

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

TEMA

DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:
RIDERS MOTOSHOP

PRESENTADO POR:

FLORES CAMPOS, MARGOTH YAMILETH L10804

ROCHAC VÁSQUEZ, MARÍA ELENA L10803

RODAS ESCOBAR, JUAN JOSÉ L10804

MARZO 2022

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADÉMICO : PhD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL : ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : LIC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA : LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
COORDINADOR GENERAL
DE PROCESOS 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
DOCENTE ASESOR : MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ
MSC. JUAN JOSÉ CANTÓN GONZÁLEZ
TRIBUNAL EVALUADOR : LIC. OSCAR ERNESTO CRUZ ESQUIVEL
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTÍNEZ CRUZ

MARZO 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Ante todo, agradecer a Dios por haberme dado la oportunidad de culminar mis estudios por darme cada día las fuerzas para hacer realidad uno de mis más grandes sueños, y en especial agradezco a mi madre Margoth Antonia Villalta de Flores por ser pilar fundamental en mi vida por sus consejos y oraciones, a mi padre José Félix Flores por todo el apoyo brindado.

Margoth Yamileth Flores Campos

Agradecida totalmente con DIOS por darme la fuerza y la sabiduría necesaria para culminar mi carrera universitaria, a mi madre ELENA VASQUEZ por su apoyo incondicional, a mis hermanos LUCIA ROCHAC Y LUIS ROCHAC por ser ejemplo de esfuerzo y perseverancia, a mis amigos y catedráticos por brindar su apoyo, consejos y llenarme de sus experiencias profesionales.

María Elena Rochac Vásquez

Agradezco a DIOS por permitirme culminar mis estudios universitarios, todo se lo debo a Él. A mi familia por su apoyo y oraciones, en especial agradezco a mi mamá VILMA ESCOBAR, a mis hermanos KATHERINE, JOSÉ y MARLON. Además, agradecer a los docentes por compartir sus conocimientos, a los compañeros que conocí durante la carrera y a nuestro asesor Lic. Cantón.

Juan José Rodas Escobar

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	3
1.1. Nombre del Negocio	3
1.2. Proceso de legalización	3
1.3. Integrantes	5
1.4. Información general de la Institución Educativa	5
2. MARCO ESTRATÉGICO	5
2.1. Descripción del negocio (demanda insatisfecha)	7
2.2. Descripción de los productos o servicios	8
2.3. Estrategias a implementar	9
2.4. Ventaja competitiva	9
2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	10
3. PLAN ORGANIZACIONAL	11
3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's)	11
3.2. Estructura organizativa de la empresa	11
3.3. Organización de gestión	12
3.4. Proceso de mercadeo y ventas	14
3.5. Proceso administrativo y financiero	16
3.6. Proceso de compras	17
3.7. Procesos de recursos humanos	18
3.8. Identificación y características de proveedores	19
3.9. Distribución en planta	20
3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo	21
4. PLAN DE MERCADEO	21
4.1. Resultados de la investigación de mercado	21

4.2. Análisis de situación	25
5. PLAN DE VENTAS	39
5.1. Ciclo de Ventas	40
5.2. Proyección de Ventas	46
6. PLAN FINANCIERO	49
6.1. Plan de Inversión	49
6.3. Flujo de efectivo	50
6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio	51
6.5. Estado de Resultados Proyectado	53
7. PLAN DE TRABAJO	54
8. PLAN DE CONTINGENCIA	55
CONCLUSIÓN	58
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	61
ANEXO 1: Detalle de cálculos de gastos operativos fijos	61
ANEXO 2: Cálculo del punto de equilibrio	62
ANEXO 3: Artes gráficas para los post en redes sociales del negocio	66
ANEXO 4: Fotografía de los integrantes	67
ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto	68
Índice de Tablas	
Tabla 1 Integrantes de Riders Motoshop	5
Tabla 2 Análisis FODA	10
Tabla 3 Características Emprendedoras Personales del equipo	11
Tabla 4 Organización de gestión	12

Tabla 5 Identificación y Características de Proveedores	19
Tabla 6 Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo	21
Tabla 7 Análisis de la Competencia	27
Tabla 8 Descripción de productos y servicios a ofrecer	28
Tabla 9 Segmentación del mercado objetivo	29
Tabla 10 Fortalezas y Oportunidades de los Productos y Servicios	32
Tabla 11 Mix de Marketing de Riders Motoshop	33
Tabla 12 Proyección de Ventas Primer Año en Unidades y Dólares	46
Tabla 13 Proyección de Ventas del año 2 al 5 en unidades y dólares	47
Tabla 14 Plan de Inversión	49
Tabla 15 Inversión Capital de Trabajo	49
Tabla 16 Total de la Inversión	50
Tabla 17 Flujo de efectivo mensual para el año 1	50
Tabla 18 Análisis de Rentabilidad del proyecto	51
Tabla 19 Punto de Equilibrio	52
Tabla 20 Estado de Resultados	53
Tabla 21 Plan de Trabajo	54
Tabla 22 Plan de Acción basado en el Plan de Contingencia	57

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Estructura organizativa de Riders Motoshop	11
<i>Figura 2.</i> Proceso de Mercadeo y Ventas	14
<i>Figura 3.</i> Proceso administrativo y financiero	16

<i>Figura 4.</i> Proceso de compra	17
<i>Figura 5.</i> Proceso de Recursos Humanos	18
<i>Figura 6.</i> Ilustración de la distribución en planta	20
<i>Figura 7.</i> Total de motocicletas del parque vehicular de El Salvador	21
<i>Figura 8.</i> Importaciones del sector comercio, reparación de vehículos y motocicletas	22
<i>Figura 9.</i> Crecimiento económico del sector comercio, reparación de vehículos y motocicletas, 2017-2020	22
<i>Figura 10.</i> Importaciones de cascos, accesorios y repuestos para motocicleta	23
<i>Figura 11.</i> Mecanismos de compra más utilizados durante la pandemia en El Salvador	23
<i>Figura 12.</i> Plataformas de e-commerce más utilizadas para realizar compras durante la pandemia en El Salvador	24
<i>Figura 13.</i> Situación digital en El Salvador 2021	24
<i>Figura 14.</i> Buyer persona o personificación del cliente ideal para Riders Motoshop	31
<i>Figura 15.</i> Logo de la empresa Riders Motoshop	35

RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de motocicletas en El Salvador está creciendo cada año, una parte de la población prefiere utilizar este medio de transporte por varias razones, algunas de ellas son: bajo costo de adquisición con respecto a un vehículo, los bajos costos de mantenimiento y la facilidad que ofrece para desplazarse de forma más rápida de un lugar a otro, debido a esto, se ha generado en los últimos años un crecimiento en la demanda de motocicletas que se ve reflejado en el crecimiento del parque vehicular a nivel nacional.

Los nuevos motociclistas demandan productos innovadores, de calidad y con certificación de seguridad a precios accesibles, por esta razón surge el proyecto de emprendimiento digital llamado Riders Motoshop, un negocio que busca satisfacer las necesidades de los y las motociclistas a nivel nacional, ofreciéndoles accesorios, piezas y artículos en general para ellos y sus motocicletas por medio de canales digitales como tienda online, Facebook, Instagram y WhatsApp, esto permite realizar ventas utilizando métodos de pago en digital y en efectivo, realizando entregas a nivel nacional.

En Riders Motoshop, además de ofrecer productos innovadores y con certificación, también se pretende conectar con la comunidad de motociclistas por medio de la creación de contenido digital que les facilite la toma de decisión, brindándoles una mejor experiencia de compra online.

INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos impulsan las transformaciones de la sociedad, tanto socialmente como económicamente, los negocios han entendido que deben conectarse con sus públicos objetivos, entenderles y satisfacerles sus necesidades a través de plataformas tecnológicas, buscando facilitarles la vida en una sociedad cada vez más acelerada.

En El Salvador, debido a la pandemia se establecieron restricciones de movilidad, esto generó cambios en los hábitos de consumo de los salvadoreños y tuvieron que adaptarse realizando las compras por medios digitales, vieron la facilidad que genera hacerlo desde la comodidad de su hogar y a un clic. Las empresas también se adaptaron ofreciendo sus bienes y servicios por medios digitales, impulsando un crecimiento del e-commerce en El Salvador.

Los motociclistas buscan ser más prácticos, ya no quieren perder tiempo buscando repuestos y accesorios en tiendas físicas, quieren comprarlos en línea y recibirlos hasta la puerta de su casa. Bajo esa premisa nace Riders Motoshop una empresa dedicada a la venta en línea de partes, repuestos y accesorios para motocicletas, dirigiendo sus esfuerzos en satisfacer las necesidades de los motociclistas a nivel nacional, ofreciéndoles una experiencia de compra online más satisfactoria. En el presente documento se desarrolla el plan de negocios digital de Riders Motoshop.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Riders Motoshop es un emprendimiento exclusivamente digital, que busca entregar una experiencia de compra más satisfactoria a los motociclistas, por medio de la tienda en línea se ofrecen accesorios y repuestos de calidad, con certificación de seguridad a precios accesibles, posee cobertura a nivel nacional y entregas entre 24 a 48 hrs. Este proyecto empresarial está integrado por Elena Rochac egresada de Administración de Empresas, Margoth Flores y Juan José Rodas ambos egresados de Mercadeo Internacional.

1.1. Nombre del Negocio

- Nombre del negocio: Riders Motoshop.
- Nombre del representante de la empresa: María Elena Rochac Vásquez.
- Giro del negocio: Venta de repuestos, piezas y accesorios de motocicletas.
- Ubicación: Emprendimiento digital, con oficina ubicada en Colonia Los Andes, 4ta Calle Ote. Casa #47, San Marcos, San Salvador.

1.2. Proceso de legalización

La legalización del negocio será inscrita como Persona Natural, debido a que no se necesita tener un gran capital para legalizar el negocio, además los costos de los trámites de legalización son menores.

A continuación, se mencionan los pasos que deben seguirse para operar de forma legal en el país como Persona Natural.

1.2.1. Base legal.

Para inscripción como Contribuyente de IVA Persona Natural, se basa en la Ley de IVA (Artículo 28); Código Tributario (Artículo 86).

1.2.2. Instituciones involucradas.

- Ministerio de Hacienda.
- Centro Nacional de Registros

1.2.3. Requisitos.

Ministerio de Hacienda

- Formulario F-210 llenado y firmado por el contribuyente que va inscribirse.
- DUI, NIT o carnet de residencia (si es extranjero) de la persona que se inscribirá como persona natural.
- Presentar en original y copia el recibo de agua, luz o teléfono que confirme la dirección de notificación.

Inscripción:

- Constancia de inicio de operaciones.

Actualmente, Riders Motoshop presentará la documentación detallada anteriormente en Ministerio de Hacienda para poder inscribirse como contribuyente para su inicio de operaciones legalmente.

Centro Nacional de Registros (CNR)

En el Centro Nacional de Registros se inscribirá el balance inicial como persona natural y transcurridos 30 días de haberse inscrito en Ministerio de Hacienda, inscribir la primera matrícula como comerciante individual.

1.3. Integrantes

Tabla 1

Integrantes de Riders Motoshop

Nombre Completo	Sexo		Fecha de nacimiento	Domicilio	Teléfono	E-mail	Especialidad
	F	M					
Margoth Yamileth Flores Campos	x		16/09/1996	Armenia, Sonsonate	7968-3690	fc16021@ues.edu.sv	Mercadeo Internacional
María Elena Rochac Vásquez	x		17/02/1994	San Marcos, San Salvador	7735-7591	rv12045@ues.edu.sv	Administración de Empresas
Juan José Rodas Escobar		x	05/09/1990	Ilobasco, Cabañas	7660-9735	re09020@ues.edu.sv	Mercadeo Internacional

Fuente: Autoría propia.

1.4. Información general de la Institución Educativa

- **Nombre de la Institución:** Universidad de El Salvador.
- **Especialidad:** Desarrollo de Modelo de Negocios Digitales.
- **Municipio:** San Salvador.
- **Departamento:** San Salvador.

2. MARCO ESTRATÉGICO

- **MISIÓN:**

Brindar a nuestros clientes la mejor experiencia de compra online de accesorios y repuestos para motocicletas, ofreciendo una variedad y calidad de productos a precios accesibles y una atención personalizada para la satisfacción de nuestros clientes.

- **VISIÓN:**

Ser una empresa que se posicione en el mercado nacional por ofrecer la mejor experiencia de compra online, generando una mayor relevancia para la vida de nuestros clientes permitiéndonos mantener relaciones más duraderas.

- **OBJETIVOS:**

- Alcanzar una participación de mercado a nivel nacional del 7.25% (27,358 motociclistas) para el primer año por medio de actividades de marketing que ayuden a la captación y fidelización de clientes.
- Obtener ingresos de \$24,000 por ventas realizadas a través de la tienda online, durante el primer año de operación.
- Establecer alianzas con socios estratégicos que permitan obtener un margen de ganancia de 60% o más por producto vendido, para alcanzar una mayor competitividad en los próximos 8 meses.

- **METAS:**

- Alcanzar 978 seguidores por mes en redes sociales durante un año.
- Lograr durante 12 meses ventas mensuales de \$2,000 por medio de la tienda online.
- Realizar negociaciones con socios estratégicos locales e internacionales, estableciendo convenios que permitan a la empresa la obtención de precios competitivos.

- **VALORES:**

- **Servicio al cliente:** Ofrecer la mejor atención al cliente, brindándole soluciones a sus necesidades.
- **Responsabilidad social:** Realizar actividades que informen y concienticen sobre la importancia de la seguridad vial, el correcto uso y mantenimiento de las motocicletas y el cuidado del medio ambiente.
- **Honestidad:** Ser transparentes con los clientes sobre nuestros productos, precios y promociones.

- **Responsabilidad:** Buscar productos innovadores que faciliten la vida de los clientes.
- **Seguridad:** Ofrecer productos que cuenten con certificación de seguridad para el bienestar de los clientes.
- **Pasión:** Tener un equipo apasionado por ofrecer en todo momento la mejor experiencia de compra en línea a los clientes.

- **PRINCIPIOS:**

- **Adaptación:** Realizar adecuaciones a los cambios que demande el mercado.
- **Eficiencia:** Optimizar los recursos disponibles para el logro de los objetivos.
- **Espíritu de servicio:** Servir con buena actitud en todo tiempo para solucionar las necesidades del cliente.

2.1 Descripción del negocio (demanda insatisfecha)

Riders Motoshop es un emprendimiento especializado en la venta de accesorios y repuestos innovadores y con certificación de seguridad para motocicletas a través de canales digitales; en el segundo trimestre de 2021 se da un incremento en la demanda de motocicletas del 7.25%, es decir 27,358 nuevas unidades fueron registradas en el parque vehicular de motocicletas a nivel nacional (VMT, 2021). Dicho aumento de la demanda en el mercado, representa una demanda insatisfecha que la actual oferta no está satisfaciendo y que este emprendimiento pretende satisfacer con productos más innovadores a precios accesibles, debido a que, los nuevos motociclistas son conscientes del peligro al que se enfrentan, por eso, demandan productos innovadores que cumplan con los estándares internacionales de seguridad para su mayor comodidad y protección.

1.5. Descripción de los productos o servicios

Riders Motoshop ofrecerá inicialmente 36 productos que están divididos en las siguientes 4 categorías:

- **Accesorios para motociclistas:** Son todos aquellos productos relacionados al cuidado, protección y seguridad del motociclista, como: cascos certificados, jacket, guantes, rodilleras, chimpinilleras, trajes impermeables. Estos productos brindan comodidad y protección al motociclista contra las inclemencias del clima y seguridad contra cualquier accidente de tránsito, por contar con certificación de seguridad.
- **Accesorios para motocicletas:** Son todos aquellos productos que sirven para modificar el aspecto de la motocicleta y diferenciarla del resto, para el cuidado y protección de la misma o para darle comodidad al motociclista mientras conduce, tales como: espejo retrovisor, luces LED, manillar universal, manetas, manecillas, funda protectora para moto, candados, mochilas, baúles para motos, loderas, estriberas, pechera universal, soporte para celular, escapes, forro de asiento, tapones de válvulas, cola de pato, soporte de matrícula.
- **Repuestos para motocicletas:** Son todos aquellos productos que reemplazan la pieza antigua, defectuosa o caducada, tales como: Pastillas de freno, filtro de aire, amortiguador, cadena, carburador, depósito de gasolina, kit de cilindro, bielas.
- **Aceites y lubricantes para motocicletas:** Son los productos que ayudan a lubricar el motor, reducir la fricción y proteger todo componente mecánico del motor, se adecua dependiendo de los años de vida de cada moto. Aceite 20W50 (mineral) y aceite 15W50 (semi-sintético).

1.6. Estrategias a implementar

- Estrategia de crecimiento: Penetración de mercados.

Esta estrategia de crecimiento consiste en ingresar al mercado por medio de precios de introducción o ampliando la presencia en varios puntos de ventas con el fin de ganar una mayor participación de mercado. Para la idea de negocio se considera combinar la penetración de mercado con estrategias digitales, por medio del desarrollo de canales de venta digitales como la tienda en línea que permitirá que cualquier persona pueda realizar sus compras en el sitio web desde cualquier parte del país, podrá seleccionar la forma de pago que más le convenga y recibirá sus compras en el lugar que desee; así como la apertura de redes sociales para crear comunidades online que ayuden a la creación de una relación más cercana con el mercado objetivo, por medio de la creación de contenido relevante en redes sociales se puede generar una mayor confianza y cercanía con el mercado insatisfecho.

1.7. Ventaja competitiva

- Ofrecer una mejor atención orientada a satisfacer al cliente por medio de los canales digitales.
- Personal con conocimientos en marketing, ventas y administración.
- Contar con productos innovadores elaborados con materiales durables y certificados a precios accesibles, que brindan seguridad al usuario.

1.8. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Tabla 2

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Venta en línea de productos de alta calidad e innovadores con certificación de seguridad.	Existencia de una alta demanda en el rubro de las motocicletas.	Bajo reconocimiento de la marca.	Aumento de la competencia.
Tener proveedores directos que dejan margen de ganancia.	Acceso de la población a medios digitales.	Poca variedad de productos.	Aumento de la delincuencia.
Personal especializado en el área de mercadeo.	Capacitaciones al personal para brindar una mejor asesoría a los clientes.	Poca experiencia en el rubro de los repuestos y accesorios para motos.	Otra cuarentena estricta.
Ahorro de no tener una tienda física.	Crecimiento del parque vehicular de motocicletas.	Poca capacidad instalada para realizar envíos por medios propios.	
Contar con un desarrollador web.			

Fuente: Autoría propia.

3. PLAN ORGANIZACIONAL

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

Tabla 3

Características Emprendedoras Personales del equipo

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	Margoth Yamileth Flores Campos	x			x	x	x		x		x
2	María Elena Rochac Vásquez	x	x					x	x		
3	Juan José Rodas Escobar	x	x	x	x				x	x	

Fuente: Autoría propia.

3.2. Estructura organizativa de la empresa

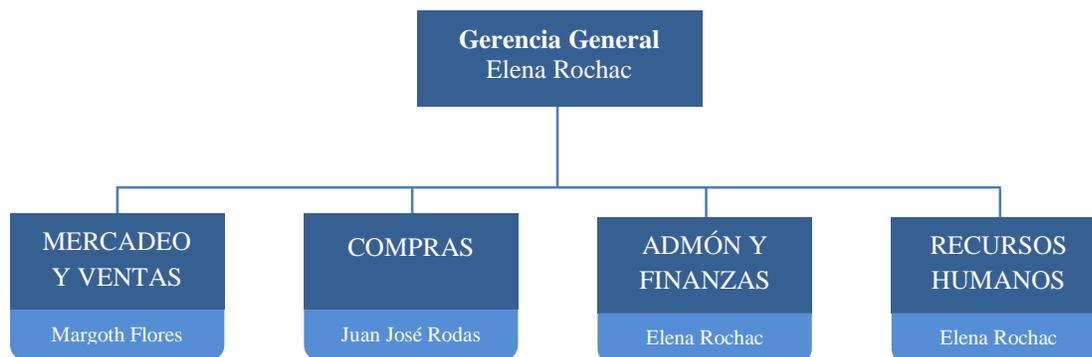


Figura 1. Estructura organizativa de Riders Motoshop.

Fuente: Autoría propia.

3.3. Organización de gestión

Tabla 4

Organización de gestión

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidad de personas	¿Quién lo hará?
Mercadeo y Ventas	Elaboración del plan de mercadeo y de ventas.	Liderazgo, organizado, planificador, comunicación, trabajar en equipo, capacidad de negociación, analítico y estratégico, creatividad e innovación y manejo de redes sociales.	1	Margoth Flores
Compras	Identificación y selección de proveedores, establecer y mantener relaciones con proveedores, negociación con proveedores, planificación de las compras y análisis de tendencias del mercado.	Liderazgo, trabajo en equipo, organizado, capacidad negociación, comunicación, persuasivo, analítico, habilidades interpersonales.	1	Juan José Rodas

Administración y finanzas	Elaboración del plan estratégico, plan financiero, plan de contingencia, plan organizacional y plan de trabajo.	Liderazgo, trabajo en equipo, organizado, comunicación, planificación y gestión del tiempo, numérica.	analítico, estratega, habilidad	1	Helena Rochac
Recursos Humanos	Elaboración manual de puesto, búsqueda, selección y contratación de personal, capacitación de personal, elaboración y pago de planilla, gestión de contratos y despidos, plan de seguimiento y evaluación de desempeño.	Liderazgo, trabajo en equipo, gestión del talento, resolución de conflictos, capacidad de análisis y organización, escucha activa y capacidad de aprendizaje.	comunicación, talento, conflictos, análisis y escucha	1	Helena Rochac

Fuente: Autoría propia.

3.4. Proceso de mercadeo y ventas

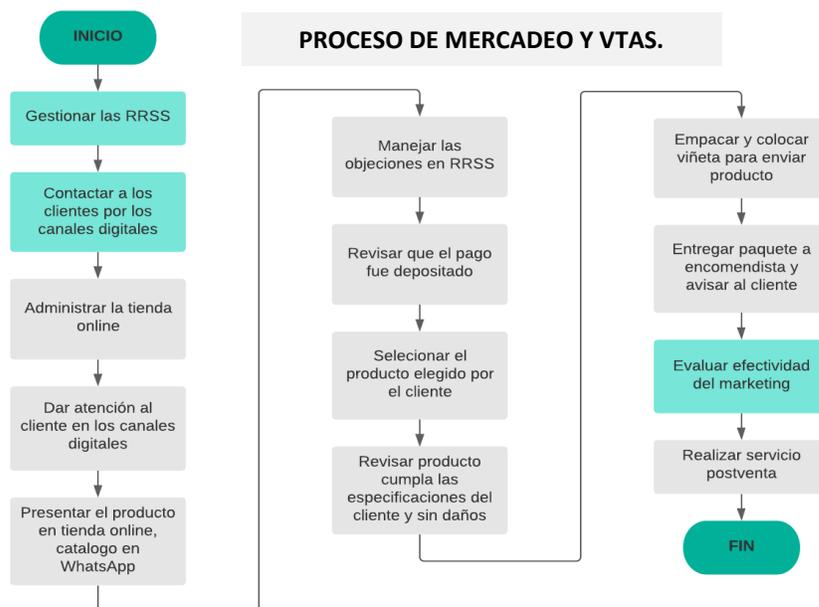


Figura 2. Proceso de Mercadeo y Ventas

Fuente: Autoría propia.

Mercadeo en plataformas digitales: Tienda en línea (sitio web), Instagram, Facebook y Whatsapp Business.

Gestionar las redes sociales: Se elaboran las artes gráficas, videos y copys creativos para los post, se comparte información de los productos y se desarrolla las campañas para redes sociales. Por medio de Facebook, Instagram, WhatsApp Business y tienda en línea, cada vendedor se contacta con los clientes de forma amigable tratando de generarle una mayor confianza, así las personas estarán más dispuestas a comprar y mantendrán una relación más cercana con la marca.

Administración la tienda online: En la tienda en línea (sitio web) se agregará y actualizará el catálogo de productos con sus precios, existencias, descripción y con imágenes atractivas del producto, las personas podrán ver las reseñas del producto y realizar sus compras utilizando cualquiera de las siguientes formas de pago contra-entrega (efectivo), transferencia bancaria y

pasarela de pago (pagos con tarjeta de crédito y débito), también se agregará un catálogo de productos en WhatsApp para que estará enlazado con el sitio web para facilitarle la compra al cliente. La atención al cliente será personalizada a través de los canales digitales de la empresa, buscando la satisfacción del cliente. Las objeciones se manejarán en redes sociales, se ayudará al cliente a resolver su duda o inquietud hablándole sobre los beneficios del producto, mostrando imágenes y videos reales del mismo, las formas de pago, para un mejor control se llevará un registro de las objeciones.

Cierre de compra: Cuando el cliente finaliza la compra en la tienda en línea, el vendedor debe asegurarse que el pago fue realizado y dependerá de la forma de pago utilizada por el cliente. Una vez confirmado el pago se selecciona el producto según las especificaciones del cliente. Después se revisa que el producto sea el que eligió el cliente y que no este dañado. Luego se pasa a empacar el producto y a colocar la viñeta (guía de viaje) que contiene información básica del cliente y lugar de entrega, una vez listo se llama al encomendista y se le entrega el paquete, se notifica al cliente que su compra ha sido despachada y se le envía un código de rastreo. Después se evalúa la efectividad del marketing por medio de métricas y se finaliza el proceso realizando servicio postventa contactando al cliente por correo electrónico y WhatsApp.

Métodos de pago: En el sitio web, las personas pueden realizar los pagos por medio de transferencias bancarias, pagos en pasarela de pagos (tarjetas de crédito y débito) y contra entrega (efectivo).

3.5. Proceso administrativo y financiero



Figura 3. Proceso administrativo y financiero.

Fuente: Autoría propia.

Verificar que los pagos estén en las cuentas: Se revisa que las transacciones diarias provenientes de las ventas estén en la cuenta bancaria respectiva.

Archivar la documentación necesaria: Mantener en un lugar seguro los documentos importantes del negocio, como las facturas de los proveedores y de los servicios de forma ordenada para un mejor control. Verificar que las facturas estén en orden y con la información correcta, se revisa que estén ordenados por fecha para un mejor control y clasificados.

Llamar a los clientes en caso de algún inconveniente con el pago o producto: Si el pago realizado por el cliente no se ve reflejado, se le notificará que su producto por el momento no es enviado hasta que se complete la transacción, si usa el servicio pago contra-entrega se le contactará para que confirme su compra y el lugar de entrega.

Llevar una base de datos de los clientes: Se tendrá un registro de los clientes y se guardará esa información en la nube.

3.6. Proceso de compras

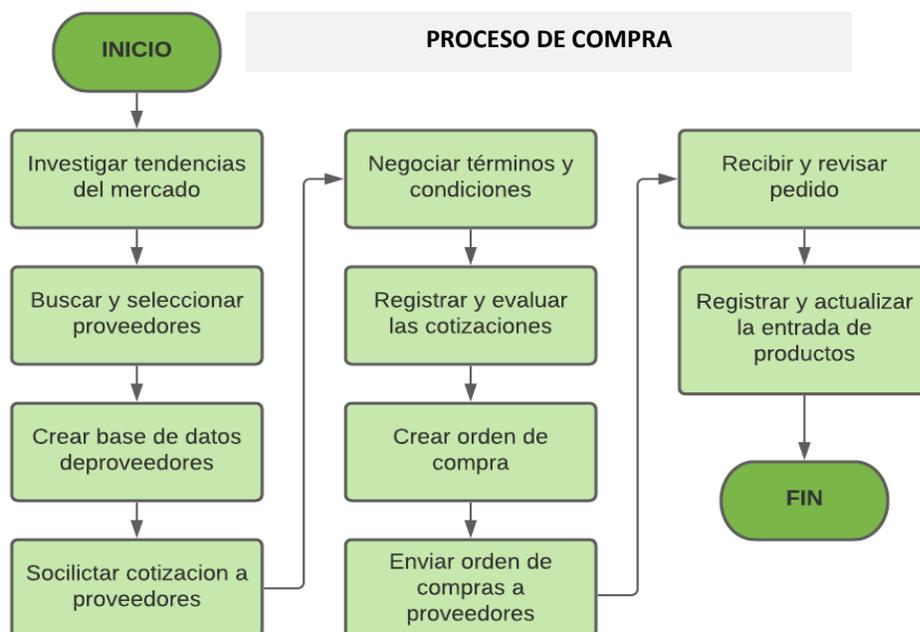


Figura 4. Proceso de compra.

Fuente: Autoría propia.

El proceso de compras inicia con investigar que productos están en tendencia en el mercado, una vez identificados los productos populares se buscan los proveedores y se agregan a una base de datos, después se cotiza el producto y se negocia con el proveedor los términos y condiciones, si se llega a algún acuerdo se realiza la orden de compra; al recibir el producto se revisa y registra en la computadora la entrada del producto, luego se procede a ordenar alfabéticamente los productos en estantes para llevar un mayor orden y control de las compras.

3.7. Procesos de recursos humanos

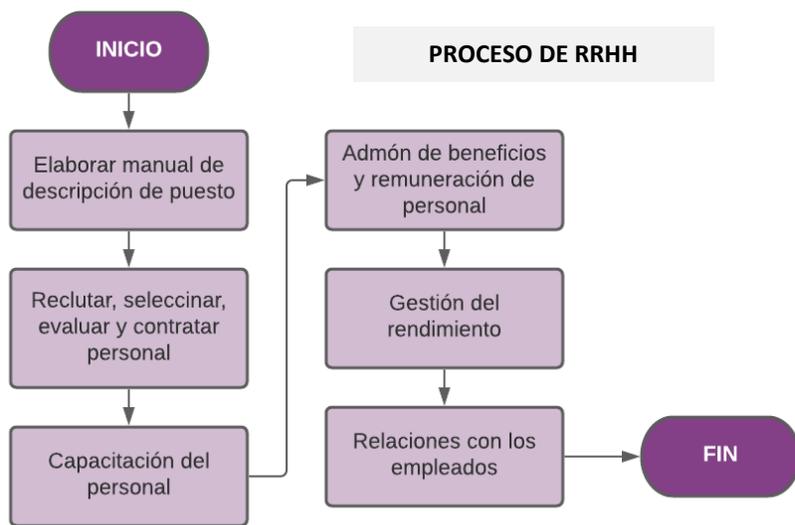


Figura 5. Proceso de Recursos Humanos.

Fuente: Autoría propia.

Elaborar el manual de descripción de puesto, se establecen las funciones que deben desempeñarse en cada puesto de trabajo, así como el perfil profesional requerido para el puesto.

Reclutar, seleccionar, evaluar y contratar personal, se encarga de encontrar a los colaboradores con el perfil más idóneo y luego integrarlos al equipo de trabajo. Una vez contratados se procede a capacitar a los colaboradores para que ofrezcan una experiencia más satisfactoria a los clientes y sepan cuáles serán sus funciones. Además, se encarga de la administración de beneficios y remuneración de personal, estableciendo el salario y sueldos, incentivos y beneficios a los colaboradores. También se encarga de la gestión del rendimiento, evaluando el desempeño de los colaboradores y de los procesos de cada departamento, busca que los objetivos de la organización puedan cumplirse con eficacia. El proceso finaliza con generar relaciones con los empleados, busca generar un ambiente de trabajo más agradable entre los colaboradores y la empresa, para mantener una mayor retención de empleados.

3.8. Identificación y características de proveedores

Tabla 5

Identificación y Características de Proveedores

Nombre proveedor	Producto/Servicio que provee	Teléfono	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
Power Auto Parts	Accesorios para motociclistas. Aceites, repuestos y accesorios para motocicleta.	22816689	Calle Rubén Darío entre 21 y 23 Av. Sur, Local 1236, San Salvador. (Por Banco Davivienda)	Contado y crédito para compras desde 3,000 productos	Entrega gratis en 24 horas. Para pedidos muy grandes, se debe realizar el pedido 8 días antes.
Mundo 360	Accesorios para motocicleta.	71586338	4a Calle Poniente, San Salvador.	Contado	Entregas el mismo día en bodega.
El Campeón	Accesorios para motocicleta.	76095215	Centro Comercial Galería Central 4a Calle Poniente, San Salvador.	Contado	Entregas el mismo día en bodega.
Tecno Accesorios	Accesorios para motociclistas. Repuestos y accesorios para motocicleta.	25650088	Sobre 29 calle poniente, local 1321, San Salvador, a media cuadra del Hospital Bloom.	Contado	Entregas el mismo día.
C807 Xpress	Envíos de paquetes y cobro contra entrega a nivel nacional.	72782133	4ta calle poniente, Centro Comercial Las Terrazas, segundo nivel local 21, San Salvador.	Al contado, por pre-compra desde 5 envíos, se paga \$4.52 por c/envío. Servicio cobro contra entrega, tiene comisión mínima de \$1.00 para cobros <=\$25, para cobros > \$25 la comisión es del 4%	Servicio de envíos con recolección del paquete, se entrega entre 24 y 48 hrs al destinatario. Cuenta con 2 intentos de entrega c/envío. Servicio cobro contra entrega, el dinero se deposita 2 días después en cta. bancaria del Cuscatlán, BAC o Agrícola

Fuente: Autoría propia.

3.9. Distribución en planta

La oficina está ubicada en San Marcos, lugar de residencia del representante del negocio. La distribución es conforme al espacio disponible dentro del hogar, y se establece de la siguiente forma.



Figura 6. Distribución en planta

Fuente: Autoría propia.

La distribución de la oficina tendrá cuatro áreas o zonas y un baño, se tendrá una zona de trabajo donde estarán las 3 computadoras con su respectivo escritorio y silla, por la entrada estará la encargada de marketing y ventas, en medio la encargada de admón. y RRHH, y en la esquina el encargado de compras; en la zona de almacenamiento se colocaran los productos ordenados por categorías de productos en estantes metálicos que ayudara a llevar un mejor control de los productos y facilitara que en la zona de empaque se tenga rápido acceso a los productos que después serán colocados sobre la mesa para ser preparados para su envío, por último la zona de descanso donde podrán comer, descansar o relajarse por un rato.

3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 6

Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Inversión (US\$)
Computadoras	3	\$ 1,377.00
Sillas	3	\$ 95.70
Escritorio	3	\$ 147.00
Impresora con escáner	3	\$ 597.00
Estante metálico	3	\$ 255.00
Total		\$ 2,471.70

Fuente: Autoría propia.

4. PLAN DE MERCADEO

4.1. Resultados de la investigación de mercado

Se presentan los datos más relevantes de la investigación obtenidos de fuentes secundarias.

- Parque vehicular de motocicletas en El Salvador

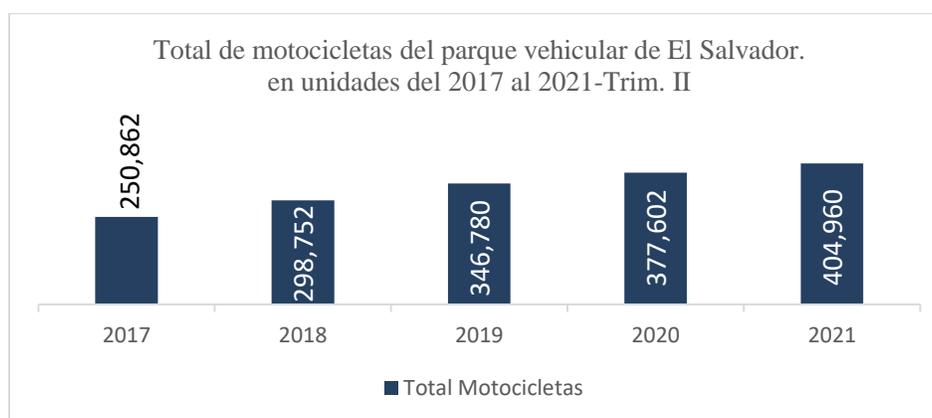


Figura 7. Total de motocicletas del parque vehicular de El Salvador.

Fuente: Autoría propia con información de VMT (2021). Padrón Vehicular.

- Importaciones del sector comercio, reparación de vehículos y motocicletas

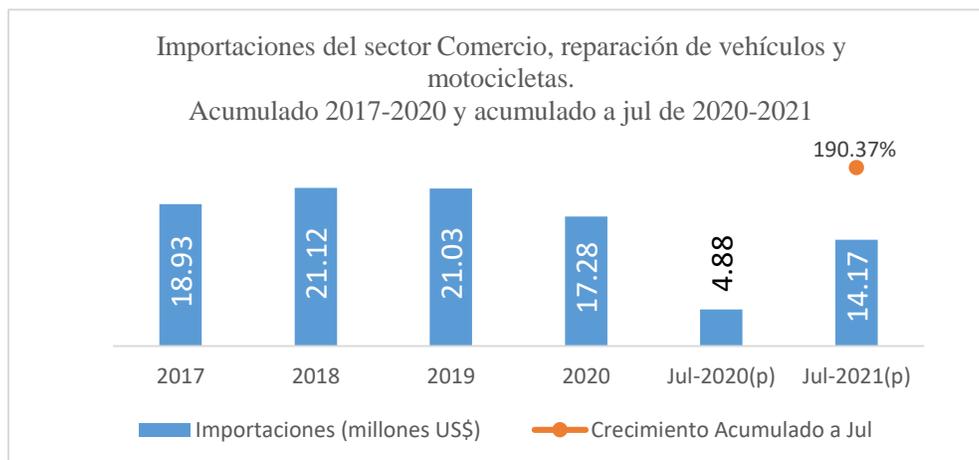


Figura 8. Importaciones del sector comercio, reparación de vehículos y motocicletas

Fuente: Autoría propia con información de BCR (2021). Balanza Comercial de Bienes según CIU Rev. 4.

- Crecimiento económico del sector

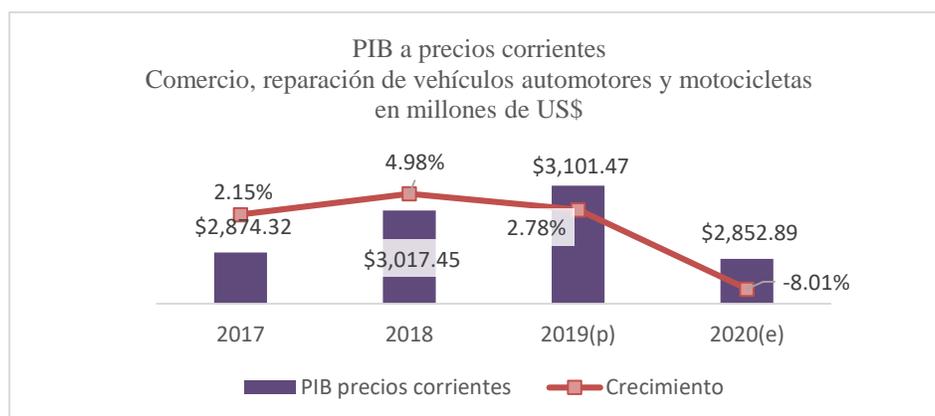


Figura 9. Crecimiento económico del sector comercio, reparación de vehículos y motocicletas para el periodo 2017-2020.

Fuente: Autoría propia con información de BCR (2021). Producto Interno Bruto: Producción, Gasto e Ingreso.

- Importaciones de cascos, accesorios y repuestos para motocicletas

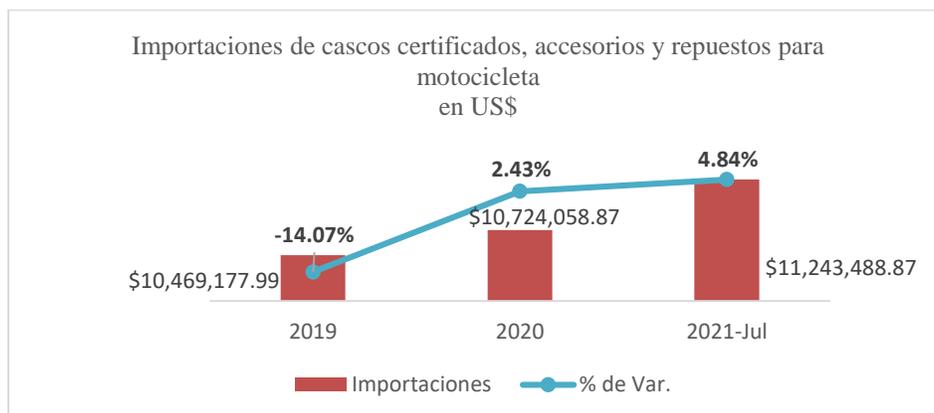


Figura 10. Importaciones de cascos, accesorios y repuestos para motocicleta.

Fuente: Autoría propia con información de BCR (2021). Comercio Exterior.

Nota. Los datos de los cascos corresponden a los códigos arancelarios 6506101000 y 6506109000, los datos de accesorios y repuestos para motocicleta corresponden a los códigos arancelarios 8714101000, 8714109000, 8714911000, 8714919000, 8714921000, 8714922000, 8714930000, 8714940000, 8714950000, 8714960000, 8714991000, 8714992000 y 8714999000

- Plataformas digitales más utilizadas en El Salvador durante la pandemia

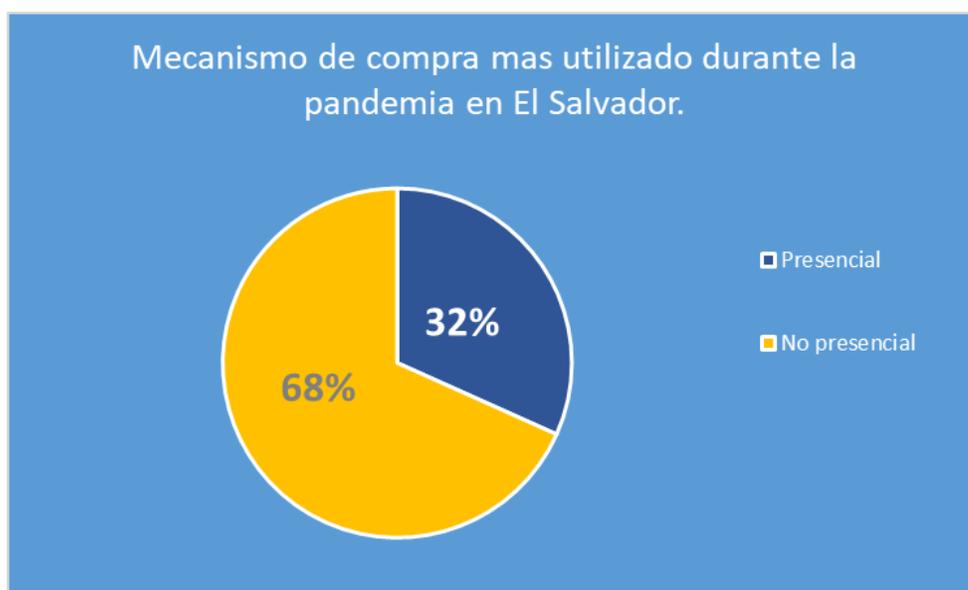
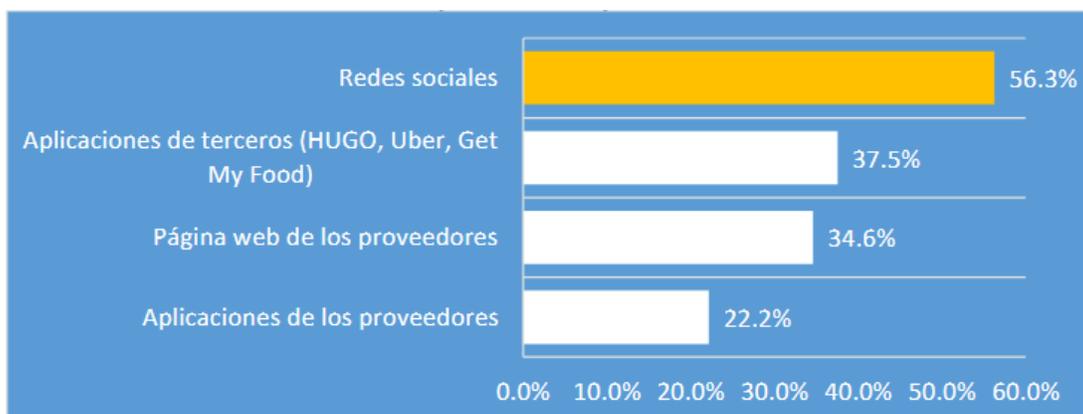


Figura 11. Mecanismos de compra más utilizados durante la pandemia en El Salvador.

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2020.



*Los consumidores podían seleccionar hasta un máximo de tres opciones y por ello los porcentajes suman más de 100%.

Figura 12. Plataformas de e-commerce más utilizadas para realizar compras durante la pandemia en El Salvador.

Fuente: Defensoría del Consumidor, 2020.

- Situación digital en El Salvador 2021

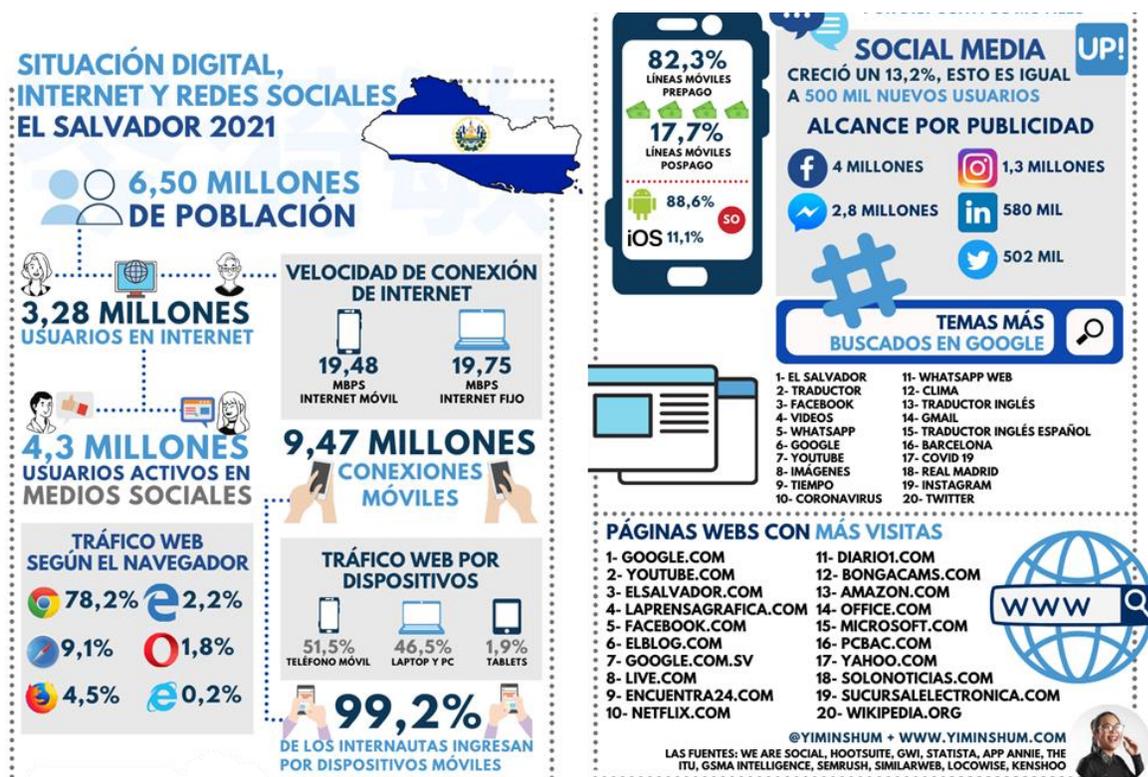


Figura 13. Situación digital en El Salvador 2021.

Fuente: Yiminshum, 2021.

4.2. Análisis de situación

Con la información obtenida, podemos entender como es el mercado de motocicletas en El Salvador. El tamaño de este mercado al segundo trimestre de 2021 es de 404,960 motocicletas registradas en el parque vehicular a nivel nacional, es decir un crecimiento del 7.25% respecto al año 2020 (véase figura 7), el incremento en la demanda de motocicletas se debe al interés del consumidor salvadoreño por este tipo de vehículos debido a su bajo costo de adquisición y mantenimiento; mostrando en los últimos 5 años un crecimiento de la demanda de motocicletas entre el 16% y 20% anual, lo que indica que este es un sector muy atractivo para el negocio Riders Motoshop.

Tal como se observa en la figura 8, ese incremento en la demanda local generó que las importaciones del sector “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos y motocicletas” presenten a julio de 2021 un monto acumulado de \$14.17 millones, es decir, un crecimiento del 190.37% respecto al mismo periodo de 2020, el crecimiento de las importaciones nos indica que el sector está comprando al exterior para abastecer la demanda actual que también está creciendo. También las importaciones de cascos certificados, accesorios y repuestos para motocicleta en el periodo de enero-julio 2021 fue de \$11,243,488.87 un crecimiento del 4.84% respecto a todo el año 2020 que creció 2.43% (véase figura 10), tal crecimiento es congruente, debido que, al crecer la demanda de motocicletas, este a la vez impulsa el crecimiento en la demanda de accesorios y repuestos para motocicletas.

El crecimiento económico del sector “Comercio y reparación de vehículos y motocicletas” presento una tendencia creciente entre los años 2017-2019, siendo 2019 el año en el que más creció

con \$3,101.47 millones, pero en el 2020 decreció a \$2,852.89 millones debido a la pandemia (véase figura 9).

En El Salvador con 6.5 millones de personas, tiene 3.28 millones de usuarios de internet (50.5%), hay 9.47 millones de celulares y el 99% ingresa a internet por este medio; el alcance de la publicidad en redes sociales como Facebook es 4 millones, Messenger 2.8 millones e Instagram 1.3 millones (véase figura 13). Los hábitos de consumo de los salvadoreños cambiaron debido a la pandemia, el 68% realizó sus compras utilizando mecanismos no presenciales (virtuales, telefónicos o electrónicos) y un 32% lo hizo de forma presencial (véase figura 11), entre las plataformas de e-commerce más utilizadas para realizar compras están las redes sociales con 56.3%, aplicaciones de terceros (HUGO, Uber, Get My Food) 37.5% y página web del proveedor 34.6% (véase figura 12). Es importante el uso de las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp para el crecimiento del negocio y aún más la integración de la tienda en línea (sitio web), esto les facilita a las personas para que realicen sus compras desde la comodidad de su hogar o cualquier otro lugar y a la vez permite acercar al negocio con sus clientes, por lo que Riders Motoshop tiene integrada la tienda en línea (sitio web) con Facebook, Instagram y WhatsApp.

- **Análisis de la competencia**

En el rubro de comercio de accesorios y repuestos para motocicletas, la mayoría de empresas trabajan de manera presencial, tienen una o dos redes sociales y unas pocas poseen tienda en línea, por lo que Riders Motoshop mantiene una ventaja al ofrecer productos innovadores que se entregan en bolsas recicladas que ayudan al cuidado del medio ambiente.

Tabla 7*Análisis de la Competencia*

Competencia	Descripción general
1. Speed Motoshop	Speed Motoshop pertenece a Juro S.A. de C.V. e inicio operaciones en San Salvador en 2013 y se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores y motocicletas. Actualmente posee un total de 8 tiendas a nivel nacional, una tienda en línea con envío a todo el país entre 24 y 48 horas, tiene presencia en Facebook con más de 123 mil seguidores e Instagram con más de 15 mil seguidores.
2. Moto Action	Moto Action pertenece a Intrade S.A. de C.V e inicio operaciones en 2011, se dedica a la venta de motos usadas de gama alta, venta de trajes, equipo, partes y accesorios para Moto Deportiva, Off Road, Dual sport, Touring y Racing, este negocio va dirigido a un mercado más especializado de alta gama. Actualmente posee una tienda en Antiguo Cuscatlán y está construyendo su tienda en línea, desde 2011 tiene presencia en Facebook con más de 45 mil seguidores.
3. Tecno Accesorios	Tecno Accesorios S.A. de C.V. conocida comercialmente como Tecno Accesorios es una empresa que inicio en San Miguel, se dedica a la venta al mayoreo y detalle de partes y accesorios para vehículos y motocicletas, además ofrece servicios de instalación, limpieza, reparación y mantenimiento de vehículos y motocicletas. Posee 3

tiendas en San Miguel, 2 en Usulután y 1 en San Salvador, además tiene una tienda en línea con envíos dentro de las 48 horas siguientes a la recepción del pago. Desde 2017 tiene presencia en Facebook con 38.9 mil seguidores.

Fuente: Autoría propia.

- **Productos o servicios a ofrecer**

En Riders Motoshop por el momento se ofrecen 36 productos los cuales se han clasificado en cuatro categorías de productos, en cada categoría se han colocado los productos que tienen similares formas de uso o aplicación.

Tabla 8

Descripción de productos y servicios a ofrecer

Producto	Uso o aplicación	Precio de venta estimado
Accesorios para motociclistas:	Son para el cuidado, protección y seguridad del motociclista, como: cascos certificados, jacket, guantes, rodilleras, chimpinillas, trajes impermeables. Estos productos cuentan con certificación de seguridad.	\$7-\$55
Accesorios para motocicleta:	Sirven para modificar el aspecto externo de la motocicleta, para el cuidado y protección de la misma o para dar comodidad al motociclista mientras conduce, como: espejo retrovisor, timón universal, manetas, manecillas, funda protectora para moto, candados, mochilas, baúles para motos, loderas, estriberas, pechera	\$5-\$48

	universal, soporte para celular, escapes, forro de asiento, tapones de válvulas, cola de pato y soporte de matrícula.	
Repuestos para motocicletas:	Utilizadas para reemplazar la pieza vieja, dañada o que ya cumplió su vida útil, tales como: Pastilla para frenos, filtro de aire, amortiguador, cadena, carburador, depósito de gasolina, kit de cilindro, pito y bielas.	\$5-\$58
Aceites y lubricantes para motocicletas:	Utilizadas para lubricar las piezas internas del motor, como: Aceite 20W50 y aceite 15W50.	\$12

Fuente: Autoría propia.

- **Mercado objetivo**

Consumidor Final.

Consumidor final: La tienda en línea de Riders MotoShop, tiene la capacidad de atender clientes y ofrecerles productos innovadores y de calidad con certificación de seguridad, por lo que, se pretende llegar al mercado objetivo, el cual está dirigido a hombres y mujeres entre los 25 a 35 años de edad, que buscan protección para ellos y sus compañeros de viaje.

Tabla 9

Segmentación del mercado objetivo

Segmentación	Descripción
Geográfica	Personas que viven en El Salvador, de la zona urbana y rural.
Demográfica	Hombres y mujeres entre las edades de 25-35 años, residen en El Salvador en la zona urbana y rural, trabajan y estudian o solo trabajan con ingresos superiores a \$365.00 dólares, pertenecen al estrato medio alto.

Psicográfica	Sociables, decididos, no tienen miedo de probar cosas nuevas, disfrutan pasar tiempo con sus amigos, participan en actividades de motociclistas para conocer otras personas y compartir experiencias con otros amantes de las motocicletas.
Conductual	Su ocasión de uso es diario debido a que lo utilizan como su medio de transporte lo cual les permite un ahorro de tiempo en horas de mayor tráfico y ellos buscan productos que tengan certificación de seguridad, elaborados con materiales duraderos y resistentes debido a que les genera una mayor seguridad en cada viaje.

Hombres y mujeres entre las edades de 25-35 años que residen en El Salvador en la zona urbana y rural, trabajan y estudian o solo trabajan con ingresos superiores a \$365.00 dólares, pertenecen al estrato medio alto, son extrovertidas, sociables, decididos, no tienen miedo de probar cosas nuevas, disfrutan pasar tiempo con sus amigos, participan en actividades de motociclistas para conocer otras personas y compartir experiencias con otros amantes de las motocicletas, su ocasión de uso es diario debido a que lo utilizan como su medio de transporte lo cual les permite un ahorro de tiempo en horas de mayor tráfico y ellos buscan productos que tengan certificación de seguridad, elaborados con materiales duraderos y resistentes debido a que les genera una mayor seguridad en cada viaje.

● Perfil del consumidor o cliente



Nombre DAVID

Edad 25-35

Sexo Hombre

Trabajo Bartender

Ubicación San salvador / El Salvador

Nivel de ingresos \$650

DESCRIPCIÓN: Es extrovertido le apasionan las motocicletas y los viajes en ella los fines de semana, esta soltero no tiene hijos y le gusta conocer mujeres cada semana

INTERESES

- Le gusta conocer personas todos los días
- Le gusta divertirse y pasar buenos ratos con sus amigos
- Le gusta sentir adrenalina en cada viaje
- Le gusta innovar
- Alcohol
- Las motocicletas

HÁBITOS

- Trata de innovar y capacitarse en conocer destilados , licores ,elaboración y mezcla de estas y servir las mejores bebidas a los clientes
- Todos los fines de semana sale a pasear en su moto.
- Bebe mucho en su trabajo
- Busca nuevas tendencias para su moto en videos de YouTube
- Busca reseñas en Facebook sobre motos ,lugares turísticos, trafico
- Es Fan de la comunidad de locos apasionados por las motos 503

CARACTERÍSTICAS

- Extrovertido
- Aventurero
- Responsable
- Fiestero

REDES SOCIALES

Este usuario utiliza estas redes sociales:

1. YouTube (42%)
2. Facebook (32%)
3. Instagram (11%)
4. Tinder (3%)
5. Twitter(12%)

En menor medida: **LinkedIn**

DÍA A DÍA

Se levanta tarde los días de semana porque trabaja en horas nocturnas

Al despertar revisa su celular

Trabaja de noche de lunes a viernes

Busca constantemente nuevas tendencias para transformar su moto

Piensa en los destinos que visitar con sus amigos los fines de semana



Nombre Jimena

Edad 25-35

Sexo Mujer

Trabajo Agente de créditos y cobros

Ubicación Santa Ana El Salvador

Nivel de ingresos \$550.00

DESCRIPCIÓN:

Alegre ,Jovial amante de las motocicletas le gusta conocer nuevos destinos turísticos con sus amigos no tiene hijos y esta estudiando administración de empresas en la universidad ,ama tomar fotos de sus viajes y compartirlas en sus redes sociales.

HOBBIES

- Visitar museos
- Lectura de libros relacionados con educación financiera
- Natacion
- Cocinar comida Asiática
- Jugar videojuegos
- Visitar playas
- Le gusta visitar el cine 3 veces al mes
- Andar en su motocicleta conociendo pueblos mágicos

PREFERENCIAS

- Lee muchos libros de educación financiera
- Acude a eventos y formaciones online de expertos en el área de créditos y cobros
- Todos los días busca capacitarse y aprender algo nuevo
- Los fines de semana sale en su motocicleta con su novio a conocer nuevos lugares
- Busca videos en Facebook sobre nuevos accesorios para motocicleta

FRUSTRACIONES

- No llegar a la meta con la proyección de recuperación de clientes morosos
- No poder continuar con sus estudios
- Que su motocicleta se le arruine
- Sentirse estancada

REDES SOCIALES

Este usuario utiliza estas redes sociales:

1. YouTube (11%)
2. Facebook (32%)
3. Instagram (42%)
4. LinkedIn (3%)
5. Twitter (12%)

En menor medida: tiktok y telegrama

DÍA A DÍA

- Hace llamadas a clientes para recortar la cartera de clientes morosos
- Visita clientes para proponerles planes de pagos
- Busca nuevas estrategias
- Busca cupones de viajes con sus amigos
- Bebe mucho café
- Estudia por las tardes

Figura 14. Buyer persona o personificación del cliente ideal para Riders Motoshop.

Fuente: Autoría propia

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

Tabla 10

Fortalezas y Oportunidades de los Productos y Servicios

Fortaleza	Oportunidades
Productos tienen garantía.	Existencia de una alta demanda en el rubro de las motocicletas.
Productos con certificación de seguridad y elaborados con materiales de calidad.	Establecer alianzas estratégicas con proveedores que dejen buen margen de ganancia.
Reducir el costo de oportunidad de las personas de andar dando vueltas en buscar los repuestos y accesorios.	Contar con envió para los 14 departamentos del país.

Fuente: Autoría propia.

- **Objetivos y metas de mercadeo**

Objetivos de mercadeo

1. Aumentar la penetración de mercado en un 25% por medio de la realización de campañas de publicidad intensivas en redes sociales para motivar la visita a la tienda online, se atraerá con promociones de venta, rifas, dinámicas en los próximos 12 meses.
2. Incrementar a 1000 el número de seguidores en enero del 2022, mediante una campaña en Instagram y Facebook con el fin de fortalecer el posicionamiento de marca.
3. Aumentar un 30% las ventas de la línea de accesorios para motociclista en los próximos 12 meses, ofreciendo nuevos productos a los clientes.

Metas de mercadeo

1. Incrementar cada mes un 2.08% la penetración de mercado por medio de publicidad intensiva pagada en redes sociales.
2. Lograr al menos 35 seguidores diarios en redes sociales en enero del 2022.
3. Lograr incrementar cada mes un 2.5% las ventas de la línea de accesorios para motociclista durante un año.
4. Lograr durante 3 meses un ingreso a la tienda online de al menos 1,500 nuevos visitantes por mes.

- **Mix de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza)**

Tabla 11

Mix de Marketing de Riders Motoshop

Producto	Precio
<p>El catálogo de productos lo conforman 36 productos, se dividen en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accesorios para motociclistas: Brindan cuidado, protección y seguridad al motociclista. • Accesorios para motocicletas: Dar un aspecto diferente a la motocicleta, brindan cuidado y protección a la misma o para darle comodidad al motociclista mientras conduce. • Repuestos para motocicletas: Sirven para reemplazar la pieza antigua, desgastada o dañada. 	<p>Basados en la competencia: El precio se estableció en base a un análisis que se hizo de los precios de los principales competidores que existen en el territorio nacional, por tanto, se utilizará la estrategia de precios basados en la competencia porque se quiere manejar precios de mercado y además obtener una ganancia considerable por producto para poder competir.</p>

- Aceites y lubricantes para motocicletas:

relacionado al sistema de lubricación de la moto.

Empaque biodegradable para contribuir al cuidado del medio ambiente, además que sea práctico y que proteja los productos.

Productos de calidad, certificados y con garantía.

Plaza (distribución)	Promoción
<p>Canales digitales: Presentación y venta de productos en redes sociales (Facebook, Instagram y Whatsapp) y tienda en línea (sitio web) con diferentes formas de pago (pasarela de pago, pago con tarjeta de crédito/debito, transferencia bancaria y pago contra-entrega) y las entregas a los clientes serán por medio de la empresa C807 Xpress.</p>	<p>Marketing directo: Se utilizará Email marketing, se pretende obtener una base de datos y conectar con el público enviándole a sus correos ofertas especiales, descuentos, catálogo de nuevo productos y descuentos en su día de cumpleaños.</p> <p>Promociones de ventas: Dar envío gratis por compras desde \$25.00, realizar concursos, rifas y juegos online donde los clientes tendrán la oportunidad de ganar regalos promocionales.</p> <p>Publicidad: Se invertirá mínimo \$30 mensuales en publicidad en Facebook e Instagram.</p>

- **Imagen Corporativa**

Logo de la empresa:



Figura 15. Logo de la empresa Riders Motoshop.

Fuente: Autoría propia.

Slogan: “*Seguridad en cada viaje*”

- **Estrategia de Marketing**

- ❖ Penetración de mercado: Se busca entrar en el mercado y atraer a nuevos consumidores por medio de campañas publicitarias en redes sociales, hacer promociones de ventas y utilizar precios de introducción por tiempo limitado para que visiten la tienda online.
- ❖ E-mail Marketing: Se busca enviar por correo electrónico propuestas comerciales a una base de clientes, además de información sobre nuevos productos, promociones especiales y cupones de descuento por cumpleaños.
- ❖ Social Media Marketing: Abrir perfiles en redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp para tener un mayor acercamiento e interacción entre el segmento y la marca Riders Motoshop, generando engagement y fidelización hacia la marca.
- ❖ Marketing de Contenido: Crear contenido relevante y valioso para el público objetivo y publicarlo en redes sociales para generar confianza y una buena percepción hacia la marca.

- **Tácticas de mercadeo**

Penetración de mercado.

1. Realizar campañas de publicidad intensivas en redes sociales.
2. Motivar la visita a la tienda online se atraerá con promociones de venta, rifas, dinámicas y precios de introducción por tiempo limitado.
3. Utilizar Facebook Suit para crear los perfiles de usuarios según el segmento de mercado seleccionado y se pagara \$1 al día por publicación.

E-mail marketing.

1. Crear una base de datos de clientes (la información de los clientes se obtendrá por medio de una ventana emergente que aparecerá al entrar en la tienda online), esta ventana emergente tendrá un mensaje con el llamado a suscribirse.
2. Incentivar y atraer al cliente a llenar un breve formulario con sus datos personales (como nombre, e-mail y celular).
3. Otorgar a cambio de llenar el formulario un cupón de descuento en su próxima compra.
4. Utilizar la herramienta MailChimp para enviar e-mails con información de nuevos productos, promociones de ventas, ofertas especiales por su cumpleaños, descuentos exclusivos por temporada, etc.

Social Media Marketing en Facebook, Instagram y WhatsApp.

1. Crear una comunidad online.
2. Realizar webinar para hablar sobre tendencias y novedades en el mundo del motociclismo.
3. Informar sobre tips de seguridad y consejos sobre cómo utilizar los productos de una mejor manera, se busca crear una relación duradera con el segmento y desarrollar una comunidad fiel en redes sociales.

4. Realizar publicaciones de interés y atractivas que genere engagement, tráfico web y entretenimiento.
5. Utilizar Marketplace para generar ventas utilizando palabras claves y colocando fotografías llamativas de los productos para captar la atención de los clientes.
6. Crear un perfil de empresa en WhatsApp Business y hacer un catálogo de productos para que las personas puedan realizar sus compras por este medio y sean redirigidos a la tienda donde finalizaran la compra y además se brindará el servicio post venta.

Marketing de Contenidos.

1. Realizar en redes sociales dinámicas y rifas para atraer la atención de las personas.
2. Compartir imágenes y videos sobre las diferencias y como identificar si un producto tiene certificaciones de seguridad, entre otros temas como seguridad vial que ayuden a educar a los motociclistas.
3. Buscar los insight de los motociclistas y utilizarlos para compartir memes y así lograr una mayor conexión con los clientes.

- **Ejecución y control**

- ❖ **Ejecución.**

Penetración de Mercado:

Se realizarán campañas de publicidad intensivas en redes sociales, se pagará publicidad en las plataformas de Facebook e Instagram para ello se utilizará Facebook Suit para crear los perfiles de usuarios según el segmento de mercado seleccionado y se pagará \$1 al día por publicación. Por medio de campañas de publicidad intensivas en redes sociales se motivará la visita a la tienda online con promociones de venta, rifas, dinámicas en los próximos 12 meses.

E-mail marketing:

Se creará una base de datos de clientes (la información de los clientes se obtendrá por medio de una ventana emergente que aparecerá al entrar en la tienda online). En la pantalla se verá un cupón con 10% de descuento en su próxima compra a cambio de llenar el formulario. Al hacer clic redirigirá a llenar un breve formulario con sus datos personales (como nombre, e-mail y celular). Se utilizará la herramienta MailChimp, para enviar e-mails con información de nuevos productos, promociones de ventas, ofertas especiales por cumpleaños, descuentos exclusivos por temporada, etc.

Social Media Marketing en Facebook, Instagram y WhatsApp:

Se creará una comunidad online en Facebook e Instagram, donde se publicará contenido de valor para los seguidores, se realizarán webinar para hablar sobre tendencias y novedades en el mundo del motociclismo por medio de plataformas interactivas, los webinar van a realizar una vez al mes durante todo el año 2022, se busca crear una relación duradera con el segmento y desarrollar una comunidad fiel en redes sociales.

❖ Control

Las estadísticas serán proporcionadas por las plataformas digitales de Facebook e Instagram y en la tienda en línea por Woocommerce de WordPress.

Penetración de mercado:

Se espera aumentar la penetración de mercado un 25%.

E-mail marketing:

- Tasa de clics (CTR) 20%

- Tasa de conversión 15%
- Tasa de apertura 15%
- Tasa de reactividad 20%
- Tasa de cancelación 5%
- Tasa de rebote 5%
- Tasa de quejas por spam 5%
- Tasa de crecimiento de la lista de e-mail 10%

Social Media Marketing en Facebook, Instagram y WhatsApp:

- Cantidad de nuevos seguidores 50%
- Cantidad total de publicaciones 50%
- Alcance 25%
- Impresión 20%
- Porcentaje de usuarios que no son seguidores 15%
- Número de like 40%
- Número de comentarios 20%
- Número de veces compartidas 15%

5. PLAN DE VENTAS

- Administración de ventas:

Margoth Yamileth Flores.

- Número de Vendedores:

Son 3 vendedores, los cuales son Margoth Flores, Elena Rochac y Juan José Rodas.

- Las personas que forman su equipo de ventas, ¿Tienen otras responsabilidades además de ventas?

Juan José Rodas también se encarga del Depto. de Compras y Elena Rochac se encarga de los deptos. de RRHH, Administración y Finanzas.

- ¿Qué comisiones pagará usted al personal de ventas?

Las comisiones que se pagaran al personal de ventas será del 5% sobre las ventas realizadas durante el mes.

- ¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?

Se tendrán reuniones periódicas al finalizar la semana, por medio de videollamadas grupales en Microsoft Teams y se revisará que las metas de ventas se esten cumpliendo.

- ¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas?

Por medio de capacitaciones periódicas, se les entrenará para que puedan aplicar técnicas de ventas más efectivas y se les enseñara sobre forma de uso de los productos, esto con la finalidad que brinden una mejor atención a los clientes.

5.1. Ciclo de Ventas

1. Prospección

- ¿Cómo identificará a potenciales clientes?

Indagar cuales son las páginas o sitios web que más visitan los motociclistas, que tipo de contenido consumen en redes sociales, los grupos a los que están unidos, sus gustos y preferencias. Además, unirse a grupos relacionados con motociclistas como Bikers El Salvador y visitar los

perfiles de las personas que están en el grupo para conocer sobre ellos a que otros grupos pertenecen, que es lo que comparten en sus perfiles de redes sociales, entre otros aspectos y se clasificarán los prospectos según intereses que tengan en común.

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

Prospección directa: Por medio de Facebook Ads se configurará el perfil del público para mostrar publicidad a personas que les gusten las motocicletas, la publicidad se mostrará con imágenes atractivas del producto y con promociones de ventas para atraer a los potenciales clientes.

Referidos: Se contactará a los dueños de talleres para motocicletas, con los que se buscará crear alianzas estratégicas de partners, para que refieran a sus clientes cada vez que estos busquen productos y por cada referido obtendrán puntos que podrán ir sumando, al final del mes se les dará una comisión por referidos acorde al puntaje. De esta forma los clientes de los talleres podrán conocer sobre el negocio Riders Motoshop y tendrán mayor confianza porque su mecánico de confianza recomendó la tienda, a la vez ser recomendados por medio de ellos para llegar a más personas.

2. Contacto con los clientes

- ¿Cómo se va a contactar con el cliente?

La forma como se va a contactar al cliente puede ser de usted o tuteándolo con respeto y dependerá del tipo de cliente que se contacte, evaluando desde el inicio de la conversación como se dirige el cliente al vendedor si es de usted o tuteándolo. Esto con el fin de generar buenas relaciones con los clientes y que ellos regresen nuevamente a nuestra tienda en línea.

- ¿Cuáles son los canales que utilizara para contactarse con los clientes?

Los canales que se utilizarán para contactarse con los clientes serán las redes sociales, WhatsApp y correo electrónico. En redes sociales se contactará con el cliente por medio de mensaje directo, audio y llamada; en WhatsApp por medio de mensaje de texto, audio y llamada; en correo electrónico por mensaje de texto. En cada uno de esos canales se les compartirá fotos e información de los productos.

- ¿Quién contactará a los potenciales clientes?

Elena Rochac se contactará con los potenciales clientes y debe brindar la mejor experiencia de compra, en caso que haya muchos mensajes o llamadas de clientes potenciales, el resto de vendedores también los atenderán. Cada vendedor es responsable de crear una buena relación con el cliente, generarle confianza para que regrese y crear una cartera de clientes.

- ¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes?

Los clientes potenciales serán contactados cuando ellos den click a los anuncios que tengan un link que los dirija al chat en Messenger o en WhatsApp. También cuando ellos vean nuestro contenido, se muestren interesados por nuestros productos nos contactaran.

- ¿Quién contactará a los clientes actuales?

Juan José Rodas se contactará con los clientes actuales, para generar interés, se les notificará de los nuevos ingresos, promociones y descuentos, si hubiese muchos clientes que contactar, los demás vendedores apoyaran contactándose con los clientes.

3. Reunión o Presentación

- ¿Cómo será la presentación de ventas?

Para la presentación de ventas se usará la empatía con el cliente, con esto se busca ponerse en la situación del cliente tratando de entenderle y ayudarlo a resolver las dudas que tenga, al contactarnos con el cliente se le compartirá el catálogo de productos, para generar una mayor confianza se mostrará un video del producto que está buscando, se dará información de los beneficios y características principales del producto, las distintas formas de pago que se tiene, el tiempo de entrega y la garantía.

- ¿Cuántas llamadas deberá hacer cada vendedor?

Para la presentación del producto y que el cliente tenga conocimiento, se debe realizar mínimo 10 llamadas por cada vendedor, en donde se le hablará de las características principales del producto, las formas de pago, la garantía y el envío gratis por compras mayores de \$25, se mostrará el catálogo con los productos disponibles.

- ¿A quién se le reportará la información sobre potenciales y actuales clientes?

A la administradora de ventas, Margoth Flores.

4. Manejo de objeciones

- ¿Cómo se manejan las objeciones para los clientes?

Anticiparse a las objeciones potenciales, se realizará previamente una lista de posibles objeciones que podría tener el cliente y se crearía una lista de respuestas a esas objeciones, con el

fin de minimizar las caídas de las ventas y ofrecerle alternativas que puedan complacerlos, así podremos generar una experiencia más satisfactoria.

- ¿Se tiene un plan de apoyo para que no se caiga la venta?

Sí, a través de descuentos en compras mayores de \$25 recibirá envío gratis. También se tendrán combos de productos con menor precio, es decir, si el cliente compra individualmente cada producto estará pagando más porque estará a precio regular, pero si compra un combo de productos previamente establecido por Riders Motoshop podrá llevárselo a un precio menor. Además, otra forma para evitar la caída en la venta, es escuchar atentamente los disgustos o quejas del cliente y buscar una solución que logre satisfacerlo para que decida quedarse con Riders Motoshop.

5. Cierre de ventas

- ¿Cómo hará el cierre de ventas?

Para el cierre de ventas se utilizará la técnica de disyuntivo, porque se va tener dos soluciones, en donde la primera solución es ofrecer el producto que más se vende y es caro, y la otra solución será ofrecer productos que tienen similares características al producto anterior, pero con precio intermedio o más bajo.

- ¿Cuáles son las metas de ventas? ¿Se tiene personas con experiencia en cierre de ventas?

Cada vendedor debe lograr que el cliente obtenga el producto que esperaba y buscaba, así como ofrecerle productos adicionales al que buscaba inicialmente. Además, cada vendedor debe reportar como mínimo 39 productos vendidos el primer mes y cada trimestre se aumentarán entre 5 a 7 productos por vendedor. Solamente Margoth Flores tiene experiencia en ventas, por lo que, el resto de los integrantes deberán ser capacitados.

6. Servicio post venta

- ¿Cómo realizara el servicio de post venta?

Después de enviar el producto o los productos al cliente, se le contactará entre 3 a 5 días a través de WhatsApp, se busca evaluar el nivel de satisfacción del cliente con su compra, se le pedirá que nos ayude respondiendo un breve cuestionario con 5 preguntas relacionados con la experiencia de compra, si la experiencia ha sido satisfactoria se pedirá que nos ayude comentándolo en nuestras redes sociales. La finalidad es mejorar la experiencia de compra y mantener una relación duradera con los clientes.

- ¿Quién contactará al cliente luego de haber realizado la venta?

Margoth Flores es la encargada de contactar al cliente después de realizada la compra, ella tiene la responsabilidad de dar un seguimiento a través de WhatsApp, generando una mejor experiencia que satisfaga al cliente y logre fidelizarlo.

- ¿Qué otros productos o servicios se pueden ofrecer al cliente para futuras ventas?

Chalecos airbag para motociclistas, botas para motociclistas, cascos para niños, arnés para niños, asientos para niños, llantas para motos, baterías de gel para motos, sliders para motos, entre otros productos innovadores para motos y motociclistas.

5.2. Proyección de Ventas

Tabla 12

Proyección de Ventas Primer Año en Unidades y Dólares

No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Precio Unitario	Año 1 (Unidades y US\$)																											
				Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5		Mes 6		Mes 7		Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12		TOTAL			
				U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$	U	US\$		
1	Aceite 20W50	Unidad	\$ 11.36	5	\$ 56.82	4	\$ 45.45	5	\$ 56.82	5	\$ 56.82	5	\$ 56.82	5	\$ 56.82	5	\$ 56.82	4	\$ 45.45	5	\$ 56.82	5	\$ 56.82	3	\$ 34.09	4	\$ 45.45	55	\$ 625.00		
2	Aceite 15W50	Unidad	\$ 12.73	5	\$ 63.64	4	\$ 50.91	5	\$ 63.64	5	\$ 63.64	5	\$ 63.64	5	\$ 63.64	5	\$ 63.64	4	\$ 50.91	5	\$ 63.64	5	\$ 63.64	3	\$ 38.18	4	\$ 50.91	55	\$ 700.00		
3	Amortiguadores	Unidad	\$ 58.00	3	\$ 174.00	4	\$ 232.00	4	\$ 232.00	5	\$ 290.00	5	\$ 290.00	5	\$ 290.00	5	\$ 290.00	5	\$ 290.00	5	\$ 290.00	5	\$ 290.00	6	\$ 348.00	5	\$ 290.00	57	\$ 3,306.00		
4	Bautiles	Unidad	\$ 23.64	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	41	\$ 969.09		
5	Cadena	Unidad	\$ 21.82	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	44	\$ 960.00		
6	Candado para casco	Unidad	\$ 5.91	4	\$ 23.64	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	42	\$ 248.18		
7	Candado disco de freno	Unidad	\$ 5.91	4	\$ 23.64	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	3	\$ 17.73	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	4	\$ 23.64	42	\$ 248.18		
8	Carburador 125	Unidad	\$ 12.73	3	\$ 38.18	3	\$ 38.18	3	\$ 38.18	3	\$ 38.18	3	\$ 38.18	2	\$ 25.45	3	\$ 38.18	4	\$ 50.91	4	\$ 50.91	4	\$ 50.91	4	\$ 50.91	4	\$ 50.91	40	\$ 509.09		
9	Carburador 200	Unidad	\$ 16.36	3	\$ 49.09	3	\$ 49.09	3	\$ 49.09	3	\$ 49.09	3	\$ 49.09	2	\$ 32.73	3	\$ 49.09	4	\$ 65.45	4	\$ 65.45	2	\$ 32.73	4	\$ 65.45	4	\$ 65.45	38	\$ 621.82		
10	Cascos	Unidad	\$ 54.55	5	\$ 272.73	6	\$ 327.27	7	\$ 381.82	6	\$ 327.27	5	\$ 272.73	6	\$ 327.27	7	\$ 381.82	6	\$ 327.27	8	\$ 436.36	8	\$ 436.36	8	\$ 436.36	9	\$ 490.91	81	\$ 4,418.18		
11	Chimpinilleras y rodilleras	Unidad	\$ 21.82	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	4	\$ 87.27	3	\$ 65.45	4	\$ 87.27	3	\$ 65.45	4	\$ 87.27	3	\$ 65.45	5	\$ 109.09	41	\$ 894.55		
12	Cola de pato	Unidad	\$ 7.27	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	2	\$ 14.55	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	39	\$ 283.64		
13	Deposito de gasolina	Unidad	\$ 32.73	3	\$ 98.18	3	\$ 98.18	3	\$ 98.18	4	\$ 130.91	3	\$ 98.18	3	\$ 98.18	3	\$ 98.18	4	\$ 130.91	4	\$ 130.91	2	\$ 65.45	4	\$ 130.91	4	\$ 130.91	40	\$ 1,309.09		
14	Escapes	Unidad	\$ 47.27	3	\$ 141.82	3	\$ 141.82	3	\$ 141.82	3	\$ 141.82	4	\$ 189.09	3	\$ 141.82	5	\$ 236.36	4	\$ 189.09	4	\$ 189.09	4	\$ 189.09	4	\$ 189.09	5	\$ 236.36	44	\$ 2,080.00		
15	Espejos retrovisores	Unidad	\$ 9.55	3	\$ 28.64	3	\$ 28.64	3	\$ 28.64	3	\$ 28.64	4	\$ 38.18	4	\$ 38.18	4	\$ 38.18	3	\$ 28.64	5	\$ 47.73	4	\$ 38.18	5	\$ 47.73	4	\$ 38.18	45	\$ 429.55		
16	Estriberas	Unidad	\$ 5.82	3	\$ 17.45	3	\$ 17.45	3	\$ 17.45	3	\$ 17.45	3	\$ 17.45	3	\$ 17.45	3	\$ 17.45	4	\$ 23.27	3	\$ 17.45	4	\$ 23.27	6	\$ 34.91	4	\$ 23.27	42	\$ 244.36		
17	Filtros de aire	Unidad	\$ 5.45	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	3	\$ 16.36	3	\$ 16.36	5	\$ 27.27	5	\$ 27.27	56	\$ 305.45		
18	Forro de asiento	Unidad	\$ 7.27	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	2	\$ 14.55	4	\$ 29.09	2	\$ 14.55	4	\$ 29.09	37	\$ 269.09
19	Fundas protectoras	Unidad	\$ 7.27	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	2	\$ 14.55	4	\$ 29.09	37	\$ 269.09		
20	Guantes	Unidad	\$ 9.09	3	\$ 27.27	3	\$ 27.27	4	\$ 36.36	5	\$ 45.45	3	\$ 27.27	3	\$ 27.27	3	\$ 27.27	3	\$ 27.27	4	\$ 36.36	3	\$ 27.27	4	\$ 36.36	4	\$ 36.36	42	\$ 381.82		
21	Kit de cilindro	Unidad	\$ 43.64	3	\$ 130.91	3	\$ 130.91	3	\$ 130.91	3	\$ 130.91	3	\$ 130.91	3	\$ 130.91	3	\$ 130.91	4	\$ 174.55	4	\$ 174.55	4	\$ 174.55	4	\$ 174.55	4	\$ 174.55	40	\$ 1,745.45		
22	Loderas	Unidad	\$ 18.18	2	\$ 36.36	3	\$ 54.55	3	\$ 54.55	3	\$ 54.55	3	\$ 54.55	4	\$ 72.73	4	\$ 72.73	3	\$ 54.55	4	\$ 72.73	4	\$ 72.73	4	\$ 72.73	4	\$ 72.73	41	\$ 745.45		
23	Luces para moto	Unidad	\$ 7.27	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	39	\$ 283.64
24	Manecillas	Unidad	\$ 7.27	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	39	\$ 283.64
25	Manetas	Unidad	\$ 23.64	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	3	\$ 70.91	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	4	\$ 94.55	41	\$ 969.09		
26	Pastillas para frenos	Unidad	\$ 3.18	3	\$ 9.55	4	\$ 12.73	4	\$ 12.73	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	5	\$ 15.91	56	\$ 178.18		
27	Pecheras	Unidad	\$ 21.82	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	2	\$ 43.64	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	40	\$ 872.73		
28	Pito para motocicleta	Unidad	\$ 10.91	2	\$ 21.82	3	\$ 32.73	3	\$ 32.73	3	\$ 32.73	3	\$ 32.73	3	\$ 32.73	3	\$ 32.73	4	\$ 43.64	3	\$ 32.73	4	\$ 43.64	4	\$ 43.64	4	\$ 43.64	39	\$ 425.45		
29	Soporte matricula	Unidad	\$ 7.27	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	3	\$ 21.82	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	4	\$ 29.09	41	\$ 298.18		
30	Soporte para teléfono	Unidad	\$ 7.64	3	\$ 22.91	3	\$ 22.91	3	\$ 22.91	3	\$ 22.91	3	\$ 22.91	4	\$ 30.55	4	\$ 30.55	4	\$ 30.55	4	\$ 30.55	4	\$ 30.55	4	\$ 30.55	4	\$ 30.55	42	\$ 320.73		
31	Stickers con luz	Unidad	\$ 17.27	3	\$ 51.82	3	\$ 51.82	3	\$ 51.82	3	\$ 51.82	3	\$ 51.82	3	\$ 51.82	3	\$ 51.82	4	\$ 69.09	4	\$ 69.09	4	\$ 69.09	4	\$ 69.09	4	\$ 69.09	41	\$ 708.18		
32	Tapones de válvula	Unidad	\$ 2.73	4	\$ 10.91	3	\$ 8.18	3	\$ 8.18	3	\$ 8.18	3	\$ 8.18	3	\$ 8.18	2	\$ 5.45	3	\$ 8.18	4	\$ 10.91	4	\$ 10.91	4	\$ 10.91	4	\$ 10.91	39	\$ 106.36		
33	Timón universal	Unidad	\$ 21.82	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	3	\$ 65.45	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	41	\$ 894.55		
34	Trajes impermeables	Unidad	\$ 21.82	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	-	\$ -	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	4	\$ 87.27	5	\$ 109.09	6	\$ 130.91	4	\$ 87.27	0	\$ -	0	\$ -	27	\$ 589.09		
35	Bielas	Unidad	\$ 55.00	4	\$ 220.00	5	\$ 275.00	4	\$ 220.00	3	\$ 165.00	4	\$ 220.00	3	\$ 165.00	4	\$ 220.00	3	\$ 165.00	3	\$ 165.00	4	\$ 220.00	4	\$ 220.00	4	\$ 220.00	45	\$ 2,475.00		
36	Visores	Unidad	\$ 9.09	2	\$ 18.18	3	\$ 27.27	3	\$ 27.27	3	\$ 27.27	3	\$ 27.27	4	\$ 36.36	3	\$ 27.27	0	\$ -	2	\$ 18.18	2	\$ 18.18	4	\$ 36.36	4	\$ 36.36	33	\$ 300.00		
Total de Ventas Mensuales				115	\$ 2,121.18	117	\$ 2,291.45	120	\$ 2,324.18	121	\$ 2,295.82	123	\$ 2,342.18	125	\$ 2,409.00	127	\$ 2,462.55	137	\$ 2,668.36	141	\$ 2,808.91	142	\$ 2,780.64	143	\$ 2,812.55	151	\$ 2,951.09				
																								Total de Ventas Anuales =		1,562	\$ 30,267.91				

Fuente: Autoría propia.

Tabla 13*Proyección de Ventas del año 2 al 5 en unidades y dólares*

No.	Producto o Servicio	Año 2								Año 3								Total	Año 4		Año 5				
		Trimestre 1		Trimestre 2		Trimestre 3		Trimestre 4		Trimestre 1		Trimestre 2		Trimestre 3		Trimestre 4			U	US\$	U	US\$			
		U	US\$		U	US\$	U	US\$																	
1	Aceite 20W50	16	\$ 189.09	18	\$ 212.73	17	\$ 200.91	14	\$ 165.45	65	\$ 768.18	19	\$ 233.53	21	\$ 258.11	20	\$ 245.82	16	\$ 196.65	76	\$ 934.11	88	\$ 1,124.86	102	\$ 1,355.97
2	Aceite 15W50	16	\$ 211.78	18	\$ 238.25	17	\$ 225.02	14	\$ 185.31	65	\$ 860.36	19	\$ 261.55	21	\$ 289.08	20	\$ 275.32	16	\$ 220.25	76	\$ 1,046.20	88	\$ 1,259.85	102	\$ 1,518.69
3	Amortiguadores	13	\$ 784.16	18	\$ 1,085.76	18	\$ 1,085.76	20	\$ 1,206.40	69	\$ 4,162.08	15	\$ 940.99	21	\$ 1,317.39	21	\$ 1,317.39	23	\$ 1,442.85	80	\$ 5,018.62	93	\$ 6,067.52	108	\$ 7,327.99
4	Baúles	11	\$ 270.40	11	\$ 270.40	13	\$ 319.56	14	\$ 344.15	49	\$ 1,204.51	13	\$ 332.35	13	\$ 332.35	15	\$ 383.48	16	\$ 409.04	57	\$ 1,457.21	66	\$ 1,754.79	77	\$ 2,129.14
5	Cadena	14	\$ 317.67	11	\$ 249.60	15	\$ 340.36	16	\$ 363.05	56	\$ 1,270.69	16	\$ 377.58	13	\$ 306.78	17	\$ 401.18	21	\$ 495.57	67	\$ 1,581.10	78	\$ 1,914.31	90	\$ 2,297.18
6	Candado para casco	12	\$ 73.75	11	\$ 67.60	13	\$ 79.89	14	\$ 86.04	50	\$ 307.27	14	\$ 89.48	13	\$ 83.09	15	\$ 95.87	16	\$ 102.26	58	\$ 370.69	67	\$ 445.34	78	\$ 539.20
7	Candado disco de freno	12	\$ 73.75	11	\$ 67.60	13	\$ 79.89	14	\$ 86.04	50	\$ 307.27	14	\$ 89.48	13	\$ 83.09	15	\$ 95.87	16	\$ 102.26	58	\$ 370.69	67	\$ 445.34	78	\$ 539.20
8	Carburador 125	11	\$ 145.60	9	\$ 119.13	13	\$ 172.07	14	\$ 185.31	47	\$ 622.11	13	\$ 178.96	10	\$ 137.66	15	\$ 206.49	16	\$ 220.25	54	\$ 743.35	63	\$ 901.94	73	\$ 1,086.90
9	Carburador 200	11	\$ 187.20	10	\$ 170.18	13	\$ 221.24	12	\$ 204.22	46	\$ 782.84	13	\$ 230.09	12	\$ 212.39	15	\$ 265.48	14	\$ 247.78	54	\$ 955.74	63	\$ 1,159.63	73	\$ 1,397.45
10	Cascos	22	\$ 1,248.00	20	\$ 1,134.55	25	\$ 1,418.18	31	\$ 1,758.55	98	\$ 5,559.27	26	\$ 1,533.91	23	\$ 1,356.92	29	\$ 1,710.89	36	\$ 2,123.87	114	\$ 6,725.59	133	\$ 8,160.38	154	\$ 9,826.81
11	Chimpinilleras y rodilleras	11	\$ 249.60	12	\$ 272.29	12	\$ 272.29	14	\$ 317.67	49	\$ 1,111.85	13	\$ 306.78	14	\$ 330.38	14	\$ 330.38	16	\$ 377.58	57	\$ 1,345.12	66	\$ 1,619.80	77	\$ 1,965.36
12	Cola de pato	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	14	\$ 105.89	47	\$ 355.49	13	\$ 102.26	13	\$ 102.26	13	\$ 102.26	16	\$ 125.86	55	\$ 432.64	64	\$ 523.57	74	\$ 629.60
13	Deposito de gasolina	11	\$ 374.40	12	\$ 408.44	13	\$ 442.47	12	\$ 408.44	48	\$ 1,633.75	13	\$ 460.17	14	\$ 495.57	15	\$ 530.97	14	\$ 495.57	56	\$ 1,982.28	65	\$ 2,392.89	75	\$ 2,871.47
14	Escapes	11	\$ 540.80	12	\$ 589.96	14	\$ 688.29	16	\$ 786.62	53	\$ 2,605.67	13	\$ 664.69	14	\$ 715.82	16	\$ 818.08	19	\$ 971.47	62	\$ 3,170.07	72	\$ 3,828.63	84	\$ 4,645.40
15	Españes retrovisores	11	\$ 109.20	13	\$ 129.05	13	\$ 129.05	17	\$ 168.76	54	\$ 536.07	13	\$ 134.22	15	\$ 154.87	15	\$ 154.87	20	\$ 206.49	63	\$ 650.43	73	\$ 783.83	85	\$ 949.18
16	Estriberas	11	\$ 66.56	11	\$ 66.56	12	\$ 72.61	17	\$ 102.87	51	\$ 308.60	13	\$ 81.81	13	\$ 81.81	14	\$ 88.10	20	\$ 125.86	60	\$ 377.58	70	\$ 458.13	81	\$ 551.32
17	Filtros de aire	18	\$ 102.11	18	\$ 102.11	16	\$ 90.76	16	\$ 90.76	68	\$ 385.75	21	\$ 123.89	21	\$ 123.89	19	\$ 112.09	19	\$ 112.09	80	\$ 471.97	93	\$ 570.61	108	\$ 689.15
18	Forro de asiento	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	12	\$ 90.76	45	\$ 340.36	13	\$ 102.26	13	\$ 102.26	13	\$ 102.26	14	\$ 110.13	53	\$ 416.91	61	\$ 499.03	71	\$ 604.07
19	Fundas protectoras	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	12	\$ 90.76	11	\$ 83.20	45	\$ 340.36	13	\$ 102.26	13	\$ 102.26	14	\$ 110.13	13	\$ 102.26	53	\$ 416.91	61	\$ 499.03	71	\$ 604.07
20	Guantes	12	\$ 113.45	13	\$ 122.91	12	\$ 113.45	13	\$ 122.91	50	\$ 472.73	14	\$ 137.66	15	\$ 147.49	14	\$ 137.66	15	\$ 147.49	58	\$ 570.30	67	\$ 685.14	78	\$ 829.54
21	Kit de cilindro	11	\$ 499.20	11	\$ 499.20	12	\$ 544.58	14	\$ 635.35	48	\$ 2,178.33	13	\$ 613.56	13	\$ 613.56	14	\$ 660.76	16	\$ 755.15	56	\$ 2,643.04	65	\$ 3,190.52	75	\$ 3,828.63
22	Loderas	10	\$ 189.09	12	\$ 226.91	13	\$ 245.82	15	\$ 283.64	50	\$ 945.45	12	\$ 235.99	14	\$ 275.32	15	\$ 294.98	17	\$ 334.31	58	\$ 1,140.60	67	\$ 1,370.29	78	\$ 1,659.07
23	Luces para moto	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	12	\$ 90.76	13	\$ 98.33	47	\$ 355.49	12	\$ 94.39	13	\$ 102.26	14	\$ 110.13	15	\$ 117.99	54	\$ 424.77	63	\$ 515.39	73	\$ 621.09
24	Manecillas	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	12	\$ 90.76	13	\$ 98.33	47	\$ 355.49	12	\$ 94.39	13	\$ 102.26	14	\$ 110.13	15	\$ 117.99	54	\$ 424.77	63	\$ 515.39	73	\$ 621.09
25	Manetas	11	\$ 270.40	11	\$ 270.40	13	\$ 319.56	14	\$ 344.15	49	\$ 1,204.51	12	\$ 306.78	13	\$ 332.35	15	\$ 383.48	16	\$ 409.04	56	\$ 1,431.65	65	\$ 1,728.20	75	\$ 2,073.84
26	Pastillas para frenos	13	\$ 43.02	18	\$ 59.56	18	\$ 59.56	18	\$ 59.56	67	\$ 221.71	14	\$ 48.18	15	\$ 51.62	21	\$ 72.27	21	\$ 72.27	71	\$ 244.34	82	\$ 293.49	95	\$ 353.62
27	Pecheras	11	\$ 249.60	11	\$ 249.60	12	\$ 272.29	14	\$ 317.67	48	\$ 1,089.16	13	\$ 306.78	13	\$ 306.78	14	\$ 330.38	16	\$ 377.58	56	\$ 1,321.52	65	\$ 1,595.26	75	\$ 1,914.31
28	Pito para motocicleta	10	\$ 113.45	11	\$ 124.80	12	\$ 136.15	14	\$ 158.84	47	\$ 533.24	12	\$ 141.59	13	\$ 153.39	14	\$ 165.19	16	\$ 188.79	55	\$ 648.96	64	\$ 785.36	74	\$ 944.39
29	Soporte matrícula	11	\$ 83.20	11	\$ 83.20	13	\$ 98.33	14	\$ 105.89	49	\$ 370.62	13	\$ 102.26	13	\$ 102.26	15	\$ 117.99	16	\$ 125.86	57	\$ 448.37	66	\$ 539.93	77	\$ 655.12
30	Soporte para teléfono	11	\$ 87.36	11	\$ 87.36	14	\$ 111.19	14	\$ 111.19	50	\$ 397.09	13	\$ 107.37	13	\$ 107.37	16	\$ 132.15	16	\$ 132.15	58	\$ 479.05	67	\$ 575.52	78	\$ 696.81
31	Stickers con luz	11	\$ 197.60	11	\$ 197.60	13	\$ 233.53	14	\$ 251.49	49	\$ 880.22	13	\$ 242.87	13	\$ 242.87	15	\$ 280.23	16	\$ 298.91	57	\$ 1,064.88	66	\$ 1,282.34	77	\$ 1,555.91
32	Taponos de válvula	10	\$ 28.36	11	\$ 31.20	10	\$ 28.36	14	\$ 39.71	45	\$ 127.64	10	\$ 29.50	13	\$ 38.35	12	\$ 35.40	16	\$ 47.20	51	\$ 150.44	59	\$ 181.00	68	\$ 216.96
33	Timón universal	11	\$ 249.60	11	\$ 249.60	13	\$ 294.98	14	\$ 317.67	49	\$ 1,111.85	13	\$ 306.78	13	\$ 306.78	15	\$ 353.98	16	\$ 377.58	57	\$ 1,345.12	66	\$ 1,619.80	77	\$ 1,965.36
34	Trajes impermeables	0	\$ -	10	\$ 226.91	18	\$ 408.44	5	\$ 113.45	33	\$ 748.80	0	\$ -	12	\$ 283.18	21	\$ 495.57	6	\$ 141.59	39	\$ 920.34	45	\$ 1,104.41	52	\$ 1,327.26
35	Bielas	14	\$ 800.80	11	\$ 629.20	12	\$ 686.40	16	\$ 915.20	53	\$ 3,031.60	16	\$ 951.81	13	\$ 773.34	14	\$ 832.83	19	\$ 1,130.27	62	\$ 3,688.26	72	\$ 4,454.46	84	\$ 5,404.75
36	Visores	10	\$ 94.55	10	\$ 94.55	6	\$ 56.73	12	\$ 113.45	38	\$ 359.27	10	\$ 98.33	12	\$ 117.99	6	\$ 59.00	14	\$ 137.66	42	\$ 412.97	49	\$ 501.08	57	\$ 606.20
Total de Ventas Trimestrales		422	\$8,379.75	443	\$8,753.21	486	\$9,886.43	523	\$10,826.31	1,874	\$37,845.69	489	\$10,164.48	514	\$10,643.14	564	\$11,919.04	607	\$13,099.95	2,174	\$45,826.61	2,522	\$55,347.09	2,927	\$66,802.11
Total de Ventas Anuales																									

Fuente: Autoría propia.

Comente cómo han sido estimadas sus ventas, en qué información están basadas y a qué fuentes de información recurrió:

Los datos utilizados para realizar las proyecciones, provienen de las cotizaciones realizadas a los proveedores, que a través de sus vendedores brindaron información de los productos más demandados, también de la investigación con fuentes secundarias, como instituciones de gobierno, periódicos, instituciones internacionales, que fueron consultadas por medio de internet.

La proyección de venta en unidades se estimó a partir del supuesto que en el primer año de enero a diciembre se venderán por cada producto valores variables, teniendo en cuenta la estacionalidad del producto, debido a factores como el clima, vacaciones, todo lo que pueda interferir en la demanda de un producto en cada mes. Para el año 2 se incrementan las unidades a vender un 20%, para los años 3, 4 y 5 se incrementan un 16% cada año, se proyectan estos crecimientos porque el parque vehicular de motocicletas en El Salvador ha tenido un crecimiento promedio entre el 16% y 20% anual (Joma, 2021).

El precio de venta se determinó a partir de los precios de los principales competidores, precios del mercado y el poder adquisitivo del mercado meta. Después de analizada la información, se estableció un margen de ganancia para cada producto entre el 33% al 80% y esto permite proyectar las ventas en dólares para el primer año de operaciones, se espera obtener ganancias desde el primer mes. A largo plazo, los precios de venta de los años 2 al 5 se incrementan un 4% cada año, dado que, el Banco Mundial (2021) espera que la economía de El Salvador crezca un 4% en el 2022.

6. PLAN FINANCIERO

6.1. Plan de Inversión

Presupuesto de Equipo y Herramientas, Honorarios de abogado y contador público.

Tabla 14

Plan de Inversión

	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra
Equipos y Herramientas	Escritorio	Unidad	3	\$49.00	\$ 147.00	EPA
	Computadoras DELL	Unidad	3	\$459.00	\$ 1,377.00	LA CURACAO
	Sillas	Unidad	3	\$31.90	\$ 95.70	EPA
	Impresora con escáner	Unidad	3	\$199.00	\$ 597.00	RAF
	Estante metálico	Unidad	3	\$85.00	\$ 255.00	stanter.net
	Subtotal				\$ 2,471.70	
Costos de Legalización	Capital inicial	US\$	1	\$2,000.00	\$ 2,000.00	
	Costos de inscripción empresa	US\$	1	\$142.86	\$ 142.86	miempresa.gob.sv
	Honorarios contador	US\$	1	\$150.00	\$ 150.00	
	Subtotal				\$ 2,292.86	
Total de: equipo y herramientas y costo de legalización					\$ 4,764.56	

Fuente: Autoría propia.

Tabla 15

Inversión Capital de Trabajo

BALANCE INICIAL	
ACTIVO	
<i>Activo Corriente</i>	
<u>EFFECTIVO Y EQUIVALENTES</u>	\$ 2,000.00
Total activo	\$ 2,000.00
PATRIMONIO	
<u>CAPITAL</u>	\$ 2,000.00
María Elena Rochac Vásquez	
Total patrimonio	\$ 2,000.00

Fuente: Autoría propia.

Tabla 16*Total de la Inversión*

Inversión total del proyecto	
Inversión en concepto de Equipo y Herramientas + Costo de legalización	\$ 4,764.56

Fuente: Autoría propia.

6.3. Flujo de efectivo**Tabla 17***Flujo de efectivo mensual para el año 1*

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA EL AÑO 1												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Saldo del periodo anterior		\$ 132.20	\$ 305.80	\$ 495.46	\$ 676.48	\$ 876.12	\$ 1,101.17	\$ 1,331.96	\$ 1,645.27	\$ 1,996.21	\$ 2,346.91	\$ 2,690.00
INGRESOS												
Ventas	\$ 2,121.19	\$ 2,291.45	\$ 2,324.19	\$ 2,295.82	\$ 2,342.18	\$ 2,408.99	\$ 2,462.55	\$ 2,668.36	\$ 2,808.92	\$ 2,780.65	\$ 2,812.55	\$ 2,951.09
TOTAL DE INGRESOS	\$ 2,121.19	\$ 2,423.65	\$ 2,629.99	\$ 2,791.28	\$ 3,018.66	\$ 3,285.11	\$ 3,563.72	\$ 4,000.32	\$ 4,454.19	\$ 4,776.86	\$ 5,159.46	\$ 5,641.09
EGRESOS												
Salarios	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Comisión vendedores (5%)	\$ 106.06	\$ 114.57	\$ 116.21	\$ 114.79	\$ 117.11	\$ 120.45	\$ 123.13	\$ 133.42	\$ 140.45	\$ 139.03	\$ 140.63	\$ 147.55
Comisión Wompi (2.85%)	\$ 18.14	\$ 19.59	\$ 19.87	\$ 19.63	\$ 20.03	\$ 20.60	\$ 21.05	\$ 22.81	\$ 24.02	\$ 23.77	\$ 24.05	\$ 25.23
Comisión Contra entrega (4%)	\$ 42.42	\$ 45.83	\$ 46.48	\$ 45.92	\$ 46.84	\$ 48.18	\$ 49.25	\$ 53.37	\$ 56.18	\$ 55.61	\$ 56.25	\$ 59.02
Comisión transferencia banc. (6%)	\$ 25.45	\$ 27.50	\$ 27.89	\$ 27.55	\$ 28.11	\$ 28.91	\$ 29.55	\$ 32.02	\$ 33.71	\$ 33.37	\$ 33.75	\$ 35.41
Mantenimiento tienda online	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Comunicaciones	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Útiles de Oficina	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Promoción y Publicidad	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Pasajes y Viáticos	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Costo envíos	\$ 94.92	\$ 108.48	\$ 108.48	\$ 108.48	\$ 103.96	\$ 108.48	\$ 113.00	\$ 117.52	\$ 126.56	\$ 122.04	\$ 135.60	\$ 140.12
Empaque	\$ 29.70	\$ 32.08	\$ 32.54	\$ 32.14	\$ 32.79	\$ 33.73	\$ 34.48	\$ 37.36	\$ 39.32	\$ 38.93	\$ 39.38	\$ 41.32
Costo de Bienes Vendidos	\$ 1,142.30	\$ 1,239.80	\$ 1,253.05	\$ 1,236.30	\$ 1,263.70	\$ 1,293.60	\$ 1,331.30	\$ 1,428.55	\$ 1,507.75	\$ 1,487.20	\$ 1,509.80	\$ 1,579.05
TOTAL DE EGRESOS	\$ 1,988.99	\$ 2,117.85	\$ 2,134.52	\$ 2,114.81	\$ 2,142.53	\$ 2,183.94	\$ 2,231.76	\$ 2,355.05	\$ 2,457.98	\$ 2,429.96	\$ 2,469.45	\$ 2,557.71
FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	\$ 132.20	\$ 305.80	\$ 495.46	\$ 676.48	\$ 876.12	\$ 1,101.17	\$ 1,331.96	\$ 1,645.27	\$ 1,996.21	\$ 2,346.91	\$ 2,690.00	\$ 3,083.39

Fuente: Autoría propia.

El flujo de efectivo proyectado para el primer año de operaciones, muestra la variación entre los ingresos totales y egresos totales del negocio Riders Motoshop, resultando un flujo positivo, es decir, un superavit desde el primer mes hasta el último; la razón principal se debe a que se ha iniciado con fondos propios y no con préstamos. Las ganancias se ven reflejadas cada mes durante los doce meses, obteniéndose en el último mes un flujo de efectivo positivo de \$3,083.39 para el primer año de operaciones.

6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Tabla 18

Análisis de Rentabilidad del proyecto

Análisis de la rentabilidad	
Periodo de Reintegro de Inversión (PRI)	2 años aproximadamente
Valor Actual Neto (VAN)	\$25,751.29
Tasa Interna de Retorno (TIR)	81.22%
Retorno Sobre Inversión (RSI o TRC)	109.92%
Índice de Rentabilidad (IR o RBC)	5.96

Fuente: Autoría propia.

- PRI: Se recuperará la inversión después de los 2 años de operación.
- VAN: El valor actual neto del proyecto es de \$25,751.29. Como es positiva, conviene que se realice la inversión porque generará beneficios.
- TIR: La TIR es superior a la tasa mínima de descuento, el proyecto es financieramente atractivo ya que sus ingresos cubren los egresos, por tanto, la inversión es aceptable.
- RSI: El indicador RSI es mayor que cero, por tanto, se considera que la inversión es rentable.
- IR o RBC: El proyecto tiene un valor mayor a uno, por lo que, es atractiva la inversión.

Según los resultados obtenidos y el análisis efectuado, se puede decir que el proyecto es rentable y genera beneficios, porque cada uno de los indicadores refleja una inversión aceptable.

Punto de equilibrio en Unidades y Monto

El punto de equilibrio, representa el mínimo de unidades a vender para que los costos totales sean iguales a los ingresos totales, siga operando sin tener pérdidas y donde el beneficio sea cero; en este caso se deberían vender un mínimo de 1,356 unidades, con los

cuales se obtendría un ingreso total de \$26,272.33; de esta forma se lograría cubrir los costos totales con los ingresos totales

Tabla 19

Punto de Equilibrio

Productos/Servicios	Unidades	Valor (US\$)
Aceite 20W50	48	\$ 542.50
Aceite 15W50	48	\$ 607.60
Amortiguadores	49	\$ 2,869.58
Baúles	36	\$ 841.16
Cadena	38	\$ 833.27
Candado para casco	36	\$ 215.42
Candado disco de freno	36	\$ 215.42
Carburador 125	35	\$ 441.89
Carburador 200	33	\$ 539.73
Cascos	70	\$ 3,834.95
Chimpinilleras y rodilleras	36	\$ 776.46
Cola de pato	34	\$ 246.19
Depósito de gasolina	35	\$ 1,136.28
Escapes	38	\$ 1,805.43
Espejos retrovisores	39	\$ 372.84
Estriberas	36	\$ 212.11
Filtros de aire	49	\$ 265.13
Forro de asiento	32	\$ 233.57
Fundas protectoras	32	\$ 233.57
Guantes	36	\$ 331.42
Kit de cilindro	35	\$ 1,515.04
Loderas	36	\$ 647.05
Luces para moto	34	\$ 246.19
Manecillas	34	\$ 246.19
Manetas	36	\$ 841.16
Pastillas para frenos	49	\$ 154.66
Pecheras	35	\$ 757.52
Pito para motocicleta	34	\$ 369.29
Soporte matrícula	36	\$ 258.82
Soporte para teléfono	36	\$ 278.39
Stickers con luz	36	\$ 614.70
Tapones de válvula	34	\$ 92.32
Timón universal	36	\$ 776.46
Trajes impermeables	23	\$ 511.33
Bielas	39	\$ 2,148.28
Visores	29	\$ 260.40
TOTAL	1,356	\$ 26,272.33

Fuente: Autoría propia.

6.5. Estado de Resultados proyectado

Tabla 20

Estado de Resultados

	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingreso por Ventas	2,121.19	2,291.45	2,324.19	2,295.82	2,342.18	2,408.99	2,462.55	2,668.36	2,808.92	2,780.65	2,812.55	2,951.09	30,267.94
Costo de Bienes Vendidos	1,142.30	1,239.80	1,253.05	1,236.30	1,263.70	1,293.60	1,331.30	1,428.55	1,507.75	1,487.20	1,509.80	1,579.05	16,272.40
Ganancia Bruta	\$978.89	\$1,051.65	\$1,071.14	\$1,059.52	\$1,078.48	\$1,115.39	\$1,131.25	\$1,239.81	\$1,301.17	\$1,293.45	\$1,302.75	\$1,372.04	\$13,995.54
Salarios	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Comisión vendedores (5%)	106.06	114.57	116.21	114.79	117.11	120.45	123.13	133.42	140.45	139.03	140.63	147.55	1,513.40
Comisión Wompi ^a (2.85%)	18.14	19.59	19.87	19.63	20.03	20.60	21.05	22.81	24.02	23.77	24.05	25.23	258.79
Comisión Contra entrega ^b (4%)	42.42	45.83	46.48	45.92	46.84	48.18	49.25	53.37	56.18	55.61	56.25	59.02	605.36
Comisión transferencia bancaria ^c (6%)	25.45	27.50	27.89	27.55	28.11	28.91	29.55	32.02	33.71	33.37	33.75	35.41	363.22
Mantenimiento tienda online	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Comunicaciones	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	960.00
Útiles de Oficina	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	240.00
Promoción y Publicidad	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	360.00
Pasajes y Viáticos	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
Costo envíos ^d	94.92	108.48	108.48	108.48	103.96	108.48	113.00	117.52	126.56	122.04	135.60	140.12	1,387.64
Depreciación	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	102.99	1,235.85
Empaque ^e	29.70	32.08	32.54	32.14	32.79	33.73	34.48	37.36	39.32	38.93	39.38	41.32	423.75
Total Gastos Generales y de Admón.	\$949.68	\$981.04	\$984.46	\$981.50	\$981.82	\$993.33	\$1,003.45	\$1,029.48	\$1,053.22	\$1,045.74	\$1,062.64	\$1,081.64	\$12,148.00
Utilidad de Operación Antes de Impuesto (UOAI)	\$29.21	\$70.61	\$86.68	\$78.02	\$96.66	\$122.06	\$127.80	\$210.33	\$247.95	\$247.71	\$240.11	\$290.40	\$1,847.54
Impuesto sobre la renta													\$0.00
Ganancia Neta	\$29.21	\$70.61	\$86.68	\$78.02	\$96.66	\$122.06	\$127.80	\$210.33	\$247.95	\$247.71	\$240.11	\$290.40	\$1,847.54

Fuente: Autoría propia.

^a La comisión para la plataforma Wompi es de 2.85%, para el cálculo se consideró que el 30% de las personas podría realizar sus compras por esta plataforma.

^b La comisión por cobro contra entrega es del 4%, para el cálculo se consideró que el 50% de las personas podrían realizar sus compras por este medio.

^c La comisión por transferencia bancaria es en promedio del 6%, para el cálculo se consideró que el 20% de las personas podrían realizar sus compras de esta forma.

^d El costo de envío es de \$4.52 y para su cálculo se consideró que tenemos una promoción de envíos gratis por compras desde \$25.00, se aplicó a los productos con precios de venta \geq 25.00

^e Empaques son el 1.40% de las ventas de cada mes, el porcentaje se calcula dividiendo el total anual de los empaques entre el total de las ventas del año 1.

7. PLAN DE TRABAJO

A continuación, en el siguiente cronograma se presentan las actividades necesarias para la puesta en marcha del negocio.

Tabla 21

Plan de Trabajo

#	ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
1	CONSULTA DE DISPONIBILIDAD DE NOMBRE COMERCIAL EN CNR	■	■																																														
2	VALIDAR ACTIVIDAD ECONOMICA EN MINISTERIO DE HACIENDA			■																																													
3	REUNION GENERAL CON SOCIOS PARA VALIDAR INFORMACION DE LA EMPRESA Y SU INSCRIPCIÓN				■																																												
4	PAGO DE ARANCELES PARA INSCRIPCIÓN DE EMPRESA (PERSONA NATURAL)				■																																												
5	LLENADO DE FORMULARIOS Y ESCANEADO DE DOCUMENTOS PARA INSCRIPCIÓN DE EMPRESA EN miempresa.gob.sv				■	■	■																																										
6	REGISTRO DE MARCA Y NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA EN CNR							■																																									
7	COMPRAR PRODUCTOS PARA VTA	■				■				■				■				■				■				■				■				■				■				■							
8	PUBLICACIONES EN RRSS Y TIENDA ONLINE (SEGÚN CALENDARIO EDITORIAL)	■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■						
9	VENTA EN LÍNEA	■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■						
10	REUNIÓN CON DEPTO DE RRHH																																																
11	REUNIÓN CON DEPTO DE MERCADEO Y VENTAS																																																
12	REUNIÓN CON DEPTO DE COMPRAS			■				■				■				■				■				■				■				■				■				■				■					
13	REUNIÓN CON DESARROLLADOR DE TIENDA EN LÍNEA		■								■								■								■								■														
14	REUNIÓN CON SOCIOS CADA TERCER SEMANA DE MES		■					■				■				■				■				■				■				■				■				■				■					
15	CAPACITACION DEL PERSONAL		■																																														
16	RIFAS EN REDES SOCIALES			■								■																■												■									

Fuente: Autoría propia.

Nota. Las publicaciones en RRSS son 2 veces por semana, las reuniones con RRHH (cada 3 meses), reunión con Marketing y Ventas (cada 2 meses), reunión con compras (cada mes) y reunión con desarrollador web (cada 3 meses).

8. PLAN DE CONTINGENCIA

El Plan de Contingencia se basa en la probabilidad de no lograr las ventas proyectadas.

Medidas generales de prevención

- Elaborar un manual para el manejo de crisis en redes sociales.
- Realizar diariamente respaldo en la nube de documentos relacionados con las actividades del negocio.
- Al finalizar las operaciones del día, transferir a otra cuenta bancaria los ingresos provenientes de la venta de ese día, que hayan sido hechas por transferencia bancaria a la cuenta principal.

Acciones preventivas

- A la actual base de datos de proveedores se agregará otros proveedores nacionales e internacionales con el fin de disponer de productos en el momento que el negocio este creciendo rápido y se tenga una alta demanda.
- Crear alianzas estratégicas con talleres para cuando los paquetes de nuestros clientes no puedan ser entregados por el repartidor, porque el cliente vive en zona sin cobertura de entrega, el taller pueda entregarle el paquete y a la vez pueda recibir descuento por el servicio de instalación.
- Programar reuniones cada 15 días con la fuerza de ventas para revisar que las metas de ventas se están cumpliendo y motivarlos a continuar con su trabajo.

Acciones en caso de siniestro

- Solicitarle al banco que nos envíe alertas del estado de cuenta o movimientos recientes para identificar si hay alguna operación de retiro o cargo que no se reconozca.

- En caso de robo del teléfono principal se tendrá toda la información almacenada en la nube para recuperar los contactos de clientes, proveedores y otros datos importantes del negocio, y se contactará a la policía para notificarle el robo y a la compañía de telefonía para recuperar el número telefónico.
- En caso de hackeo del sitio web, se tendrá el contacto de un profesional en el área que ayude a recuperar y restablecer el sitio, y que lo vuelva más seguro para salvaguardar la información de clientes y del negocio.

Manejo de crisis

- Si los servidores de WhatsApp se caen, se tendrá como alternativa una cuenta en Telegram para mantener las comunicaciones con los clientes y proveedores.
- En caso de estafa y cualquier problema legal se tendrá el contacto de un abogado de confianza que realizará todos los trámites legales correspondientes al caso e interpondrá la denuncia en la institución correspondiente.
- Si se da el robo o pérdida de las tarjetas de crédito/débito se llamará de inmediato al banco y se pedirá el bloqueo de las tarjetas asociadas a la cuenta. Además, se tendrá otras cuentas en otros bancos para continuar con las operaciones del negocio.

Plan de continuidad

- Si el negocio no está siendo muy rentable se identificarán nuevas oportunidades de negocios tomando en cuenta las necesidades del mercado y se agregarán nuevas líneas de productos como productos para carros.
- En caso de incremento de los precios por parte de los proveedores locales y esto genere una baja rentabilidad y vuelva menos competitivo el negocio, se importarán los productos para ser más competitivo.

CONCLUSIÓN

El desarrollar un plan de negocios en donde se defina la idea de negocio con su respectivo plan de marketing y estrategias, ayuda a crear emprendimientos más estratégicos que a largo plazo puedan ser negocios exitosos. Por ello, las investigaciones de mercado permiten identificar tendencias en el mercado, el tamaño y crecimiento del mercado, la competencia, los hábitos de consumo, los medios de compra más usados y el nivel de demanda que podría tener el producto o servicio, todos estos datos ayudan en la toma de decisiones y en el desarrollo de estrategias.

La propuesta de negocio Riders Motoshop es viable, dado que, existe una demanda insatisfecha en el rubro, la actual demanda de accesorios y repuestos para motocicletas en El Salvador mantiene un crecimiento muy atractivo, financieramente es factible porque podría recuperarse la inversión en 2 años y no es necesario una gran inversión para ejecutar la idea de negocio, pues se desarrolla digitalmente, por tanto, el negocio al ofrecer lo que demanda su público objetivo, dar una atención personalizada y desarrollar contenido interactivo en redes sociales, puede generar una experiencia de compra más satisfactoria, con el que podría atraer más clientes y así potenciar su crecimiento.

Las redes sociales y sitio web facilitan que los clientes puedan acceder a información de los productos, crea una mayor vinculación con la marca, además de realizar las compras con un clic y recibirlos en la comodidad del hogar. Estas herramientas digitales ayudan al crecimiento de los negocios y los hace más competitivos. Por otro lado, para que funcione legalmente un negocio en El Salvador, no es necesario contar con un gran capital, para ello, inicialmente se puede inscribir como comerciante individual.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Fornos, M. (2017). *Administración Financiera 1: Una introducción*. (3ra ed). San Salvador, El Salvador: Ediciones Contables.

Sitios Web

BCR. (2021). *Balanza Comercial de Bienes según CIU Rev. 4*. Banco Central de Reserva de El Salvador. Recuperado el 06/09/2021, de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/?cdr=179&lang=es>

BCR. (2021). *Comercio Exterior*. Banco Central de Reserva de El Salvador. Recuperado 06/09/2021, de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/?cat=1012&lang=es>

BCR. (2021). *Producto Interno Bruto: Producción, Gasto e Ingreso - a Precios Corrientes*. Banco Central de Reserva de El Salvador. Recuperado 06 septiembre 2021, de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/?cdr=160&lang=es>

Banco Mundial. (2021). *El Salvador: panorama general*. Recuperado el 12/08/2021, de <https://www.bancomundial.org/es/country/elsalvador/overview#1>

Defensoría del Consumidor. (2020). *Encuesta de Hábitos de Consumo en el Marco del “Viernes Negro” Año 2020*. Antiguo Cuscatlán: Defensoría del Consumidor.

Defensoría del Consumidor. (2021). *Estado y desafíos de la protección al consumidor en el comercio electrónico en El Salvador, 2021*. Recuperado 19/05/2021, de

<https://www.defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2015/04/sd17.03.2021-Estudio-Comercio-electro%CC%81nico-observaciones.pdf>

Joma, S. (2021). En los primeros cuatro días del 2021 un total de 18 personas fallecieron en accidentes viales. *El Diario de Hoy*. Recuperado el 08/08/2021 de

<https://historico.elsalvador.com/historico/792663/victimas-accidentes-de-motocicletas-2021.html>

Tramites empresariales en línea (2022) *MiEmpresa.gob.sv*

<https://miempresa.gob.sv/ayuda/comerciante-individual/>

VMT. (2021). *Padrón Vehicular*. Viceministerio de Transporte. Recuperado 06/09/2021, de

https://www.transparencia.gob.sv/institutions/vmt/documents/estadisticas?utf8=%E2%9C%93&q%5Bname_or_description_cont%5D=padron&q%5Byear_cont%5D=&q%5Bdocument_category_id_eq%5D=

YiMinShum. (2021). *Situación digital, internet y redes sociales en El Salvador 2021*.

Recuperado el 19/05/2021, de <https://yiminshum.com/redes-sociales-el-salvador-2021/>

ANEXOS

ANEXO 1: Detalle de cálculos de gastos operativos fijos

Se sugiere una estimación mensual y luego proyectarlos de manera trimestral.

GASTOS OPERATIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES			TOTAL VALOR TRIMESTRAL
	MES 1	MES 2	MES 3	
Salario	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 900.00
Comisiones por venta	\$ 106.06	\$ 114.57	\$ 116.21	\$ 336.84
Comisiones x plataforma de pago	\$ 86.01	\$ 92.92	\$ 94.25	\$ 273.18
Viáticos	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 150.00
Internet y comunicación	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 240.00
Mantenimiento tienda en línea	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 150.00
Costo por envío de productos	\$ 94.92	\$ 108.48	\$ 108.48	\$ 311.88
Útiles de oficina	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 60.00
Promoción y publicidad	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 90.00
Empaque de productos	\$ 29.70	\$ 32.08	\$ 32.54	\$ 94.32
Depreciación	\$ 102.99	\$ 102.99	\$ 102.99	\$ 308.96
Total Gastos Operativos Fijos	\$ 949.68	\$ 981.04	\$ 984.46	\$ 2,915.18

ANEXO 2: Cálculo del punto de equilibrio

Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

Datos:

Gastos Operativos Fijos Anuales	
Salario	\$ 3,600.00
Comisiones por venta	\$ 1,513.40
Comisiones x plataforma de pago	\$ 1,227.36
Viáticos	\$ 600.00
Internet y comunicación	\$ 960.00
Mantenimiento tienda en línea	\$ 600.00
Costo por envío de productos	\$ 1,387.64
Útiles de oficina	\$ 240.00
Promoción y publicidad	\$ 360.00
Empaque de productos	\$ 423.75
Depreciación	\$ 1,235.85
Gastos Operativos Fijos Totales	\$ 12,148.00

Producto o Servicio	Ventas del Primer Año (unidades)	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución Unitario	Porcentaje de Participación	Margen de Contribucion Ponderado
Aceite 20W50	55	\$ 11.36	\$ 6.25	\$ 5.11	3.52%	\$ 0.18
Aceite 15W50	55	\$ 12.73	\$ 7.00	\$ 5.73	3.52%	\$ 0.20
Amortiguadores	57	\$ 58.00	\$ 35.50	\$ 22.50	3.65%	\$ 0.82
Baúles	41	\$ 23.64	\$ 13.00	\$ 10.64	2.62%	\$ 0.28
Cadena	44	\$ 21.82	\$ 12.00	\$ 9.82	2.82%	\$ 0.28
Candado para casco	42	\$ 5.91	\$ 3.25	\$ 2.66	2.69%	\$ 0.07
Candado disco de freno	42	\$ 5.91	\$ 3.25	\$ 2.66	2.69%	\$ 0.07
Carburador 125	40	\$ 12.73	\$ 7.00	\$ 5.73	2.56%	\$ 0.15
Carburador 200	38	\$ 16.36	\$ 9.00	\$ 7.36	2.43%	\$ 0.18
Cascos	81	\$ 54.55	\$ 30.00	\$ 24.55	5.19%	\$ 1.27
Chimpinilleras y rodilleras	41	\$ 21.82	\$ 12.00	\$ 9.82	2.62%	\$ 0.26
Cola de pato	39	\$ 7.27	\$ 4.00	\$ 3.27	2.50%	\$ 0.08
Deposito de gasolina	40	\$ 32.73	\$ 18.00	\$ 14.73	2.56%	\$ 0.38
Escapes	44	\$ 47.27	\$ 26.00	\$ 21.27	2.82%	\$ 0.60
Espejos retrovisores	45	\$ 9.55	\$ 2.40	\$ 7.15	2.88%	\$ 0.21
Estriberas	42	\$ 5.82	\$ 2.55	\$ 3.27	2.69%	\$ 0.09
Filtros de aire	56	\$ 5.45	\$ 3.00	\$ 2.45	3.59%	\$ 0.09
Forro de asiento	37	\$ 7.27	\$ 3.10	\$ 4.17	2.37%	\$ 0.10
Fundas protectoras	37	\$ 7.27	\$ 4.00	\$ 3.27	2.37%	\$ 0.08
Guantes	42	\$ 9.09	\$ 5.00	\$ 4.09	2.69%	\$ 0.11
Kit de cilindro	40	\$ 43.64	\$ 24.00	\$ 19.64	2.56%	\$ 0.50
Loderas	41	\$ 18.18	\$ 7.90	\$ 10.28	2.62%	\$ 0.27
Luces para moto	39	\$ 7.27	\$ 2.10	\$ 5.17	2.50%	\$ 0.13
Manecillas	39	\$ 7.27	\$ 4.00	\$ 3.27	2.50%	\$ 0.08
Manetas	41	\$ 23.64	\$ 13.00	\$ 10.64	2.62%	\$ 0.28
Pastillas para frenos	56	\$ 3.18	\$ 1.75	\$ 1.43	3.59%	\$ 0.05
Pecheras	40	\$ 21.82	\$ 8.50	\$ 13.32	2.56%	\$ 0.34
Pito para motocicleta	39	\$ 10.91	\$ 2.60	\$ 8.31	2.50%	\$ 0.21
Soporte matrícula	41	\$ 7.27	\$ 4.00	\$ 3.27	2.62%	\$ 0.09
Soporte para teléfono	42	\$ 7.64	\$ 4.20	\$ 3.44	2.69%	\$ 0.09
Stickers con luz	41	\$ 17.27	\$ 9.50	\$ 7.77	2.62%	\$ 0.20
Tapones de válvula	39	\$ 2.73	\$ 0.50	\$ 2.23	2.50%	\$ 0.06
Timón universal	41	\$ 21.82	\$ 8.75	\$ 13.07	2.62%	\$ 0.34
Trajes impermeables	27	\$ 21.82	\$ 12.00	\$ 9.82	1.73%	\$ 0.17
Bielas	45	\$ 55.00	\$ 35.00	\$ 20.00	2.88%	\$ 0.58
Visores	33	\$ 9.09	\$ 5.00	\$ 4.09	2.11%	\$ 0.09
Suma Margen de Contribución Combinado						\$ 8.96

$$\begin{array}{l}
 \text{Unidades} \\
 \text{Combinadas de} \\
 \text{Equilibrio}
 \end{array}
 = \frac{\text{Total Gastos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}}
 = \frac{\$ 12,148.00}{\$ 8.96}
 = \mathbf{1,356 \text{ unidades}}$$

Punto de equilibrio	Porcentaje de participación	Unidades de equilibrio
Aceite 20W50	3.52%	48
Aceite 15W50	3.52%	48
Amortiguadores	3.65%	49
Baúles	2.62%	36
Cadena	2.82%	38
Candado para casco	2.69%	36
Candado disco de freno	2.69%	36
Carburador 125	2.56%	35
Carburador 200	2.43%	33
Cascos	5.19%	70
Chimpinilleras y rodilleras	2.62%	36
Cola de pato	2.50%	34
Depósito de gasolina	2.56%	35
Escapes	2.82%	38
Espejos retrovisores	2.88%	39
Estriberas	2.69%	36
Filtros de aire	3.59%	49
Forro de asiento	2.37%	32
Fundas protectoras	2.37%	32
Guantes	2.69%	36
Kit de cilindro	2.56%	35
Loderas	2.62%	36
Luces para moto	2.50%	34
Manecillas	2.50%	34
Manetas	2.62%	36
Pastillas para frenos	3.59%	49
Pecheras	2.56%	35
Pito para motocicleta	2.50%	34
Soporte matrícula	2.62%	36
Soporte para teléfono	2.69%	36
Stickers con luz	2.62%	36
Tapones de válvula	2.50%	34
Timón universal	2.62%	36
Trajes impermeables	1.73%	23
Bielas	2.88%	39
Visores	2.11%	29
Total		1,356

Punto de equilibrio en unidades monetarias (Y):

$$Y = \text{Precio de venta} \times \text{Punto de equilibrio en unidades}$$

Datos:

Punto de equilibrio	Precio de venta	P.E en Unidades de Producto	P.E. en Unidades Monetarias
Aceite 20W50	\$ 11.36	48	\$ 542.50
Aceite15W50	\$ 12.73	48	\$ 607.60
Amortiguadores	\$ 58.00	49	\$ 2,869.58
Baúles	\$ 23.64	36	\$ 841.16
Cadena	\$ 21.82	38	\$ 833.27
Candado para casco	\$ 5.91	36	\$ 215.42
Candado disco de freno	\$ 5.91	36	\$ 215.42
Carburador 125	\$ 12.73	35	\$ 441.89
Carburador 200	\$ 16.36	33	\$ 539.73
Cascos	\$ 54.55	70	\$ 3,834.95
Chimpinilleras y rodilleras	\$ 21.82	36	\$ 776.46
Cola de pato	\$ 7.27	34	\$ 246.19
Depósito de gasolina	\$ 32.73	35	\$ 1,136.28
Escapes	\$ 47.27	38	\$ 1,805.43
Espejos retrovisores	\$ 9.55	39	\$ 372.84
Estriberas	\$ 5.82	36	\$ 212.11
Filtros de aire	\$ 5.45	49	\$ 265.13
Forro de asiento	\$ 7.27	32	\$ 233.57
Fundas protectoras	\$ 7.27	32	\$ 233.57
Guantes	\$ 9.09	36	\$ 331.42
Kit de cilindro	\$ 43.64	35	\$ 1,515.04
Loderas	\$ 18.18	36	\$ 647.05
Luces para moto	\$ 7.27	34	\$ 246.19
Manecillas	\$ 7.27	34	\$ 246.19
Manetas	\$ 23.64	36	\$ 841.16
Pastillas para frenos	\$ 3.18	49	\$ 154.66
Pecheras	\$ 21.82	35	\$ 757.52
Pito para motocicleta	\$ 10.91	34	\$ 369.29
Soporte matrícula	\$ 7.27	36	\$ 258.82
Soporte para teléfono	\$ 7.64	36	\$ 278.39
Stickers con luz	\$ 17.27	36	\$ 614.70
Tapones de válvula	\$ 2.73	34	\$ 92.32
Timón universal	\$ 21.82	36	\$ 776.46
Trajeras impermeables	\$ 21.82	23	\$ 511.33
Bielas	\$ 55.00	39	\$ 2,148.28
Visores	\$ 9.09	29	\$ 260.40
Total			\$ 26,272.33

ANEXO 3: Artes gráficas para los post en redes sociales del negocio





ANEXO 4: Fotografía de los integrantes



Los integrantes de izquierda a derecha, Elena Rochac, Juan José Rodas y Margoth Flores.

ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto

Se presentan las cotizaciones que corresponden al presupuesto de equipo, herramientas, insumos y materiales iniciales colocados en este plan de negocios.

Cotización del equipo de oficina



Silla eiffel negra

Precio
\$31.90
Regular: \$31.90
Código EPA: 0926059

Soporta 150 kg (330 lb).

Cantidad



Escritorio 120x60x70cm melamina

Precio
\$49.00
Regular: \$49.00
Código EPA: 0910067

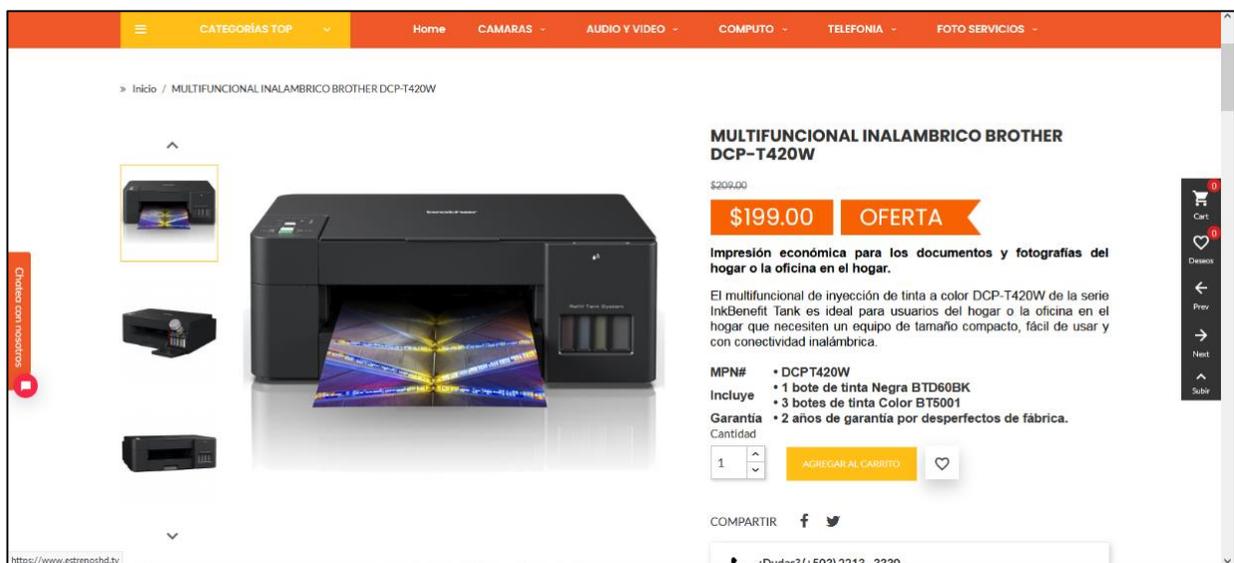
Cantidad



DELL
Dell Laptop Inspiron 15 3501/ Intel UHD graphics Intel Core i3 / N73D1
EN STOCK UPC 457543600011

~~\$629.00~~
\$459.00

FacilitOferta



MULTIFUNCIONAL INALAMBRICO BROTHER DCP-T420W

\$209.00

\$199.00 OFERTA

Impresión económica para los documentos y fotografías del hogar o la oficina en el hogar.

El multifuncional de inyección de tinta a color DCP-T420W de la serie InkBenefit Tank es ideal para usuarios del hogar o la oficina en el hogar que necesitan un equipo de tamaño compacto, fácil de usar y con conectividad inalámbrica.

MPN# • DCPT420W
Incluye • 1 bote de tinta Negra BTD60BK
• 3 botes de tinta Color BT5001
Garantía • 2 años de garantía por desperfectos de fábrica.

Cantidad

1 AGREGAR AL CARRITO

COMPARTIR

¿Dudas? (+503) 2213 - 3330

Cotización de servicios e insumos necesarios para el proyecto.

Personas ▼ Portal de Denuncias

claro 🔍 ☰

Internet Fibra Óptica

20 Megas
\$ 30.00 al mes

- 20 Megas
- Claro Video incluido
- Llamadas ilimitadas a todos los Claro en Centroamérica
- Teléfono fijo Inalámbrico

Terminos y condiciones Chat Claro

Ver detalles 🔗

20 Megas | al mes
\$30.00 Solicitar >

Estante Dexion de 5 anaqueles fondo 40cm

Precio: \$ 85.00 Cantidad: - 1 +



DESCRIPCIÓN

Estante metalico de 05 niveles Compuesto de Anaqueles fabricados con lamina de acero calibre 1/32" y paralelos de ángulos ranurados calibre 1/16" Estos son sometidos a tratamiento especial de limpieza y desengrase, más un "Proceso de Fosfatización" para una perfecta adhesión de la pintura electrostática (fluido de polvo seco) curado o secado al horno, con lo que se obtienen excelentes resultados tanto en términos de acabado como en sellado hermético.

Medidas: Altura 2.00m frente o ancho 0.91m Profundidad 0.40m Capacidad de carga de 220 libras por anaquel

Wompi | BancoAgrícola

Producto: Caja Para Galones - 4 Galones

Precio: \$1.60 ~~\$1.55~~

Cantidad: - 90 +

Subtotal: \$144.00 ~~\$139.68~~

Producto: Cajas Pequeñas - 32.2 Cm * 24 Cm * 15 Cm

Precio: \$0.85 ~~\$0.82~~

Cantidad: - 105 +

Subtotal: \$89.25 ~~\$86.57~~

Código de cupón

APLICAR CUPÓN 🔄

ACTUALIZAR CARRITO

publiexport.com/shop/product/bolsa-ecologica-mod-3200-201?category=136&pr + 71 ⋮

Todos los productos

TEXTILES

Camisetas de algodón Cuello Redondo <

Camisetas de algodón Cuello V



Bolsa Ecológica Mod. 3200

Ref: 0000296
Precios Incluyen IVA
Existencias Totales: 7,657

Atributo	Color	Existencias	Precio IVA incluido	Cantidad	Subtotal
Azul	<input type="checkbox"/>	1,707	\$ 0.40	- 500 +	\$ 200.00
Royal	<input type="checkbox"/>				

Costos de inscripción como empresa por primera vez (persona natural)

	MiEmpresa.gob.sv trámites empresariales en línea	Costo de la inscripción Fecha de impresión 15/3/2022 21:56:38
Matrícula de empresa		91.43 \$
Por el establecimiento principal		34.29 \$
Total de costos:		125.72 \$

Nota: A los costos de inscripción se le suma \$17.14 por depósito de Balance Inicial en CNR, en total son \$142.86

Cuadro resumen de proveedores consultados:

Nombre del Proveedor	Tipo / Giro	Dirección y Teléfono	Nombre del vendedor o contacto
Ferretería EPA	Ferretería	Soyapango, 2536-4400	Vta. en línea
La Curacao	Productos electrónicos	San Salvador, 2209-1132	Vta. en línea
RAF	Productos electrónicos	San Salvador, 2213-3330	Vta. en línea
stanter.net	Mueblería para oficina	San Salvador, 2200-5185	Vta. en línea
Claro	Comunicaciones	San Salvador, 2250-5500	Vta. en línea
D'empaque	Empaques de cartón	Santa Tecla, 6055-1992	Vta. en línea
Publiexport	Promocionales	San Salvador, 2520-3855	Vta. en línea