

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

TEMA
**DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:
BUS ON TIME**

PRESENTADO POR:

| | |
|--------------------------------|--------|
| RAMÍREZ MALDONADO JORGE DANILO | L10804 |
| RODAS ARTIGA HUGO ANTONIO | L10804 |
| SANTOS GUEVARA SELENY ROSIBEL | L10804 |

MARZO, 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADEMICO: DR. RAÚL ERNESTO AZCUNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL: MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA: LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
**COORDINADOR GENERAL
DE PROCESO DE GRADO:** 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: LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. HENRY EDWARD HERNÁNDEZ AYALA
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA
LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ

MARZO 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por permitirme culminar una etapa retadora, realizada con gran esfuerzo, sacrificio, coraje y persistencia. Gracias a mi mamá Marisol Maldonado por su amor incondicional y enseñarme el valor del sacrificio; a mi papá Alex Ramírez por enseñarme el valor del trabajo. Infinitas gracias a Brenda Castillo por ser un pilar importante en mi vida, quien además me aconsejó para prepararme para cada oportunidad, agradezco a Ena Pineda, mi tía, quien me apoyo en mis estudios, a mis hermanos, familia y amigos quienes me animaron a seguir adelante. Reconocer a mi equipo por dar la milla extra y a los licenciados de este proceso por compartirnos de sus conocimientos.

Jorge Danilo Ramírez Maldonado

Primeramente quisiera dar las gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta acá sin él nada de esto hubiese sido posible, de igual manera quisiera dar las gracias a mi madre Aracely de Rodas, mi padre Hugo Rodas, mi abuela Nibia Cea, mi tío Luis Rodas que siempre estuvieron apoyando y animando en este largo proceso, mi abuela Margarita de Rodas y mi abuelo Pedro de Paz que desde el cielo me ven orgullosos por verme culminar este triunfo, a todos mi amigos y personas que estuvieron ahí apoyándome, a mi grupo de Pre especialización por su esfuerzo y profesionalismo, a los catedráticos que se esforzaron por enseñarnos y formar buenos profesionales.

Hugo Antonio Rodas Artiga

En primer lugar, dar gracias a Dios por la oportunidad de culminar esta etapa fundamental para mi desarrollo profesional, a mi familia que sin duda ha sido un pilar que me ha sostenido durante todo el proceso, y a cada una de las personas que de una u otra forma han sido parte de esta trayectoria. Ha sido un proceso largo con altos y bajos pero cada uno de ellos ha dejado una marca que me permitió desarrollarme como estudiante y como persona. Las palabras se quedan cortas para expresar lo agradecida que estoy con la vida por las oportunidades que me ha presentado, por mi familia, mis amigos y personas que me han apoyado.

Seleny Rosibel Santos Guevara

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN EJECUTIVO..... | i |
| INTRODUCCIÓN..... | ii |
| PLAN DE NEGOCIOS..... | 1 |
| 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | 2 |
| 1.1. Nombre del Negocio | 2 |
| 1.2. Integrantes | 3 |
| 1.3. Información General de la Institución Educativa | 3 |
| 2. Marco Estratégico | 4 |
| 2.1. Descripción del negocio | 7 |
| 2.2. Descripción de los productos o servicios | 8 |
| 2.3. Estrategias a implementar | 8 |
| 2.4. Ventaja Competitiva..... | 9 |
| 2.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) | 11 |
| 3. PLAN ORGANIZACIONAL..... | 13 |
| 3.1. Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's)..... | 13 |
| 3.2. Estructura organizativa de la empresa..... | 15 |
| 3.3. Organización de gestión..... | 15 |
| 3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas..... | 17 |
| 3.5. Proceso administrativo..... | 17 |
| 3.6. Proceso de producción..... | 17 |
| 3.7. Procesos de recursos humanos..... | 18 |
| 3.8. Identificación y características de proveedores..... | 18 |
| 3.9. Distribución en planta..... | 20 |
| 3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo | 20 |
| 4. PLAN DE MERCADEO | 21 |
| 4.1. Resultados de la investigación de mercado..... | 21 |
| 4.2. Análisis de la situación..... | 30 |
| 5. PLAN DE VENTAS | 38 |
| 8.1. Ciclo de Ventas | 40 |
| 8.2. Proyección de Ventas..... | 44 |
| 6. PLAN FINANCIERO | 48 |
| 6.1. Plan de Inversión..... | 48 |
| 6.2. Estructura de costos..... | 50 |
| 6.3. Flujo de efectivo..... | 53 |

| | |
|--|----|
| 6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio..... | 54 |
| 6.5. Estado de Resultados proyectado..... | 57 |
| 7. PLAN DE TRABAJO | 59 |
| 8. PLAN DE CONTINGENCIA..... | 61 |
| CONCLUSIONES | 67 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 68 |
| ANEXOS | 70 |

ÍNDICE DE TABLA

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Integrantes del equipo | 3 |
| Tabla 2 Información General de Institución Educativa..... | 3 |
| Tabla 3 Foda, variables de bus on Time..... | 11 |
| Tabla 4 Análisis FODA cruzado | 13 |
| Tabla 5 Resumen de las características Emprendedoras | 14 |
| Tabla 6 Organización de Gestión | 15 |
| Tabla 7 Características de proveedores | 18 |
| Tabla 8 Requerimientos, Maquinaria y equipo | 20 |
| Tabla 9 Tiempo invertido al uso de apps | 21 |
| Tabla 10 Tiene acceso diario a internet | 22 |
| Tabla 11 Utiliza transporte colectivo | 23 |
| Tabla 12 Le gustaría una aplicación para transporte colectivo | 24 |
| Tabla 13 Disposición por pago por aplicación | 25 |
| Tabla 14 Precio por aplicación | 26 |
| Tabla 15 Publicidad en aplicación | 28 |
| Tabla 16 Uso de transporte colectivo | 29 |
| Tabla 17 Analisis de la competencia | 31 |
| Tabla 18 Servicios a ofrecer | 32 |
| Tabla 19 Mercado Objetivo | 32 |
| Tabla 20 Perfil del consumidor | 33 |
| Tabla 21 Fortaleza y oportunidad de los servicios | 33 |
| Tabla 22 Marketing Mix | 34 |
| Tabla 23 Cronograma de actividades | 37 |
| Tabla 24 Comisión por ventas | 39 |
| Tabla 25 Cantidad de rutas de buses por departamento | 40 |
| Tabla 26 Cantidad empresas por tamaño 2021 | 41 |
| Tabla 27 Estimación de cantidad de comercios a afiliar | 45 |
| Tabla 28 Proyección de ventas | 46 |
| Tabla 29 Proyección de ventas años 2,3,4 y 5..... | 47 |
| Tabla 30 Financiamiento..... | 48 |
| Tabla 31 Total de inversión..... | 49 |

| | |
|---|----|
| Tabla 32 Cuota de préstamo..... | 49 |
| Tabla 33 Estructura de costos..... | 50 |
| Tabla 34 Costo anual por colaboradores | 51 |
| Tabla 35 Gasto Administrativo | 51 |
| Tabla 36 Gasto de venta..... | 52 |
| Tabla 37 Gasto operativo | 52 |
| Tabla 38 Flujo de efectivo proyectado..... | 53 |
| Tabla 39 Indicadores de rentabilidad | 55 |
| Tabla 40 Punto de equilibrio | 55 |
| Tabla 41 Ingreso de equilibrio | 56 |
| Tabla 42 Estado de Resultado Proyectado año 1 | 57 |
| Tabla 43 Estado de Resultado Proyectado año 2,3,4 y 5 | 58 |
| Tabla 44 Plan de trabajo..... | 59 |
| Tabla 45 Cronograma de Actividades | 61 |
| Tabla 46 Matriz de siniestros | 64 |
| Tabla 47 Plan de continuidad..... | 65 |
| Tabla 48 Plan de acción | 66 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: FODA cruzado..... | 12 |
| Figura 2: Estructura organizativa de la empresa | 15 |
| Figura 3: Distribución de planta..... | 20 |
| Figura 4: Tiempo invertido en uso de apps | 22 |
| Figura 5: Tiene acceso diario a internet | 23 |
| Figura 6: Frecuencia del uso de transporte colectivo | 24 |
| Figura 7: Aplicación para transporte colectivo | 25 |
| Figura 8: Disposición por pago por aplicación | 26 |
| Figura 9: Precio por aplicación | 27 |
| Figura 10: Publicidad en aplicación..... | 28 |
| Figura 11: Uso de transporte colectivo | 29 |
| Figura 12: Logo Bus On Time | 35 |
| Figura 13: Indicadores de rentabilidad..... | 54 |
| Figura 14: Indicadores de rentabilidad porcentual | 54 |
| Figura 15: Punto de equilibrio..... | 56 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar una herramienta que permita a las personas saber cuál es el recorrido, paradas autorizadas y horarios de microbuses en el área de San Salvador a través de una aplicación móvil, con la finalidad de facilitar el abordaje de las unidades de transporte a las personas.

Según datos del Viceministerio de Transporte el 70% de la población nacional utiliza el transporte colectivo, dada la relevancia que tiene este tema se planteó la idea de diseñar una aplicación que permitiera facilitar el abordaje de las unidades de transporte. El acceso a esta herramienta será a través de internet y será necesario que el usuario cuente con un teléfono inteligente donde le permita descargar aplicaciones y navegar en internet. Para la ejecución de este proyecto se desarrollaron una serie de capítulos en los que se abordan temáticas esenciales para poder llevarlo a cabo. Cada uno ha sido analizado y se han considerado factores que darán paso al perfeccionamiento del mismo. Se planteó la idea en vista del gran número de personas que hace uso del transporte público que en su mayoría son empleados.

Son muchos los factores que favorecen la idea, algunos de ellos son el uso indispensable del internet, el auge de la tecnología y la diversidad de gestiones y actividades que pueden desarrollarse desde un teléfono móvil. El éxito del negocio dependerá en gran medida del esfuerzo y dedicación que se le asigne a la mejora de cada uno de los puntos que lo conforman y a la mejora continua de aquellos factores negativos que se presenten en la ejecución.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el transporte público se ha convertido en una de las formas claves de asegurar el acceso de las personas a las oportunidades que ofrece la ciudad. A diferencia de otros medios de transporte particulares, el transporte público representa un peso monetario reducido, por esta razón muchos individuos optan por hacer uso de este medio y gracias a las bajas tarifas se ha convertido de los más utilizados en el área urbana del país.

En El Salvador gran parte de la población hace uso del transporte público, y la gran mayoría de esta ha experimentado situaciones complejas al momento del abordaje de las unidades de transporte, por ejemplo, no conocen las paradas y rutas autorizadas por la entidad correspondiente, y esta situación es aún más compleja para aquellas personas que han tenido que migrar internamente. A partir del análisis de la situación, surgió la idea de crear una herramienta que permitiera a las personas consultar la información acerca del recorrido, horario y paradas autorizadas de la unidad o ruta de transporte de su interés en el área de San Salvador.

En el documento se analizan diversidad de factores que dan paso a conformar el emprendimiento digital, en el cual se establecen los puntos de partida para la puesta en marcha del proyecto. Algunos de los elementos importantes que forman parte de la estructura teórica son: la descripción de la idea de negocio, marco estratégico y una serie de planes que fundamentaran la ejecución como lo son el plan organizacional, de mercadeo, de ventas, financiero, de trabajo y el plan de contingencia.

PLAN DE NEGOCIOS



Nombre de la empresa:

BUS ON TIME S.A. de C.V

Nombre comercial:

BUS ON TIME

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Dar a conocer al usuario del transporte público las paradas asignadas por el Viceministerio de Transporte y la frecuencia de horario en que la ruta 44 (microbuses) transita por dichas paradas, cabe mencionar que el recorrido de la ruta antes mencionada iniciaría en la Colonia Santísima Trinidad y finalizará su recorrido en Urbanización Madre Selva (boulevard orden de Malta), no está de más decir que se tomará en cuenta el retorno por las paradas asignadas por el Viceministro de Transporte desde Urbanización Madre Selva (Boulevard orden de mala) hacia colonia Santísima Trinidad.

1.1. Nombre del Negocio

Nombre del negocio: BUS ON TIME

Nombre del representante de la empresa: Jorge Danilo Ramírez Maldonado.

Razón social: BUSONTIME S.A. de C.V.

Giro del negocio: Servicios de transporte

Ubicación: San Salvador, San Salvador, El Salvador.

1.2. Integrantes

Tabla 1

Integrantes del equipo

| Nombre Completo | Sexo | | Fecha de nacimiento | Domicilio | Teléfono | E-mail | Especialidad |
|-----------------------------------|------|---|---------------------|--------------|----------|--------------------|--|
| | F | M | | | | | |
| Ramírez Maldonado Jorge Danilo | | X | 10 octubre 1995 | San Salvador | 78195022 | Rm14082@ues.edu.sv | Desarrollo de modelos de negocio digital |
| Rodas Artiga Hugo Antonio | X | | 07 febrero 1992 | Cojutepeque | 76510132 | ra09106@ues.edu.sv | Desarrollo de modelos de negocio digital |
| Santos Guevara Seleny Rosibel | X | | 02 diciembre 1996 | San Miguel | 72598732 | sg15025@ues.edu.sv | Desarrollo de modelos de negocio digital |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

1.3. Información General de la Institución Educativa

Tabla 2

Información General de Institución Educativa

| | |
|----------------------------------|--|
| Nombre de la Institución: | Universidad De El Salvador |
| Especialidad: | Desarrollo De Modelos De Negocio Digital |
| Municipio: | San Salvador |
| Departamento: | San Salvador |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

2. Marco Estratégico

MISIÓN

Desarrollar una herramienta práctica y útil que facilite a los usuarios del transporte público el abordaje de las unidades en puntos específicos y autorizados.

VISIÓN

Ser una herramienta referente y líder a nivel nacional que provea información de la mayoría de las rutas que circulan en el área metropolitana de San Salvador.

OBJETIVOS

General

Diseñar una herramienta digital con el recorrido, frecuencia y paradas de buses que realiza la ruta de microbuses cuarenta y cuatro (MB44) desde la Colonia Santísima Trinidad, Ayutuxtepeque, San Salvador y hasta Urbanización Madre Selva (boulevard orden de Malta), Antiguo Cuscatlán, La Libertad y viceversa.

Específico

Brindar al usuario una percepción clara del tiempo y ubicación en que puede abordar una unidad del transporte colectivo, de los microbuses de la ruta 44 en el recorrido que realiza dicha ruta.

Registrar en una base de datos la cantidad de unidades de microbuses de la ruta 44 que circulan diariamente.

Determinar los horarios en que las unidades de microbuses de la ruta 44 pasan por las diferentes paradas autorizadas por el VMT para su recorrido.

Establecer la herramienta web en la cual se estará diseñando la aplicación para su funcionalidad.

METAS

Garantizar la los tiempos de recorrido de las unidades de microbuses de la ruta 44, independientemente de los inconvenientes de cada una de ellas o el entorno en general.

Promover el uso del transporte colectivo, en la población salvadoreña para reducir el impacto ambiental con el uso de automóviles.

Crear entornos seguros y confiables en el uso del transporte colectivo mediante la aplicación Bus On Time, a través de la cultura de alertas en la aplicación.

VALORES

Confiabilidad

Compromiso

Honestidad

Inmediatez

Seguridad

PRINCIPIOS

Cultura de innovación

Las mejores tecnologías y la innovación constante, deberá ir de la mano con la actualización constante y en tiempo real para brindar al usuario la exactitud de cada recorrido de las unidades de microbuses.

Cultura de medio ambiente

Impulsar el uso del transporte colectivo para reducir el impacto ambiental por los gases emitidos por los automóviles.

Comprometidos con la sociedad

Perfeccionar los tiempos y rutas en los mapas de Bus On time, a través de la mejora continua por medio de la notificación de los usuarios sobre las actividades del entorno, buscando alcanzar la excelencia en beneficio y satisfacción de nuestros usuarios.

2.1. Descripción del negocio

Dar a conocer al usuario del transporte público las paradas asignadas por el Viceministerio de Transporte y la frecuencia de horario en que la ruta 44 (microbuses) transita por dichas paradas, cabe mencionar que el recorrido de la ruta antes mencionada iniciaría en la Colonia Santísima Trinidad y finalizará su recorrido en Urbanización Madre Selva (boulevard orden de Malta), no está de más decir que se tomará en cuenta el retorno por las paradas asignadas por el Viceministro de Transporte desde Urbanización Madre Selva (Boulevard orden de mala) hacia colonia Santísima Trinidad.

Esta aplicación será diseñada para personas que habitan San Salvador, personas del interior del país, personas extranjeras o personas que no están familiarizadas con el recorrido de dicha ruta y que de alguna manera la podrían utilizar para llegar a un lugar en específico.

Dicho proyecto se llevaría a cabo, mediante la implementación de una aplicación o app llamada “Bus on time”, dicha aplicación nos permitirá conocer la frecuencia de salida de los microbuses de la ruta 44 y el horario promedio en el cual la ruta pasaría por paradas establecidas por el Viceministerio de Transporte, para utilizar dicha aplicación se requerirá un acceso a datos móviles o conexión Wi-Fi. El acceso a internet no sería un obstáculo para la utilización de dicha aplicación puesto que el uso de datos móviles o recarga de datos ya se puede considerar como un elemento de la canasta básica o de uso permanente y necesario en el diario vivir de las personas que habitan en San Salvador y sus alrededores.

2.2. Descripción de los productos o servicios

Bus On Time, es una aplicación de uso móvil, que permitirá dar a conocer al usuario del transporte público las paradas asignadas por el Viceministerio de transporte y la frecuencia de horario en que la ruta 44 (Microbuses) transita por dichas paradas, cabe mencionar que el recorrido de la ruta antes mencionada iniciara en la Colonia Santísima Trinidad y finalizara su recorrido en la Urbanización Madre Selva (boulevard orden de malta), dicha aplicación nos permitirá conocer el horario de salida de los microbuses de dicha ruta y el horario promedio en el cual la ruta pasaría por las parada establecidas por el Viceministerio.

Para el uso de dicha aplicación, se requerirá acceso a internet, ya sea datos móviles o WI-fi para conocer el horario de arribo promedio a las paradas de buses ya pre establecidas por el Viceministerio de Transporte, la aplicación será diseñada para usuarios de móviles con sistema Android y IOS.

2.3. Estrategias a implementar

Llega rápido, llega seguro

Atraer visitantes a nuestro sitio web, conseguir visibilidad de marca o interacciones y de esta manera poder dar a conocer nuestra propuesta de valor.

TÁCTICAS A IMPLEMENTAR

- Publicidad mediante redes sociales.
- Convenio con la ruta 44 para implementación de Mupis en paradas de autobuses y microbuses de la ruta 44 y publicidad en los buses.
- Crear un video del producto.
- Ofrecer promoción de precios los primeros 3 meses.
- Crear una landing page.
- Optimizar la aplicación mediante Beta Teaster
- Crear un blog.
- Email marketing.

2.4. Ventaja Competitiva

La aplicación móvil que se pretende diseñar busca facilitar una de las muchas actividades que las personas a diario realizan; proveer de información acerca del recorrido de la ruta de transporte de su interés a través de un dispositivo móvil. Si bien es cierto en la actualidad existen herramientas tecnológicas que facilitan en gran medida la vida de las personas, Bus On Time ingresara como una aplicación innovadora que siendo comparable con otras aplicaciones tiene ciertos atributos o características que permitirán que sea percibido por el público de interés como diferenciadora.

El desarrollo de una aplicación en términos generales se puede decir que es una tarea compleja puesto que, se toman en cuenta muchos factores, por ejemplo; conectividad, sincronización de datos, soporte y elementos específicos de la plataforma misma. El hecho de que el desarrollo de una aplicación como tal tenga cierto grado de complejidad, le brinda una ventaja competitiva dado que sus características son difíciles de imitar al menos en un corto periodo de tiempo y de manera económica.

Diferenciación

Actualmente en el país no hay una aplicación móvil que permita conocer los elementos que Bus On Time mostrará los cuales son: Las paradas de buses autorizadas, el horario y el tiempo estimado de trayecto de las unidades, esto le brinda una característica de diferenciación dado que aplicaciones similares sus características están basadas en la localización del individuo.

Innovación.

Al ser una herramienta tecnológica está abierta a las múltiples posibilidades de innovar y mejorar constantemente, aprovechando la data que la misma aplicación proveerá.

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

Tabla 3

FODA, Variables de Bus On Time

| BUS ON TIME | |
|---|--|
| FORTALEZA | OPORTUNIDAD |
| Acceso a Internet | Avance de la tecnología |
| Uso masivo de Smartphone | Migración interna y extranjera |
| Alto número de usuarios de la ruta | Frecuencia de rutas |
| Amplio recorrido de la ruta | Aumento del uso de transporte público |
| Recorrido por lugares de referencia | Bajas tarifas en el transporte |
| DEBILIDAD | AMENAZA |
| Bajos recursos financieros | Tráfico pesado |
| Mal estado de las unidades de transporte | Alto costo de herramientas tecnológicas actualizadas |
| Disponibilidad solo con acceso a datos móviles Wi-fi. | Ritmo acelerado de innovación en el sector tecnológico |
| Marca desconocida | Poca capacidad de inversión |
| El servicio no es para el 100% de las rutas del área. | Nuevos competidores |

Fuente: Adaptado y Elaborado por equipo de trabajo

| BUS ON TIME | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|----|--|-------------------------|-------------------|---------------------|---------------------------------------|---------------|--------------------------|--|--|-----------------------------|---------------------|------|------|
| | | | OPORTUNIDADES | | | | | AMENAZAS | | | | | | |
| | | | Avance de la tecnología | Migracion interna | Frecuencia de rutas | Aumento del uso de transporte público | Bajas tarifas | Trafico pesado | Alto costo de herramientas tecnologicas actualizadas | Ritmo acelerado de innovacion en el sector tecnologico | Poca capacidad de inversion | Nuevos competidores | | |
| | | | O1 | O2 | O3 | O4 | O5 | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | |
| FORTALEZAS | F1 | Acceso a Internet | <i>PARES DE ÉXITO</i> | | | | | <i>PARES DE REACCIÓN</i> | | | | | | |
| | F2 | Uso masivo de Smarphones | | | | | | | | | | | | |
| | F3 | Alto numero de usuarios de la ruta | | | | | | | | | | | F3O2 | |
| | F4 | Amplio recorrido de la ruta | | | | | | | | | | | F4O5 | F4A1 |
| | F5 | Recorrido por lugares de referencia | | | | | | | | | | | | |
| DEBILIDADES | D1 | Bajos recursos financieros | <i>PARES DE</i> | | | | | <i>PARES DE RIESGO</i> | | | | | | |
| | D2 | Mal estado de unidades | | | | | | | | | | | | |
| | D3 | Disponibilidad solo con acceso a datos moviles o | | | | | | | | | | | D3O1 | |
| | D4 | Marca desconocida | | | | | | | | | | | D4O2 | D4A3 |
| | D5 | El servicio no es para el 100% de las rutas del area | | | | | | | | | | | D1A4 | |

Figura 1: FODA cruzado
 Fuentes: Elaborado por equipo de trabajo

Tabla 4

Análisis FODA cruzado

| INTERNO | | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|----------------------|--|---|--|
| EXTERNO | | Estrategias FO | Estrategias DO |
| OPORTUNIDADES | | Potenciar el número de usuarios de la ruta gracias al desplazamiento de personas de los diferentes departamentos hacia la capital | Resaltar el uso del internet como un medio de mantenerse informado y actualizado de los avances tecnológicos que facilitan las actividades cotidianas. |
| | | Destacar el amplio trayecto que realiza la ruta a cambio de una tarifa baja | Aprovechar las nuevas tecnologías y sus herramientas para divulgar el concepto y propuesta de valor de la aplicación a los nuevos usuarios del transporte público. |
| AMENAZAS | | Estrategias FA Aprovechar el auge del internet para estar a la vanguardia de las actualizaciones en el sector. | Estrategias DA Búsqueda de socios para poder disponer de mayores recursos financieros. |
| | | Promocionar el uso del transporte público para reducir la circulación de vehículos particulares y disminuir el tráfico. | Impulsar la marca y uso de la aplicación a través de medios digitales gratuitos. |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

3. PLAN ORGANIZACIONAL

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

Tabla 5

Resumen de las características Emprendedoras

| N° | NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO | Búsqueda de Información | Creatividad | Toma de Decisiones | Toma de Riesgos | Motivación y Liderazgo | Redes de Apoyo | Planificación y Perseverancia | Cumplimiento de metas | Comunicación |
|----|--------------------------------------|-------------------------|-------------|--------------------|-----------------|------------------------|----------------|-------------------------------|-----------------------|--------------|
| 1 | Ramírez Maldonado Jorge Danilo | | X | x | X | | | X | X | X |
| 2 | Rodas Artiga Hugo Antonio | | | X | X | X | X | X | X | X |
| 3 | Santos Guevara Seleny Rosibel | x | | | | | X | X | X | |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

Jorge Danilo Ramírez Maldonado ha demostrado habilidades de creatividad, con mucho poder de decisión, así como toma de riesgos, siendo perseverante logra cumplir las metas y posee buena comunicación con el equipo.

Rodas Artiga Hugo Antonio ha demostrado un buen liderazgo, motivando al equipo, tomando buenas decisiones y arriesgando, tiene gran sentido de planificación y organización, es perseverante orientado al resultado por metas y es buen comunicador con las ideas.

Seleny Rosibel Santos Guevara ha demostrado unas excelentes habilidades en la búsqueda de la información, tiene una buena conexión personal posee en gran medida redes de apoyo es perseverante y siempre cumple con sus objetivos y metas trazadas.

3.2. Estructura organizativa de la empresa.

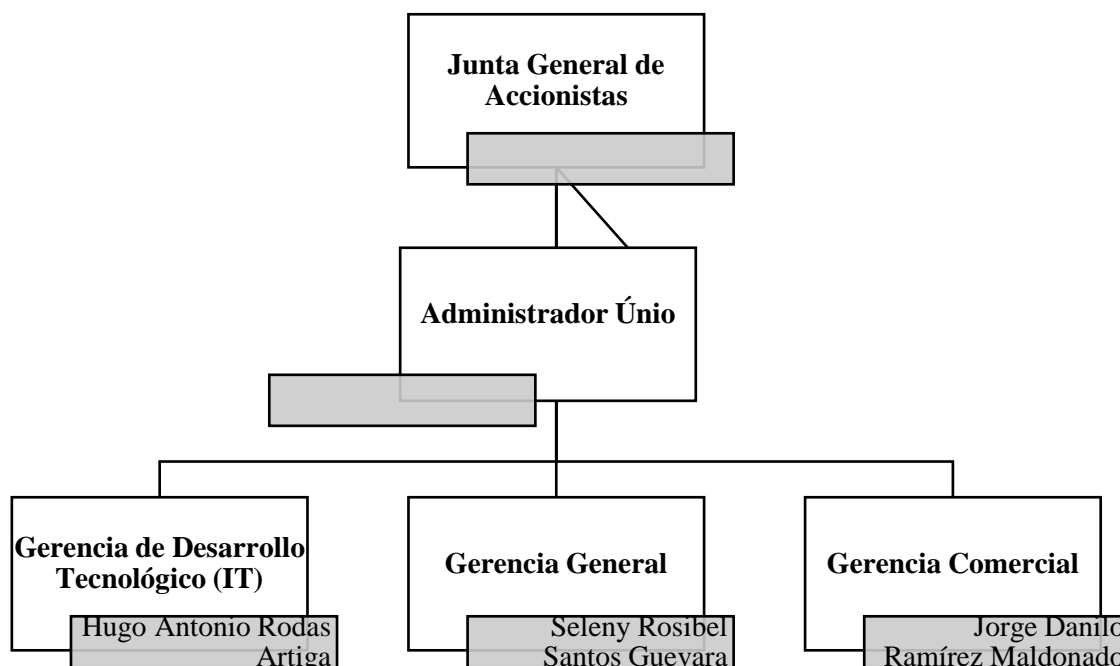


Figura 2: Estructura organizativa de la empresa
Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

3.3. Organización de gestión.

Tabla 6

Organización de Gestión

| Área de gestión | Responsabilidades | Habilidades requeridas | Cantidad de personas | ¿Quién lo hará? |
|------------------------------|---|--|----------------------|--|
| Junta General de Accionistas | - Toma de decisiones generales para el beneficio colectivo de la sociedad | - Liderazgo - Capacidad analítica - Toma de decisiones | 3 | Seleny Rosibel Santos Guevara Jorge Danilo Ramírez Maldonado Hugo Antonio Rodas Artiga |
| Administrador Único | - Aplicación de Leyes - Representación de la Sociedad | - Conocimiento de Leyes y su aplicación - Liderazgo | 1 | Jorge Danilo Ramírez Maldonado |

| | | | | |
|--------------------|---|--|---|--------------------------------|
| Gerencia General | <ul style="list-style-type: none"> - Planificación, organización y supervisión. - Administración de los recursos de la compañía - Conducción estratégica de la organización <ul style="list-style-type: none"> - Toma de decisiones. - Supervisar el flujo de dinero que entra y sale de la empresa. - Plantear soluciones para maximizar ganancias. - Garantizar el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la compañía. | <ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Capacidad analítica - Dominio de expresión oral y escrita. - Compromiso con la organización. - Autocontrol - Capacidad de negociación - Buen manejo de lenguaje numérico. <ul style="list-style-type: none"> - Manejo de herramientas colaborativas. - Capacidad de negociación | 1 | Seleny Rosibel Santos Guevara |
| Gerencia de IT | Mantenimiento de la aplicación | Manejo de Excel Conocimientos acerca de páginas web | 1 | Hugo Antonio Rodas Artiga |
| | Supervisión de sistemas | Manejo de JavaScript, Ruby Manejo de C/C++, SQL | | |
| | Alertas y actualizaciones a la aplicación | Proactivo Trabajar bajo presión Adaptabilidad | | |
| Gerencia Comercial | Atención al cliente | Proactivo Facilidad de comunicación Trabajo bajo presión Asertivo | 1 | Jorge Danilo Ramírez Maldonado |
| | Mercadeo y Ventas | Inteligencia Emocional Manejo de Excel Liderazgo Capacidad analítica Y estratégica Uso de redes sociales Manejo de campañas en RRSS | | |
| | Diseño Gráfico | SEO Y SEM GOOGLE Creativo Proactivo Excelente ortografía Manejo de paquete ADOBE | | |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

3.4. Proceso de Mercadeo y Ventas

Más que un proceso de mercadeo y ventas, se llevará a cabo toda la parte de atención al cliente y diseño gráfico que estará involucrada en la gerencia comercial. No descuidando el área visual de la empresa, mantenimiento en redes sociales, publicidad pagada, creación de recursos gráficos. Coordinará la gestión de mercadeo para velar por el cumplimiento de metas estratégicas de la plataforma.

3.5. Proceso administrativo

La gerencia general en este caso será la encargada de manejar las áreas administrativas como lo son la de finanzas y recursos humanos, adicional a las funciones que propiamente corresponden al área como tal, en este sentido será la encargada de la planificación de actividades y objetivos de la empresa, también será la encargada de ejecutar las actividades de carácter financiero, análisis de flujos además de garantizar el cumplimiento de los procedimientos y políticas de la empresa.

3.6. Proceso de producción.

Debido a la naturaleza del negocio que está enfocada a la prestación de servicios, no se cuenta con un proceso productivo como tal, por lo que el proceso de producción estará vinculado a la gerencia de desarrollo tecnológico (IT), que velará por el cumplimiento o correcto funcionamiento de la aplicación.

En la gerencia de desarrollo tecnológico (IT) se manejará la plataforma tecnológica para mejorar en innovar procesos. Identificar, evaluar, administrar e informar los riesgos informáticos que amenazan la seguridad, privacidad y continuidad del negocio, el uso de la infraestructura tecnológica en toda la empresa para ayudar a otros grupos a identificar, evaluar, administrar e informar sus riesgos, además será el encargado de planificar, diseñar y ejecutar la estrategia de tecnologías de la información de tal forma que se reduzcan los costos y riesgos.

3.7. Procesos de recursos humanos

Dado el escaso recurso humano que posee la compañía debido a que es una empresa que inicia las actividades y funciones de esta área serán llevadas a cabo por el gerente general.

3.8. Identificación y características de proveedores.

Tabla 7

Características de proveedores

| Nombre del proveedor | Producto/Servicio que provee | Teléfono | Dirección | Forma de pago | Forma y plazo de entrega |
|-----------------------------|-------------------------------------|-----------------|---|--|---------------------------------|
| MOBEL NET | Equipo de oficina | +503 2263-1373 | Edificio Las Plazas, Local #2 79 Ave Sur y Calle La Mascota San Salvador, El Salvador | Efectivo, tarjetas de crédito y debito | En tienda, y domicilio |
| DMETAL | Equipo de oficina | 2246-4400 | 99Av. Norte y, Calle El Mirador. #21-B. El Salvador, C.A. | Efectivo, tarjetas de crédito y debito | En tienda y domicilio |

| | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|-----------|---|--|--|
| OFFICE DEPOT | Mobiliario de oficina | 22604049 | 49 y 51 Avenida Norte y Alameda Juan Pablo II Colonia Las Terrazas | Efectivo, tarjetas de crédito y debito | En tienda y domicilio |
| Aeon Computadoras | Computadoras, impresoras | 2210 3865 | 79 Avenida Norte y Paseo General Escalón Plaza Orión, San Salvador | Efectivo, tarjeta de crédito y debito | Compras en tienda · Retiro en tienda · Entrega a domicilio |
| Computer trading | Computadoras, impresoras | 2201 3700 | 11 CI Pte. No 4038 Ent 77 y 79 Av. Nte, Colonia Escalón, San Salvador | Efectivo, tarjeta de crédito y debito | Compras en tienda |
| Equipo Electrónicos Valdés | Computadoras, impresoras | 2209 2200 | 65 Av. Sur, #3415-A, Col. Escalón San Salvador CP, 1101 | Efectivo, tarjeta de crédito y debito | Compras en tienda · Retiro en tienda |
| Claro | Telefonía / Internet | 2250 5500 | Centro Comercial Plaza Merliot, 2º nivel, local 251 | Efectivo, tarjeta de crédito y debito | Retiro en tienda e instalación residencial |
| Tigo | Telefonía/ Internet | 7730 0000 | Centro Comercial Plaza Merliot Tercer Nivel Local 381 a 383, La Libertad. | Efectivo, tarjeta de crédito y debito | Instalación residencial |
| Hostinger | Alojador Web | N/A | https://www.hostinger.es/ | Tarjeta de Crédito o débito | Digital |
| Godaddy | Dominio Web | N/A | https://www.godaddy.com/es | Tarjeta de Crédito o débito | Digital |
| WordPress | Sitio Web | N/A | https://wordpress.com/ | Tarjeta de Crédito o débito | Digital |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

3.9. Distribución en planta.

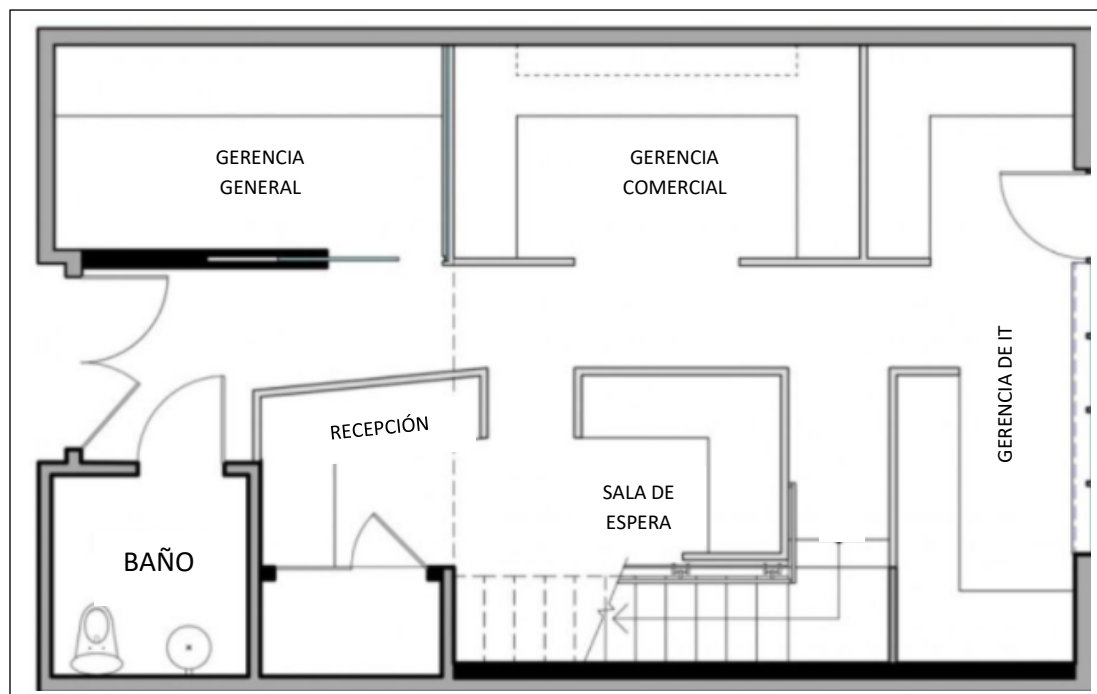


Figura 3: Distribución de planta

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

3.10. Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 8

Requerimientos Maquinaria y equipo

| Descripción | Cantidad | Inversión (US\$) |
|--------------|----------|------------------|
| Silla | 6 | \$450.00 |
| Mesa | 3 | \$600.00 |
| Computadora | 3 | \$2000.00 |
| Impresora | 2 | \$150.00 |
| Teléfono | 1 | \$200.00 |
| Internet | 1 | \$40 Mensual |
| Papelería | 50 | \$250.00 |
| Alojador Web | 1 | \$191.52 |
| Sitio Web | 1 | \$23.98 |
| Plataforma | 1 | \$540.00 |
| TOTAL | | \$4885.50 |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

4. PLAN DE MERCADEO

4.1. Resultados de la investigación de mercado.

Dicha investigación de mercado se realizó mediante una encuesta, tomando una muestra de 40 personas, todas del domicilio de San Salvador, en su mayoría estudiantes y personas que laboran en diferentes rubros, de edades entre los 18 años y 50 años de edad, dicha encuesta cuenta con 14 preguntas de las cuales a nuestro criterio se seleccionaron las de mayor relevancia para ser presentadas en dicho estudio, no está de más decir que del total de la población un 60% son del sexo femenino y un 40% del sexo masculino.

Tabla 9

Tiempo invertido al uso de apps

| ¿Cuánto tiempo dedico a utilizar apps al día? | |
|--|----|
| Menos de 1 hora | 5 |
| Entre 1 a 2 horas | 11 |
| Entre 2 o 3 horas | 24 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

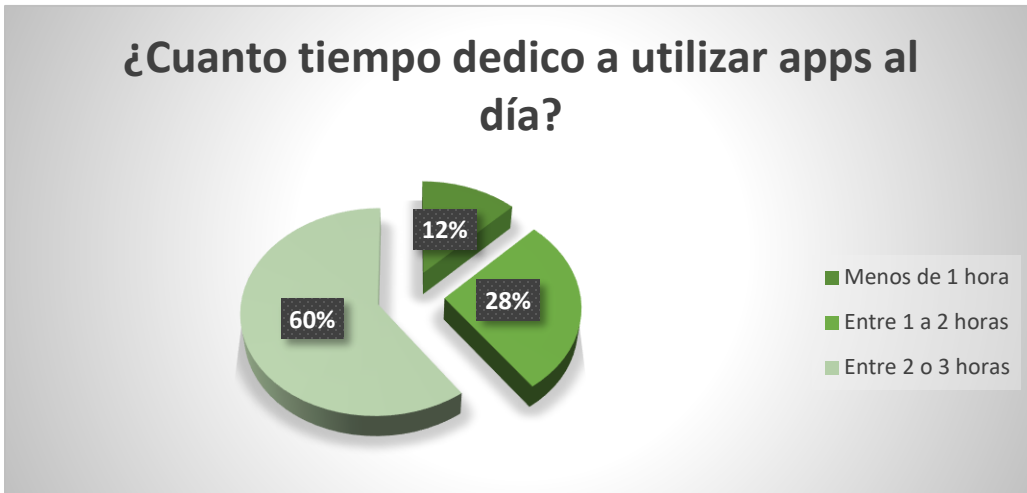


Figura 4: Tiempo invertido en uso de apps
Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

El 60% de la población refleja que utiliza apps entre 2 o 3 horas al día, el 28% entre 1 y 2 horas y el 12% menos de 1 hora.

Los resultados reflejan que existe un porcentaje amplio de personas que el tiempo de uso en aplicación es entre 2 o 3 horas al día, lo cual representa que el uso de las aplicaciones en la actualidad se ha vuelto parte del diario vivir lo que nos indica que el uso de la aplicación no presentara un desafío de uso para nuestros usuarios.

Tabla 10

Tiene acceso diario a Internet

| ¿Tiene acceso diario a internet en su dispositivo móvil? | |
|---|----|
| Si | 38 |
| No | 2 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

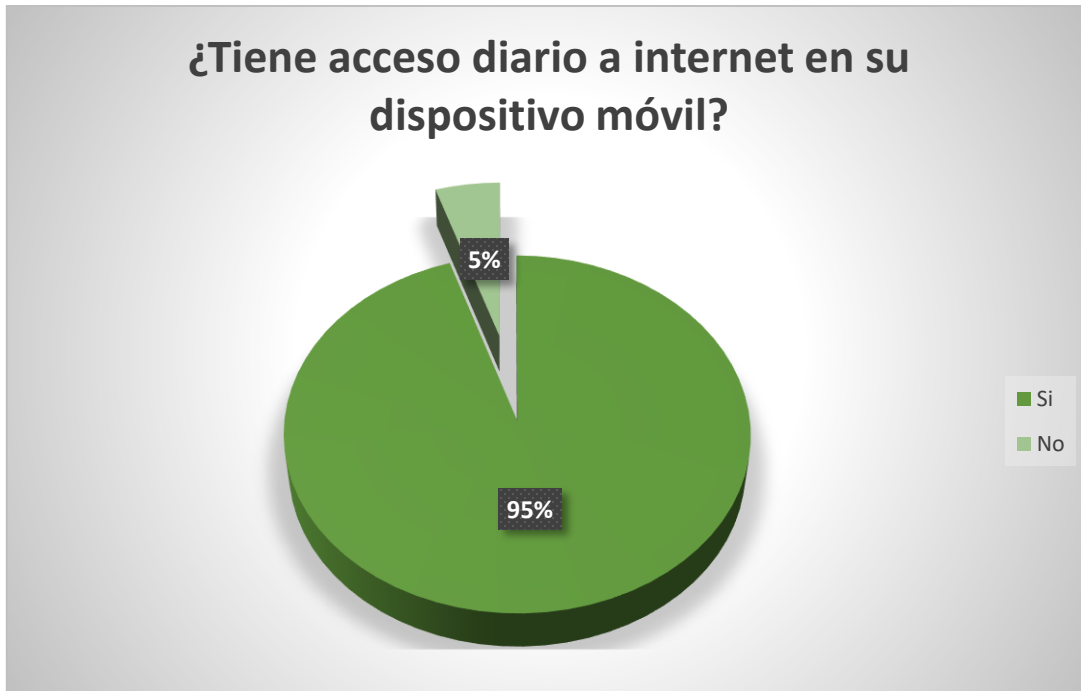


Figura 5: Tiene acceso diario a internet
Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Los resultados indican que el 95% de la población encuestada posee un dispositivo Smartphone, mientras que el 5% no cuenta con un dispositivo Smartphone, actualmente existe un mayor número de personas con dispositivo Smartphone como lo muestran los resultados, el uso de un dispositivo inteligente facilita muchas actividades en la actualidad.

Tabla 11

Utiliza transporte colectivo

| ¿Utiliza transporte colectivo? | |
|---------------------------------------|----|
| Si | 11 |
| No | 29 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo



Figura 6: Frecuencia del uso de transporte colectivo

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

De acuerdo a resultados obtenidos el 49% de la población utiliza el transporte colectivo al menos una vez al día, el 28% dos veces al día y el 23% más de dos veces al día, tomando en cuenta que la mayor participación se obtuvo de empleados y estudiantes, lo que nos indica que el transporte colectivo es indispensable para movilizarse dentro del área metropolitana.

Tabla 12

Le gustaría una aplicación para transporte colectivo

| ¿Le gustaría tener una aplicación que le brinda el tiempo de llegada a la parada de buses ya establecida por el VMT? | |
|---|----|
| Si | 32 |
| No | 2 |
| Tal vez | 6 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

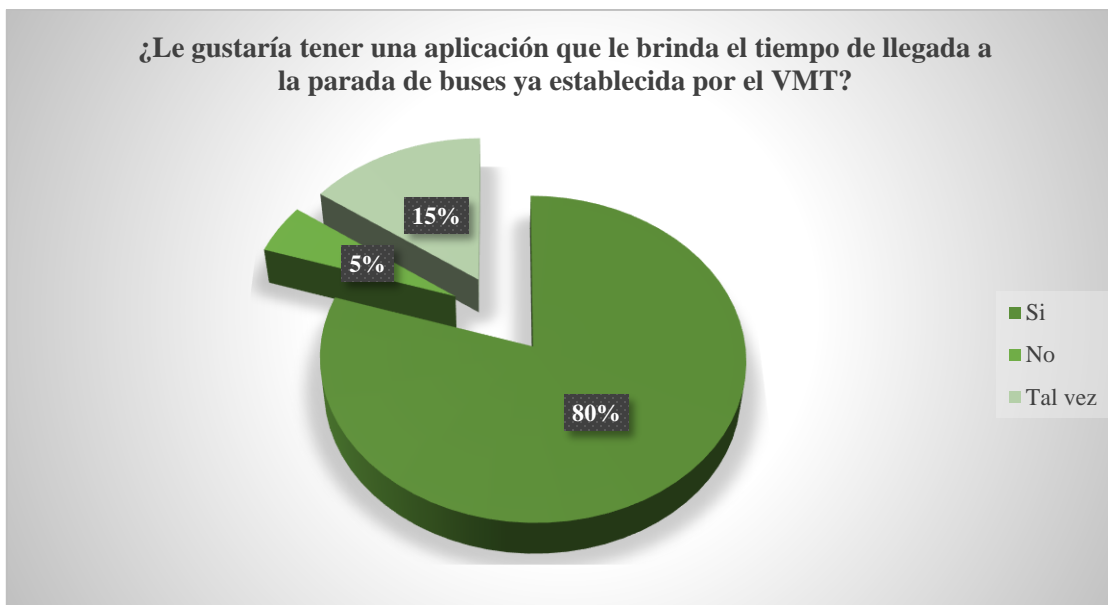


Figura 7: Aplicación para transporte colectivo

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

El 80% de la población está de acuerdo en tener una aplicación que brinde en tiempo real el tiempo de llegada a parada de buses ya establecidas por el VMT, mientras que el 15% se muestra indecisa en su decisión y el 5% no está de acuerdo, lo que nos indica que la población encuestada está en plena disposición de dar el siguiente paso y permitir la accesibilidad, facilidad y confianza que una aplicación le podría brindar.

Tabla 13

Disposición por pago por aplicación

| ¿Estaría dispuesto a pagar por dicha aplicación? | |
|---|----|
| Si | 9 |
| No | 16 |
| Tal vez | 15 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo



Figura 8: Disposición por pago por aplicación
Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

De acuerdo a resultados obtenidos el 40% no estaría dispuesta a pagar, el 22% estaría dispuesta a pagar y el 38% esta indecisa, cabe mencionar que el 38% de la población indeciso representa una gran área de oportunidad de personas que estarían dispuestas a pagar por dicha app.

Tabla 14

Precio por aplicación

| ¿Cuál sería el precio justo a pagar mensualmente por suscripción a dicha aplicación? | |
|---|----|
| \$0.25 - \$0.50 | 25 |
| \$0.50 - \$0.75 | 7 |
| \$1.00 o más | 8 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

El 64% de la población estaría dispuesta a pagar una suscripción de \$0.25 – \$0.50 mensual, el 19% estaría dispuesto a pagar \$0.50 - \$0.75 y el 17% estaría dispuesto a pagar \$1.00 o más, lo que nos permitiría de acuerdo al análisis de las respuestas obtenidas poder establecer un promedio de suscripción de \$0.50 al mes por usuario.

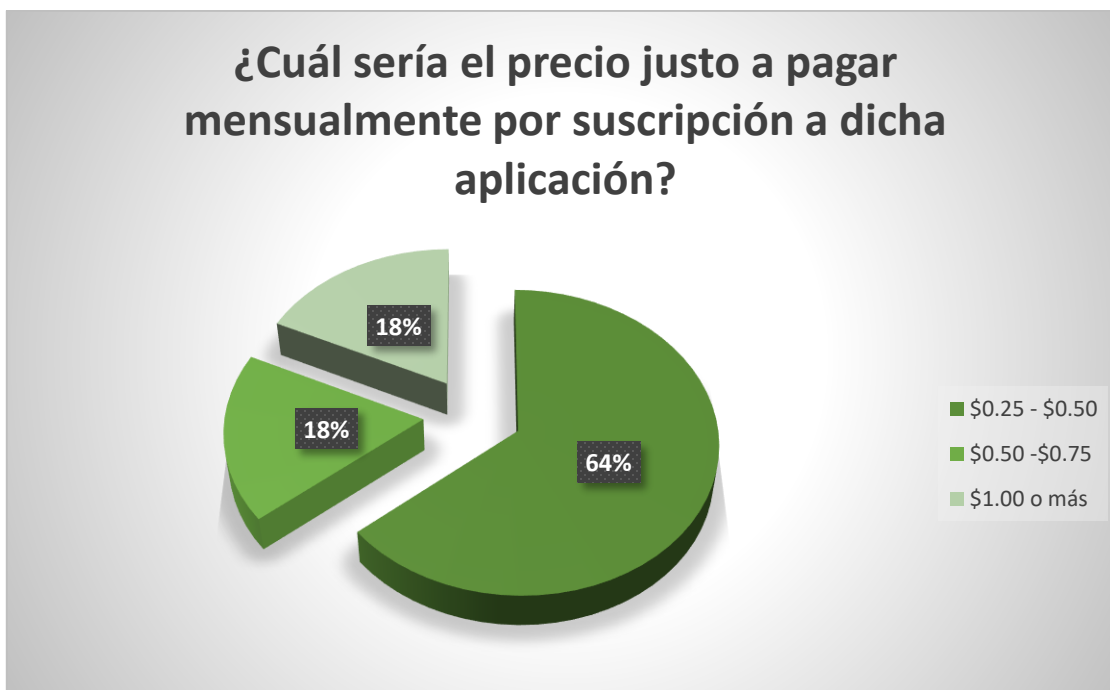


Figura 9: Precio por aplicación
Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

El 64% de la población estaría dispuesta a pagar una suscripción de \$0.25 – \$0.50 mensual, el 18% estaría dispuesto a pagar \$0.50 - \$0.75 y el 18% estaría dispuesto a pagar \$1.00 o más, lo que nos permitiría de acuerdo al análisis de las respuestas obtenidas poder establecer un promedio de suscripción de \$0.50 al mes por usuario.

Tabla 15

Publicidad en aplicación

| ¿Te gustaría ver publicidad en dicha aplicación? | |
|--|----|
| Si | 22 |
| No | 18 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

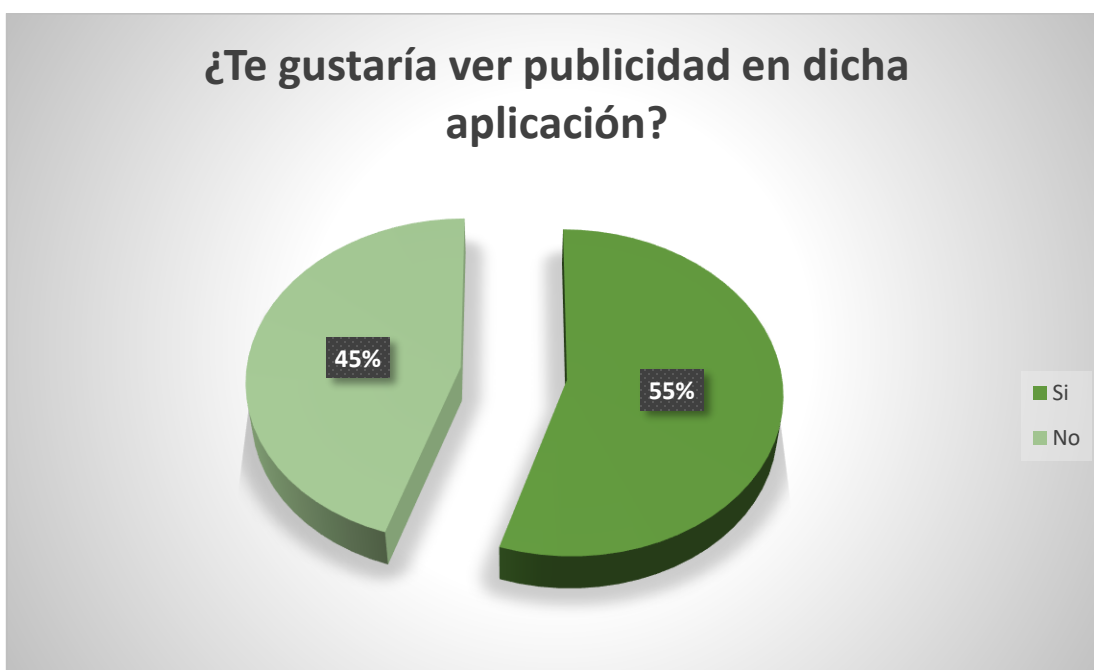


Figura 10: Publicidad en aplicación

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

El 55% de la población estaría dispuesta a ver publicidad dentro de la aplicación y el 45% no estaría dispuesto a ver publicidad, lo que nos brinda la posibilidad de que empresas puedan publicitaran e dentro de la app mediante banners y obtener rentabilidad de esa publicidad dentro de la aplicación.

Tabla 16

Uso de transporte colectivo

| Si hubiera una aplicación que le proporcionaría el tiempo de llegada a la parada de buses y su recorrido, ¿Estaría usted dispuesto a usar el transporte colectivo? | |
|--|----|
| Si | 25 |
| No | 5 |
| Tal vez | 10 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

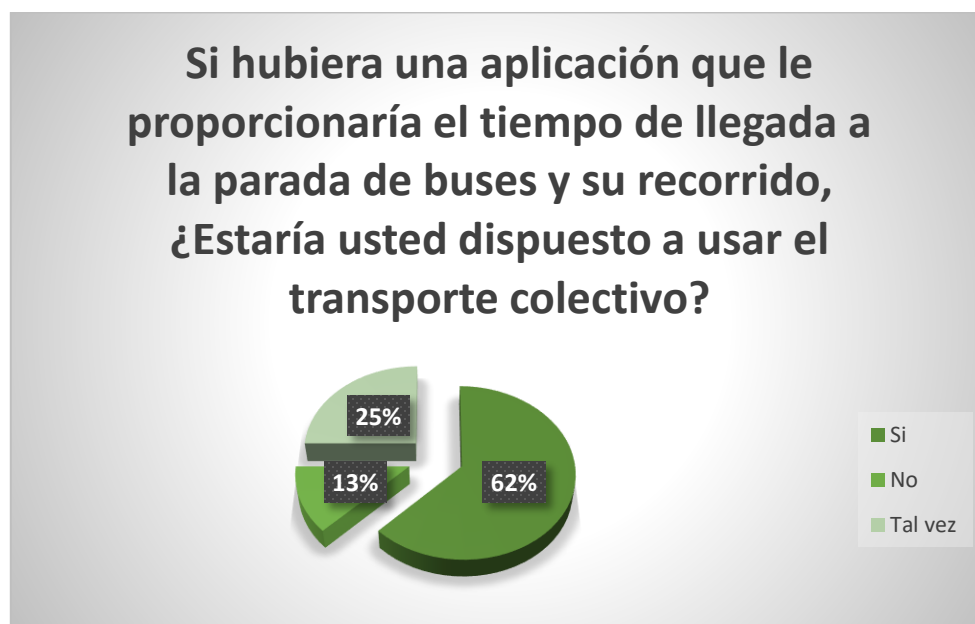


Figura 11: Uso de transporte colectivo

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Los resultados obtenidos nos demuestran que el 62% estaría dispuesto a usar el transporte colectivo, el 13% no estaría dispuesto y el 25% esta indecisa, lo que indica que la facilidad que podría ofrecer una aplicación impulsaría el uso del transporte colectivo y se tendría una mayor visibilidad organización en cuanto a tiempo de llegada de un punto “A” a un punto “B”

4.2. Análisis de la situación.

Dicha encuesta está elaborada de tal manera que nos permitirá una idea más clara de que tan aceptada podría ser nuestra aplicación, quien estaría dispuesto a utilizarla y si estarían dispuestos a pagar por dicha app.

Hemos evolucionado todos, y asimilado el internet y el comercio electrónico como un instrumento indispensable para hacer crecer nuestro negocio, las redes sociales se han implementado en nuestro día a día como algo que prácticamente no podemos vivir tanto en lo personal como profesional.

Hoy en día las tiendas de aplicaciones Play Store y Apple Store acaparan el 80% de las descargas de Apps a nivel global, según la compañía Gartner, (Anuario AC/E de Cultura Digital, 2014) en nuestro país no es la excepción, por tanto, nuestra opinión es que el negocio serio de desarrollo de las apps móviles útiles perdurara y continuara creciendo a medida que se vayan incorporando nuevas tecnologías en los Smartphone.

En nuestro país el uso de las aplicaciones y el uso forzado de familiarizarse con la aplicación se dio en pandemia, que prácticamente nos dio un antes y un después en el uso más frecuentes de aplicaciones en nuestro país, dicha encuesta nos ha dado una visión clara de la necesidad que tiene la población de una aplicación de dicha índole “Bus On Time”.

Aplicación que las personas están dispuestas a utilizar, que el internet no será un problema ya que el 95% de la población tomada en cuenta en esta muestra tiene acceso a

internet que un porcentaje de la población está dispuesta a pagar por la aplicación y un margen mucho más grande que no, sin embargo, tenemos una gran área de oportunidad ya que el 45% de la población no tiene tomada una decisión de pagar o no, por lo cual un gran porcentaje se podrían convertir en usuarios dispuestos a pagar luego de ver el uso útil que le podría brindar dicha app en su vida cotidiana si usa el transporte colectivo como método de transporte diario o de forma frecuente.

Una ventaja para la implantación de dicha aplicación es que actualmente no se tiene competencia como tal en este rubro o en esta idea definida como tal, por lo cual representa una gran oportunidad de crecimiento y claro estos riesgos que se tendrán que correr e inconvenientes que se tendrán que ir solucionado en el camino, pero claro está que de acuerdo al estudio realizado dicha aplicación es y será bien recibida dentro de la población.

- **Análisis de la competencia**

Tabla 17

Análisis de la competencia

| Competencia | | Descripción general |
|--------------------|-------------|--|
| 1. | Google Maps | Permite navegar en tiempo real y muestra información de lugares específicos además muestra distancia y tiempo que tomará un viaje. |
| 2. | Waze | Sugiere rutas eficientes, tomando como base el tráfico en tiempo real. |
| 3. | Moovit | Proporciona horarios actualizados de autobuses y trenes, mapas de tránsito. |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- **Productos o servicios a ofrecer.**

Tabla 18

Servicios a ofrecer

| Descripción | Uso o aplicación | Precio de venta estimado |
|--|---|--|
| Bus On Time, es una aplicación de uso móvil, que permitirá dar a conocer al usuario del transporte público las paradas asignadas por el Viceministerio de transporte y la frecuencia de horario en que la ruta 44. | Para el uso de dicha aplicación, se requerirá acceso a internet, ya sea datos móviles o Wifi para conocer el horario de arribo promedio a las paradas de buses ya pre establecidas por el Viceministerio de Transporte, la aplicación será diseñada para usuarios de móviles con sistema Android e IOS. | El precio estimado para anunciarse dentro de la aplicación será de \$80.00 dólares mensuales por empresa. Además, los dueños de las rutas de buses deberán pagar una “membresía mensual de \$60.00. |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- **Mercado objetivo**

Tabla 19

Mercado Objetivo

| Consumidor final | Negocio o empresa | Industria |
|--|---|------------------------------------|
| Usuarios en general de transporte colectivo y con acceso a un teléfono inteligente internet. | Cooperativas transporte colectivo ruta 44 Viceministerio de Transporte | Empresarios del transporte publico |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- **Perfil del consumidor o cliente.**

Tabla 20

Perfil del consumidor

| | |
|----------------------------|------------------------------------|
| Edad | 17 a 45 años |
| Sexo | Masculino y Femenino |
| Estatus económico | Medio |
| Estudios | Indiferente |
| Lugar de residencia | Área metropolitana de San Salvador |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

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

Tabla 21

Fortalezas y oportunidades de los servicios

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|------------------------------------|--|
| Acceso a internet | Avance de la tecnología |
| Uso masivo de Smartphone | Migración interna y extranjera |
| Alto número de usuarios de la ruta | Frecuencia de rutas |
| Amplio recorrido de la ruta | Aumento del uso del transporte publico |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- **Objetivos y metas de mercadeo**

Lograr el reconocimiento de la marca por parte del público objetivo.

Aumentar la cuota de mercado

Captar nuevos clientes

Fidelizar clientes actuales

Posicionar la marca

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

Tabla 22

Marketing Mix

| Producto | Precio |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Aplicación móvil desarrollada para dispositivos con sistemas operativos Android e iOS - Nombre: Bus On Time - Diseño: Atractivo, colores representativos a la confianza y seguridad. - Características: Facilidad de uso, rapidez, procesos de registro seguros. | <p>Bus On Time es una aplicación gratuita y la monetización de esta estará determinada por el número de empresas que se van a anunciar en la aplicación y en los sitios en los cuales tenga presencia, el costo de anunciarse será de acuerdo a la capacidad de la demanda que se maneje.</p> |
| Plaza (distribución) | Promoción |
| <ul style="list-style-type: none"> - Bus On Time estará disponible en la App Store de Apple y Google Play de Android. - Página web su accesibilidad será a través de internet. - El territorio de acción de la App será únicamente para la ruta 44. | <ul style="list-style-type: none"> - Página Web - Redes Sociales - SEO - Muppis - |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- **Imagen Corporativa**



Figura 12: Logo Bus On Time
Fuente. Elaborado por equipo de trabajo

Slogan: **Llegando a tiempo a todos lados**

- **Estrategia de Marketing.:**

Marketing de afiliación: Presentar a los leads enlaces de empresas anunciantes en el sitio web de Bus On Time.

Marketing de afiliación: Presentar a los leads enlaces de empresas anunciantes en el sitio web de Bus On Time.

Estrategias SEO: lograr un posicionamiento orgánico en la web a través del conocimiento específico de nuestros usuarios con el objetivo de aplicar palabras claves que impacten de acuerdo a sus necesidades e intereses.

Publicidad en Redes Sociales: desarrollo de publicidad muy segmentada gracias a las herramientas que ofrecen redes específicas.

- **Tácticas de mercadeo**

- Publicidad mediante redes sociales.
- Convenio con la ruta 44 para implementación de Mupis en paradas de autobuses y microbuses de la ruta 44 y publicidad en los buses.
- Crear un video del producto.
- Ofrecer promoción de precios los primeros 3 meses.
- Crear una landing page.
- Optimizar la aplicación mediante Beta Teaster
- Crear un blog con contenido adaptado al público objetivo.
- Email marketing.

- **Ejecución y control**

Cada una de las estrategias planteadas serán evaluadas mensualmente, se analizarán los resultados de cada una y se plantearán medidas correctivas para las cuales no se esté teniendo el efecto esperado.

Tabla 23

Cronograma de actividades

| Actividad | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Email Marketing | | | | | | | | | | | | |
| Crear Blog | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de Buyer Persona | | | | | | | | | | | | |
| Creación de perfiles en redes sociales | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- Las actividades de email marketing se actualizarán trimestralmente.
- El contenido de los blogs se estará actualizando constantemente de acuerdo a las tendencias del momento.
- Para el desarrollo del Buyer Persona se tomarán los primeros tres meses para especificar bien las características del cliente ideal.
- La creación de los perfiles se perfeccionará en los primeros tres meses, pero se estará teniendo interacción con los usuarios constantemente a través de publicaciones.

5. PLAN DE VENTAS

Dentro del plan de ventas, a pesar que es un proyecto con enfoque social y no comercial directamente, sí se manejará un equipo de ventas, sin embargo, será un equipo reducido y se trabajará en coordinación con las otras áreas de la empresa.

Para la administración de ventas y la cantidad de vendedores será una misma persona, desarrollando estas funciones. A pesar de que es una carga de trabajo considerable, se podrá llevar a cabo y ejecutarla con al cien por ciento de efectividad debido que las ventas serán corporativamente y no de forma diaria como suele ser en una empresa comercial, por lo tanto, la carga de trabajo se ve compensada con las demás actividades.

El equipo de ventas sí tendrá más responsabilidades, al estar dentro de la gerencia comercial se realizará un proceso completo desde la planificación, organización, dirección y control de la gerencia como tal, además se desarrollarán actividades alternas como atención al cliente en redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram), captación de nuevos clientes, y creación de contenido para redes sociales.

Se pagarán comisiones de ventas al equipo de ventas hasta un 10% escalable en relación a los comercios afiliados por mes después del primer año de operación, quedando de la siguiente forma.

Tabla 24.

Comisión por ventas

| Número de rutas de buses a afiliar | Número de comercios a publicitarse por afiliar | Porcentaje de comisión |
|------------------------------------|--|------------------------|
| 1 | 1 | 3% |
| 2 | 2 | 5% |
| 3 | 3 | 7% |
| 4 o más | 4 o más | 10% |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

La supervisión del equipo de ventas será a través del seguimiento a los comercios y dueños de rutas de buses contactados de forma semanal, a través de la creación de herramientas que logren medir la satisfacción del cliente que se estará completando inicialmente de parte interna, por el ejecutivo de ventas y posteriormente se brindará una realimentación sobre la situación y ejecución de la venta. Así mismo se estarán escuchando las llamadas para poder identificar puntos de mejora en la comunicación y proceso de ventas.

El entrenamiento del equipo de ventas iniciará con el conocimiento de la plataforma, los puntos fuertes y los puntos de mejora, para aprovechar al máximo las características y cualidades potenciales de la plataforma. Entre los aspectos principales para el entrenamiento del personal de ventas son:

- Reconocimiento de la plataforma
- Pruebas para el uso de la plataforma
- Habilidades verbales y comunicacionales
- Resolución de conflictos

8.1. Ciclo de Ventas

1. Prospección

Los clientes potenciales, al ser una aplicación para dar a conocer las rutas y recorridos del transporte colectivo, nos basaremos en las rutas de buses y microbuses de El Salvador que son 1152 rutas de buses (BUS.SV, 2021). Iniciaremos en el área metropolitana de San Salvador, enfocándonos en un en la prueba piloto con la ruta de microbuses 44MB que realiza su recorrido desde Ayutuxtepeque, San Salvador hasta Santa Elena, La Libertad y a medida el proyecto avance buscaremos la incorporación de más rutas en el proyecto.

Tabla 25

Cantidad de rutas de buses por departamento

| DEPARTAMENTO | CANTIDAD DE RUTAS DE BUSES Y MICROBUSES |
|---------------------|--|
| AHUACHAPAN | 52 |
| SANTA ANA | 120 |
| SONSONATE | 78 |
| LA LIBERTAD | 81 |
| CHALATENANGO | 74 |
| SAN SALVADOR | 197 |
| CABAÑAS | 48 |
| LA PAZ | 57 |
| SAN VICENTE | 55 |
| CUSCATLAN | 54 |
| USULUTAN | 91 |
| MORAZAN | 44 |
| SAN MIGUEL | 99 |
| LA UNION | 102 |
| TOTAL | 1152 |

Fuente: BUS.SV 2021, adaptado por equipo de trabajo

Por ser una aplicación freemium¹ la plataforma deberá rentabilizar por otros medios, como, por ejemplo, espacios de publicidad para empresas, por lo tanto, Bus On Time, dentro de la plataforma, tendrá un espacio para que diferentes comercios de El Salvador se promocionen, destacando que el costo no es elevado, se podrán pautar desde micro hasta grandes empresas en la plataforma.

Se tomará en cuenta principalmente la zona de San Salvador que son el 30% de en todo el país con un total de 98,154 empresas. (CONAMYPE, 2018) (Portal de transparencia MINEC, 2021)

Tabla 26

Cantidad empresas por tamaño 2021

| Tamaño de empresa | Cantidad | San Salvador | San Salvador % |
|--------------------------------|-----------------|---------------------|-----------------------|
| Grande | 995 | 535 | 53.77% |
| Mediana | 919 | 525 | 57.13% |
| Pequeña | 5172 | 3058 | 59.13% |
| Microempresa y emprendimientos | 317,795 | 94,036 | 29.50% |
| Total | 324,881 | 98,154 | 30.21% |

Fuente: Portal de transparencia MINEC, Anexo RAIP No. 0243, 2021 y CONAMYPE, 2018, Adaptado por equipo de trabajo.

¹ Modelo de negocio donde la mayor parte de los servicios se ofrecen de manera gratuita (freemium), aunque existe un pequeño paquete de servicios de pago (Premium). Consultado por equipo de trabajo en <https://economipedia.com>

Dentro de los métodos que se utilizarán para determinar el interés del cliente, será un método de observación participativo y un método cuantitativo, a través de encuestas para determinar el interés de cuál es la ruta que se desea continuar trabajando y adaptando en la plataforma.

2. Contacto con los clientes

Dentro de la Gerencia Comercial, se determinarán las responsabilidades de los encargados a contactar a los clientes potenciales, en un inicio será el mismo gerente quien se encargará de contactar a los clientes tanto a los empresarios de buses como de comercios para que puedan publicitarse en la plataforma.

Los primeros contactos deberán ser agendados para la primera semana del mes de noviembre para poder ofrecer los servicios.

3. Reunión o Presentación

Se deberán hacer entre 20 a 30 llamadas promedio y contactos a través de diferentes medios, redes sociales o correos electrónicos para el reclutamiento de empresas que se quieran publicitar en la plataforma, como empresarios de las diferentes rutas de buses para que puedan dar seguimiento a cada una de las unidades a un bajo costo.

Todos los reportes serán dirigidos al gerente comercial para poder brindar resultados e implementar planes de acción en conjunto al gerente general, se buscará siempre las

mejores herramientas para poder brindar mayor asertividad en los resultados con los clientes, ofreciendo los servicios.

4. Manejo de objeciones

Se crearán respuestas rápidas para que el agente o la persona encargada de la atención al cliente muestre seguridad y confianza, así mismo, deberá dar seguimiento para todos los casos en los que el cliente lo solicite hasta brindarle la satisfacción.

Dentro de los planes que se implementarán para poder concretar la venta son enfatizar los puntos fuertes y si no es suficiente, negociar acuerdos comerciales en la prestación del servicio en beneficio para las ambas partes, tomando en cuenta que no se podrá disminuir el precio de venta, pero sí podrá generar una promoción para sustentar la venta, esto se deberá evaluar en coordinación con la gerencia general y la de desarrollo tecnológico para analizar los márgenes de maniobra.

5. Cierre de ventas

Para el primer año se espera crecer un 5%, recuperando los costos operativos y la inversión inicial, tomando en cuenta la participación de mercado que podemos abarcar. Al tener un equipo idóneo para realizar el trabajo de ventas con gran experiencia en el mercado y manejo de clientes corporativos será un proceso más fácil crear cierres de venta exitosos y de gran apoyo para la empresa.

6. Servicio post venta

Desde la gerencia comercial se brindará el servicio post venta en coordinación con la gerencia de desarrollo tecnológico (IT) quién brindará la capacitación en el uso de la plataforma con empresario de buses. Desde la venta por publicidad en la plataforma será canalizado directamente con la gerencia comercial para poder coordinar los tipos de publicidad y facilitar los medios y espacios disponibles de publicidad al comercio afiliado.

Se espera que para el tercer año de operación se pueda brindar al usuario final, la venta de talonarios de boletería para que puedan abordar las diferentes unidades de transporte, de las rutas afiliadas a Bus On Time, brindando mayor comodidad y protección al cliente.

8.2. Proyección de Ventas

Se presenta la planificación de ventas que se generaran durante el primer año de operación de la empresa, se han considerado diversos factores, uno de ellos es que los empresarios de las rutas de buses pagarán por ingresar y llevar un control de todas sus unidades y el recorrido, por una mensualidad de \$60.00, valor aleatorio que se tomó considerando que será por una suscripción anual y puede llegar a ser negociable el periodo o tiempo de suscripción hasta por seis meses.

Así mismo se encuentran las empresas que se publicitarán en Bus On Time por un precio de \$80.00 por 15 días dentro de la plataforma, tomando en cuenta que se deberán proporcionar los artes gráficos para la colocación de ellos en los espacios asignados por los desarrolladores.

Los valores que se han tomado para ambas proyecciones de venta por rutas de buses como comercios a publicitarse, ha sido con base al crecimiento estimado en el PIB 2021 de El Salvador, que según datos consultados será del 6% (BCR, 2021). Sin embargo, para la proyección de los comercios a publicitarse fue proporcional debido que en las empresas micro y emprendedores se concentra la gran mayoría de comercios por lo cual este último se redujo a un 0.003% debido a la gran cantidad de empresas que se pueden contactar en El Salvador.

Estimación para la selección de comercios a publicitar

Tabla 27

Estimación de cantidad de comercios a afiliar

| Tamaño de empresa | Cantidad | San Salvador | San Salvador % | Comercios a afiliar |
|--------------------------------|-----------------|---------------------|-----------------------|----------------------------|
| Grande | 995 | 535 | 6% | 32 |
| Mediana | 919 | 525 | 6% | 32 |
| Pequeña | 5172 | 3058 | 6% | 183 |
| Microempresa y emprendimientos | 317,795 | 94,036 | 0.3% | 282 |
| Total | 324,881 | 98,154 | 0.0053 | 529 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Proyección de Ventas

Tabla 28

Proyección de ventas

| No. | Producto o Servicio | Ventas del Año 1 (\$) | | | | | | | | | | | | TOTAL |
|----------------------------|---------------------------|-----------------------|----------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------------|------------|-----------------|
| | | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | |
| 1 | Ruta de buses /microbuses | \$60.00 | \$120.00 | \$180.00 | \$240.00 | \$300.00 | \$360.00 | \$420.00 | \$480.00 | \$540.00 | \$600.00 | \$660.00 | \$720.00 | \$4,680 |
| 2 | Empresas a publicitarse | \$240.00 | \$480.00 | \$720.00 | \$960.00 | \$1,200.00 | \$1,440.00 | \$1,680.00 | \$1,920.00 | \$2,160.00 | \$2,400.00 | \$2,640.00 | \$2,880.00 | \$18,720 |
| Total, de Ventas Mensuales | | \$300.00 | \$600.00 | \$900.00 | \$1,200.00 | \$1,500.00 | \$1,800.00 | \$2,100.00 | \$2,400.00 | \$2,700.00 | \$3,000.00 | \$3,300.00 | \$3,600.00 | \$23,400 |
| | | | | | | | | | | | | Total, de Ventas Anuales | | |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Proyección de ventas para los años 2, 3, 4 y 5

Tabla 29

Proyección de Ventas años 2, 3, 4 y 5

| N o. | Produ cto/ Servic io | Unida d de medid a | Año 2 | | | | | Año 3 | | | | | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------|--|-----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | | Trime stre 1 | Trimest re 2 | Trimest re 3 | Trimest re 4 | TOTAL | Trimest re 1 | Trimest re 2 | Trimest re 3 | Trimest re 4 | TOTAL | | |
| 1 | Ruta de buses /micro buses | Suscri pción | \$2,620 .80 | \$3,556.8 0 | \$5,054.4 0 | \$7,113.6 0 | \$18,345. 60 | \$7,787.5 2 | \$8,760.9 6 | \$10,318. 46 | \$12,460. 03 | \$39,326. 98 | \$61,957. 51 | \$86,335. 56 |
| 2 | Empre sas a publici tarse | Suscri pción | \$9,734 .40 | \$13,478. 40 | \$19,468. 80 | \$27,705. 60 | \$70,387. 20 | \$10,729. 47 | \$14,796. 29 | \$21,458. 94 | \$30,544. 38 | \$77,529. 09 | \$134,62 3.72 | \$148,24 4.48 |
| Total de Ventas Trimestrales | | | \$12,35 5.20 | \$17,035. 20 | \$24,523. 20 | \$34,819. 20 | | \$18,516. 99 | \$23,557. 25 | \$31,777. 41 | \$43,004. 42 | | | |
| Total de Ventas Anuales | | | | | | | \$88,732. 80 | | | | | \$116,85 6.06 | \$196,58 1.23 | \$234,58 0.04 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

6. PLAN FINANCIERO

6.1. Plan de Inversión.

Presupuesto de Equipo y Herramientas de trabajo, locales y aporte de capital propio.

Tabla 30

Financiamiento

| FINANCIAMIENTO | | | |
|---------------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|
| Concepto | Monto | Fondos Propios | Préstamos Financieros |
| Locales: | \$ - | \$ 45,000.00 | \$ 0.00 |
| Inmueble | \$0.00 | \$45,000.00 | \$ 0.00 ⁱ |
| Equipo: | \$3,510.00 | \$ - | \$ 3,510.00 |
| Computadoras | \$2,000.00 | | \$ 2,000.00 |
| Impresora | \$150.00 | | \$ 150.00 |
| Papelería | \$250.00 | | \$250.00 |
| Sillas | \$450.00 | | \$450.00 |
| Mesas | \$600.00 | | \$ 600.00 |
| Teléfono | \$60.00 | | \$ 60.00 |
| Herramientas de Trabajo: | \$754.98 | \$ - | \$ 1,490.00 |
| Alojador web | \$191.00 | | \$ 191.00 |
| Sitio web | \$23.98 | | \$23.98 |
| Plataforma | \$540.00 | | \$ 540.00 |
| Otros | \$735.02 | | \$ 735.02 |
| Capital de Trabajo: | \$ - | \$ 3,300.00 | |
| Escritura de Constitución | | \$300.00 | |
| Sistema Contable | | \$1,000.00 | |
| Capital social | | \$2,000.00 | |
| Efectivo | | \$ 2,000.00 | |
| Totales: | \$4,264.98 | \$48,300.00 | \$ 5,000.00 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Nota 1. El inmueble que será utilizado por la empresa es propiedad de un accionista, no se cobrará cuota mensual de alquiler.

Nota 2. La necesidad de capital de la empresa es de \$4,264.98 sin embargo, el préstamo será solicitado por \$5,000.

Total, de la inversión.

Tabla 31

Total de inversión

| INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO | |
|--|--------------|
| Inversión en concepto de Equipo y Herramientas + Inmueble + inversión en capital de trabajo. | \$ 53,300.00 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Nota: El valor del inmueble no se considera como inversión, ya que es propiedad de uno de los accionistas para el uso de la empresa.

Cálculo de cuota de préstamo

Tabla 32

Cuota de préstamo

| | |
|-----------------|--------------------|
| Monto: | \$ 5,000.00 |
| Interés Anual: | 7.50% |
| Plazo en Meses: | 24 |
| Cuota: | (\$225.00) |
| Seguros: | 1.00% |
| Cuota Total: | \$ 227.25 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

6.2. Estructura de costos

Tabla 33

Estructura de costos

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Alquiler de Servidores | \$ 1,241.50 | \$ 2,233.34 | \$ 2,941.19 | \$ 4,633.68 | \$ 6,456.86 |
| Host - Mantener la aplicación Online | \$ 155.87 | \$ 280.40 | \$ 369.27 | \$ 581.76 | \$ 810.66 |
| Desarrollador - Mantenimiento y Actualizaciones | \$ 3,510.00 | \$ 6,314.16 | \$ 8,315.39 | \$ 13,100.45 | \$ 18,255.00 |
| Pago de plataformas de Descarga | \$ 132.00 | \$ 132.00 | \$ 132.00 | \$ 132.00 | \$ 132.00 |
| Servicios - Costos Variables en función de prestación de servicios | \$ 5,850.89 | \$ 10,525.21 | \$ 13,861.11 | \$ 21,837.42 | \$ 30,429.66 |
| Agua | \$ 165.00 | \$ 296.82 | \$ 390.89 | \$ 615.83 | \$ 858.14 |
| Luz | \$ 630.89 | \$ 1,134.92 | \$ 1,494.63 | \$ 2,354.70 | \$ 3,281.19 |
| Internet | \$ 990.00 | \$ 1,780.92 | \$ 2,345.37 | \$ 3,695.00 | \$ 5,148.85 |
| Sueldo Técnico Operativo | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 |
| TOTALES | \$ 15,210.26 | \$ 27,017.77 | \$ 34,169.85 | \$ 51,270.84 | \$ 69,692.36 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Costos de colaboradores

Tabla 34

Costo anual por colaboradores

| Costo de Personal | No. De Operarios | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------|------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Técnico Operativo | 1 | \$ 4,320.00 | \$4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Gastos Administrativos

Tabla 35

Gasto Administrativo

| Gastos Administrativos | | | | | | |
|------------------------|-----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | MENSUAL | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Servicios | \$ 60.00 | \$ 720.00 | \$ 752.40 | \$ 763.20 | \$ 770.40 | \$ 784.80 |
| Agua | \$ 10.00 | \$ 120.00 | \$ 125.40 | \$ 127.20 | \$ 128.40 | \$ 130.80 |
| Luz | \$ 20.00 | \$ 240.00 | \$ 250.80 | \$ 254.40 | \$ 256.80 | \$ 261.60 |
| Internet | \$ 30.00 | \$ 360.00 | \$ 376.20 | \$ 381.60 | \$ 385.20 | \$ 392.40 |
| Útiles de oficina | \$ 30.00 | \$ 360.00 | \$ 361.05 | \$ 361.06 | \$ 361.07 | \$ 361.09 |
| Mobiliario y Equipo | \$ 150.00 | \$ 1,800.00 | \$ 1,801.05 | \$ 1,801.06 | \$ 1,801.07 | \$ 1,801.09 |
| Otros | | | | | | |
| Total | | \$ 7,920.00 | \$ 7,986.89 | \$ 8,008.52 | \$ 8,022.94 | \$ 8,051.78 |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Gasto de Venta

Tabla 36

Gasto de Venta

| Gastos Venta | | | | | | | |
|----------------------|-----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--|
| | MENSUAL | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
| Servicios | \$ 60.00 | \$ 720.00 | \$ 752.40 | \$ 763.20 | \$ 770.40 | \$ 784.80 | |
| Agua | \$ 10.00 | \$ 120.00 | \$ 125.40 | \$ 127.20 | \$ 128.40 | \$ 130.80 | |
| Luz | \$ 20.00 | \$ 240.00 | \$ 250.80 | \$ 254.40 | \$ 256.80 | \$ 261.60 | |
| Internet | \$ 30.00 | \$ 360.00 | \$ 376.20 | \$ 381.60 | \$ 385.20 | \$ 392.40 | |
| Gastos de Publicidad | \$ 14.00 | \$ 168.00 | \$ 168.00 | \$ 168.00 | \$ 168.00 | \$ 168.00 | |
| Mobiliario y Equipo | \$ 150.00 | \$ 1,800.00 | \$ 1,801.05 | \$ 1,801.06 | \$ 1,801.07 | \$ 1,801.09 | |
| Total | | \$ 7,728.00 | \$ 7,793.85 | \$ 7,815.46 | \$ 7,829.87 | \$ 7,858.69 | |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Gasto Operativo – Sueldos

Tabla 37

Gasto Operativo - Sueldos y Salarios

| Sueldos y Salarios - Gastos Operativos | | | | | | | | | |
|--|---|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--|
| | | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | | |
| Sueldos y Salarios personal administrativo | 1 | \$ 360.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | |
| Sueldos y Salarios personal Venta | 1 | \$ 360.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | \$ 4,320.00 | |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

6.3. Flujo de efectivo.

Tabla 38

Flujo de efectivo proyectado

| ESTADO DE RESULTADOS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------|-------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|
| INGRESOS | | \$ 23,400.00 | \$ 88,732.80 | \$ 116,856.06 | \$ 196,581.23 | \$ 234,580.04 |
| COSTO DE VENTAS | | \$ 15,210.26 | \$ 23,805.11 | \$ 29,938.95 | \$ 44,605.30 | \$ 60,404.18 |
| MARGEN BRUTO | | \$ 8,189.74 | \$ 64,927.69 | \$ 86,917.11 | \$ 151,975.93 | \$ 174,175.86 |
| GASTO DE VENTAS | | \$ 7,728.00 | \$ 7,793.85 | \$ 7,815.46 | \$ 7,829.87 | \$ 7,858.69 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | | \$ 7,920.00 | \$ 7,986.89 | \$ 8,008.52 | \$ 8,022.94 | \$ 8,051.78 |
| OTROS INGRESOS / GASTOS OPERACIÓN | | | | | | |
| UTILIDAD OPERATIVA | | -\$ 7,458.26 | \$ 49,146.95 | \$ 71,093.13 | \$ 136,123.12 | \$ 158,265.39 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | \$ 293.39 | \$ 106.56 | | |
| OTROS INGRESOS | | | | | | |
| OTROS GASTOS | | | | | | |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | -\$ 7,458.26 | \$ 48,853.56 | \$ 70,986.57 | \$ 136,123.12 | \$ 158,265.39 |
| RESERVA LEGAL (7%) | | | \$ 3,419.75 | \$ 4,969.06 | \$ 9,528.62 | \$ 11,078.58 |
| ISR | | | \$ 11,358.45 | \$ 16,504.38 | \$ 37,978.35 | \$ 44,156.04 |
| UTILIDAD NETA | | -\$ 7,458.26 | \$ 34,075.36 | \$ 49,513.14 | \$ 88,616.15 | \$ 103,030.77 |
| MÁS | | | | | | |
| DEPRECIACIÓN | | \$ 853.00 | \$ 853.00 | \$ 853.00 | \$ 853.00 | \$ 853.00 |
| MENOS | | | | | | |
| AMORTIZACIÓN DE PRESTAMO | 5000 | \$ 2,500.00 | \$ 2,500.00 | | | |
| INVERSIÓN INICIAL | | | | | | |
| MÁS VALOR DE SALVAMENTO DE INVERSION | | | | | | |
| RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO | | | | | | |
| FLUJO DE CAJA NETO | -5000 | -\$ 9,105.26 | \$ 32,428.36 | \$ 50,366.14 | \$ 89,469.15 | \$ 103,883.77 |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

| | |
|---|---------------|
| Periodo de Reintegro de Inversión (PRI) | 2 años Aprox. |
| Valor Actual Neto (VAN) | \$ 261,500.79 |
| Tasa Interna de Retorno (TIR) | 183.30% |
| Retorno Sobre Inversión (RSI o TRC) | 1255.70% |
| Índice de Rentabilidad (IR o RBC) | 53.30 |

6.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

EVOLUCIÓN DE LA RENTABILIDAD (SEGÚN ESTADO DE RESULTADOS)

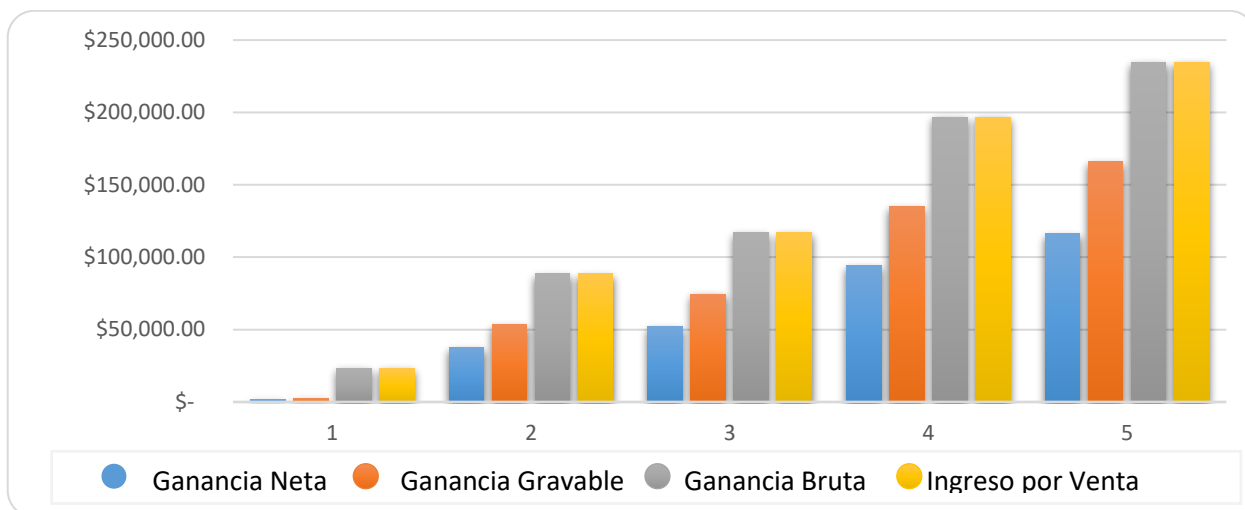


Figura 13: Indicadores de rentabilidad

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

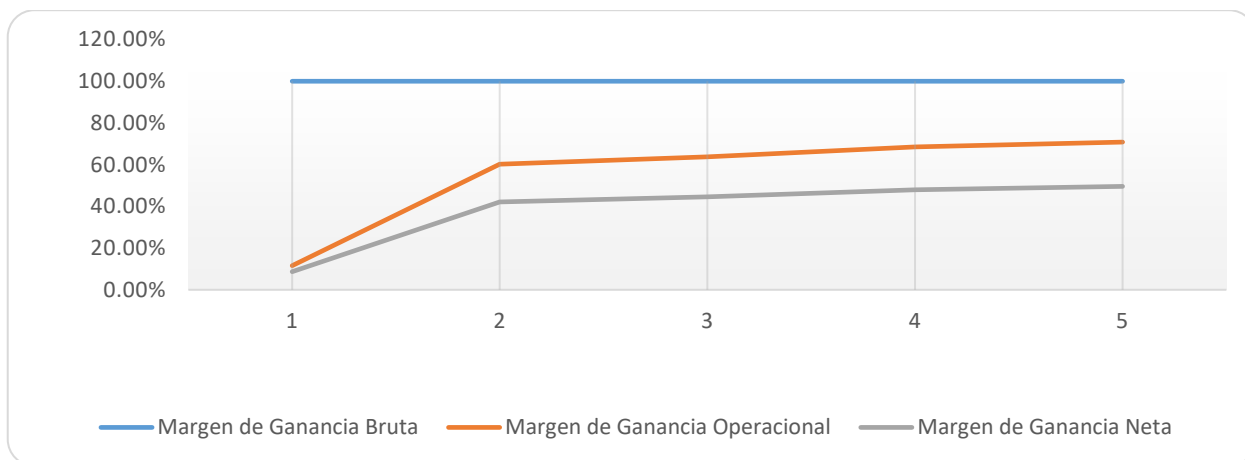


Figura 14: Indicadores de rentabilidad porcentual

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

Tabla 39

Indicadores de rentabilidad

| INDICADORES DE RENTABILIDAD | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Margen de Ganancia Bruta | 89.93% | 89.91% | 89.50% | 89.57% | 89.40% |
| Margen de Ganancia Operacional | 0.23% | 49.77% | 52.99% | 58.05% | 60.16% |
| Margen de Ganancia Neta | 0.18% | 34.84% | 39.74% | 43.53% | 45.12% |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

Punto de equilibrio en Unidades y Monto:

Tabla 40

Punto de equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------|------------------|-----------------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| No. | Producto o Servicio | Unidad de medida | Ventas del Primer Año | Porcentaje de Participación | Precio de Venta Unitario | Costo Variable Unitario | Margen de Contribución | Unidades de Equilibrio | Ingreso de Equilibrio |
| 1 | Ruta de buses/micro buses | SUSCRIPCIONES | 78 | 25% | \$60.00 | \$ - | \$60.00 | 68 | \$4,103.96 |
| 2 | Empresas a publicitarse | SUSCRIPCIONES | 234 | 75% | \$80.00 | \$ - | \$80.00 | 205 | \$16,415.84 |
| VOLUMEN TOTAL DE VENTAS | | | 312 | 100% | Margen de Contribución Combinado | | \$75.00 | 274 | \$20,519.80 |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 20,519.80}{\$ 75.00} = 273.60 \text{ Unidades}$$

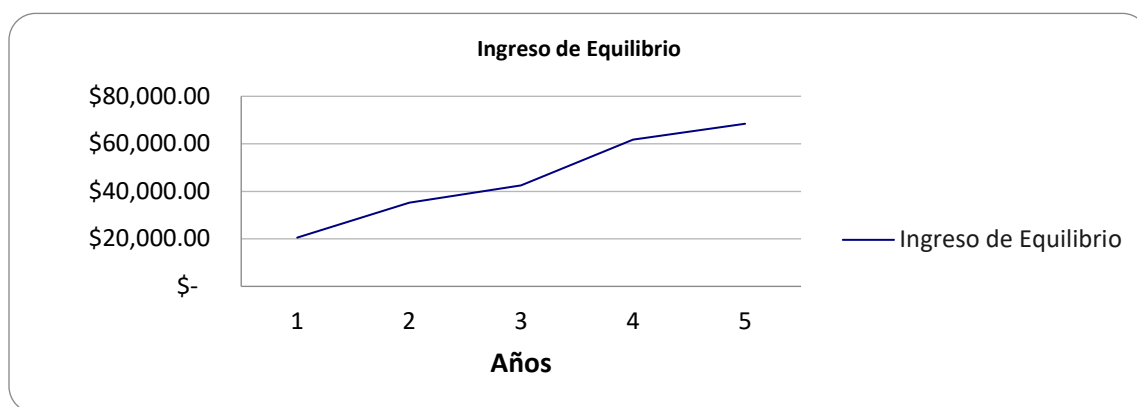


Figura 15: Punto de equilibrio

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

Tabla 41

Ingreso de equilibrio

| Año | Ingreso de Equilibrio |
|------------|------------------------------|
| 1 | \$ 20,519.80 |
| 2 | \$ 35,272.34 |
| 3 | \$ 42,448.56 |
| 4 | \$ 61,824.40 |
| 5 | \$ 68,449.34 |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

6.5. Estado de Resultados proyectado

Tabla 42

Estado de Resultado Proyectado Año 1

| ESTADO DE RESULTADOS | 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 |
|--|--------------|--------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| INGRESOS | \$ 300.00 | \$ 600.00 | \$ 900.00 | \$1,200.00 | \$1,500.00 | \$1,800.00 | \$2,100.00 | \$2,400.00 | \$2,700.00 | \$3,000.00 | \$3,300.00 | \$3,600.00 | \$ 23,400.00 |
| COSTO DE VENTAS | \$ 253.92 | \$ 436.83 | \$ 477.25 | \$ 587.66 | \$ 646.83 | \$ 707.49 | \$ 768.91 | \$ 830.75 | \$ 892.86 | \$ 955.15 | \$ 1,017.57 | \$ 1,080.07 | \$ 8,655.26 |
| MARGEN BRUTO | \$ 46.09 | \$ 163.17 | \$ 422.76 | \$ 612.34 | \$ 853.18 | \$ 1,092.51 | \$ 1,331.10 | \$ 1,569.25 | \$ 1,807.14 | \$ 2,044.85 | \$ 2,282.44 | \$ 2,519.93 | \$ 14,744.74 |
| GASTO DE VENTAS | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 644.00 | \$ 7,728.00 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 660.00 | \$ 7,920.00 |
| UTILIDAD OPERATIVA | -\$ 1,257.92 | -\$ 1,140.83 | -\$ 881.25 | \$ 691.66 | \$ 450.83 | \$ 211.49 | \$ 27.10 | \$ 265.25 | \$ 503.14 | \$ 740.85 | \$ 978.44 | \$ 1,215.93 | -\$ 903.26 |
| GASTOS FINANCIEROS | \$ 31.25 | \$ 30.04 | \$ 28.82 | \$ 27.59 | \$ 26.36 | \$ 25.12 | \$ 23.87 | \$ 22.61 | \$ 21.35 | \$ 20.08 | \$ 18.79 | \$ 17.51 | \$ 293.39 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE RENTA | -\$ 1,226.67 | -\$ 1,110.79 | -\$ 852.42 | -\$ 664.07 | -\$ 424.46 | -\$ 186.37 | \$ 3.23 | \$ 242.64 | \$ 481.79 | \$ 720.77 | \$ 959.64 | \$ 1,198.42 | -\$ 858.29 |
| RESERVA LEGAL (7%) | - | - | - | - | - | - | \$ 0.23 | \$ 16.98 | \$ 33.73 | \$ 50.45 | \$ 67.17 | \$ 83.89 | \$ 252.45 |
| ISR | - | - | - | - | - | - | \$ 0.81 | \$ 60.66 | \$ 120.45 | \$ 180.19 | \$ 239.91 | \$ 299.61 | \$ 901.62 |
| UTILIDAD NETA | -\$ 1,226.67 | -\$ 1,110.79 | -\$ 852.42 | \$ 664.07 | \$ 424.46 | \$ 186.37 | \$ 2.19 | \$ 164.99 | \$ 327.62 | \$ 490.13 | \$ 652.56 | \$ 814.93 | -\$ 2,012.36 |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

Tabla 43

Estado de Resultado Proyectado Año 2, 3, 4 y 5

| ESTADO DE RESULTADOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| INGRESOS | \$ 23,400.00 | \$ 88,732.80 | \$ 116,856.06 | \$ 196,581.23 | \$ 234,580.04 |
| COSTO DE VENTAS | \$ 15,210.26 | \$ 23,805.11 | \$ 29,938.95 | \$ 44,605.30 | \$ 60,404.18 |
| MARGEN BRUTO | \$ 8,189.74 | \$ 64,927.69 | \$ 86,917.11 | \$ 151,975.93 | \$ 174,175.86 |
| GASTO DE VENTAS | \$ 7,728.00 | \$ 7,793.85 | \$ 7,815.46 | \$ 7,829.87 | \$ 7,858.69 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | \$ 7,920.00 | \$ 7,986.89 | \$ 8,008.52 | \$ 8,022.94 | \$ 8,051.78 |
| OTROS INGRESOS / GASTOS OPERACIÓN | | | | | |
| UTILIDAD OPERATIVA | -\$ 7,458.26 | \$ 49,146.95 | \$ 71,093.13 | \$ 136,123.12 | \$ 158,265.39 |
| GASTOS FINANCIEROS | | \$ 293.39 | \$ 106.56 | | |
| OTROS INGRESOS | | | | | |
| OTROS GASTOS | | | | | |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | -\$ 7,458.26 | \$ 48,853.56 | \$ 70,986.57 | \$ 136,123.12 | \$ 158,265.39 |
| RESERVA LEGAL | | \$ 400.00 | | | |
| ISR (25 o 30%) | | \$ 12,113.39 | \$ 17,746.64 | \$ 34,030.78 | \$ 47,479.62 |
| UTILIDAD NETA | -\$7,458.26 | \$ 36,740.17 | \$ 53,239.93 | \$ 102,092.34 | \$ 110,785.77 |

Fuente: Adaptado por equipo de trabajo

7. PLAN DE TRABAJO

Tabla 44

Plan de trabajo

| Número | Objetivo | Acciones | Responsable | Fecha de inicio | Fecha de finalización. | Recursos |
|--------|--|---|---|-----------------|------------------------|---|
| | Definir las rutas o ruta de buses, microbuses con la cual iniciara el proyecto. | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con empresarios de buses y microbuses de la zona de San Salvador. • Afluencia de personas que abortan dichas rutas. • Frecuencia de circulación de las rutas. • Recorrido de unidades. | <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia General. • Gerencia de IT. • Gerencia Comercial. | 04/01/2021 | 05/31/2021 | |
| | Analizar los resultados de la investigación de mercado. | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de encuestas. • Herramienta de análisis de resultados. | <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia Comercial. | 06/01/2021 | 06/30/2021 | <ul style="list-style-type: none"> • Herramienta de estados de resultados. • Computadora. • Computadora. |
| | Desarrollar pruebas piloto para verificar el buen funcionamiento de la aplicación. | <ul style="list-style-type: none"> • Crear una aplicación beta de pruebas. • Seleccionar la ruta con la cual se va a trabajar. • Seleccionar un grupo de personas para que utilicen la aplicación. | <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia de IT. | 07/01/2021 | 10/31/2021 | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación. • Personas para las pruebas beta de la app. |

| | | | | | |
|--|---|---|------------|------------|---|
| Planear la mejor estrategia para rentabilizar la aplicación. | <ul style="list-style-type: none"> • Reunión con empresarios o gremiales de las rutas o ruta seleccionada. • Búsqueda de información de cómo rentabilizan las aplicaciones. | <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia General. | 08/01/2021 | 10/31/2021 | |
| Concretar los contratos de las empresas que se estarían publicitando en la APP. | <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con pequeñas, micro y grandes empresas. • Elaboración de paquetes de publicidad dentro de la APP. | <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia Comercial. | 09/01/2021 | 04/30/2021 | <ul style="list-style-type: none"> • Paquete de publicidad. |
| Evaluar los resultados y rendimientos financieros obtenidos por el uso de la APP durante el primer semestre. | <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de nuevos contratos o contratos en vigor con respecto a publicidad • Revisión de estados financieros. | <ul style="list-style-type: none"> • Gerencia General. | 11/01/2021 | 04/30/2022 | <ul style="list-style-type: none"> • Computadora. • Estados financieros. • Acceso a contratos. |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

Cronograma de actividades

Tabla 45

Cronograma de actividades

| Actividad. | Abr. | May. | Jun. | Jul. | Ago. | Sep. | Oct. | Nov. | Dic. | Ene | Feb. | Mar. | Abr. |
|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|
| Definir ruta de bus o Microbús. | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| Análisis resultaos de investigación | | ■ | | | | | | | | | | | |
| Pruebas piloto de la App. | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| Planeación de estrategia comercial | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| Concretar contratos de publicidad. | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Presentación de resultados | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

Fuente: Cuadro Gantt, adaptado por equipo de trabajo

8. PLAN DE CONTINGENCIA

- **Medidas generales de prevención**

Como medidas de prevención se deberán considerar los posibles riesgos o amenazas que se puedan presentar al momento que la plataforma se encuentre en el lanzamiento y en los inicios

de sus actividades de cara al público. Será necesario proponer alternativas de mitigación para poder responder efectivamente a los posibles problemas con el fin de obtener resultados positivos, disminuir el impacto y/o revertir cualquier expectativa negativa con la propuesta inicial, permitiendo de esta forma continuar con las actividades comerciales de la empresa.

Se enlistarán las empresas que se pretenden adherir mes a mes para publicitarse en la plataforma, es decir, las empresas que se buscarán para el primer año, con este punto de partida se podrá conocer los rubros y la capacidad instalada de cada una de ellas, permitiendo tener un panorama de las empresas con las que se tiene que negociar. Esta lista se hará para los cinco años con el objetivo de reducir una negativa aceptación de las empresas pensadas para el primer año.

De la misma forma se creará una lista de las rutas de buses que se quiere incorporar año con año a la plataforma y de tener una negativa por cada empresario de buses se podrá sustituir o buscar al siguiente en cola.

Promover y difundir el uso de la aplicación para el crecimiento exponencial y vistas por los usuarios, así mismo, se deberá crear la publicidad y difusión rápida para la aceptación y uso diario de la aplicación para los usuarios.

- **Acciones preventivas**

La landing page (página de inicio) de la plataforma, deberá ser interactiva y de fácil uso para el usuario, donde las herramientas que se dispongan de cara al público sean rápidas y con

ellas agradables a la vista de los usuarios. Así mismo, se deberá crear un ecosistema en el sitio web ágil para que el consumo de datos y el tiempo de carga no excedan los 10 segundos, esto con el objetivo de facilitar la navegación.

La difusión de la plataforma será clave para el impacto comercial que se desea tener y la aceptación de la misma. Es por ello, que no deberá existir errores en las partes fundamentales para el manejo de la plataforma como, búsqueda de ruta de buses, mapa con la ruta y las paradas autorizadas por el Viceministerio de Transporte (VMT).

Crear planes de actualizaciones en horarios no hábiles para no afectar el uso, generando las pruebas de estrés en la plataforma para que el sitio no vaya a caerse por grandes cantidades de usuarios en simultáneo.

- **Acciones en caso de siniestro**

Para poder definir acciones para casos de siniestro, se dará a conocer cual pueden ser los riesgos de este modelo de negocio a través del siguiente cuadro:

Tabla 46

Matriz de siniestros

| MATRIZ DE RIESGOS Y SINIESTROS BUS ON TIME | | | |
|--|--------------------------------------|--|---|
| No | RIESGO | CAUSA | ACCIONES |
| 1 | Supresión de rutas de buses | Reformas a las políticas de concesionarias de rutas de buses del transporte público | Revisión periódica a las políticas públicas y concesionarias de rutas de buses. Adaptabilidad de nuevas rutas de buses o medios de transporte público a la plataforma. |
| 2 | Hackeo de plataforma | Vulneración de los datos de la plataforma | Fortalecer el sistema de seguridad propio de la plataforma. Hacer pruebas de seguridad a través de auto-vulneraciones para detectar errores. |
| 3 | Aceptación y uso de la plataforma | Poco interés por el uso de la aplicación. | Regalías desde la plataforma por el uso de la misma. |
| 4 | No obtención de ingresos proyectados | La poca participación de las empresas a publicitarse. Limitado interés de afiliación por parte de las rutas de buses. | Adaptación del modelo de negocio para la incorporación de boletería de pasajes en las diferentes rutas de buses. Búsqueda de empresas estatales para el respaldo de la aplicación. |
| 5 | Biológico | Limitado uso por usuarios. Por políticas nacionales, se suspendan el servicio de transporte público temporalmente | Adaptación del modelo de negocio para cubrir las necesidades de transporte a las empresas. Incorporación de publicidad a través de correos masivos. |
| 6 | Soporte tecnológico | Alta demanda por usuarios | Verificar los sistemas para determinar el soporte de usuarios por minuto. Realizar pruebas de estrés a la plataforma. |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- **Manejo de crisis**

La crisis financiera será manejada a través de la implementación y adaptación de los modelos de negocios, donde el principal eje comercial será la venta de boletería a los usuarios a través de la plataforma, donde cada boleto o pasaje de bus irá en talonarios y serán entregados en domicilio.

La crisis tecnológica, será soportada a través de implementación de nuevos sistemas de seguridad y adaptación de almacenaje en la nube para el soporte de visitas múltiples por segundo en el día. Teniendo asesorías y cursos especializados para la disponibilidad propia de estos recursos.

La crisis biológica se tomará medidas de protección a los usuarios y se dispondrá la plataforma para cubrir las necesidades de transporte a las empresas, adaptando el modelo de negocio temporalmente mediante la incorporación de publicidad a través de correos masivos

- **Plan de continuidad**

Una vez resuelto los siniestros se deberá analizar la afectación de los mismos, sin embargo, como medidas iniciales se podrá optar por la búsqueda de financiamiento, alianzas empresariales y/o apoyo con el estado.

Tabla 47

Plan de continuidad

| PLAN DE CONTINUIDAD BUS ON TIME | | |
|--|--------------------------------------|--|
| No | SUCESO | ACCIONES |
| 1 | Supresión de rutas de buses | Adaptabilidad de nuevas rutas de buses o medios de transporte público a la plataforma. |
| 2 | Hackeo de plataforma | Buscar especialistas para la mejora continua de la plataforma protegiendo y creando campos de seguridad. |
| 3 | Aceptación y uso de la plataforma | Vinculación y alianzas estratégicas para la difusión de la plataforma. |
| 4 | No obtención de ingresos proyectados | Adaptación del modelo de negocio para la incorporación de boletería de pasajes en las diferentes rutas de buses. |
| 5 | Biológico | Incorporación de publicidad a través de correos masivos. |
| 6 | Soporte tecnológico | Incorporar especialistas para el desarrollo continuo de la plataforma. |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

- **Seguridad de los activos**

Todos los activos de la empresa deberán ser resguardados para la no vulneración de las personas. Desde los activos digitales, como la información recolectada desde la plataforma, las patentes, los softwares para el desarrollo, hasta los activos tangibles como instalaciones y equipo. Todo deberá llevar un control y de ser factible aplicar las normas ISO 27001² (ISOTOOLS, 2013)

- **Plan de acción**

Objetivo

Definir las medidas de adaptabilidad para el modelo de negocio Bus On Time tomando en cuenta los diversos factores que pueden llegar a afectar el modelo inicial.

Tareas

Tabla 48

Plan de Acción

| PLAN DE ACCIÓN BUS ON TIME | |
|-----------------------------------|--|
| No | TAREAS |
| 1 | Adaptabilidad de nuevas rutas de buses o medios de transporte público a la plataforma. |
| 2 | Buscar especialistas para la mejora continua de la plataforma protegiendo y creando campos de seguridad. |
| 3 | Vinculación y alianzas estratégicas para la difusión de la plataforma. |
| 4 | Adaptación del modelo de negocio para la incorporación de boletería de pasajes en las diferentes rutas de buses. |
| 5 | Incorporación de publicidad a través de correos masivos. |
| 6 | Incorporar especialistas para el desarrollo continuo de la plataforma. |

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo

² Norma internacional que permite el aseguramiento, la confidencialidad e integridad de los datos y de la información, así como de los sistemas que la procesan. <https://www.isotools.org/normas/riesgos-y-seguridad/iso-27001/> Consultado por equipo de trabajo 3 de octubre 2021

CONCLUSIONES

1. Con la información recabada respecto al uso del transporte público en El Salvador se ha logrado establecer un panorama más claro respecto a las deficiencias que existen en este rubro y las diferentes situaciones y aspectos que toman en cuenta los usuarios al momento de decidir abordar una unidad de transporte público.

2. Con base en los resultados obtenidos la idea de desarrollar un proyecto enfocado a la simplificación del abordaje de unidades de transporte público es bastante favorable, no obstante, es importante ejecutar un plan continuo que abarque la mejora de aquellos aspectos que tienen influencia directa en el buen funcionamiento del mismo.

3. El planteamiento del proyecto ha brindado a los usuarios una opción nueva para poder resolver al menos una de las muchas situaciones complejas a las cuales se pueden enfrentar a diario y esto fomenta el desarrollo de entornos seguros, haciendo uso de herramientas que forman parte del día a día de las personas.

4. La información que se obtuvo en el presente trabajo deja entrever todas aquellas situaciones que pueden presentarse en el desarrollo de una herramienta digital que se favorece del uso de las nuevas tecnologías de parte de los usuarios y que de alguna forma genere un impacto positivo en la sociedad.

5. Gracias a la metodología utilizada se lograron obtener los datos necesarios tanto cualitativos como cuantitativos para la ejecución de las propuestas y estrategias para echar andar el proyecto, en este sentido fue posible determinar que el proyecto es rentable y que basado en estos resultados genera beneficios a las partes involucradas.

BIBLIOGRAFÍA

Sitios web.

Bus.sv. (2015). *Rutas de bus de El Salvador*. Recuperado de: <https://bus.sv/>

CONAMYPE. (2020). *Emprendimiento en El Salvador*. Recuperado de: <https://www.conamype.gob.sv/blog/2018/12/20/mas-de-300-mil-micro-pequenas-empresas-y-emprendimientos-registra-ultima-encuesta-de-la-mype/>

Economipedia. (2022). *Diccionario económico*. Recuperado de: <https://economipedia.com>

GoDaddy. (1999-2022). *Crear sitios web gratis*. Recuperado de: <https://www.godaddy.com/es>

Hostinger. (2004). *Plan de web hosting*. Recuperado de: <https://www.hostinger.es/>

Ministerio de economía. (2021). *Portal de transparencia*. Recuperado de: <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/minec/documents/anexos-de-solicitudes>

Moovit. (2022). *Servicios de red de transporte autónomo*. Recuperado de: https://moovitapp.com/san_salvador-6110/lines/R44-1/33367392/4892066/es-419

Plataforma tecnológica para la gestión de la excelencia. (2022). *ISO 27001 International Organization for Standardization*. Recuperado de: <https://www.isotools.org/normas/riesgos-y-seguridad/iso-27001/>

Viceministerio de transporte. (2021). *Educación vial*. Recuperado de: <http://www.vmt.gob.sv/>

Viceministerio de transporte. (2021). *Recorrido de transporte público*. Recuperado de:
http://www.vmt.gob.sv/index.php?option=com_estadistica&view=recorrido

WordPress. (2021). *Creador de sitios web*. Recuperado de: <https://wordpress.com/>

ANEXOS

ANEXO 1: Cotizaciones del presupuesto

Cotizaciones por equipo de oficina

|  | | Fecha de cotización: 21/03/2022 | Expira: 28/03/2022 |
|---|-----------------|------------------------------------|---------------------------------|
| MOBELNET S.A de C.V Edificio Las Plazas, Local #2 79 Ave Sur y Calle La Mascota San Salvador, El Salvador Cliente: | | Forma de pago: | Vendedor Alejandro Solorzano |
| Seleny Guevara Contacto: | | Cotización# A32793 | |
| Descripción | Cantidad | | |
| [ESC048] Escritorio Cedro | 4.000 | | |
| [ESC003-120] Escritorio de melamina | 4.000 | | |
| [ESC046-150] Escritorio NUX | 4.000 | | |
| [ESC045-1] Silla de Oficina Meteora 4 | 4.000 | | |
| [ESC052-4] Silla de Oficina DELFOS-H | 4.000 | | |
| [ESC034-5] Silla de oficina VIKOS 1 | 4.000 | | |
| | | Subtotal | \$ 700.00 |
| | | IVA | \$ 91.00 |
| | | Total | \$ 791.00 |
| Opciones | | | |
| Descripción | Precio unitario | | |
| Emitir cheque a nombre de: MOBELNET, S.A DE C.V. Todo pago con cheque producto será entregado 24 a 48 horas hábiles luego de recibido pago | | | |
| Consultas al correo: ventas5@MOBELNET.com.sv | | | |
| Móvil +503 2263-1373 | | | |
| Teléfono: 2210-3865 E-mail: compras@mobelnet.com.sv | | | |

Fuente: MobelNet SA de CV, consultado marzo 2022

Anexo 2: Cotización de computadoras

|  | | ¡Tu tienda de Hardware! | |
|---|------------------|------------------------------------|-------------------------|
| AEON COMPUTERS S.A de C.V 79 Avenida Norte y Paseo General Escalon Centro Comercial Orion, Locales 4-5 San Salvador | | Fecha de cotización: 21/03/2022 | Expira: 28/03/2022 |
| | | Forma de pago: | Vendedor Javier Mena |
| Cliente: Hugo Rodas | | Cotización # S33793 | |
| Contacto: | | | |
| Descripción | Cantidad | | |
| [09133] Procesador Intel Core i3 10105 3.7Ghz LGA1151 OEM | 3.000 | | |
| [08825] Motherboard Gigabyte H410M S2H | 3.000 | | |
| [08716] Memoria Ram ADATA XPG HUNTER 8GB 3000Mhz, DDR4 DIMM AX4U300088G16A-SBHT | 3.000 | | |
| [09215] Unidad M.2 ADATA 240GB SU650 2280 SSD ASU650NS38-240GT-C | 3.000 | | |
| [08249] Fuente de Poder Aerocool VX PLUS 600 Black | 3.000 | | |
| [08992] Case Antec NX100M USB 3.0 Micro-ATX Mini Tower | 3.000 | | |
| [08016] Ensamble de PC | 3.000 | | |
| [7035] Monitor Viewsonic 18.5" HD 1366x768 VGA/HDMI VA1903H | 3.000 | | |
| [08398] Teclado Mecánico Xtrike Me GK-979 Switch Azul, Rainbow Backlight | 3.000 | | |
| [08692] Trust Mouse Gaming Ziva, 2000DPI | 3.000 | | |
| | | Subtotal | \$ 1,505.31 |
| | | IVA | \$ 195.69 |
| | | Total | \$ 1,701.00 |
| Opciones | | | |
| Descripción | Precio unitario | | |
| [2921] Licencia de Microsoft Windows 10 PRO X64 SPA. OEI DVD | \$ 185.00 | | |
| Oferta valida Contado / Efectivo / Transferencia * Oferta NO Valido Tarjeta / a plazos | | | |
| Emitir cheque a nombre de: AEON COMPUTERS, S.A DE C.V. Todo pago con cheque producto será entregado 24 a 48 horas habiles luego de recibido pago | | | |
| Consultas al correo ventas5@aeon.com.sv Móvil 7601 5520 | | | |
| Teléfono: 2210-3865 E-mail: compras@aeon.com.sv | | | |
| Página: 1 / 1 | | | |

Fuente: AEON COMPUTERS SA DE CV, marzo 2022

Anexo 3: Cotización de Alojador Web

Hosting Empresarial

Optimizado para negocios pequeños y medianos

~~±5,99€~~ **AHORRA 75%**

3,99€

/mes

Añadir al carro

5,99 €/mes al renovar

- ✓ **100** Sitios web
- ✓ **200 GB** de Almacenamiento SSD
- ✓ **~100000** Visitas Mensuales
- ✓ Email **Gratis**
- ✓ SSL **Gratis** (valor: 11,95 €)
- ✓ Dominio **Gratis** (valor: 8,99 €)
- ✓ Crédito en **Google Ads**
- ✓ Ancho de Banda **ilimitado**
- ✓ WordPress **Administrado**
- ✓ Aceleración de **WordPress**
- ✓ Garantía de **30 DÍAS** de Devolución del Dinero

- ✓ Bases de datos **ilimitadas**
- ✓ Acceso **GIT**
- ✓ Acceso **SSH**
- ✓ Copias de seguridad **Diarias** (valor: 11,40 €)
- ✓ CDN **Gratis** (valor: 9,95 €)
- ✓ Protección de Nameservers **Cloudflare**
- ✓ Soporte **24/7/365**
- ✓ Garantía de **99.9%** de uptime
- ✓ Gestión de **DNS**
- ✓ Administrador de **Acceso**
- ✓ **100** Subdominios
- ✓ Cuentas FTP **ilimitadas**
- ✓ Cronjobs **ilimitados**

| | |
|--|------------------------------------|
| Hosting Empresarial - Plan 48 meses | 767,52 € |
| Activación del Certificado SSL GRATIS | 0,00 € |
| Nombre de dominio GRATIS | 0,00 € |
| Protección Cloudflare GRATIS | 0,00 € |
| Copias de seguridad diarias GRATIS | 0,00 € |
| Descuento -75% | -576,00 € |
| Total | 767,52€ 191,52 € |

[¿Tienes un código de cupón?](#)

Fuente: HOSTINGERT, Consultado por equipo de trabajo, marzo 2022

Anexo 4: Cotización de Sitio Web



Comprar

[Carrito](#) > [Iniciar sesión](#) > [Pago](#) > [Completo](#) >

Your Items

busesontime.com
Registro de dominio .COM

2 Años

Renovaciones a \$ 18,99/año

\$ 23,98
36 % de descuento

170.000 veces por año: Así es cómo, a menudo, los delincuentes tratan de robar dominios. Protege tu dominio.

Privacidad y protección completa de dominio
\$ 9,99/año por dominio

[Ver los avisos legales de la oferta](#)

Subtotal \$ 23,98

Estimado: Impuestos y tarifas \$ 0,36

Estimado: Total (USD) **\$ 24,34**

Código de promoción: [GOFLLA34](#)

Fuente: GODADDY.AR, Consultado por equipo de trabajo Marzo 2022

Anexo 5: Cotización de Plataforma.



eCommerce
Ideal para tiendas online

\$45
al mes, facturado anualmente

Empieza con eCommerce

- ✓ Un dominio gratuito para el primer año
- ✓ El mejor alojamiento disponible
- ✓ Elimina los anuncios de WordPress.com
- ✓ Recepción de pagos
- ✓ Soporte ilimitado por correo electrónico
- ✓ Soporte a través de chat en vivo
- ✓ Ingresos publicitarios
- ✓ Sube vídeos
- ✓ Integración con Google Analytics
- ✓ Instala plugins y amplía las funciones de tu sitio web con acceso a más de 50.000 plugins de WordPress
- ✓ Herramientas SEO (Optimización para motores de búsqueda) avanzadas
- ✓ Copias de seguridad automatizadas y restauraciones con un solo clic
- ✓ Acceso a SFTP (SSH File Transfer Protocol) y bases de datos
- ✓ Métodos de pagos aceptados en más de 60 países
- ✓ Integraciones con las principales empresas de transporte
- ✓ Opciones de diseño premium para tiendas online

\$45.00 Mensual

X 12 Meses

Total: \$540.00

Fuente: WORDPRESS, Consultado por equipo de trabajo Marzo 2022

ⁱ El inmueble a ser utilizado por la empresa es de propiedad de uno de los accionistas, por tanto no generará una cuota de alquiler.