividades que se deben realizar conforme a los objetivos planteados del mismo.

6.1.2.2. Enunciado del Alcance del Proyecto.

Desarrollar un plan de acción que incluya el procedimiento legal pertinente para la constitución de la empresa Pocket Deals, considerando también los recursos necesarios para comenzar operaciones y la publicidad preliminar para la captación de clientes.

El proyecto se dividirá en 6 entregables, los cuales son:

- Inscripción Mercantil
- Financiamiento
- Contratos
- Adquisición de Servicios
- Contratación de Personal
- Publicidad Preliminar

Los entregables en la lista anterior, contemplan el alcance de este proyecto, considerando desde el procedimiento necesario para la creación de la sociedad, obtener los permisos de operación, realizar el procedimiento adecuado para adquirir un préstamo, que permitirá financiar las fases consecuentes y no contempladas en este documento.

También, se considera la creación de los contratos legales necesarios para los distintos aspectos a cubrir como ser: proveedores, clientes y contratos laborales individuales realizados por un experto.

La adquisición de los recursos necesarios para comenzar operaciones desde el humano, financiero, equipo de oficina hardware y software. El proceso de contratación de personal idóneo para cubrir los perfiles profesionales esenciales para comenzar operaciones y, por último, pero no menos importante, la publicidad preliminar que pautara el inicio como empresa dentro del mercado.

6.1.2.3. Estructura de Desglose Trabajo

La EDT permitirá visualizar la cantidad de recursos humanos que se necesitaran de manera general para el proyecto. También se utilizará de base para iniciar el análisis de costos, análisis de personal y tiempos exactos en los que trabajará el proyecto. Con el objetivo de determinar las

fases, las actividades y cómo se ejecutarán, a continuación, se presenta el desglose de tareas en la

Figura 25:

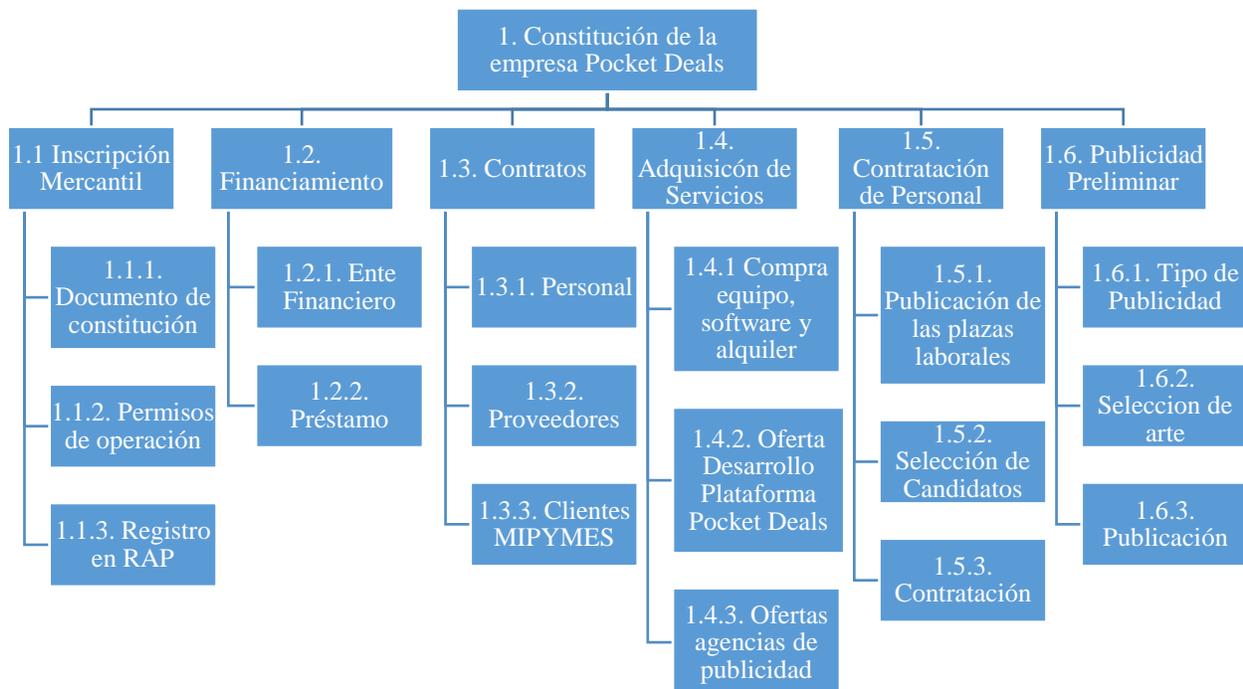


Figura 25 Estructura de Desglose Trabajo de Pocket Deals

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.2.4. Diccionario de la Estructura de Desglose Trabajo (EDT).

Con el objetivo de definir las actividades a ejecutar cuando se inicie el proyecto, se realiza el diccionario de la EDT. Este permitirá determinar y definir cada componente de la misma; estableciendo la definición del alcance, los productos entregables definidos, la lista de actividades, los hitos, fechas de inicio y fin, los recursos requeridos, y los encargados de cada actividad y tarea.

Para la Entregable 1 de Inscripción mercantil, se detalla la siguiente información de los componentes del diccionario del EDT reflejadas en la Tabla 35.

Tabla 35 Entregable 1 Inscripción Mercantil

Entregable 1: Inscripción Mercantil	
Código	1.1
Descripción	En esta etapa se llevará a cabo todos los pasos con los procesos necesarios para constituir la empresa legalmente, inscribiendo la misma ante los distintos entes gubernamentales respectivos.
Actividades	1.1.1 Documento de Constitución 1.1.1.1 Pagar derechos de inscripción 1.1.1.2 Presentar documentos ante ventanilla 1.1.2 Permisos de operación 1.1.2.1 Inscripción en el registro CCIT 1.1.2.2 Obtención de RTN en el SAR 1.1.3 Registro Régimen de Aportaciones Privadas (RAP) e IHSS 1.1.3.1 Registro en el IHSS 1.1.3.2 Registro en RAP
Responsables	Gerente de Proyectos.

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 36 muestra la información de los componentes del diccionario del EDT para el Entregable 2 Financiamiento.

Tabla 36 Entregable 2 Financiamiento

Entregable 2: Financiamiento	
Código	1.2
Descripción	En esta etapa se reunirá información de los distintos entes financieros para optar por el que convenga, con el fin de obtener el financiamiento para el proyecto.
Actividades	1.2.1 Ente Financiero 1.2.1.1 Información de préstamos 1.2.1.2 Selección de ente financiero 1.2.4 Préstamo 1.2.4.1 Reunir documentación 1.2.4.2 Solicitar préstamo 1.2.4.3 Aprobación de préstamo 1.2.4.4 Obtencion de Financiamiento
Responsables	Abogado. Gerente de Proyectos.

Fuente: Elaboración propia (2021).

En la Tabla 37 se detalla la información para la Entregable 3 de Contratos.

Tabla 37 Entregable 3 Contratos

Entregable 3: Contratos	
Código	1.3
Descripción	Se contratará los servicios de un abogado para realizar los contratos legales que involucran proveedores, contratación de personal y el contrato de servicio dirigido a los Clientes MIPYMES.
Actividades	1.3.1 Personal 1.3.1.1 Perfil de la plaza documentado 1.3.1.2 Contrato individual del trabajo 1.3.1.3 Reglamento interno de trabajo (RIT) 1.3.1.4 Contrato de confidencialidad 1.3.2 Proveedores 1.3.2.1 Requerimientos para proveedores documentados 1.3.2.3 Contrato para proveedores 1.3.3 Clientes MIPYMES 1.3.3.1 Acuerdos de servicios documentados 1.3.3.2 Contrato para Clientes MIPYMES
Responsables	Abogado. Gerente de Proyectos.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Para la Entregable 4 de Adquisición de Servicios, se detalla la siguiente información de los componentes del diccionario del EDT reflejadas en la Tabla 38.

Tabla 38 Entregable 4 Adquisición de Servicios

Entregable 4: Adquisición de Servicios	
Código	1.4
Descripción	En esta etapa, se realizarán las compras necesarias de los recursos para la operación de la empresa; así como, la publicación de ofertas para el desarrollo de la plataforma web digital y para la contratación de una agencia de publicidad.
Actividades	1.4.1 Compra de equipo y alquiler 1.4.1.1 Requisitos del equipo y alquiler 1.4.1.2 Licitación de equipos de hardware y alquiler 1.4.1.3 Documentación de software pre-seleccionado 1.4.1.4 Aprobación de compra del equipo, alquiler y software 1.4.2 Ofertas Desarrollo Plataforma Pocket Deals 1.4.2.1 Creación de licitación 1.3.2.2 Publicación de licitación 1.3.2.3 Adjudicación 1.3.3 Ofertas de Agencias de publicidad 1.3.3.1 Creación de licitación 1.3.3.2 Publicación de licitación 1.3.3.3 Adjudicación
Responsables	Gerente de Proyectos y Sociedad Comercial

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 39 muestra la información de los componentes del diccionario del EDT para el Entregable 5 Contratación de Personal.

Tabla 39 Entregable 5 Contratación de Personal

Entregable 5 Contratación de Personal	
Código	1.5
Descripción	En este entregable, se realizará la documentación del perfil para las plazas laborales que posteriormente se publicarán en los medios seleccionados. También se llevará a cabo el proceso de selección y contratación de candidatos para los distintos perfiles requeridos.
Actividades	1.5.1 Publicación de las plazas laborales 1.5.1.1 Estructura e Información de la Plaza 1.5.1.2 Medios de Publicación 1.5.2 Selección de Candidatos 1.5.2.1 Revisión de curriculum vitae 1.5.2.2 Evaluación psicométrica 1.5.2.3 Entrevista 1.5.2.4 Informe de seleccionados 1.5.3 Contratación 1.5.3.1 Firma de contrato laboral 1.5.3.2 Incorporación al puesto
Responsables	Gerente de Proyectos.

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 40 muestra la información de los componentes del diccionario del EDT para el Entregable 6 Publicidad Preliminar.

Tabla 40 Entregable 6 Publicidad Preliminar

Entregable 6: Publicidad Preliminar	
Código	1.6
Descripción	En esta etapa, se realizará la estrategia de mercado adecuada para promocionar la empresa y los servicios que Pocket Deals ofrecerá al mercado.
Actividades	1.6.1 Tipo de Publicidad 1.6.1.1 Selección de medios de publicidad 1.6.2 Selección de arte 1.6.2.1 Creación de arte propuesta 1.6.2.2 Aprobación de artes 1.6.3 Publicación 1.6.3.1 Estrategia de publicidad 1.6.3.2 Reportes de retroalimentación
Responsables	Gerente de Proyecto Agencia de Publicidad

Fuente: Elaboración propia (2021)

6.1.2.1. Verificación y Control del Alcance

Para el alcance, es importante establecer métodos de verificación de cumplimiento, criterios de aceptación, estrategias de control y asignación de responsables. La Tabla 41 muestra esta información.

Tabla 41 Matriz de Trazabilidad

Entregables	Justificación	Criterios de aceptación	Entregables (EDT)/ Medios de verificación	Responsables
1.1 Inscripción Mercantil	a) Realizar el proceso de constitución de la empresa Pocket Deals.	Cumplir el 90% el cronograma establecido para el proceso.	Apertura de cuenta Documento del permiso de operación Documento del RTN Documentos de inscripción en el IHSS y RAP	Representante Legal Sociedad Comercial
1.2 Financiamiento	a) Realizar proceso de financiamiento	Obtención del préstamo	Financiamiento aprobado Documentación préstamo	Representante Legal
1.3 Contratos	b) Documentar requisitos a proveedores. c) Documentar perfiles laborales. d) Documentar condiciones de servicios.	Cumplir con el 100% de los contratos requeridos en el tiempo establecido.	Contratos para proveedores, clientes MIPYMES y contratos individuales laborales.	Representante Legal Abogado
1.4 Adquisición de Servicios	a) Documentar requisitos del equipo y servicio de alquiler. b) Documentar el software preseleccionado	Cumplir con los requisitos establecidos para cada adquisición.	Documento de aprobación de compra. Facturas de compra y/o copia de contrato de adquisición de servicio.	Representante Legal
1.5 Contratación de Personal	a) Definir y documentar el perfil laboral. b) Publicación del perfil. c) Selección y contratación de candidatos.	Cobertura total de las plazas solicitadas.	Personal contratado.	Representante Legal
1.6 Publicidad Preliminar	a) Artes propuestos b) Selección de artes c) Publicación	Cumplimiento de al menos el 90% del cronograma establecido al entregable.	Reportes de retroalimentación de publicidad.	Agencia de Publicidad Representante Legal

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 40 detalla los entregables que se extenderán por cada fase del proyecto. Se establecen los criterios de aprobación de cada documento con el porcentaje de aceptación que deberá cumplir, así como el o los responsables que recibirán dicha información. Esto permitirá llevar un control de los objetivos a cumplir a lo largo de la ejecución del proyecto.

6.1.4. Gestión del Cronograma

La Gestión del Cronograma del proyecto de “Constitución y Operación de la Empresa Pocket Deals” permitirá definir, estimar, desarrollar y controlar las actividades para la ejecución del mismo. A continuación, se detalla la información de la gestión del cronograma.

6.1.3.1. Plan de Gestión de Cronograma.

El Plan de Gestión de Cronograma permite la correcta administración de los tiempos, plazas y duración de las distintas fases o entregables de proyecto de “Constitución y Operación de la Empresa Pocket Deals”.

Se realizó un análisis completo de la estructuración del cronograma de trabajo, con el fin de focalizarse en las tareas, mejorar la dirección y el seguimiento.

Como metodología para la programación del cronograma del Proyecto, se utilizó el diagrama de Gantt. Dicho diagrama se desarrolló en la herramienta Microsoft Project 2016. La unidad de medida del tiempo estimado es de días hábiles por actividad.

Al establecer el alcance y los plazos totales de ejecución del proyecto, realizado por varias personas cercanas al mismo, se desarrolla el cronograma tomando los siguientes criterios:

- **Completo:** Cuando el cronograma representa todo el trabajo a ser realizado.
- **Realista:** Cuando el cronograma está en el contexto de las expectativas de tiempo y disponibilidad de recursos.
- **Aceptado:** Cuando el cronograma tiene el apoyo de los interesados en el proyecto.

Este proyecto tiene una duración de 121 días hábiles, el cual comenzará el 10 de enero del 2022 y finalizará el 30 de junio del 2022.

- a) Cronograma de Hitos. La Tabla 42 detalla los hitos, aquellos eventos puntuales y significativos que marca un momento importante en el desarrollo del proyecto.

Tabla 42 Cronograma de Hitos

Constitución y operación de la empresa Pocket Deals	
Inicio	lun 1/10/22
Empresa inscrita y constituida	mar 2/1/22
Obtencion de Financiamiento	jue 3/24/22
Obtencion de Contratos	vie 4/1/22
Contratación de los servicios	mié 5/11/22
Contratación de personal necesario	mar 5/3/22
Camapaña preliminar desarrollada	jue 6/30/22
Fin	mié 5/18/22

Fuente: Elaboración propia (2021).

Cada uno de los hitos expuestos anteriormente representan el cierre en cada fase, así como también, el tiempo o fecha estimada para el acontecimiento de cada uno; permitiendo apreciar el avance o retrasos en la ejecución del proyecto. También establece una guía y apoyo al control y monitoreo del desarrollo del cronograma durante la ejecución del proyecto.

6.1.3.2. Definición de las Actividades

Las actividades del proyecto se dividirán entre las 6 fases reflejadas en la EDT, tal como se observa en la Figura 1, dividiendo estas fases en Inscripción Mercantil, Financiamiento, Contratos, Adquisición de Servicios, Contratación de Personal y Publicidad Preliminar.

6.1.3.3. Cronograma y Ruta Crítica

A continuación, en la Tabla 43 se muestra el detalle de definición del cronograma desarrollado, listando las actividades que componen cada fase, así como la duración, fecha de inicio y fecha de culminación de cada una.

Tabla 43 Lista de actividades

EDT	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
1	Constitución y operación de la empresa Pocket Deals	121 días	lun 1/10/22	jue 6/30/22
1.1	Inscripción Mercantil	17 días	lun 1/10/22	mar 2/1/22
1.1.1	Documento de Constitución	8 días	lun 1/10/22	mié 1/19/22
1.1.1.1	Establecer sociedad	1 día	lun 1/10/22	lun 1/10/22
1.1.1.2	Imprimir protocolo de sociedad	3 días	mar 1/11/22	jue 1/13/22
1.1.1.3	Firmas para sociedad	1 día	vie 1/14/22	vie 1/14/22
1.1.1.4	Aperturar cuenta	1 día	lun 1/17/22	lun 1/17/22
1.1.1.5	Pagar derechos de inscripción	1 día	mar 1/18/22	mar 1/18/22
1.1.1.6	Presentar documentos ante ventanilla	1 día	mié 1/19/22	mié 1/19/22
1.1.2	Permisos de Operación	8 días	jue 1/20/22	lun 1/31/22
1.1.2.1	Inscripción en el registro CCIT	8 días	jue 1/20/22	lun 1/31/22
1.1.2.2	Obtención de RTN en el SAR	1 día	jue 1/20/22	jue 1/20/22
1.1.3	Registro RAP e IHSS	1 día	mar 2/1/22	mar 2/1/22
1.1.3.1	Registro en el IHSS	1 día	mar 2/1/22	mar 2/1/22
1.1.3.2	Registro en el RAP	1 día	mar 2/1/22	mar 2/1/22
1.1.3.4	Empresa inscrita y constituida	0 días	mar 2/1/22	mar 2/1/22
1.2	Financiamiento	37 días	mié 2/2/22	jue 3/24/22
1.2.1	Ente Financiero	5 días	mié 2/2/22	mar 2/8/22
1.2.1.1	Información de préstamos	2 días	mié 2/2/22	jue 2/3/22
1.2.1.2	Selección de ente financiero	3 días	vie 2/4/22	mar 2/8/22
1.2.4	Préstamo	32 días	mié 2/9/22	jue 3/24/22
1.2.4.1	Reunir documentación	1 día	mié 2/9/22	mié 2/9/22
1.2.4.2	Solicitar préstamo	1 día?	jue 2/10/22	jue 2/10/22
1.2.4.3	Aprobación de préstamo	30 días	vie 2/11/22	jue 3/24/22
1.2.4.4	Obtención de Financiamiento	0 días	jue 3/24/22	jue 3/24/22
1.3	Contratos	6 días	vie 3/25/22	vie 4/1/22
1.3.1	Personal	3 días	vie 3/25/22	mar 3/29/22
1.3.1.1	Perfil de la plaza documentado	1 día	vie 3/25/22	vie 3/25/22
1.3.1.2	Contrato Individual del trabajo	1 día	lun 3/28/22	lun 3/28/22
1.3.1.3	Reglamento Interno de trabajo	2 días	lun 3/28/22	mar 3/29/22
1.3.1.4	Contrato de confidencialidad	1 día	lun 3/28/22	lun 3/28/22
1.3.2	Proveedores	2 días	mar 3/29/22	mié 3/30/22
1.3.2.1	Requerimientos para proveedores documentados	1 día	mar 3/29/22	mar 3/29/22
1.3.2.2	Contrato para proveedores	1 día	mié 3/30/22	mié 3/30/22

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 43 Lista de actividades

EDT	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
1.3.3	Cientes MIPYMES	2 días	jue 3/31/22	vie 4/1/22
1.3.3.1	Acuerdos de servicios documentados	1 día	jue 3/31/22	jue 3/31/22
1.3.3.2	Contrato para Clientes MIPYMES	1 día	vie 4/1/22	vie 4/1/22
1.3.3.3	Obtencion de Contratos	0 días	vie 4/1/22	vie 4/1/22
1.4	Adquisición de Servicios	25 días	lun 4/4/22	mié 5/11/22
1.4.1	Compra de equipo y alquiler	18 días	lun 4/4/22	lun 5/2/22
1.4.1.1	Requisitos del equipo y alquiler	1 día	lun 4/4/22	lun 4/4/22
1.4.1.2	Licitación de equipos de hardware y alquiler	15 días	mar 4/5/22	jue 4/28/22
1.4.1.3	Documentación de software preseleccionado	1 día	vie 4/29/22	vie 4/29/22
1.4.1.4	Aprobación de compra del equipo, alquiler y software	1 día	lun 5/2/22	lun 5/2/22
1.4.2	Ofertas Desarrollo Plataforma Pocket Deals	25 días	lun 4/4/22	mié 5/11/22
1.4.2.1	Creación de licitación	1 día	lun 4/4/22	lun 4/4/22
1.4.2.2	Publicación de licitación	20 días	mar 4/5/22	jue 5/5/22
1.4.2.4	Selección de licitación	3 días	vie 5/6/22	mar 5/10/22
1.4.2.3	Adjudicación	1 día	mié 5/11/22	mié 5/11/22
1.4.3	Ofertas de Agencias de publicidad	25 días	lun 4/4/22	mié 5/11/22
1.4.3.1	Creación de licitación	1 día	lun 4/4/22	lun 4/4/22
1.4.3.2	Publicación de licitación	20 días	mar 4/5/22	jue 5/5/22
1.4.3.4	Selección de licitación	3 días	vie 5/6/22	mar 5/10/22
1.4.3.3	Adjudicación	1 día	mié 5/11/22	mié 5/11/22
1.4.3.5	Contratación de los servicios	0 días	mié 5/11/22	mié 5/11/22
1.5	Contratación de Personal	19 días	lun 4/4/22	mar 5/3/22
1.5.1	Publicación de las plazas laborales	2 días	lun 4/4/22	mar 4/5/22
1.5.1.1	Estructura e información de la plaza	1 día	lun 4/4/22	lun 4/4/22
1.5.1.2	Medios de publicación	1 día	mar 4/5/22	mar 4/5/22
1.5.2	Selección de Candidatos	15 días	mié 4/6/22	vie 4/29/22
1.5.2.1	Revisión de curriculums vitae	10 días	mié 4/6/22	vie 4/22/22
1.5.2.2	Evaluación psicométrica	1 día	lun 4/25/22	lun 4/25/22
1.5.2.3	Entrevista	1 día	mar 4/26/22	mar 4/26/22
1.5.2.4	Informe de seleccionados	3 días	mié 4/27/22	vie 4/29/22
1.5.3	Contratación	2 días	lun 5/2/22	mar 5/3/22
1.5.3.1	Firma de contrato laboral	1 día	lun 5/2/22	lun 5/2/22
1.5.3.2	Incorporación al puesto	1 día	mar 5/3/22	mar 5/3/22
1.5.3.3	Contratación de personal necesario	0 días	mar 5/3/22	mar 5/3/22

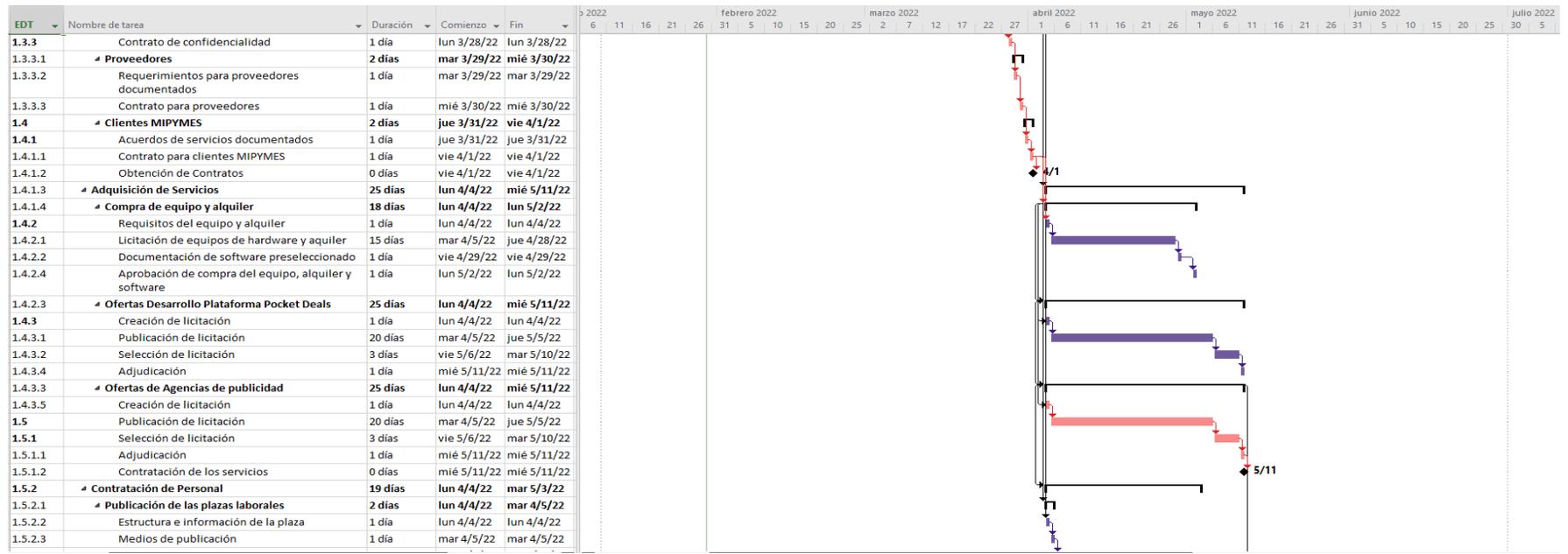
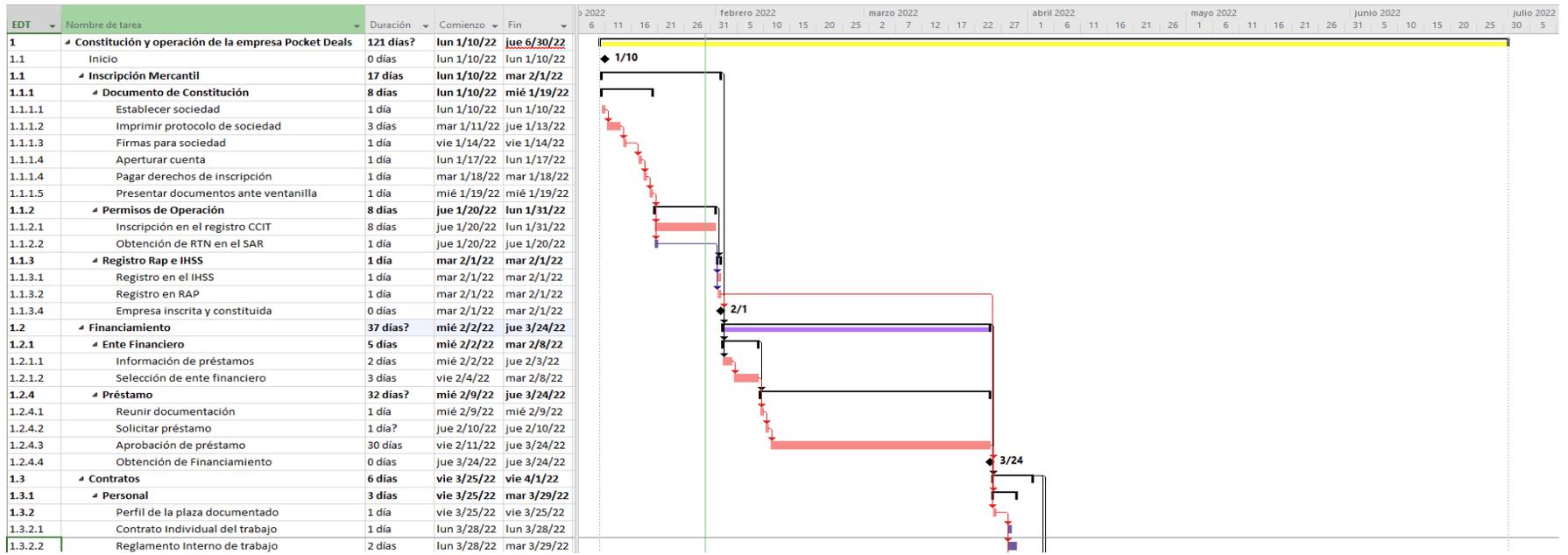
Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 43 Lista de actividades

EDT	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin
1.6	Publicidad Preliminar	36 días	jue 5/12/22	jue 6/30/22
1.6.1	Tipo de Publicidad	1 día	jue 5/12/22	jue 5/12/22
1.6.1.1	Selección de medios de publicidad	1 día	jue 5/12/22	jue 5/12/22
1.6.2	Selección de Arte	4 días	vie 5/13/22	mié 5/18/22
1.6.2.1	Creación de arte propuesta	3 días	vie 5/13/22	mar 5/17/22
1.6.2.2	Aprobación de Artes	1 día	mié 5/18/22	mié 5/18/22
1.6.3	Publicación	31 días	mié 5/18/22	jue 6/30/22
1.6.3.1	Estrategia de publicidad	30 días	jue 5/19/22	mié 6/29/22
1.6.3.2	Reportes de retroalimentación	1 día	jue 6/30/22	jue 6/30/22
1.6.3.3	Camapaña preliminar desarrollada	0 días	jue 6/30/22	jue 6/30/22
	Fin	0 días	mié 5/18/22	mié 5/18/22

Fuente: Elaboración propia (2021).

En la Figura 26 del diagrama de Gantt muestra la secuencia de las actividades de forma gráfica, para facilitar la comprensión del cronograma; logrando apreciar también la ruta crítica del mismo, la cual se encuentra indicada por las actividades de color rojo.



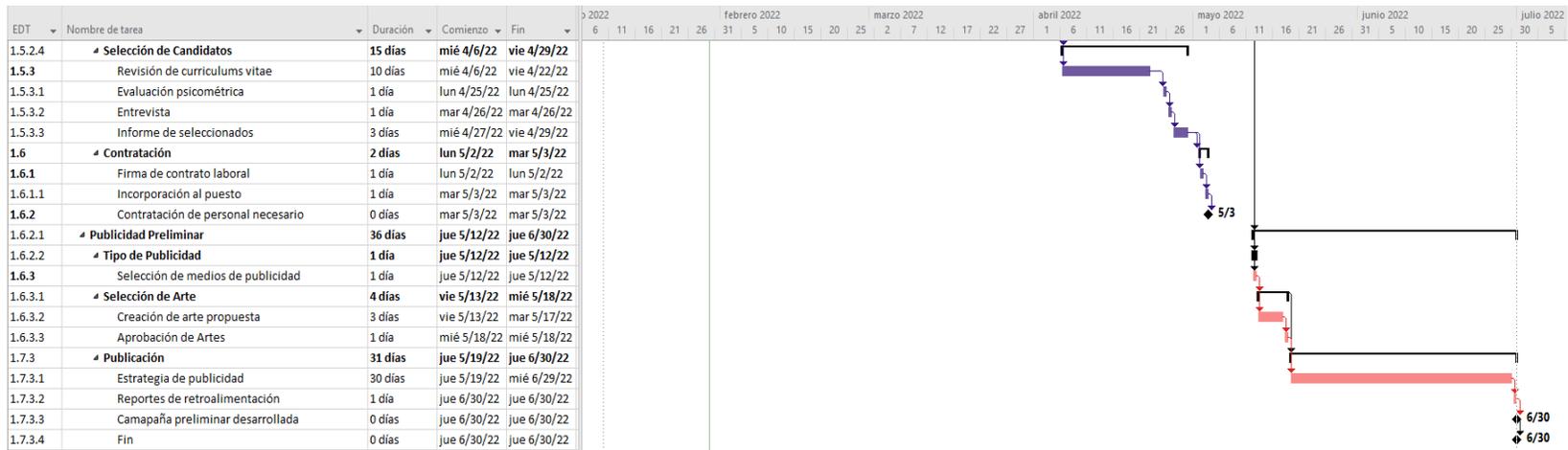


Figura 26 Diagrama de Gantt

Fuente: Elaboración propia (2021).

Al momento de realizar cambios en el cronograma del proyecto, se debe recurrir a herramientas como: revisiones de desempeño y análisis de variación; las cuales permitirán identificar y cuantificar la variación o el impacto del cambio con respecto a la línea base del cronograma. Esto brindará la información necesaria para actualizarla utilizando el ANEXO XXV y aplicar la acción correctiva o preventiva adecuada. Las solicitudes de cambios deberán ser aprobadas por el representante legal.

6.1.5. Gestión de Recursos.

La gestión de recursos es un proceso que integra las acciones necesarias para identificar y contratar los recursos humanos, materiales, de equipo y servicios necesarios para el inicio de operaciones de la empresa.

En las siguientes secciones se detalla el plan de gestión de recurso establecido para el proyecto.

6.1.6.1. Plan de Gestión de Recursos

El plan de gestión de recursos de la empresa Pocket Deals permitirá identificar las necesidades actuales y futuras de la empresa para ofrecer soluciones en función de la necesidad.

Este plan debe trabajarse de manera transversal con las unidades funcionales involucradas de la empresa, para que cada acción sea ejecutada para alcanzar los objetivos planteados. Su importancia yace en captar a los mejores aspirantes para cubrir las distintas posiciones; de igual manera, invertir esfuerzos oportunos, empoderar y motivar al equipo de la empresa, con el fin de obtener una mayor participación y compromiso del equipo.

Dentro de las actividades a realizar, se tiene que debe identificar los recursos necesarios en el aspecto humano, material, equipo y legal. La Tabla 44 resume los recursos identificados para el proyecto.

Tabla 44 Identificación de recursos para la empresa Pocket Deals

Recursos	Cantidad
Recurso Humano	Planilla directa <ul style="list-style-type: none"> ● 1 Gerente de Proyecto ● 1 Diseñador Gráfico ● 1 Especialista de Marketing/ Ventas Tercerización <ul style="list-style-type: none"> ● 1 Abogado ● 1 Contador
Recurso Material y equipo	<ul style="list-style-type: none"> ● 4 cajas de Bolígrafo ● 1 caja de papel ● 6 cajas paquetes de libretas ● 1 caja de folder ● 6 cajas paquetes de libretas ● 2 Computadoras portátiles Dell ● 1 Computadoras portátiles Mac ● 1 Monitor
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 pago de domicilio fiscal ● 1 pago de servicios de publicidad (Paquete Profesionista) ● 1 pago de servicios de Microsoft 365 ● 1 pago de servicios de Adobe Ilustrador ● 1 pago de servicios de Dominio ● 1 pago de servicios de Certificado de Seguridad ● 1 pago de servicios de Servidor (VPS- Virtual Private Server)
Recurso Legal	<ul style="list-style-type: none"> ● Permisos

Fuente: Elaboración propia (2021).

Con el equipo que se contratara se aplicaran las siguientes estrategias de capacitación y desarrollo de los miembros del equipo.

- Se realizará un periodo de inducción al equipo contratado que incluirá desde la socialización proyecto, sus funciones, roles y responsabilidades dentro del mismo.
- Se realizará un periodo de prueba para cada empleado.
- Todo el personal de la empresa se le practicará Evaluación de Desempeño semestrales, se dará retroalimentación en función de los resultados y será archivada en su expediente personal.
- Se incentivará el aprendizaje constante y delegación de tareas para poder profundizar en temas de interés para el proyecto.
- Se monitoreará los cambios del equipo para optimizar el desempeño de la empresa y sus

actividades.

- El gerente de proyecto deberá realizar reuniones en equipo para evaluar los avances y estancamiento de la empresa. Aspectos que determinaran el éxito de la empresa.

6.1.6.2. Estimación de Recursos

En esta sección se identifica el material que se necesitará cada recurso humano para ejecutar la actividad de la cual es responsable. En la Tabla 45 se muestra la estimación de los recursos por cada fase del proyecto.

Tabla 45 Estimación de recursos por fase

Paquete de trabajo	Actividades Por Realizar	Encargados	Materiales/ Servicios
1.1 Inscripción Mercantil	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la empresa • Obtener permisos de Operación • Registrar en el RAP e IHSS 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inscripción en el registro CCIT • Pagar Derechos de Inscripción • Apertura de cuenta y depósito
1.2 Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Información de entes financieros • Reunir información para préstamo • Obtención de Financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de cuenta y depósito como requisito de financiamiento
1.3 Contratos	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de los perfiles de las plazas • Elaboración Contrato Individual del trabajo • Creación de Reglamento Interno de trabajo • Elaboración Contrato de Confidencialidad • Establecer los requerimientos para proveedores • Elaboración Contrato de Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. • Abogado 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios legales •

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación Tabla 45 Estimación de recursos por fase

Paquete de trabajo	Actividades Por Realizar	Encargados	Materiales/ Servicios
1.4 Adquisición de Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los requisitos para el equipo, servicios y alquiler • Licitación de equipo, servicios y alquiler • Aprobación de equipo, servicios y alquiler • 	<ul style="list-style-type: none"> • Miembros de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. • Representante legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Papelería • Computadoras portátiles Dell • Computadoras portátiles Mac • Monitor • Servicio de domicilio fiscal • Servicios de Microsoft 365 • Servicios de Adobe Ilustrador • Servicios de Dominio • Servicios de Certificado de Seguridad • Servicios de Servidor (VPS- Virtual Private Server)
1.5 Contratación de Personal	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación del personal • Inducción a la empresa y al puesto 	<ul style="list-style-type: none"> • Miembros de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. • Representante legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de publicidad para publicar plazas laborales
1.6 Publicidad Preliminar	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de medios de publicidad • Aprobación de servicios y arte propuesta • Revisión de reportes de retroalimentación • Desarrollo de campaña 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L. • Gerente de proyectos • Especialista de Marketing/ Ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de publicidad (Paquete Profesionalista) • Servicios de publicidad impresa

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.6.3. Asignación de Responsabilidades

Cada persona en la empresa tendrá roles asignados; para determinar el funcionamiento ideal de la empresa. A continuación, se describe la Tabla 46 donde se detalla la asignación de responsabilidades o mejor conocida como Matriz RACI, la cual determina qué persona es

responsable de una actividad, quien deberá velar porque la actividad sea entregada dentro del marco de tiempo propuesto y esperado. Abajo se muestra la leyenda utilizada para la Matriz RACI.

LEYENDA DE MATRIZ RACI
<i>R = RESPONSABLE</i> <i>A = APROBADOR</i> <i>C = CONSULTADO</i> <i>I = INFORMADO</i> <i>- = NO APLICA</i>
<i>INCLUIR ESTOS DATOS EN LA TABLA SUPERIOR</i>

Tabla 46 Matriz de Asignación de Responsabilidades

ENTREGABLES	ROLES / PERSONAS												
	<i>GERENTE DEL PROYECTO</i>	<i>DISEÑADOR GRÁFICO</i>	<i>ESPECIALISTA MARKETING/ VENTAS</i>	<i>ABOGADO</i>	<i>CONTADOR</i>	<i>REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD COMERCIAL</i>	<i>SOCIEDAD COMERCIAL</i>	<i>INSTITUTO HONDUREÑO DE SEGURIDAD SOCIAL</i>	<i>SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN DE RENTA</i>	<i>CCIT</i>	<i>ENTE FINANCIERO</i>	<i>AGENCIA DE PUBLICIDAD</i>	<i>PATROCINADOR</i>
1.1 Inscripción Mercantil	-	-	-	C	-	R	I	A	A	A	I	-	I
1.2 Financiamiento	-	-	-	-	-	R	C	-	-	-	A	-	I
1.3 Contratos	-	-	-	R	-	A	I	-	-	-	I	-	I
1.4 Adquisición de Servicios	-	-	-	-	C	R	A	-	-	-	I	I	I
1.5 Contratación de Personal	I	I	I	-	I	R	A	I	I	I	I	-	I
1.6 Publicidad Preliminar	I	I	I	-	I	R	I	-	-	-	I	C	I

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.6.4. Descripción de Roles

La descripción de roles es el proceso donde se describan las responsabilidades de cada colaborador. Este proceso ofrece una ventaja importante al tener definida las tareas que realizará

cada uno de los colaboradores, sin dejar lugar a dudas sobre las responsabilidades que corresponde a cada uno.

Dentro de los roles identificados par el proyecto, se cuenta con el Patrocinador/ Sociedad Comercial Pocket Deals S.D.R.L., Representante Legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L., Gerente de Proyectos, Diseñador Gráfico y Especialista de Marketing/ Ventas. Todos estos roles son parte del equipo interno. El proyecto a su vez contará con un equipo externo, el abogado y el contador. Para este caso los servicios provistos serán tercerizado; por lo tanto, no se definen roles dado que para la contratación de estos servicios se realizará un documento de licitación donde se incluirán las funciones, el conocimiento y experiencia requerida.

La siguiente Tabla muestra la descripción del rol del Patrocinador/ Sociedad Comercial Pocket Deals S.D.R.L.

NOMBRE DEL ROL
Patrocinador/ Sociedad Comercial Pocket Deals S.D.R.L.
OBJETIVOS DEL ROL: <i>OBJETIVOS QUE DEBE LOGRAR EL ROL DENTRO DEL PROYECTO (¿PARA QUÉ SE HA CREADO EL ROL?).</i>
Es la persona que brinda el apoyo financiero a el proyecto. Es el principal interesado en el éxito del proyecto, y por tanto, la persona que apoya, soporta, y defiende el proyecto.
RESPONSABILIDADES: <i>TEMAS PUNTUALES POR LOS CUALES ES RESPONSABLE (¿DE QUÉ ES RESPONSABLE?).</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Aprobar el Project Charter. • Aprobar la Definición del Alcance. • Aprobar el Plan de Dirección del Proyecto.
FUNCIONES: <i>FUNCIONES ESPECÍFICAS QUE DEBE CUMPLIR (¿QUÉ DEBE REALIZAR PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS Y CUBRIR SUS RESPONSABILIDADES?).</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Firmar el Contrato del Proyecto. • Iniciar el proyecto. • Aprobar la planificación del proyecto. • Monitorear el estado general del proyecto. • Cerrar el proyecto. • Monitorear y aprobar el Control de Cambios del proyecto. • Aprobar la Asignación de recursos al proyecto. • Designar y empoderar al Project Manager. • Ayudar en la solución de problemas y superación de obstáculos del proyecto.
NIVELES DE AUTORIDAD: <i>QUÉ DECISIONES PUEDE TOMAR CON RELACIÓN AL ALCANCE, CRONOGRAMA, COSTO, CALIDAD, RECURSOS Y MATERIALES, PLANES Y PROGRAMAS, INFORMES Y ENTREGABLES, ADQUISICIONES, CONTRATOS, PROVEEDORES, ETC.</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Decide sobre recursos humanos y materiales asignados al proyecto. • Decide sobre modificaciones a las líneas base del proyecto. • Decide sobre planes y programas del proyecto.
REPORTA A: <i>A QUIÉN REPORTA DENTRO DEL PROYECTO.</i>

No aplica	
SUPERVISA A: <i>A QUIÉNES SUPERVISA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
A Project Manager	
REQUISITOS DEL ROL: <i>QUÉ REQUISITOS DEBEN CUMPLIR LAS PERSONAS QUE ASUMAN EL ROL.</i>	
CONOCIMIENTOS: <i>QUÉ TEMAS, MATERIAS, O ESPECIALIDADES DEBE CONOCER, MANEJAR O DOMINAR.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación fluida • Gestión de Proyectos según el PMBOK.
HABILIDADES: <i>QUÉ HABILIDADES ESPECÍFICAS DEBE POSEER Y EN QUÉ GRADO.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 5 años de experiencia en proyectos similares • Autoridad • Credibilidad • Habilidad de delegar • Disponibilidad para atender reuniones y/o toma de decisiones
EXPERIENCIA: <i>QUÉ EXPERIENCIA DEBE TENER, SOBRE QUÉ TEMAS O SITUACIONES, Y DE QUÉ NIVEL.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad de delegar • Manejo de sobrecarga • Comunicación fluida
OTROS: <i>OTROS REQUISITOS ESPECIALES TALES COMO GÉNERO, EDAD, NACIONALIDAD, ESTADO DE SALUD, CONDICIONES FÍSICAS, ETC.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de visitar el sitio del proyecto

A continuación, la Tabla muestra la descripción del rol del Representante Legal Sociedad Comercial Pocket Deals S.D.R.L.

NOMBRE DEL ROL
Representante Legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L.
OBJETIVOS DEL ROL: <i>OBJETIVOS QUE DEBE LOGRAR EL ROL DENTRO DEL PROYECTO (¿PARA QUÉ SE HA CREADO EL ROL?).</i>
Es la persona que gestiona la inscripción en el registro mercantil de la Sociedad Comercial. Es el rol principal para la aprobación y autorización de pagos, contrataciones de equipos y servicios y lo relacionado a la Sociedad Comercial.
RESPONSABILIDADES: <i>TEMAS PUNTUALES POR LOS CUALES ES RESPONSABLE (¿DE QUÉ ES RESPONSABLE?).</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Inscripción en el registro mercantil CCIT. • Gestión de cuentas bancarias • Gestión y contratación de Servicio Legales. • Realizar la Reunión de Coordinación Mensual. • Aprobación de Contratación de Equipos y Servicios. • Negociar y firmar Contrato con los proveedores. • Negociar y firmar Contrato con el personal a ser contratado. • Aprobación de artes como propuesta. • Revisión y aprobación de informes.
FUNCIONES: <i>FUNCIONES ESPECÍFICAS QUE DEBE CUMPLIR (¿QUÉ DEBE REALIZAR PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS Y CUBRIR SUS RESPONSABILIDADES?).</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Inscripción en el registro mercantil CCIT. • Pago de derecho de inscripción. • Apertura de cuenta y depósito por la inscripción. • Negociar, aprobar y firmar contratos con proveedores. • Negociar, aprobar y firmar contratos con personal. • Aprobación de artes o diseños de anuncios publicitarios.

<ul style="list-style-type: none"> • Aprobación de pagos a proveedores. • Aprobación de pagos a personal. • Aprobación y gestión de equipo y servicios. • Ayudar a gestionar los temas contractuales con los proveedores. • Gestionar los recursos del proyecto. • Solucionar problemas y superar los obstáculos del proyecto. 	
NIVELES DE AUTORIDAD: <i>QUÉ DECISIONES PUEDE TOMAR CON RELACIÓN AL ALCANCE, CRONOGRAMA, COSTO, CALIDAD, RECURSOS Y MATERIALES, PLANES Y PROGRAMAS, INFORMES Y ENTREGABLES, ADQUISICIONES, CONTRATOS, PROVEEDORES, ETC.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Decide sobre la contratación de servicios. • Decide sobre la contratación de equipo. • Decide sobre la aprobación de pagos. • Decide sobre los proveedores y contratos del proyecto, siempre y cuando no excedan lo presupuestado. 	
REPORTA A: <i>A QUIÉN REPORTA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
Patrocinadores del Proyecto y Sociedad Comercial	
SUPERVISA A: <i>A QUIÉNES SUPERVISA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de Proyectos 	
REQUISITOS DEL ROL: <i>QUÉ REQUISITOS DEBEN CUMPLIR LAS PERSONAS QUE ASUMAN EL ROL.</i>	
CONOCIMIENTOS: <i>QUÉ TEMAS, MATERIAS, O ESPECIALIDADES DEBE CONOCER, MANEJAR O DOMINAR.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Proyectos según el PMBOK. • MS Project. • Estándares de Capacitación de la empresa.
HABILIDADES: <i>QUÉ HABILIDADES ESPECÍFICAS DEBE POSEER Y EN QUÉ GRADO.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 5 años de experiencia en proyectos similares • Comunicación precisa con diferentes personas para ejecutar el proyecto • Motivar al personal • Liderazgo • Negociación y solución de conflictos
EXPERIENCIA: <i>QUÉ EXPERIENCIA DEBE TENER, SOBRE QUÉ TEMAS O SITUACIONES, Y DE QUÉ NIVEL.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de software para llevar control de proyectos • Manejo de presupuesto y control • Auditorías y revisión continua del avance del proyecto • Control de la realización de las tareas críticas en el proyecto. • Identificación del paso crítico dentro del proyecto.
OTROS: <i>OTROS REQUISITOS ESPECIALES TALES COMO GÉNERO, EDAD, NACIONALIDAD, ESTADO DE SALUD, CONDICIONES FÍSICAS, ETC.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de visitar el sitio del proyecto

La Tabla muestra la descripción del rol del Gerente de Proyectos.

NOMBRE DEL ROL
Gerente de Proyectos
OBJETIVOS DEL ROL: <i>OBJETIVOS QUE DEBE LOGRAR EL ROL DENTRO DEL PROYECTO (¿PARA QUÉ SE HA CREADO EL ROL?).</i>
Es la persona que gestiona el proyecto y es el principal responsable por el éxito del proyecto. Por lo tanto, la persona que asume el liderazgo y la administración de los recursos del proyecto para lograr los objetivos fijados por el Patrocinador.
RESPONSABILIDADES: <i>TEMAS PUNTUALES POR LOS CUALES ES RESPONSABLE (¿DE QUÉ ES RESPONSABLE?).</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el Project Charter. • Elaborar la Definición del Alcance.

<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el Plan de Dirección del Proyecto. • Elaborar el Informe de Estado del Proyecto. • Realizar la Reunión de Coordinación Semanal. • Elaborar el Informe de Cierre del proyecto. • Negociar y firmar Contrato con los proveedores. • Negociar y firmar Contrato con el personal a ser contratado. 	
FUNCIONES: <i>FUNCIONES ESPECÍFICAS QUE DEBE CUMPLIR (¿QUÉ DEBE REALIZAR PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS Y CUBRIR SUS RESPONSABILIDADES?).</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al Patrocinador a iniciar el proyecto. • Planificar el proyecto. • Ejecutar el proyecto. • Controlar el proyecto. • Cerrar el proyecto. • Apoyar a Gestionar el Control de Cambios del proyecto. • Ayudar a Gestionar los temas contractuales con los proveedores. • Gestionar los recursos del proyecto. • Solucionar problemas y superar los obstáculos del proyecto. 	
NIVELES DE AUTORIDAD: <i>QUÉ DECISIONES PUEDE TOMAR CON RELACIÓN AL ALCANCE, CRONOGRAMA, COSTO, CALIDAD, RECURSOS Y MATERIALES, PLANES Y PROGRAMAS, INFORMES Y ENTREGABLES, ADQUISICIONES, CONTRATOS, PROVEEDORES, ETC.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Decide sobre la programación detallada de los recursos humanos y materiales asignados al proyecto. • Decide sobre la información y los entregables del proyecto. • Decide sobre los proveedores y contratos del proyecto, siempre y cuando no excedan lo presupuestado. 	
REPORTA A: <i>A QUIÉN REPORTA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
Patrocinadores del Proyecto y Representante Legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L.	
SUPERVISA A: <i>A QUIÉNES SUPERVISA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñador gráfico • Especialista en de Marketing/ Ventas • Contador • Abogado 	
REQUISITOS DEL ROL: <i>QUÉ REQUISITOS DEBEN CUMPLIR LAS PERSONAS QUE ASUMAN EL ROL.</i>	
CONOCIMIENTOS: <i>QUÉ TEMAS, MATERIAS, O ESPECIALIDADES DEBE CONOCER, MANEJAR O DOMINAR.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Proyectos según el PMBOK. • MS Project. • Estándares de Capacitación de la empresa.
HABILIDADES: <i>QUÉ HABILIDADES ESPECÍFICAS DEBE POSEER Y EN QUÉ GRADO.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 5 años de experiencia en proyectos similares • Comunicación precisa con diferentes personas para ejecutar el proyecto • Motivar al personal • Liderazgo • Negociación y solución de conflictos
EXPERIENCIA: <i>QUÉ EXPERIENCIA DEBE TENER, SOBRE QUÉ TEMAS O SITUACIONES, Y DE QUÉ NIVEL.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de software para llevar control de proyectos • Manejo de presupuesto y control • Auditorías y revisión continua del avance del proyecto • Control de la realización de las tareas críticas en el proyecto. • Identificación del paso crítico dentro del proyecto.
OTROS: <i>OTROS REQUISITOS ESPECIALES TALES COMO GÉNERO, EDAD, NACIONALIDAD, ESTADO DE SALUD, CONDICIONES FÍSICAS, ETC.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de visitar el sitio del proyecto

La siguiente Tabla muestra la descripción del rol del Diseñador Gráfico.

NOMBRE DEL ROL	
Diseñador Gráfico	
OBJETIVOS DEL ROL: <i>OBJETIVOS QUE DEBE LOGRAR EL ROL DENTRO DEL PROYECTO (¿PARA QUÉ SE HA CREADO EL ROL?).</i>	
Es la persona que se encargará de crear y transmitir mensajes a través de la imagen; creará diseños del contenido digital para la plataforma web digital Pocket Deals y para uso en la promoción de los clientes dentro de la plataforma.	
RESPONSABILIDADES: <i>TEMAS PUNTUALES POR LOS CUALES ES RESPONSABLE (¿DE QUÉ ES RESPONSABLE?).</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de diseños gráficos para materiales de marketing. ● Creación de logotipos y diseños de marca. ● Diseño de imágenes de redes sociales y activos de marketing digital. ● Creación de gráficos para medios impresos, digitales y sociales. ● Realización de estudios de mercado y análisis de la competencia. ● Establecer y seguir las pautas de la marca. ● Creación de gráficos digitales para todos los canales de redes sociales y en línea. ● Optimización de gráficos para impresión y web. 	
FUNCIONES: <i>FUNCIONES ESPECÍFICAS QUE DEBE CUMPLIR (¿QUÉ DEBE REALIZAR PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS Y CUBRIR SUS RESPONSABILIDADES?).</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de diseños gráficos para materiales de marketing. ● Creación de gráficos digitales para todos los canales de redes sociales y en línea. ● Optimización de gráficos para impresión y web. ● Creación de logotipos y diseños de marca. 	
NIVELES DE AUTORIDAD: <i>QUÉ DECISIONES PUEDE TOMAR CON RELACIÓN AL ALCANCE, CRONOGRAMA, COSTO, CALIDAD, RECURSOS Y MATERIALES, PLANES Y PROGRAMAS, INFORMES Y ENTREGABLES, ADQUISICIONES, CONTRATOS, PROVEEDORES, ETC.</i>	
No Aplica	
REPORTA A: <i>A QUIÉN REPORTA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
Gerente del Proyecto	
SUPERVISA A: <i>A QUIÉNES SUPERVISA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
No Aplica	
REQUISITOS DEL ROL: <i>QUÉ REQUISITOS DEBEN CUMPLIR LAS PERSONAS QUE ASUMAN EL ROL.</i>	
CONOCIMIENTOS: <i>QUÉ TEMAS, MATERIAS, O ESPECIALIDADES DEBE CONOCER, MANEJAR O DOMINAR.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Uso de herramienta Adobe Illustrator. ● Uso de herramienta Adobe Creative
HABILIDADES: <i>QUÉ HABILIDADES ESPECÍFICAS DEBE POSEER Y EN QUÉ GRADO.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Atención al detalle. ● Comunicación. ● Diseño de anuncios publicitarios. ● Tipografía.
EXPERIENCIA: <i>QUÉ EXPERIENCIA DEBE TENER, SOBRE QUÉ TEMAS O SITUACIONES, Y DE QUÉ NIVEL.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Candidato debe de tener mínimo 5 años de experiencia en implementación de proyectos automatizados ● 2 años de experiencia en diseño gráfico (o equivalente) ● Competencia con Adobe Creative Suite (incluye Diseño, Photoshop, InDesign, Illustrator) ● Fuerte comprensión de la teoría del color y la tipografía. ● Comprensión del marketing y la marca. ● Comprensión del proceso de diseño y capacidad de ejecución. ● Comunicación ● Capacidad para crear diseños para impresión y digital.

OTROS: <i>OTROS REQUISITOS ESPECIALES TALES COMO GÉNERO, EDAD, NACIONALIDAD, ESTADO DE SALUD, CONDICIONES FÍSICAS, ETC.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Título Universitario acreditado como Licenciatura en Diseño Gráfico
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

La Tabla muestra la descripción del rol del Especialista de Marketing/ Ventas.

NOMBRE DEL ROL
Especialista de Marketing/ Ventas
OBJETIVOS DEL ROL: <i>OBJETIVOS QUE DEBE LOGRAR EL ROL DENTRO DEL PROYECTO (¿PARA QUÉ SE HA CREADO EL ROL?).</i>
El especialista en marketing ayudará a desarrollar, ejecutar y supervisar los programas de marketing en una variedad de canales. Su trabajo también incluye investigar el mercado, analizar tendencias para ayudar a definir la estrategia de marketing de la organización y brindar asesoramiento sobre cómo llegar mejor al mercado objetivo.
RESPONSABILIDADES: <i>TEMAS PUNTUALES POR LOS CUALES ES RESPONSABLE (¿DE QUÉ ES RESPONSABLE?).</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Garantiza que los canales de redes sociales estén actualizados y generen un aumento constante en el flujo y los seguidores. ● Identifica los canales de medios apropiados donde los materiales de marketing de cada producto o servicio se pueden entregar al público. ● Lidera el equipo creativo para proponer ideas de marca, copia publicitaria, diseños gráficos y materiales promocionales. ● Desarrolla nuevas estrategias y campañas de marketing basadas en un análisis detallado de las fuerzas del mercado. ● Implementación, gestión y mensurabilidad de campañas de marketing. ● Garantiza que las campañas de marketing y el material promocional sean adecuados y adecuados para las diferentes regiones. ● Hace cumplir las pautas de marketing de marca para cada producto para crear una sensación de cohesión para cada campaña. ● Proporciona orientación y conocimientos expertos a los miembros del personal de marketing a lo largo de cada proyecto o campaña. ● Actúa como un recurso de referencia para obtener información de mercado e investigaciones precisas y actualizadas.
FUNCIONES: <i>FUNCIONES ESPECÍFICAS QUE DEBE CUMPLIR (¿QUÉ DEBE REALIZAR PARA LOGRAR SUS OBJETIVOS Y CUBRIR SUS RESPONSABILIDADES?).</i>
<ul style="list-style-type: none"> ● Garantiza que los canales de redes sociales estén actualizados y generen un aumento constante en el flujo y los seguidores. ● Identifica los canales de medios apropiados donde los materiales de marketing de cada producto o servicio se pueden entregar al público. ● Lidera el equipo creativo para proponer ideas de marca, copia publicitaria, diseños gráficos y materiales promocionales. ● Desarrolla nuevas estrategias y campañas de marketing basadas en un análisis detallado de las fuerzas del mercado. ● Implementación, gestión y mensurabilidad de campañas de marketing. ● Garantiza que las campañas de marketing y el material promocional sean adecuados y adecuados para las diferentes regiones. ● Hace cumplir las pautas de marketing de marca para cada producto para crear una sensación de cohesión para cada campaña. ● Proporciona orientación y conocimientos expertos a los miembros del personal de marketing a lo largo de cada proyecto o campaña. ● Actúa como un recurso de referencia para obtener información de mercado e investigaciones precisas y actualizadas.
NIVELES DE AUTORIDAD: <i>QUÉ DECISIONES PUEDE TOMAR CON RELACIÓN AL ALCANCE, CRONOGRAMA, COSTO,</i>

<i>CALIDAD, RECURSOS Y MATERIALES, PLANES Y PROGRAMAS, INFORMES Y ENTREGABLES, ADQUISICIONES, CONTRATOS, PROVEEDORES, ETC.</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Implementación y gestión de campañas de marketing. 	
REPORTA A: <i>A QUIÉN REPORTA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
Gerente del Proyecto	
SUPERVISA A: <i>A QUIÉNES SUPERVISA DENTRO DEL PROYECTO.</i>	
No Aplica	
REQUISITOS DEL ROL: <i>QUÉ REQUISITOS DEBEN CUMPLIR LAS PERSONAS QUE ASUMAN EL ROL.</i>	
CONOCIMIENTOS: <i>QUÉ TEMAS, MATERIAS, O ESPECIALIDADES DEBE CONOCER, MANEJAR O DOMINAR.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementación y gestión de campañas de marketing. ● Manejo de campañas publicitarias para producto digital/ plataformas web
HABILIDADES: <i>QUÉ HABILIDADES ESPECÍFICAS DEBE POSEER Y EN QUÉ GRADO.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación de plan de marketing y presupuesto anual.
EXPERIENCIA: <i>QUÉ EXPERIENCIA DEBE TENER, SOBRE QUÉ TEMAS O SITUACIONES, Y DE QUÉ NIVEL.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mínimo de 5 años relacionados con Marketing / Marketing Digital / Negocios. ● Experiencia en la creación de plan de marketing y presupuesto anual. ● Experiencia en el desarrollo de campañas en diferentes regiones del mundo es una ventaja.
OTROS: <i>OTROS REQUISITOS ESPECIALES TALES COMO GÉNERO, EDAD, NACIONALIDAD, ESTADO DE SALUD, CONDICIONES FÍSICAS, ETC.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Título Universitario acreditado como Licenciatura en Mercadeo o Administración de Empresas

6.1.6. Gestión de los Costos

La gestión de costos es un proceso que integra diferentes acciones de análisis, contrastes y ejecución de las finanzas de una empresa. Esta gestión permitirá cumplir con los objetivos establecidos y responsabilidades de manera satisfactoria.

En las siguientes secciones se detalla el plan de costos establecido para el proyecto.

6.1.4.1. Plan de Gestión de Costos

El plan de gestión de los costos describe la forma de cómo se planificará, estructurará y controlará los costos del proyecto. El plan de gestión de los costos establece lo siguiente:

- Unidades de medida a utilizar para estimar y trabajar cada tipo de recursos.
 - Recurso personal: Costo/hora

- Recurso material: unidades
- Recurso tecnológico: unidades
- Se realizará una estimación de los costos, se elaborará el presupuesto del proyecto y las respectivas reservas de gestión del proyecto. Además, se evaluará el impacto de cualquier cambio del costo y se deberá informar a los socios de la empresa sobre los efectos y consecuencias en el proyecto; realizando un énfasis en las consecuencias en los objetivos del proyecto.
- Con respecto al control de costo, se evaluarán integralmente teniendo en cuenta los objetivos del proyecto y los intercambios de la triple restricción. Se autorizará rápidamente los cambios de emergencia que potencialmente puedan impedir la normal ejecución del proyecto, y que debido a su naturaleza definitiva no puedan esperar a la reunión del comité de ejecutivo y que en total no excedan del 5% del presupuesto aprobado del proyecto. Estos cambios deberán ser expuestos en la siguiente reunión del equipo del proyecto.

En las secciones posteriores se realizará la estimación de costos para luego elaborar el presupuesto del proyecto.

6.1.4.2. Estimación de Costos.

La ejecución de dicho proyecto involucra una serie de fases y sus actividades, las cuales involucran tantos costos directos como indirectos. Para estimar los costos se utilizará la estimación ascendente: método que sirve para estimar un componente del trabajo. El costo de cada paquete de trabajo o actividad se calcula con el mayor nivel posible de detalle.

Para la Fase de Inscripción mercantil, se requieren los costos reflejados en la Tabla 47.

Tabla 47 Costos de la fase de Inscripción mercantil

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo-Unitario	Total
Pagar Derechos de Inscripción	1	Servicios	L. 5,000.00	L. 5,000.00
Inscripción en el registro CCIT	1	Servicios	L. 1,200.00	L. 1,200.00
Obtención de RTN en el SAR	1	Servicios	L. -	L. -
Apertura de cuenta y depósito	1	Servicios	L. 5,000.00	L. 5,000.00
Registro en el RAP	1	Servicios	L. -	L. -
Registro en el IHSS	1	Servicios	L. -	L. -
Total	6		L. 11,200.00	L. 11,200.00

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 48 muestra los costos requeridos para la Fase de Financiamiento.

Tabla 48 Costos de la fase de Financiamiento

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo-Unitario	Total
Apertura de cuenta y depósito como requisito de financiamiento	1	Servicios	L. 2,000.00	L. 2,000.00
Total	1		L. 2,000.00	L. 2,000.00

Fuente: Elaboración propia (2021).

En la Tabla 49 detalla los costos requeridos para la Fase de Contratos.

Tabla 49 Costos de la Fase de Contratos

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo-Unitario	Total
Contrato de Confidencialidad	1	Servicios de Abogado	L. 2,500.00	L. 2,500.00
Contrato Individual del Trabajo	1		L. 2,500.00	L. 2,500.00
Contrato de Proveedor	1		L. 2,500.00	L. 2,500.00
Reglamento Interno de Trabajo	1		L. 10,000.00	L. 10,000.00
Contrato para Clientes MIPYMES	1		L. 2,500.00	L. 2,500.00
Total	5		L. 20,000.00	L. 20,000.00

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 50 muestra los costos requeridos para la Fase de Adquisición de Servicios.

Tabla 50 Costos de la Fase de Adquisición de Servicios

Descripción	Cantidad	Unidad/ Proveedor	Costo-Unitario	Total
Bolígrafo	4	Cajas	L. 27.90	L. 111.60
Papel	1	Cajas	L. 979.00	L. 979.00
Libretas	6	Paquetes de 4 unidades	L. 49.90	L. 299.40
Folders	1	Paquetes de 50 unidades	L. 219.00	L. 219.00
Libretas	6	Paquetes de 4 unidades	L. 64.90	L. 389.40
Computadoras portátiles Dell	3	Pricesmart	L. 14,499.95	L. 43,499.85
Computadoras portátiles Mac	1	Jetstereo	L. 39,995.00	L. 39,995.00
Monitor	1	Pricesmart	L. 5,499.95	L. 5,499.95
Pago de domicilio fiscal	1	Workbox	L. 2,000.00	L. 2,000.00
Microsoft 365	1	Microsoft	L. 1,200.00	L. 1,200.00
Adobe Ilustrador	1	Adobe	L. 503.76	L. 503.76
Dominio	1	Name Cheap	L. 327.84	L. 327.84
Certificado de Seguridad	1	Name Cheap	L. 219.98	L. 219.98
Servidor (Virtual Private Server)	1	Amazon AWS	L. 4,553.04	L. 4,553.04
Total	29		L. 70,140.22	L. 99,797.82

Fuente: Elaboración propia (2021).

En la Tabla 51 detalla los costos requeridos para la Fase de Contratación de Personal.

Tabla 51 Costos de la Fase de Contratación de Personal

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo-Unitario	Total
Publicación de las plazas laborales	60	Servicios publicitarios	L. 6.15	L. 6.15
Publicidad para la plataforma impresa	3	Servicios publicitarios	L. 500.00	L. 500.00
Pago de planilla para el primer mes	1	Pago de Planilla	L. 45,000.00	L. 45,000.00
Total	64		L. 45,506.15	L. 45,506.15

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 52 muestra los costos requeridos para la Fase de Publicidad Preliminar.

Tabla 52 Costos de la Fase de Publicidad Preliminar

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo-Unitario	Total
Publicidad para la plataforma digital	3	Creo by VRD	L. 3,100.00	L. 9,300.00
Publicidad para la plataforma impresa	3000	Impresiones de volantes	L. 2.50	L. 7,500.00
Total	3003		L. 3,102.50	L. 16,800.00

Fuente: Elaboración propia (2021).

Los costos mencionados anteriormente son importantes dado que permiten conocer los costos requeridos por cada fase y actividad; también permite crear el presupuesto inicial para la empresa. Este nivel de detalle ayuda en el caso de ser necesario realizar algún ajuste, será más fácil identificar qué fase u actividad debe ser modificada.

6.1.4.3. Presupuesto

El proyecto contempla todos los fondos autorizados para ejecutar el proyecto en sus diferentes fases que incluye la reserva para contingencia, pero no incluye la reserva de gestión. Los fondos descritos en la Tabla 53 son los necesarios para poder constituir la empresa y sociedad Pocket Deals S.D.R.L. y comenzar las operaciones de la misma.

Sin embargo, se ha considerado en el EDT solicitar un préstamo para poder cubrir los costos operacionales para el resto del año. Estos costos serían considerados en otro proyecto de la empresa o una fase II de este proyecto.

Tabla 53 Presupuesto para Pocket Deals

PROYECTO	FASE	ENTREGABLE	MONTO EN LEMPIRAS	
CREACIÓN, CONSTITUCIÓN E INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA POCKET DEALS	1. FASE INSCRIPCIÓN MERCANTIL	1.1 Pagar Derechos de Inscripción	L5,000.00	
		1.2 Inscripción en el registro CCIT	L1,200.00	
		1.3 Obtención de RTN en el SAR	L0.00	
		1.4 Apertura de cuenta y depósito	L5,000.00	
		1.5 Registro en el RAP	L0.00	
		1.6 Registro en el IHSS	L0.00	
	Total Fase 1			L11,200.00
	2. FINANCIAMIENTO	2.1 Apertura de cuenta y depósito como requisito de financiamiento	L2,000.00	
	Total Fase 2			L2,000.00
	3. FASE DE CONTRATOS	3.1 Contrato de Confidencialidad	L2,500.00	
		3.2 Contrato Individual del Trabajo	L2,500.00	
		4.1 Contrato de Proveedor	L2,500.00	
		4.2 Reglamento Interno de Trabajo	L10,000.00	
		5.1 Contrato para Clientes MIPYMES	L2,500.00	
	Total Fase 3			L20,000.00
	4. ADQUISICIÓN DE SERVICIOS	4.1 Materiales de Oficina	L1,998.40	
		4.2 Equipo	L88,994.80	
		4.3 Suscripciones de software	L1,703.76	
		4.4 Pago de domicilio fiscal	L2,000.00	
		4.5 Dominio	L327.84	
		4.6 Certificado de Seguridad	L219.98	
		4.7 Servidor(VPS-Virtual Private Server)	L4,553.04	
	Total Fase 4			L99,797.82
	5. CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	5.1 Publicación de las plazas laborales	L369.00	
		5.2 Publicidad para la plataforma impresa	L45,000.00	
	Total Fase 5			L45,369.00
	6. PUBLICIDAD PRELIMINAR	6.1 Publicidad para la plataforma digital	L9,300.00	
		6.2 Publicidad para la plataforma impresa	L7,500.00	
Total Fase 6			L16,800.00	
Total de Fases			L195,166.82	
Reserva de Continencia			L19,516.68	
Reserva de Gestión			L0.00	
PRESUPUESTO DEL PROYECTO EN LEMPIRAS			L214,683.50	

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.4.4. Control de Costos

Para un proyecto es importante tener la capacidad para tomar decisiones en el momento oportuno. Esto es posible solo al contar con la información adecuada, clara y actualizada del progreso del proyecto. También es importante retroalimentar con información concisa a los interesados en el mismo. La herramienta del valor ganado (EVM) nos permite medir el desempeño del proyecto, comparando su avance real frente al que se haya planificado; permitiendo evaluar tendencias para formular posibles escenarios en la ejecución.

Utilizando la herramienta de EVM, se crearon tres escenarios; los cuales representan posibles situaciones a presentarse durante la ejecución del proyecto. Se tomó en cuenta los siguientes: escenario “ideal”, un atraso en la ejecución y un adelanto en el trabajo ejecutado.

La Figura 27 muestra un escenario “ideal” de ejecución del proyecto, en el cuál el índice de desempeño del presupuesto (CPI) mantiene un valor neutral. Esto refleja la eficiencia en el uso de los recursos y la distribución adecuada del presupuesto destinado. El índice de desempeño del cronograma (SPI) refleja, de igual forma, una eficiencia en el uso del tiempo; dado que no hay atrasos y todo fluye según lo esperado en la planificación. Para más detalle de los cálculos realizados, ver el ANEXO XXVI.

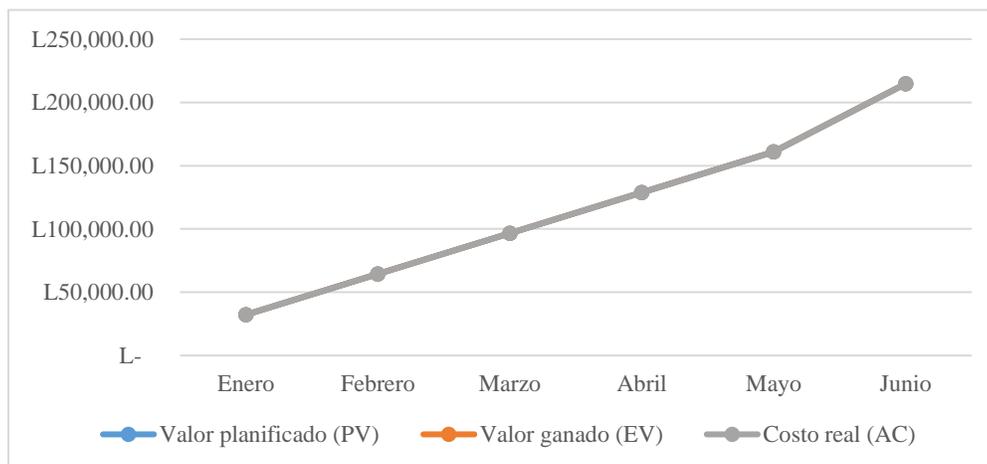


Figura 27 Simulación EVM Escenario: Ideal

Fuente: Elaboración propia (2021).

El siguiente escenario a contemplar es cuando se tiene un atraso en la ejecución del proyecto. En la Figura 28, se puede apreciar un impacto significativo en el CPI los primeros tres meses de ejecución. Estos se ven reflejando en el atraso con la planificación; la cual se recuperará a partir del cuarto mes, ejecutando valores que se encuentran dentro de lo presupuestado. El SPI en toda la ejecución es desfavorable, mostrando un notable atraso en el cumplimiento del cronograma establecido. Para más detalle de los cálculos realizados, ver el ANEXO XXVII.

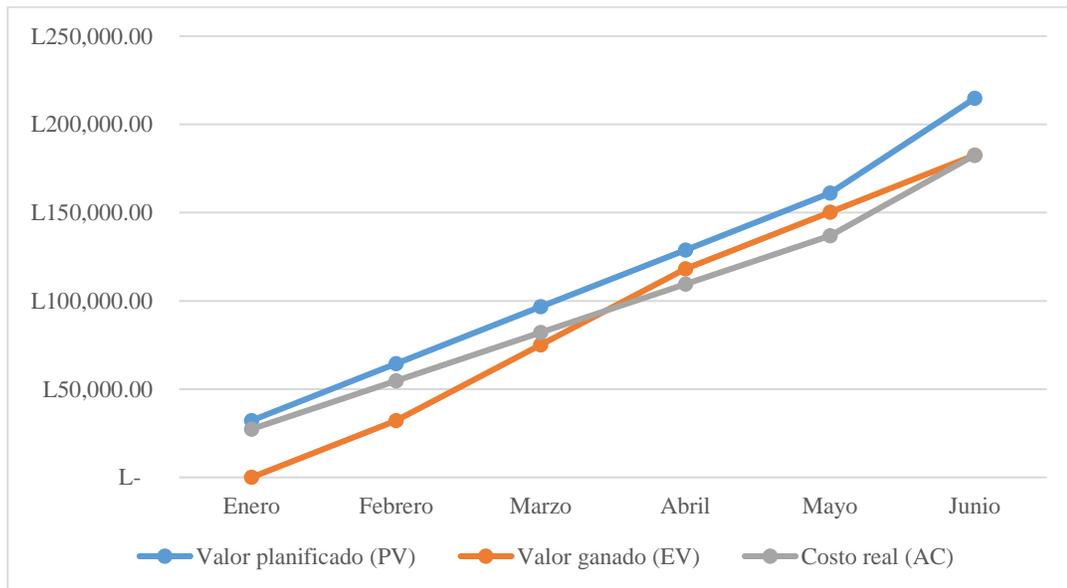


Figura 28 Simulación EVM Escenario: Atraso en la Ejecución

Fuente: Elaboración propia (2021).

El ultimo escenario a considerar es que la planificación del proyecto tuvo un avance mayor a lo estimado a lo largo de su ejecución. Este escenario muestra un CPI favorable y sus costos variables se encuentran dentro de lo presupuestado en el tiempo estimado. Por otro lado, el SPI también es favorable demostrando una eficiencia en el uso del tiempo. Para más detalle de los cálculos realizados, ver el ANEXO XXVIII.

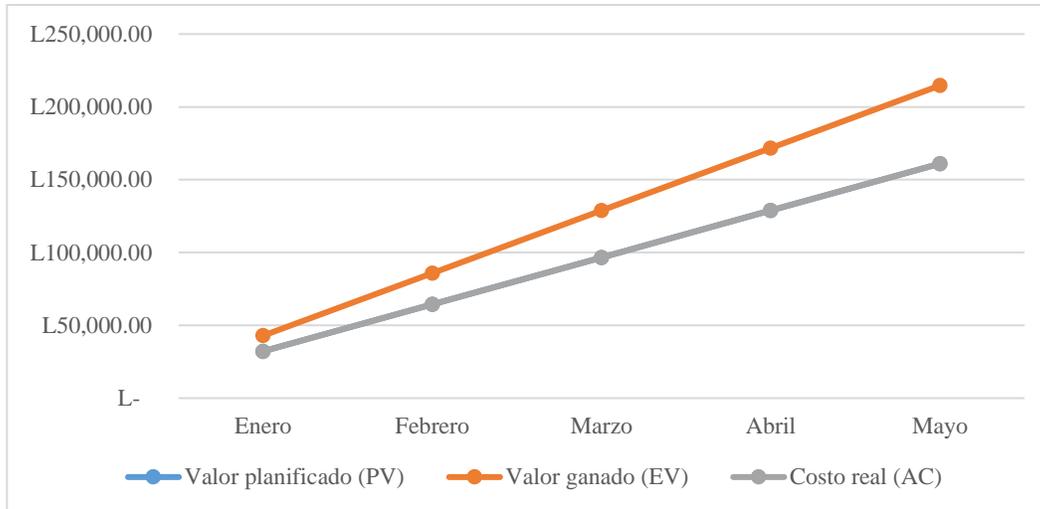


Figura 29 Simulación EVM de Escenario: Trabajo Ejecutado Adelantado

Fuente: Elaboración propia (2021).

Los escenarios mostrados anteriormente brindarán una noción del impacto a nivel de tiempo y costos que podrían llegar a suceder al momento de la ejecución del proyecto. Permitiendo manejar cualquier inconveniente o situación presentada al momento de la ejecución.

Control de cambio de presupuesto

Para realizar una solicitud de cambio se debe llenar el formato del ANEXO XXV; el cual será evaluado y analizado mediante la herramienta EVM por el representante legal, antes de su aprobación o declinación.

6.1.7. Gestión de la Calidad

La gestión de calidad se desarrolla con el propósito de definir la calidad durante las fases que dure el proyecto. El plan presenta las políticas y responsabilidades de calidad, así como el o los responsables para cumplir las mismas, para cumplir con las necesidades del proyecto.

6.1.5.1. Plan de Gestión de Calidad

El plan de gestión de calidad es el diseño sobre la mejor forma de manejar el proyecto durante sus actividades a lo largo de la duración del mismo, es el medio para determinar las responsabilidades, objetivos y las políticas de calidad; con el objetivo de que el proyecto cumpla con las necesidades por las que se creó. Además, de garantizar la calidad del proyecto junto con actividades de mejora continua durante el ciclo de vida del proyecto, y en caso de detectarse fallas, que puedan ser gestionados de forma rápida para poder adecuar las medidas correctivas para reducir el impacto.

El o los responsables de calidad asumen la responsabilidad por este documento y sus actualizaciones, a manera que sea requerido para el proyecto “Constitución y operación de la empresa Pocket Deals”.

El responsable de asegurar la calidad tiene la libertad de reportar anomalías y no conformidades con respecto a los requerimientos definidos del alcance, al siguiente nivel más alto en la cadena de liderazgo en la organización del proyecto. Los usuarios de este documento pueden reportar deficiencias o correcciones de este texto, utilizando el formato del ANEXO XXV por parte de los usuarios de este documento y esta sea aprobada, de acuerdo con el proceso que esté establecido por parte del representante legal o el administrador de proyectos.

Una tarea se considerará completa si se ha levantado un reporte de la actividad. Así como verificado los documentos a extender de cada una. Las actividades requieren de la coordinación y cooperación de cada involucrado para ser llevadas a cabo de forma satisfactoria.

6.1.5.2. Matriz de Actividades de Calidad

La Matriz de actividades de calidad permite determinar y planificar aquellas actividades necesarias para garantizar que los procesos dentro del proyecto se realicen con los más altos

estándares de satisfacción y desempeño. La Tabla 54 detalla la matriz de calidad para el proyecto.

Tabla 54 Matriz de Calidad

Fase	Factor de Calidad	Objetivo de Calidad	Métrica a Utilizar	Frecuencia de Medición	Frecuencia de Reporte
1.1 Inscripción Mercantil	Calidad del proceso de constitución	Verificar el proceso establecido	Revisión de documentación para realizar el proceso de inscripción mercantil	Diaria	Única
1.2 Financiamiento	Calidad del proceso de préstamo	Verificar del proceso de solicitud de préstamo	Revisión de documentación para realizar el préstamo con el ente financiero	Diaria	Semanal
1.3 Contratos	Calidad de contrato individual laboral	Verificar los requisitos extendidos	Revisión y comparación de documentos	Única	Única
1.3 Contratos	Calidad de contrato MIPYMES	Verificar los requisitos extendidos	Revisión y comparación de documentos	Única	Única
1.3 Contratos	Contrato para proveedores	Verificar los requisitos extendidos	Revisión y comparación de documentos	Única	Única
1.3 Contratos	Contrato de confidencialidad	Verificar los requisitos extendidos	Revisión y comparación de documentos	Única	Única
1.4 Adquisición de Servicios	Calidad y seguridad del establecimiento a alquilar	Verificación de instalaciones	Inspección del establecimiento	Única	Única
1.4 Adquisición de Servicios	Calidad de Equipo o hardware	Verificación de las adquisiciones en a especificaciones técnicas.	Revisión de especificaciones técnicas	Única	Única
1.4 Adquisición de Servicios	Calidad de software	Verificación de las adquisiciones en a especificaciones técnicas.	Revisión de especificaciones técnicas	Única	Única
1.5 Contratación de Personal	Calidad de documentación de perfiles	Verificación de perfiles	Revisión de documentación	Única	Única
1.6 Publicidad Preliminar.	Calidad de propuesta publicitaria	Capacidad de captación en redes sociales	Revisión de diseños de artes y publicaciones	Semanal	Semanal

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.5.3. Reportes de problemas y acciones correctivas

En esta sección se describe el reporte y control del sistema que se utilizarán para registrar y analizar las discrepancias encontradas; así como, para monitorear la implementación de las acciones correctivas.

a. Reporte del Proceso de Revisiones

Los responsables de asegurar la calidad reportarán el resultado de las revisiones y las recomendaciones proporcionadas en las reuniones de seguimiento. Este reporte se usa para asegurarse que el proceso se está siguiendo de manera correcta y se está trabajando de forma efectiva.

b. Presentación del reporte y proceso de auditoría

El proceso de reporte de las revisiones está dirigido hacia el Representante Legal o en su defecto el Gerente de Proyecto, quienes utilizarán los reportes de las siguientes maneras:

- Para saber si los procesos de constitución y operación son acatados y si son efectivos para el cumplimiento de las metas del proyecto; y si llegara a ser necesario, realizar cambios a los procesos mediante los procedimientos establecidos para que los procesos queden estables.
- Para indicar el acuerdo, desacuerdo, o el aplazamiento de las recomendaciones hechas en las reuniones de seguimiento.

c. Procedimiento de Escalamiento para la Resolución de no concurrencia en el Proceso de reporte de Auditoría.

Al encontrarse un problema de calidad en algún elemento de trabajo ya sea documento, código o producto se tendrán que realizar las siguientes acciones:

- Primero se identificará la causa raíz del elemento que presenta el problema.
- Si existen problemas de desacuerdos en la resolución del problema, el gerente del proyecto deberá tomar cartas en el asunto y dar una solución al problema.
- Si el gerente del proyecto no da una solución, se escalará el problema a un nivel superior al del administrador del proyecto y él/ella tomará la decisión final. Las conclusiones tomadas y la resolución deberán ser documentadas.

6.1.8. Gestión de Comunicaciones

La gestión de comunicaciones para el proyecto es el proceso que facultará y garantizará la recopilación, creación, distribución, almacenamiento, recuperación, monitoreo y disposición final de la información del proyecto sean eficaces, oportunos y apropiados para el equipo y la empresa.

6.1.7.1. Plan de Gestión de Comunicaciones

El Plan de Gestión de Comunicaciones tiene por objetivo planificar modelos de comunicación que sirvan de instrumentos para obtener información clara, concisa y oportuna para atender a las metas, expectativas, tareas y asesoramiento requerido durante todo el proyecto.

Para garantizar un correcto flujo de información entre el equipo de la empresa, representante legal y los miembros de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L, se definirá un flujo de la información el cual se muestra a continuación en la Tabla 55 y Figura 30.

Tabla 55 Estructura de Flujo de Información

Nivel	Jerarquía	Plazo
Primer nivel	Patrocinadores/ Sociedad Pocket Deals S.D.R.L	2 días
Segundo nivel	Representante Legal de la Sociedad Pocket Deals S.D.R.L	2 días
Tercer nivel	Gerente de Proyectos	2 días
Cuarto nivel	Personal Contratado y Servicios Tercerizados	1 día

Fuente: Elaboración propia (2021).

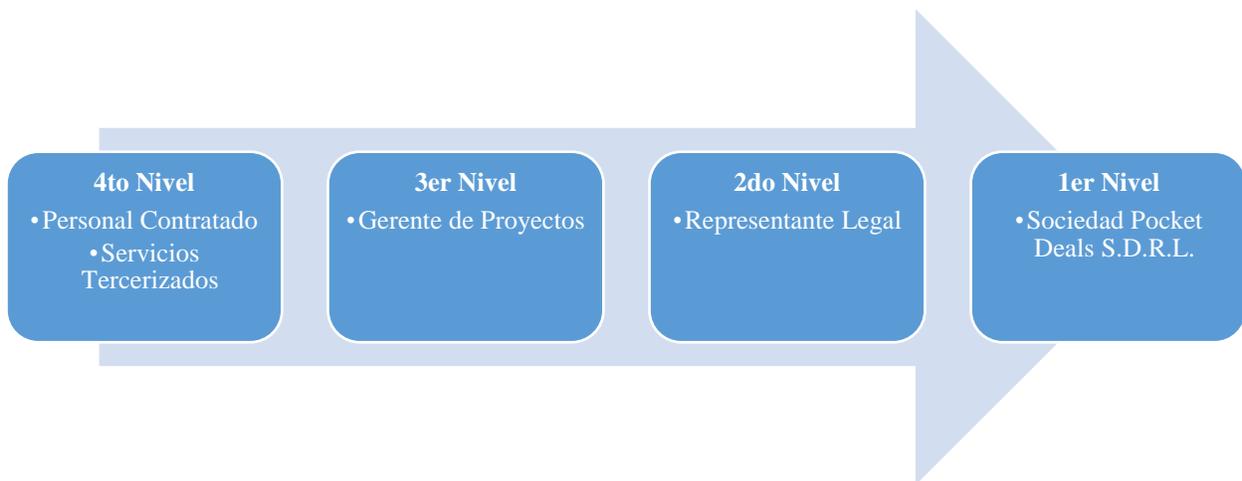


Figura 30 Diagrama de Flujo de Información

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.7.2. Directorio de Equipo de Proyecto

La Tabla 56 presenta el medio de información que se utilizara para la comunicación entre algunos interesados, siendo el correo electrónico el medio oficial:

Tabla 56 Formato del Directorio de Contacto

Rol	Contacto 1	Contacto 2	Interno/ Externo
Sociedad Pocket Deals S.D. RL			Interno
Representante legal			Interno
Gerente de Proyectos			Interno
Abogado			Externo

Fuente: Elaboración propia (2021).

Las distintas partes de la Tabla 56 contendrán la información principal de los contactos como ser el correo electrónico y el teléfono móvil. El correo electrónico será el medio principal para compartir los reportes e información requerida del proyecto; así como, las minutas de reunión del mismo. Las partes deben informar de al menos 1 número de teléfono móvil que dispongan para ser contactados en forma inmediata.

6.1.7.3. Diagrama de Flujo de las Comunicaciones

El presente diagrama es una guía para realizar toda comunicación durante el proyecto. Toda aquella comunicación no contemplada en el diagrama, deberá ser gestionada por el representante legal y/o el gerente de proyecto. Se deberá utilizar los procedimientos que considere necesarios, siempre y cuando, se respete la jerarquía de comunicación establecida en el mismo.

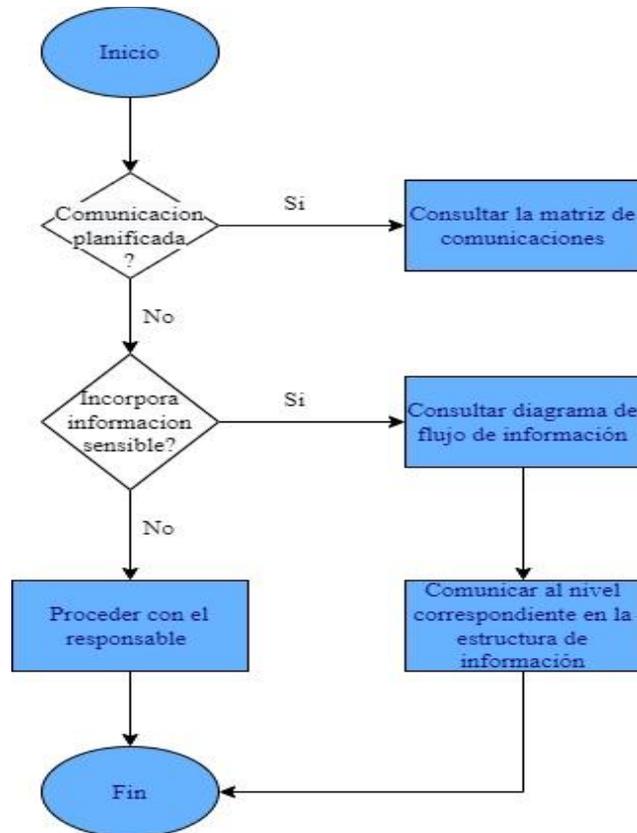


Figura 31 Diagrama de Flujo de las Comunicaciones

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.7.4. Matriz de Comunicaciones del Proyecto

La matriz de comunicación permitirá conocer los elementos a comunicar, el medio por el cual será transmitido y el responsable para compartir la información pertinente. A continuación, se presenta la Tabla 57 con la matriz de comunicación realizada para el proyecto:

Tabla 57 Matriz de comunicación

Fase	Factor de Calidad	Objetivo de Calidad	Métrica a Utilizar	Frecuencia de Medición	Frecuencia de Reporte
1.1 Inscripción Mercantil	Protocolo de Sociedad	Físico	Reunión	Representante Legal	Establecer Sociedad
1.1 Inscripción Mercantil	Permisos de Operación	Físico y Digital	Reunión y Correo Electrónico	Representante Legal Sociedad Comercial	Inscripción en el CCIT, RAP y IHSS
1.2 Financiamiento	Información de entes financieros	Digital	Correo Electrónico	Representante Legal	Información de prestamos
1.2 Financiamiento	Ente financiero seleccionado	Físico	Reunión	Representante Legal Sociedad Comercial	Selección de ente financiero
1.3 Contratos	Contratos para proveedores, individual de trabajo, confidencialidad y clientes MIPYMES	Físico	Reunión	Abogado Representante Legal	Contrato de confidencialidad
1.3 Contratos	Contrato individual de trabajo	Físico	Reunión	Abogado Representante Legal	Contrato individual de trabajo
1.3 Contratos	Contrato para proveedores	Físico	Reunión	Abogado Representante Legal	Contrato Proveedores
1.3 Contratos	Contrato confidencialidad y Cliente MIPYMES	Físico	Reunión	Abogado Representante Legal	Contrato confidencialidad y Cliente MIPYMES
1.4 Adquisición de Servicios	Documentación del software Licitación de equipos hardware y alquiler	Digital	Correo Electrónico	Sociedad Comercial Representante Legal	Aprobación de Compra del equipo, alquiler y software
1.4 Adquisición de Servicios	Empresa de desarrollo seleccionada	Físico	Reunión	Sociedad Comercial Representante Legal	Selección de Licitación
1.4 Adquisición de Servicios	Agencia de publicidad seleccionada	Físico	Reunión	Sociedad Comercial Representante Legal	Selección de licitación

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación Tabla 57 Matriz de comunicación

Fase	Factor de Calidad	Objetivo de Calidad	Métrica a Utilizar	Frecuencia de Medición	Frecuencia de Reporte
1.5 Contratación de Personal	Documento personal contratado	Digital	Correo Electrónico	Representante Legal	Contratación
1.6 Publicidad Preliminar.	Propuesta de estrategia publicitaria preliminar	Digital	Correo electrónico	Gerente de Proyecto	Creación de arte propuesta
1.6 Publicidad Preliminar.	Documento personal contratado	Digital	Correo Electrónico	Representante Legal	Contratación

Fuente: Elaboración propia (2021).

En la matriz anterior, se definen los medios, frecuencias y contenidos formales que deben ser considerados al momento de compartir información relacionada con el proyecto; con el fin de que los interesados puedan transmitir y recibir la información de forma oportuna y accesible.

6.1.9. Gestión de Riesgos

La gestión de riesgos del proyecto para la Creación y constitución de la empresa Pocket Deals es el proceso que permitirá identificar, analizar y responder a los factores de riesgos que pueden surgir a lo largo del proyecto; indicando el tipo de respuesta que se brindaría para cada riesgo ya sea a través de acciones preventivas, correctivas y reductivas correspondientes. Al contar con una gestión de riesgos correcta permitirá poder controlar y tener acciones respuestas listas ante posibles eventos futuros.

6.1.8.1. Plan de Gestión de Riesgos

El plan de gestión de riesgos para el proyecto define cómo se van a realizar las actividades de gestión de riesgos; de esta manera, asegurando que el nivel, el tipo y la visibilidad de la gestión de los riesgos sea acorde con los riesgos potenciales. En las secciones posteriores se detalla la metodología a aplicar, los riesgos identificados, el análisis cualitativo y cuantitativo y el plan de respuesta para cada riesgo identificado.

La estrategia de riesgos que se aplicará es poseer una política de prevención. En primer lugar, se evitará todo riesgo potencial buscando estrategias para eludirlos aun conociendo que en ocasiones son inevitables. Se establecerá protocolos para minimizar los riesgos cuando estos se den para reducir las pérdidas monetarias mayores, temporales o relacionadas con los miembros de la empresa. La Tabla 58 describe la metodología de gestión de riesgos del proyecto.

Tabla 58 Metodología de Gestión de Riesgos

Metodología de Gestión de Riesgos			
Proceso	Descripción	Herramientas	Fuentes de Información
1.1 Inscripción Mercantil	En la fase de Inscripción Mercantil del proyecto se tienen múltiples riesgos, principalmente en las aprobaciones por parte de entes gubernamentales y de la empresa privada. Los riesgos identificados en esta sección pueden tener consecuencias altas para el proyecto.	Listas de chequeo (Checklists) Diagrama Causa y Efecto	Juicio de Expertos Lluvia de ideas Documentos sobre el tema Lecciones Aprendidas
1.2 Financiamiento	En la fase de Financiamiento del proyecto se tienen muchos riesgos que pueden afectar el inicio de operaciones y pueden tener repercusiones para la vida útil del producto entregado.	Listas de chequeo (Checklists) Diagrama Causa y Efecto	Juicio de Expertos Lluvia de ideas Documentos sobre el tema Lecciones Aprendidas
1.3 Contratos	En la fase de Contratos se tienen mayormente riesgos técnicos y de personal, los cuales pueden afectar en gran medida los costos del proyecto.	Listas de chequeo (Checklists) Diagrama Causa y Efecto	Juicio de Expertos Lluvia de ideas Documentos sobre el tema Lecciones Aprendidas
1.4 Adquisición de Servicios	En la fase de Adquisición de servicios, se considera que es la fase donde la mayor cantidad de riesgos existen. Esto debido a la duración tiempo que tiene esta actividad y el personal involucrado.	Listas de chequeo (Checklists) Diagrama Causa y Efecto	Juicio de Expertos Lluvia de ideas Documentos sobre el tema Lecciones Aprendidas

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación Tabla 58 Metodología de Gestión de Riesgos

Metodología de Gestión de Riesgos			
Proceso	Descripción	Herramientas	Fuentes de Información
1.5 Contratación de Personal	En la contratación de recursos, los contratos deben elaborarse conforme al perfil de funciones que realizara, deben ser claros específicos y revisados por el asesor legal para evitar problemas en el presente y en el futuro.	Listas de chequeo (Checklists) Diagrama Causa y Efecto	Juicio de Expertos Lluvia de ideas Documentos sobre el tema Lecciones Aprendidas
1.6 Publicidad Preliminar	En la fase de Contratos se tienen mayormente riesgos técnicos y de personal, los cuales pueden afectar en gran medida los costos del proyecto.	Listas de chequeo (Checklists) Diagrama Causa y Efecto	Juicio de Expertos Lluvia de ideas Documentos sobre el tema Lecciones Aprendidas

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.1.8.2. Identificación de Riesgos

Para la identificación de los riesgos se considera las fases del proyecto, con el fin de determinar los posibles riesgos que se pueden presentar durante la constitución e inicio de operaciones de la empresa Pocket Deals. Se asignará un código individual a cada uno de los riesgos para una identificación rápida y fácil; de la misma manera, se incluye la descripción correspondiente de cada riesgo identificado y como estos riesgos presentan un peligro al proyecto en general. La Tabla 59 detalla los riesgos identificados para el proyecto.

Tabla 59 Identificación de Riesgos

Código del riesgo	Fase	Descripción del riesgo	Aspecto afectado	Tipo de riesgo
RPR-I-01	Inscripción Mercantil	La inscripción en el CCIT tarde más de los planificado	El inicio de las demás fases del proyecto se ven comprometidas	Alto
RPR-I-02	Inscripción Mercantil	El permiso de operación tarde más de los planificado	El inicio de las demás fases del proyecto se ven comprometidas	Alto
RPR-I-03	Inscripción Mercantil	Demora en la apertura de la cuenta bancaria	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderado

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 59 Identificación de Riesgos

Código del riesgo	Fase	Descripción del riesgo	Aspecto afectado	Tipo de riesgo
RPR-I-04	Inscripción Mercantil	Huelgas en el SAR	El inicio de las demás fases del proyecto se ven comprometidas	Alto
RPR-I-05	Inscripción Mercantil	Huelgas en el IHSS	Se ven afectados los entregables del proyecto	Bajo
RPR-I-06	Inscripción Mercantil	Huelgas en el RAP	Se ven afectados los entregables del proyecto	Bajo
RPR-F-01	Financiamiento	Demora en la aprobación del préstamo	El inicio de las demás fases del proyecto se ven comprometidas	Alto
RPR-C-01	Contratos	Posibles retrasos en las entregas del abogado	Se ven afectados los entregables del proyecto	Bajo
RPR-A-01	Adquisición de Servicios	Poca participación en ofertas a la licitación de servicios de equipo, alquiler y hardware	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderada
RPR-A-02	Adquisición de Servicios	Escasa participación en ofertas a la licitación de servicios de desarrollo de plataforma	Se ven afectados los entregables del proyecto	Alta
RPR-A-03	Adquisición de Servicios	El equipo y materiales necesarios no son entregados a tiempo para el inicio de operaciones	Se ven afectadas las operaciones de la empresa y las actividades de los futuros empleados	Moderado
RPR-P-01	Contratación de Personal	Escasa participación en ofertas a la licitación de las plazas disponibles	Se ven afectados los entregables del proyecto	Alta
RPR-P-02	Contratación de Personal	No encontrar el candidato adecuado a la plaza publicada	Se ven afectados los entregables del proyecto	Alta
RPR-P-03	Contratación de Personal	Incorrecta definición del rol	Se ven afectados los entregables del proyecto	Alta
RPR-P-04	Contratación de Personal	Desempeño bajo en las evaluaciones psicométricas y entrevistas de los aplicantes	Se ven afectados los entregables del proyecto	Alta
RPR-P-05	Contratación de Personal	Disponibilidad de tiempo del personal para comenzar laborar	Se ven afectados los entregables del proyecto	Alta

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 59 Identificación de Riesgos

Código del riesgo	Fase	Descripción del riesgo	Aspecto afectado	Tipo de riesgo
RPR-M-01	Publicidad Preliminar	Poca participación en ofertas a la licitación de servicios de publicidad	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderada
RPR-M-02	Publicidad Preliminar	Problemas de comunicación con el proveedor	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderada
RPR-M-03	Publicidad Preliminar	Entrega tardía del contenido de publicidad	Se ven afectadas las operaciones de la empresa y las actividades de los futuros empleados	Moderado
RPR-G-01	General	Enfermedad de empleados	Se ven afectados los entregables del proyecto	Baja
RPR-G-02	General	Problemas con el equipo	Se ven afectados las actividades del empleado	Baja
RPR-G-03	General	La pandemia tenga un alza en casos y se retorne a cuarentena durante el proyecto	Se ven afectados las bases del proyecto	Baja
RPR-G-04	General	Desastre Natural afectando la zona	Se ven afectados las bases del proyecto	Moderada
RPR-G-05	General	Problemas de comunicación entre los involucrados	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderada
RPR-G-06	General	Problemas somáticos de los empleados generados por estrés	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderado
RPR-G-07	General	Pobre desempeño en las actividades	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderado
RPR-G-08	General	Alto desempeño en las actividades	Se ven afectados los entregables del proyecto	Moderado

Fuente: Elaboración propia (2021).

Leyenda de la Tabla 59 Identificación de Riesgos

Efecto en el proyecto	Explicación
Alto	Puede detener el avance del proyecto indefinidamente en el caso que suceda.
Moderado	Puede detener el avance del proyecto por una cantidad considerable de tiempo si no se toman las medidas necesarias (días, semanas, meses).
Bajo	De suceder hay soluciones rápidas para mitigar su efecto.

6.1.8.1. Análisis Cualitativos y el Plan de Respuesta de Riesgos

Para el análisis cualitativo se incluye las metodologías consideradas en el plan de gestión de riesgos, analizando las probabilidades de presentarse los riesgos identificados y su impacto en el proyecto. Con esta información se califica cada uno de los riesgos, tomando en cuenta que riesgos deben tener especial cuidado durante la ejecución.

Se define el tipo de probabilidad e impacto de cada riesgo asignando valores para poder realizar una métrica. El impacto se calcula en base a valores asignados a calidad, costos y tiempo, mejor conocida como la Triple restricción.

La Tabla 60 describe los valores asignados a cada categoría de riesgo.

Tabla 60 Probabilidad

Probabilidad		
Muy alto	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es muy alta, en un rango entre 51% y 70% de seguridad que esté presente	0.70
Alto	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es alta, en un rango entre 31% y 50% de seguridad que esté presente	0.50
Intermedio	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es intermedio, en un rango entre 21% y 30%	0.30
Bajo	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es bajo, en un rango entre 11% y 20% de seguridad que esté presente	0.20
Muy Bajo	Riesgo cuya probabilidad de ocurrencia es muy bajo, en un rango entre 11% y 10% de seguridad que esté presente	0.10

Fuente: Elaboración propia (2021).

La Tabla 61 describe los valores asignados a cada categoría de riesgo.

Tabla 61 Impacto

Impacto					
	Calidad	Costos	Tiempo		
Muy alto	0.60	0.40	0.70	Impacto muy significativo sobre la funcionalidad general	0.57
Alto	0.45	0.20	0.50	Impacto significativo sobre la funcionalidad general	0.38
Intermedio	0.30	0.14	0.30	Algún impacto sobre áreas funcionales clave	0.25
Bajo	0.20	0.09	0.20	Impacto menor sobre la funcionalidad general	0.16
Muy Bajo	0.10	0.04	0.10	Impacto menor sobre las funciones secundarias	0.08

Fuente: Elaboración propia (2021).

En el Plan de Respuesta de Riesgos se busca dar posibles soluciones a los riesgos, como política principal de las empresas involucradas se tiene en primer lugar que concentrar esfuerzos en la prevención, ante todo; así evitando afectaciones en la vida del proyecto. Sin embargo, se sabe que es imposible eliminar riesgos y lo único que se puede hacer es reducirlos. Conociendo esto se planean las siguientes estrategias para evitar que los problemas generados por los riesgos sean mitigados, así reduciendo el impacto que pueden provocar.

La Figura 32 describe los valores asignados a cada categoría de riesgo para determinar si es una amenaza u oportunidad.

		Amenazas & Oportunidades					
Probabilidad		Impacto					
		Muy Bajo	Bajo	Intermedio	Alto	Muy alto	
			0.08	0.16	0.25	0.38	0.57
	Muy alto	0.70	0.06	0.11	0.17	0.27	0.40
	Alto	0.50	0.04	0.08	0.12	0.19	0.28
	Intermedio	0.30	0.02	0.05	0.07	0.12	0.17
Bajo	0.20	0.02	0.03	0.05	0.08	0.11	
Muy Bajo	0.10	0.01	0.02	0.02	0.04	0.06	

Altas	Evitar, Escalar
Medias	Transferir, Mitigar
Bajas	Mitigar, Aceptar

Explotar, Escalar	Altas
Compartir, Mejorar	Medias
Mejorar, Aceptar	Bajas

Figura 32 Amenazas y Oportunidades

Fuente: Elaboración propia (2021).

En el caso que el riesgo sea una amenaza, se puede optar por las siguientes estrategias:

- Si el valor es alto, evitar o escalar el riesgo.
- Si el valor es medio, transferir o mitigar el riesgo.
- Si el valor es bajo, mitigar o aceptar el riesgo.

En el caso que el riesgo sea una oportunidad, se puede optar por las siguientes estrategias:

- Si el valor es alto, escalar o explorar el riesgo.
- Si el valor es medio, compartir o mejorar el riesgo.
- Si el valor es bajo, mejorar o aceptar el riesgo.

La Tabla 62 detalla el análisis cualitativo realizado para cada riesgo y su respectiva acción.

Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción

Fase	Cód. del Riesgo	Riesgo Identificado	Categoría de riesgo	Sub categoría	Tipo de Riesgo	Prob.	Imp.	P*I	Calificación	Respuesta Preliminar	Actividad
Inscripción Mercantil	RPR-I-01	La inscripción en el CCIT tarde más de los planificado	Legal	Externo al proyecto	Amenaza	0.30	0.38	0.11	Medio	Aceptar	Contacto constante de comunicación con el CCIT para conocer las razones y si es posible ayudar a agilizar el proceso
Inscripción Mercantil	RPR-I-02	El permiso de operación tarde más de los planificado	Legal	Externo al proyecto	Amenaza	0.30	0.38	0.11	Medio	Aceptar	Contacto constante de comunicación para conocer las razones y si es posible ayudar a agilizar el proceso
Inscripción Mercantil	RPR-I-03	Demora en la apertura de la cuenta bancaria	Legal	Interno al Proyecto	Amenaza	0.30	0.25	0.08	Medio	Mitigar	El representante legal deberá tener archivados todos los documentos pertinentes sobre el proyecto para evitar cualquier inconveniente

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción

Fase	Cód. del Riesgo	Riesgo Identificado	Categoría de riesgo	Sub categoría	Tipo de Riesgo	Prob.	Imp.	P*I	Calificación	Respuesta Preliminar	Actividad
Inscripción Mercantil	RPR-I-04	Huelgas en el SAR	Legal	Externo al proyecto	Amenaza	0.10	0.16	0.02	Baja	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.
Inscripción Mercantil	RPR-I-05	Huelgas en el IHSS	Legal	Externo al proyecto	Amenaza	0.30	0.25	0.08	Medio	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.
Inscripción Mercantil	RPR-I-06	Huelgas en el RAP	Legal	Externo al proyecto	Amenaza	0.10	0.16	0.02	Baja	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.
Financiamiento	RPR-F-01	Demora en la aprobación del préstamo	Económicos	Externo al proyecto	Amenaza	0.30	0.38	0.11	Medio	Aceptar	El banco posee sus tiempos establecidos, a pesar de que en el cronograma se consideró un poco más de este, por cualquier retraso.
Contratos	RPR-C-01	Posibles retrasos en las entregas del abogado	Administrativos	Interno al Proyecto	Amenaza	0.10	0.08	0.01	Baja	Mitigar	Establecer las condiciones de servicios, tiempos y entregas con el proveedor.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción

Fase	Cód. del Riesgo	Riesgo Identificado	Categoría de riesgo	Sub categoría	Tipo de Riesgo	Prob.	Imp.	P*I	Calificación	Respuesta Preliminar	Actividad
Adquisición de Servicios	RPR-A-01	Poca participación en ofertas a la licitación de servicios de equipo, alquiler y hardware	Interesados	Social	Amenaza	0.20	0.16	0.03	Baja	Mitigar	Las ofertas deberán ser publicadas en diversos medios para llegar a más público.
Adquisición de Servicios	RPR-A-02	Poca participación en ofertas a la licitación de servicios de desarrollo de plataforma	Interesados	Social	Amenaza	0.30	0.57	0.17	Alto	Evitar	Las deberán ser publicadas en diversos medios para llegar a más público. Así como también brindar toda la información necesaria para realización del servicio requerido.
Adquisición de Servicios	RPR-A-03	El equipo y materiales necesarios no son entregados a tiempo para el inicio de operaciones	Administrativos	Equipo	Amenaza	0.50	0.57	0.29	Alto	Evitar	Establecer las condiciones de servicios, tiempos y entregas con el proveedor.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción

Fase	Cód. del Riesgo	Riesgo Identificado	Categoría de riesgo	Sub categoría	Tipo de Riesgo	Prob.	Imp.	P*I	Calificación	Respuesta Preliminar	Actividad
Contratación de Personal	RPR-P-01	Poca participación en ofertas a la licitación de las plazas disponibles	Interesados	Social	Amenaza	0.10	0.25	0.03	Baja	Mitigar	Las plazas deberán ser publicadas en diversos medios para llegar a más público.
Contratación de Personal	RPR-P-02	No encontrar el candidato adecuado a la plaza publicada	Interesados	Social	Amenaza	0.30	0.25	0.12	Medio	Mitigar	Documentar detalles del perfil a solicitar para su buena recepción con el público.
Contratación de Personal	RPR-P-03	Incorrecta definición del rol	Administrativos	Interno al Proyecto	Amenaza	0.30	0.25	0.12	Medio	Mitigar	Recurrir a gerencia general para obtener y documentar el perfil.
Contratación de Personal	RPR-P-04	Desempeño bajo en las evaluaciones psicométricas y entrevistas de los aplicantes	Interesados	Externo al proyecto	Amenaza	0.20	0.25	0.05	Medio	Mitigar	Brindar el tiempo y espacio adecuado para la realización de las pruebas.
Contratación de Personal	RPR-P-05	Disponibilidad de tiempo del personal para comenzar laborar	Interesados	Social	Amenaza	0.20	0.16	0.03	Baja	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción

Fase	Cód. del Riesgo	Riesgo Identificado	Categoría de riesgo	Sub categoría	Tipo de Riesgo	Prob.	Imp.	P*I	Calificación	Respuesta Preliminar	Actividad
Publicidad Preliminar	RPR-M-01	Poca participación en ofertas a la licitación de servicios de publicidad	Interesados	Social	Amenaza	0.20	0.16	0.03	Baja	Mitigar	Las ofertas deberán ser publicadas en diversos medios para llegar a más público.
Publicidad Preliminar	RPR-M-02	Problemas de comunicación con el proveedor	Administrativos	Interno al Proyecto	Amenaza	0.30	0.38	0.11	Medio	Mitigar	Establecer un lenguaje general, canales de comunicación tanto formales como informales y tiempos de comunicación por actividad.
Publicidad Preliminar	RPR-M-03	Entrega tardía del contenido de publicidad	Técnico	Externo al proyecto	Amenaza	0.20	0.16	0.03	Baja	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.
General	RPR-G-01	Enfermedad de empleados	Sociales & ambientales	Social	Amenaza	0.30	0.25	0.08	Medio	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción

Fase	Cód. del Riesgo	Riesgo Identificado	Categoría de riesgo	Sub categoría	Tipo de Riesgo	Prob.	Imp.	P*I	Calificación	Respuesta Preliminar	Actividad
General	RPR-G-02	Problemas con el Equipo	Técnico	Equipo	Amenaza	0.20	0.25	0.05	Medio	Mitigar	Realizar una exhaustiva evaluación a las empresas cotizadas, experiencia, soporte, antigüedad, recomendaciones.
General	RPR-G-03	La pandemia tenga un alza en casos y se retorne a cuarentena durante el proyecto	Sociales & ambientales	Social	Amenaza	0.20	0.16	0.03	Baja	Mitigar	Medidas de bioseguridad
General	RPR-G-04	Desastre Natural afectando la zona	Sociales & ambientales	Clima	Amenaza	0.20	0.16	0.03	Baja	Mitigar	Establecer protocolos de trabajo remoto
General	RPR-G-05	Problemas de comunicación entre los involucrados	Administrativos	Interno al Proyecto	Amenaza	0.20	0.25	0.05	Medio	Mitigar	Definición de los canales de comunicación tanto formales como informales para una pronta comunicación entre las partes

Fuente: Elaboración propia (2021).

Continuación de Tabla 62 Matriz de Análisis Cualitativo y Plan de acción

Fase	Cód. del Riesgo	Riesgo Identificado	Categoría de riesgo	Sub categoría	Tipo de Riesgo	Prob.	Imp.	P*I	Calificación	Respuesta Preliminar	Actividad
General	RPR-G-06	Problemas psicológicos de los empleados generados por estrés	Sociales & ambientales	Social	Amenaza	0.10	0.08	0.01	Baja	Mitigar	Compartir métodos para compartir el estrés.
General	RPR-G-07	Pobre desempeño en las actividades	Técnico	Interno al Proyecto	Amenaza	0.20	0.25	0.05	Medio	Mitigar	Realizar revisión de alcance cada semana, revisar tiempos y progreso en las actividades. Cuestionar y documentar las razones de no avance.
General	RPR-G-08	Alto desempeño en las actividades	Técnico	Interno al Proyecto	Oportunidad	0.30	0.38	0.11	Medio	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.
General	RPR-G-09	Cumplimiento del tiempo Programado.	Administrativos	Financiamiento	Oportunidad	0.50	0.38	0.19	Alto	Aceptar	Por medio de reuniones semanales dar seguimiento al cronograma de trabajo.

Fuente: Elaboración propia (2021).

En la tabla anterior, se muestran los riesgos identificados por fase dentro del proyecto. Fueron clasificados por el tipo de riesgo, así como también, se determina la respuesta preliminar de acorde al tipo y la acción a realizar si este ocurriese.

Para el control de cambios en el plan de gestión de riesgos ya sea por modificación o adición de un riesgo, se deberá realizar la evaluación del mismo determinando los aspectos abordados en la tabla 61, de igual forma el responsable del mismo será de acorde a la fase en la que el tiempo surgirá.

6.1.10. Gestión de Adquisiciones

La gestión de adquisiciones es un proceso que consiste en realizar todos los pasos y logística necesarios para comprar de equipo y adquirir los servicios que se requieren para las operaciones de la empresa. Esta gestión contribuye a cumplir con los objetivos establecidos y responsabilidades de manera satisfactoria.

En las siguientes secciones se detalla el plan de Adquisiciones establecido para el proyecto.

6.1.9.1. Plan de Gestión de Recursos

El plan de gestión de adquisiciones para la empresa Pocket Deals permitirá planificar como se realizará la gestión de los procesos de las adquisiciones, desde la creación de los documentos requeridos de las mismas hasta la adjudicación de los contratos. A continuación, se detallan aspectos de coordinación de las adquisiciones necesarias para el inicio de operaciones.

Coordinación con otros aspectos del Proyecto: *¿Cómo se coordinará la adquisición con el desarrollo del cronograma del proyecto y los procesos de control?*

En la planificación del Proyecto se establecieron las siguientes fechas para la realización de los contratos:

- Contrato de abogado – Representante Legal: 01 de enero de 2022
- Contrato de adquisición de equipo – Representante Legal: 05 de febrero de 2022
- Contrato de dominio, Certificado de Seguridad y Servidor Virtual Privado (VPS-Virtual Private Server) – Representante Legal: 05 de febrero de 2022
- Contrato de domicilio fiscal– Representante Legal: 05 de febrero de 2022
- Contrato de Microsoft 365 y Adobe Ilustrador – Representante Legal: 05 de febrero de 2022
- Adquisición de papelería – Representante Legal: 05 de febrero de 2022
- Contrato de servicios de publicidad impresa y digital– Representante Legal: 11 de mayo de 2022
- Contrato de contador – Representante Legal: 02 de abril de 2022

Coordinación con la Gestión de Proyectos de los Proveedores:

Las coordinaciones con el proveedor se realizarán mediante correo electrónico. El método de pago será de acuerdo a lo estipulado por ambas partes, ya sea transferencia bancaria o por medio de cheque. Cualquier modificación que se requiera en el servicio deberá ser comunicada con 24 horas de anticipación, luego de lo cual el proveedor confirmará o no la solicitud hecha por el cliente.

Métricas: *Métricas de adquisición a ser usadas para gestionar los contratos.*

Se tomarán como referencia la medición de métricas de Satisfacción de Cliente que se obtienen de las encuestas de Evaluación de Sesión con relación a los diversos factores involucrados con los proveedores.

Roles y Responsabilidades: *Describir los roles y responsabilidades de los interesados relacionadas con las adquisiciones, incluida la autoridad y las restricciones del Equipo de Proyecto.*

Las responsabilidades relacionadas con las adquisiciones caerán principalmente sobre el representante legal, con la oportunidad de que los demás miembros de la sociedad puedan apoyar de ser necesario.

Restricciones y Supuestos: *Describir las restricciones y supuestos que podrían afectar las adquisiciones planificadas.*

Las restricciones y/o supuestos que han identificado y que pueden afectar las adquisiciones del proyecto son las siguientes:

- Solicitudes de cambio en el presupuesto del proyecto, debido a la modificación en la cotización de los insumos.
- Se asume que la probabilidad de modificación del cronograma de servicio es mínima, pues esto conlleva a renegociar el contrato durante el desarrollo del servicio con todos los proveedores.

Jurisdicción Legal: *Determinar la jurisdicción legal y la moneda en la que se harán los pagos.*

La jurisdicción legal será en Distrito Central, Francisco Morazán y los pagos se harán en la moneda nacional: lempiras

Gestión de Riesgos: *los asuntos relacionados con la Gestión de Riesgos, incluida la identificación de los requisitos de bonos de rendimiento o contratos de seguros para mitigar algunas formas de riesgo del proyecto.*

Según el Plan de Respuesta a Riesgos se tiene los siguientes:

Incumplimiento de los contratos de publicidad.

Siendo el detonante la detección de pequeños incumplimiento o signos de no calidad del servicio.

Las respuestas planificadas son:

- Solicitar retroalimentación de los clientes mediante encuestas. Con lo cual se puede detectar cuán eficiente es y la calidad del servicio.
- Solicitar con un periodo de prueba de un mes.
- Actualizar la lista de proveedores.

Incumplimiento de los contratos de alquiler de domicilio fiscal.

Siendo el detonante la detección de pequeños incumplimiento o signos de no calidad del servicio.

Las respuestas planificadas son:

- Listas de verificación para garantizar que los requerimientos solicitados a la firma del contrato para el desarrollo del servicio se están realizando, o detectar posibles bajas en la calidad del servicio.
- Solicitar retroalimentación del contador.
- Informe mensual al proveedor de nivel de cumplimiento de contrato. Señalando los aciertos y fallas que han sido identificadas en el desarrollo del servicio.

A continuación, se detalla la Tabla 63 la cual detalla la matriz de adquisiciones del proyecto donde se detalla la planificación de las compras de bienes, productos, servicios, materiales,

suministros y otros insumos que se requieren para llevar a cabo el proyecto. Asimismo, refleja la contratación de recursos humanos e instalaciones físicas para completar el trabajo del proyecto.

Para el recurso humano se reclutará y se contratará personas expertas en el área de plataformas digitales web y manejo de publicidad.

Para la compra de materiales e insumos necesarios, se realizarán al menos 2 o 3 cotizaciones, se autorizará la compra por parte del representante legal justificando su necesidad y se somete al contador para que procedan a ejecutar la compra tomando en cuenta costo y la calidad del producto.

6.1.9.2. Matriz de Adquisiciones del Proyecto

Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ROL/ PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrat	Solic. Resp.	Selecc. Proveed.	AdminCo ntrato	Cerrar Contrato
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Inscripción en el registro CCIT	1.1	Precio Fijo Cerrado	Se siguen pasos establecidos por la CCIT	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedor Único	CCIT	8/12/2021	8/12/2021	8/12/2021	8/12/2021	1/12/2021
Apertura de cuenta y depósito	1.1	Precio Fijo Cerrado	Se siguen pasos establecidos por la banca nacional	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Diferentes bancos disponibles en Distrito Central	29/11/2021	29/11/2021	28/11/2021	29/11/2021	Servicios quedo activo
Apertura de cuenta y depósito como requisito de financiamiento	1.2	Precio Fijo Cerrado	Se siguen pasos establecidos por la banca nacional	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Diferentes bancos disponibles en Distrito Central	25/01/2022	21/01/2022	19/01/2022	26/01/2022	Servicio quedo activo

Fuente: Elaboración propia (2021).

Conitnuacion de Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ ROL/ PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrat	Solic. Resp.	Selecc. Proveed.	AdminCo ntrato	Cerrar Contra to
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Servicios legales	1.3	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico o Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Diferentes abogados disponibles en Distrito Central	21/12/2021	21/12/2021	16/12/2021	17/12/2021	29/12/2021
Papelería	1.4	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de producto Confirmación de disponibilidad de materiales Pago de materiales	Correo electrónico o Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Office Depot Útiles de Honduras Pacasa	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	14/1/2022

Fuente: Elaboración propia (2021).

Conitnuacion de Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ROL/PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrato	Solicitud Resp.	Selecc. Proveedor.	AdminContrato	Cerrar Contrato
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Computadoras portátiles Dell	1.4	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de equipo Confirmación de disponibilidad de equipo Pago de materiales	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Office Depot Jetstereo Pricesmart Acosa	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	14/1/2022
Computadoras portátiles Mac	1.4	Precio Fijo Cerrado		Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Office Depot Jetstereo Pricesmart Acosa	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	14/1/2022
Monitor	1.4	Precio Fijo Cerrado		Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Office Depot Jetstereo Pricesmart Acosa	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	14/1/2022

Fuente: Elaboración propia (2021).

Conitnuacion de Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ROL/ PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrato	Solic. Resp.	Selecc. Proveedor.	AdminContrato	Cerrar Contrato
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Servicios de Domicilio Fiscal	1.4	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Regus Workbox Connect Cowork	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	El servicio queda activo, hasta renovación de contrato anual.
Servicios de Microsoft 365	1.4	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedor Único	Microsoft 365	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	El servicio queda activo, hasta renovación de contrato anual.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Conitnuacion de Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ROL/ PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrato	Solic. Resp.	Selecc. Proveedor.	AdminContrato	Cerrar Contrato
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Servicios de Adobe Ilustrador	1.4	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedor Único	Adobe Ilustrador	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	El servicio queda activo, hasta renovación de contrato anual.
Servicios de Dominio	1.4	Precio Fijo Cerrado	Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico Pagina web	No	Representante Legal	Proveedores Varios	AWS GoDaddy Contabo Namecheap	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	El servicio queda activo, hasta renovación de contrato anual.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Conitnuacion de Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ ROL/ PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrato	Solic. Resp.	Selecc. Proveed. d.	AdminCo ntrato	Cerrar Contra to
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Servicios de Certificado de Seguridad	1.4	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio	Correo electrónico o Pagina web	No	Representante Legal	Proveedores Varios	AWS GoDaddy Contabo Namecheap	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	El servicio queda activo, hasta renovación de contrato anual.
Servicios de Servidor (VPS-Virtual Private Server)	1.4	Precio Fijo Cerrado	Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico o Pagina web	No	Representante Legal	Proveedores Varios	AWS GoDaddy Contabo Namecheap	29/12/2021	5/1/2022	27/11/2021	7/1/2022	El servicio queda activo, hasta renovación de contrato anual.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Conitnuacion de Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ROL/PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrato	Solic. Resp.	Selecc. Proveedor.	AdminContrato	Cerrar Contrato
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Servicios de publicidad para publicar plazas laborales	1.5	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Computrabajo Tecaloco RDS	25/01/2022	21/01/2022	19/01/2022	26/01/2022	21/02/2022
Servicios de publicidad (Paquete Profesionalista)	1.6	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Publex Creo by VRD Creative CM	22/02/2022	24/02/2022	26/01/2022	25/02/2022	El servicio queda activo por un periodo de prueba de 3 meses.

Fuente: Elaboración propia (2021).

Conitnuacion de Tabla 63 Matriz de Adquisiciones del Proyecto

PRODUCTO O SERVICIO A ADQUIRIR	CÓD. DE ELEMENTO EDT	TIPO DE CONTRATO	PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN	FORMA DE CONTACTAR PROVEEDORES	REQUERIMIENTO DE ESTIMACIONES INDEPENDIENTES	ÁREA/ROL/ PERSONA RESPONSABLE DE LA COMPRA	MANEJO DE MÚLTIPLES PROVEEDORES	PROVEEDORES PRE-CALIFICADOS	CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES REQUERIDAS				
									Planif. Contrat	Solic. Resp.	Selecc. Proveed.	AdminCo ntrato	Cerra r Contrato
									Del al	Del al	Del al	Del al	Del al
Servicios de publicidad impresa	1.6	Precio Fijo Cerrado	Solicitud de servicios Confirmación de disponibilidad de servicio Coordinación de fechas y horarios Forma de contrato Pago de servicios	Correo electrónico Pagina web Llamadas telefónicas	No	Representante Legal	Proveedores Varios	Creative CM Publex	22/02/2022	24/02/2022	26/01/2022	25/02/2022	El servicio quedará activo por un periodo de prueba de 3 meses.

Fuente: Elaboración propia (2021).

6.2. Resumen del Proyecto

El proyecto “Creación y constitución de la empresa Pocket Deals” tiene como fin formular el proyecto para la creación, constitución e inicio de operaciones de la empresa Pocket Deals, Tegucigalpa M.D.C. en el año 2022.

Para poder complementar los esfuerzos para cumplir el fin del Proyecto, se establecieron los siguientes objetivos específicos:

- Realizar la constitución e inscripción mercantil de la empresa Pocket Deals.
- Gestionar financiamiento necesario para comenzar operaciones.
- Efectuar las contrataciones del personal y servicios necesarios para comenzar operaciones.

El proyecto surge como respuesta a la problemática que tiene la población al momento de buscar en forma virtual los productos o servicios de su preferencia. La población tiene que recurrir a diversas páginas web y/o sugerencias de su familiares y amigos para poder localizar los productos o servicios de su preferencia. A la vez, las MIPYMES del Distrito Central tiene que buscar medios para poder expandir su presencia en el mercado.

Actualmente no existe una plataforma a nivel de Distrito Central que brinde una alternativa de búsqueda de productos y/o servicios ofrecidos por las diferentes MIPYMES.

Considerando lo anterior y el auge de los nuevos negocios a través de tiendas virtuales en redes sociales y las entregas a domicilio, surge la idea de crear la empresa Pocket Deals; cuyo producto será una plataforma de búsqueda de productos y servicios que ofrecen las MIPYMES a nivel del Distrito Central. Pocket Deals ofrecerá una alternativa como un buscador de servicios o productos para que la población general pueda encontrar los productos y servicios de su elección de manera rápida. De manera simultánea, que ofrece a las MIPYMES un espacio para promocionar sus productos y/o servicios para expandir su presencia en el mercado actual, análisis de datos y

retroalimentación de los consumidores.

El presupuesto estimado requerido para constituir y comenzar operaciones de la empresa Pocket Deals es de Lps. 214,683.50 (doscientos catorce mil seiscientos y ochenta y tres lempiras y cincuenta centavos hondureños) con una duración de tiempo de 121 días hábiles iniciando el 10 de enero y finalizando el 30 de junio del 2022.

Para poder ejecutar las operaciones iniciales, el personal que se contratará para el equipo interno será el gerente general, un diseñador gráfico y un especialista en marketing/ventas. De igual manera, se contratará un equipo externo, un abogado para los trámites legales requeridos y un contador para el manejo de las finanzas y planilla de la empresa.

En la página 279, el Anexo XXIV muestra la tabla de concordancia entre el estudio de prefactibilidad y el proyecto “Creación y constitución de la empresa Pocket Deals”, la cual muestra la relación entre ambas partes y como estos se complementan para poder determinar el éxito del proyecto. Es importante mencionar que el proyecto “Creación y constitución de la empresa Pocket Deals” solo será el primero de muchos proyectos de la empresa Pocket Deals.

REFERENCIAS

- Agencia Creativa, B. (2020). Todo sobre las plataformas digitales: ¿Qué tipos existen? Búho Agencia Creativa. <https://buhoagenciadigital.com/plataformas-digitales-tipos/>
- Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE, R) & Real Academia Española (RAE) (2021a). Cliente, clienta | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Consultado 24 de agosto de 2021, de <https://dle.rae.es/cliente>
- Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE, R) & Real Academia Española (RAE) Servicio | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Consultado 24 de agosto de 2021. <https://dle.rae.es/servicio>
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de proyectos (sexta). McGraw-Hill.
- Cacho Elizondo, S. (2019, 7 de mayo). Impacto de las plataformas multilaterales. IPADE Business School Universidad Panamericana. <https://www.ipade.mx/2019/05/07/impacto-de-las-plataformas-unilaterales/>
- García, A (2011, 24 de marzo). Capítulo 5 Sampieri. Metodología de la Investigación. Consultado 2 de septiembre de 2021. <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>
- Patiño, A., Poveda, L., y Rojas F. (2021, abril). Datos y hechos sobre la transformación digital. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46766/1/S2000991_es.pdf
- Decreto No. 325–2013. Reforma a Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones. 7 de marzo del 2014. Número 33,373.
- Del Carmen, G., Díaz, K., & Ruiz-Arranz, M. (2020, octubre). A un clic de la transición:

Economía Digital en Centroamérica y la República Dominicana. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0002718>

Arroyo, L., Payola, M. y Molina, E., (2021). Economía de plataformas y COVID-19. Una mirada a las actividades de reparto, los cuidados y los servicios virtuales en España y América Latina. Barcelona, España. Digital Future Society y Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0003020>

Mata., L. (2019, 30 de julio). Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. Investigalia. <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (s. f.). Consultado 1 de septiembre de 2021, de <https://www.ine.gob.hn/V3/2018/09/21/distrito-central-francisco-morazan-2018/>

Ecdisis Estudio (2020, 7 de julio). ¿Qué es Diseño Web?. Ecdisis Estudio. Consultado 24 de agosto de 2021. <https://ecdisis.com/que-es-diseno-web/>

AulaFácil (s. f.). Estudio de Factibilidad. AulaFácil. Consultado 20 de agosto de 2021, de <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-proyectos/estudio-de-factibilidad-119689>

Accenture Digital (2018). Digital Platforms Will Define the Winners and Losers in the New Economy. «Inicio». Accedido 15 de diciembre de 2021. <https://hub.unitec.edu/>.

Giraldo, V. (2017, 25 de enero). Descubre qué son los motores de búsqueda, qué tipos existen y para qué sirve cada uno de ellos. Rock Content - ES.

<https://rockcontent.com/es/blog/motores-de-busqueda/#:%7E:text=Los%20motores%20de%20b%C3%BAqueda%20surgieron,de%20la%20World%20Wide%20Web.>

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) (2020, 14 de diciembre). Análisis de Resiliencia Empresarial COVID-19. Universidad Autónoma de Honduras (UNAH). III-Resiliencia-2020.pdf. Consultado 20 de agosto de 2021.
<https://iies.unah.edu.hn/assets/Uploads/III-Resiliencia-2020.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (INE) (s. f.). Diseminación de Información Estadística. Consultado 1 de septiembre de 2021.
<http://170.238.108.227/binhnd/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=DEE1&lang=ESP>

International Telecommunication Union. (2021). Digital trends in the Americas region 2021. UTI Publications. International Telecommunication Union.
<http://handle.itu.int/11.1002/pub/8186ca54-en>

International Telecommunications Union (ITU) (2018). Measuring the Information Society report Volume 2. 2018. OECDiLibrary.
http://handle.itu.int/11.1002/pub_series/76a34020-en

Luque, R. (2020, enero 22). Arquitectura Web | Qué es y cómo afecta al SEO. SEO Alive.
<https://seoalive.com/arquitectura-web/>

M. (2021, 6 de noviembre). Los 23 mejores buscadores de internet en 2021. Grupo Atico34.
<https://protecciondatos-lopd.com/empresas/buscadores-de-internet/>

Westreicher, G. (s. f.) Método deductivo. Economipedia. Consultado 3 de septiembre de 2021.
<https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

Peiró, R. (s. f.). Modelo de negocio, qué es y concepto. Economipedia. Consultado 24 de agosto de 2021. <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html>

Naciones Unidas (2019, Julio). Informe sobre la economía digital 2019. Naciones Unidas.
un.org/publications

- Ojeda, J. C., Gómez Fuentes, María del Carmen (2012). Taxonomía de los modelos y metodologías de desarrollo de software más utilizados.Redalyc.org.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37326902005>
- Ortegon, E., Pacheco, F. J., Prieto, A. (2005, julio). Metodología del marco lógico para la planificación.pdf. Consultado 20 de agosto de 2021. Repositorio Cepal.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf
- Project Management Institute. (2017). Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos: (Guía del PMBOK) (6.ª ed.). Project Management Institute, Inc.
- Belloch, C. (2013, 8 de octubre). Recursos Tecnológicos: TIC. Universidad de Valencia.
<https://www.uv.es/bellohc/logopedia/NRTLogo1.wiki?2>
- Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) (2020, 4 de mayo). Resiliencia Empresarial.pdf. (s. f.). Consultado 20 de agosto de 2021.
<https://iies.unah.edu.hn/assets/Uploads/Resiliencia-Empresarial.pdf>
- Riquelme, M. (2019). FODA: Matriz o Análisis FODA - Una herramienta fundamental. Análisis FODA. Consultado 20 de agosto de 2021. <https://www.analisisfoda.com/>
- Rodríguez, J. (2019,12 de diciembre). ¿Qué son las plataformas digitales y para qué sirven? Rankia. <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>
- Rodríguez, L. (2020, 19 octubre). En 2020, sector tecnología de Honduras crecerá 5%. Diario El Heraldo. <https://www.elheraldo.hn/economia/1416422-466/en-2020-sector-tecnolog%C3%ADa-de-honduras-crecer%C3%A1-5>
- Ruiz-Arranz, M., Castellani, F., Martin, L., Gutiérrez Juárez, P., Monge, M., Barrios, J. J., Escobar, J., Prat, J., Texeira, G., Linares, J., Anglade, B., Zelaya, R., Ugarte, F.,

- Garcimartín, C., Filippo, A., Díaz, K., Martínez, A., Astudillo, J. A., Zentner, J., & Vargas, F. (2020, abril). El impacto del COVID-19 en las economías de la región (Centroamérica). Inter-American Development Bank. <https://doi.org/10.18235/0002279>
- Sharma, S. (2020, 14 de septiembre). What is a Digital Platform (Infographic)-A Complete Guide. Credencys Blog. <https://www.credencys.com/blog/what-is-a-digital-platform/>
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., Gamble, J. E., Dávila Martínez, F. J., Rubio Ruiz, R. M., Deras Quiñones, A., & Mascaró Sacristán, P. (2013). Administración estratégica: Textos y casos (18.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana
- Velázquez, K. (2018, 24 de diciembre). La plataforma de búsqueda y descubrimiento de productos Shopomo, disponible en México. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.mx/la-plataforma-busqueda-descubrimiento-productos-shopomo-disponible-mexico/>
- Rus, E. (2021). Punto de Equilibrio. Economipedia Blog. Consultado 14 de noviembre de 2021. <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Economia3 (2021, 27 de septiembre). VAN y TIR: Concepto, diferencias y como calcularlos. Economía3 Blog. Consultado 14 de noviembre de 2021. <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>
- Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) (2020). HUB UNITEC. HUB UNITEC. Consultado 15 diciembre de 2021. <https://hub.unitec.edu/>

GLOSARIO

- **Árbol de objetivos:** "Es un diagrama utilizado para definir criterios de evaluación de las distintas soluciones a un problema" (Mairal, 2015).
- **Árbol de problemas:** "El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa (problema central), la cual se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa-efecto. Para ello, se debe formular el problema central de modo tal que permita diferentes alternativas de solución, en lugar de una solución única." (UNESCO, 2017).
- **Arquitectura de plataformas web:** "La arquitectura web la podemos definir como la forma en que las páginas de un sitio web están estructuradas y enlazadas entre sí, de manera lógica y coherente. Una arquitectura web ideal ayuda a los usuarios y a las arañas de los motores de búsqueda a encontrar fácilmente lo que están buscando en un sitio web" (Luque, 2020)
- **Atractividad:** La atractividad en una plataforma web, es el diferenciador que ofrece el servicio al consumidor final.
- **Cientes MIPYMES:** En esta investigación, los clientes MIPYMES son todas las empresas micro, pequeñas y medianas que existen en Distrito Central.
- **Comercio Electrónico:** Es el proceso de compra y venta de productos o servicios por medios electrónicos, ya sea por aplicaciones móviles, computadoras entre otros haciendo uso de internet, también conocido como ecommerce en el mundo del marketing.
- **Consumidor Final:** En esta investigación, se opta por personas potencialmente pueda tener interés, hacer uso de una plataforma web y se encuentre dentro de un rango de edad

de 15 años hasta 69 años.

- Demanda: "Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado" (Baca Urbina, 2010, p. 29)
- e-services: Representa aquellos servicios que se encuentran en línea disponibles en internet, los cuales son adquiridos mediante una transacción de compra y venta.
- Economía digital: "Porción de la producción económica total derivada de una serie de insumos digitales, amplios, tales como: habilidades digitales, equipo digital y los bienes y servicios digitales intermedios utilizados en la producción" (Del Carmen, p. 3)
- Gestión de Costos: PMBOK (2017) lo define como "incluir los procesos involucrados en planificar, estimar, presupuestar, financiar, obtener financiamiento, gestionar y controlar los costos de modo que se complete el proyecto dentro del presupuesto aprobado" (p. 60).
- Gestión de Recursos: PMBOK® (2017) lo define como "incluir los procesos para identificar, adquirir, y gestionar los recursos necesarios para la conclusión exitosa del proyecto" (p. 60).
- Gestión de Tiempo: PMBOK (2017) lo define como "incluir los procesos requeridos para administrar la finalización del proyecto a tiempo" (p. 60).
- Hardware: "Es el soporte físico sobre el que se instala, opera y funciona cualquier software; es decir, sin el hardware, el ordenador no existe." (Lázaro, 2019).
- Inteligencia Digital: "La suma de las habilidades sociales, emocionales y cognitivas que permiten a las personas enfrentar los desafíos y demandas de la vida digital" (DQ Institute, 2016)
- MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas

- Modelo de Negocio: “El modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos” (Modelo de negocio - Definición, qué es y concepto | Economipedia, s. f.)
- Motores de búsqueda: Es un mecanismo que organiza y distribuye información producida en la red a los usuarios que expresan sus ideas o dudas, a partir de palabras claves o keywords que se traducen en metadatos para facilitar la coincidencia de palabras en los distintos motores de búsqueda.
- Oferta: Según a la RAE, Oferta se define como conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.
- Plataforma digital web: "Es un modelo de negocio habilitado por la tecnología que crea valor al facilitar los intercambios entre dos o más grupos interdependientes" (Accenture, p. 8).
- Sector digital: "Abarca las actividades principales de digitalización, bienes y servicios de infraestructura común de telecomunicaciones, plataformas en línea, así como plataformas que permiten el desarrollo de actividades como la economía colaborativa"(Del Carmen, p. 1).
- Software: "Es la plataforma sobre la que se asienta el hardware y las aplicaciones informáticas." (Lázaro, 2019).
- Tecnología de la Información y la comunicación (TIC): PMBOK (2017) “Herramientas, sistemas, programas informáticos específicos, etc., utilizados para transferir información entre los interesados del proyecto” (p. 726)

- W3C: World Wide Web Consortium (W3C). "Comunidad internacional donde las organizaciones miembros, el personal de tiempo completo y el público trabajan juntos para desarrollar estándares web" (W3C)

ANEXO

ANEXO I: CASO DE ESTUDIO

Los instrumentos de investigación son los recursos que se utilizarán para la recopilación de datos, abordar el problema planteado y extraer información de ello. A continuación, se presenta los formatos para los instrumentos seleccionados.

Caso de Estudio

Este instrumento será aplicado para analizar una plataforma web, llamada Shopomo, la cual es una plataforma digital mexicana y se utilizara el esquema descrito seguidamente para el análisis de estudio de caso.

1. Resumen de caso
2. Proceso de Digitalización
 - 2.1. Modelos de Negocios
 - 2.1.1. ¿Cómo seleccionar una plataforma de e-commerce?
 - 2.1.2. Plataforma
 - 2.1.2.1. Introducción de Campañas digitales
 - 2.1.2.2. ¿Qué se debe medir en una plataforma?
 - 2.1.2.3. Aspecto Legal
 - 2.2. Factor Humano

ANEXO II: RESULTADOS DE CASO DE ESTUDIO

1. Resumen de caso
2. Proceso de Digitalización
 - 2.1. Modelos de Negocios

Existen muchos tipos de modelos de negocios en el área digital como ser fabricante vende directamente al consumidor final (Direct to Consumer); Comercio Social dentro de los cuales se encuentra Facebook, Instagram, Youtube; Programa de suscripciones, Malls Virtuales o Marketplaces y Economía Compartida (Sharing Economy).

Economía Compartida (Sharing Economy) se trata de un modelo de negocio completamente online, que ayuda a conectar a particulares con el fin de encontrar un servicio, ya sea de turismo o con fines académicos. Algunos ejemplos son los Airbnb, Crehana, entre otros.

2.2. ¿Cómo seleccionar una plataforma de e-commerce?

Para seleccionar una plataforma para un negocio e-commerce, se debe comenzar seleccionando un stack tecnológico, también llamado stack de soluciones o ecosistema de datos, el cual es una lista de todos los servicios tecnológicos utilizados para construir y ejecutar una sola aplicación.

Los desarrolladores hablan de stacks tecnológicos porque facilitan la comunicación de grandes cantidades de información sobre cómo se construye una aplicación. A continuaciones se enumera como un stack tecnológico puede y debe complementar la solución de e commerce, los cuales pueden variar:

1. CDN (Content Delivery Network)
2. CMS (Content Management System)
3. CDP (Customer Data Platform)
4. Personalización del sitio
5. Sistema anti-fraude
6. Gateway de pago
7. CRM (Customer Relationship Management)
8. WMS (Warehouse Management System)
9. OMS (Order Management System)
10. Sistema de comentarios
11. API
12. Marketing Cloud

El paso siguiente es determinar la estratégica para la plataforma. Para esto se debe realizar un Business Model Canvas, el cual es un documento sumamente detallado para definir las características esenciales del canal digital, como ser:

- El segmento de clientes o buyer personas.
- La propuesta de valor que te hace único.
- Cuáles serán los canales para atraer a los clientes.
- Cuáles serán los canales para establecer atención y contacto con los clientes.
- Estructura de costos para todo el negocio.
- Quiénes serán los socios estratégicos en las diversas áreas o actividades (logística, marketing, pasarela de pagos...)
- Las fuentes de ingresos que estarán definidas en este negocio digital.
- Las actividades esenciales para el funcionamiento del negocio.

Luego se prepara un Plan Comercial, el cual debe contemplar uno o dos años de operación, en donde se deben detallar las ventas, órdenes y volumen de ingresos estimados para cada mes de este período. El siguiente paso es desarrollar el Buyer Journey (viaje del cliente, lo cual implica definir el viaje del cliente que se requiere, ya sea en corto (Minimum Viable Product o Producto Mínimo Viable), mediano y largo plazo. Realizar este trabajo permite ver la escalabilidad que se debe considerar en la plataforma y el stack tecnológico requerido.

Es de suma importancia crear un equipo de trabajo dedicado al proyecto, ya que para implementar un e-commerce se requiere de un proceso de transformación digital y de cultura organizacional, por lo que varias áreas de la empresa deberán integrar esta transformación para apoyar en la definición y sesiones al respecto desde sus diversas aristas.

2.2.1. Plataforma

Al tener una plataforma desde cero se debe seleccionar, analizar y montar todos los complementos externos necesarios para que funcione al 100% este canal. **Para ellos se necesitará realizar varias integraciones, con elementos como:**

- **Comprar el dominio y asociar el sitio a éste**
- **Implementar el sitio UX y optimizarlo**
- **Trabajar el diseño y actualizarlo**
- **Actualizar el sitio para que se desempeñe correctamente**

En una plataforma propia se debe sumar estos elementos en los gastos operativos:

- **El diseño y armado del sitio (implementación + mantenimiento + CX).**
- **El costo de la plataforma (fijo o variable según la plataforma)**
- **Costo del procesador de pagos.**
- **Los costos de envío y de devoluciones.**
- **El costo del tráfico (publicidad, email marketing, etc).**

2.2.1.1. Introducción de Campañas digitales

Dentro de las campañas especiales, se encuentra el Posicionamiento en buscadores o Search Engine Optimization (SEO por sus siglas en inglés), el cual trata sobre crear contenido en un sitio web para tener un lugar relevante en los motores de búsqueda y atraer las visitas de posibles clientes.

De acuerdo al Libro Blanco, las principales variables que van a lograr un mejor posicionamiento orgánico ante la competencia son:

- a. Tener alineado el título de tu publicación a la demanda
- b. Tener más de un producto en stock.
- c. Cumplir con los estándares de fotos en cuanto a cantidad y calidad.
- d. Completar la marca, los atributos y el código universal de producto.
- e. Tener una buena conversión promedio, tener el precio promedio o alineado a la expectativa de la demanda.
- f. Contar con políticas de devolución flexibles y logística idealmente coordinada por el propio Marketplace.
- g. Tener pocas ventas canceladas y muy pocos o ningún reclamo abierto.

Asimismo, se encuentra la Mercadotecnia en motores de búsqueda o Search Engine Marketing (SEM por sus siglas en inglés), la cual es un conjunto de estrategias de marketing que buscan dar relevancia a una marca vía online, por medio de anuncios pagados. Para un negocio tipo e-commerce, un primer avance para esta estrategia, es que se debe disponer del personal idóneo experto, o tercerizar con una agencia especialista, en llevar tráfico con anuncios de calidad en las diferentes plataformas.

2.2.1.2. ¿Qué se debe medir en una plataforma?

La generación, medición y análisis de la información de los usuarios conectados es vital para la supervivencia de las marcas y organizaciones, por lo que también se puede ver que constantemente éstas se están transformando para complacer a sus clientes con una mayor personalización y atención.

Para un e-commerce es importante tener bien definidos los Key Performance Indicators o KPI's, que se busca alcanzar y saber cómo los vamos a medir para ir mejorando y aumentando las oportunidades para este canal. Para realizar estas mediciones, existen herramientas para medir cada evento y entre las más populares se encuentra Google Analytics para agregar los pixels y los diversos eventos que se quieran medir. Se debe tener claro qué se quiere medir y principalmente cuáles son las fuentes de generación de potenciales clientes, y el porcentaje que termina comprando para luego saber dónde conviene invertir.

Además de las visitas, conversión y ticket promedio como los principales KPI's, es importante saber dónde hicieron clic o en qué call to action dieron click cada uno de los visitantes

con el fin de optimizar el sitio o agregar herramientas como CrazyEgg, para ver con mapas de calor cómo mueve el mouse el visitante dentro del sitio.

También es importante medir la experiencia de los clientes al utilizar la plataforma para obtener información para poder determinar que se puede mejorar del proceso. Los datos de los clientes y los mismos clientes son quienes crean y determinan el éxito de una plataforma.

Hay plataformas que exigen tiempos de respuesta, porcentajes de demora o reclamos a los que se debe estar muy atento. **Mantener el nivel de satisfacción del cliente es una tarea complicada, pero hay diferentes maneras de automatizar esta comunicación con respuestas a las preguntas más frecuentes**, ya sea colocando un chatbot o configurar una serie de mensaje en el sitio o por correo, o inclusive notificaciones con base al recorrido del cliente en el sitio.

2.2.1.3. Aspecto Legal

En vista que las plataformas manejan y obtienen datos personales de los clientes que podrían ser sensibles para conocerlos mejor y brindarles una atención personalizada y un servicio de calidad, pero se debe ser conscientes de qué tipo de datos se obtienen, como se manejan los fines y para qué fines. Se debe proteger la información del cliente a toda costa y hay que tener sumo cuidado sobre dónde se almacenan, quién los recaba y para qué se usarán.

Todo esto hay que colocarlo en un aviso de privacidad de datos para que los usuarios conozcan el tratamiento de la información, los fines o transferencias que pueda tener. Este aviso puede ser presentado de forma verbal, física o electrónica.

2.3. Factor Humano

No hay una respuesta ideal al número de personas necesarias para manejar un marketplace o un área de e commerce, pero una recomendación sana es contar con al menos cinco perfiles: una persona con perfil comercial, una persona con perfil de marketing, una de depósito, uno de IT y uno con un perfil de atención al cliente.

ANEXO III: GUÍA DE ANÁLISIS DE DOCUMENTOS

Para obtener información de apoyo, se analizarán diversos documentos, tesis, investigación y reportes; para ello, se usarán las preguntas que se detallan posteriormente.

Preguntas guía para el análisis:

1. ¿Cuáles son los beneficios de una plataforma digital web en una empresa MIPYMES?
2. ¿Cuáles son las tecnologías utilizadas en las plataformas hoy en día?
3. ¿Qué buscan las empresas al utilizar una plataforma digital web?
4. ¿Qué modelo de negocio es más atractivo para una empresa para poder adquirir una plataforma web digital?
5. ¿Realizaron algún análisis o estudio?
6. ¿De dónde es la empresa que realizó el documento?
7. ¿Qué experiencia tiene en el manejo de tecnología?

Se analizarán dos documentos extendidos por la empresa Accenture. Es una empresa internacional que cuenta con experiencia en el desarrollo de soluciones con herramientas tecnológicas, entra ellas, plataformas digitales. Lo documentos son los siguientes:

- Plataformas Digitales. Definirá a los ganadores y perdedores en la nueva economía.
- Cinco formas de ganar con las plataformas digitales.

También se analizará un tercer documento extendido mediante un programa del gobierno de España en Colaboración del Banco Interamericano de Desarrollo, llamado “Digital Future Society”, el cual posee un enfoque transnacional abarcando tanto España y América Latina. El documento es el siguiente:

- Economía de las plataformas y el Covid-19.

Pregunta	Análisis de Documentación			
	Plataformas Digitales. Definirá a los ganadores y perdedores en la nueva economía	Cinco formas de ganar con las plataformas digitales.	Economía de las plataformas y el Covid-19.	Conclusiones
¿Cuáles son los beneficios de una plataforma digital web en una empresa MIPYMES?				
¿Cuáles son las tecnologías utilizadas en las plataformas hoy en día?				

Pregunta	Análisis de Documentación			
	Plataformas Digitales. Definirá a los ganadores y perdedores en la nueva economía	Cinco formas de ganar con las plataformas digitales.	Economía de las plataformas y el Covid-19.	Conclusiones
¿Qué buscan las empresas al utilizar una plataforma digital web?				
¿Qué modelo de negocio es más atractivo para una empresa para poder adquirir una plataforma web digital?				
¿Realizaron algún análisis o estudio?				
¿De dónde es la empresa que realizó el documento?				
¿Qué experiencia tiene en el manejo de tecnología?				

ANEXO IV: RESULTADOS DE ANÁLISIS DE DOCUMENTOS

Pregunta	Análisis de Documentación			
	Plataformas Digitales. Definirá a los ganadores y perdedores en la nueva economía	Cinco formas de ganar con las plataformas digitales.	Economía de las plataformas y el Covid-19.	Conclusiones
¿Cuáles son los beneficios de una plataforma digital web en una empresa MIPYMES?	<p>La data obtenida a los diversos clientes de sus servicios los beneficios que ellas buscan son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilitar nuevas formas de interactuar con los clientes • Desarrollar una plataforma como negocio • Reinventar la experiencia para los clientes o empleados • Lanzar productos como servicios • Automatizar procesos de distribuidos • Optimización de operaciones 	<p>Una empresa MIPYME puede obtener beneficios tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar ingresos • Reducir costos • Innovar productos y servicios • Ganar velocidad de comercialización en el mercado. <p>Todos y cada uno de estos beneficios puede obtenerlos desde cualquier lugar, ya que una plataforma vive en la nube por decirlo de alguna forma, la cual vuelve accesible a todo aquel que tenga acceso a internet.</p>	<p>Algunas acciones que refuerzan esta tendencia son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio de foco hacia ámbitos y habilidades específicas para proveer servicios especializados. • Transformación del modelo de negocio a modelos de suscripción focalizados en el cliente final • De la misma manera que ha sucedido en otros sectores, muchas de las plataformas de servicios virtuales han lanzado iniciativas específicas para mitigar el impacto de la pandemia. 	<p>Las plataformas reinventan el modelo de negocio de una empresa, permitiéndoles dar el paso a lanzar productos o servicios, automatizar procesos, brindar una atención más próxima con el cliente final.</p>
¿Cuáles son las tecnologías utilizadas en las plataformas hoy en día?	<p>Una fuerte orientación por las tecnologías desarrolladas en capas y en servicios web.</p>	<p>Según el estudio realizado un desarrollo de código con una estructura modular y la utilización de API. No se detalla con exactitud algún lenguaje en específico o estructura en servidores requerida, pero si se enfatiza en crear un ambiente seguro proactivo que pueda responder adecuadamente a la demanda de usuarios.</p>	<p>No se encontró información esta información en el documento.</p>	<p>En conclusión la tendencia de tecnología o herramientas son las orientadas a servicios web, dando énfasis a la demanda de usuarios creando un ambiente seguro y una infraestructura adecuada a la demanda.</p>

Pregunta	Análisis de Documentación			
	Plataformas Digitales. Definirá a los ganadores y perdedores en la nueva economía	Cinco formas de ganar con las plataformas digitales.	Economía de las plataformas y el Covid-19.	Conclusiones
¿Qué buscan las empresas al utilizar una plataforma digital web?	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas hoy en día buscan que una plataforma pueda admitir múltiples canales o flexibilidad en cuanto a dispositivos móviles o web. El hecho de proporcionar servicios consumiendo API de datos para facilitar el consumo de su información en otro software interno. Una amplia gama de servicios, que permita aumentar el consumo y el valor de sus datos y servicios utilizados en los negocios y canales de la empresa. 	Compartir información para mejorar la innovación de nuevos productos y servicios, conectar los usuarios finales con los productos o las empresas.	Las plataformas son una puerta de entrada al comercio electrónico para muchos comercios de barrio y tradicionales. En este sentido la crisis de la COVID-19 ha supuesto un vector de digitalización muy relevante para este perfil de comercios que en muchos casos eran reticentes a utilizar dichos canales	Podemos decir que las empresas buscan captar información para mejorar sus productos o servicios mediante la utilización de una plataforma web.
¿Qué modelo de negocio es más atractivo para una empresa para poder adquirir una plataforma web digital?	<p>En su mayoría de las empresas que participaron en este estudio, concordaron en tres tipos de algún modelo de adquisición de una plataforma y fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planear y desarrollar una plataforma de forma interna. Planear y desarrollar una plataforma en colaboración con un proveedor externo. Afiliarse a un proveedor de software. 	Una plataforma digital es un modelo de negocio habilitado por la tecnología que crea valor al facilitar los intercambios entre dos o más grupos interdependientes. Por lo general, las plataformas reúnen a los usuarios finales y a los productores para realizar transacciones entre ellos.	Da apretura a utilizar un modelo de negocio más flexible, permitiendo combinar equipos internos con profesionales externos.	En conclusión, no hay un modelo de negocio establecido tan cual que se adapte de forma general a todas las empresas. Significa que se debe realizar un estudio para conocer cuál de la variedad es más adecuado para la empresa en la que se requiriera implementar una plataforma web.

Pregunta	Análisis de Documentación			
	Plataformas Digitales. Definirá a los ganadores y perdedores en la nueva economía	Cinco formas de ganar con las plataformas digitales.	Economía de las plataformas y el Covid-19.	Conclusiones
¿Realizaron algún análisis o estudio?	Se realizó un estudio tomando como base diversas encuestas aplicadas a 500 ejecutivos a nivel C en 12 países, los encuestados representaron a nueve industrias que ofrecen servicios ya sea a otras empresas o a consumidores	Se realizó un estudio tomando como base diversas encuestas aplicadas a 500 ejecutivos a nivel C en 12 países, los encuestados representaron a nueve industrias que ofrecen servicios ya sea a otras empresas o a consumidores.	Se realizó un estudio por parte de los equipos de Digital Future Society, BID Lab y las distintas plataformas participantes en el mismo.	Ver análisis anteriores.
¿De dónde es la empresa que realizó el documento?	Accenture es una empresa de Estados Unidos que ofrece servicios y soluciones estrategias, consultoría, tecnología digital y operaciones. Tiene presencia en 120 países.	Accenture es una empresa de Estados Unidos que ofrece servicios y soluciones estrategias, consultoría, tecnología digital y operaciones. Tiene presencia en 120 países.	El estudio fue realizado por Digital Future Society, BID Lab.	Ver análisis anteriores.
¿Qué experiencia tiene en el manejo de tecnología?	Accenture es una empresa que fue constituida en el año de 1989, posee más de 30 años en el manejo de la tecnología, así como brindando soluciones tecnológicas a las empresas que han confiado en sus servicios.	Accenture es una empresa que fue constituida en el año de 1989, posee más de 30 años en el manejo de la tecnología, así como brindando soluciones tecnológicas a las empresas que han confiado en sus servicios	Digital Future Society es una iniciativa español para conectar expertos y emprendedores con la misión de comprender los desafíos y oportunidades de la transformación digital.	Ver análisis anteriores.

ANEXO V: ANÁLISIS FODA

Tipo de preguntas para el análisis:

- ¿Cuántos competidores en el área de plataformas digitales existen actualmente en el mercado meta?
- ¿Cuáles son las características de los competidores en el negocio de las plataformas web?
- ¿Cuáles son los servicios que ofrece la competencia?
- ¿Cuáles es el valor de los servicios que ofrece la competencia?
- ¿Cuál es el rubro de los servicios que ofrece la competencia?

Las empresas que se analizaran son las siguientes:

- Terra te Impulsa
- PulpeCerca
- Busco Aquí 504
- Mall Multiplaza Click & Shop
- App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)

Empresa	Análisis FODA				
	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Conclusiones
Terra te Impulsa					
PulpeCerca					
Busco Aquí 504					
Mall Multiplaza Click & Shop					
App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)					

ANEXO VI: RESULTADOS DE ANÁLISIS FODA

Las empresas que se analizarán son las siguientes:

- Terra te Impulsa
- PulpeCerca
- Busco Aquí 504
- Mall Multiplaza Click & Shop
- App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)

Empresa	Análisis FODA				
	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Conclusiones
Terra te Impulsa	<ul style="list-style-type: none"> ● Plataforma a disposición de los emprendedores. ● Es un catálogo virtual para que los emprendedores puedan ofrecer sus productos. ● El perfil es gratuito para los emprendedores. ● Desarrolla módulos con temas de interés para las MIPYMES. ● Cuenta con alianzas con instituciones bancarias para ofrecer condiciones preferenciales. ● La plataforma cuenta con aliados en el sector privada y entes internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Depende de la información que proveen los emprendedores. ● Los emprendedores deben mantener actualizado sus catálogos de productos en la plataforma. ● Potenciales fallas técnicas con el botón de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrece apoyo de formalización a los emprendedores. ● La plataforma brinda asesorías en finanzas personales y contabilidad. ● Ofrece premios a los emprendedores por su desempeño. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La plataforma posee alianza con las Cámaras de Comercio. 	<p>Se encuentra dirigida especialmente a MIPYMES, a la fecha de este análisis posee tiendas o emprendimientos pertenecientes al Bazar del sábado, su motor de búsqueda se enfoca en promover de primera instancia los productos para luego llegar a la tienda, ofrece pequeños cursos de formación para emprendedores.</p> <p>La plataforma posee un diseño limpio y sencillo de utilizar.</p>

Empresa	Análisis FODA				
	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Conclusiones
Terra te Impulsa	<ul style="list-style-type: none"> ● Plataforma a disposición de los emprendedores. ● Es un catálogo virtual para que los emprendedores puedan ofrecer sus productos. ● El perfil es gratuito para los emprendedores. ● Desarrolla módulos con temas de interés para las MIPYMES. ● Cuenta con alianzas con instituciones bancarias para ofrecer condiciones preferenciales. ● La plataforma cuenta con aliados en el sector privada y entes internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Depende de la información que proveen los emprendedores. ● Los emprendedores deben mantener actualizado sus catálogos de productos en la plataforma. ● Potenciales fallas técnicas con el botón de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrece apoyo de formalización a los emprendedores. ● La plataforma brinda asesorías en finanzas personales y contabilidad. ● Ofrece premios a los emprendedores por su desempeño. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La plataforma posee alianza con las Cámaras de Comercio. 	<p>Se encuentra dirigida especialmente a MIPYMES, a la fecha de este análisis posee tiendas o emprendimientos pertenecientes al Bazar del sábado, su motor de búsqueda se enfoca en promover de primera instancia los productos para luego llegar a la tienda, ofrece pequeños cursos de formación para emprendedores.</p> <p>La plataforma posee un diseño limpio y sencillo de utilizar.</p>
PulpeCerca	<ul style="list-style-type: none"> ● Proporciona información sobre las pulperías y mercaditos cerca de la ubicación registrada de la persona en sesión en ese momento. ● Muestra la información a sus visitantes mediante marcadores georeferenciados en un mapa de google. ● Activo en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aparentemente el contenido no se encuentra actualizado 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagos realizados vía Código QR mediante la billetera digital TENGO y en efectivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La plataforma posee alianza con el banco Ficohsa y la cervecería hondureña. 	<p>Actualmente se encuentra desactualizada y sin mantenimiento ya que al realizar una búsqueda el mapa no resalta las pulperías o mercaditos cercanos.</p> <p>La plataforma posee patrocinadores fuertes.</p>

Empresa	Análisis FODA				
	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Conclusiones
Busco Aquí 504	<ul style="list-style-type: none"> ● Es una plataforma web que provee información sobre los servicios de salud, educación, empleo, apoyo moral, recreación y seguridad disponibles para la población. ● Posee extensión geográfica en los municipios de Tela, La Ceiba, Choloma, San Pedro Sula y Tegucigalpa. ● Muestra la georreferenciación de la información provista. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Parece que el contenido no se ha actualizado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Podría expandirse a otras áreas geográficas del país. ● Es una plataforma sin fines de lucro. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Es una plataforma para buscar los servicios disponibles para la población en las áreas geográficas de apoyo. Sin embargo, el enfoque es diferente a Pocket Deals. 	<p>Esta plataforma solo se enfoca en servicios de apoyo a la población en general de las ciudades donde opera; por lo tanto, no posee una amenaza ni es competencia para Pocket Deals.</p>
Mall Multiplaza Click & Shop	<ul style="list-style-type: none"> ● Posee alianza con varias tiendas. ● Proporciona visualización del catálogo de productos proporcionados en cada tienda. ● Brinda la opción de reservación de productos desde la plataforma, el pago se realiza en la tienda con la opción establecida desde la plataforma. ● Comunicación y notificaciones vía correo electrónico. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Proporciona tiendas exclusivas para un sector de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Posibilidades de expandir el catálogo de tiendas afiliadas a la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Grupo Roble 	<p>Al momento de realizar este análisis, la plataforma posee un pequeño número de tiendas perteneciente al centro comercial en su mayoría, se visualizan los productos y se reservan los mismos para posteriormente adquirirlos en tienda. Posee marcas tanto nacionales reconocidas como internacionales, no está dirigida especialmente a MIPYMES.</p>

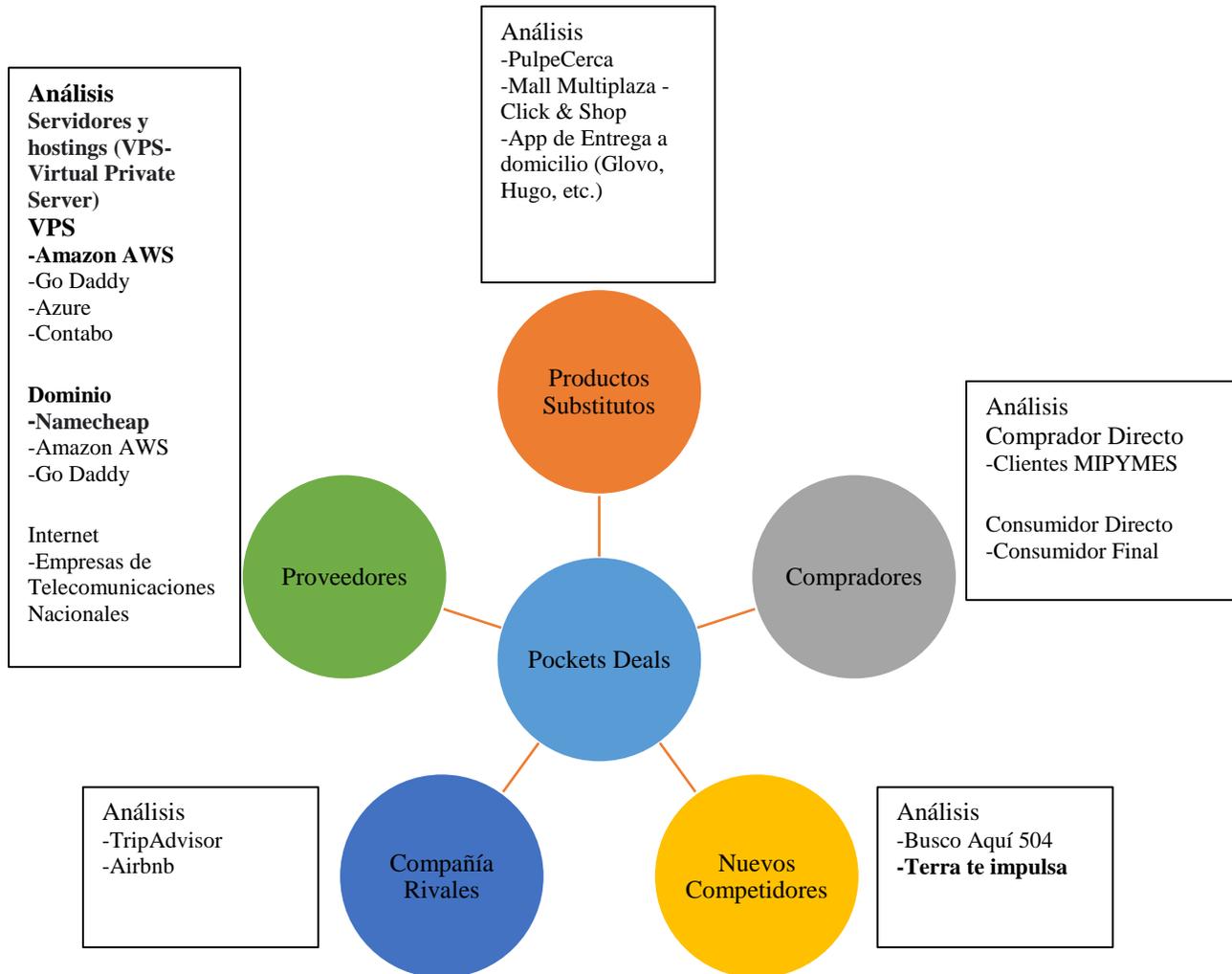
Empresa	Análisis FODA				
	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Conclusiones
App de entrega a domicilio: Hugo	<ul style="list-style-type: none"> ● Variedad de servicios. ● Opciones de búsqueda, compra y métodos de pago. ● Anuncios y promociones vía notificación y pop ups dentro de la aplicación. ● Distintas opciones para la adquisición del producto: recoger en el local o entrega a domicilio. ● Proporciona chat de soporte. ● Presencia a nivel Centroamericano. ● Permite calificar al repartidor que brinda sus servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Presente solamente en aplicación móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Crecimiento de presencia en nuevas rutas a nivel nacional. ● Creación de plataforma digital web con las mismas opciones que la aplicación móvil. ● Brindar algún dispositivo u opción de pánico a los repartidores, por cualquier situación (robo, accidente, etc). ● Aumento de catálogo de negocios y locales que deseen adquirir el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se encuentran expuestos a la clonación de tarjetas ya sea de débito o crédito. 	<p>La aplicación se encuentra incursionando en variedades de servicios como ser de entrega a domicilio, tanto pedidos de comida como compras en tiendas de otra naturaleza.</p> <p>Cuenta presencia en el mercado, las tiendas registradas no son MIPYMES sino grandes empresas.</p> <p>Sus métodos de búsqueda son puntuales; es decir, los nombres de los negocios están registrados en la aplicación.</p>

Empresa	Análisis FODA				
	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas	Conclusiones
App de entrega a domicilio: Pedidos Ya	<ul style="list-style-type: none"> ● Posee variedad de servicios: tiendas, restaurantes, mensajería. ● Cuenta con opciones de búsqueda, compra y métodos de pago. ● Tiene un proceso establecido para que las empresas puedan seguirlos. ● Ofrece un chat de Ayuda en línea las 24 horas. ● Brinda distintas opciones para el pago de la compra: en línea o pago en efectivo. ● Presencia a nivel latinoamericano. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tiene un pequeño costo único. Luego, se realiza un pago mensual por mantenimiento del POS y una mínima comisión por venta. ● El cliente gestiona su catálogo de productos, horarios y negocio en Partner Portal. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Podría expandirse a otras áreas geográficas del país. ● Posibilidades de expandir las empresas y tiendas afiliadas a la plataforma. ● Brindar algún dispositivo u opción de pánico a los repartidores, por cualquier situación (robo, accidente, etc). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Proporciona un chat de ayuda. ● Compromiso de incrementar la visibilidad de la empresa a través de una fuerte inversión de marketing. ● Brinda un equipo de atención personalizada para ofrecer soluciones ● Presente en una aplicación móvil y web. ● Se encuentran expuestos a la clonación de tarjetas ya sea de débito o crédito. 	<p>Con una entrega a domicilio variado que incluye desde compras a restaurantes hasta farmacias. Esta aplicación se enfoca exclusivamente en los servicios de entrega a domicilio de esta manera centralizando su área en el mercado. Posee posicionamiento en el mercado.</p> <p>Sus métodos de búsqueda son puntuales; es decir, los nombres de los negocios están registrados en la aplicación.</p>

ANEXO VII: RESULTADOS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Para la aplicación de esta herramienta se analizarán las siguientes las empresas:

- Terra te Impulsa
- PulpeCerca
- Busco Aquí 504
- Mall Multiplaza Click & Shop
- App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)



Poder de los Proveedores

La cantidad de proveedores disponibles en el mercado es amplia, cada uno ofrece servicios similares con cierta diferenciación en costo, que radica en las características del mismo que ofrece cada uno, por tal razón **no tienen ningún poder de negociación con respecto a Pocket Deals.**

Compañías Rivales

Se consideró TripAdvisor y Airbnb como compañías rivales ya que utilizan el mismo modelo de negocios el cual es la economía compartida. Dicho **modelo de negocio es completamente en línea, que ayuda a conectar a particulares con el fin de encontrar un servicio**, ya sea de turismo o con fines académicos.

Nuevos Competidores

- **Publicidad**
Dentro de la plataforma se brindará publicidad de aquellas MIPYMES que deseen aparecer en los espacios destinados.
- **Posicionamiento de búsquedas**
Se brindará posicionamiento de búsqueda con respecto a las empresas según las preferencias de los clientes consumidores.
- **Cientes MIPYMES sin distinción de rubro**
La plataforma Pocket Deals no realizará distinción con los clientes MIPYMES que deseen aparecer en la misma.
- **Cobros por suscripciones**
Busco aquí 504 y Terra te impulsa no cobra suscripciones por aparecer en sus respectivas plataformas, pero a diferencia de Pocket Deals ellos no realizan creación de contenido digital, promociones dentro de la misma, minería y análisis de datos, calificación y comentarios.

Compradores

En el caso de Pocket Deals, **los compradores son los clientes MIPYMES del Distrito Central**, los cuales incluyen los diferentes rubros en el mercado como ser reposterías, restaurantes, librerías, cafeterías, ropa y accesorios entre otros. **Ellos poseen un poder de negociación alto, dado que son la fuente principal de ingresos de la plataforma.** La plataforma ofrecerá diferentes paquetes de suscripción con diversas características y cada uno con un diferente valor de venta.

Por lo tanto, los márgenes de beneficio en cada uno de estos paquetes muestran notablemente el poder de compra y cómo los clientes especiales pagan precios diferentes en función de su poder de negociación.

Por otra parte, existen los consumidores finales, quienes no comprarán el servicio de la plataforma, pero serán quienes la utilicen para buscar los productos y servicios de su elección. Dado que **ellos son quienes usarán Pocket Deals y buscarán lo que ofrecen los clientes MIPYMES; esto les da un poder de influencia alto con respecto al contenido publicado en la plataforma.**

Productos Sustitutos

Existen productos sustitutos disponibles en el mercado, tales como PulpeCerca, Mall Multiplaza Click & Shop y Apps de Entrega a domicilio como Pedidos Ya, Hugo, etc., **Pocket Deals se diferencia de estos productos o servicios ofreciendo retroalimentación a los clientes MIPYMES, publicidad, posicionamiento de búsqueda según las preferencias de los clientes consumidores y reseñas y un monto de suscripción menor.**

ANEXO VII: CUESTIONARIOS PARA ENTREVISTAS Y JUICIO DE EXPERTOS

Preguntas para las entrevistas a expertos:

1. ¿Qué tecnologías y/o herramientas son las más adecuadas para desarrollar una plataforma digital web?
2. ¿Cuáles son los proveedores de servicio de infraestructura disponibles?
3. ¿Cuál es el tipo de arquitectura adecuada a utilizar para el diseño?
4. ¿Qué características deben tener los posibles proveedores para la implementación de la plataforma?
5. En base a su experiencia, ¿Qué tipo de servicio adicional se podría ofrecer a los clientes en una plataforma?
6. ¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para la comunicación interna?
7. ¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para la comunicación externa?
8. ¿Cuál es la expectativa del usuario en cuanto al diseño de una plataforma e interactividad de la misma?
9. ¿Cuál es la capacidad de adaptabilidad de la plataforma a los diferentes dispositivos digitales (computadora y móviles)?
10. ¿Cuál son los tipos de herramientas para desarrollo del diseño web?
11. En base su experiencia, ¿Cuál es el número ideal de recurso humano para operar la plataforma?
12. ¿Qué cantidad de actividades se requieren para la implementación de la plataforma web?
13. ¿Cuál es la cantidad de recursos necesarios para cada actividad en la implementación de la plataforma web?
14. En base su experiencia, ¿Cuál es el tiempo requerido para el desarrollo de cada actividad en la implementación de la plataforma web?
15. ¿Cuáles son los niveles de servicio necesarios para una plataforma web?
16. En base a su experiencia, ¿Cuál es el tiempo de respuesta para resolver inquietudes de los clientes?
17. ¿Qué regulaciones internacionales se debe cumplir para la implementación de una plataforma web?

Pregunta	Entrevistas			
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Conclusiones
¿Qué tecnologías y/o herramientas son las más adecuadas para desarrollar una plataforma digital web?				
¿Cuáles son los proveedores de servicio de infraestructura disponibles?				
¿Cuál es el tipo de arquitectura adecuada a utilizar para el diseño?				

Pregunta	Entrevistas			
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Conclusiones
¿Qué características deben tener los posibles proveedores para la implementación de la plataforma?				
En base a su experiencia, ¿Qué tipo de servicio adicional se podría ofrecer a los clientes en una plataforma?				
¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para la comunicación interna?				
¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para la comunicación externa?				
¿Cuál es la expectativa del usuario en cuanto al diseño de una plataforma e interactividad de la misma?				
¿Cuál es la capacidad de adaptabilidad de la plataforma a los diferentes dispositivos digitales (computadora y móviles)?				
¿Cuál son los tipos de herramientas para desarrollo del diseño web?				
En base su experiencia, ¿Cuál es el número ideal de recurso humano para operar la plataforma?				
¿Qué cantidad de actividades se requieren para la implementación de la plataforma web?				
¿Cuál es la cantidad de recursos necesarios para cada actividad en la implementación de la plataforma web?				
En base su experiencia, ¿Cuál es el tiempo requerido para el desarrollo de cada actividad en la implementación de la plataforma web?				
¿Cuáles son los niveles de servicio necesarios para una plataforma web?				
En base a su experiencia, ¿Cuál es el tiempo de respuesta para resolver inquietudes de los clientes?				
¿Qué regulaciones internacionales se debe cumplir para la implementación de una plataforma web?				

ANEXO IX: RESULTADOS DE ENTREVISTAS Y JUICIO DE EXPERTOS

Resumen de las Entrevistas a Expertos

Pregunta	Entrevistas				
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Conclusiones
Recursos					
<p>1. ¿Cuál es la cantidad de recursos tanto financiero, humano y de tiempo, necesarios para cada actividad en la implementación de la plataforma web?</p>	<p>Se recomienda realizar un estudio a base de horas y tiempo para poder determinar la cantidad.</p> <p>Con respecto al recurso humano, depende del enfoque. Podría ser mínimo una persona.</p> <p>Sobre el recurso tiempo, se tardaría varios meses. Es un proceso gradual, se realiza un estimado inicial y la idea es algo nuevo se comienza con una prueba de concepto; la cual dura unas 5 semanas para probar los puntos claves. Se debe planificar considerando el Producto Mínimo Viable (Minimum Viable Product), el cual tarda de 2-3 meses. El proceso de soporte y mantenimiento puede durar meses hasta años.</p> <p>Con respecto al recurso financiero, se necesitan mínimo 10,000 dólares. Un consolidado de 5 dígitos. Todo depende del presupuesto, alto riesgo y poca experiencia con un equipo nuevo. Las empresas grandes tienen alertas para poder detectar problemas antes.</p>	<p>Aspecto financiero realizar análisis preliminar para costos, tiempo y recurso humano, conexiones simultáneas.</p> <p>Recurso humano</p> <p>Se recomienda iniciar con poco recurso, aproximadamente ventas, servidor, software.</p>	<p>Cada uno de estos aspectos estarían afectados directamente del equipo.</p> <p>Tiempo</p> <p>Este aspecto dependerá de la expertise del equipo de trabajo para desarrollar la plataforma.</p> <p>Financiero</p> <p>Para iniciar un emprendimiento. Para iniciar o hacer prueba de los servicios de forma gratuita se mencionó Amazon y Google Cloud.</p> <p>Se necesita una fuerte campaña publicitaria por medio de redes sociales.</p> <p>Aproximadamente se necesitaría \$5,000 tan solo para comenzar.</p> <p>Humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos desarrolladores • Mercadeo con experiencia • Ventas 	<p>Se recomienda realizar un estudio a base de horas y tiempo para poder determinar la cantidad.</p> <p>Con respecto al recurso humano, se recomienda tener un senior developer, dos juniors developer ya sean full stack o dividir las habilidades de cada uno (uno enfocado en Front End y Back End).</p> <p>Sobre el recurso tiempo, se tardaría alrededor de 9-12 meses para poder realizar el análisis, diseño y desarrollo de la plataforma. Y 1-2 meses para poder implementar la plataforma, en total serían 10-14 meses para la implementación del proyecto de la plataforma.</p> <p>Con respecto al recurso financiero, se necesitan 40,000 dólares para poder realizar el desarrollo de la plataforma con 1000 dólares para la implementación durante los primeros 6 meses.</p>	<p>Tanto para el factor tiempo y financiero, todos los expertos coincidieron en realizar un estudio o análisis previo para estimar cada aspecto.</p> <p>En cuanto al recurso humano en su mayoría coincidió que para un emprendimiento que comienza a iniciar con poco pero esencial, es decir, la cantidad de recurso humano para operar sin dificultades.</p>

Pregunta	Entrevistas				
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Conclusiones
Proveedores					
1. ¿Qué características deben tener los posibles proveedores para la implementación de la plataforma? (Hostings)	Las características son: proveedores que ya tengan experiencia, ver el portafolio de cada uno de los proveedores, tiempo en el mercado y facilidad de implementación.	Considerar un hosting que brindarán soporte si algo falla y que sea confiable.	Los proveedores dependen del público al que se quiera llegar. Se recomienda iniciar con un hosting compartido mientras se van generando más visitas y tráfico web. Mencionados: Amazon s3, hostinger , e ir escalando la capacidad para reducir costos y así llegar al equilibrio del emprendimiento.	Las características son: ser confiable y que no sea nacional, brindar Infraestructura como servicio (IaaS) (Infraestructure as a Service por sus siglas en inglés) y estructura de computación sin servidor (o serverless) para poder reducir costos.	En su mayoría coincidió que debe ser un proveedor confiable, con facilidad de implementación, internacional, que brinde soporte y que posea un fuerte posicionamiento en el mercado.
2. ¿Cuáles son los proveedores de servicio de infraestructura disponibles? (Hostings)	Los posibles proveedores para servidores son: Digital Ocean y Amazon AWS. Los posibles proveedores para servicio de infraestructura: GoDaddy.	Los recomendados son: Apex, Azure, GoDaddy. Proveedores nacionales no convendría para un proyecto pequeño o en sus inicios.	Los sugeridos son: Google Cloud Platform, Hostgator, Hostinger, Digitalocean, Heroku.	Los posibles proveedores son: Azure, Google Cloud, Amazon AWS, GoDaddy.	Se coincidieron con los siguientes proveedores de infraestructura: <ul style="list-style-type: none"> • Amazon AWS • Azure • Google Cloud • GoDaddy
Comunicación					
1. ¿Cuál es el tipo de tecnología adecuada a utilizar para la comunicación: interna para el equipo de desarrollo y externa para los clientes?	Para la comunicación interna, se les sugiere usar Slack, Jira (scrum), Zoom para las llamadas, Trello y Pivotal Tracker. Con respecto a la comunicación externa, se les recomienda Confluence (documentación) y Zoom para las llamadas.	Brindar chat dentro del mismo proyecto que responda preguntas frecuentes con un bot, clientes externos. Via Correo electrónico, internamente.	Interna <ul style="list-style-type: none"> • Whatsapp • Telegram • Teams • Slack • Discord Externa <ul style="list-style-type: none"> • Correo Electrónico • Llamadas telefónicas Consumidor final <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Bots. 	Para la comunicación interna, se les sugiere usar Office 360 ya que ofrece la opción de Teams para chats y llamadas. También se puede usar Slack, Trello o Jira. Con respecto a la comunicación externa, se les recomienda usar Zoom para webinars y correo electrónico para mantener comunicación con los clientes MIPYMES y consumidor final.	La mayoría de los expertos coinciden que para la comunicación interna se puede utilizar: <ul style="list-style-type: none"> • Jira • Trello • Slack • Teams • Zoom Y para la comunicación externa lo siguiente: <p>Correo electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zoom • Chat

Fuente: Elaboración propia con datos de la Entrevistas realizadas a Expertos (2021).

Pregunta	Entrevistas				
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Conclusiones
Comunicación					
2. En base a su experiencia, ¿Cuál es el tiempo de respuesta para resolver inquietudes de los clientes?	El tiempo de respuesta para resolver inquietudes depende de la gravedad de la misma. Por ejemplo, si se cae el servidor debe ser menor a una hora. En el caso que sean preguntas, debe ser rápido y la respuesta en menor a una hora para indicar que “se está trabajando en ello”.	Establecer políticas para el tiempo de respuesta adecuado de las preguntas según sea la naturaleza de las mismas.	Menos de 3 horas, es el tiempo estimado para responder a los clientes MIPYMES. Lo más pronto posible Al consumidor final se le puede brindar el tiempo de espera aproximadamente de 15 a 30 min. Se recomienda utilizar un bot tomando las preguntas frecuentes.	El tiempo de respuesta para resolver inquietudes debe seguir un Acuerdo de nivel de servicio (Service-level agreement). El tiempo de respuesta para resolver inquietudes/ consultas debe ser estándar de 24-48 horas. El tiempo de respuesta para resolver pregunta puntal debe ser de 24 horas. El tiempo de respuesta para la caída del servidor o servicio debe ser de 8-10 horas.	El tiempo de respuesta dependerá de la naturaleza de la pregunta y de las políticas establecidas por la empresa, así como también el público remitente de dicha pregunta. Al cliente MIPYME se debe dar respuesta en cuanto sea posible. Al cliente final se estimó que un tiempo prudente de respuesta sería entre 24 a 48 horas si es una consulta directa vía correo. Un chat bot disminuye el tráfico y tiempo de respuesta a dudas al resolver preguntas frecuentes con dicha herramienta.
Desarrollo					
1. ¿Cuál es el tipo de arquitectura adecuada a utilizar para el diseño?	El tipo de arquitectura adecuada a utilizar para el diseño son para infraestructura: servicio de hostings, AWS, Heroku. Para Back End, se sugiere usar Node.js, Robin, o Rails. Para Back End, se sugiere usar React. En el caso de base de datos, se recomienda usar Postgres o Mongo DB.	Desarrollo en tres capas: Base de datos Lógica del negocio en web service (BackEnd) FrontEnd	Hardware Platform SAAS service amazon Hosting compartido Código Depende en gran medida del conocimiento de los programadores, se recomienda que se distribuya con un desarrollador Backend y un Frontend.	El tipo de arquitectura adecuada a utilizar para el diseño son base de datos y computación sin servidor (o serverless) para el Front End y Back End como Cloud Front o arquitectura Lambda.	Los expertos coincidieron en que debe ser una estructura enfocada en web service, es decir, dos proyectos que conforman uno dividido en backend o servicios web y frontend también conocido como vistas de usuario.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Entrevistas realizadas a Expertos (2021).

Pregunta	Entrevistas				
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Conclusiones
Desarrollo					
2. De los tipos de herramientas que existen para el desarrollo web, ¿cuál considera que es la más adecuada para desarrollar una plataforma web?	<p>El tipo de arquitectura adecuada a utilizar para el diseño son para infraestructura: servicio de hostings, AWS, Heroku.</p> <p>Para Back End, se sugiere usar Node.js, Robin, o Rails. Para Back End, se sugiere usar React. En el caso de base de datos, se recomienda usar Postgres o Mongo DB.</p>	<p>Se recomienda herramientas con soporte y respaldo. Mencionadas tecnologías de Microsoft, Oracle.</p>	<p>Por simplicidad y conocimiento general el patrón MVC orientado a servicios web.</p> <p>Se recomienda utilizar el lenguaje o las herramientas en la que se tenga mayor expertise por parte de los desarrolladores para disminuir la curva de aprendizaje.</p>	<p>De las herramientas que existen, pueden utilizar para base de datos como Progress o MYSQL; para Front End pueden usar React.js y Back End pueden usar Python o Node.js.</p>	<p>Utilizar herramientas que permitan un desarrollo orientado a servicios web, como las siguientes:</p> <p>Bases de Datos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PostgreSQL ● MySQL <p>Frontend:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● React.js <p>Backend</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Python ● Node.js
3. ¿Cuáles son los niveles de seguridad necesarios para una plataforma web?	<p>Los niveles de seguridad necesarios serían las llaves de los servicios encriptadas, usar variables de entorno para evitar exposición e ingeniería reversa; proteger contra ataques DDOS y seguridad de usuario (base de datos, limitar accesos). Asimismo, usar Whitelist, para restrucc al HTH al servidor, y Autenticación de múltiples factores (Multi-factor authentication).</p>	<p>Fortalecer la seguridad via servidor. Brindar token de autenticación en los web service. Certificado de seguridad en el sitio firewall.</p> <p>Se recomienda poseer una buena seguridad.</p>	<p>Utilización de roles para los usuarios, firewall, pruebas de estrés para los servidores, inicio de sesión, realización de pruebas unitarias y realizar backups de las bases de datos.</p>	<p>Los niveles de seguridad necesarios serían Certificación de seguridad en 3 niveles, encriptación de 126 bits, recomendación y respaldo de datos, y aislamiento a nivel de servicio y tener su propia nube. Asimismo, usar herramientas internas de debugeo para identificar vulnerabilidades dentro del código fuente para así se mejora el mismo para evitar hackeos y proteger los datos como ser Sonarqube.</p>	<p>La mayoría de la seguridad las sugeridas fueron las siguientes:</p> <p><u>Servidores</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Certificado SSL en 3 capas ● Pruebas de estrés ● Uso de whitelist <p><u>Red</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Firewall <p><u>Base de datos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Accesos limitados ● Realizar backups periódicamente <p><u>Servicios Web</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tokens de autenticación encriptados <p><u>Código</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pruebas unitarias ● Inicio de Sesión ● Uso de roles para gestionar permisos

Fuente: Elaboración propia con datos de la Entrevistas realizadas a Expertos (2021).

Pregunta	Entrevistas				
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Conclusiones
Desarrollo					
4. ¿Qué actividades considera usted necesarias para la implementación de una plataforma web?	Las actividades en el marco general necesarias serían proceso scrum, se ven resultados en buen tiempo. Para la parte de planeación usar stand-up meeting de manera diaria, una reunión de pie es una reunión en la que los asistentes suelen participar mientras están de pie, y sprint, un período breve de tiempo fijo en el que un equipo de scrum trabaja para completar una cantidad de trabajo establecida (duración normal son 2 semanas).	Lluvia de ideas identificar los tipos de usuarios y los roles. Analizar las tecnologías a utilizar y hosting. Comienzo del desarrollo.	Validar viabilidad de la idea auxiliándose con el producto mínimo viable. Realizar pruebas con los clientes consumidor y MIPYMES, obtener retroalimentación de ambas partes para mejoras. Programar actividades y distribución de las mismas entre los miembros del equipo.	Las actividades en el marco general necesarias para la implementación de una plataforma web son un análisis de requerimientos y funcionalidades, el desarrollo, pruebas e implementación. Para la implementación de este tipo, les recomiendo que utilicen una estructura de desarrollo y operaciones (development-operations devops por si siglas en inglés) y scrum agile. También se debe considerar la automatización de pruebas como ser pruebas de regresión.	En resumen, la metodología Scrum y Agil fueron las herramientas adecuadas que se mencionaron para realizar las actividades para el desarrollo de la plataforma web Pocket Deals. Las actividades que se deben llevar a cabo sería: <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de requerimientos Funcionalidades Desarrollo ● Pruebas ● Implementación.
5. ¿Cuál es la capacidad de adaptabilidad de la plataforma a los diferentes dispositivos digitales (computadora y móviles)?	La plataforma debe ser adaptable y diseño web adaptable si o si a los dispositivos móviles, tablet en general en todos..	La plataforma debe ser totalmente adaptable a los diferentes dispositivos digitales.	La plataforma debe ser totalmente adaptable a los diferentes dispositivos digitales. Se recomienda llegar a los clientes MIPYMES con una plataforma web y al consumidor final de forma móvil.	Por la tendencia global, se están usando más tablets o celulares; por tal razón debe ser adaptable y diseño web adaptable (responsive). Asimismo, se debe incluir los diferentes navegadores.	Todos los expertos coincidieron que la plataforma debe adaptarse a los diferentes dispositivos digitales así como también a los distintos navegadores de la web.

Pregunta	Entrevistas				
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Conclusiones
Desarrollo					
6. ¿Cuál es la expectativa del usuario en cuanto al diseño de una plataforma e interactividad de la misma?	La expectativa del usuario sería la interfaz de usuario (UI User Interface) y experiencia de usuario (UX User Experience). Además, esperaría que fuese fácil de usar, encuentre lo que busca, que se pueda navegar y un diseño inteligente.	La experiencia del usuario lo ideal debería ser intuitiva y fácil.	Clientes MIPYMES Las empresas considerando que el diseño permita o esté dentro de los parámetros permitidos por la misma. Consumidor Final La plataforma debe ser lo más sencilla y fácil de utilizar, que sea intuitiva.	La expectativa del usuario sería que al ser un producto online al darle clic el tiempo de respuesta sea en 5 segundos. Además, que sea accesible (inclusivo); es decir, que posea un estándar de estructura para verificar en los navegadores.	Se coincidió que el diseño de la plataforma debe ser lo más sencillo, intuitivo y fácil de utilizar.
7. En base a su experiencia, ¿Qué tipo de servicio adicional se podría ofrecer a los clientes en una plataforma?	Con respecto a los servicios adicionales que se podría ofrecer, Quality Assurance para realizar análisis exploratorio del producto para ver qué tanta falla. Crear un proceso automatizado para testar las plataformas. Realizar la exploración y evaluación del diseño para evaluaciones de la efectividad de la interfaz. Brindar el servicio de análisis de datos.	Ofrecer soporte técnico.	Servicio de envío de mails, notificando al consumidor final las promociones brindadas por las empresas dentro de las empresas, puede ser utilizando correo electrónico o mensaje de texto.	Con respecto a los servicios adicionales que se podría ofrecer, serían anuncios/ publicidad para que aparezcan primero y que se ofrezcan en paquetes. Ofrecer un manejo de cartera de clientes; esto a través de brindar informes de lo que los consumidores finales están buscando o que están diciendo de las empresas. Se podría hacer un dashboard que muestre cuántos usuarios han tenido, cuántos comentarios han tenido, números de visitas y análisis de datos. Esto con el tiempo podría incluir un programa de Inteligencia Artificial que genera un patrón de quienes están consumiendo tus productos y realice recomendaciones/ análisis.	Cada experto proporcionó un servicio extra que se pueda ofrecer en la plataforma y fueron los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer soporte técnico aparte a las MIPYMES de la plataforma. • Enviar notificaciones vía mensajes de texto o correo electrónico de las promociones de los clientes MIPYMES a los clientes consumidores. • Ofrecer un manejo de cartera de clientes; esto a través de brindar informes de lo que los consumidores finales están buscando o que están diciendo de las empresas. • Ofrecer Quality Assurance para realizar análisis exploratorios al producto para detectar fallas.

Pregunta	Entrevistas				
	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Experto 4	Conclusiones
Regulaciones					
1. ¿Qué regulaciones tanto nacionales como internacionales se deben cumplir para la implementación de una plataforma web?	<p>Si existen regulaciones a nivel nacional, recomiendo que las busquen.</p> <p>A nivel internacional, existe la HIPAA que es la Ley de Portabilidad y Responsabilidad de los Seguros Médicos.</p>	<p>Llevar registro contable de los ingresos, aparentemente existiría regulación por parte de la SAAR.</p> <p>Si la empresa brinda servicio netamente a Honduras, velar por los aranceles establecidos en el país.</p>	<p>Notificar al usuario qué tipo de datos personales se utilizarán (Ejemplo cookies o disclaimers). Informarle al usuario.</p>	<p>A nivel nacional, no existen y no se regulan este tipo de plataformas.</p> <p>A nivel internacional, se debe cumplir con Reglamento General de Protección de Datos o General Data Privacy Regulation (GDPR por sus siglas en inglés); protección de datos; Tratados de Libre Comercio (a nivel centroamericano y e-commerce) y Términos de Condiciones.</p>	

Universidad Tecnológica Centroamericana

Encuesta para Consumidor Final



La presente encuesta tiene como propósito, la recopilación de información que permita identificar aspectos elementales para la realización de una investigación en el marco de la Maestría en Administración de Proyectos de UNITEC, la cual está enfocada al estudio de prefactibilidad de la plataforma digital de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para MIPYMES en la ciudad el Distrito Central. Agradeceríamos su más sincera colaboración respondiendo la siguiente encuesta, la cual no le compromete en ningún aspecto.

Muchas gracias de antemano por su colaboración.

Nota: El consumidor final es aquel usuario que utilizarán la plataforma web ya sea para poder buscar productos y servicios, dentro del rango de las edades de 15 años en adelante.

Aspectos Demográficos

1. Sexo

- Femenino
- Masculino

2. Edad

- 15 - 20 años
- 21 - 25 años
- 26 - 30 años
- 31 - 40 años
- 40 años en adelante

3. Estado civil

- Soltero/a
- Casado/a
- Unión libre
- Divorciado/a

4. ¿En qué ciudad vive?

- Tegucigalpa
- Comayagüela

5. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

- Primaria completa
- Primaria incompleta
- Secundaria completa
- Secundaria incompleta
- Técnico
- Universitaria completa
- Universitaria incompleta
- Ninguno
- Otro. Especifique cuál.

Plataforma Digital Web

6. ¿Cuál es su nivel de conocimiento tecnológico?

- No tiene conocimiento
- Básico
- Intermedio
- Experto
- Prefiero no decirlo

7. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para realizar compras en línea?

- Si
- No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, continúe con la pregunta 8. Si su respuesta fue NO, pase a la pregunta N. 9.

8. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.

- Páginas web
- Redes Sociales
- App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
- Otras. Especifique cuál.

9. ¿Cuál de las siguientes herramientas recurre usted para realizar a búsqueda de un producto, servicio o empresa? Puede seleccionar más de una opción.

- Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc.
- Redes Sociales
- Recomendaciones de terceros
- App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
- Otras. Especifique cuál. _____

10. En base a la pregunta anterior, ¿Qué tipo de productos o servicios ha buscado? Puede seleccionar más de una opción.

- | | |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas | <input type="checkbox"/> Repostería |
| <input type="checkbox"/> Libros | <input type="checkbox"/> Tecnología |
| <input type="checkbox"/> Mascotas y Accesorios | <input type="checkbox"/> Arte y Fotografía |
| <input type="checkbox"/> Belleza | <input type="checkbox"/> Restaurante |
| <input type="checkbox"/> Entrenamiento | <input type="checkbox"/> Cafetería |
| <input type="checkbox"/> Ropa y accesorios | |

11. Otro. Especifique cuál. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para buscar los productos o servicios de su preferencia?

- Si
- No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, continúe con la pregunta 12. Si su respuesta fue NO, pase a la pregunta N.13.

12. ¿Estaría interesado en brindar comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ha comprado?

- Si
- No

13. ¿De qué forma le gusta dar su opinión sobre los productos o servicios que ha comprado? Puede seleccionar más de una opción.

- Comentario
- Reseñas
- Calificación del servicio o producto
- Recomendación
- Otros. Especifique cuál.
- _____

14. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.

- Fácil de usar
- Adaptabilidad a los dispositivos digitales
- Velocidad de carga
- Seguridad del sitio web
- Diseño
- Otros. Especifique cuál. _____

ANEXO XI: RESULTADOS DE ENCUESTA PARA CONSUMIDOR FINAL

Número	Marca temporal	1. Sexo	2. Edad	3. Estado civil	4. ¿En qué ciudad vive?	5. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?	6. ¿Cuál es su nivel de conocimiento tecnológico?	7. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para realizar compras en línea?	8. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.	9. ¿Cuál de las siguientes herramientas recurre usted para realizar la búsqueda de un producto, servicio o empresa? Puede seleccionar más de una opción.
ECF-001	9/17/2021 3:12:11	Masculino	21 - 25 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria incompleta	Experto	Si	Páginas web, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-002	9/17/2021 20:42:10	Masculino	31 - 40 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Experto	Si	Páginas web, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Recomendaciones de terceros, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-003	9/17/2021 20:44:38	Femenino	31 - 40 años	Casado/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Básico	Si	Redes Sociales	Redes Sociales
ECF-004	9/17/2021 20:55:14	Femenino	31 - 40 años	Casado/a	Tegucigalpa	Secundaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales
ECF-005	9/17/2021 21:11:24	Masculino	26 - 30 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Experto	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales, Recomendaciones de terceros, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-006	9/17/2021 21:18:26	Femenino	21 - 25 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales, Recomendaciones de terceros, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-007	9/17/2021 22:39:54	Femenino	31 - 40 años	Unión libre	Tegucigalpa	Universitaria completa	Básico	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-008	9/17/2021 22:46:57	Femenino	26 - 30 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Básico	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-009	9/17/2021 22:47:26	Femenino	21 - 25 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Básico	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Redes Sociales, Recomendaciones de terceros, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)

10. En base a la pregunta anterior, ¿Qué tipo de productos o servicios ha buscado? Puede seleccionar más de una opción.	11. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para buscar los productos o servicios de su preferencia?	12. ¿Estaría interesado en brindar comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ha comprado?	13. ¿De qué forma le gusta dar su opinión sobre los productos o servicios que ha comprado? Puede seleccionar más de una opción.	14. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.
Alimentos y bebidas, Tecnología, Restaurante, Cafetería	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Repostería, Tecnología	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web
Restaurante	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar
Belleza, Ropa y accesorios, Repostería, Restaurante	Si	No	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Repostería, Tecnología, Restaurante, Cafetería	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Ropa y accesorios, Repostería, Restaurante, Cafetería	Si	Si	Comentario	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Belleza, Ropa y accesorios, Repostería, Tecnología, Restaurante, Cafetería	Si	Si	Reseñas	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Belleza, Repostería, Tecnología, Restaurante, Cafetería	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Belleza, Ropa y accesorios, Repostería	Si	Si	Comentario, Recomendación	Fácil de usar, Seguridad del sitio web, Diseño

Número	Marca temporal	1. Sexo	2. Edad	3. Estado civil	4. ¿En qué ciudad vive?	5. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?	6. ¿Cuál es su nivel de conocimiento tecnológico?	7. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para realizar compras en línea?	8. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.	9. ¿Cuál de las siguientes herramientas recurre usted para realizar la búsqueda de un producto, servicio o empresa? Puede seleccionar más de una opción.
ECF-010	9/18/2021 11:49:36	Femenino	26 - 30 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Redes Sociales, Recomendaciones de terceros
ECF-011	9/24/2021 14:35:35	Masculino	26 - 30 años	Casado/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Experto	Si	Páginas web, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc
ECF-012	9/24/2021 14:37:58	Masculino	26 - 30 años	Casado/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-013	9/24/2021 14:38:23	Femenino	26 - 30 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Básico	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-014	9/24/2021 14:38:40	Femenino	26 - 30 años	Soltero/a	Comayagüela	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-015	9/24/2021 14:42:49	Femenino	26 - 30 años	Soltero/a	Comayagüela	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales, Recomendaciones de terceros, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-016	9/24/2021 14:44:09	Masculino	31 - 40 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Experto	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc, Redes Sociales
ECF-017	9/24/2021 14:47:12	Masculino	40 años en adelante	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Intermedio	No	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Redes Sociales
ECF-018	9/24/2021 14:47:55	Femenino	26 - 30 años	Soltero/a	Comayagüela	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECF-019	9/24/2021 14:48:17	Masculino	26 - 30 años	Soltero/a	Tegucigalpa	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)	Motores de búsqueda: Google, Yahoo, etc

10. En base a la pregunta anterior, ¿Qué tipo de productos o servicios ha buscado? Puede seleccionar más de una opción.	11. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para buscar los productos o servicios de su preferencia?	12. ¿Estaría interesado en brindar comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ha comprado?	13. ¿De qué forma le gusta dar su opinión sobre los productos o servicios que ha comprado? Puede seleccionar más de una opción.	14. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.
Alimentos y bebidas, Ropa y accesorios, Repostería, Tecnología, Restaurante	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web
Mascotas y Accesorios, Tecnología	Si	No	Comentario	Adaptabilidad a los dispositivos digitales
Tecnología, Restaurante	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales
Alimentos y bebidas, Tecnología, Restaurante	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Belleza, Repostería, Restaurante	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales
Alimentos y bebidas, Ropa y accesorios, Repostería, Restaurante, Cafetería	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web
Alimentos y bebidas, Tecnología, Restaurante	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Velocidad de carga, Seguridad del sitio web
Alimentos y bebidas, Libros, Ropa y accesorios, Repostería, Tecnología, Arte y Fotografía	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Ropa y accesorios, Restaurante	Si	No	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño
Alimentos y bebidas, Libros, Belleza, Ropa y accesorios, Tecnología, Restaurante, Cafetería	No		Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Seguridad del sitio web



Encuesta para Cliente MIPYMES

La presente encuesta tiene como propósito, la recopilación de información que permita identificar aspectos elementales para la realización de una investigación en el marco de la Maestría en Administración de Proyectos de UNITEC, la cual está enfocada al estudio de prefactibilidad de la plataforma digital de búsqueda de servicios y producto “Pocket Deals” para MIPYMES en la ciudad el Distrito Central. Agradeceríamos su más sincera colaboración respondiendo la siguiente encuesta, la cual no le compromete en ningún aspecto.

Muchas gracias de antemano por su colaboración.

Nota: Los clientes MIPYMES son aquellos usuarios que utilizarán la plataforma web para poder promocionar sus servicios y/o productos.

Datos Generales

1. ¿Qué tipo de empresa tiene?

- Micro empresa (1 – 10 empleados)
- Pequeña empresa (11 - 50 empleados)
- Mediana empresa (51 - 150 empleados)

2. ¿En qué ciudad se encuentra ubicada su empresa?

- Tegucigalpa
- Comayagüela

3. ¿En qué rubro se desenvuelve su empresa?

- | | |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="radio"/> Alimentos y bebidas | <input type="radio"/> Repostería |
| <input type="radio"/> Mascotas y Accesorios | <input type="radio"/> Tecnología |
| <input type="radio"/> Publicidad y Marketing | <input type="radio"/> Arte y Fotografía |
| <input type="radio"/> Belleza | <input type="radio"/> Restaurante |
| <input type="radio"/> Entrenamiento | <input type="radio"/> Cafetería |
| <input type="radio"/> Ropa y accesorios | <input type="radio"/> Otro. Especifique cuál. |

4. ¿Cuánto tiempo de operación tiene su empresa?

- 0 - 1 años
- 2 - 3 años
- 4 - 5 años
- 5 años en adelante

5. ¿Cuál es la escala de ingresos económicos de su empresa?
- 1,000 - 10,000 lempiras
 - 11,000 - 20,000 lempiras
 - 21,000 - 30,000 lempiras
 - 31,000 - 40,000 lempiras
 - 40,000 lempiras en adelante
 - Prefiero no decirlo.
6. ¿Cuál es el nivel de escolaridad del gerente de su empresa?
- Primaria completa
 - Primaria incompleta
 - Secundaria completa
 - Secundaria incompleta
 - Técnico
 - Universitaria completa
 - Universitaria incompleta
 - Otro
 - Prefiero no decirlo

Plataforma Digital Web

7. ¿Cuál es el nivel de conocimiento tecnológico del gerente de su empresa?
- No tiene conocimiento
 - Básico
 - Intermedio
 - Experto
 - Prefiero no decirlo
8. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para ofrecer los productos o servicios de su empresa?
- Si
 - No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, continúe con la pregunta 9. Si su respuesta fue NO, pase a la pregunta N. 10.

9. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.
- Páginas web
 - Redes Sociales
 - App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
 - Otras. Especifique cuál.

10. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para ofrecer los productos o servicios de su empresa?

- Si
- No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, continúe con la pregunta 11. Si su respuesta fue NO, pase a la pregunta N. 12.

11. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría recibir de una plataforma web? Puede seleccionar más de una opción.

- Análisis de los resultados para los reportes
- Tutoriales de emprendurismo
- Publicidad dentro de la plataforma
- Generación de contenido para redes sociales y la plataforma
- Otras. Especifique cuál.

12. Al hacer uso de una plataforma web para buscar servicios y productos, ¿Usted esperaría un incremento en visitas/clientes a su empresa?

- Si
- No
- Talvez
- No sabe

13. ¿Está interesado en recibir comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ofrece?

- Si
- No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue SI, continúe con la pregunta 14. Si su respuesta fue NO, pase a la pregunta N. 15.

14. ¿Cómo le gustaría recibir retroalimentación de los clientes? Puede seleccionar más de una opción.

- Comentario
- Reseñas
- Calificación del servicio o producto
- Recomendación
- Otros. Especifique cuál. _____

15. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.

- Fácil de usar
- Adaptabilidad a los dispositivos digitales
- Velocidad de carga
- Seguridad del sitio web
- Diseño
- Prefiero no decirlo
- Otros. Especifique cuál.

16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por usar una plataforma digital web para expandir su presencia en el mercado?

- 5 dólares
- 6 – 10 dólares
- 11 – 15 dólares
- 16 – 20 dólares

ANEXO XIII: RESULTADOS DE ENCUESTA PARA CLIENTE MIPYMES

Número	Marca temporal	1. ¿Qué tipo de empresa tiene?	2. ¿En qué ciudad se encuentra ubicada su empresa?	3. ¿En qué rubro se desenvuelve su empresa?	4. ¿Cuántos tiempo de operación tiene su empresa?	5. ¿Cuál es la escala de ingresos mensuales de su empresa	6. ¿Cuál es el nivel de escolaridad del gerente de su empresa?	7. ¿Cuál es el nivel de conocimiento tecnológico (manejo de redes sociales, plataformas virtuales) del gerente de su empresa?	8. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	9. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.
ECM-001	9/25/2021 12:50:45	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	4 - 5 años	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-002	9/25/2021 13:02:48	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	0 - 1 año	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-003	9/25/2021 13:31:06	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas, Restaurante	2- 3 años	21,000 - 30,000 lempiras	Secundaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-004	9/25/2021 13:42:22	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	0 - 1 año	11,000 - 20,000 lempiras	Universitaria incompleta	Básico	No	
ECM-005	9/25/2021 14:33:31	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Prestamos	2- 3 años	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	No	
ECM-006	9/25/2021 14:41:08	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-007	9/25/2021 15:20:13	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Floristería	2- 3 años	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Experto	Si	Redes Sociales
ECM-008	9/25/2021 16:05:05	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	2- 3 años	21,000 - 30,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-009	9/25/2021 16:37:52	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas, Entrenamiento	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Secundaria incompleta	Básico	Si	Redes Sociales
ECM-010	9/25/2021 17:23:12	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Repostería	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-011	9/25/2021 21:00:29	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Tecnología	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Experto	Si	Páginas web, Redes Sociales, Amazon web services
ECM-012	9/25/2021 21:20:16	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Abarrotería	5 años en adelante	31,000 - 40,000 lempiras	Universitaria incompleta	Básico	No	
ECM-013	9/25/2021 23:02:05	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Librería	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Prefiero no decirlo	No	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.), WhatsApp
ECM-014	9/25/2021 23:44:09	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-015	9/26/2021 3:35:52	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Arte y Fotografía	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria incompleta	Prefiero no decirlo	Si	Redes Sociales
ECM-016	9/26/2021 13:55:47	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Servicios automotrices	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-017	9/26/2021 15:40:00	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Comayagüela	Alimentos y bebidas	2- 3 años	Prefiero no decirlo	Universitaria incompleta	Prefiero no decirlo	Si	Redes Sociales
ECM-018	9/26/2021 17:40:03	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Mascotas y Accesorios	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-019	9/27/2021 8:54:06	Micro empresa (1-10 empleados)	Comayagüela	Ropa y accesorios	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales

10. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	11. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría recibir de una plataforma web? Puede seleccionar más de una opción.	12. Al hacer uso de una plataforma web para buscar servicios y productos, ¿Usted esperaría un incremento en visitas/clientes a su empresa?	13. ¿Está interesado en recibir comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ofrece?	14. ¿Cómo le gustaría recibir retroalimentación? Puede seleccionar más de una opción.	15. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.	16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por usar una plataforma digital web para expandir su presencia en el mercado?
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Diseño	11 - 15 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario	Seguridad del sitio web	5 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar	11 - 15 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga	5 dólares
No		Talvez	No		Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web	6 - 10 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Seguridad del sitio web, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
No		Si	Si	Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Seguridad del sitio web	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes	Si	Si	Comentario	Fácil de usar, Velocidad de carga, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Reseñas, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Velocidad de carga, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
No		Si	Si	Comentario	Prefiero no decirlo	6 - 10 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Diseño	5 dólares
No	Publicidad dentro de la plataforma	No sabe	No	Recomendación	Seguridad del sitio web	5 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
No	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web	6 - 10 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	No		Fácil de usar, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar	5 dólares

Número	Marca temporal	1. ¿Qué tipo de empresa tiene?	2. ¿En qué ciudad se encuentra ubicada su empresa?	3. ¿En qué rubro se desenvuelve su empresa?	4. ¿Cuántos tiempo de operación tiene su empresa?	5. ¿Cuál es la escala de ingresos mensuales de su empresa	6. ¿Cuál es el nivel de escolaridad del gerente de su empresa?	7. ¿Cuál es el nivel de conocimiento tecnológico (manejo de redes sociales, plataformas virtuales) del gerente de su empresa?	8. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	9. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.
ECM-020	9/27/2021 13:11:21	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Básico	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-021	9/27/2021 15:28:02	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Repostería	2- 3 años	21,000 - 30,000 lempiras	Universitaria incompleta	Experto	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-022	9/27/2021 23:05:40	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Minerales no metálicos	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Experto	Si	Redes Sociales
ECM-023	9/28/2021 7:26:31	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Belleza	2- 3 años	31,000 - 40,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	No	Redes Sociales
ECM-024	9/28/2021 14:53:36	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Mascotas y Accesorios	2- 3 años	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Experto	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.), Plataforma web Terra te impulsa
ECM-025	9/28/2021 17:42:33	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	2- 3 años	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-026	9/28/2021 17:45:11	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Experto	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-027	9/28/2021 17:50:56	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Tecnología	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Experto	Si	Redes Sociales
ECM-028	9/28/2021 17:52:36	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Comayagüela	Ropa y accesorios	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-029	9/28/2021 17:54:11	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios, Manualidades	4 - 5 años	11,000 - 20,000 lempiras	Otro	Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-030	9/28/2021 18:09:29	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Belleza	5 años en adelante	11,000 - 20,000 lempiras	Secundaria completa	Prefiero no decirlo	Si	Redes Sociales
ECM-031	9/28/2021 18:10:25	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Tecnología	0 - 1 año	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Experto	Si	Redes Sociales
ECM-032	9/28/2021 18:50:17	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Arte y Fotografía	2- 3 años	11,000 - 20,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-033	9/28/2021 19:03:23	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	2- 3 años	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Experto	No	
ECM-034	9/28/2021 19:28:07	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Restaurante	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria incompleta	Experto	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-035	9/28/2021 19:37:05	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Comayagüela	Belleza	0 - 1 año	Prefiero no decirlo	Otro	Básico	Si	Redes Sociales

10. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	11. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría recibir de una plataforma web? Puede seleccionar más de una opción.	12. Al hacer uso de una plataforma web para buscar servicios y productos, ¿Usted espera un incremento en visitas/clientes a su empresa?	13. ¿Está interesado en recibir comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ofrece?	14. ¿Cómo le gustaría recibir retroalimentación? Puede seleccionar más de una opción.	15. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.	16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por usar una plataforma digital web para expandir su presencia en el mercado?
No	Tutoriales de emprendurismo	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño, Prefiero no decirlo	5 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Reseñas, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web	11 - 15 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar	6 - 10 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	11 - 15 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Reseñas	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo	Talvez	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto	Adaptabilidad a los dispositivos digitales	11 - 15 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Diseño	11 - 15 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	No	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Diseño	5 dólares
No	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo	Talvez	No		Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar	6 - 10 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Reseñas	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web	5 dólares

Número	Marca temporal	1. ¿Qué tipo de empresa tiene?	2. ¿En qué ciudad se encuentra ubicada su empresa?	3. ¿En qué rubro se desenvuelve su empresa?	4. ¿Cuántos tiempo de operación tiene su empresa?	5. ¿Cuál es la escala de ingresos mensuales de su empresa	6. ¿Cuál es el nivel de escolaridad del gerente de su empresa?	7. ¿Cuál es el nivel de conocimiento tecnológico (manejo de redes sociales, plataformas virtuales) del gerente de su empresa?	8. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	9. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.
ECM-036	9/28/2021 20:00:17	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Tecnología	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Básico	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-037	9/28/2021 20:47:01	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Repostería	4 - 5 años	21,000 - 30,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	No	
ECM-038	9/28/2021 21:00:56	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Cafetería	2- 3 años	11,000 - 20,000 lempiras	Universitaria completa	Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-039	9/28/2021 21:37:04	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Mascotas y Accesorios, Ropa y accesorios, Tecnología, Accesorios de vehículos	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Experto	Si	Redes Sociales
ECM-040	10/1/2021 0:08:45	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Servicio de Seguridad	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Redes Sociales
ECM-041	10/1/2021 10:13:12	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Productos servicio	2- 3 años	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Alto	No	Redes Sociales
ECM-042	10/1/2021 10:48:12	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria incompleta	Nivel Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-043	10/1/2021 16:34:44	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Mascotas y Accesorios, Belleza, Entrenamiento, Ropa y accesorios, Producto americano	0 - 1 año	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Redes Sociales
ECM-044	10/1/2021 17:39:52	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Redes Sociales
ECM-045	10/1/2021 18:25:46	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	No tiene conocimiento	No	
ECM-046	10/1/2021 18:27:35	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas, Restaurante	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Prefiero no decirlo	Prefiero no decirlo	Si	Redes Sociales
ECM-047	10/1/2021 18:29:54	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Papelaría	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria incompleta	Nivel Alto	Si	Redes Sociales
ECM-048	10/2/2021 11:39:25	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Compra y venta de mercadería en general	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-049	10/2/2021 14:33:37	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-050	10/2/2021 18:58:35	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Supervision de obras civiles	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel básico	Si	Páginas web
ECM-051	10/2/2021 20:44:42	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria incompleta	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-052	10/2/2021 20:49:26	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Salud (Optica)	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Redes Sociales
ECM-053	10/2/2021 20:51:27	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Comayagüela	Laboratorio medico	5 años en adelante	40,000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales

10. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	11. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría recibir de una plataforma web? Puede seleccionar más de una opción.	12. Al hacer uso de una plataforma web para buscar servicios y productos, ¿Usted esperaría un incremento en visitas/clientes a su empresa?	13. ¿Está interesado en recibir comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ofrece?	14. ¿Cómo le gustaría recibir retroalimentación? Puede seleccionar más de una opción.	15. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.	16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por usar una plataforma digital web para expandir su presencia en el mercado?
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Reseñas, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Tipo de Publicidad	Quizás	Si	Calificación del servicio o producto	Velocidad de carga, Seguridad del sitio web	16 - 20 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	No	Recomendación	Fácil de usar	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño, Prefiero no decirlo	16 - 20 dólares
No	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario	Velocidad de carga, Seguridad del sitio web	16 - 20 dólares
No		Quizás	No		Seguridad del sitio web	11 - 15 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Quizás	Si	Recomendación	Adaptabilidad a los dispositivos digitales	5 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario	Fácil de usar	5 dólares
No	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Reseñas, Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Velocidad de carga, Diseño	5 dólares
No		Si	Si	Comentario	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	11 - 15 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga	6 - 10 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario, Recomendación	Fácil de usar, Seguridad del sitio web, Diseño	11 - 15 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Recomendación	Seguridad del sitio web	11 - 15 dólares

Número	Marca temporal	1. ¿Qué tipo de empresa tiene?	2. ¿En qué ciudad se encuentra ubicada su empresa?	3. ¿En qué rubro se desenvuelve su empresa?	4. ¿Cuántos tiempo de operación tiene su empresa?	5. ¿Cuál es la escala de ingresos mensuales de su empresa?	6. ¿Cuál es el nivel de escolaridad del gerente de su empresa?	7. ¿Cuál es el nivel de conocimiento tecnológico (manejo de redes sociales, plataformas virtuales) del gerente de su empresa?	8. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	9. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.
ECM-054	10/2/2021 20:53:06	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Health Store	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-055	10/2/2021 20:55:20	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Ferretería	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria incompleta	Nivel Intermedio	Si	Páginas web
ECM-056	10/3/2021 15:45:42	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Publicidad y Marketing	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-057	10/4/2021 7:32:54	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Comayagüela	Repuestos Automotrices	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria incompleta	Nivel básico	Si	Redes Sociales
ECM-058	10/4/2021 10:48:14	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas, Belleza	0 - 1 año	1.000 - 10.000 lempiras	Universitaria completa	Nivel básico	Si	Redes Sociales
ECM-059	10/4/2021 20:46:03	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	0 - 1 año	1.000 - 10.000 lempiras	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-060	10/5/2021 13:16:21	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Educación Ejecutiva	5 años en adelante	40.000 lempiras en adelante	Universitaria completa	Nivel Intermedio	Si	Zoom
ECM-061	10/5/2021 13:49:13	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	EDUCACIÓN	4 - 5 años	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-062	10/5/2021 20:09:12	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	0 - 1 año	40.000 lempiras en adelante	Universitaria incompleta	Nivel Alto	No	
ECM-063	10/7/2021 17:46:29	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Arte y Fotografía	2- 3 años	1.000 - 10.000 lempiras	Universitaria completa	Nivel Alto	Si	Redes Sociales
ECM-064	10/9/2021 20:05:51	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Belleza	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Nivel Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-065	10/9/2021 20:08:26	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Belleza	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Universitaria completa	Prefiero no decirlo	Si	Redes Sociales
ECM-066	10/9/2021 20:10:22	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Tecnología, Electrodomésticos	5 años en adelante	11.000 - 20.000 lempiras	Secundaria completa	Nivel Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-067	10/9/2021 20:11:43	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	4 - 5 años	Prefiero no decirlo	Secundaria completa	Nivel Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-068	10/9/2021 20:13:18	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Entrenamiento	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Secundaria incompleta	No tiene conocimiento	Si	App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-069	10/9/2021 20:14:48	Pequeña empresa (11 - 50 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios, Escolar	5 años en adelante	Prefiero no decirlo	Secundaria incompleta	Nivel básico	Si	Redes Sociales
ECM-070	10/11/2021 11:56:06	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	2- 3 años	31.000 - 40.000 lempiras	Universitaria completa	Nivel Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-071	10/13/2021 20:08:38	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Regalos sorpresa	0 - 1 año	1.000 - 10.000 lempiras	Universitaria completa	Nivel básico	Si	Redes Sociales
ECM-072	10/13/2021 20:17:21	Micro empresa (1 - 10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas, Repostería, Tecnología	0 - 1 año	1.000 - 10.000 lempiras	Universitaria incompleta	Nivel Alto	Si	Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)
ECM-073	10/13/2021 21:36:20	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Comayagüela	Ropa y accesorios	5 años en adelante	40.000 lempiras en adelante	Universitaria incompleta	Nivel Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales, App de entrega a domicilio (Glovo, Hugo, etc.)

10. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	11. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría recibir de una plataforma web? Puede seleccionar más de una opción.	12. Al hacer uso de una plataforma web para buscar servicios y productos, ¿Usted esperaría un incremento en visitas/clientes a su empresa?	13. ¿Está interesado en recibir comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ofrece?	14. ¿Cómo le gustaría recibir retroalimentación? Puede seleccionar más de una opción.	15. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.	16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por usar una plataforma digital web para expandir su presencia en el mercado?
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Diseño	5 dólares
No		Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga	16 - 20 dólares
No	Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	No		Fácil de usar	5 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario, Recomendación	Fácil de usar, Seguridad del sitio web, Diseño	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes	Si	Si	Reseñas, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web	6 - 10 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
No		Si	No		Fácil de usar	16 - 20 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes	Si	Si	Reseñas	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web	16 - 20 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web	6 - 10 dólares
No		No	No		Fácil de usar	5 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	Si	Comentario, Recomendación	Prefiero no decirlo	5 dólares
No		No sabe	Si	Recomendación	Prefiero no decirlo	5 dólares
No		Si	No		Fácil de usar, Seguridad del sitio web	5 dólares
No		Si	No		Velocidad de carga, Seguridad del sitio web	6 - 10 dólares
No		No sabe	No		Prefiero no decirlo	5 dólares
No		No sabe	No		Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga	5 dólares
No	Análisis de los resultados para los reportes, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Fácil de usar, Velocidad de carga	5 dólares
Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares
Si	Publicidad dentro de la plataforma	Si	No		Fácil de usar, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web	16 - 20 dólares

Número	Marca temporal	1. ¿Qué tipo de empresa tiene?	2. ¿En qué ciudad se encuentra ubicada su empresa?	3. ¿En qué rubro se desenvuelve su empresa?	4. ¿Cuántos tiempo de operación tiene su empresa?	5. ¿Cuál es la escala de ingresos mensuales de su empresa	6. ¿Cuál es el nivel de escolaridad del gerente de su empresa?	7. ¿Cuál es el nivel de conocimiento tecnológico (manejo de redes sociales, plataformas virtuales) del gerente de su empresa?	8. ¿Ha utilizado algún tipo de plataforma web digital para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	9. ¿Qué tipo de plataformas ha utilizado? Puede seleccionar más de una opción.
--------	----------------	--------------------------------	----------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------

ECM-074	10/14/2021 10:09:52	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Alimentos y bebidas	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Nivel Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-075	10/14/2021 10:45:45	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	2- 3 años	21,000 - 30,000 lempiras	Universitaria completa	Nivel básico	Si	Redes Sociales
ECM-076	10/14/2021 11:32:18	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Repostería	2- 3 años	11,000 - 20,000 lempiras	Universitaria completa	Nivel Intermedio	Si	Redes Sociales
ECM-077	10/14/2021 12:52:51	Micro empresa (1-10 empleados)	Tegucigalpa	Ropa y accesorios	0 - 1 año	1,000 - 10,000 lempiras	Universitaria completa	Nivel Intermedio	Si	Páginas web, Redes Sociales
ECM-078	10/16/2021 12:56:44	Mediana empresa (51 - 150 empleados)	Tegucigalpa	Cafetería	0 - 1 año	11,000 - 20,000 lempiras	Universitaria incompleta	Nivel básico	Si	Redes Sociales

10. ¿Está interesado en utilizar una plataforma web para ofrecer los productos o servicios de su empresa?	11. ¿Qué tipo de servicios complementarios le gustaría recibir de una plataforma web? Puede seleccionar más de una opción.	12. Al hacer uso de una plataforma web para buscar servicios y productos, ¿Usted esperaría un incremento en visitas/clientes a su empresa?	13. ¿Está interesado en recibir comentarios o reseñas sobre los productos o servicios que ofrece?	14. ¿Cómo le gustaría recibir retroalimentación? Puede seleccionar más de una opción.	15. ¿Qué características del diseño de una plataforma considera que son de importantes? Puede seleccionar más de una opción.	16. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por usar una plataforma digital web para expandir su presencia en el mercado?
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Si	Análisis de los resultados para los reportes, Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	6 - 10 dólares
Si	Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Calificación del servicio o producto	Seguridad del sitio web	5 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo, Publicidad dentro de la plataforma, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Reseñas, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Seguridad del sitio web	5 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Reseñas, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Adaptabilidad a los dispositivos digitales, Diseño	5 dólares
Si	Tutoriales de emprendurismo, Generación de contenido para redes sociales y la plataforma	Si	Si	Comentario, Calificación del servicio o producto, Recomendación	Fácil de usar, Velocidad de carga, Seguridad del sitio web, Diseño	5 dólares

ANEXO XIV: ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Para la aplicación de esta herramienta se analizarán los siguientes aspectos:

Características	Análisis de Proveedores				
	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3	Proveedor 4	Conclusiones
Tipos de almacenamiento					
Capacidad de almacenamiento de datos					
Características de hosting					
Costo de servicio de hosting					
Características de servicio de seguridad					
Costo de servicio de seguridad					
Tipo de pago					
Puntuación Total					

*Nota: Se evaluará cada proveedor mediante una puntuación de 1 a 10 a criterio del evaluador. Se considerará la puntuación de la siguiente manera: entre el rango de 1 a 6 no se tomará en cuenta, de 7 a 8 se considerará con un buen candidato y de 9 a 10 será considerado un candidato excelente.

ANEXO XV: RESULTADOS DE ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Análisis de proveedores: Internet

Características	Análisis de Proveedores							
	Tigo			Claro			Cable Color	
Tipo del servicio del internet	Internet fijo	Internet fijo	Internet fijo	Internet fijo	Internet fijo	Internet fijo	Internet fijo	Fibra óptica
Capacidad del servicio del internet	30 MB	40 MB	50 MB	30 MB	40 MB	50 MB	25 MB	35 MB
Características del servicio	Incluye wifi, Tigo Sports y Amazon Prime por 3 meses	Incluye wifi, Tigo Sports y Amazon Prime por 3 meses	Incluye wifi, Tigo Sports y Amazon Prime por 3 meses	Incluye dos cajas digitales y llamadas ilimitadas a Claro	Incluye dos cajas digitales y llamadas ilimitadas a Claro	Incluye dos cajas digitales y llamadas ilimitadas a Claro	Incluye: Internet PYME y TV Cable	Incluye: Internet PYME TV Cable Análogo y 1 caja PVR con 11 canales HD
Costo de servicio del internet	\$ 32.00	\$ 37.00	\$44.00	\$ 40.00	\$ 55.00	\$ 60.00	\$ 35.00	\$ 45.00
Otros	Precios incluye ISR	Precios incluye ISR	Precios incluye ISR	Bono de L 300.00 en saldo si se paga antes del 20 de cada mes	Bono de L 300.00 en saldo si se paga antes del 20 de cada mes	Bono de L 300.00 en saldo si se paga antes del 20 de cada mes		
Tipo de pago	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito
Puntuación Total	6	7	8	6	7	8	5	5

*Nota: Se evaluará a cada proveedor mediante una puntuación de 1 a 10 a criterio del evaluador. Se considerará la puntuación de la siguiente manera: entre el rango de 1 a 6 no se tomará en cuenta, de 7 a 8 se considerará con un buen candidato y de 9 a 10 será considerado un candidato excelente.

Análisis de proveedores: Servidores y hostings (VPS- Virtual Private Server)

Características	Análisis de Proveedores				
	AWS	Go Daddy	Contabo	Namecheap	Conclusiones
Tipos de almacenamiento	SSD por evento y es variable	HDD o SSD NVMe.	NVMe o SSD	SSD RAID 10	En base a las características del servicio que será por consumo y teniendo un costo variable por consumo en lugar de una tasa fija, se recomienda el uso de AWS como proveedor.
Capacidad de almacenamiento de datos	Consumo por evento, capacidad variable por consumo.	Intel Xeon-D 4 núcleos /8T – 3.0 GHz Turbo 32 GB DDR4 RAM 2 x 4 TB HDD de espacio (RAID-1)	6 núcleos de vCPU 16 GB de RAM NVMe de 100 GB o SSD de 400 GB	4 CPU Cores 6 GB RAM 120 GB SSD RAID 10 3000 GB Bandwidth	En base a las características del servicio que será por consumo y teniendo un costo variable por consumo en lugar de una tasa fija, se recomienda el uso de AWS como proveedor.
Características de servicio	Arquitectura Serverless (pago por consumo de servicios)	El plan incluye: Servidores bare metal. Tecnología de punta. Certificado SSL gratuito con IP dedicada. Rendimiento: / RAM: Desde 4C/8T hasta 16 C/32T y 32 GB hasta 256 GB.	2 instantáneas 32 TB de tráfico Entrante ilimitado Más potencia informática por menos dinero. Personalización de almacenamiento. Más tráfico del que necesitará. Aprovisionamiento rápido	Acceso completo a la raíz y selección del sistema operativo (SO). Durante el proceso de compra, puede configurar su plan de Alojamiento VPS en la página de personalización. Gratis para transferir sitios web y VPS existentes a Namecheap. Se incluye la Gestión del servidor VPS por	En base a las características del servicio que será por consumo y teniendo un costo variable por consumo en lugar de una tasa fija, se recomienda el uso de AWS como proveedor.

		<p>Sistemas operativos: CentOS, Ubuntu o Windows.</p> <p>Panel de control (opcional): cPanel/WHM o edición Plesk Obsidian Webhost optativo y estándar de la industria disponible en Linux CentOS.</p> <p>Asistencia técnica: Asistencia técnica telefónica de hosting gratuita, biblioteca de ayuda, artículos instructivos, técnicos e informativos, y consejos de la comunidad y entre colegas.</p>	<p>Gestión de DNS a través de la interfaz web</p> <p>Dominios y certificados SSL disponibles</p>	<p>un pago adicional, el cual incluye pago de servicios de seguridad.*</p>	
Costo de servicio	\$189.71 mensual	\$129.99 mensual	\$14.49 mensual, incluye cargo por región, más \$6.99 de Tarifa de instalación (\$21.48 el primer mes)	\$17.88 mensual	Todos los proveedores a excepción de AWS ofrecen un costo mínimo por el servicio. Mientras que AWS, ofrece un costo máximo mensual. Considerando lo anterior, se recomienda el uso de AWS ya que el costo en los demás puede ser variable o se incrementa dependiendo el uso.
Características de servicio de seguridad	SSL DCV	Seguridad incorporada en el plan.		Estándares de seguridad superiores	En base a las características del servicio y costos de cada uno de los proveedores, se recomienda

				La seguridad de la dirección IP es de suma importancia, así que siempre se venden direcciones y certificados SSL confiables.	utilizar Namecheap como proveedor.
Costo de servicio de seguridad	\$800 mensuales	\$159.99 al año	No cuenta con el servicio	\$109.99 al año	En base a las características del servicio y costos de cada uno de los proveedores, se recomienda utilizar Namecheap como proveedor.
Costo de servicio de dominio	\$54 mensuales	\$4.99 el primer año, se renovará al valor estándar de \$18.99 al año en los años posteriores	\$2.59 mensuales	\$9.48 el primer año, se renovará al valor estándar de \$13.66 al año en los años posteriores	En base a las características del servicio y costos de cada uno de los proveedores, se recomienda utilizar Namecheap como proveedor.
Tipo de pago	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	
Puntuación Total	8	6	5	6	

*Nota: Se evaluará a cada proveedor mediante una puntuación de 1 a 10 a criterio del evaluador. Se considerará la puntuación de la siguiente manera: entre el rango de 1 a 6 no se tomará en cuenta, de 7 a 8 se considerará con un buen candidato y de 9 a 10 será considerado un candidato excelente.

ANEXO XVI: ANÁLISIS DE PUBLICIDAD

Para la aplicación de esta herramienta se analizarán los siguientes aspectos:

Características	Análisis de Publicidad				
	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3	Proveedor 4	Conclusiones
Tipos de Medios de Publicidad					
Tipos de servicio de publicidad					
Características de servicio de publicidad					
Costo de servicio de publicidad					
Capacidad de alcance					
Tipo de pago					
Puntuación Total					

*Nota: Se evaluará cada proveedor mediante una puntuación de 1 a 10 a criterio del evaluador. Se considerará la puntuación de la siguiente manera: entre el rango de 1 a 6 no se tomará en cuenta, de 7 a 8 se considerará con un buen candidato y de 9 a 10 será considerado un candidato excelente.

ANEXO XVII: RESULTADOS DE ANÁLISIS DE PUBLICIDAD

Para la aplicación de esta herramienta se analizarán los siguientes aspectos:

Características	Análisis de Publicidad		
	Publex	Creo by VRD	Creative CM
Tipos de Medios de Publicidad	Físicos y digitales	Digitales	Digitales
Tipos de servicio de publicidad	Volantes y administración y publicación en redes sociales	Comunicación y administración de redes sociales	Administración de redes sociales
Características de servicio de publicidad	Tres publicaciones diarias en: Facebook, twitter e Instagram, sumando un total de 90 artes mensuales, con un costo de L 13,500. Servicio de 3,000 volantes a color a 1.25 c/u.	04 artes a la semana para FB o IG. L3100 mes Calendario de posteo según información brindada. Community Manager para subir publicaciones, responder comentarios y mensajes privados de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. L200 de publicidad. Reporte de Resultados.	Dos publicaciones diarias L-S (144 publicaciones al mes en Facebook, Twitter, Instagram), diseño gráfico/ adaptaciones, calendario de publicaciones, creación de estrategia, reportes e resultados y reuniones mensuales.
Costo de servicio de publicidad	13,500 mensual 3,750 costo único	L 3,100 mensual	L 16,100 mensual
Capacidad de alcance	No definida	No definida	No definida
Tipo de pago	Transferencia o efectivo	Transferencia o efectivo	Transferencia o cheque
Puntuación Total	6	8	9

*Nota: Se evaluará a cada proveedor mediante una puntuación de 1 a 10 a criterio del evaluador. Se considerará la puntuación de la siguiente manera: entre el rango de 1 a 6 no se tomará en cuenta, de 7 a 8 se considerará con un buen candidato y de 9 a 10 será considerado un candidato excelente.

Análisis: Pese a que la propuesta publicaría de Creative CM es mucho as robusta y favorable. Considerando que el proyecto será nuevo y el presupuesto disponible, se seleccionó la **propuesta publicaría Creo by VRD** dado a que es un precio más accesible.



Gestión Estratégica **REDES SOCIALES**

Paquete Profesionista	L3100 mes
<ul style="list-style-type: none"> • 04 artes a la semana para FB o IG. • Calendario de posteo según información brindada. • Community Manager para subir publicaciones, responder comentarios y mensajes privados de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. • L200 de publicidad. • Reporte de Resultados. 	

TÉRMINOS DEL SERVICIO:

- El pago se realizará al solicitar el servicio (Transferencia o efectivo).
- Duración del servicio 1 mes

PROPUESTA MERCADEO

En esta sección, encontrará una tabla de precios que incluye servicios basados en nuestra conversación anterior y equivale por la totalidad del proyecto.

Servicio	Precio	ISV	Total
Estrategia Digital	L14,000.00	L2,100.00	L16,100.00

*Precio no incluye presupuesto de pauta digital

FORMA DE PAGO

Por transferencia o cheque entre los primeros 5 días de cada mes.

CONDICIONES FINALES

El cliente se compromete a entregar el material que se solicite en las fechas previstas y a realizar las revisiones en tiempo oportuno para lograr el cumplimiento del cronograma de trabajo.

Para continuar con el proyecto se requiere la firma de contrato detallando los términos y condiciones del proyecto y el 50% de adelanto. El 50% restante será entregado una vez el cliente reciba reporte de resultados.

ANEXO XVIII: COTIZACIONES PARA ALQUILER DE OFICINAS

Cotizaciones obtenidas para alquiler de oficinas.



Emprende, conquista, inspira
Ba. Pueblo Nuevo, Centro Morazán, Torre I
Nivel 16, local 11603. Tegucigalpa, Honduras
Tel. (504) 2213 2444 Móvil (504) 9677 9934
RTN 08019017929133

COTIZACIÓN

No. WB202148

Cliente:	Contacto	Tel.
Lili Gálvez	Lili Gálvez	+504 9863-1173
Dirección	Correo electrónico	Fecha:
Tegucigalpa, honduras	lifran@email.com	25/octubre/2021

No.	Descripción	Cantidad	P. Unitario	P. Total
01	Plan corporativo mensual coworking	01	L.2,956.52	L.2,956.52
02	Plan mensual coworking	03	L.2,586.96	L.7,760.87
			Sub Total	L.10,717.39
			ISV.	L.1,607.61
			Total:	L.12,325.00

Cuota mensual

Nota: Esta cotización tiene un 15% de descuento en el pago de su cuota mensual al adquirir los 4 planes. Al mismo tiempo se les informa que se les brindara un 30% de descuento en el pago de las primeras tres cuotas por el plan corporativo mensual coworking y un 20% de descuento en el pago de las primeras tres cuotas por los planes mensuales coworking.

Este plan cuenta con los siguientes beneficios:

- Dirección fiscal
- Recepción de correspondencia
- **cuatro (4) espacios** para trabajo en el área coworking.
- **24 horas** de uso de sala de conferencias a consumo mensual (mediante reservación)
- Cocineta y coffee bar ilimitado (Café, té y agua)
- Aire acondicionado
- 2 tarjetas de acceso a estacionamiento y elevadores
- Internet de alta velocidad -75 MB
- espacio de trabajo amueblado con conexiones eléctricas
- Ubicación estratégica - zona de negocios (Fácil acceso a bancos y comercios).
- Servicios de scanner, impresión y copias (Costo adicional)
- Servicio de vigilancia.
- Red eléctrica 24 horas. El edificio cuenta con generador eléctrico

Lunes a viernes
de 8:00 am a 5:00 pm
Sábados
de 8:00 am a 12:00 m

Espacio para reuniones
Uso por reservación

Bo. Morazán, Centro Morazán, Torre 1, nivel 16 - Local 11603.
Tegucigalpa, Honduras. Tel. (504) 2213 2444 Cel. 9677 9934
workboxhn@gmail.com / www.workboxhn.com



Emprende, conquista, inspira
Ba. Pueblo Nuevo, Centro Morazán, Torre I
Nivel 16, local 11603. Tegucigalpa, Honduras
Tel. (504) 2213 2444 Móvil (504) 9677 9934
RTN 08019017929133

COTIZACIÓN

No. WB202149

Cliente:	Contacto	Tel.
Lili Gálvez	Lili Gálvez	+504 9863-1173
Dirección	Correo electrónico	Fecha:
Tegucigalpa, honduras	lifran@email.com	25/octubre/2021

No.	Descripción	Cantidad	P. Unitario	P. Total
01	Plan corporativo mensual coworking	01	L.2,956.52	L.2,956.52
02	Plan mensual coworking	03	L.2,956.52	L.8,869.57
			Sub Total	L.11,826.09
			ISV.	L.1,773.91
			Total:	L.13,600.00

Cuota mensual

Nota: Esta cotización tiene un 15% de descuento en el pago de su cuota mensual al adquirir los 4 planes. Al mismo tiempo se les informa que se les brindara un 30% de descuento en el pago de las primeras tres cuotas por el plan corporativo mensual coworking y un 20% de descuento en el pago de las primeras tres cuotas por los planes mensuales coworking.

Este plan cuenta con los siguientes beneficios:

- Dirección fiscal
- Recepción de correspondencia
- **cuatro (4) espacios** para trabajo en el área coworking.
- **24 horas** de uso de sala de conferencias a consumo mensual (mediante reservación)
- Cocineta y coffee bar ilimitado (Café, té y agua)
- Aire acondicionado
- 4 tarjetas de acceso a estacionamiento y elevadores
- Internet de alta velocidad -75 MB
- espacio de trabajo amueblado con conexiones eléctricas
- Ubicación estratégica - zona de negocios (Fácil acceso a bancos y comercios).
- Servicios de scanner, impresión y copias (Costo adicional)
- Servicio de vigilancia.
- Red eléctrica 24 horas. El edificio cuenta con generador eléctrico

Lunes a viernes
de 8:00 am a 5:00 pm
Sábados
de 8:00 am a 12:00 m

Espacio para reuniones
Uso por reservación

Bo. Morazán, Centro Morazán, Torre 1, nivel 16 - Local 11603.
Tegucigalpa, Honduras. Tel. (504) 2213 2444 Cel. 9677 9934
workboxhn@gmail.com / www.workboxhn.com



RAÍZ CAPITAL
Casa Quinchon

Avenida Miguel Cervantes
Tegucigalpa, Honduras
Raíz Capital S. De R.L.
RTN: 0801-9016-820838

NOMBRE: Lilian Francisca Gálvez
FECHA: 25/10/2021

No.	Descripción	Precio total USD mensual	Precio total Lempiras mensual Tasa de cambio: 24.2608
1	<p>Oficina 202, ubicada en el 2do nivel. 18.68 mts2.</p> <p>Oficina para 4 personas</p> <p>Incluye</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wifi 100MB • Mobiliario (escritorios, sillas, cesta para la basura y plantitas) • 8 horas de sala de junta al mes.*No acumulables. • Acceso 24/7 al edificio con tarjeta electrónica • Acceso a área de cocina para uso común: está equipada con refrigeradores, microondas, fregadero y oasis. • Acceso a áreas recreativas: hamacas, zona chill, mesas de futbolito. • Descuentos especiales en clases de Connect: salsa, yoga y afrodance. • Descuentos o entradas a eventos seleccionados de Connect • Acceso a botiquin de emergencias 	\$521.36	L. 12,648.61
	Sub total	\$521.36	L. 12,648.61
	15% I.S.V	\$78.20	L. 1,897.19
	GRAN TOTAL MENSUAL	\$599.56	L. 14,545.80

1. Para cierre del contrato se requiere el depósito en garantía y el primer mes de anticipo.
2. El gasto eléctrico no está incluido

No.	Descripción	Precio total USD mensual	Precio total Lempiras mensual Tasa de cambio: 24.2608
2	<p>Oficina 310, ubicada en el 3er nivel. 20.90 mts2.</p> <p>Oficina para 3 personas</p> <p>Incluye</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wifi 100MB • Mobiliario (escritorios, sillas, cesta para la basura y plantitas) • 8 horas de sala de junta al mes.*No acumulables. • Acceso 24/7 al edificio con tarjeta electrónica • Acceso a área de cocina para uso común: está equipada con refrigeradores, microondas, fregadero y oasis. • Acceso a áreas recreativas: hamacas, zona chill, mesas de futbolito. • Descuentos especiales en clases de Connect: salsa, yoga y afrodance. • Descuentos o entradas a eventos seleccionados de Connect • Acceso a botiquin de emergencias 	\$536.71	L. 13,021.01
	Sub total	\$536.71	L. 13,021.01
	15% I.S.V	\$80.50	L. 1,952.99
	GRAN TOTAL MENSUAL	\$617.21	L. 14,974.00

3. Para cierre del contrato se requiere el depósito en garantía y el primer mes de anticipo.
4. El gasto eléctrico no está incluido

No.	Descripción	Precio total USD mensual	Precio total Lempiras mensual Tasa de cambio: 24.2608
3	<p>Oficina 316, ubicada en el 3er nivel. 10.64 mts2.</p> <p>Oficina para 3 personas</p> <p>Incluye</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wifi 100MB • Mobiliario (escritorios, sillas, cesta para la basura y plantitas) • 8 horas de sala de junta al mes.*No acumulables. • Acceso 24/7 al edificio con tarjeta electrónica • Acceso a área de cocina para uso común: está equipada con refrigeradores, microondas, fregadero y oasis. • Acceso a áreas recreativas: hamacas, zona chill, mesas de futbolito. • Descuentos especiales en clases de Connect: salsa, yoga y afrodance. • Descuentos o entradas a eventos seleccionados de Connect • Acceso a botiquin de emergencias 	\$345.00	L. 8,369.97
	Sub total	\$345.00	L. 8,369.97
	15% I.S.V	\$51.75	L. 1,255.49
	GRAN TOTAL MENSUAL	\$396.75	L. 9,625.47

5. Para cierre del contrato se requiere el depósito en garantía y el primer mes de anticipo.
6. El gasto eléctrico no está incluido

ANEXO XIX: INSTRUMENTOS ADICIONALES

Otros instrumentos que utilizaremos para el desarrollo de la investigación pero que no requieren formatos:

- Marco Lógico

ANEXO XX: RESULTADOS DE INSTRUMENTOS ADICIONALES

Se debe definir y pulir la EDT antes de continuar con el análisis del Marco Lógico.

Este es exclusivamente para el comienzo de la dirección del proyecto.

Análisis de involucrados			
Beneficiarios Directos	Beneficiarios Indirectos	Excluidos/Neutrales	Perjudicados/Oponentes Potenciales
Cientes MIPYMES	Proveedores	Entes Financieros	Competencia
Staff Operativo	Cientes Consumidor		
Inversionistas			

Desarrollo del Marco Lógico

Problema central

Descentralización de la búsqueda de un producto o servicio

Efectos

Herramientas digitales desactualizadas

Información inconclusa o de fuentes poco confiables sobre algún producto o servicio

Poca oportunidad para promover los nuevos emprendimientos.

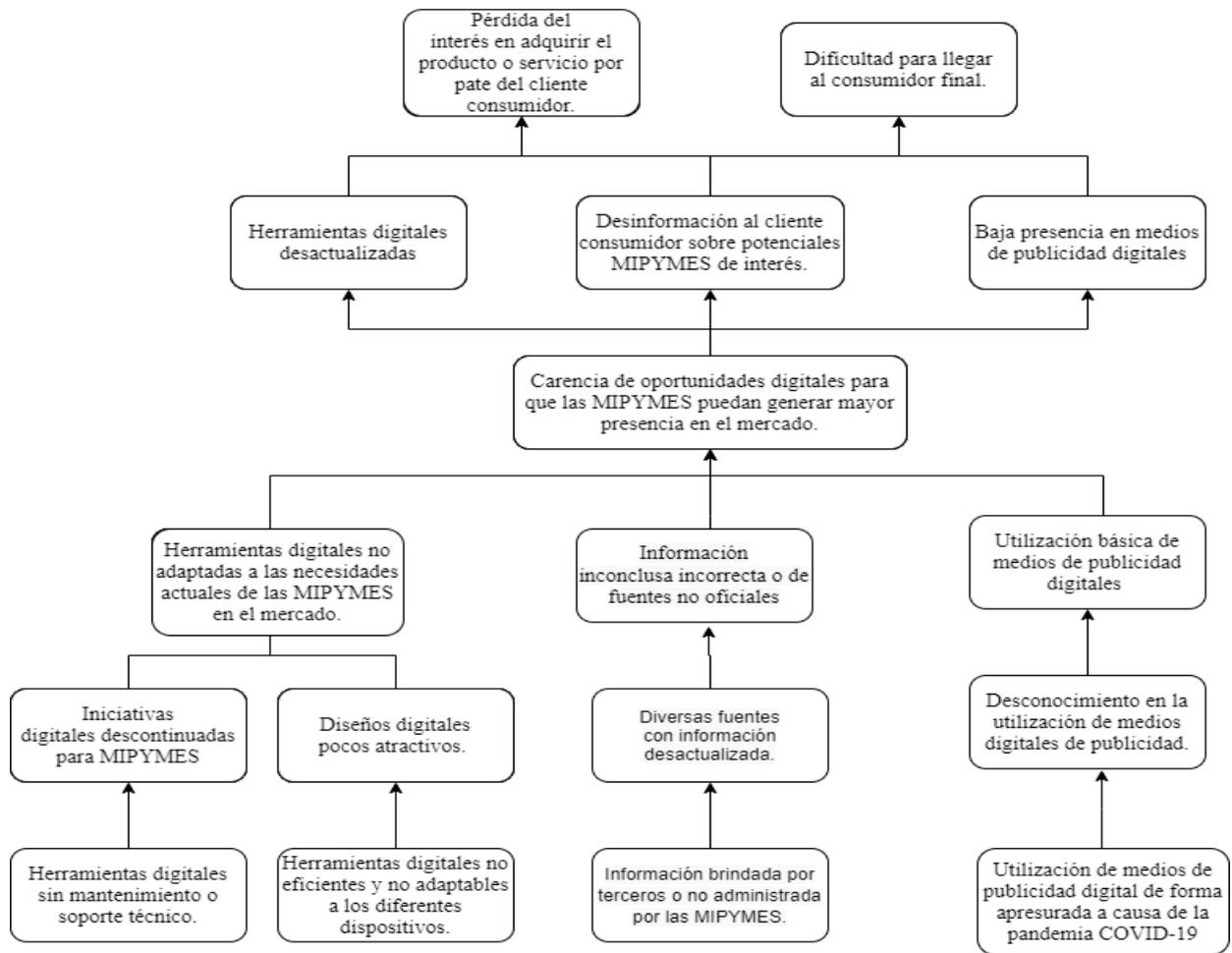
Causas

Herramientas digitales con diseños obsoletos y sin mantenimiento

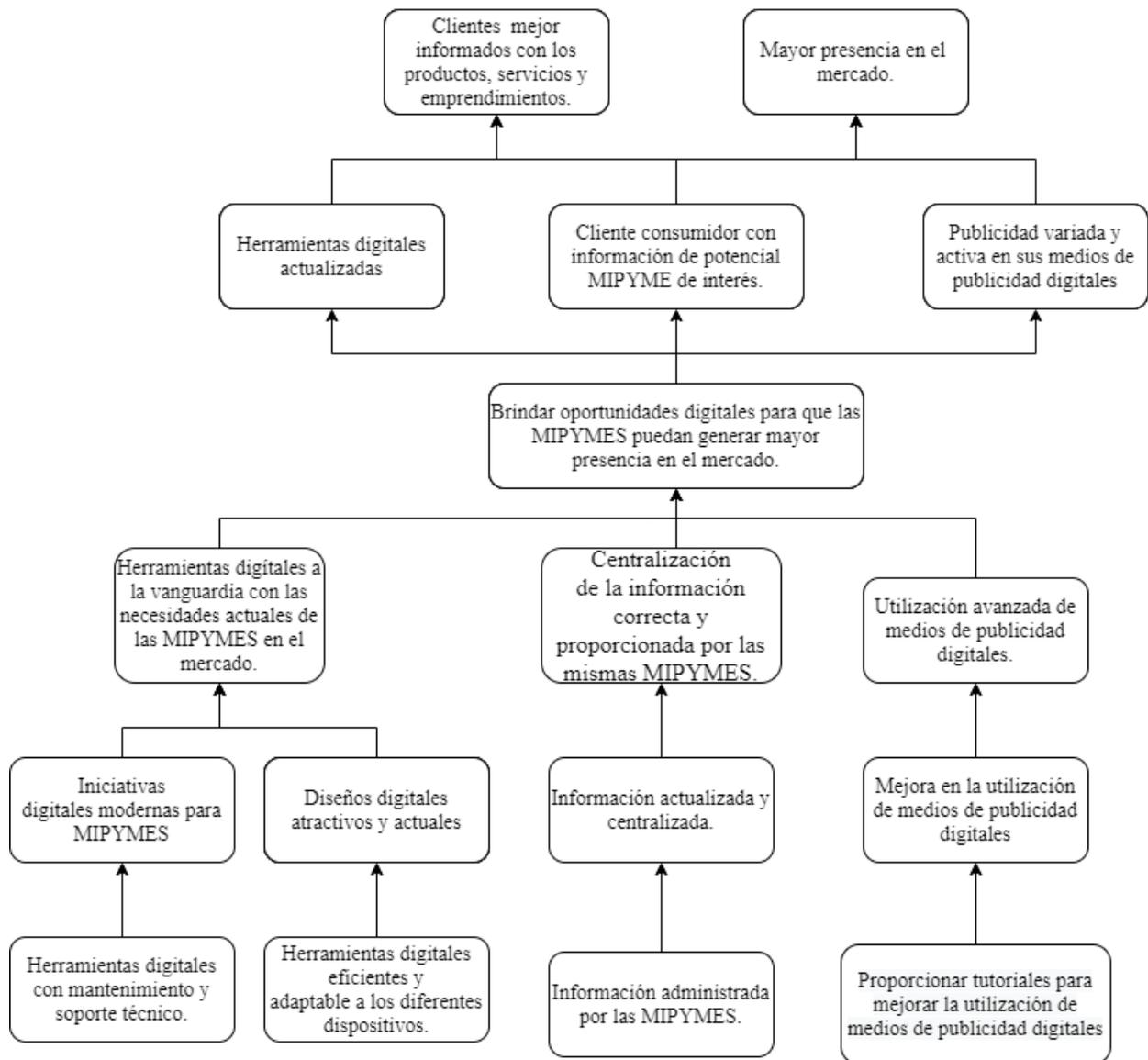
Diversas fuentes de información para realizar búsquedas de un producto o servicio.

Altos costos en las herramientas de búsqueda y compra en línea en el mercado digital nacional.

Árbol de Problemas



Árbol de Objetivos



Análisis Cualitativo de Alternativas

	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Criterios	Herramientas digitales a la vanguardia con las necesidades actuales de las MIPYMES en el mercado.	Centralización de la información correcta y proporcionada por las mismas MIPYMES.	Utilización avanzada de medios de publicidad digitales.
Costo	Alto	Alto	Medio
Tiempo	Medio	Medio	Medio
Concentración sobre los beneficiarios	Alto	Medio	Alto
Impacto de género	Bajo	Bajo	Bajo
Impacto ambiental	Bajo	Bajo	Bajo
Riesgos sociales y económicos	Medio	Alto	Alto
Viabilidad	Alta	Alta	Alta

Análisis Cuantitativo de Alternativas

		Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3			
Criterios	Coeficiente	Herramientas digitales a la vanguardia con las necesidades actuales de las MIPYMES en el mercado.	Centralización de la información correcta y proporcionada por las mismas MIPYMES.	Utilización avanzada de medios de publicidad digitales.			
Costo	5	5	25	5	25		
Tiempo	4	4	16	3	12	5	20
Concentración sobre los beneficiarios	4	5	20	4	16	5	20
Impacto de género	1	1	1	1	1	1	1
Impacto ambiental	1	2	2	1	1	1	1
Riesgos sociales y económicos	4	4	16	4	16	4	16
Viabilidad	5	5	25	4	20	4	20
Total			105		91		103

Matriz Marco lógico

	Lógica de La intervención	Indicadores Objetivamente Verificables	Fuentes de Verificación	Supuestos Hipotesis/Factores Externos
O. General	Brindar oportunidades digitales para que las MIPYMES puedan generar mayor presencia en el mercado	Tráfico de clientes consumidor en la herramienta digital propuesta para búsqueda de productos o servicios enfocado a MIPYMES en un 5% de forma mensual.	Reporte de la cantidad de MIPYMES registradas en la herramienta digital propuesta.	Las MIPYMES se mantienen activas en la herramienta digital propuesta.
	Herramientas digitales a la vanguardia con las necesidades actuales de las MIPYMES en el mercado.			La afluencia de clientes consumidores se mantiene estable.
O. Específicos	Información correcta y proporcionada por una fuente oficial.	El 10% de las MIPYMES registradas en la herramienta digital propuesta actualiza su información mensualmente.	Reportes de revisión de contenido proporcionada por las MIPYMES en la herramienta digital propuesta.	Se registran pocas empresas MIPYMES en la herramienta digital propuesta.
	Utilización avanzada de medios de publicidad digitales.	Aumento del contenido en medios de publicidad digitales en un 15% semestralmente.	Reportes brindados por la herramienta digital propuesta de la cantidad de MIPYMES que han consumido los tutoriales.	
Resultados	Información actualizada y centralizada.			
	Diseños digitales atractivos y actuales			
	Iniciativas digitales modernas para MIPYMES			
	Mejora en la utilización de medios de publicidad digitales			

ANEXO XXI: COTIZACIONES PARA EL DESARROLLO DE LA PLATAFORMA

	Aplicación para pedidos y compras en línea	RTN: 08019012466398
		Cot.: NG202101009
		Página 1 de 1

Tegucigalpa, M.D.C., 27 de octubre del 2021

Sra.,
Dina Alejandra Paz Suazo
Su Oficina

Estimada Señora.

Por este medio reciban un cordial saludo, seguidamente le presentamos la propuesta económica para pedidos y compras en línea.

1. Valor de la Oferta.

Ítem	Tarea	Valor
1	Aplicación móvil Android	L. 129,200.00
2	Aplicación Móvil IOS	L. 140,450.00
3	Desarrollo del sitio web, base de datos y api para consultas	L.70,000.00
Total		L. 339,650.00

Valor total de la oferta L. 339,650.00 (incluye ISV)

2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

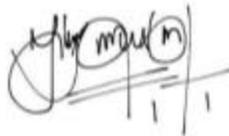
Análisis, diseño y Desarrollo para sitio web de pedidos en línea con aplicaciones para Android y IOS.
Costos de servidor, certificado de seguridad no incluye en el proyecto adicionalmente las Apis de Google utilizadas para mapas y demás información necesitada no incluye en la propuesta.
Tiempo estimado de entrega 3 meses al realizar el pago

3. TERMINOS DE PAGO

Los términos de pago serán al contado, 50% de anticipo y 50% de pago final contra entrega de acta de recepción.

Esperamos que esta propuesta llene sus expectativas, me suscribo de usted

Atentamente,



Franklin Cárdenas
Gerente General

III. Propuesta Comercial

La propuesta comercial de poder modificar los desarrollos a que sean (herramientas externas).

A continuación, se describen los costos asociados al proyecto de implementación/soporte.

Item	Descripción	Tipo Costo
Desarrollo	Desarrollo en el tiempo aproximado	Único
Soporte*	Soporte a incidentes, consultas y análisis de nuevos requerimientos. Total, horas mes (máximo): 160	Mensual

Costos por Desarrollo

Hito	Descripción	Monto
1	Desarrollo	Lps. 216,000

Hitos de pago

Hito	Descripción	Monto
1	Pago Desarrollos	Lps. 216,000
2	Soporte *	Lps. 30,000

* Si aplica soporte a los desarrollos como parte del proyecto

ANEXO XXII: CÁLCULO DE DEPRECIACION

Depreciaciones de Plataforma Pocket Deals

Cuadro de Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Costo Total Proyecto Plataforma Pocket Deals
Computadoras portátiles	3	L. 14,499.95	L. 43,499.85	L. 43,499.85
Computadoras portátiles	1	L. 39,995.00	L. 39,995.00	L. 39,995.00
Monitor	1	L. 5,499.95	L. 5,499.95	L. 5,499.95
Total		L. 59,994.90	L. 88,994.80	L. 88,994.80

Calculo Depreciación Anual y Mensual

Años de Vida Útil	Valor Residual	Depreciación Anual	Deprec. Mensual	Depreciación Anual Proyecto Plataforma Pocket Deals	Deprec. Mensual Proyecto Plataforma Pocket Deals
5	L. 435.00	L. 8,612.97	L. 717.75	L. 6,890.38	L. 574.20
5	L. 399.95	L. 7,919.01	L. 659.92	L. 6,335.21	L. 527.93
5	L. 55.00	L. 1,088.99	L. 90.75	L. 871.19	L. 72.60
Total	L. 889.95	L. 17,620.97	L. 1,468.41	L. 14,096.78	L. 1,174.73

Cuadro de Depreciación Anual de Mobiliario de Oficina

Años	Depreciación Anual Proyecto Plataforma Pocket Deals	Depreciación Acum.	Valor en Libros
2022			L. 88,994.80
2023	L. 14,096.78	L. 14,096.78	L. 74,898.02
2024	L. 14,096.78	L. 28,193.55	L. 60,801.25
2025	L. 14,096.78	L. 42,290.33	L. 46,704.47
2026	L. 14,096.78	L. 56,387.11	L. 32,607.69
2027	L. 14,096.78	L. 70,483.88	L. 18,510.92

Cuadro de Depreciación Mensual de Mobiliario de Oficina Primer Año

Meses	Deprec. Mensual Proyecto Plataforma Pocket Deals	Depreciación Acum.	Valor en Libros
			L. 88,994.80
Enero	L. 1,174.73	L. 1,174.73	L. 87,820.07
Febrero	L. 1,174.73	L. 2,349.46	L. 86,645.34
Marzo	L. 1,174.73	L. 3,524.19	L. 85,470.61
Abril	L. 1,174.73	L. 4,698.93	L. 84,295.87
Mayo	L. 1,174.73	L. 5,873.66	L. 83,121.14
Junio	L. 1,174.73	L. 7,048.39	L. 81,946.41
Julio	L. 1,174.73	L. 8,223.12	L. 80,771.68
Agosto	L. 1,174.73	L. 9,397.85	L. 79,596.95
Septiembre	L. 1,174.73	L. 10,572.58	L. 78,422.22
Octubre	L. 1,174.73	L. 11,747.31	L. 77,247.49
Noviembre	L. 1,174.73	L. 12,922.04	L. 76,072.76
Diciembre	L. 1,174.73	L. 14,096.78	L. 74,898.02

Cuadro de Software para Operaciones

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Costo Total Proyecto Plataforma Pocket Deals
Microsoft 365	1	L. 1,200.00	L. 1,200.00	L. 6,000.00
Adobe Ilustrador	1	L. 503.76	L. 503.76	L. 2,518.80
Total		L. 1,703.76	L. 1,703.76	L. 8,518.80

Calculo Depreciación Anual y Mensual

Años de Vida Útil	Valor Residual	Depreciación Anual	Deprec. Mensual	Depreciación Anual Proyecto Plataforma Pocket Deals	Deprec. Mensual Proyecto Plataforma Pocket Deals
5	L. 12.00	L. 237.60	L. 19.80	L. 190.08	L. 15.84
5	L. 5.04	L. 99.74	L. 8.31	L. 79.80	L. 6.65
Total	L. 17.04	L. 337.34	L. 28.11	L. 269.88	L. 22.49

Cuadro de Depreciación Anual de Software para Operaciones

Años	Depreciación Anual Proyecto Plataforma Pocket Deals	Depreciación Acum.	Valor en Libros
2022			L. 8,518.80
2023	L. 269.88	L. 269.88	L. 8,248.92
2024	L. 269.88	L. 539.75	L. 7,979.05
2025	L. 269.88	L. 809.63	L. 7,709.17
2026	L. 269.88	L. 1,079.50	L. 7,439.30
2027	L. 269.88	L. 1,349.38	L. 7,169.42

Cuadro de Depreciación Mensual de Software para Operaciones Primer Año

Meses	Deprec. Mensual Proyecto Plataforma Pocket Deals	Depreciación Acum.	Valor en Libros
			L. 6,000.00
Enero	L. 22.49	L. 22.49	L. 5,977.51
Febrero	L. 22.49	L. 44.98	L. 5,955.02
Marzo	L. 22.49	L. 67.47	L. 5,932.53
Abril	L. 22.49	L. 89.96	L. 5,910.04
Mayo	L. 22.49	L. 112.45	L. 5,887.55
Junio	L. 22.49	L. 134.94	L. 5,865.06
Julio	L. 22.49	L. 157.43	L. 5,842.57
Agosto	L. 22.49	L. 179.92	L. 5,820.08
Septiembre	L. 22.49	L. 202.41	L. 5,797.59
Octubre	L. 22.49	L. 224.90	L. 5,775.10
Noviembre	L. 22.49	L. 247.39	L. 5,752.61
Diciembre	L. 22.49	L. 269.88	L. 5,730.12

ANEXO XXIII: CÁLCULO DE AMORTIZACION

N	SALDO DEL PRESTAMO	ABONO A CAPITAL	INTERESES	CUOTAS
0	L. 1,516,040.52	L. -	L. -	L. -
1	L. 1,499,539.61	L. 16,500.91	L. 8,843.57	L. 25,344.48
2	L. 1,482,942.44	L. 16,597.17	L. 8,747.31	L. 25,344.48
3	L. 1,466,248.45	L. 16,693.99	L. 8,650.50	L. 25,344.48
4	L. 1,449,457.08	L. 16,791.37	L. 8,553.12	L. 25,344.48
5	L. 1,432,567.77	L. 16,889.32	L. 8,455.17	L. 25,344.48
6	L. 1,415,579.93	L. 16,987.84	L. 8,356.65	L. 25,344.48
7	L. 1,398,493.00	L. 17,086.93	L. 8,257.55	L. 25,344.48
8	L. 1,381,306.39	L. 17,186.61	L. 8,157.88	L. 25,344.48
9	L. 1,364,019.53	L. 17,286.86	L. 8,057.62	L. 25,344.48
10	L. 1,346,631.82	L. 17,387.70	L. 7,956.78	L. 25,344.48
11	L. 1,329,142.69	L. 17,489.13	L. 7,855.35	L. 25,344.48
12	L. 1,311,551.54	L. 17,591.15	L. 7,753.33	L. 25,344.48
13	L. 1,293,857.78	L. 17,693.77	L. 7,650.72	L. 25,344.48
14	L. 1,276,060.80	L. 17,796.98	L. 7,547.50	L. 25,344.48
15	L. 1,258,160.00	L. 17,900.80	L. 7,443.69	L. 25,344.48
16	L. 1,240,154.79	L. 18,005.22	L. 7,339.27	L. 25,344.48
17	L. 1,222,044.54	L. 18,110.25	L. 7,234.24	L. 25,344.48
18	L. 1,203,828.65	L. 18,215.89	L. 7,128.59	L. 25,344.48
19	L. 1,185,506.50	L. 18,322.15	L. 7,022.33	L. 25,344.48
20	L. 1,167,077.47	L. 18,429.03	L. 6,915.45	L. 25,344.48
21	L. 1,148,540.94	L. 18,536.53	L. 6,807.95	L. 25,344.48
22	L. 1,129,896.28	L. 18,644.66	L. 6,699.82	L. 25,344.48
23	L. 1,111,142.86	L. 18,753.42	L. 6,591.06	L. 25,344.48
24	L. 1,092,280.04	L. 18,862.82	L. 6,481.67	L. 25,344.48
25	L. 1,073,307.19	L. 18,972.85	L. 6,371.63	L. 25,344.48
26	L. 1,054,223.67	L. 19,083.52	L. 6,260.96	L. 25,344.48
27	L. 1,035,028.82	L. 19,194.85	L. 6,149.64	L. 25,344.48
28	L. 1,015,722.01	L. 19,306.82	L. 6,037.67	L. 25,344.48
29	L. 996,302.57	L. 19,419.44	L. 5,925.05	L. 25,344.48
30	L. 976,769.85	L. 19,532.72	L. 5,811.76	L. 25,344.48
31	L. 957,123.19	L. 19,646.66	L. 5,697.82	L. 25,344.48
32	L. 937,361.93	L. 19,761.26	L. 5,583.22	L. 25,344.48
33	L. 917,485.39	L. 19,876.54	L. 5,467.94	L. 25,344.48
34	L. 897,492.90	L. 19,992.49	L. 5,352.00	L. 25,344.48
35	L. 877,383.79	L. 20,109.11	L. 5,235.38	L. 25,344.48
36	L. 857,157.38	L. 20,226.41	L. 5,118.07	L. 25,344.48

N	SALDO DEL PRESTAMO	ABONO A CAPITAL	INTERESES	CUOTAS
37	L. 836,812.98	L. 20,344.40	L. 5,000.08	L. 25,344.48
38	L. 816,349.91	L. 20,463.07	L. 4,881.41	L. 25,344.48
39	L. 795,767.47	L. 20,582.44	L. 4,762.04	L. 25,344.48
40	L. 775,064.96	L. 20,702.51	L. 4,641.98	L. 25,344.48
41	L. 754,241.69	L. 20,823.27	L. 4,521.21	L. 25,344.48
42	L. 733,296.95	L. 20,944.74	L. 4,399.74	L. 25,344.48
43	L. 712,230.03	L. 21,066.92	L. 4,277.57	L. 25,344.48
44	L. 691,040.23	L. 21,189.81	L. 4,154.68	L. 25,344.48
45	L. 669,726.81	L. 21,313.42	L. 4,031.07	L. 25,344.48
46	L. 648,289.07	L. 21,437.74	L. 3,906.74	L. 25,344.48
47	L. 626,726.27	L. 21,562.80	L. 3,781.69	L. 25,344.48
48	L. 605,037.69	L. 21,688.58	L. 3,655.90	L. 25,344.48
49	L. 583,222.59	L. 21,815.10	L. 3,529.39	L. 25,344.48
50	L. 561,280.24	L. 21,942.35	L. 3,402.13	L. 25,344.48
51	L. 539,209.89	L. 22,070.35	L. 3,274.13	L. 25,344.48
52	L. 517,010.80	L. 22,199.09	L. 3,145.39	L. 25,344.48
53	L. 494,682.22	L. 22,328.59	L. 3,015.90	L. 25,344.48
54	L. 472,223.38	L. 22,458.84	L. 2,885.65	L. 25,344.48
55	L. 449,633.53	L. 22,589.85	L. 2,754.64	L. 25,344.48
56	L. 426,911.91	L. 22,721.62	L. 2,622.86	L. 25,344.48
57	L. 404,057.75	L. 22,854.16	L. 2,490.32	L. 25,344.48
58	L. 381,070.27	L. 22,987.48	L. 2,357.00	L. 25,344.48
59	L. 357,948.69	L. 23,121.57	L. 2,222.91	L. 25,344.48
60	L. 334,692.24	L. 23,256.45	L. 2,088.03	L. 25,344.48
61	L. 311,300.13	L. 23,392.11	L. 1,952.37	L. 25,344.48
62	L. 287,771.57	L. 23,528.57	L. 1,815.92	L. 25,344.48
63	L. 264,105.75	L. 23,665.82	L. 1,678.67	L. 25,344.48
64	L. 240,301.89	L. 23,803.87	L. 1,540.62	L. 25,344.48
65	L. 216,359.16	L. 23,942.72	L. 1,401.76	L. 25,344.48
66	L. 192,276.78	L. 24,082.39	L. 1,262.10	L. 25,344.48
67	L. 168,053.91	L. 24,222.87	L. 1,121.61	L. 25,344.48
68	L. 143,689.74	L. 24,364.17	L. 980.31	L. 25,344.48
69	L. 119,183.44	L. 24,506.29	L. 838.19	L. 25,344.48
70	L. 94,534.20	L. 24,649.25	L. 695.24	L. 25,344.48
71	L. 69,741.16	L. 24,793.03	L. 551.45	L. 25,344.48
72	L. 44,803.50	L. 24,937.66	L. 406.82	L. 25,344.48
73	L. 19,720.38	L. 25,083.13	L. 261.35	L. 25,344.48
74	L. -5,509.07	L. 25,229.45	L. 115.04	L. 25,344.48
75	L. -30,885.69	L. 25,376.62	L. -32.14	L. 25,344.48

ANEXO XXIV: TABLA DE CONCORDANCIA

Número	Detalle a analizar	Descripción de la Investigación	Descripción del proyecto	Observación/ Grado de Congruencia
1	Objetivo General	Determinar la prefactibilidad del modelo de negocio de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals” para Micro, Pequeñas y Medianas empresas en el Distrito Central, Honduras C.A.	Formular el proyecto para la creación, constitución e inicio de operaciones de la empresa Pocket Deals, Tegucigalpa M.D.C. en el año 2022.	El proyecto da respuesta a la necesidad identificada en la investigación. Y el proyecto se elabora en base a los resultados de la investigación. Lo que significa que existe correlación entre ambos.
2	Objetivos Específicos	Identificar el número de clientes MIPYMES potenciales, los servicios que se pueden ofrecer a los clientes de la plataforma. Conocer las plataformas web de apoyo o servicios alternativos que existen actualmente en el mercado capitalino y que pueden ser competencia.	Realizar la constitución e inscripción mercantil de la empresa Pocket Deals.	Al realizar el estudio de mercado, se obtuvo resultados positivos al reflejar una demanda del servicio por parte de los dos tipos de clientes identificados para la empresa. El proyecto comprenderá constitución de la empresa hasta iniciar operaciones de la misma.
		Investigar los tipos de tecnología, software, hardware, diseños de plataformas, arquitecturas de plataforma web que existen	Efectuar las contrataciones del personal y servicios necesarios para comenzar operaciones.	Durante la investigación detectó los recursos necesarios para la constitución de la empresa, para poder implementar la plataforma.

		en el mercado para poder crear los servicios preliminares de la plataforma virtual de búsqueda de servicios y negocios “Pocket Deals”.		
		Determinar recursos, la estructura de costos y el nivel de riesgo financiero que presentan los servicios preliminares, la maquetación y el modelo de negocio de la plataforma “Pocket Deals”.	Gestionar financiamiento necesario para comenzar operaciones.	En el estudio financiero de la investigación se demostró la viabilidad del servicio a proporcionar al obtener una tasa interna de retorno positiva y un valor actual neto que indica su rentabilidad. Por esta razón, el proyecto contempla la gestión y obtención de financiamiento, servicios a tercerizar, adquisición de los recursos y publicidad preliminar.
4	<p>La investigación realizada sirve como base para crear el proyecto descrito en el capítulo 6; pese a que el proyecto se limita a la creación, constitución e inicio de operaciones de la empresa Pocket Deals, esto no limita el alcance que tendrá la empresa en el futuro.</p> <p>Se espera continuar gestionando más proyectos y/o otras fases del proyecto descrito en esta tesis; con el propósito de expandir los servicios que se ofrecerán a las empresas MIPYMES del Distrito Central y la población en general. La visión a futuro es extender la plataforma Pocket Deals a nivel nacional.</p>			

ANEXO XXV: FORMATO SOLICITUDES DE CAMBIO
POCKET DEALS
SOLICITUDES DE CAMBIO

Código del Documento: _____

Fecha: _____

No.	Cambio Propuesto	Implicaciones del Cambio	Responsable	Nombre del Ítem
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
18				
19				
20				
21				

Observaciones:

Solicitante del cambio

Representante Legal/ Administrador de Proyecto

Estatus
 _____ **Aprobado**

_____ **Rechazado**

ANEXO XXVI: SIMULACIÓN EVM ESCENARIO - IDEAL

Constitución y operación de la empresa Pocket Deals						
SIMULACIÓN EVM						
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Presupuesto Inicial	L 214,683.64	L 214,683. 64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64
Avance	15%	30%	45%	60%	75%	100%
Valor planificado (PV)	L 32,202.55	L 64,405.0 9	L 96,607. 64	L 128,810 .18	L 161,012 .73	L 214,683 .64
Valor ganado (EV)	L 32,202.55	L 64,405.0 9	L 96,607. 64	L 128,810 .18	L 161,012 .73	L 214,683 .64
Costo real (AC)	L 32,202.55	L 64,405.0 9	L 96,607. 64	L 128,810 .18	L 161,012 .73	L 214,683 .64
Presupuesto hasta la conclusión (BAC)	L 214,683.64	L 214,683. 64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64
Variación del costo (CV) [CV=EV-AC]	0	0	0	0	0	0
Índice de desempeño del costo (CPI) [EV/AC]	1	1	1	1	1	1
Variación del cronograma (SV) [SV=EV-PV]	0	0	0	0	0	0
Índice de desempeño del cronograma (SPI) [SPI=EV/PV]	1	1	1	1	1	1
Estimación a la conclusión a la tasa presupuestada (EAC) [EAC=AC+(BAC-EV)]	L 214,683.64	L 214,683. 64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64
Estimación a la conclusión (ETC) [ETC=EAC-AC]	L 182,481.09	L 150,278. 55	L 118,076 .00	L 85,873. 46	L 53,670. 91	L -
Variación a la conclusión (VAC) [VAC=BAC-EAC]	L -	L -	L -	L -	L -	L -

ESCENARIO: IDEAL

ANEXO XXVII: SIMULACIÓN EVM ESCENARIO - ATRASO EN LA EJECUCIÓN

Constitución y operación de la empresa Pocket Deals						
SIMULACIÓN EVM						
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Presupuesto Inicial	L 214,683 .64	L 214,683.6 4	L 214,683.6 4	L 214,683. 64	L 214,683.6 4	L 214,683. 64
Avance	0%	15%	35%	55%	70%	85%
Valor planificado (PV)	L 32,202. 55	L 64,405.09	L 96,607.64	L 128,810. 18	L 161,012.7 3	L 214,683. 64
Valor ganado (EV)	L -	L 32,202.55	L 75,139.27	L 118,076. 00	L 150,278.5 5	L 182,481. 09
Costo real (AC)	L 27,372. 16	L 54,744.33	L 82,116.49	L 109,488. 66	L 136,860.8 2	L 182,481. 09
Presupuesto hasta la conclusión (BAC)	L 214,683 .64	L 214,683.6 4	L 214,683.6 4	L 214,683. 64	L 214,683.6 4	L 214,683. 64
Variación del costo (CV) [CV=EV-AC]	- 27372.1 6	-22541.78	-6977.22	8587.35	13417.73	0.00
Índice de desempeño del costo (CPI) [EV/AC]	0.0	0.6	0.9	1.1	1.1	1.0
Variación del cronograma (SV) [SV=EV-PV]	- 32202.5	-32202.5	-21468.4	-10734.2	-10734.2	- 32202.5
Índice de desempeño del cronograma (SPI) [SPI=EV/PV]	0.0	0.5	0.8	0.9	0.9	0.9
Estimación a la conclusión a la tasa presupuestada (EAC) [EAC=AC+(BAC-EV)]	L 242,055 .80	L 237,225.4 2	L 221,660.8 6	L 206,096. 29	L 201,265.9 1	L 214,683. 64
Estimación a la conclusión (ETC) [ETC=EAC-AC]	L 214,683 .64	L 182,481.0 9	L 139,544.3 7	L 96,607.6 4	L 64,405.09	L 32,202.5 5
Variación a la conclusión (VAC) [VAC=BAC-EAC]	-L 27,372. 16	-L 22,541.78	-L 6,977.22	L 8,587.35	L 13,417.73	L -

ESCCENARIO: ATRASO EN LA EJECUCIÓN

ANEXO XXVIII: SIMULACIÓN EVM ESCENARIO - TRABAJO EJECUTADO ADELANTADO

Constitución y operación de la empresa Pocket Deals						
SIMULACIÓN EVM						
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Presupuesto Inicial	L 214,683.64	L 214,683. 64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64
Avance	20%	40%	60%	80%	100%	
Valor planificado (PV)	L 32,202.55	L 64,405.0 9	L 96,607. 64	L 128,810 .18	L 161,012 .73	
Valor ganado (EV)	L 42,936.73	L 85,873.4 6	L 128,810 .18	L 171,746 .91	L 214,683 .64	
Costo real (AC)	L 32,202.55	L 64,405.0 9	L 96,607. 64	L 128,810 .18	L 161,012 .73	
Presupuesto hasta la conclusión (BAC)	L 214,683.64	L 214,683. 64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	L 214,683 .64	
Variación del costo (CV) [CV=EV-AC]	L 10,734.18	L 21,468.3 6	L 32,202. 55	L 42,936. 73	L 53,670. 91	
Índice de desempeño del costo (CPI) [EV/AC]	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	
Variación del cronograma (SV) [SV=EV-PV]	L 10,734.18	L 21,468.3 6	L 32,202. 55	L 42,936. 73	L 53,670. 91	
Índice de desempeño del cronograma (SPI) [SPI=EV/PV]	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	
Estimación a la conclusión a la tasa presupuestada (EAC) [EAC=AC+(BAC-EV)]	L 203,949.46	L 193,215. 28	L 182,481 .09	L 171,746 .91	L 161,012 .73	
Estimación a la conclusión (ETC) [ETC=EAC-AC]	L 171,746.91	L 128,810. 18	L 85,873. 46	L 42,936. 73	L -	
Variación a la conclusión (VAC) [VAC=BAC-EAC]	L 10,734.18	L 21,468.3 6	L 32,202. 55	L 42,936. 73	L 53,670. 91	

ESCCENARIO: TRABAJO EJECUTADO ADELANTADO