

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACION EN:
DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES
“DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: MI BUS”

PRESENTADO POR:

GUERRA, DIANA CAROLINA	L10804
GÁMEZ ÁNGEL, KELLY ALEJANDRA	L10804
ZELAYA CLEMENTE, BEATRIZ CAROLINA	L10804

10 DE MARZO, 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

AUTORIDADES DE FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Decano De La Facultad de Ciencias Económicas:	MSc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
Vice-Decano De La Facultad de Ciencias Económicas:	Msc. Mario Wilfredo Crespín Elías
Secretario De La Facultad de Ciencias Económicas:	Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Director de la Escuela de Mercado Internacional:	Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Coordinador General de Seminario de Graduación:	Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

Coordinador de Escuela:	Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Coordinadora de Proceso de Graduación:	Licda. Marta Julia Martínez Borjas
Tribunal Evaluador:	MSc. Henry Edward Hernandez Ayala
Tribunal Evaluador:	MSc. Edwin Iván Pastore Chávez
Tribunal Evaluador:	MSc Juan José Cantón González

10 DE MARZO, 2022

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, a Dios por darnos la sabiduría y sensatez para superar cada uno de los obstáculos que fueron surgiendo en el camino y así poder lograr nuestras metas y objetivos en realizar este proyecto.

A nuestro docente el Lic. Henry Hernández que gracias a su conocimiento y ayuda hemos podido concluir este proyecto que es para beneficio de todos los salvadoreños.

Agradecemos también a todo el equipo que ayudo en la creación de la aplicación dedicando tiempo, conocimientos que formaron parte en cada aporte para lograr todo este trabajo.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN.....	ii
CAPITULO 1: GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIO.....	2
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	2
1.1 Nombre del Negocio.....	2
1.2 Integrantes.....	2
1.3 Información general de la Institución Educativa.....	2
2. MARCO ESTRATÉGICO.....	3
2.1 Descripción del negocio (Demanda insatisfecha)	5
2.2 Descripción de los productos o servicios.....	5
2.3 Estrategias para implementar.....	9
2.4 Ventaja competitiva	10
2.5 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	10
CAPITULO 2. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE MERCADEO.....	10
3. PLAN ORGANIZACIONAL.....	10
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).....	10
3.2. Estructura organizativa de la empresa.....	11
3.3 Organización de gestión.	11
3.4 Proceso de Mercadeo y Ventas	12
3.5. Proceso administrativo	12

3.6	Proceso de producción.....	13
3.7	Procesos de recursos humanos.....	14
3.8	Identificación y características de proveedores.....	14
3.9.	Distribución de la Planta.....	15
3.10.	Requerimientos generales de maquinaria y equipo.....	16
4.	PLAN DE MERCADEO.....	16
4.1	Resultados de la investigación de mercado.....	16
4.2	Análisis de situación.....	17
	• Análisis de la competencia.....	19
	• Productos o servicios para ofrecer.....	20
	• Mercado Objetivo.....	20
	• Perfil del consumidor o cliente.....	21
	• Fortalezas y oportunidades de los productos y servicios.....	21
	• Mix de Mercado.....	21
	• Imagen Corporativa.....	22
5.	PLAN DE VENTAS.....	27
5.1	Ciclo de Ventas.....	27
5.2	Proyección de Ventas.....	31
CAPITULO 3. PLAN FINANCIERO Y DE CONTINGENCIA.....		34
6.	PLAN FINANCIERO.....	34
6.1	Plan de Inversión.....	34

6.2 Estructura de costos.....	36
6.3 Flujo de efectivo.	36
6.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.	37
6.5 Estado de Resultados Proyectado	37
7. PLAN DE TRABAJO	38
8. PLAN DE CONTINGENCIA	39
BIBLIOGRAFIA.....	40
ANEXOS.....	41

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad las aplicaciones móviles a nivel mundial son una realidad indiscutible, los usuarios están en una constante búsqueda de herramientas que les faciliten sus trámites o necesidades diarias. En el ámbito del transporte público tomando en cuenta que el 80% de la población salvadoreña utiliza el transporte público de acuerdo con los reportes del VMT. Se plantea una solución a través del diseño de un modelo de negocio, basado en una aplicación móvil dirigida a usuarios que hacen uso del transporte público en dirección a las zonas interdepartamentales del país en busca de aportar valor al servicio dado, con la finalidad de encontrar una mejora.

Para el desarrollo del plan de negocio se analizan varios escenarios:

- Investigación actual del mercado, es decir identificar como está el mercado con las aplicaciones móviles y cuál es el uso de estas, entre otros.
- Estrategias de mercadeo a implementar, por medio de estas daremos a conocer a las personas la aplicación, utilizando herramientas necesarias y apoyándonos en el marketing digital, la idea es realizar la aplicación gratuita, dando la opción de dos membresías para incluir publicidad de otros en la aplicación. De esta forma aparecerán banners de los negocios afiliados según la membresía que escojan, nos apoyaremos más del marketing digital, reduciendo así el gasto de hacer estrategias en medios tradicionales.
- Análisis económico, para iniciar el proyecto considerando los activos principales, gastos, y el capital de trabajo. La inversión requerida es de \$16,795 los cuales son necesarios para operar.
- Evaluación de Procesos requeridos tanto en producción, ventas, recursos humanos, entre otros.
- Proyección de ventas es de \$49,608 en el primer año de la gestión. Siendo favorables ya que nuestro punto de equilibrio nos da \$ 29,598.68

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se expone el desarrollo, la implementación y el modelo de negocio sobre la una aplicación enfocada en el servicio de transporte público para las zonas interdepartamentales del país, tomando únicamente las rutas de buses que circulan para estas zonas.

Dicha aplicación permite al usuario conocer en tiempo real, es decir el usuario podrá acceder a la información en el tiempo que lo necesite y sentirse seguro al momento de buscar la unidad de transporte para su viaje. Por medio de un monitoreo a través de su dispositivo móvil, se podrá observar los puntos de salida y llegada, sus horas, y ubicar exactamente el nombre del destino donde los debe dejar el transporte tomado.

Este proyecto se originó por medio de una idea en la cual se pensó en una herramienta que contribuyera a una mejor gestión en el orden y eficiencia de una forma más innovadora y actualizada, al momento que las personas hacen uso de este servicio, haciendo uso de la tecnología digital y la facilidad y practicidad que se tiene con un dispositivo móvil.

Mencionado lo anterior, se ha llevado a cabo investigaciones con proveedores, desarrolladores entre otros, que nos puedan facilitar la información para la toma de decisiones de este proyecto.

PLAN DE NEGOCIOS



Nombre comercial:

MI BUS

Razón social:

MI BUS S.A de C.V.

Nombre de integrantes:

GUERRA, DIANA CAROLINA

GÁMEZ ÁNGEL, KELLY ALEJANDRA

ZELAYA CLEMENTE, BEATRIZ CAROLINA

Fecha: 10 de Marzo, 2022

CAPITULO 1: GENERALIDADES DEL PLAN DE NEGOCIO

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Mi Bus es una aplicación apasionada por brindar soluciones en movilidad del transporte público, la cual se enfocará en la población salvadoreña que utiliza el transporte colectivo de buses interdepartamentales de forma cotidiana y también de manera extraordinaria. Como punto de partida se trabajará con las terminales de buses interdepartamentales únicamente (Terminal del Sur, Oriente y Occidente), mejorando la carencia de información y exactitud en los horarios del transporte público, proporcionando una mejor experiencia de viaje, personalizada y vanguardista.

1.1 Nombre del Negocio.

- Nombre del negocio: Mi Bus
- Nombre del representante de la empresa: Kelly Alejandra Gámez Ángel
- Razón social: Mi Bus S.A de C.V
- Giro del negocio: Aplicación para el servicio de transporte público exclusivo para buses interdepartamentales El Salvador.
- Ubicación, Dirección del negocio, incluir municipio y departamento: San Salvador Final, 25 Av Norte, San Salvador

1.2 Integrantes.

Nombre Completo	Sexo	Fecha de nacimiento	Domicilio	Teléfono	Email	Especialidad
Kelly Alejandra Gámez Ángel	F	18/12/96	San Salvador San Antonio	61582748	Kellygamez18119@gmail.com	Medios Digitales
Diana Carolina Guerra	F	26/08/89	San Salvador, San Luis,	78838866	Carolina@gmail.com	Medios Digitales
Beatriz Carolina Zelaya Clemente	F	18/08/92	San Salvador, Avenida libertad	73748765	b.carol_zc@hotmail.com	Medios Digitales

1.3 Información general de la Institución Educativa.

Nombre de la Institución: Universidad de El Salvador

Especialidad: Desarrollo de Modelo de Medios Digitales

Municipio: San Salvador final 25 avenida

Departamento: San Salvador

2. MARCO ESTRATÉGICO

- **MISION**

Proporcionar información innovadora a través de la tecnología digital que permita mejorar el servicio de transporte público hacia las zonas interdepartamentales del país.

- **VISION**

Ser innovadores y prácticos, facilitando la movilidad interdepartamental a los usuarios salvadoreños, adaptándonos rápidamente a las necesidades de los clientes, ayudando a que puedan administrar mejor su tiempo y que puedan obtener información más clara sobre sus viajes.

- **OBJETIVO**

Lograr que el 60% de los usuarios del transporte público hacia las zonas interdepartamentales descarguen y usen la aplicación en el transcurso del primer año de operación del negocio, y adicionalmente esto permita acercamiento con las empresas para ofrecerles el servicio de pauta publicitaria en la aplicación para generar mayor ingreso económico, logrando más utilidad al negocio.

- **PRINCIPIOS**

- Llevar soluciones de movilidad para los usuarios: La tecnología brindará mayor accesibilidad y confianza en el transporte público interdepartamental.
- Un trabajo en equipo, ya que mediante ello se alcanza el éxito.
- El éxito y la responsabilidad son directamente proporcionales: Estamos conscientes que tendremos retos grandes pero la actitud ganadora brindará enfoque y humildad para crecer equilibradamente

- **METAS**



Figura 1. Metas Empresariales de Mi Bus. *Elaborado por equipo investigador.*

- **VALORES**

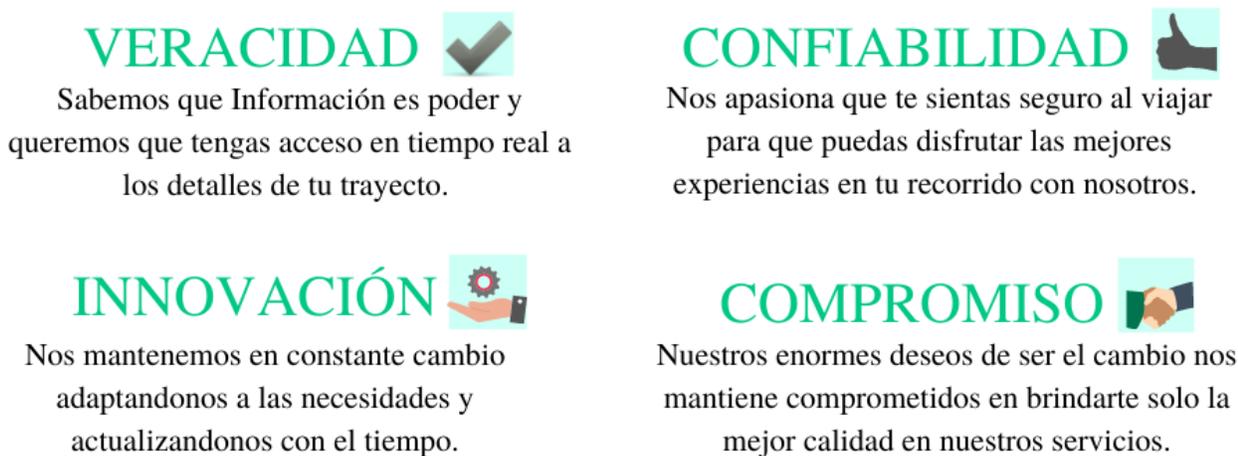


Figura 2. Valores Empresariales de Mi Bus. *Elaborado por equipo investigador.*

2.1 Descripción del negocio (Demanda insatisfecha)

- Mi bus toma ventaja de la necesidad de movilidad eficiente, brindándole información al usuario y ayudándole a llegar a su destino con una mejor experiencia de viaje. (ChalatenangoSV, 2020)
- La tendencia de hacer turismo interno sigue creciendo a pesar la pandemia, la ministra de Turismo, Morena Valdez aseguro que con respecto a Centroamérica nuestro país es el que se ha recuperado con mayor rapidez en términos de turismo, debido a la implementación de la jornada de vacunación y medidas de bioseguridad. El Gobierno ha estimado que para 2022 se alcanzara una recuperación total del sector turismo, con lo cual Mi Bus quiere aprovechar el incrementado las visitas de nacionales y extranjeros y ser otra opción más para poder utilizar transporte público interdepartamental para viajes turísticos, en sustitución a automóvil propio o alquiler de vehículo o bus. Con lo cual se disminuirá el tráfico causado por la sobresaturación de vehículos y podremos brindar mayor accesibilidad a las personas que no puedan viajar por no poseer un vehículo propio, evitar el gasto de gasolina o mantenimiento de su auto. (Salvador, Presidencia de la República de El Salvador, 2021)
- Otra oportunidad de mercado radica al momento en el que los usuarios del transporte público interdepartamental abordan el bus en la parada incorrecta o se bajan en una parada no deseada, lo cual causa que el usuario se pueda perder, poniendo en riesgo su seguridad.
- Se identificaron preguntas frecuentes de parte de los usuarios del transporte público interdepartamental, al no contar con una fuente que muestre los tiempos de espera, paradas, precio, días de hábiles y las horas de viaje programadas en tiempo real. Existen páginas que brindan información similar pero no está actualizada y el tiempo de respuesta al consultar no es inmediato.

2.2. Descripción de los productos o servicios.

Se contará con tres tipos de productos disponibles para diferentes clientes. El primer producto será para el usuario de la aplicación, este usuario gozara de beneficios gratuitos, los detalles de los 5 beneficios fundamentales se muestran en figura 3, de igual manera se muestra en la figura 4 la funcionalidad de la aplicación.

Beneficios de la aplicación

(Descarga gratuita)

01

Se brindará opciones de rutas disponibles para que el usuario elija la que mas se acopla a sus necesidades de viaje.

02

Se añadirá una opción de Ruta frecuente en la cual el usuario podrá guardar su ruta de uso cotidiano para ahorrarse el tiempo de hacer una nueva búsqueda.

03

Brindará información sobre Sugerencias de viaje o Rutas virales de acuerdo a la trayectoria deseada.

04

Se contará con un botón de alerta en donde los usuarios podrán reportar cualquier actividad sospechosa que amenace su seguridad en su recorrido, así como alertas de tráfico o desperfectos mecánicos.

05

Se desplegará información adicional sobre tipo de servicio de transporte interdepartamental (Normal/Ordinario, Especial, Directo), horarios, paradas, tiempos de caminar hacia la parada y de espera del bus permitiendo al usuario tener visibilidad completa de su recorrido en tiempo real.

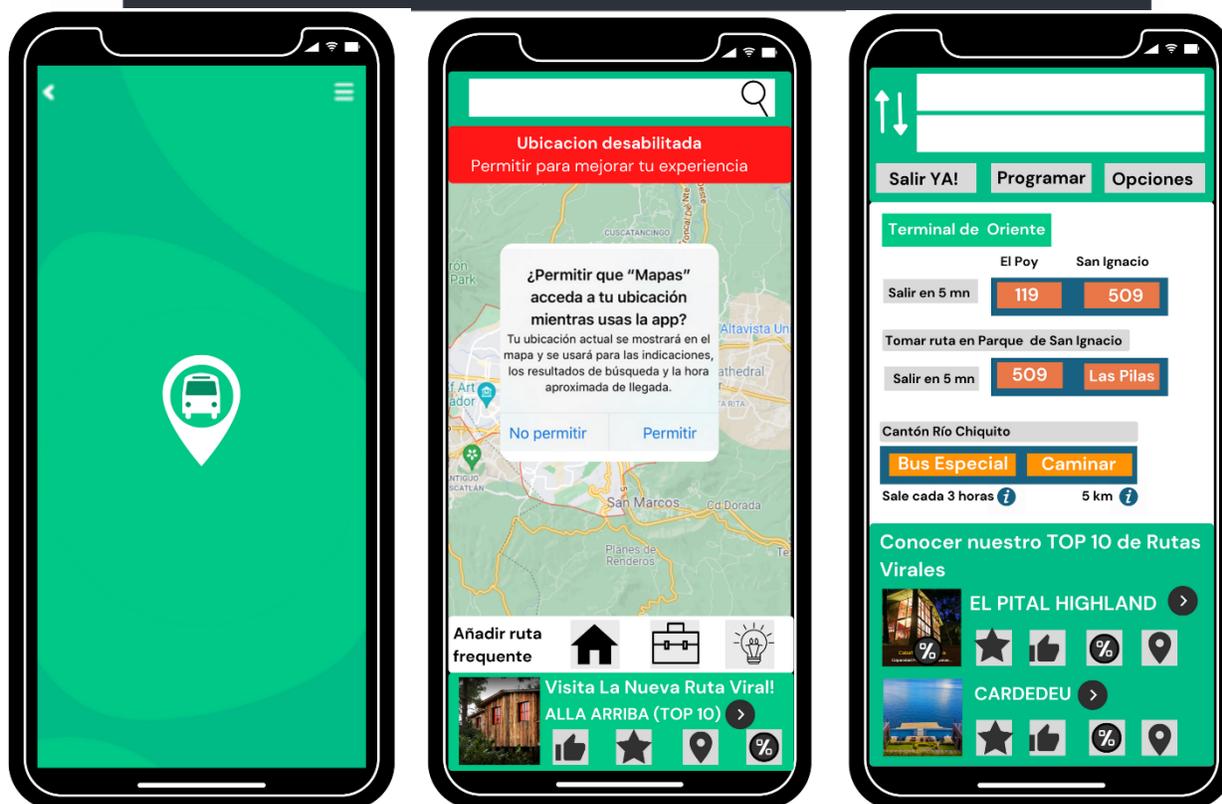


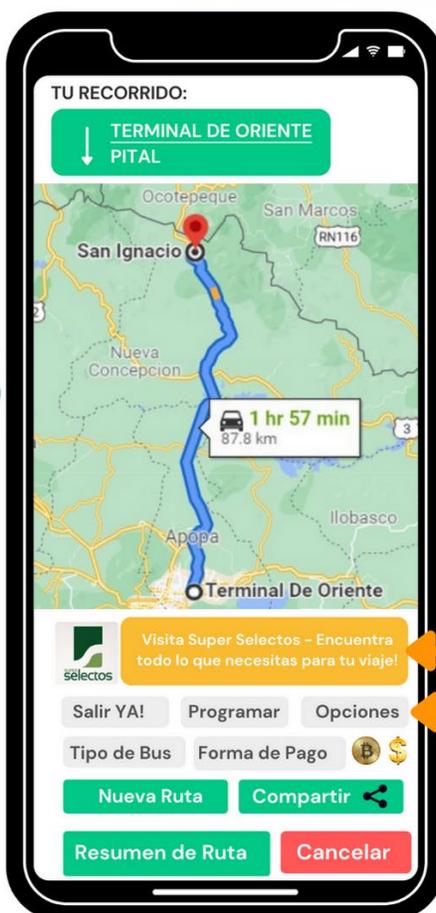
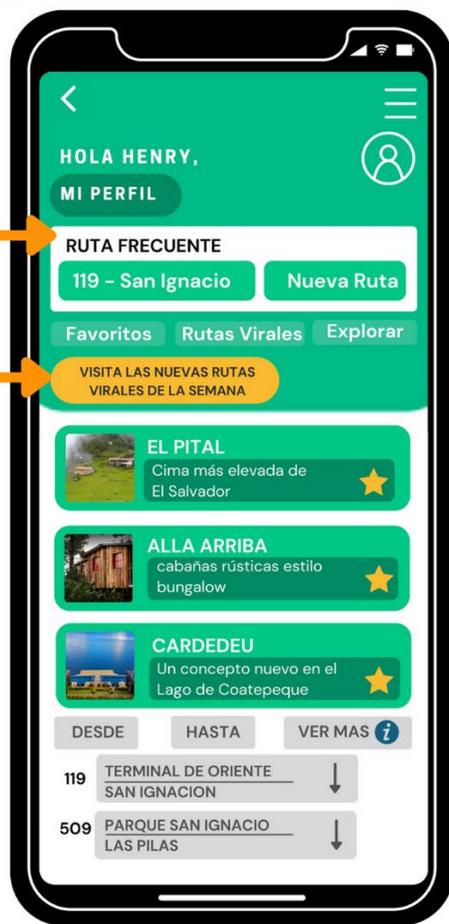
Figura 3. Beneficios de la Aplicación Mi Bus. Elaborado por equipo investigador.

Aplicación de uso B2B



Ruta Frecuente: Indica cuál es la Ruta cotidiana para el usuario que utiliza el transporte interdepartamental de forma regular

Notificación de Cercanía de negocio: Muestra aquellas empresas miembros premium que podrán avisar a los usuarios que el negocio está cerca



Rutas Sugeridas: Indica rutas virales a los usuarios y es un campo especial para publicidad pagada para membresía Premium

Programación de viaje: Brinda acceso a programar fecha y hora de viaje, o salir inmediatamente, asimismo como otras opciones de salida y llegada

Figura 4. Funcionalidad de la Aplicación Mi Bus. Elaborado por equipo investigador.

- **Membresía Estándar**

Permitirá a los negocios miembros de Mi Bus, aparecer en el mapa y brindará una cobertura básica de publicidad que permitirá a los pasajeros visualizar el logo o imagen del negocio y obtener información acerca de la ubicación, promociones y enlaces de redes sociales. Esta membresía está enfocada en ayudar a aquellos negocios micro, pequeños y grandes, a que puedan tener otra forma de llegar a más audiencia. La membresía estándar también brindara la opción de pruebas gratuitas las cuales otorgarán una semana de publicidad gratuita por solo subscribirse a la aplicación, con ello los negocios conocerán los beneficios de la membresía estándar incrementando las posibilidades de venta.

El precio de la membresía Estándar será de **\$4.99 mensual** que incluirá anuncios desplegables que aparecerán cuando la unidad de transporte público se acerque al negocio, el precio se estableció de acuerdo con un margen de ganancia de **54%** por cada membresía estándar vendida con respecto a los costos variables unitario que son **\$ 3.24** los cuales incluyen costo mano de obra unitaria, costo de materia prima y costo fijo unitario.

- **Membresía Premium**

Expandirá las opciones de publicidad mostrando anuncios desplegables con promociones atractivas, apareciendo como rutas virales y al acercarse al negocio. En adición a este beneficio se contará con un portal especial para visualizar las analíticas de las métricas de alcance de la publicidad y así se contabilizará la cantidad de usuarios que han visto el anuncio. Asimismo, la empresa podrá determinar el presupuesto diario a invertir y tendrá la opción de incrementar su presupuesto de publicidad.

El precio de la membresía Premium es de **\$9.99 mensual** con lo que se incluirán los beneficios antes mencionados y este precio se calculó en base los costos variables unitarios estándar más el porcentaje extra de publicidad premium, las cuales incluyen anuncios pautados en los medios masivos y Publicidad con Influencers en redes sociales. El margen de ganancia de esta membresía es de **208%** calculado con base a los costos unitarios.



2.3 Estrategias para implementar

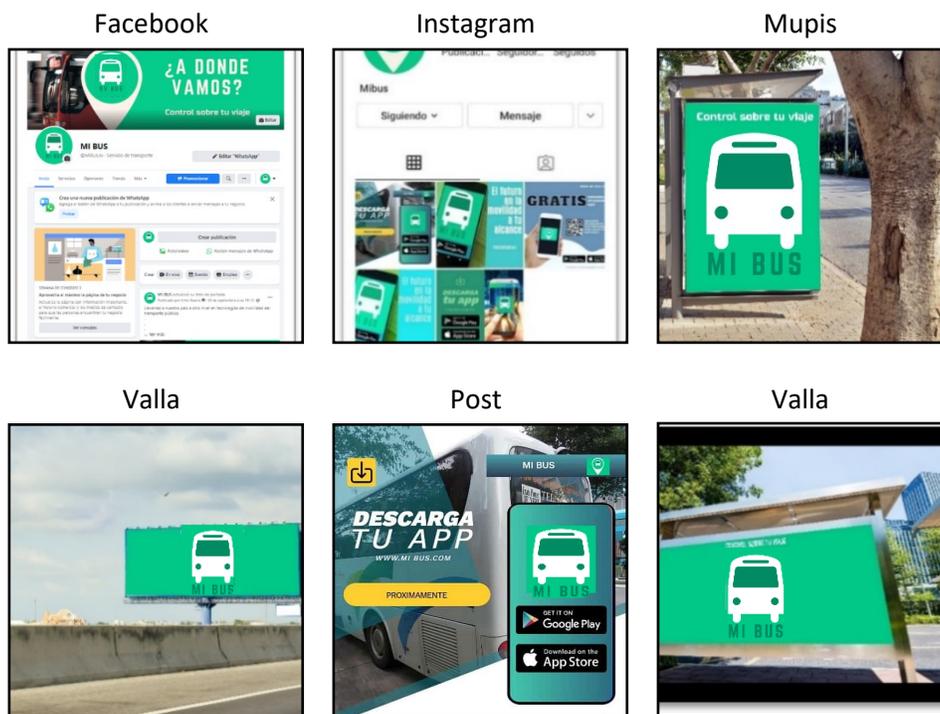
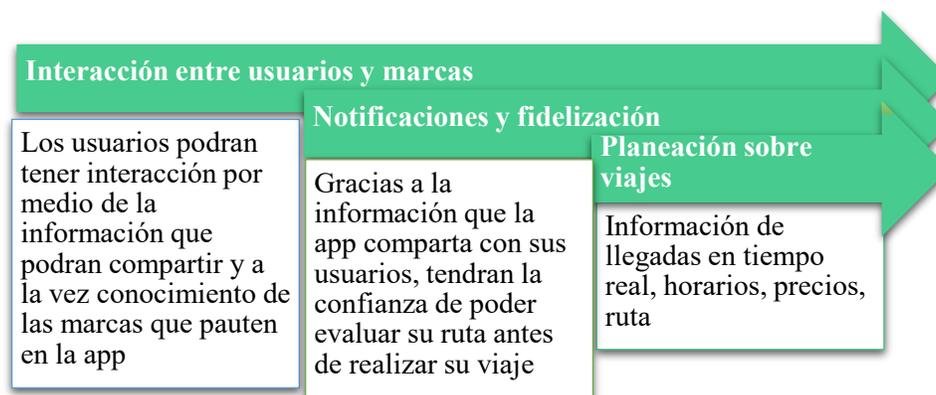


Figura 5. Estrategias Por Implementar

Fuente: Elaborado por equipo investigador

2.4 Ventaja competitiva



2.5 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Las personas estan mas familiarizadas con el uso de las aplicaciones • Alta penetración de aplicaciones moviles en las personas • Alto numero de personas que se conectan por medio de un dispositivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansion en el mercado nacional • Potencial de nuevos clientes • Descarga y uso gratuito • Espacio para publicidad • Mejor conocimiento y ubicacion de horarios para los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco interes en conocer nuevas aplicaciones • Marca nueva para darse a conocer • Falta de actividades que fomenten el uso necesario de las aplicaciones moviles • No funciona sin internet • Personas de mayor edad no usan mucho Apps 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicaciones similares • El exito comercial requiere de descargas masivas • Actualizaciones constantes

Figura 6. Análisis FODA. Fuente: Elaborado por equipo investigador

CAPITULO 2. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE MERCADEO

3. PLAN ORGANIZACIONAL

3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).

Nº	NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO	Búsqueda de Información	Creatividad	Toma de Decisiones	Toma de Riesgos	Motivación y Liderazgo	Redes de Apoyo	Planificación y Organización	Perseverancia	Cumplimiento de metas	Comunicación
1	Kelly Gámez	x			X			x			x
2	Carolina Guerrero	x	x				x			x	
3	Beatriz Zelaya		x	x		x		x	x		x

3.2. Estructura organizativa de la empresa.

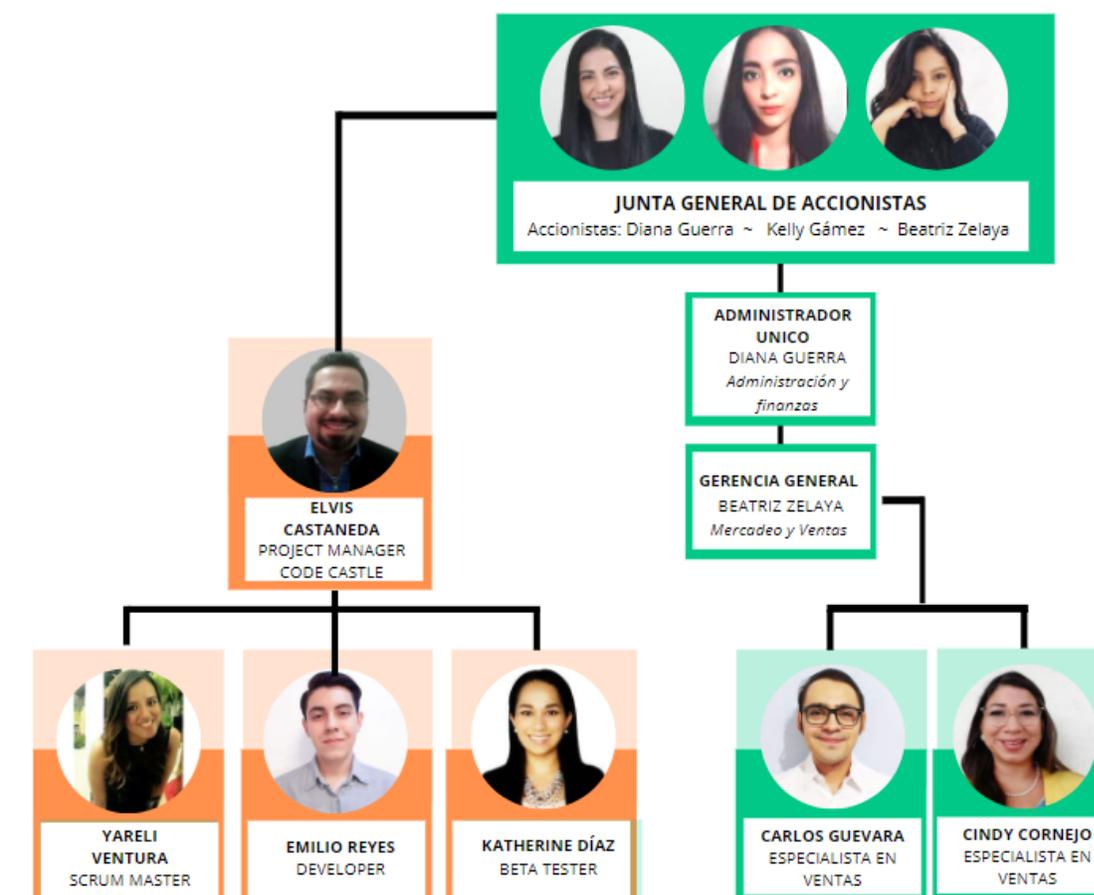


Figura 7. Organigrama Empresarial

3.3 Organización de gestión.

Table 1. Organización de gestión empresarial Mi Bus

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidades de personas
Gerencia	Gestionar y mantener clientes corporativos, y tramites de alta gerencia	<ul style="list-style-type: none"> • Altamente capacitado para realizar negociaciones; • Manejo de Crisis • Manejo de personal y liderazgo 	1
Mercadeo y Ventas	Asegurarse que las metas mensuales sean alcanzadas por el equipo de venta	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar e investigar el mercado y las tendencias en promociones • Dominar la negociación. Manejo de personal 	1
Agente de ventas (Especialista de ventas)	Tomar y realizar llamadas con clientes existentes y potenciales y cumplir con las metas de venta establecidas	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de venta • Excelente organización • Capacidad de trabajar bajo presión • Manejo de paquete Office 	2
Project Manager Code Castle	<ul style="list-style-type: none"> • Puente entre el cliente (Product Owner / Mi Bus S.A) 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las normas de calidad y los reglamentos medios digitales 	1

	<ul style="list-style-type: none"> • Captar la retroalimentación de cada módulo entregado 	<ul style="list-style-type: none"> • Altamente hábil en programación 	
Administración y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Indagar y administrar el aspecto financiero de la aplicación • Manejo de proveedores e influencers 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar las finanzas y reducir el riesgo. • Tener ética e integridad • Manejo de crisis 	1
Scrum Master	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar el equipo de desarrollo el cual se encargará de mantener reuniones diarias y retroalimentar acerca de los avances de la app. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y organización. • Gestión de equipos. • Conocimiento del rubro 	1
Diseñador Gráfico/ Desarrolladore	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y brindar mantenimiento mensual a aplicación móvil • Actualizar y mantenerse al tanto de retroalimentaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser organizado, metódico y cuidadoso en su trabajo. • Poseer experiencia comprobable en proyectos similares 	2
Beta tester	<p>Persona encargada de la funcionalidad del proyecto y generar reportes de problemas (bugs) encontrados para ser solventados por el equipo de desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de programas de análisis de datos (Power BI, Paquete Office + Visual Basic) • Habilidades de liderazgo • Trabajar bajo presión • Fácilmente adaptable a los cambios 	1

Fuente: *Elaborado por equipo investigador.*

3.4 Proceso de Mercadeo y Ventas

Se identificarán los clientes potenciales de acuerdo con las tres categorías existentes:

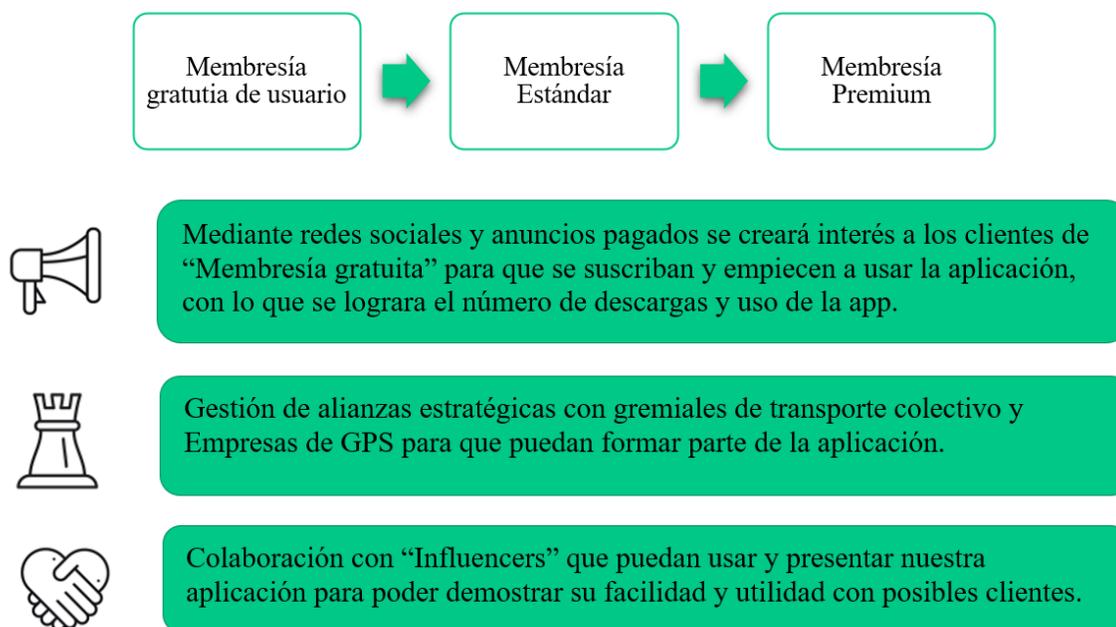


Figura 8. Descripción del proceso de Marketing y Ventas. **Fuente:** *Elaborado por equipo investigador.*

3.5. Proceso administrativo

- Se identificarán los posibles socios clave como empresas de GPS y gremiales de rutas interdepartamentales, para garantizar el funcionamiento óptimo de nuestra aplicación.

- Se llevará un proceso minucioso de reclutamiento para nuestro equipo de vendedores, garantizando que los perfiles posean la experiencia necesaria en ventas y manejo de objeciones.
- Se verificará que el equipo de campo este realizando un trabajo adecuado en la prospección de posibles clientes, mediante retroalimentación y “Work shops” o sesiones de capacitación para mejorar las competencias y habilidades de los colaboradores.

3.6 Proceso de producción

Dentro del proceso de producción se contará con una planificación organizada que garantizara que cada proceso es llevado a cabo en el tiempo estimado y forma adecuada para garantizar generar valor para la empresa. Se contará con un manual de procesos donde podremos ver los pasos exactos a seguir de parte de nuestros vendedores, para lograr cerrar la venta, esto se muestra en la imagen de flujo de llamada. La figura número 9. La cual muestra el proceso de producción mediante un flujo de llamadas que integra el proceso completo.

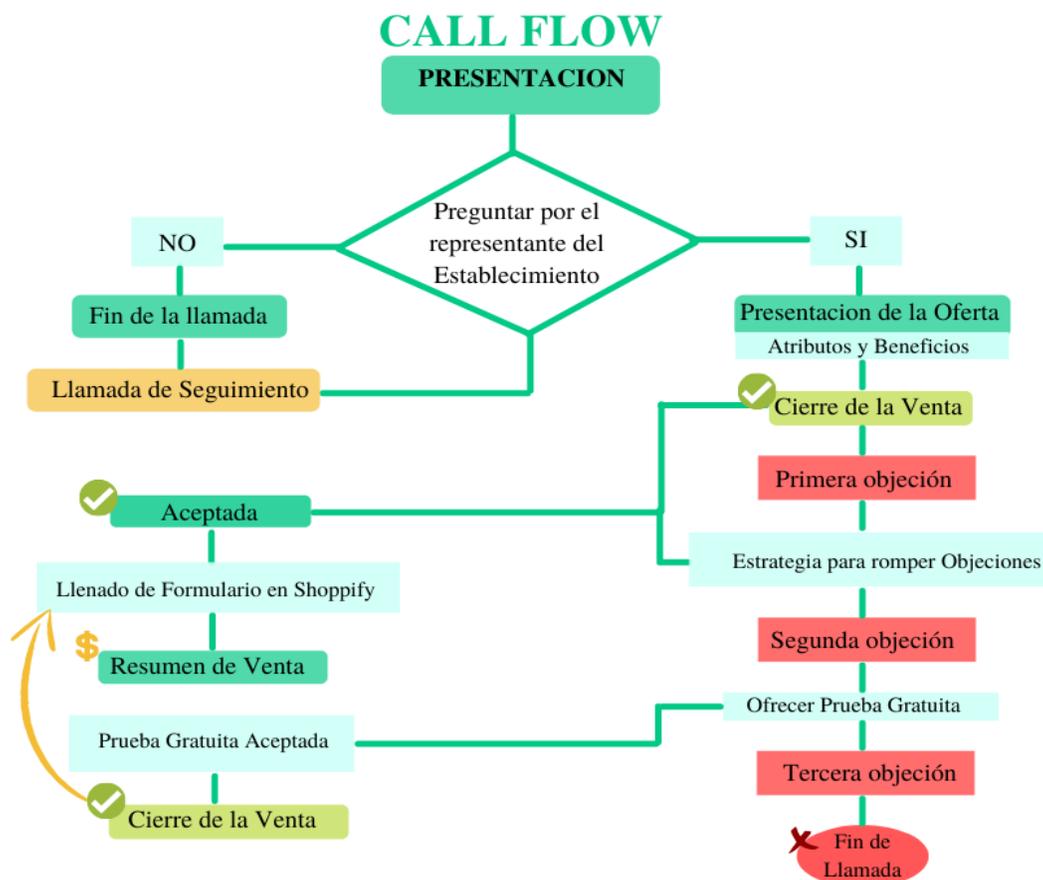


Figura 9. Flujo de llamadas (Call Flow). **Fuente:** Elaborado por equipo investigador.

3.7 Procesos de recursos humanos

- Crear una lista con los requerimientos básicos de cada posición y se elaboraran publicaciones de plazas disponibles en las redes y LinkedIn, en caso de no existir una recomendación por medio de redes de contacto.
- Selección del personal con base en calidad por el equipo de apoyo en las diversas áreas, se ofrecerá salarios competitivos para tener personal capacitado en las áreas requeridas.
- Llevar un control de todos los requerimientos jurídicos y legales para la contratación del personal, iniciando con contratos profesionales para las áreas de apoyo temporales.
- Fomentar políticas de convivencia y normativas disciplinarias así tener adecuado ambiente laboral en la empresa. Se fomentarán actividades de recreación y motivación para poder conservar una energía de ventas en nuestro establecimiento físico.
- Elaborar una lista de acciones disciplinarias de acuerdo con los tipos de incidentes que puedan ocurrir con el personal dentro de la empresa.

3.8 Identificación y características de proveedores

Table 2. Información de características de los proveedores Mi Bus

Nombre del proveedor	Producto o servicio que provee	teléfono	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
CAESS	Energía	2506 9000	Calle El Bambú, colonia San Antonio, Ayutuxtepeque, San Salvador.	Tarjeta o efectivo	Mensual
CLARO	Internet y línea telefónica	2271 7150	Calle El Bambú, colonia San Antonio, Ayutuxtepeque, San Salvador.	Tarjeta o efectivo	Mensual
ANDA	Agua	2247 2700	Final Av. Don Bosco, Centro Urbano Libertad, S.S	Tarjeta o efectivo	Mensual
PAPELERIA SALVADOREÑA	papelería y artículos en general para oficina	2250 6500	49 Av Sur y, 24 Calle Pte No 2614, San Salvador	Tarjeta o efectivo	Mensual
CODE CASTLE	Desarrollo de la app y manto	2543 5422	Edificio A&M 1calle Pte y 63 Av Local 6 S.S	Tarjeta o efectivo	Mensual

Fuente: *Elaborado por equipo investigador.*

3.9. Distribución de la Planta



Figura 10. Distribución de Planta. **Fuente:** Elaboración propia.

La distribución de la planta es importante ya que mediante un plano que nos indique como está distribuido nuestro equipo y área de trabajo es fundamental para que tengan un sistema productivo, nuestro modelo de

negocio debe de alcanzar sus objetivos y metas con la eficiencia adecuada cumpliendo las estrategias establecidas indicadas por las áreas encargadas. Ya que por ese motivo se clasifican y se etiqueta cada área pertinente para un buen funcionamiento de esta. Con el espacio y equipo establecido pondrá realizas las actividades de la empresa de forma efectiva y un buen funcionamiento dentro de ella.

3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Table 3. Descripción de Maquinaria y equipo (Requerimientos Generales)

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Laptop Lenovo IdeaPad S145 – 14 Pulgadas-AMD Athlon-4 GB Ram-500 GB HDD Win10 Home-81UV00AQGJ	3 precio por unidad (\$399.00)	\$1,197.00
Brazos Xtech Silla Secretarial de tela Sin Brazos Xtech	6 precio por unidad (\$75.00)	\$450.00
Mesa portátil Multiusos	6 precio por unidad (\$65.00)	\$390.00
Impresora multifunción Canon PIXMA G2110 – 2313C004AA	3 precio por unidad \$229.00	\$897.00
Teléfono alámbrico de oficina Referencia: 445708800000	3 precio por unidad (19.90)	\$59.70
Armario Puertas Abatibles Cod.30-032	2 precio por unidad (\$315.00)	\$630.00
Mesa de Reunión Circular (4 personas) Lucy-1 CNT 114 0.90 Diámetro	1 precio por unidad \$155.00)	\$155.00
Cafetera de 10 tazas 474487100001	2 precio por unidad (\$26.99)	\$53.98
Mabe Aire Acondicionado	2 precio por unidad (\$499)	\$998
Total		(\$4,830.68)

Fuente: Autoría propia, información obtenida Siman, El Salvador Tecnología y Curacao.

4. PLAN DE MERCADEO.

4.1 Resultados de la investigación de mercado

Mercado maduro para el uso de esta tecnología con una capacidad de adaptación a estas nuevas tecnologías como son los dispositivos móviles, consideramos que la aplicación Mi Bus aportara valor a las personas brindado la información necesaria para que las personas puedan transportarse de una manera más eficaz y confiada hacia sus lugares de destino.

Crece 29.3% la instalación de apps móviles en Latinoamérica. El reporte The State of App Marketing in Latín América 2020 de AppsFlyer revela que México y Brasil lideran el crecimiento en instalaciones, uso e ingresos de aplicaciones móviles en Latinoamérica.

AppsFlyer, líder global en atribución móvil y análisis de datos, presentó The State of App Marketing in Latín América 2020, el reporte más completo de aplicaciones móviles, que indica que el confinamiento por el SARS-CoV-2 aceleró el crecimiento de la economía de las apps en Latinoamérica. (Zegarra, 2020)

Y es que este año 2020 no ha sido beneficioso en la mayoría de los aspectos, pero si en el negocio de las aplicaciones y sus descargas. El año ha reportado un número récord de descargas de aplicaciones en ambas tiendas que se refleja tras un aumento muy significativo en el uso de los smartphones por el confinamiento originado por la pandemia de la COVID-19. Mientras que las descargas desde principios de año han incrementado significativamente en Google Play, la App Store empezó aumentando dicho número, pero ha ido decayendo según avanzaba el año, quedándose muy lejos del aumento del 31% que ha logrado Android respecto al año anterior. (Movilidad, 2020)

4.2 Análisis de situación

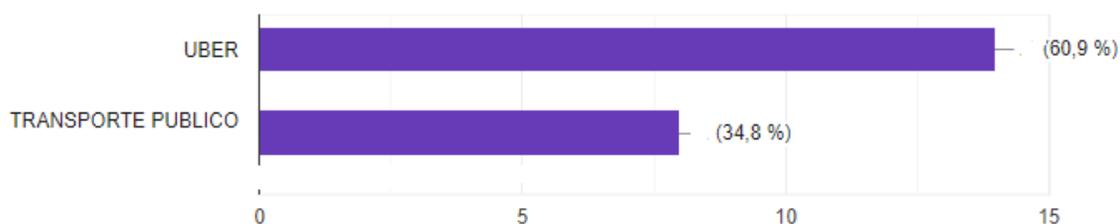
Se realizó la siguiente encuesta por medio digital para poder estimar la probabilidad que los usuarios utilices transporte público o indagar algún otro medio de transporte que utilicen dicha encuesta se pasó el día 24 de septiembre del 2021 a 25 personas encuestas en el rango de edad fueron de 22 a 35 años de ambos sexos.

La mecánica de esta fue compartir la encuesta por medio un formulario que consistía en 3 preguntas.

1. Prefieres usar Uber o el transporte público cuando sales de la zona metropolitana UBER /TRANSPORTE PUBLICO
2. Prefieres utilizar Uber porque te sientes mucho más seguro de viajar al destino que deseas. SI/NO
3. Si te invitaran a utilizar una aplicación donde te indique la ruta de destino y trayectoria en tiempo real del transporte público, la utilizarías. SI/NO

Resultado de la encuesta

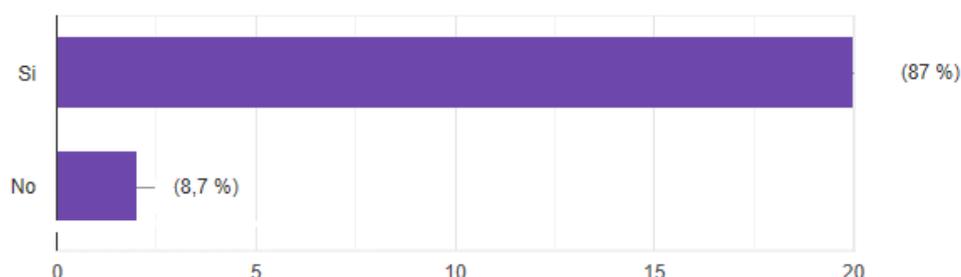
1. ¿Prefieres usar Uber o el transporte público cuando sales de la zona metropolitana?



Interpretación y análisis: Los resultados obtenidos de la figura 1 reflejan que la preferencia de los usuarios al utilizar transporte público o UBER, indica un 60.90% referente a UBER debido a que este servicio de transporte brinda seguridad y comodidad en relación al transporte público que mantiene un respuesta menor con un 34.80%, aunque el servicio de transporte público es más cómodo económicamente que el de UBER, los usuarios utilizan más ese transporte aunque signifique un costo mayor tomando en cuenta que los usuarios prefieren la seguridad antes que el precio del servicio.

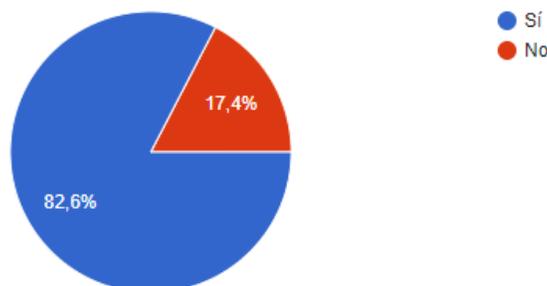
2. ¿Prefieres utilizar Uber porque te sientes mucho más seguro de viajar al destino que deseas?

SI/NO



Interpretación y análisis: Los resultados obtenidos de la figura 2 indican que los usuarios prefieren obtener un servicio de transporte con seguridad a uno que sea económicamente más barato, dando por hecho que el 87% de los usuarios prefieren este servicio, aunque sea más costoso que el transporte público, los factores más relevantes son los siguientes la seguridad, comodidad, rapidez ya que el transporte público puede ser más lento que otros medios de transporte.

3. Si te invitaran a utilizar una aplicación donde te indique la ruta de destino y trayectoria en tiempo real del transporte público, la utilizarías. SI/NO



Fuente: Encuesta realizada en formulario de Google. Elaboración Propia

Interpretación y análisis: Los resultados obtenidos de la figura 3 muestran que la aceptación del uso de una app que indique en tiempo real el lugar exacto y el tiempo estimado de la trayectoria de una unidad de transporte público, indica que el 82.60% está abierto a experimentar esta nueva modalidad de transporte, pero tomando en cuenta el 17.40% indica que existe una minoría que se abstiene de modificar esta modalidad debido a la confianza depositada en el servicio de transporte UBER.

- **Análisis de la competencia**



Es una app de transporte público que permite a los usuarios encontrar fácilmente rutas y opciones para desplazarse por ciudades del mundo utilizando el transporte público disponible. Es una app que permite la visualización de diferentes tipos de transporte desde Bicicletas hasta buses.



Es una aplicación para conocer la ruta de los buses en El Salvador, en la cual puedes ver todo su recorrido dibujado en un mapa interactivo, seleccionar cuales rutas deseas ver y escoger la que más te conviene para llegar a tu destino.

Moovit	ESEBUS	MI BUS
<ul style="list-style-type: none"> • 1200 ciudades • Más de 70 países • Plataformas Androi, Iphone, Windows • Visual de tren, bus • Comentarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponible en el Salvador • Visual de 200 rutas de buses en el país • Plataforma Androi 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponible en el Salvador • Visual de rutas interdepartamentales • Ubicacion de viaje en tiempo real • Plataformas Androi y Iphone • Comentarios y recomendaciones

- **Productos o servicios para ofrecer**

Tabla 4. Aplicación y uso de Membresías

Descripción	Uso o aplicación	Precio de venta estimado
Suscripción gratuita de usuario	Verificar horarios y tiempos de llegada de los buses interdepartamentales	Gratuito (Beneficio)
Membresía estándar	Permite a los negocios miembros de “Mi bus” tener visibilidad en la aplicación (Aparecer en el mapa) Se podrá cambiar el logotipo de su tienda, y colocar información desplegable que se visualizará si el usuario toca el icono del logo. Dicha información puede contener los links de sus redes sociales y la descripción del negocio.	\$ 4.99
Membresía Premium	Permite a los negocios miembros de “Mi bus” tener visibilidad en la aplicación, presentar publicidad desplegable al inicio de la trayectoria, como “Ruta sugerida o Ruta viral”, y notificar al usuario de la aplicación cuando vaya a llegar al negocio. Anunciar su destino con nuestros influencers asociados. Mediante el desarrollo de las aplicaciones y las actualizaciones, se prevé generar más valor a los miembros premium, mediante reportes de resultados que puedan brindarle un “Insights” del aumento de la interacción, visitas y clics de su establecimiento.	\$ 9.99
Suscripción de unidades	Mediante la colaboración de Gremiales de Buses interdepartamentales que posean unidades de transporte en excelente estado, las cuales se podrán visualizar en la aplicación para que el consumidor final pueda saber cuándo y dónde tomara el Bus. Estas gremiales experimentaran un incremento potencial en sus ventas y cobertura del mercado.	Gratuito (Beneficio)

Fuente: *Elaboración Propia*

- **Mercado Objetivo**

Tabla 5. Descripción de Mercados Objetivo

Consumidor final	Negocio o empresa	Industria
Segmento: Usuarios del transporte interdepartamental Frecuencia de uso: los consumidores finales utilizarán el servicio de la aplicación con una frecuencia diaria, ya que mediante este se elimina la frustración y tiempo de espera en las paradas del usuario.	Segmento: Los negocios dentro de las rutas interdepartamental. Una variable favorable dentro del modelo de negocio ya que los usuarios visitan ciertos lugares que no están cerca de lugar de vivienda se pueden mencionar que son lugares recreativos, alimenticios y turísticos. Ofreciendo un valor agregado en términos de visualización del establecimiento, lo que conlleva a un posible incremento de ventas al ser mostrado en nuestro mapa “Mi Bus”	Segmento: Una de ellas sería la terminal plaza amanecer ya que queda en una zona muy demandante por la zona que se encuentra es una terminal accesible y espaciosa. De igual forma la terminal de occidente ya que se ofrece diferentes forma y accesibilidad a rutas para llegar a los destinos del usuario.
Nicho: Nuestro consumidor final es el usuario del transporte público interdepartamental en el rango de edad 15-50 años	Nicho: Los pequeños y micronegocios que no están afiliados con nuestra aplicación para que aparezca dentro de la aplicación para que el consumidor final pueda conocer el establecimiento que lo observó mediante la utilización de nuestra aplicación de Mi Bus	Nicho: Los negocios ya establecidos, que se encuentre cerca de las paradas o terminales más reconocidas o frecuente para que el consumidor final pueda generar la visita de los mismo.

Fuente: *Elaboración Propia*

- **Perfil del consumidor o cliente.**

Tabla 6. Perfil del Consumidor Mi Bus. *Fuente. Elaboración Propia*

Edad	15-50 años
Sexo	Mujeres y hombres
Estatus económico	Media baja
Estudios	Secundaria y Educación Superior.
Lugar de residencia	San salvador (para turistas que usen los buses interdepartamentales) y departamentos donde funcione “Mi Bus”

- **Fortalezas y oportunidades de los productos y servicios**

Tabla 7. Fortalezas y Oportunidades de membresías Mi Bus

Membresía estándar	Membresía Premium:
<p>Oportunidades: Colocar su marca en el mapa y generar interés</p> <p>Fortalezas: Somos un servicio que brindamos un valor adicional con respecto a las demás opciones.</p>	<p>Fortalezas: Lograr recordación de marca para las personas y brindar información más detallada como enlaces a los clientes.</p> <p>Oportunidades: Promover los productos y servicios de los socios o comercios afiliados a un mercado de clientes potenciales</p>

Fuente. Elaboración Propia

- **Mix de Mercado**

Tabla 8. Las 6 p del marketing mix

Producto	Precio
<p>Es una aplicación que sea útil para que el usuario este conocedor de las rutas interdepartamentales, con el fin de ayuda por medio de los GPS, y validar el lugar donde se encuentre el bus de su preferencia.</p>	<p>Puede variar de acuerdo con sus suscripciones ya que mantendremos disponibles dos categorías. Y con precios diferentes para que el usuario pueda adquirir el de su preferencia. De igual manera poder monitorear las descargas realizadas por el usuario.</p>
Plaza (distribución)	Promoción
<p>Nuestros canales serian App Store y Sitio Web. De igual forma con ayuda de nuestro local establecido, y las estratégicas generadas un posicionamiento en el mercado. Para que así mismo se generemos las descargas de los usuarios.</p>	<p>Por medio de los anuncios generados dentro de la aplicación misma, se brindarán descuentos aleatorios para incentivar al usuario a que se mantenga siempre con la aplicación y pueda gozar de los beneficios. De igual forma mantendremos descuesto con diferentes convenios de diferentes rubros.</p>
Personas	Posicionamiento/ Personas
<p>Tomaren cuenta los comentarios que nos indicaran en la aplicación para validar los puntos de mejora, y la calidad y veracidad de la aplicación misma. Ya que nuestro objetivo es que el usuario este satisfecho de utilizar nuestra aplicación como medio para llegar su destino.</p>	<p>Con nuestra aplicación nos apoyará diferentes influencers que se compartirá en las diferentes redes sociales para poder sugerir la aplicación y así poder acabarla mayor parte de usuarios</p>

Fuente. Elaboración Propia

- **Imagen Corporativa**



Descripción de colores del logo de la empresa: El color verde tiene un significado, que genera naturalidad, asociado con la tierra en ese caso sería la trayectoria que estará haciendo el usuario hacia su destino. Y el blanco significa pureza que indicara la veracidad del camino indicado por medio de la aplicación.

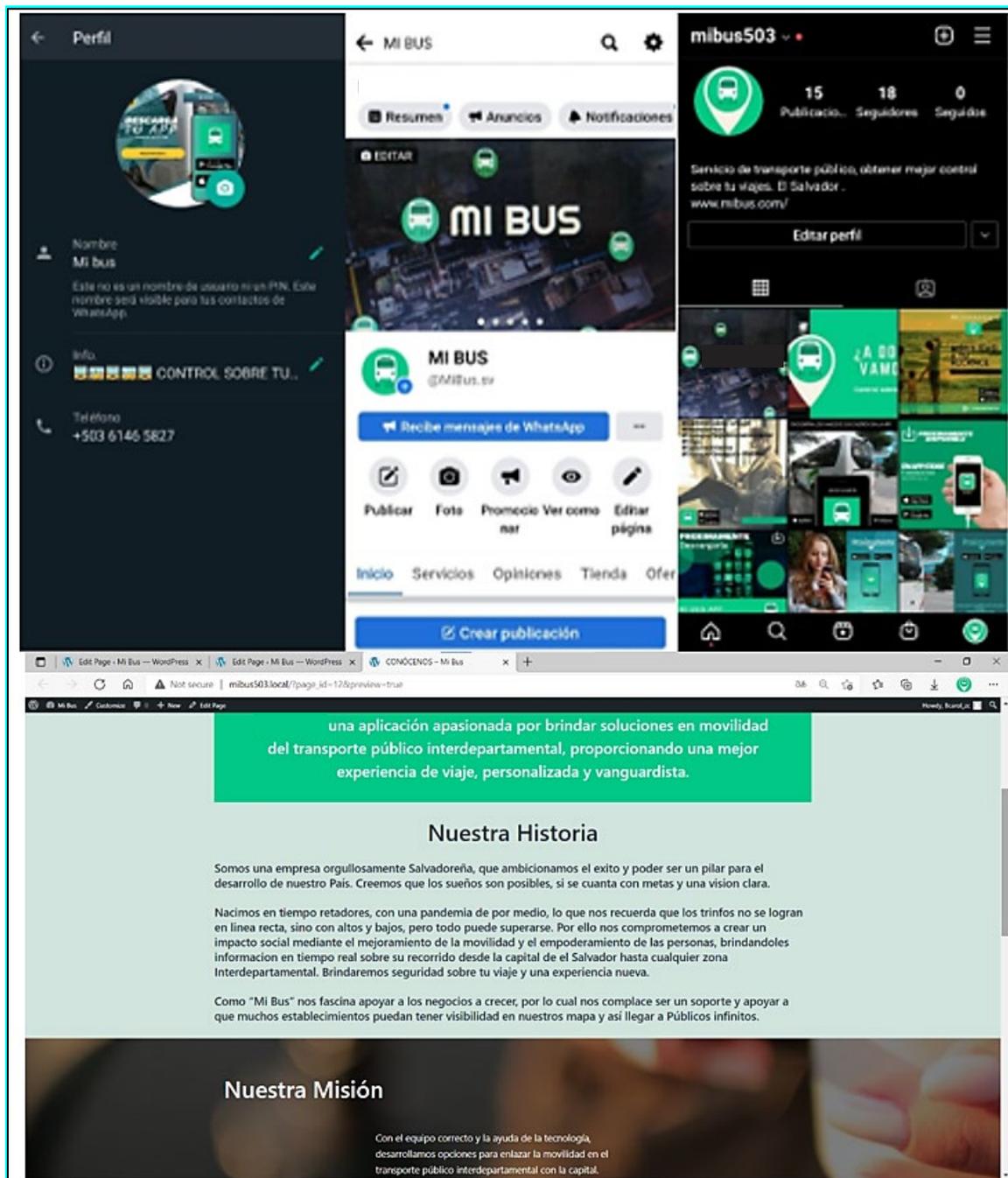


Figura 11. Elementos visuales de Mi Bus (Instagram “@Mibus503”, Facebook “@MiBus.sv”, WhatsApp Business+503 6146-5827, LinkedIn 'Mi Bus 503” y Website “www.mibus503.com”). Elaboración Propia

- **Estrategia de Marketing**

Influencers para dar a conocer app a los usuarios: Contaremos con la colaboración de influencers como “@vanemejia92” que es una micro influencer con más de 5K seguidores en Instagram, forma parte del equipo de locutores de la radio YSKL lo cual le brinda mayores oportunidades de reconocimiento de parte de nuestro segmento de mercado, asimismo es Modelo profesional y emprendedora.

Se realizó una cotización de sus servicios a través de Instagram enviando una solicitud de cotización. Tomamos como primer proyecto, un viaje hacia el mirador “Paradise San Lorenzo, Usulután, Berlín” en la cual la influencer mostrará la funcionalidad de la aplicación, el precio del servicio será de \$300.00 basado en un día de 8 horas que incluye la grabación del video y 1 Post de expectación, 1 post del video grabado (FB e IG) y 1 post/Reels en (FB e IG). En la figura 12 y 13 se muestra el perfil de Instagram de Vanessa y el lugar turístico donde se plantea realizar el primer proyecto de viaje “Mi Bus”

Alianzas comerciales: Realizaremos alianzas comerciales estratégicas que permitan generar valor al usuario de la aplicación y negocios. Super selectos, Walmart, Gasolineras, Restaurantes y otros comercios grandes que generaran valor al aparecer en nuestro mapa, así como con empresas de GPS como “Mi Control GPS” para obtener mejores beneficios de accesibilidad y garantías.

Anuncios: Permitirá capturar en unos segundos dar a conocer la aplicación o los descuentos que mantenemos por adquirir la aplicación. Diferenciación de la competencia: Generar un plus adicional para posicionarse en el mercado por el manejo de diferentes opciones para poder conocer las rutas o el destino del usuario.



Figura 12. Perfil de Instagram de Influencer Vanesa Mejía. **Fuente:** Instagram

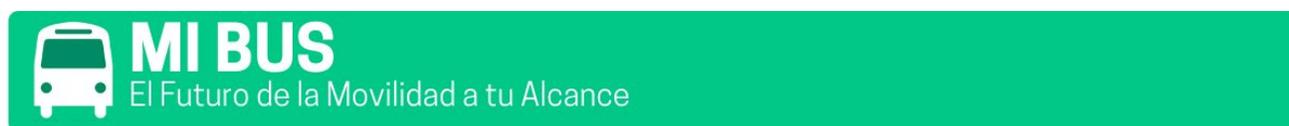


Figura 13. Primer proyecto – Toma de foto para imagen promocional “Mi Bus”. **Fuente:** Elaboración

Propia

- **Tácticas de mercadeo:**

Se transmitirán anuncios publicitarios de los comercios afiliados para así incentivar tanto a comercios miembro y usuarios de la aplicación a estar pendientes de promociones y rutas virales, se brindará pruebas gratis a negocios interesados en ser miembros de la aplicación.

- **Ejecución y control:**

Generar informes en trimestrales, para poder validar las descargas de nuestra aplicación, y verificar cuantas personas poseen la membresía estándar o premium.

- **Administración de ventas:** Las ventas principales de la aplicación son aquellas representadas por el sector negocios, ya que la membresía Estándar y Premium para publicidad serán aquellas que generen mayores ingresos a la empresa. Se realizarán procesos estratégicos y calculados con métodos de medición de resultados para determinar que nos está funcionando para incrementar la captación de clientes, también se contará con personal capacitado en ventas, los cuales brindarán su valor agregado a la organización. Asimismo, se realizarán citas por medio de Google Meet y visitas empresariales para dar a conocer el concepto de nuestros productos y conseguir alianzas clave con nuestro cliente industria (Gremiales).

- **Numero de Vendedores:**

Primer año de operaciones (2022): Se contará con un equipo de ventas conformado por las tres Cofundadoras de Mi Bus, las cuales se encargarán de realizar la función de la búsqueda y contacto de prospectos, brindar seguimiento y cerrar ventas.

Segundo año de operaciones (2023): Con la experiencia obtenida y resultados esperados de acuerdo con un escenario realista, se agregará una persona especialista en ventas el cual será medido de acuerdo con ciertas KPI (Key Performance indicator) tales como: Conversión, Ausentismo, Calidad y Manejo de llamadas.

Tercer y cuarto año de operaciones (2024-25): Continuando con la expectativa de crecimiento realista, para el tercer año se agregará un miembro más del equipo de ventas, se conservará la misma estructura de medición de resultados, sin embargo, podremos mejorar las áreas que necesitan nuevas prácticas.

¿Qué comisiones pagará usted al personal de ventas? Se brindará bonificaciones más o no comisiones por ventas. Las bonificaciones se calcularán de acuerdo a dos niveles: Escenario de rendimiento mínimo (Cumplimiento de KPI) y escenario de alto rendimiento (Supera expectativas).



Las comisiones que se pagarán a los agentes con rendimiento estándar serán de \$50.00 mensuales de esto dependiendo al cumplimiento de sus KPIs, y los agentes que superen las expectativas, tendrán un Bono de \$100.00 mensuales siempre dependiendo el cumplimiento de sus metas.

¿Cómo supervisará a su equipo de ventas? Administración de ventas: Dado que la supervisora será parte del equipo de ventas. Se contará con mucho conocimiento del producto para poder en primera instancia brindar las sesiones de retroalimentación individuales y grupales. Asimismo, se controlará el progreso de las ventas durante el día, manteniendo un ambiente energético y con metas claras.

¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas? Se brindarán sesiones de entrenamiento de parte de los primeros especialistas en ventas que brindarán un proceso específico y efectivo para la captación de clientes. Dicho proceso estará documentado y previamente autorizado. El entrenamiento tendrá la duración de una semana en la cual se enseñarán las generalidades del producto y ciclo de ventas, en los primeros dos días, y se mostrará el funcionamiento de la herramienta de CRM Bitrix, en la cual se encontrará el cumulo de leads. Y finalmente en los últimos 3 días se practicará el proceso de ventas mediante “role play” y se podrá hacer un periodo de prueba donde se pondrán en práctica los conocimientos en tiempo real.

5. PLAN DE VENTAS

5.1 Ciclo de Ventas

1. Prospección

¿Cómo identificará a potenciales clientes? A continuación, se muestra el proceso de identificación de clientes potenciales por categoría de producto:

1. Descarga gratuita: El consumidor final del producto será el usuario del transporte público el cual será identificado de acuerdo con su poder adquisitivo y comportamiento de compra del producto. Este tipo de cliente visualizará la promoción de la aplicación en paradas de buses y anuncios pagados y orgánicos en redes sociales. Así como también usando estrategia de publicidad ATL en las unidades de transporte colectivo tanto en la zona central como departamental.

2. Miembro Estándar: Este cliente será identificado de acuerdo con los puntos de localización donde se encuentra su negocio. Se requiere que este comprendido dentro de la ruta en la cual tendrán recorrido las unidades de “Mi Bus”. Este cliente posee características de micronegocios con modelos atractivos que generen valor en nuestra aplicación.

3. Miembro Premium: Estos establecimientos los identificamos como negocios con estatus y con reconocimiento y aceptación por nuestros consumidores finales. Dichos negocios cuentan con estrategias de publicidad y les gustaría expandir su imagen de marca. Serán negocios con atractivos turísticos diversos, asimismo como grandes comercios y tiendas con aceptación en el mercado.

4. Clientes transportistas (Gremiales): Este es un cliente sumamente crucial ya que se necesitará el apoyo de las unidades de transporte de las gremiales de buses organizadas y con buen mantenimiento y con GPS que permitan que nuestra aplicación genere valor para el consumidor final.

¿Qué métodos usará usted para determinar los intereses de los clientes?

- Se realizará citas y entrevistas con clientes potenciales. Asimismo, sesiones de grupo para identificar cuáles son las necesidades más palpables en los clientes (Final, Negocio e industria).
- Se llevará a cabo una encuesta que nos mostrará el nivel de apertura y aceptación del mercado hacia nuestro servicio (app)

2. Contacto con los clientes

¿Quién contactará a los potenciales clientes? Debido a que existen tres tipos de clientes de los cuales Negocio e industria son los que brindaran la monitorización del negocio, nuestros esfuerzos deben ser distribuidos de una forma inteligente y eficiente. El Gerente de ventas y su equipo de operadores, estarán encargándose de contactar nuestro cliente negocio y gremial. Por medio de campañas de correo y llamadas de parte del equipo de especialistas en ventas y servicio al cliente.

Búsqueda de leads: Se delegará un encargado de crear y alimentar la base de datos que usaran nuestros agentes especialistas en ventas. Por medio de la lista de “Leads” se logrará tener un mejor control y manejo de los prospectos.

¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes? Se contactarán a los clientes justo después de finalizar la incorporación de los atributos fundamentales que generarán valor en cada membresía (Línea de Producto/servicio). Todo esto debe ir distribuido adecuadamente en un flujo de llamada, en la cual el especialista en ventas presentara la oferta con el fin de cerrar la venta (Lograr una suscripción).

¿Quién contactará a los clientes actuales? En primera instancia los clientes serán contactados por las fundadoras del negocio, las cuales estarán encargadas de identificar tendencias y patrones de conducta en el ciclo de ventas. Una persona estará a cargo de diseñar estrategias para contactar prospectos vía email. En lo cual el cierre de la venta será una cita para una llamada y que la gremial o negocio acepte la propuesta.

4. Reunión o Presentación

¿Cuántas llamadas deberá hacer cada vendedor? El vendedor tendrá la meta de 40 llamadas al día como mínimo, esto basado en el promedio de tiempo en llamada y búsqueda de “Lead” el cual es 12 minutos (Excluyendo el tiempo de llamadas de seguimiento), eso equivale a 5 llamadas a la hora y 40 llamadas al día (8 horas laborales) y la hora faltante se usará para retroalimentación, llamadas de seguimiento y recesos. Eso implicaría una jornada de 44 horas laborales a la semana.

La distribución del tiempo de llamada sería el siguiente:

- Búsqueda de prospecto: Duración de búsqueda 5 minutos
- Análisis y planeación de estrategia de ventas (1 acercamiento): 2 minutos

- Llamada de oferta: 5 minutos
- Llamada de seguimiento en caso de no contestar la primera vez: 5 minutos

¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes? Se le reportara a su supervisor/a y en caso de contactar a una gremial o ruta de bus en particular, de generarse una cita, seria tomada por el supervisor a cargo. Lo cual en el tercer año se espera tener un departamento separado dedicado solo a las llamadas de citas con más gremiales, dado que se espera que podamos lograr una expansión a nivel de la zona central de San Salvador.

4. Manejo de objeciones

¿Cómo se manejarán las objeciones para los clientes? El primer paso es identificar los posibles escenarios en los que se pueden dar objeciones, asimismo, las objeciones más comunes en basado en las experiencias previas en llamadas (Call Drivers).

Se preparará un material de apoyo para asegurarnos que nuestros especialistas en ventas saben cómo manejar las objeciones de los prospectos, asimismo brindar entrenamientos que le permitan al agente estar al tanto de los cambios en los patrones de conducta y puntos de venta en los consumidores.

¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta? De notarse que un día no está dando los resultados indicados, se agendaran actividades para fomentar la energía (Power hours) e incrementar las ventas en el equipo. Asimismo, como el enfoque en diversas técnicas para vender, no solo por llamada telefónica, sino también vía email o contacto en redes sociales o buscar a nuestro cliente en una actividad de campo y así explicarles la oferta y persuadir a la compra.

5. Cierre de ventas

¿Cuáles son sus metas en ventas? El primer año nuestras ventas estarán establecidas de una forma realista, el primer año el cargo de gerencia realizara también nuestras funciones de vendedor, a partir del año 2 se efectuarán cambios y se agregara personal directamente enfocado en ventas.

Nuestros vendedores tendrán metas específicas de ventas que se muestran con mayor detalle a nivel mensual en las proyecciones de ventas. Y las metas del primer año serian distribuidas en los siguientes porcentajes,

basados en la situación económica y estimaciones de la industria. Mayores detalles se brindarán en el análisis del punto 6.2 Proyecciones de la venta.

¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas dentro del equipo? Si, Al iniciar el proyecto de contactar a los clientes, nuestros especialistas en ventas parte del equipo cuentan con las habilidades y estrategias necesarias para poder desarrollar un proceso de venta desde cero.

6. Servicio post venta

¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta? Después de realizada la venta se llevará un seguimiento con los clientes estándar, a manera de poder garantizar la satisfacción del servicio y poder obtener retroalimentación por fallas o sugerencias de mejora. Esta llamada será realizada por los especialistas en venta, ya que se ha estimado 4 horas semanales para poder brindar seguimiento a clientes actuales y potenciales.

¿Qué otros productos o servicios podemos ofrecerle para futuras ventas? Por el momento se ha iniciado con dos productos únicamente ya que queremos centralizar nuestros esfuerzos y entender bien el comportamiento del mercado y las características clave y punto de venta de nuestro producto. Sin embargo, se plantea para el año 3 poder ofrecer servicios para maximizar las ventas a través de la App, por medio de consultorías y apoyo en estrategias de promociones y diseño para nuestro cliente negocio, miembro de Mi Bus.

5.2 Proyección de Ventas

Se presenta la planificación de ventas que se generaran durante el primer año de operación de la empresa, se ha considerado la estacionalidad de acuerdo con el giro de la empresa y el crecimiento previsto en la puesta en marcha. A continuación, se muestran la proyección de ventas para los próximos 4 años de operación de la empresa, calculando las ventas trimestrales del año 2 y 3, así como también las ventas anuales del año 4 y 5.

Tabla 9: Proyección de ventas del primer año de operación en unidades monetarias

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad kilometro litro	Año 1											
			Meses											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Membresía Estándar	1	\$ 4.99	\$1,197.60	\$1,197.60	\$1,197.60	\$1,796.40	\$1,796.40	\$1,796.40	\$2,155.68	\$2,155.68	\$2,155.68	\$2,155.68	\$2,155.68	\$2,395.20
Membresía Premium	1	\$9.99	\$1,198.80	\$1,198.80	\$1,198.80	\$1,798.20	\$1,798.20	\$1,798.20	\$2,397.60	\$2,397.60	\$2,397.60	\$3,596.40	\$3,596.40	\$3,596.40
Total de ventas mensuales			\$2,396.40	\$2,396.40	\$2,396.40	\$3,594.60	\$3,594.60	\$3,594.60	\$4,553.28	\$4,553.28	\$4,553.28	\$5,991.60	\$5,991.60	\$5,991.60
Total de ventas anual														\$49,608

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10: Proyección de ventas para cuatro años de operación en unidades monetarias

Producto o Servicio	Valor unitario	Año 2					Año 3				TOTAL	Año 4	Año 5	
		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	TOTAL	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4				
Membresía Estándar	1	\$ 7,511.47	\$ 8,262.61	\$ 9,295.44	\$ 10,689.76	\$35,759.28	\$ 11,228.52	\$ 12,575.94	\$ 14,462.33	\$ 17,354.80	\$ 55,621.60	\$ 67,975.15	\$ 85,818.63	
Membresía Premium	1	\$ 11,278.49	\$ 11,673.24	\$ 12,373.63	\$ 13,116.05	\$48,441.41	\$ 13,777.10	\$ 15,430.35	\$ 17,744.90	\$ 21,293.88	\$ 68,246.23	\$ 83,403.72	\$105,297.20	
Total de Ventas Trimestrales		\$ 18,789.96	\$19,935.85	\$ 21,669.07	\$ 23,805.81		\$ 25,005.62	\$ 28,006.29	\$ 32,207.24	\$ 38,648.68				
Total de Ventas Anuales							\$84,200.69					\$123,867.83	\$151,378.88	\$191,115.83

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11: Cálculo de proyecciones de ventas en cantidades (Año 1)

Metas de ventas Membresía Estándar	1 trimestres - 1 Vendedor CVR 10 %	2 trimestres - 1 Vendedor CVR 15 %	3 trimestres - 1 Vendedor CVR 18 %	4 trimestres - 1 Vendedor CVR 20 %	Unidades vendidas Membresía Estándar Año 1												Total
					M1 2.5%	M2 2.5%	M3 2.5%	M4 7.5%	M5 7.5%	M6 7.5%	M7 10%	M8 10%	M9 10%	M10 12.5%	M11 12.5%	M12 12.5%	
Numero de llamada por día	40	40	40	40	80	80	80	120	120	120	144	144	144	160	160	160	1512
Conversaciones por día por vendedor	4	6	7.2	8	240	240	240	360	360	360	432	432	432	480	480	480	4536
Semana	20	30	36	40													
Mes	80	120	144	160													

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12: Cálculo de proyecciones de ventas en cantidades (Año 1)

Metas de ventas Membresía Premium	1 trimestres -1 Vendedor CVR 5 %	2 trimestres -1 Vendedor CVR 7.5%	3 trimestres - 1 Vendedor CVR 10 %	4 trimestres -1 Vendedor CVR 25 %	M1 0%	M2 0%	M3 0%	M4 3%	M5 3%	M6 3%	M7 5%	M8 5%	M9 5%	M10 5%	M11 5%	M12 5%	Total
Conversaciones por día por vendedor	2	3	4	6	40	40	40	60	60	60	80	80	80	120	120	120	900
Semana	10	15	20	30	120	120	120	180	180	180	240	240	240	360	360	360	2700
Mes	40	60	80	120	360	360	360	540	540	540	672	672	672	840	840	840	7236
Unidades Anuales Membresía estándar y Premium																	7,236

Fuente: Elaboración Propia

Crecimiento Trimestral (Año 2-3) / Anual (Año 4-5)	Membresía Estándar	Membresía Premium
Escenario Pesimista	2%	2%
Escenario Realista Primer trimestre 2022	3.5% - 15%	3.5% - 6%
Escenario Optimista Primer trimestre 2023	4% - 20%	4% - 20%
Escenario Optimista Anual 2024	21%	21%
Escenario Optimista Anual 2025	25%	25%

Detalle 1er Trimestre 2022	Estándar	Premium
Total, cuarto trimestres Unidades	1440	1080
3% incremento anual	50.40	37.80
1er trimestre 2022 Membresía Estándar	1490	1118

Explicación del cálculo de ventas proyectadas para el primer año.

- Se contará con un total de tres vendedores para el primer año por lo tanto se multiplicarán las unidades vendidas en el mes por tres.
- La cantidad producida el primer año con tres especialistas en ventas es de 7,236, para calcular los costos anuales esta cantidad se dividió entre (12 meses) para sacar el promedio de las unidades mensuales.
- Para el primer trimestre de 2021 (Año 1): En cuanto a las proyecciones del primer año, nuestro Membresía estándar finalizaría con su punto más alto en unidades vendidas de 480 unidades mensuales por agente, en cuanto a unidades premium es 360 unidades mensuales. Para iniciar el primer trimestre del año 2022 tendríamos 1440 y 1080 para membresía estándar y Premium respectivamente. Le agregaremos el 3.5% (Escenario realista estimado con base a las proyecciones económicas de la CEPAL) de incremento anual lo cual sería 1490 y 1818 unidades en el primer trimestre del año 2022.
- Para el primer trimestre de 2022 (Año 2): Según el economista (8 de Julio de 2021) La economía salvadoreña crecería en un 5% según las proyecciones presentadas. Por lo cual nosotros hemos mantenido un escenario optimista del 5%, uno Realista del 3.5% y uno Pesimista del 2%, y Decidimos trabajar de una forma realista incrementando en 3.5% para el primer trimestre de 2022. Esto también se acompaña a la especulación actual con la situación país en términos de desarrollo de tecnología. Hemos evaluado que se estima una mejora en la facilidad al realizar transacciones, y al mismo tiempo guardamos incertidumbre acerca del tema por lo tanto esto asegura más el escenario realista de incremento para el año 2. (Cantizzano, El Economista, 2021)

CAPITULO 3. PLAN FINANCIERO Y DE CONTINGENCIA

6. PLAN FINANCIERO

6.1 Plan de Inversión.

Tabla 13: Presupuesto de Equipo y Herramientas, Materia prima e Insumos Iniciales y Materiales de construcción (adecuación del local)

Equipo y Herramientas					
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra
Mabe Aire Acondicionado Inverter	C	2	\$499.00	\$998.00	La curacao
Laptop Lenovo 3	C	3	\$399.00	\$1,197.00	Tecnología y Muebles de Oficina
Silla Secretarial de tela Sin Brazos Xtech 6	C	6	\$75.00	\$450.00	Tecnología y Muebles de Oficina
Mesa portátil Multiusos	C	6	\$65.00	\$390.00	Tecnología y Muebles de Oficina
Impresora multifunción Canon	C	3	\$229.00	\$897.00	Tecnología y Muebles de Oficina
Armario Puertas Abatibles Cod2	C	2	\$315.00	\$630.00	Tecnología y Muebles de Oficina
Mesa de Reunión Circular 1	C	1	\$155.00	\$155.00	Tecnología y Muebles de Oficina
Cafetera de 10 tazas	Taza	2	\$26.99	\$53.98	Siman
Teléfono alámbrico de oficina	C	3	\$19.90	\$59.70	Tecnología y Muebles de Oficina
SubTotal				\$4,830.68	
TOTAL, SUBTOTAL DE: EQUIPO Y HERRAMIENTAS, MATERIALES E INSUMOS INICIALES Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN				\$4,830.68	

Fuente: Elaboración Propia

Contamos con un presupuesto de equipo y herramientas valorado en \$4.830.68 lo cual será proporcionado por el equipo de socias propietarias para evitar incurrir en más costos

Tabla 14: Plan de inversión capital de trabajo. Según requerimientos del giro del negocio

Descripción	Cantidad (Meses)	Monto gastado (mensual)	Gasto Total (Anual)
Alquiler de local	12	\$450.00	\$5,400.00
Desembolsos para Constitución de Sociedades	1	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
Escritura de Constitución de la Sociedad		\$ 300.00	
Sistema contable aprobado por un contador		\$1,000.00	
Aporte mínimo mensual de capital social (5%)	12	\$ 100.00	\$ 2,000.00
Servicios Básicos		\$132.00	\$ 1,584.00
Luz	12	\$ 49.00	\$ 588.00
Agua	12	\$33.00	\$ 396.00
Internet y línea fija	12	\$50.00	\$ 600.00
Gerente General/ vendedor		\$0.00	\$0.00
Gerente de Mercadeo y Ventas/Vendedor		\$0.00	\$0.00
Director de Administración y finanzas/Vendedor		\$0.00	\$0.00
Creación y mantenimiento de Aplicación móvil Android y iOS (IVA Incluido)			\$5,311.00
Creación de Aplicación móvil Android y iOS – Code Castle	12	\$216.58	\$2,599.00
Mantenimiento de Aplicación móvil Android y iOS - Code Castle	12	\$ 226.00	\$2,712.00
Promoción y Publicidad Digital			\$ 1,200.00
Pauta digital en FB (Influencer)	12	\$50.00	\$600.00
Pauta digital en IN (Influencer)	12	\$50.0	\$600.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO			\$16,795.00
<i>Inversión en concepto de Equipo y Herramientas, Materia prima e Insumos Iniciales y Materiales de construcción (adecuación del local) + inversión en capital de trabajo.</i>			\$16,795.00

Fuente: Elaboración Propia

- El costo de Gerente General, Gerente de Mercadeo y Ventas, director de Administración y finanzas/Vendedor, serán absorbidos por las Cofundadoras de Mi Bus durante el primer año
- El precio de Creación de Aplicación (Android y iOS) es de \$11,500.00 + IVA (13%) = \$12,995.00.
- El Costo anual de creación de la Aplicación será de \$2,599.00
- Se proyecta un costo de Mantenimiento de Aplicación de 8 horas al mes, cada hora tiene un precio de \$25.00 + IVA, por lo tanto, el costo de mantenimiento mensual será de \$226.00 – Servicios de creación de APP brindados por la empresa “Code Castle”
- Se contó con el recurso de “Domestica: Curso Wordpress: Crea una web profesional desde 0” con lo que no tuvimos la necesidad de invertir en un profesional para crear páginas web.
- Para el aporte mínimo de Capital Social se agregó un **5% de \$ 2,000.00** como el monto mínimo obligatorio (\$ 100.00).

6.2 Estructura de costos

Tabla 15: Costos variables unitarios.

Producto o Servicio	Costo Variable de Materia prima	Costo Variable de Mano de Obra	Costo Fijo Unitario	Costo Total Unitario
Tiendas Software Programador	\$0.04	\$0.73	\$2.47	= \$ 3.24

*Cuadro detallado de cálculos de costeo en anexo

Costos totales de un año de operación.

Producto o Servicio	Total de Costos Variables	Total de Costos Fijo	Costos Totales
Tiendas/Software/Programador	\$304.00	\$16,795.00	= \$17,099.00

Fuente: Elaboración Propia

6.3 Flujo de efectivo.

Tabla 16: Flujo de efectivo

Flujo de efectivo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo del periodo anterior	\$5,000.00	\$6,038.16	\$7,284.65	\$8,531.14	\$10,975.83	\$13,420.52	\$15,865.21	\$19,268.58	\$22,671.95	\$26,075.32	\$30,917.01	\$35,758.70
INGRESOS												
Ingresos por ventas	\$ 2,396. 40	\$ 2,396. 40	\$2,396.40	\$ 3,594. 60	\$ 3,594. 60	\$ 3,594. 60	\$ 4,553. 28	\$ 4,553. 28	\$ 4,553. 28	\$5,991.60	\$5,991.60	\$5,991.60
Otros ingresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total, de ingresos	\$7,396. 40	\$8,642.89	\$9,889.38	\$12,334.07	\$14,778.76	\$17,223.45	\$20,626.82	\$24,030.19	\$27,433.56	\$32,275.25	\$37,116.94	\$41,958.63
EGRESOS												
Egresos por gastos de operación	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33
Egresos por gastos de materia prima y mano de obra	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91	\$467.91
Total de egresos	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24	\$1,358.24
Flujo de efectivo proyectado	\$6,038.16	\$7,284.65	\$8,531.14	\$10,975.83	\$13,420.52	\$15,865.21	\$19,268.58	\$22,671.95	\$26,075.32	\$30,917.01	\$35,758.70	\$40,600.39

Fuente: Elaboración Propia

6.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Tabla 17: Análisis de la Rentabilidad datos de un año de Operaciones y punto de equilibrio en Unidades y Monto

PRODUCTO	
Producción estimada (en unidades de medida)	7,236
Venta (\$)	\$49,608
Costos (Suma de costos variables y fijos totales)	(\$16,795.00)
RENTABILIDAD	\$32,813.00

Punto de equilibrio en Unidades y Monto:

Productos/Servicios	En unidades	En Valor (\$)
Membresía Estándar y premium	3,951.76	\$ 29,598.68

Fuente: Elaboración Propia

6.5 Estado de Resultados Proyectado

No se calcularán prestaciones, dado que el primer año de gestión del negocio serán los propietarios quienes hagan la labor de ejecución, para el año dos de operaciones se agregará un miembro del equipo de ventas donde se consideran prestaciones después de los tres meses de servicios profesionales.

Tabla 18: Estado de Resultados Proyectado

Estado de Pérdidas y Ganancias	Mes	Trimestre	...	Año
Ventas	\$ 4,134.00	\$ 0.00	\$ 12,402.00	\$ 0.00	\$ 49,608.00
Costo de los Bienes Vendidos	\$ 3.24	\$ 0.00	\$ 9.72	\$ 0.00	\$ 38.88
Utilidad Bruta	\$ 4,130.76	\$ 0.00	\$ 12,392.28	\$ 0.00	\$ 49,569.12
Alquileres locales	\$ 450.00	\$ 0.00	\$ 1,350.00	\$ 0.00	\$ 5,400.00
Alquileres de Maquinaria	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
App y Manto	\$ 442.58	\$ 0.00	\$ 1,327.00	\$ 0.00	\$ 5,311.00
Seguros	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Agua, gas, electricidad y Línea fija	\$ 82.00	\$ 0.00	\$ 246.00	\$ 0.00	\$ 1,584.00
Desembolsos para Constitución de Sociedades	\$ 108.33	\$ 0.00	\$ 325.00	\$ 0.00	\$ 1,300.00
Aporte mínimo mensual de capital social (5%)	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 300.00	\$ 0.00	\$ 2,000.00
Promoción y Publicidad	\$ 100.00	\$ 0.00	\$ 300.00	\$ 0.00	\$ 1,200.00
Total, Gastos Generales y de Admón	\$ 1,282.91	\$ 0.00	\$ 3,848.73	\$ 0.00	\$ 16,795.00
Intereses Pagados	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Utilidad antes de Impuestos	\$ 2,847.85	\$ 0.00	\$ 8,543.55	\$ 0.00	\$ 32,774.12
Menos reserva legal (7% sobre la UOAI)					\$ 2,294.19
Sub Total					\$ 30,479.93
Impuesto sobre la renta	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 8,193.53
Utilidad Neta	\$ 2,847.85	\$ -	\$ 8,543.55	\$ -	\$ 22,286.40

Art. 41. Ley del ISR- LAS PERSONAS JURÍDICAS, UNIONES DE PERSONAS, SOCIEDADES IRREGULARES O DE HECHO, DOMICILIADAS O NO, CALCULARÁN SU IMPUESTO APLICANDO A SU RENTA IMPONIBLE LA TASA DEL TREINTA POR CIENTO (30%); SE EXCEPTÚAN LOS SUJETOS PASIVOS QUE HAYAN OBTENIDO RENTAS GRAVADAS MENORES O IGUALES A CIENTO CINCUENTA MIL DÓLARES (US\$150,000), LOS CUALES APLICARÁN LA TASA DEL VEINTICINCO POR CIENTO (25%)

7. PLAN DE TRABAJO

Tabla 19: Tramites de registro

No	Objetivo	Acciones	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de fin	Recursos
1	Formalizar la estructura legal de la empresa.	Legalización de la empresa	Diana Carolina	01/12/2021	02/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
2	Realización de trámites de inicio	Escritura constitución	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
3	Inscripción y registros	Inscripción de escritura	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
4	Pagos de NIT Y NRC	Realizar los pagos de NIT Y RNC	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
5	Legalización de sistema contable y Libros Contables	Solicitar legalización del sistema y libros contables	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
6	Autorización de correlativo, obtención de facturas y otros documentos	Solicitar legalización y recibirlo	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
7	Inscripción de establecimiento	Descarga de formulario y obtener constancia de inscripción	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
8	Inscripción como patrono del ISSS	Obtener inscripción como patrono	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
9	Inscripción AFP CRECER	Solicitar inscripción patrono y recibirla	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
10	Inscripción AFP CONFIA	Solicitar registro de empleados y usuarios del SEPP	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
11	Inscripción en alcaldía municipal	Obtener formularios para tramites, pagos y estado de cuenta	Diana Carolina	06/12/2021	22/12/2021	Medio de transporte y pago de documentación necesaria.
12	Identidad corporativa	Manual de una empresa en general	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Medio de transporte y equipo de oficina
13	Investigación de mercado	Analizar las posibilidades del negocio	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina
14	Crear una estrategia de Marketing	Establecer nuestros mercados objetivos, canales, difusión, contenidos, otros	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina
15	Crear un dominio con el nombre del negocio	Crear un sitio web o landing page, hosting	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina
16	Manual de marca	Diseños, colores corporativos, logos	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina
17	Recursos Humanos	Selección de personal	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina
18	Atención al cliente	Canales de atención	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina
19	Cartera de clientes	Base de datos de clientes	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina
20	Formación	Capacitaciones	Diana Carolina	02/01/2022	28/02/2022	Personal, equipo de oficina

Fuente: Información oficial de sitio web de CNR

8. PLAN DE CONTINGENCIA

Tabla 20: Descripción del Plan de Contingencia – “Mi Bus”.

Medidas generales de prevención	Acciones preventivas	Acciones en caso de siniestro	Manejo de crisis	Plan de continuidad	Seguridad de activos	Plan de acción
<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de riesgos al inicio de forma y temprana todos aquellos que se encuentren en el transcurso del proyecto - Se desarrollarán estrategias para mitigación de riesgos en caso de no lograr las descargas necesarias. • Gestión de crisis para minimizar daños potenciales al negocio y recuperar el control de la situación 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un estudio periódico del mercado en diversas etapas para evitar sacar al mercado el producto final antes de asegurar su éxito. - Llevar un control y seguimiento en la ejecución del proyecto para el desarrollo del personal. - Revisión y validación con antelación de cada entregable entre todo el equipo de trabajo conforme al proceso de aseguramiento de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar lanzar campaña en las plataformas para emprendedores que nos ayuden a recaudar fondos - Mostrar a las personas cómo funciona la aplicación y como revolucionara la vida del usuario para que la pueda descargar - Mantener un feedback constante de sugerencias y mejoras del producto de los leads 	<ul style="list-style-type: none"> - Control sobre las vulnerabilidades del negocio y posibles cambios o adaptaciones para su estabilidad - El equipo de trabajo deberá tener sus roles claros en el caso de crisis, estar pendiente 24 horas - Preparación de escenarios e identificación de posibles impactos a los Stakeholders. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aprendizaje para evaluar el daño y aplicar las mejores prácticas en futuras contingencias. - Recuperación de credibilidad, buena imagen y seguimiento a actividades realizadas durante la crisis. - Aplicación de simulacros mínimo una vez al año o cuando se requiera. 	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar la marca - Registrar los derechos de autor - Proteger el diseño 	<ul style="list-style-type: none"> • Centramos en el sector que más le conviene usar la aplicación móvil - Selección de información que se va a mostrar - Elaboración de material comercial a compartir - Seguimiento a los inconvenientes.

Fuente: Elaboración Propia

BIBLIOGRAFIA

ChalatenangoSV. (01 de Julio de 2020). ChalatenangoSV. Obtenido de Rutas de buses del departamento de Chalatenango: <https://chalatenango.sv/rutas-de-buses-del-departamento-de-chalatenango#rutas-interdepartamentales>

DIGESTYC. (2021). *Clasificación de Actividades Económicas de El Salvador Rev. 4.0*. Obtenido de Clasificación de Actividades Económicas de El Salvador Rev. 4.0 <http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/clasificadoresv2/Clasificadores/Index/1?tipo=1>: <http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/clasificadoresv2/Clasificadores/Index/1?tipo=1>

MITUR. (1 de Marzo de 2019). *Portal de Transparencia de El Salvador*. Obtenido de Política de Turismo y Desarrollo Local: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/mitur/documents/280229/download>

Movilidad, Z. (14 de Octubre de 2020). *Zona Movilidad*. Obtenido de Zona Movilidad: <https://www.zonamovilidad.es/google-play-supera-tres-veces-descargas-app-store>

Salvador, P. d. (3 de Agosto de 2021). *Presidencia de la República de El Salvador*. Obtenido de Presidencia de la República de El Salvador: <https://www.presidencia.gob.sv/el-salvador-es-lider-en-la-recuperacion-del-turismo-en-la-region-gracias-al-ritmo-acelerado-de-vacunacion-y-al-cumplimiento-de-medidas-contra-el-covid-19/>

Zegarra, J. (2 de Julio de 2020). *Periódico y Revista de Alta Tecnología IT/USERS*. Obtenido de Periódico y Revista de Alta Tecnología IT/USERS: <https://itusers.today/appsflyer-crece-29-3-la-instalacion-de-apps-moviles-en-latinoamerica/>

ANEXOS

ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales.

Tabla 21: Costo Variable Materia Prima

NOMBRE PRODUCTO O SERVICIO	Descripción de la materia prima	Cantidad	Precio Unitario	Total
Google play	Pago de espacio de alojamiento anual	1	\$25.00	\$25.00
Apple store	Pago de espacio de alojamiento anual	1	\$99.00	\$99.00
Servidor web	Plataforma con la que se va a crear la app un pago	1	\$180.00	\$180.00
Sumatoria del Costo variable de materia prima				\$304.00
Total, de producción (cantidad)				7236
Costo variable materia prima / total de producción=Costo variable unitario de materia prima				\$0.04

Fuente: Elaboración Propia

Análisis: Se investigó el costo de las tiendas el cual tiene un costo anual por alojamiento de la aplicación. En el caso del Servidor web se sugirió la inversión en el servicio opcional que brinda Code Castle.

CÁLCULO DE COSTO VARIABLE DE MANO DE OBRA

Tabla 22: Detalle de Costo de Mano de Obra

PRODUCTO O SERVICIO	Descripción del Tipo de Personal	Descripción del Tipo de Salario por periodo	Número de Personas	Total, Salarios Mensuales
Programador y diseñador	Persona que estará a cargo de la programación y diseño de la aplicación	Creación de Aplicación móvil Android y iOS, Administración de rutas de buses, Administración de módulo de publicidad	1	\$ 216.58
Servicios de Asistencia Técnica	Persona que estará a cargo de la programación, diseño y mantenimiento de la aplicación	Pago en concepto de Servicios profesionales de modificación y actualización en la estructura y funcionamiento en la aplicación por 1 horas a \$25.00 + IVA	1	\$226.00
Costo variable mano de obra				\$442.58
Total, de producción en libras (cantidad)				603
Costo variable mano de obra / total de producción= Costo variables unitario de mano de obra.				\$0.73

Fuente: Elaboración Propia

Los datos de los costos de mano de obra los hemos hecho mensuales entre el estimado de producción por mes que es de 603 unidades mensuales producidas y los datos de los costos de materia prima los hemos hecho con producción con base a un año.

TOTAL COSTOS VARIABLES UNITARIOS

Tabla 23: Detalle de costos Variable Unitarios Mi Bus

PRODUCTO O SERVICIO	Costo unitario de materia prima	Costo unitario de mano de obra	Total, costo variable unitario
Tiendas			
Software	\$0.04	\$0.73	\$0.77
Programador			

Fuente: Elaboración Propia

Se le estará realizando pago por servicios profesionales a la persona que será el programador de la APP, ya que estaremos haciendo mantenimientos mensuales o trimestrales.

ANEXO 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.

Se sugiere una estimación mensual y luego proyectarlos de manera trimestral

COSTOS FIJOS TOTALES

Tabla 24: Detalle de costos fijos Totales

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES			TOTAL, VALOR TRIMESTRAL
	MES 1	MES 2	MES 3	
Alquiler	\$450.00	\$450.00	\$450.00	\$1350.00
Electricidad	\$49.00	\$49.00	\$49.00	\$147.00
Agua potable	\$33.00	\$33.00	\$33.00	\$99.00
Comunicaciones (teléfono)	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$150.00
Desembolsos para Constitución de Sociedades	\$108.33	\$ 08.33	\$108.33	\$324.99
Aporte mínimo mensual de capital social (5%)	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$300.00
Publicidad digital	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$300.00
Total, Costos Fijos	\$ 890.33	\$ 890.33	\$ 890.33	\$2,670.99
Total, de Producción por periodo (cantidad) (mensual / trimestral)	360	360	360	1080
Total, costos fijos / total de producción = Costos fijos unitarios	\$2.47	\$2.47	\$2.47	\$7.42

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 3: Costo(s) Unitario(s)

Tabla 25: Detalle de Costos Unitarios Combinados

PRODUCTO O SERVICIO	Costo de materia prima unitario	Costo de mano de obra unitario	Costo Fijo unitario	COSTO TOTAL UNITARIO
Aplicación	\$ 0.04	\$ 0.73	\$2.47	= \$ 3.24

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 4: Calculo del punto de equilibrio.

Punto de equilibrio expresado

Datos:

Costo Fijo Total Cft	\$ 16,795.00
Precio de venta Pct	\$ 7.49
Costo variable unitario Cvu	\$3.24

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total (Cft)}}{\text{Precio de venta (Pvt)} - \text{Costo variable unitario (Cvu)}}$$

$$PE = \frac{\$ 16,795.00}{\$ 7.49 - \$ 3.24} \quad PE = \frac{\$ 16,795.00}{\$ 4.25} \quad PE = 3,951.76$$

Punto de equilibrio en Unidades: 3,951.76

Y = Precio de venta x Punto de equilibrio en unidades

Precio de venta Pvt	\$ 7.49
Punto de equilibrio en unidades de producto PE	3,951.76
Punto de equilibrio en Unidades Monetarias:	\$ 29,598.68

Fuente: Elaboración Propia

El precio de venta se obtuvo por medio de la suma del precio de venta la membresía estándar y la membresía premium (\$4.99 y \$9.99) dividido entre dos.

ANEXO 5: Fotografías relacionadas con el equipo emprendedor y post en redes sociales.

A continuación, se muestran fotografías que representan el entorno donde se desarrollara la idea de negocio.

Figura 15. Fotografías del equipo emprendedor. **Fuente:** Elaboración Propia

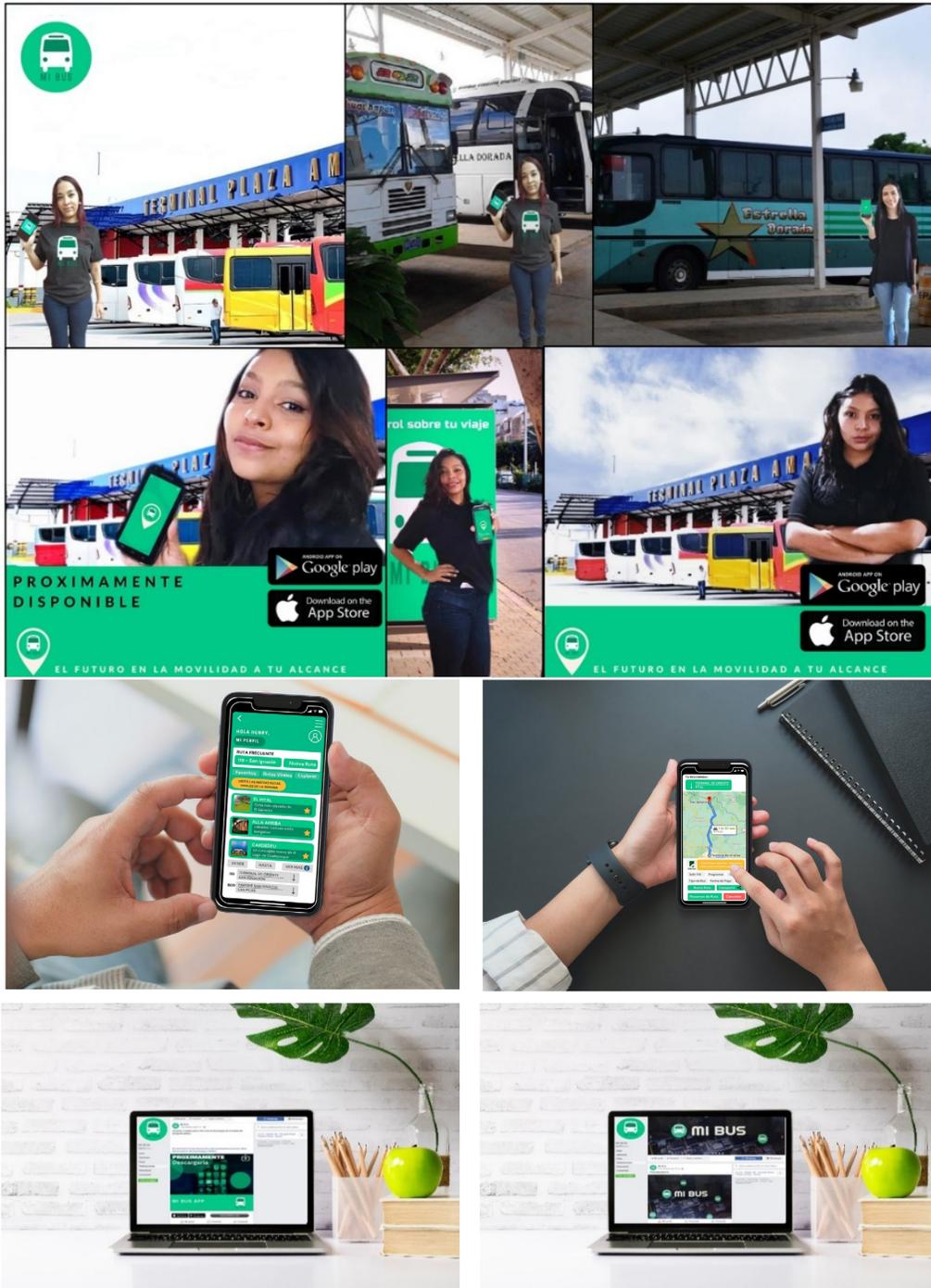


Figura 16. Mockups de post en RRSS. **Fuente:** Elaboración Propia

ANEXO 6: Cotizaciones del presupuesto

A continuación, se encuentran las cotizaciones que corresponden al presupuesto de equipo, herramientas, insumos y materiales iniciales colocados en este plan de negocios.

CODE CASTLE S.A. DE C.V.

Edificio A&M, 1era. calle pte. y 63 Av. norte local C6
San Salvador, El Salvador
(503) 2543 5422 / (503) 2101 6440
CC066-08102021



PRECIO DE SERVICIO

Descripción	Costo
Creación de Aplicación móvil Android e iOS	\$11,500.00 + IVA

SERVICIOS DE COMPRA OPCIONAL

Descripción	Costo
Compra de certificado SSL	Según precio de mercado *comodossI
Compra de Google Play	\$25.00 + IVA /Vitalicio
Compra de App Store	\$99.00 + IVA / Anual
Servidor web	Desde \$15.00 + IVA / Mensual

** Sujeto a precios de proveedor, servicios opcionales si el cliente no posee la infraestructura o tiendas.

ACUERDOS Y GENERALIDADES

- A. Tiempo de desarrollo: 5 meses con pruebas incluidas
- B. Forma de pago:
 - i. Anticipo: 30%
 - ii. Entrega de herramienta administrativa web: 30%
 - iii. Entrega de app móvil: 40%
- C. El proyecto se registrá bajo un cronograma de actividades presentado una semana después de la firma de aceptación de la propuesta, en el cual Code Castle cumplirá con las fechas estipuladas bajo un convenio con **Mi Bus S.A. de C.V.**, siendo estas mismas inamovibles a menos que **Mi Bus S.A. de C.V.** así lo requiera o Code Castle dependa de un requerimiento previo de **Mi Bus S.A. de C.V.** para continuar con el proyecto
- D. Todo desarrollo bajo la marca **Mi Bus S.A. de C.V.** tendrá estricta confidencialidad y exclusividad
- E. El código fuente utilizado para dicho proyecto, así como su propiedad intelectual, pertenece únicamente y exclusivamente a
- F. Se entregará de parte de **Mi Bus S.A. de C.V.** el código fuente y las bases de datos iniciales o accesos al servidor de alojamiento para trabajar de parte de **CODE CASTLE** los ajustes solicitados.



Actividades de Asesoramiento Empresarial y en Materia de
Gestión, Incluye la Obtención y Dotación de Personal.
Tel. 7443-3211

Cotización

Cliente: MI BUS

Fecha: 07/10/2021

#

cotización: 501243

Gasto Total del Proyecto (Duración 6 meses)			
Cantidad (Pagos)	Descripción	Precio	Total
6	Servicio Internet 30 MBPS	\$35.00	\$210.00
6	Energía Eléctrica	\$10.00	\$60.00
6	Programadores (Móviles)	\$1,200.00	\$7,200.00
6	Pago de Servidor	\$4.99	\$29.94
1	Membresía Google Play	\$25.00	\$25.00
1	Cuenta Desarrollador Apple	\$99.00	\$99.00
6	Uso de Api Google Maps	\$11.35	\$68.10
1	Diseñador Grafico	\$400.00	\$400.00
6	Pago de Alquiler	\$250.00	\$1,500.00
1	Diseño de Aplicación	\$600.00	\$600.00
6	Transporte	\$100.00	\$600.00
3	Tester (Persona que realiza pruebas)	\$1000.00	\$3000.00
TOTAL			\$13,792.04

Nota: Esta cotización tiene una validez de 30 días a partir de la fecha de emisión. Después de este periodo los precios podrían variar según el valor de mercado.

F. _____

Aceptación

Cotización de agencia digital



Alpha
studio

Cotización No.: Prd-AM-21-0013-1

viernes, 08 octubre 2021

Cliente: AMERICA MARKETING S.A. DE C.V.

Producto: Imagen
Marca: Alpha Studio
Campaña: IMAGEN
Ejecutivo: Daniel Hipsley
Elaborado Por: Michelle de Marroquín

Tipo Presupuesto: Producción
Odet No.: AM-21-0013
Moneda: US Dollar
Tipo de Cambio: 1.0000
Condición de Pago: CREDITO 90 DIAS
Orden de Compra:

Descripción del Presupuesto:

Cotización de desarrollo de app :

*Servidor en la nube JB Cloud. Instalación de todos los plugins, programas, gestor de base de datos, APIS, tecnologías de desarrollo y ejecución, persistencia de datos, múltiples usuarios (considerando 20mil usuarios registrados). Este servidor cubrirá todo el uso de la aplicación web y móvil.

*Desarrollo de aplicación Android

*Desarrollo de aplicación IOS

*Desarrollo de aplicación Web(back office) + sitio web del negocio.

*Licencia y/o uso de lastiendas de aplicación de Android y de IOS para poder tener las aplicaciones en las tiendas y le uso de los componentes de la aplicación como Firebasey API Maps.

Cantidad	Producción de Agencia	Costo Unitario	Costo Estimado
1	DESARROLLO DE APP	17,733.33	17,733.33
Sub-Total:			17,733.33
Impuesto IVA:			2,305.33
Gran Total:			20,038.66

Observaciones:

*Se enviara el detalle amplio del servidor una vez aprobada la oferta.

Departamento de Producción

Ejecutivo de Cuentas

Cliente

Dirección: Calle la Reforma #174 Col. San Benito, San Salvador, El Salvador.

Teléfono: +503 2224-4000



EL FUTURO EN LA MOVILIDAD A TU ALCANCE

Solicitud de Cotización de servicios de influencer – Vanessa Mejía (@vanemejia92)

Se solicita su apoyo en la elaboración de un video en el que nosotros como empresa proporcionaremos el equipo para grabar y hacer las tomas requeridas. Después se compartirá el contenido para que el **influencer (@vanemejia92)** lo publique en sus redes sociales (1 Post de expectación (5 minutos de duración), 1 post del video grabado (FB e IG) y 1 post/Reels en (FB e IG) con una duración de 15 minutos explicando funcionamiento de la App y destinos disponibles.

🚦 Que hacemos:

Mi Bus es una aplicación para mejorar la movilidad en el transporte interdepartamental. Básicamente tú puedes introducir donde quieres ir, y la aplicación muestra todos los buses, paradas, tiempos de camino hacia la parada, horarios y costo del transporte desde punta A a punto B. Además, muestra rutas virales de comercios que son tendencia en el país.

🚦 Referencias: Móvil

https://moovitapp.com/san_salvador-6110/poi/en

<https://moovit.com/es/>

🚦 Recursos ofrecidos a **influencer**

Transporte: Se ofrece transporte en vehículo privado desde el punto de llegada hasta el punto de llegada.

Horario: Accesibilidad De lunes a sábado (Dependiendo la disponibilidad del **influencer**)

Requerimiento de tiempo: 1 día laboral (8 horas debido a la distancia del viaje)

Punto de partida: San Salvador

Punto de llegada: Mirador Conchagua

** Se brindará presupuesto de viáticos, incluyendo, comida y gastos adicionales.

🚦 Tomas de apoyo

Se realizarán las siguientes tomas de apoyo:

- *Buscando la ruta en la APP*

“Hola Hola Chicos, acá me dirijo para Usulután hacia el Mirador Conchagua y lo hare por medio de la APP “Mi Bus”, déjenme mostrarles que fácil es”

- *Subiéndote al bus y mencionando la calidad de las unidades de transporte interdepartamental*

“Acá ven ustedes en tiempo real por donde viene tu Bus. ¡Y acá está el mío ya! Como observan todos los buses de la App están en buenisimas condiciones” Así que podemos viajar super cómodos

- *Mostrar la notificación que envía la app antes de llegar a tu parada de destino*

“¡Mi Bus también me envió una notificación justo antes de llegar a mi parada, Así que no me tengo que preocupar por pasarme!”

- *Finalmente mostrar imágenes del paisaje y harás el cierre invitando a tu audiencia a descargar y usar la APP.*