

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL ASISTENCIA AUTOMOTRIZ OPA

PRESENTADO POR:

| | |
|--|----------------|
| AQUIAN AGUILAR, DIANA ELIZABETH | L1805EL |
| OVIEDO ACEYTUNO, MARCO ANTONIO | L1805EL |
| PARADA JOYA, LELIS DEL CARMEN | L1805EL |

MARZO 2023

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADÉMICO: 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 GRADUACIÓN:** LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
**COORDINADORA DE PROCESO
DE GRADUACIÓN:** LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE ASESOR: LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ
TRIBUNAL EVALUADOR: MSC. HENRY EDWARD HERNÁNDEZ AYALA
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA
LIC. OSCAR ERNESTO ESQUIVEL CRUZ

MARZO 2023

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a mi Padre Celestial por darme la guía y sabiduría para poder llegar a culminar uno de mis sueños. A mis padres Miguel Ángel Aquian, Sonia Elizabeth Aguilar de Aquian, mis hermanas Wendy Aquian y Claudia Aquian, mi hijo Santiago Duque Aquian y mi sobrina Pamela Guerra Aquian quienes me brindaron su amor y mi inspiración para seguir sin desmayar. A los catedráticos que con cada clase me brindaron todo el conocimiento con calidad y profesionalismo.

Diana Elizabeth Aquian Aguilar

GRACIAS A DIOS, por la salud y la ayuda en todos los momentos de mi vida. A MI MADRE, Morena Guadalupe Aceytuno; A MI ESPOSA, Sara Yaneth Rodríguez de Oviedo, que siempre han estado ahí para apoyarme en todos mis logros. Y esta carrera profesional la cual dedico a Ellas a mis hijos Elías Oviedo y Juan Oviedo igualmente agradezco a todos los que participaron en las enseñanzas de esta carrera. Gracias a mis compañeros de estudios, trabajo. Y a mis compañeras de trabajo de graduación Diana Aquian y Lelis Parada por su gran apoyo y compañerismo.

Marco Antonio Oviedo Aceytuno

A DIOS TODO PODEROSO por permitirme vivir este momento, por darme fuerzas y por guiarme en el camino correcto. A MIS PADRES: Evelyn Jacqueline Joya y René Amílcar Parada por darme la vida y formar en mí el carácter para convertirme en la mujer que soy. A Saida Arely Umazor López por ser mi segunda madre, por brindarme su amor, su apoyo, su hogar y su familia. A MIS AMADOS HIJOS: Lelis Alejandra Parada y Joel Alexander Parada les dedico este logro que también fueron parte del sacrificio y esfuerzo durante mis estudios.

Lelis del Carmen Parada

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN EJECUTIVO | i |
| INTRODUCCIÓN | ii |
| CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO | 1 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.1.1 Antecedentes..... | 2 |
| 1.1.2 Descripción | 3 |
| 1.1.3 Formulación | 3 |
| 1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA | 4 |
| 1.2.1 Geográfica | 4 |
| 1.2.2 Teórica | 4 |
| 1.3 MARCO TEÓRICO | 5 |
| 1.3.1 Histórico..... | 5 |
| 1.3.2 Conceptual..... | 6 |
| 1.3.3 Legal..... | 6 |
| CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 8 |
| 2.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN | 8 |
| 2.1.1 GENERALIDADES | 8 |
| 2.1.2 ENFOQUE..... | 8 |
| 2.1.3 UNIDAD DE ANÁLISIS | 9 |

| | |
|--|----|
| 2.1.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN | 13 |
| 2.1.5 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN | 14 |
| 2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL | 15 |
| 2.2.1 FODA cruzado | 15 |
| 2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter | 16 |
| 2.2.3 Desarrollo de PEST | 18 |
| 2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN | 21 |
| 2.4 LIENZO DE CANVAS | 23 |
| CAPÍTULO III. APORTE DE LA INVESTIGACIÓN | 26 |
| 3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | 26 |
| 3.2 MARCO ESTRATÉGICO. | 26 |
| 3.2.1 Misión..... | 26 |
| 3.2.2 Visión | 26 |
| 3.2.3 Valores | 26 |
| 3.2.4 Objetivos | 27 |
| 3.2.5 Metas..... | 27 |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS | 28 |
| 5. VENTAJAS COMPETITIVAS | 28 |
| 6. PLAN ORGANIZACIONAL..... | 29 |
| 6.1. Estructura organizativa de la empresa..... | 29 |

| | |
|---|----|
| 6.2. Organización de Gestión y Recursos Humanos | 30 |
| 6.3. Proceso Administrativo | 32 |
| 6.4. Identificación y características de proveedores | 34 |
| 7. PLAN DE MERCADEO | 35 |
| 7.1. Resultados de la investigación de mercado | 35 |
| 7.2. Marketing Mix Digital | 48 |
| 8. PLAN DE VENTAS | 62 |
| 8.1. Ciclo de ventas | 62 |
| 8.2. Proyección de Ventas | 64 |
| 9. PLAN FINANCIERO | 67 |
| 9.1. Plan de inversión | 67 |
| 9.2. Estructura de Costos mensuales proyectados. | 69 |
| 9.3. Flujo de efectivo | 71 |
| 9.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio | 73 |
| 9.5. Estado de Resultado mensual | 77 |
| 10. PLAN DE TRABAJO | 79 |
| 11. INDICADORES DE MEDICIÓN | 84 |
| 12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 87 |
| 13. BIBLIOGRAFÍA | 88 |
| 14. ANEXOS | 92 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter | 16 |
| Figura 2. Lienzo de CANVAS | 23 |
| Figura 3. Organigrama Servicio Automotriz OPA | 29 |
| Figura 4. Desperfectos mecánicos en carretera..... | 35 |
| Figura 5. Período de revisión de vehículo | 36 |
| Figura 6. Confirmación de Seguro de Vehículo | 37 |
| Figura 7. Cantidad de desperfectos mecánicos | 38 |
| Figura 8. Tiempo de espera ante eventos mecánicos en carretera | 39 |
| Figura 9. Persona a quien acude en emergencia vial | 40 |
| Figura 10. Riesgos considerados en carretera | 41 |
| Figura 11. Conocimiento de multas | 42 |
| Figura 12. Conocimiento de sitios de internet de atención vial | 43 |
| Figura 13. Confirmación de uso de servicio de emergencia vial | 44 |
| Figura 14. Años de operación del negocio..... | 46 |
| Figura 15. Conocimiento de sitio web | 47 |
| Figura 16. Disposición de talleres a pertenecer a un sitio web..... | 47 |
| Figura 17. Isologo | 50 |
| Figura 18. Retículas y áreas de seguridad..... | 51 |
| Figura 19. Tipografía | 52 |
| Figura 20. Paleta de color | 53 |
| Figura 21. Versión permitida | 53 |

| | |
|---|-----|
| Figura 22. Versiones no permitidas | 54 |
| Figura 23. Membrete..... | 54 |
| Figura 24. Factura | 55 |
| Figura 25. Tarjeta de Presentación..... | 55 |
| Figura 26. Firma Electrónica | 56 |
| Figura 27. Promocional 1 Gorra | 56 |
| Figura 28. Promocional 2 Taza..... | 57 |
| Figura 29. Promocional 3 Lapicero | 57 |
| Figura 30. Promocional 4 Camisa..... | 58 |
| Figura 31. Instagram | 58 |
| Figura 32. Tic Tok | 59 |
| Figura 33. Valla Publicitaria | 59 |
| Figura 34. WhatsApp | 60 |
| Figura 35. Página de Facebook..... | 60 |
| Figura 36. Cuenta de Correo Electrónico..... | 61 |
| Figura 37. Sitio Web | 61 |
| Figura 38. Ciclo de Ventas..... | 62 |
| Figura 39. Consulta CNR..... | 92 |
| Figura 40. Registro de Consulta de CNR..... | 93 |
| Figura 41. Mandamiento de pago de Arancel..... | 93 |
| Figura 42. Resultado de búsqueda de nombre en CNR | 94 |
| Figura 43. Antecedentes gráficos de la marca | 95 |
| Figura 44. Entrevistas Realizadas 1 | 104 |

| | |
|--|-----|
| Figura 45. Entrevista realizada 2..... | 105 |
| Figura 46. Entrevista realizada 3..... | 105 |
| Figura 47. Entrevista Realizada 4..... | 106 |
| Figura 48. Entrevista realizada 5..... | 106 |
| Figura 49. Cotización de Abogado..... | 107 |
| Figura 50. Cotización de Desarrollo web..... | 108 |
| Figura 51. Cotización de Internet y Local..... | 109 |
| Figura 52. Total de encuestas realizadas..... | 110 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Padrón vehicular..... | 9 |
| Tabla 2. FODA cruzado..... | 15 |
| Tabla 3. Organización de Gestión y Recursos Humanos..... | 30 |
| Tabla 4. Proceso Administrativo..... | 32 |
| Tabla 5. Marketing Mix Digital..... | 48 |
| Tabla 6. Proyección de ventas anual..... | 64 |
| Tabla 7. Proyección de ingresos de membresías..... | 65 |
| Tabla 8. Ingreso por cuota mensual..... | 66 |
| Tabla 9. Ingreso por cuota anual..... | 66 |
| Tabla 10. Plan de inversión..... | 67 |
| Tabla 11. Estructura de costos mensuales proyectados..... | 69 |
| Tabla 12. Estructura de costos anual..... | 70 |
| Tabla 13. Flujo de efectivo mensual..... | 71 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 14. Flujo de efectivo anual..... | 72 |
| Tabla 15. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio | 73 |
| Tabla 16. Detalle de costos y volumen de punto de equilibrio | 74 |
| Tabla 17. Punto de equilibrio | 76 |
| Tabla 18. Estado de resultados mensual | 77 |
| Tabla 19. Estado de resultados proyectado a 5 años..... | 78 |
| Tabla 20. <i>Cronograma de plan de trabajo</i> | 80 |
| Tabla 21. Responsables de acciones | 83 |
| Tabla 22. Indicadores de medición | 84 |
| Tabla 23. Análisis PEST | 101 |
| Tabla 24. <i>Cronograma de actividades</i> | 103 |
| Tabla 25. Impuesto sobre la renta, natural y asalariada | 104 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se llevó a cabo como producto de una investigación la cual se desarrolló en base a la problemática que tienen los conductores de vehículos en la carretera Panamericana de El Salvador, cuando presentan una emergencia en carretera y no se tiene una guía de talleres para poder ser auxiliados, dicha investigación se realizó en el periodo de junio a septiembre del año 2022.

El trabajo de investigación se realizó como una oportunidad de mejora y lograr que los diferentes talleres de servicio automotriz que se encuentran ubicados en los contornos de la carretera Panamericana de El Salvador y tengan la oportunidad de poder ofrecer sus servicios por medio de una página web, también poder brindar servicios adicionales como mantenimientos preventivos, seguros etc. Esto permitirá darse a conocer a nivel nacional logrando así el incremento de cartera de clientes con las que cuentan actualmente.

Se llevaron a cabo diferentes tipos de investigación bibliográficas y de campo que permitió conocer de primera mano la situación de los servicios que brindan los talleres, los cuales permitirán tener un crecimiento considerable el poder contar con sus servicios en la página web.

Es ideal que los diferentes talleres puedan contar con este tipo de medio digital que les permita ofrecer sus servicios con la finalidad de poder crecer y darse a conocer en el mercado nacional.

INTRODUCCIÓN

El aumento de las nuevas tecnologías utilizadas en el comercio que se genera en el mercado, ha conllevado a que las empresas se vean obligadas a actualizarse en su manera de hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes y de esta forma ser competitivas en un mundo globalizado.

Entre esas tecnologías que son necesarias que las empresas implementen están el uso de plataformas o medios electrónicos donde los clientes puedan encontrar y solicitar el producto o servicio que necesite de una manera ágil y que su necesidad sea suplida en el menor tiempo posible.

En el presente documento se ha estudiado una de las problemáticas que tienen los conductores de vehículos que circulan por la carretera panamericana de El Salvador, en lo relacionado a cuando sufren algún desperfecto mecánico del vehículo automotor en carretera no cuentan de un lugar cercano a dónde acudir en ese momento o deben esperar muchas horas para ser auxiliados.

Es por ello que el trabajo de investigación trata de suplir la necesidad que tienen actualmente los conductores de vehículos que circulan en la carretera panamericana de El Salvador, con la creación de una red de asistencia automotriz por medio de una página web donde se encuentren afiliados cierta cantidad de talleres ubicados en los contornos de la carretera panamericana, que puedan ofrecer sus servicios, productos y prestar asistencia oportuna a los conductores que así lo soliciten según el lugar de ubicación del taller o donde hubiere ocurrido el desperfecto mecánico del vehículo.

Es por ello que te invitamos a ser parte de la red, ya sea como prestador de servicios o usuario de la página web, y además te invitamos a leer el presenta trabajo de investigación.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo abordaremos los antecedentes, situación actual y descripción del problema en estudio, con lo que se pretende dar a conocer la necesidad de realizar la investigación.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el presente capítulo se detallan los antecedentes históricos con respecto al origen de los talleres y la evolución de estos con la implementación de nuevos servicios automotrices, pero muchos de estos actualmente carecen de un sitio web en los cuales puedan ofrecer la variedad de servicios de los que disponen.

Identificación del problema

Existe la necesidad en la población que conduce vehículos automotores en la carretera panamericana de El Salvador, debido a que cuando sufren desperfectos mecánicos, muchas veces no tienen a un mecánico de confianza cerca y esto les genera pérdida de tiempo, aumenta sus costos y les hace perder negocios y compromisos importantes por el tiempo que tardan en ser atendidos.

Contextualización del problema

Los desperfectos mecánicos son comunes en los vehículos automotores y estos causan muchos inconvenientes cuando suceden en carretera, debido a que muchas veces se está muy lejos del lugar de residencia y no se logra obtener una asistencia inmediata, debido a esto se ve la necesidad de contar con una página web que agrupe un número considerado de talleres mecánicos que tengan su ubicación en los contornos del espacio territorial que abarca la carretera panamericana de El Salvador y estén dispuestos a prestar el servicio de asistencia en carretera para asistir a la necesidad de los conductores de vehículos.

Delimitación del problema.

El proyecto de investigación se llevará a cabo en la carretera panamericana de El Salvador, en los departamentos de Ahuachapán, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán, San Vicente, Usulután, San Miguel y La Unión.

1.1.1 Antecedentes.

El origen de los talleres se inició después del siglo XX ya que las personas se movilizaban mediante carretas que se impulsaban por medio de animales; o por carros que eran conducidos por la fuerza del conductor; sin embargo, en el siglo XX (TEROSON, s.f.) se inició con la aparición de los primeros automóviles por lo cual surgió la necesidad de poder brindar los respectivos servicios y repuestos ante un problema o incidente con el automóvil.

La investigación tiene como objetivo poder brindar a los automovilistas una búsqueda más ágil en la web, donde pueda obtener la información de los diferentes talleres dependiendo de la ubicación geográfica donde se encuentren, que les permita solucionar el problema que se presente con el vehículo.

En el país existe una diversidad de talleres denominados como autorizados y que contienen una extensa gama de productos, pero es el cliente o usuario quien debe llegar para poder obtener el producto o servicio; cuando el cliente requiere un servicio o producto en la carretera no se cuenta con una información confiable donde el cliente pueda acudir.

Sin embargo, en algunas páginas web no tienen un formulario donde el cliente pueda detallar las características de su vehículo que le permita identificar si dicho taller contiene el repuesto o servicio que se necesita.

1.1.2 Descripción

Actualmente en los sitios web se pueden encontrar talleres y en los cuales se detallan los diferentes servicios que brindan, entre los cuales se pueden mencionar; renta de autos, reparación de vehículos, asistencia, etc. Sin embargo, no se dispone de una página web (SEMAC, 1999) que les permita buscar de una forma rápida el producto y servicio que se necesita y a la vez que les brinde la oportunidad de poder cotejar precios, marcas, etc.

Nuestro país no cuenta con una ley que obligue a que los vehículos se sometan a una inspección anual; esto provoca que día a día se encuentren vehículos ocasionando problemas de tráfico o en el peor de los casos los accidentes.

1.1.3 Formulación

¿Cómo brindar una opción de búsqueda ágil donde les permita a los conductores poder realizar la consulta de los diferentes talleres en el momento que se encuentren en una situación de emergencia vial?

En El Salvador los automovilistas no cuentan con una página web que les permita identificar un taller que les pueda proporcionar el apoyo necesario y/o productos en el momento que se tiene una emergencia vial, es por ello que es necesario poder contar con ese tipo de consultas en línea y que sean confiables como uno de los motivos de decisión de uso para los automovilistas.

Así como también los usuarios puedan contar con servicios de inspección anual que los diferentes talleres puedan ofrecer con el fin de evitar inconvenientes graves en los vehículos.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

A continuación, definimos la zona, periodo de investigación y las herramientas a utilizar en la investigación.

1.2.1 Geográfica

La investigación se llevará a cabo en la carretera Panamericana de El Salvador abarcando los siguientes departamentos. Ahuachapán, La Libertad, San Salvador, Cuscatlán, San Vicente, Usulután, San Miguel y La Unión.

Temporal

En la investigación se retomarán hechos históricos y bibliográficos de los talleres de reparación de vehículos en el siglo XX y en la actualidad.

El desarrollo de esta propuesta investigativa se llevará a cabo en los meses de marzo hasta noviembre del año 2022.

1.2.2 Teórica

En la presente investigación se utilizarán herramientas de carácter documental, leyes y reglamentos relacionados a los vehículos automotores y temas relacionados a los vehículos automotores. Como la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial Art 177, cuadro de multas ítem 57 y 73 donde se encuentra las multas (LEGISLATIVA, LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212, 1995) a que incurre una persona que ocasione accidentes de tránsito por causa de los desperfectos mecánicos en los vehículos automotores; Reglamento General De Tránsito Y Seguridad Vial (LEGISLATIVA, REGLAMENTO GENERAL DE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212, 1996) Ley de

Carreteras y caminos vecinales Art 1,2 y 3. (LEGISLATIVA, LEY DE CARRETERAS Y CAMINOS VECINALES D.O 196, 1969) Donde establece el concepto y tipo de carreteras.

1.3 MARCO TEÓRICO

Colocamos a continuación la recopilación de los antecedentes, investigaciones previas y datos teóricos que sustenten el proyecto de investigación.

1.3.1 Histórico

Don Bartolomé Poma maestro mecánico de origen español inició su viaje en América radicándose en El Salvador, se coloca como uno de los principales fundadores interesados en el rubro automotriz, en el año 2019 se cumplieron 100 años desde sus inicios el cual comenzó con un modesto taller a inicios del año 1919.

En relación al parque vehicular en El Salvador de acuerdo a estadísticas (Hernández, 2021) en el departamento de San Salvador circulan 512,381 automotores, dichas cifras se pueden observar también en Santa Ana con 118,852 y en San Miguel con 109,727 automotores. Cada año aumenta el parque vehicular y en el año 2021 se indicó que tendría un aumento de 1.5 millones.

Según el artículo N° 34 de La Ley de Transporte Terrestre y Seguridad Vial indica que la antigüedad (LEGISLATIVA, 1995) máxima para que un vehículo automotor liviano no debe poseer más de 8 años de fabricación; sin embargo esta antigüedad tiene su excepción para los vehículos para uso de discapacitados, vehículos clásicos, de uso agrícola, perforadoras de pozo: en los carros pesados de pasajeros la antigüedad no debe rondar más de 10 años y en los automotores de carga pesada no mayor a 15 años de antigüedad.

De acuerdo a la estadística el Viceministerio de transporte (IAIP, 2022) para el 17 de enero de 2022 se tienen matriculados la cantidad de 1, 481,478 vehículos.

1.3.2 Conceptual

Con respecto al aumento de importaciones de vehículos al país, ha generado a su vez la demanda en talleres que brindan servicios a los conductores, entre estos se encuentran, reparación y cambio de llantas, venta de repuestos, así como también pintura, lavado de motor etc. Los conductores buscan poder contar con este tipo de servicios que les permita mantener el vehículo en óptimas condiciones.

Actualmente en El Salvador el servicio automotriz está enfocado en la atención al cliente en los diferentes talleres o centros de atención en el cual se brindan servicios y productos de calidad en el que el cliente además de precios llamativos tiene la necesidad de contar con un servicio en el cual al presentarse una emergencia en carretera se pueda disponer de forma ágil ya sea de repuestos, asistencia técnica o en su mayor defecto de una grúa.

1.3.3 Legal

En el marco legal en el Reglamento General De Tránsito y Seguridad Vial se encuentra en el Capítulo XII los artículos (LEGISLATIVA, REGLAMENTO GENERAL DE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212, 1996) que señalan que todo vehículo debe poseer un seguro obligatorio, sin embargo, en El Salvador también se encuentran aseguradoras que solicitan ciertos rasgos o características que un vehículo debe cumplir para poder aplicar a un seguro; entre estos se pueden mencionar, año del vehículo, estado del vehículo, uso del vehículo etc.

La Asamblea Legislativa en el decreto N°477 en el Capítulo III denominado “De los accidentes” en el artículo N°98 indica, que todo taller que dentro de sus reparaciones se encuentre un vehículo que haya causado o tenido accidente se deberá registrar características generales del vehículo (LEGISLATIVA, LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y

SEGURIDAD VIAL D.O 212, 1996), se puede mencionar daño del vehículo reparado, nombre y domicilio de quien reporta u ordena dicha reparación.

En relación a las multas indicadas por la ley en el artículo N°177 ítem 57 existe una multa por un valor de \$34.29 en concepto de: ocasionar accidentes por desperfectos mecánicos (12) y en el ítem N°73 una multa por un valor de \$57.14 (LEGISLATIVA, LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212, 1996) en concepto de: abandonar el vehículo por desperfectos, en vías públicas por más de 24 horas.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se estará presentando las diferentes metodologías que permitirán obtener la información, recopilar los datos por medio de encuestas y entrevistas; conocer la situación actual por medio del FODA.

2.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará utilizando herramientas que permitan identificar los principales inconvenientes para poder obtener una solución eficaz al problema, optando para este caso la entrevista y encuesta tomando como base de estudio el padrón vehicular de la carretera Panamericana de El Salvador.

2.1.1 GENERALIDADES

La investigación se llevará a cabo en el periodo de marzo a noviembre del año 2022 por medio de un enfoque mixto, es decir utilizando el enfoque cuantitativo y cualitativo; en el primer enfoque se utilizará el proceso deductivo, utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento para la recolección de datos se hará por medio del cuestionario. En el segundo enfoque se utilizará el proceso inductivo utilizando la técnica de la entrevista esto nos servirá de guía para obtener información oportuna y lograr cumplir con los objetivos que se han definido.

2.1.2 ENFOQUE

Enfoque cuantitativo.

El enfoque cuantitativo se considera cuando se permite la recolección de datos a través de una muestra de la población en estudio, para probar hipótesis y así establecer teorías. (Sampieri Hernández, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) Con este manejo numérico de la

información permitirá analizar los datos de aquellos factores que se identifiquen mediante la aplicación de cuestionario a la población.

Deductivo se utilizará el método deductivo con el objetivo de partir de aspectos generales como los datos estadísticos que maneja el Viceministerio de Transporte y datos que llevan almacenados los talleres mecánicos en relación a la reparación de vehículos automotores y el auxilio prestado en las carreteras del país, para llegar a situaciones particulares. Esto a través de la generalización de la información obtenida.

Enfoque Cualitativo

En este enfoque se desarrollará la técnica de la entrevista la cual será dirigida a los diferentes talleres mecánicos correspondientes a la zona de investigación y se realizará por medio del instrumento cuestionario de preguntas, que permita identificar la situación actual de los servicios que se brindan, así como también la disponibilidad de poder realizar cambios en la forma de atención hacia una digital con el fin de lograr una mayor captación de clientes.

2.1.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

Partiendo del crecimiento anual del parque vehicular de la carretera Panamericana de El Salvador se muestra a continuación las unidades a analizar.

Padrón vehicular.

Tabla 1 *Padrón vehicular.*

| DEPARTAMENTO | Cantidad |
|---------------------|-----------------|
| San Miguel | 119,409 |

| | |
|--------------|--------------|
| Ahuachapán | 56,552 |
| La Libertad | 195,498 |
| San Salvador | 536,149 |
| Cuscatlán | 40,141 |
| San Vicente | 30,425 |
| Usulután | 72,001 |
| La Unión | 51,521 |
| Total | 1,101,796.00 |

Fuente: Autoría propia obtenida de (Hernández, 2021)

Estos 1, 101,796.00 representa la cantidad de vehículos registrados en los departamentos que atraviesa la carretera Panamericana de El Salvador.

Se consideró como universo de estudio a las personas que requieren el servicio o apoyo de asistencia vial, en la carretera Panamericana de El Salvador.

Fórmula a utilizar

n = Tamaño de la muestra que se desea conocer

N = Tamaño de la población (1,101,796)

Z = Nivel de confianza (es del 93% que corresponde a una puntuación del 1.82)

pq = Varianza de la población o variabilidad del fenómeno de estudio (0.50)

e = Índice de precisión o error muestral (corresponde al 7% = 0.07)

Muestra = 168.974235

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2 (N-1)}{Z^2 pq}}$$

$$n = \frac{1,101,796}{1 + \frac{0.07^2 (1,101,796 - 1)}{1.82^2 * 0.5 * 0.5}}$$

$$n = \frac{1,101,796}{1 + \frac{0.0049 (1,101,795)}{3.3124 * 0.25}}$$

$$n = \frac{1,101,796}{1 + \frac{5,398.7955}{0.8281}}$$

$$n = \frac{1,101,796}{1 + 6,519.49704}$$

$$n = \frac{1,101,796}{6,520.49704}$$

$$n = 168.974236$$

Naturaleza metodológica: Cuantitativa

Método de recolección de datos: Encuesta a los principales conductores de vehículos automotores.

Tipo de cuestionario: Estructurado

Ámbito Geográfico del Universo: Carretera Panamericana de El Salvador

Tamaño de la muestra: 168 Encuestas

Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple

Margen de error: 7%

Fórmula a utilizar (Talleres)

n = Tamaño de la muestra que se desea conocer

N = Tamaño de la población (281) (AMARILLAS, 2023)

Z = Nivel de confianza (es del 90% que corresponde a una puntuación del 1.65)

pq = Varianza de la población o variabilidad del fenómeno de estudio (0.50)

e = Índice de precisión o error muestral (corresponde al 10% = 0.10)

Muestra = 55

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2 (N-1)}{Z^2 pq}}$$

$$n = \frac{281}{1 + \frac{0.10^2 (281-1)}{1.65^2 * 0.5 * 0.5}}$$

$$n = \frac{281}{1 + \frac{0.01 (280)}{2.7225 * 0.25}}$$

$$n = \frac{281}{1 + \frac{2.8}{0.680625}}$$

$$n = \frac{281}{1 + 4.11386593}$$

$$n = \frac{281}{5.11386593}$$

$$n = 54.94$$

Naturaleza metodológica: Cuantitativa

Método de recolección de datos: Encuesta a los principales conductores de vehículos automotores.

Tipo de cuestionario: Estructurado

Ámbito Geográfico del Universo: Carretera Panamericana de El Salvador

Tamaño de la muestra: 55 Encuestas

Tipo de muestreo: Muestreo aleatorio simple

Margen de error: 10%

2.1.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Los medios que se utilizaran para obtener la información necesaria y elaborar la Investigación, se tienen los siguientes:

Encuesta

En el proceso de la investigación se utilizará la técnica de la encuesta para recopilar la información de las unidades de análisis, la encuesta se realizó a 168 personas (ver en anexo figura 52) que conducen vehículos automotores, con él se pretende obtener la opinión de los interesados en relación al tema de investigación.

Entrevista

Se estará realizando entrevista a los principales talleres de la carretera panamericana de El Salvador, obteniendo información general sobre servicio de reparación de vehículos y si tienen aceptación o negación referente a la afiliación de la página web.

2.1.5 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Son los recursos auxiliares de las técnicas contribuyendo de igual manera a la recolección de la información. Los instrumentos que se utilizarán son los siguientes:

1) Cuestionario.

La encuesta consta de 15 preguntas cerradas y de opción múltiple, con el cual se procederá a realizar un sondeo con 168 conductores de vehículos de acuerdo a la muestra generada del padrón vehicular con el fin de obtener información sobre la temática en estudio.

2) Entrevista

Se estará realizando entrevista a los principales talleres de la carretera panamericana de El Salvador, obteniendo información general sobre servicio de reparación de vehículos y si tienen aceptación o negación referente a la afiliación de la página web. La entrevista consta de 10 preguntas abiertas y cerradas, con lo cual se procederá a preguntar a los principales talleres de la zona en estudio.

2.2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La importancia de realizar un diagnóstico de cómo se encuentra la situación del negocio es muy importante para conocer las debilidades, amenazas, fortalezas y debilidades entre otros.

2.2.1 FODA cruzado

Tabla 2. *FODA cruzado*

| | | |
|--|---|--|
| | 1. Fortalezas (F) -Primera red automotriz digital que trabajará en conjunto con más empresas del mismo rubro con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente con prontitud y cobertura. | 3. Debilidades (D) -Por ser una manera nueva de servicio se corre el riesgo de la adaptabilidad de los clientes ya que por ser algo innovador se pueden obtener clientes confundidos, indecisos o mercenarios. -Falta de experiencia en ofrecer los servicios vía página web. -Tener afiliados que no dispongan del equipo necesario para dar atención oportuna al cliente |
| 2. Oportunidades (O) -Sistema tecnológico innovador con GPS -Red donde el cliente encontrará todo tipo de servicios automotrices y así solventará cualquier desperfecto mecánico. -Cada taller afiliado a la red tendrá la oportunidad de incrementar su número de clientes. | Estrategias FO A cada cliente atendido se le dará un seguimiento de retención donde se le ofertará el mantenimiento preventivo de su vehículo; creándole una cuenta donde se registre un historial de servicios y cuando necesite otro. | Estrategias DO Crear campañas informativas en todas las plataformas digitales donde el cliente tenga toda la información necesaria con respecto a la red de talleres afiliados, creando tutoriales del uso de la página web. |
| 4. Amenazas (A) -Todo tipo de fenómenos atmosféricos que puedan ocasionar la caída de los servidores. -Competidores | Estrategias FA Crear convenios con compañía de seguros automotores que se encuentre operando en el país y así minimizar el riesgo de pérdida de cliente si se | Estrategias DA Tener un respaldo de proveedores de hosting donde se tendrá copias del sitio en distintas zonas geográficas. |

| | | |
|---|--|--|
| -Que se apruebe una ley que obligue a los automovilistas a contratar un seguro obligatorio, el cual podría reducir el número de clientes. | llegara aprobar una ley de seguro obligatorio. | |
|---|--|--|

Fuente: Autoría propia basado en <https://www.cristoleon.com/project/matriz-de-analisis-foda-cruzado/>

2.2.2 Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter

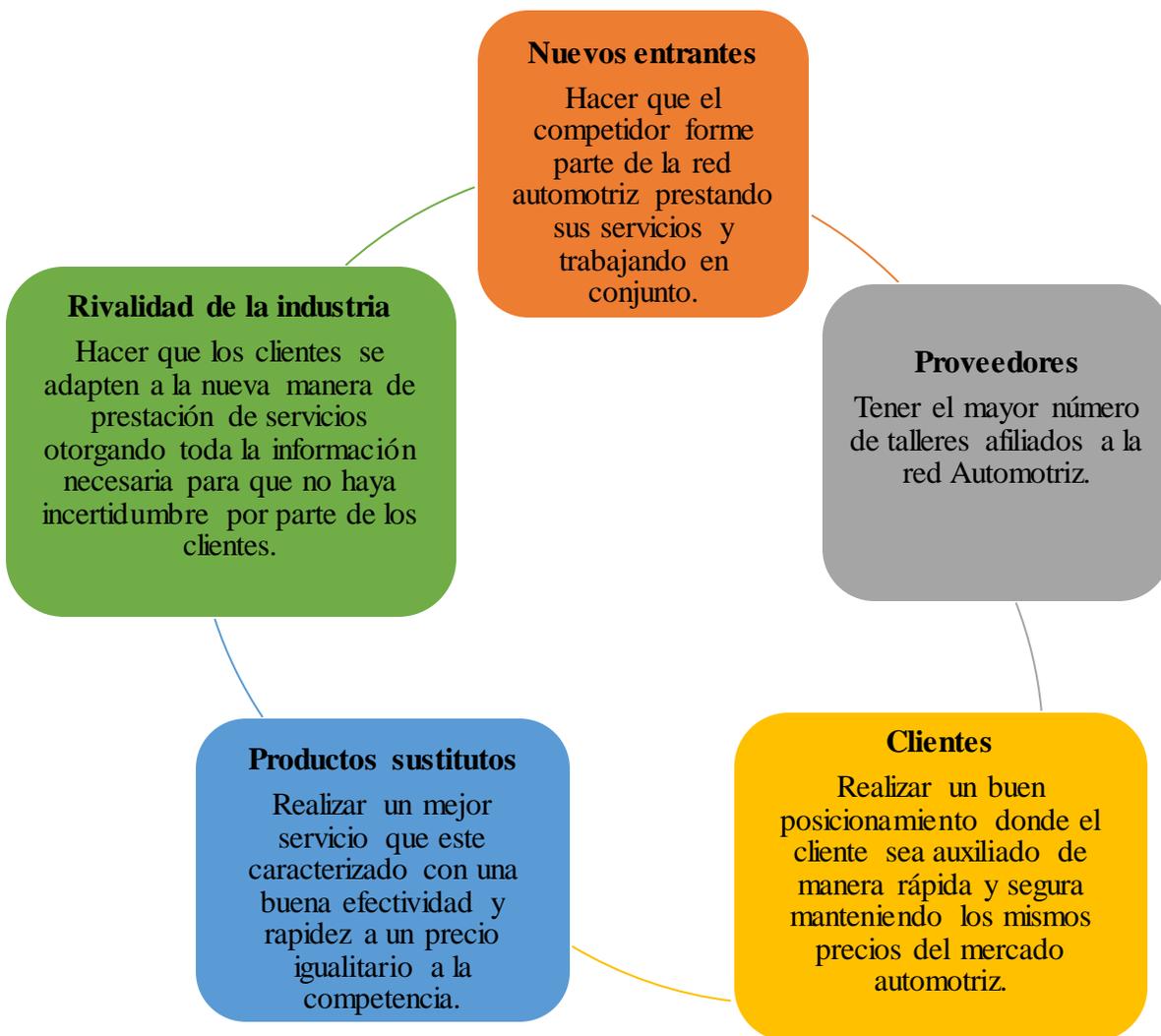


Figura 1. Desarrollo de 5 Fuerzas de Michael Porter

Fuente: Autoría propia basado en Michael Porter - Las 5 fuerzas competitivas.pdf - Google Drive

Nuevos Entrantes

- Hacer que el competidor forme parte de la red automotriz prestando sus servicios y trabajando en conjunto. Es decir, se tratará de convencer a los talleres que se afilien a la red haciéndoles ver que es un mejor beneficio trabajar en conjunto que individualmente.

Proveedores

- Tener el mayor número de talleres afiliados a la red Automotriz. Se busca que este número de talleres durante el periodo de un año pueda tener crecimiento con el objetivo que el cliente tenga más opciones de búsqueda cuando se le presente una necesidad.

Clientes

- Realizar un buen posicionamiento donde el cliente sea auxiliado de manera rápida y segura manteniendo los mismos precios del mercado automotriz. Esto con el fin de lograr fidelizar en el uso de la página web a una gran cantidad de clientes.

Productos sustitutos

- Realizar un mejor servicio que este caracterizado con una buena efectividad y rapidez a un precio igualitario a la competencia. Así como también la opción de otros servicios como seguros y/o mantenimientos preventivos que puedan ser programados por parte de los talleres afiliados y dar un preaviso a los clientes para que no se olvide la fecha de chequeo de su vehículo.

Rivalidad de la industria

- Hacer que los clientes se adapten a la nueva manera de prestación de servicios otorgando toda la información necesaria para que no haya incertidumbre por parte de los clientes. Evitando de esta forma la desconfianza en el uso de la herramienta tecnológica y dejen de utilizar la antigua forma de solicitar los servicios de mantenimiento de vehículo; como por ejemplo llamadas telefónicas o visitas al local.

2.2.3 Desarrollo de PEST

Aspectos Políticos

Elecciones

En El Salvador dentro de dos años aproximadamente habrá elecciones legislativas y presidenciales (TSE, 2022) y si el país sigue en el rumbo que apunta se podría tener un gobierno que camine juntamente y es un factor positivo para la creación de nuevos negocios y empresas en el país.

Tratado de Libre Comercio

Debido a la debilidad de las relaciones políticas de El Salvador y Estados Unidos se corre el riesgo de perder los beneficios (BBC, 2021) que ha traído el tratado de libre comercio (TLC) lo cual podría disminuir la entrada de bienes y servicios al país.

Aspectos económicos

Tasa de Empleo

Actualmente la relación de El Salvador con otras naciones se ha incrementado y esto ha traído nuevas inversiones al país lo cual ha creado nuevas fuentes de empleo (FORBES, 2022) con las cuales se puede aumentar el poder adquisitivo de los salvadoreños.

Inflación

Con el aumento de los precios internacionales de los hidrocarburos ha traído una ola de aumento de la canasta básica y de los bienes y servicios (STATISTA, 2022) que provienen de otros países lo cual es un aspecto preocupante, aunque el gobierno por el momento está asumiendo este aumento, lo cual ha generado que la economía de los salvadoreños, no se vea muy afectada.

Competencia del mercado

Existe una gran competencia en el rubro automotriz, esto debido al aumento de la flota vehicular (DATA, 2022) en el país, y por el surgimiento de nuevos negocios de reparación y mantenimiento de vehículos.

Aspectos sociales

Nivel de ingresos

Con el aumento de la seguridad y las medidas implementadas por el gobierno, han atraído a inversionistas extranjeros (DIGESTYC, 2018) que están creando nuevas fuentes de empleo que están conllevando a que en los hogares aumente su nivel de ingresos.

Nivel de educación

El aumento de oportunidades para los estudiantes que quieran cursar estudios superiores ha ayudado a que la población esté más preparada (PRENSA, 2021), y puedan optar por mejores empleos, y a la creación de nuevas empresas.

Aspectos tecnológicos

Avance de la tecnología

Con el avance de la tecnología existen ventajas en que los clientes pueden contactarse por medios (elsv.info, 2022) electrónicos, pero también la desventaja de que no se llegue a muchos clientes debido al rechazo del uso de la tecnología.

Incremento de flota de vehículos eléctricos

Existe el riesgo de la entrada de vehículos eléctricos en el país y que conlleve a los talleres a la necesidad de especializarse en ello, debido a que su motor y funcionamiento es diferente (AGREGADO, 2021) que los vehículos que existen en el país. Esto llevaría a la pérdida de clientes a medida pase el tiempo.

Uso de plataformas digitales

El uso de plataformas digitales ha ayudado a que la comunicación con el cliente sea más efectiva y con ello creando oportunidades (SALVADOR, 2021) de nuevos negocios, debido a que se pueden ofrecer los servicios por medio de ellas.

Dispositivos tecnológicos

El aumento de aparatos tecnológicos ha traído nuevas formas de resolver los problemas que presentan los vehículos (AMERICA, 2019) automotores, ya que debido al uso de la tecnología se puede detectar a prontitud el problema que presenta un vehículo y así el tiempo de reparación disminuye.

2.3 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

De acuerdo al análisis del diagnóstico que se realizó anteriormente para alcanzar el éxito en las actividades que se desarrollaran, es necesario impulsar una serie de estrategias que den a conocer los servicios que se ofrecerán en la red de talleres, por ello se debe aprovechar las oportunidades que se tienen en el uso adecuado de la tecnología y de esta manera llegar a más números de clientes, debido a que no existe una red similar en la región de estudio, en vista de que es una fortaleza que debe aprovecharse y posicionarse con una porción grande del segmento de mercado existente. Todo esto ayudará a minimizar los riesgos existentes en el negocio como; la caída de la señal de los servidores en que se respaldará la red, el surgimiento de nuevos competidores y la aprobación de leyes que afecten la operatividad del negocio, por lo cual se deben tomar estrategias correctas que ayuden al crecimiento de la página web.

Igualmente se debe tratar de una manera diferente con el competidor, haciéndolo un aliado y formarlo parte de la red, esto fortalecerá más al negocio ya que se contará con más proveedores de la diversidad de servicio automotriz que se ofrecerán, como se puede observar esto ayudará a crear un buen posicionamiento en el mercado, debido a que el cliente no deberá esperar mucho tiempo para ser atendido y tendrá el beneficio que los costos estarán accesibles a los conductores, poco a poco el cliente se adaptará a la nueva forma de solicitar los servicios mecánicos por medio de la red de talleres que estará disponible en la web y diferentes redes sociales.

En relación a los aspectos políticos se debe tomar en cuenta factores positivos, entre ellos la celebración de elecciones legislativas y presidenciales que generan expectativas muy buenas en la mayoría de la población, debido a que se tiene la esperanza que el país siga por buen camino en relación a sus gobernantes, aunque internacionalmente sus relaciones se hayan debilitado con países como Estados Unidos de América, a la vez se han fortalecido con países del continente asiático y europeo. Referente a los aspectos económicos a pesar de la inflación actual a causa del aumento de muchos bienes entre ellos los hidrocarburos, los precios de la canasta básica se han incrementado, lo cual está causando que el bolsillo de la población se vea afectada a pesar de las medidas económicas que ha implementado el gobierno, sin embargo hay factores positivos como el aumento de las inversiones extranjeras que ha generado más fuentes de empleos que poco a poco va ayudando a las familias salvadoreñas, cabe recalcar que entrando al tema en estudio la competencia automotriz se ha aumentado así como también la demanda, esto debido al incremento de la flota de vehículos en el país.

En relación a los aspectos sociales el aumento de la educación superior está abriendo oportunidades que en años anteriores no se tenían y haciendo que la población opte por mejores oportunidades de empleos y a la creación de nuevas empresas. Se ha establecido como socios claves dentro del modelo de negocio a talleres, centros de servicio, proveedores de repuestos y compañías aseguradoras con las que se contarán para poder desarrollar las diferentes actividades de servicio que se ofrecerán en la página web. Se estarán desarrollando licencias de contenido, scripts de atención al cliente que permita abordar los diferentes escenarios de emergencias que se pueden presentar, así como también, la creación de la publicidad y mercado del modelo.

Como canales de comunicación se tendrá a disposición de los clientes las diferentes redes sociales, que permita dar a conocer los servicios y promociones; el sitio web, así como un equipo

de soporte que brinde actualización y mantenimiento a la página en relación a catálogos y servicios. El mercado de clientes que se pretende que accedan a la página web se han determinado en los conductores de vehículos de la carretera panamericana de El Salvador; así como también los diferentes proveedores y aseguradoras que permitirán poder brindar un servicio completo si así el cliente lo necesita.

2.4 LIENZO DE CANVAS

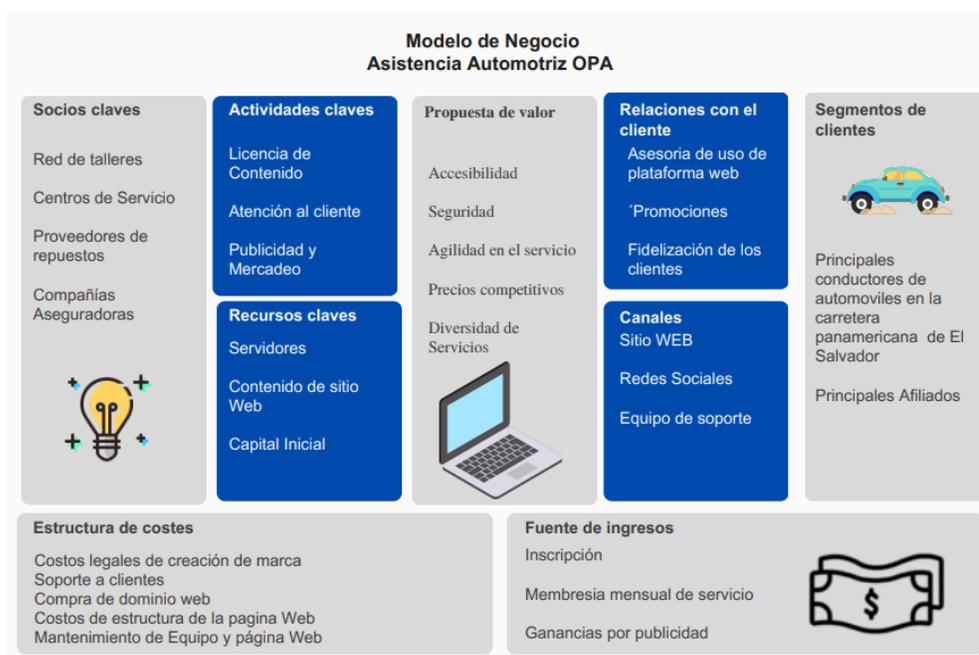


Figura 2. Lienzo de CANVAS

Fuente: Autoría propia basada en información de <https://miro.com/es/plantillas/business-model-canvas/>

Socios Claves

Se ha establecido como socios claves dentro del modelo de negocio a talleres, centros de servicio, proveedores de repuestos y compañías aseguradoras con las que se contarán para poder desarrollar las diferentes actividades de servicio que se ofrecerán en la página web.

Actividades Claves

Se estarán desarrollando licencias de contenido, scripts de atención al cliente que permita abordar los diferentes escenarios de emergencias que se pueden presentar, así como también, la creación de la publicidad y mercado del modelo.

Propuesta de Valor

Ofrecer un canal digital donde los clientes puedan visitar con confianza y seguridad la búsqueda de una solución inmediata a la emergencia vial, en la que encuentre tiempos de respuesta y tipos de servicio de forma ágil. En el que pueda encontrar diversidad de servicios a precios competitivos.

Relaciones con los clientes

En ella se busca poder establecer una alianza y/o fidelidad de parte del cliente con los diferentes proveedores; con el apoyo de asesoría de uso del sitio web; así como también con el lanzamiento de promociones de los diferentes talleres o centros de servicios.

Canales

Como canales se tendrá a disposición de los clientes las diferentes redes sociales, que permita dar a conocer los servicios y promociones; el sitio web, así como un equipo de soporte que brinde actualización y mantenimiento a la página en relación a catálogos y servicios.

Segmentos de Clientes

El mercado de clientes que se pretende que accedan a la página web se han determinado en los conductores de vehículos de la carretera panamericana de El Salvador; así como también los

diferentes proveedores y aseguradoras que permitirán poder brindar un servicio completo si el cliente lo necesita.

Estructura de costos

Los principales costos que se han determinado para poder desarrollar el proyecto son: costos de registro de comercio en el CNR, soporte a clientes, costo de inventario fijo, compra de dominio, costos de la estructura del sitio web y el mantenimiento que serán necesarios para poder brindar información clara y precisa.

Fuentes de Ingreso

Dentro de las fuentes de ingreso se tienen, ingresos por inscripción o afiliación a la red, ingreso por membresía mensual del servicio de la página web y publicidad pagada dentro del sitio.

CAPÍTULO III. APORTE DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se realizará la creación del proyecto, desarrollando las diferentes actividades que requieren la formación de una marca, formando así su identidad.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nombre del Negocio. Asistencia Automotriz OPA

Información General. Somos una red profesional de talleres conectados a una página web, preparados para brindar asistencia oportuna en la carretera panamericana de El Salvador, con servicios de calidad y precios accesibles a nuestros clientes.

3.2 MARCO ESTRATÉGICO.

3.2.1 Misión

Somos una red de talleres que trabaja para lograr la satisfacción de nuestros clientes, ofreciendo servicios de reparación y mantenimiento automotriz con calidad en el servicio, siempre apoyados de la mano y experiencia técnica de los colaboradores.

3.2.2 Visión

Nuestra visión es lograr el reconocimiento de la red de talleres a nivel nacional extendiendo el modelo de negocio a las principales ciudades del país, logrando ser líderes en el sector de reparación de vehículos en carretera y en mantenimiento preventivo automotriz.

3.2.3 Valores

- **Trabajo en equipo.** Nuestro trabajo en equipo y la buena coordinación nos permiten realizar los servicios que ofrecemos a nuestros clientes.
- **Compromiso.** Tenemos un equipo de profesionales altamente especializado con la capacidad de aportar todo el conocimiento necesario en cada etapa del proceso.

- **Responsabilidad.** Todos los trabajos realizados se harán según lo acordado con el respeto a la comunidad y al medio ambiente.
- **Calidad.** El desempeño laboral se orientará a la prestación de óptimos servicios de reparación, mantenimiento y diagnóstico de vehículos en general.
- **Honestidad.** Actuar correctamente en el desempeño de las funciones, con base en la verdad, transparencia y justicia.
- **Mejora Continua.** Nos esforzamos constantemente por mejorar todos los procesos de la red, con el fin de prestar los servicios cada día mejor.

3.2.4 Objetivos

- Brindar calidad en el servicio a bajo costo obteniendo ventaja competitiva.
- Integración con los afiliados y clientes.
- Generar un crecimiento sostenido.
- Capacitación y mejoramiento del servicio prestado por los colaboradores.
- La prestación de los servicios se dé en forma oportuna a los clientes.
- Ofrecer en un futuro a los clientes productos automotrices.

3.2.5 Metas

- Queremos expandir los servicios a toda la carretera panamericana de El Salvador en un lapso de 5 años
- Ser líder en el mercado para el auxilio de vehículos varados en carretera
- Afiliar a la red a talleres con diferentes rubros de servicios en el sector automotriz
- Aumentar el número de clientes cada año
- Incrementar el número de suscripciones de talleres cada año.

4. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

- Auxilio mecánico y automotriz en carretera
- Mantenimiento rutinario y preventivo de vehículo
- Cambio de aceite
- Alineado y balanceo de ruedas
- Sistema de suspensión
- Enderezado y pintura
- Cerrajería
- Reparación de llantas
- Aire acondicionado y calefacción
- Servicio de frenos y ABS
- Electricidad y luces
- Servicios de inyección
- Reparación y mantenimiento de escapes

5. VENTAJAS COMPETITIVAS

Dentro de las ventajas competitivas que se tendrán para la empresa serían las siguientes:

1. Servicio de afiliación de bajo costo. Ser líderes en ofrecer servicio de asistencia vial con un bajo costo de afiliación, teniendo siempre presente que el objetivo es lograr que el servicio a brindar cumpla con los estándares de calidad mínimo viable.
2. Innovación de página web. Ofrecer a los afiliados la oportunidad de poder realizar cambios dentro de su espacio con el fin de dar a conocer nuevos servicios.

3. Mezcla de Productos y Servicios. Contar con servicios adicionales de seguros por parte de los talleres que cuentan con ello, con el fin de incrementar cartera de clientes.
4. Cobertura Geográfica. Contar con una cartera actualizada de servicios y talleres en el que los datos indicados de búsqueda sean confiables y ágiles para el cliente.
5. Servicio al Cliente. Lograr captar de forma ágil la necesidad y/o emergencia del cliente para brindar el servicio indicado requerido en el menor tiempo posible.

6. PLAN ORGANIZACIONAL

6.1. Estructura organizativa de la empresa



Figura 3. Organigrama Servicio Automotriz OPA

Fuente: Autoría propia basada en <https://www.talenmo.es/organigrama-de-una-empresa/>

6.2. Organización de Gestión y Recursos Humanos

Tabla 3. *Organización de Gestión y Recursos Humanos*

| | |
|---|---|
| <p>Política de selección del personal</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Garantía de igualdad sin importar etnia, género, orientación sexual o ideología y así puedan ser contratados en la empresa. • Dar seguimiento a las competencias por parte de la empresa hacia el empleador. • No necesita de experiencia ya que se capacitará para el puesto requerido. • Definición y aseguramiento del sueldo correspondiente al puesto de trabajo. |
| <p>Política de formación</p> | <ul style="list-style-type: none"> • La empresa garantiza el acceso a la formación necesaria donde el empleado pueda adquirir los conocimientos requeridos. • Participación y compromiso individual por parte del empleado donde adquirirán competencias de las oportunidades. |

| | |
|---|---|
| <p>Política de evaluación del desempeño</p> | <ul style="list-style-type: none">• La evaluación del rendimiento del personal será de manera equitativa justa y ordenada.• Será un proceso continuo con retroalimentación donde se evaluarán aspectos valóricos y expectativas por parte de los empleados. |
| <p>Política retributiva</p> | <ul style="list-style-type: none">• Cada empleado tendrá una retribución fija de acuerdo a su puesto de trabajo.• Cada empleado tendrá acceso a seguro social y AFP.• Obtendrán comisión aquellos vendedores que cumplan con las metas previstas por parte de la empresa. |
| <p>Gestión de talento</p> | <ul style="list-style-type: none">• Capacitación constante por parte de la empresa para sacar el máximo talento para empleados existentes y nuevos. |
| <p>Clima laboral</p> | <ul style="list-style-type: none">• Rotación y flexibilidad en horarios de trabajo.• Proporcionar las herramientas e instalaciones adecuadas para el funcionamiento de cada área de trabajo. |

| | |
|----------------|--|
| Administración | <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de nóminas • Contratación • Expedientes de empleados • Remuneraciones / Liquidación |
|----------------|--|

Fuente: Autoría propia basado en <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2015/05/04/gestion-de-recursos-humanos-importancia-y-objetivos/>

6.3. Proceso Administrativo

Tabla 4. *Proceso Administrativo*

| Planificación | Organización |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los principales factores de decisión en los que se basan los clientes para la reparación de sus vehículos. • Conocer la estructura actual de los servicios que se tienen en las diferentes páginas web de los talleres con más demanda en el país. • Identificar las principales carreteras que contienen una mayor demanda en el servicio automotriz. | <p>Propietarios: es el que se encargará de toda la planificación de la empresa como también de dirigir, organizar y controlar las actividades dentro de esta.</p> <p>Soporte Técnico: será la persona encargada de dirigir el desarrollo, creación y mantenimiento de la página web.</p> |

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las principales brechas que se tienen en los diferentes talleres en el campo de servicio al cliente al momento de presentar o reportar problemas en el vehículo. <p>La empresa se encuentra en lanzamiento a un posible mercado y determinando canales de distribución.</p> <p>Un posible evento que pueda ocurrir en el futuro</p> | <p>Contabilidad: Es el área donde se encargará de dirigir y administrar los bienes inmuebles y activos fijos de la empresa</p> <p>Publicidad y promoción: es el que se encargará de gestionar presupuestos de marketing y campañas publicitarias como también definir bien la identidad de marca de la empresa.</p> |
| <p>Dirección</p> | <p>Control</p> |
| <p>Cada empleado será motivado con un sueldo base, prestaciones de ley y comisiones de acuerdo a metas previstas por la empresa.</p> <p>A cada colaborador se le proporcionará las herramientas e instalaciones adecuadas para que desarrollen sus respectivas funciones.</p> | <p>Se evaluarán todos los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas para analizar las debilidades y competencias que trae el lanzamiento de la página web.</p> <p>Se identificarán posibles problemas de acuerdo a los resultados obtenidos</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Capacitaciones constantes para evaluar el desempeño de los empleados y así mejorar los puntos débiles como también atribuyéndole el trabajo eficiente de cada uno de los colaboradores de la empresa.</p> | <p>previamente con la finalidad de que estos no se vuelvan a repetir.</p> <p>La empresa analizará el rendimiento proactivo de cada empleado dentro de la misma y así validar el cumplimiento de las funciones descritas previamente.</p> |
|--|--|

Fuente: Autoría propia basado en <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2015/05/04/gestion-de-recursos-humanos-importancia-y-objetivos/>

6.4. Identificación y características de proveedores

- Prestar un servicio automotriz
- Estar ubicado en los contornos de la carretera panamericana
- Responsabilidad ante los llamados de los clientes
- Servicio de calidad
- Cumplimiento de las normas y reglas dentro de la sociedad.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1. Resultados de la investigación de mercado

Se realizó una encuesta a 168 personas y se logró identificar los siguientes resultados.

Pregunta: ¿Ha sufrido desperfecto mecánico de un vehículo en carretera?

En la siguiente figura se denota que existe un porcentaje similar de población encuestada que indica un 53.26% no han tenido desperfectos mecánicos, sin embargo, un 45.65% que ha tenido desperfectos mecánicos de su vehículo en carretera; es decir casi la mitad de los encuestados ha sufrido de uno a más desperfectos mecánicos de un vehículo en carretera.

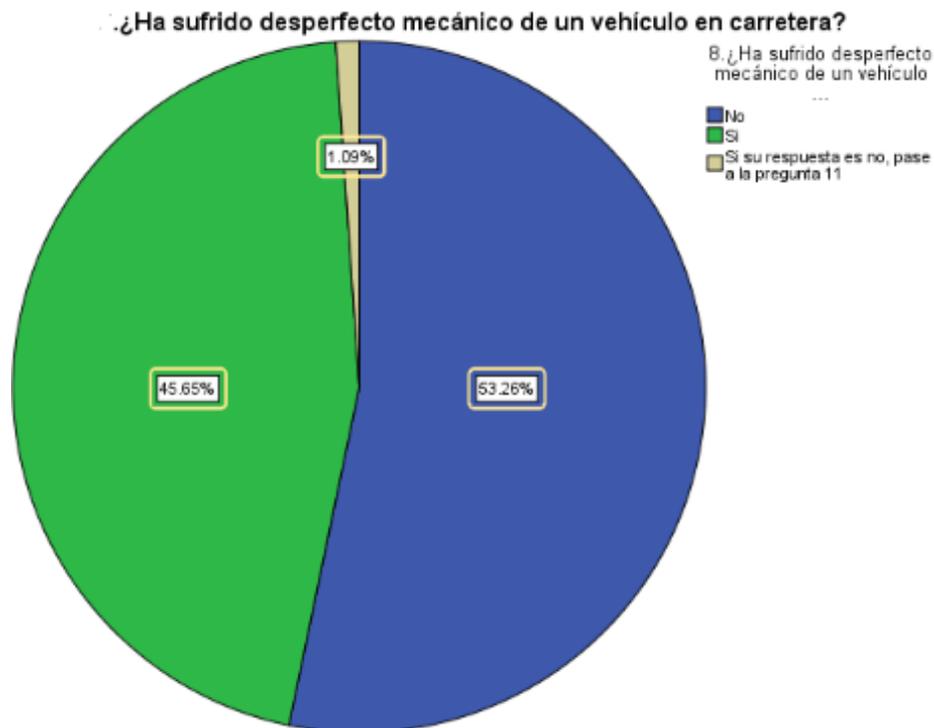


Figura 4. Desperfectos mecánicos en carretera

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En la siguiente figura se muestra el periodo de revisión que los encuestados realizan a sus vehículos, dándonos como resultado que el 51.23% realizan el chequeo cada 3 meses y que un 27.78 % lo realiza cada 6 meses y un 10.49% hasta que el vehículo presenta desperfectos mecánicos, lo cual nos da un parámetro de cómo está el mantenimiento de la flota vehicular que circula en la carretera panamericana de El Salvador.

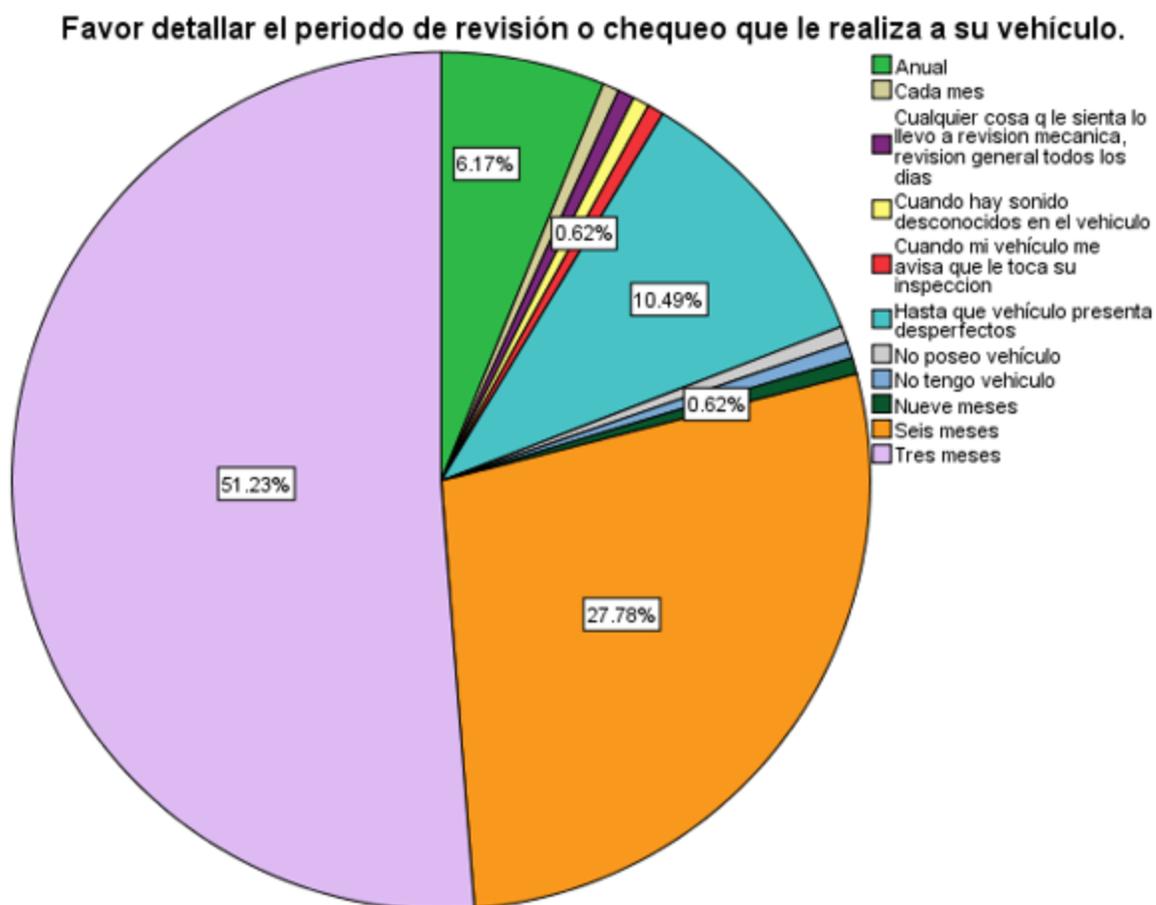


Figura 5. Período de revisión de vehículo

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En la siguiente figura podemos ver que el 72.83% de la población no cuenta con un contrato de seguro que les permita auxiliarse en caso de tener un percance con su vehículo en carretera, lo cual nos indica que un gran porcentaje de la población se vería beneficiada con la puesta en marcha de la página web donde se encuentren afiliados una red de talleres.



Figura 6. Confirmación de Seguro de Vehículo

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En la siguiente figura se muestra que aproximadamente el 54.76% ha tenido entre una, dos o más veces desperfectos mecánicos en carretera, esto nos da a entender que la mayoría de la población que conduce vehículos no los tienen en óptimas condiciones para circular en carreteras y recorrer grandes distancias.

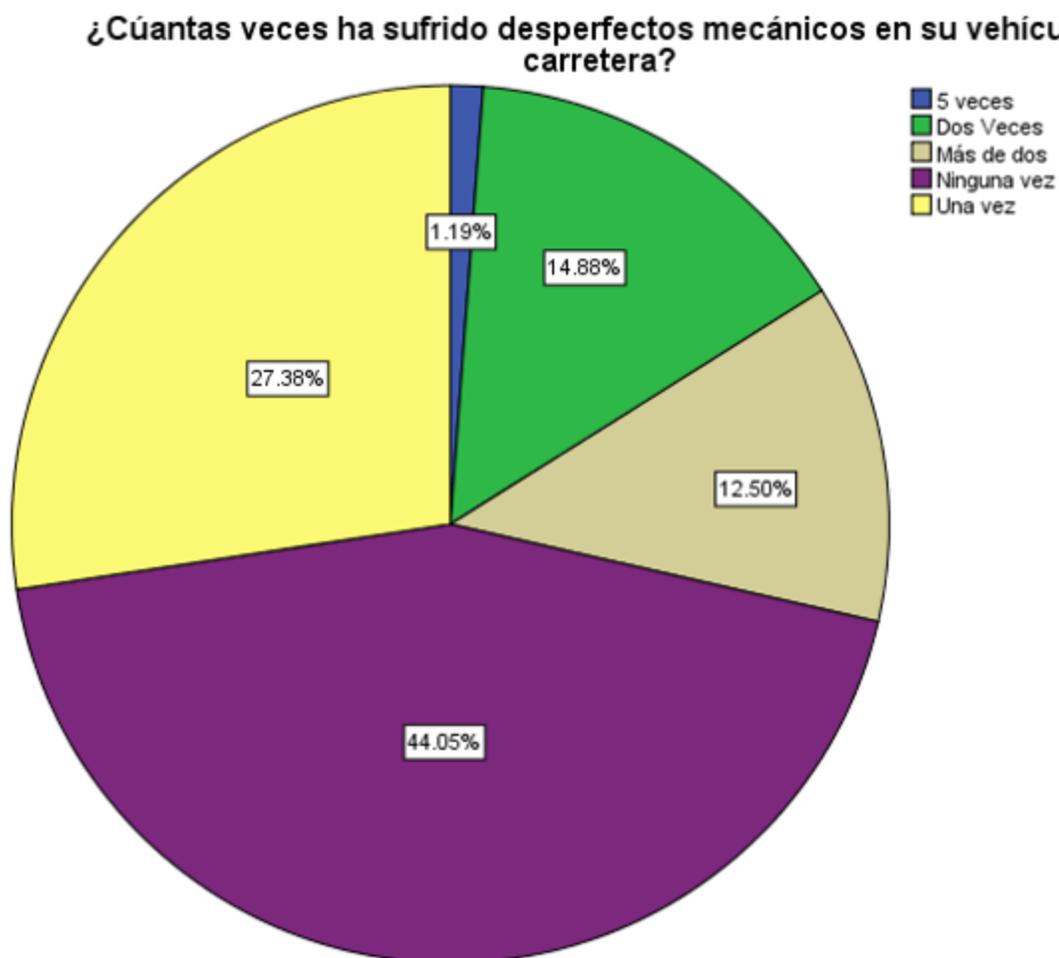


Figura 7. Cantidad de desperfectos mecánicos

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En la siguiente figura podemos ver que el tiempo de espera que los conductores han tenido cuando han sufrido desperfectos mecánicos de vehículos en carretera oscila entre una y tres horas, pero en la medida que se encuentre más lejos de casa el tiempo de demora puede aumentar para ser auxiliado.

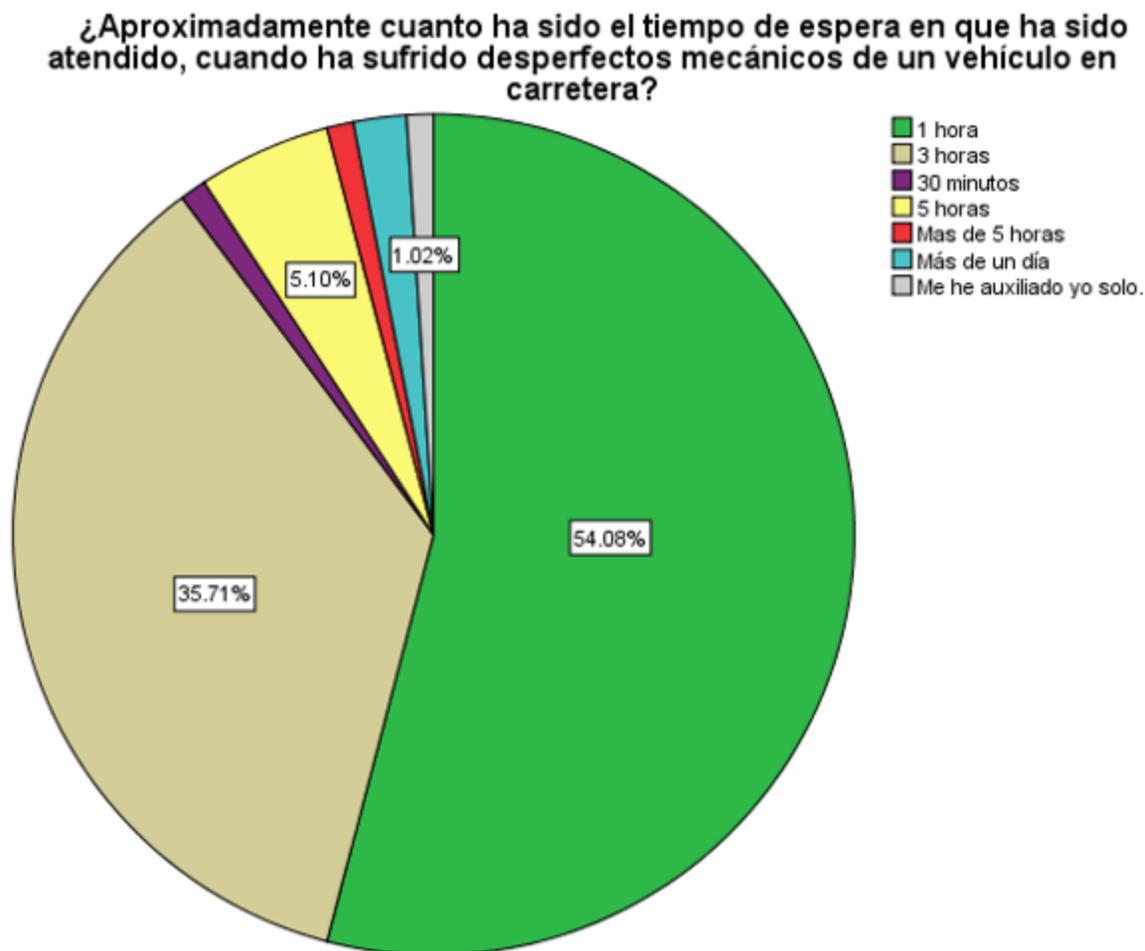


Figura 8. Tiempo de espera ante eventos mecánicos en carretera

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En la siguiente figura se muestra la consulta a quien se acude cuando se encuentra en una emergencia en carretera, dentro de los resultados obtenidos a las personas que se abordaron respondieron de la siguiente manera: talleres de confianza con un 38.85%, le sigue familiares o amigos con un 30.57% y compañías aseguradoras con un 24.20% , lo cual nos indica que para que el taller de confianza, familiares o amigos se trasladen hacia el lugar del percance el tiempo va a depender de que tan lejos se encuentren ellos, lo cual podría llegar hasta más de tres horas aproximadamente.

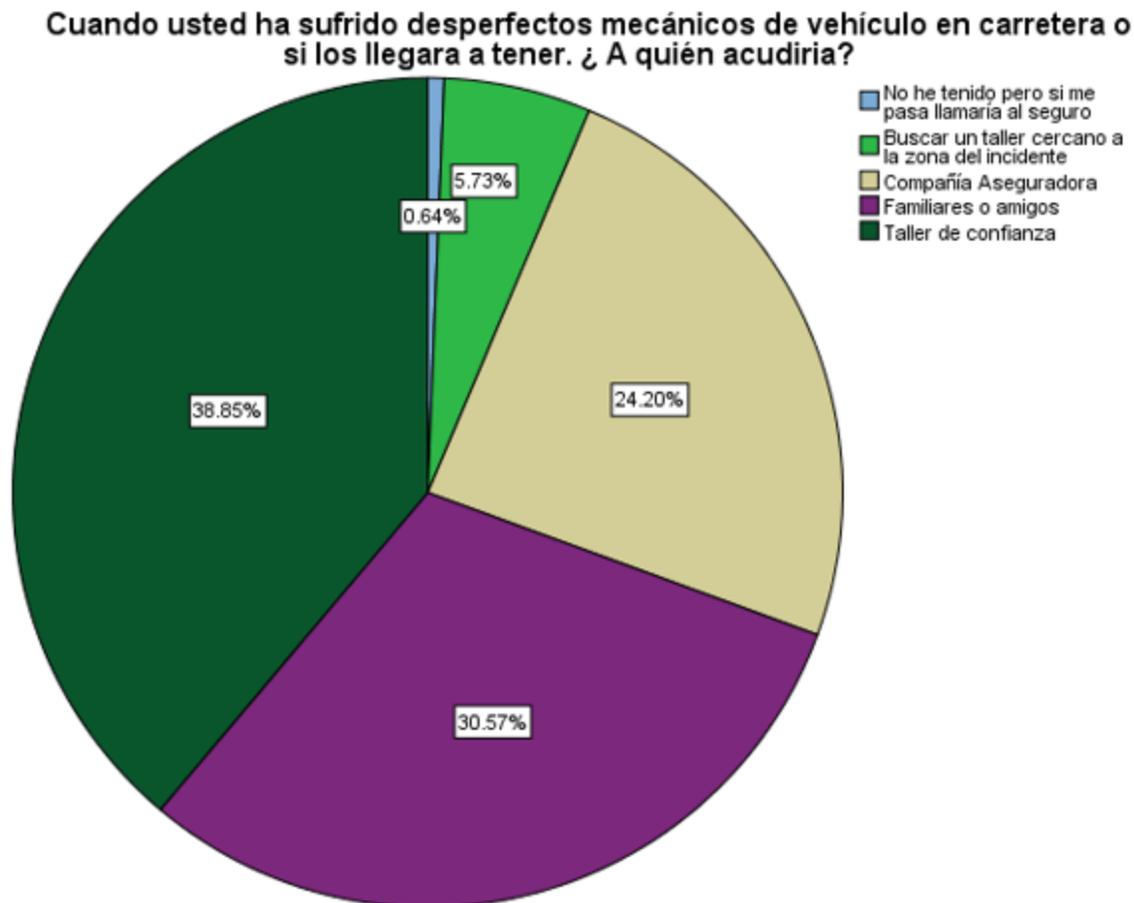


Figura 9. Persona a quien acude en emergencia vial

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En la siguiente figura muestra el resultado de los riesgos que se consideran se puede tener al sufrir un desperfecto mecánico de un vehículo en carretera, con una mayoría del 60.87% indican que es la delincuencia, debido a la inseguridad que aún existe en las principales carreteras del país y solo un 36.96 % señala que el riesgo es económico debido a los costos de reparación que conllevan a un desperfecto mecánico de un vehículo, y un 1.09% responden que sería, tanto el impacto económico como la delincuencia.

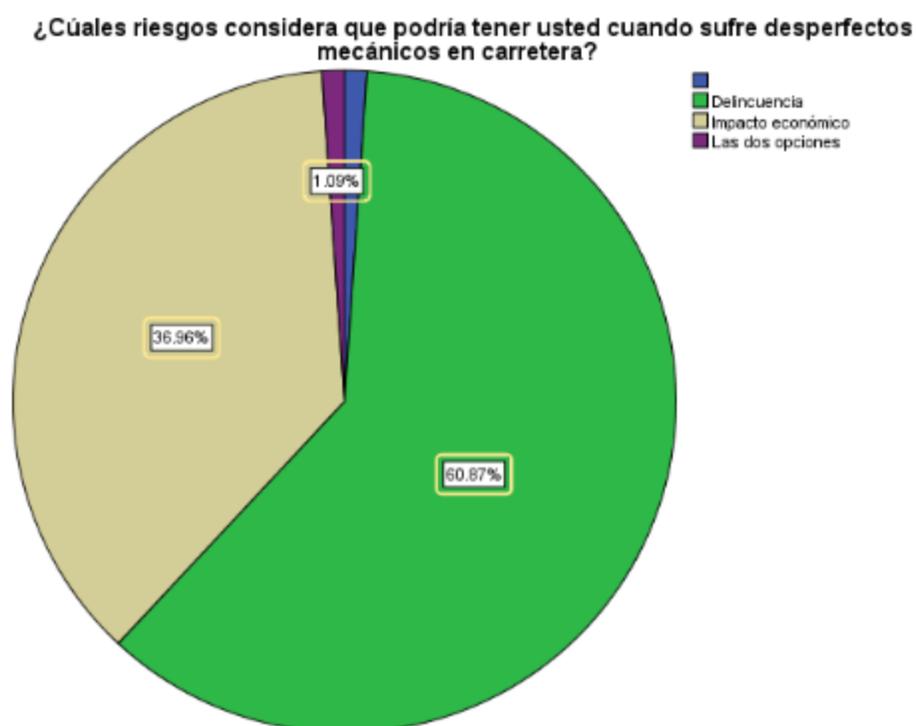


Figura 10. Riesgos considerados en carretera

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En los resultados de la siguiente figura se puede apreciar que aproximadamente el 51.09 % de los encuestados no conocía que puede ser multados si llegasen a ocasionar un accidente por desperfectos mecánicos en su vehículo, lo cual nos indica que la población no está informada en relación a los riesgos o costos que podría ocasionar el sufrir un desperfecto de vehículo en carretera.

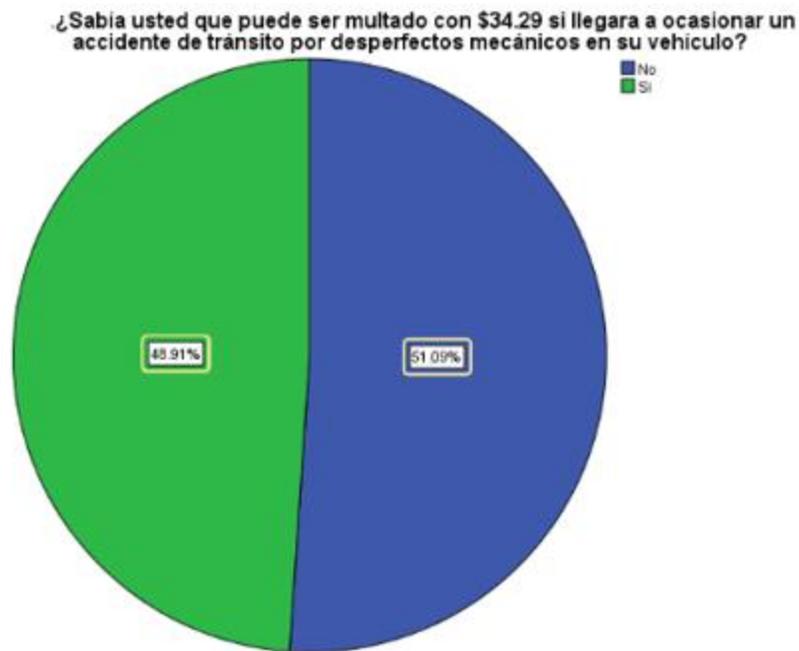


Figura 11. Conocimiento de multas

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En los resultados obtenidos de la siguiente figura se puede notar que el conocimiento de algunos sitios web es muy poco, ya que un 81.52% de la población no conoce un sitio en internet donde pueda ser auxiliado; debido a que actualmente dicho servicio no se encuentra disponible dentro de los navegadores de búsqueda y si existen estos pertenecen a las compañías aseguradoras o a cierta cantidad de talleres que actualmente se anuncian, pero no tienen cobertura a nivel nacional.

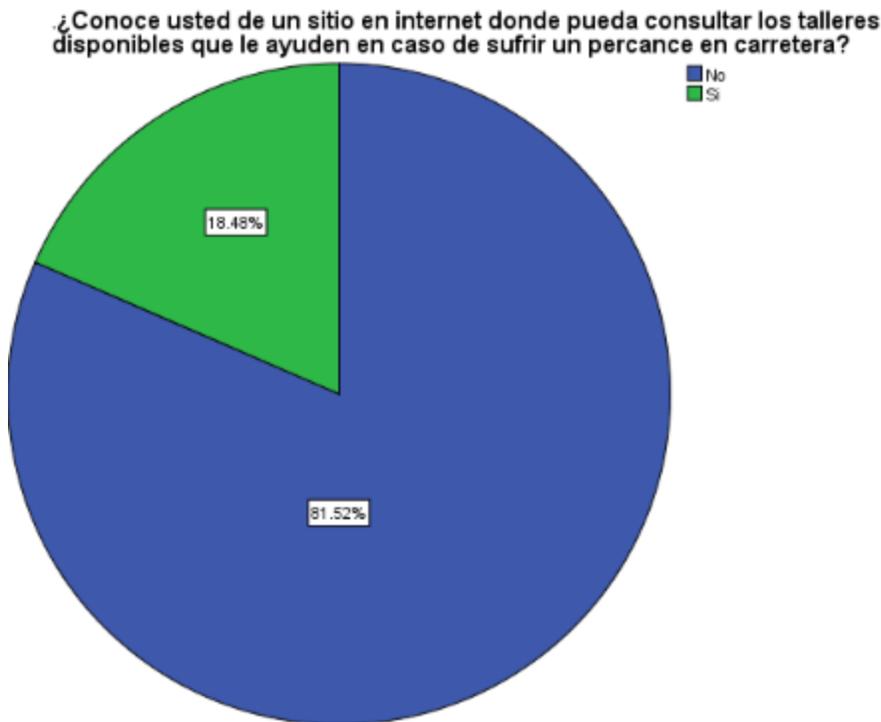


Figura 12. Conocimiento de sitios de internet de atención vial

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En el resultado obtenido de la siguiente figura se puede apreciar aproximadamente un 86.31% de la población encuestada estaría dispuesta a utilizar un servicio de asistencia vial en carretera solicitada por medio de una página web, respuestas que indican la gran necesidad que existe en el mercado sobre el servicio que se les quiere ofrecer por medio de la página web en proyecto.

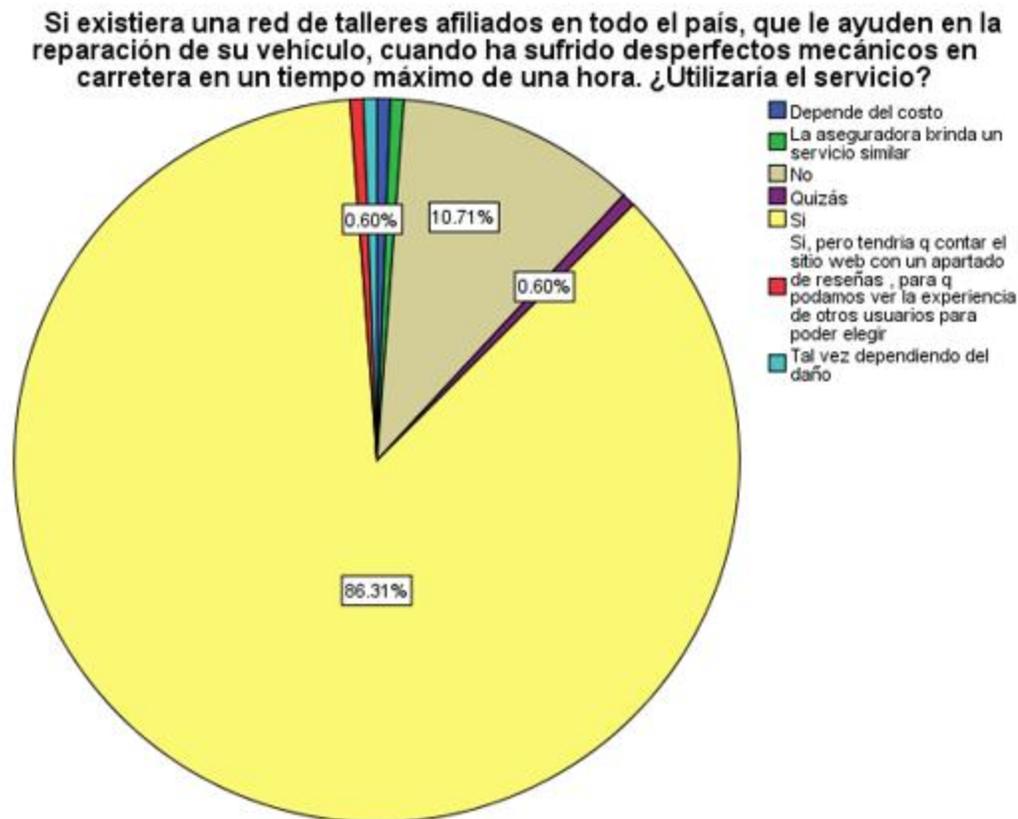


Figura 13. Confirmación de uso de servicio de emergencia vial

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

Resultados entrevistas realizadas a talleres

¿Qué tipos de asistencia ha prestado a vehículos varados en carretera?

En relación a esta pregunta los propietarios de talleres respondieron que han prestado el servicio de: grúa, cambio y reparación de llantas dañadas, asistencia mecánica, fallas de motor, fallas de frenos, calentamiento, problemas de dirección etc. Por lo que se puede denotar que existe una variedad de servicios a brindar a un carro con desperfectos mecánicos en carretera, lo cual brinda una oportunidad de negocio ya que existe una gran demanda en el mercado.

¿Cuáles son los medios en que anuncia a sus posibles clientes?

Los propietarios de talleres en relación a esta pregunta pocos indicaron lo siguiente: redes sociales, estados de WhatsApp, perifoneo, tarjetas de presentación, páginas de internet, etc. Y la mayoría indicaron que no se anuncian por ningún medio, es decir que solo pocos hacen uso de una página de internet para anunciarse lo cual denota que un gran número de talleres no disponen de una página web para ofrecer sus servicios.

En la siguiente figura se realizó la consulta de cuántos años lleva operando el taller, en los resultados se obtuvo que más de la mitad de los encuestados por el momento tienen entre 5 a 10 años de estar operando en el mercado, lo cual es una ventaja competitiva si estos talleres llegaran a afiliarse a la red, debido a que tienen una cartera de mercado ya establecida.

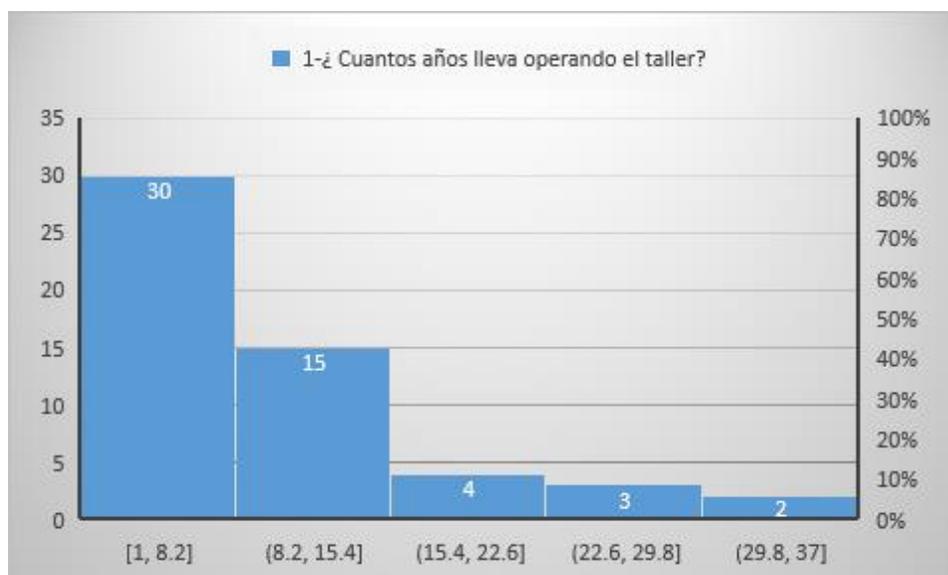


Figura 14. Años de operación del negocio

Fuente: Auditoría propia basada en entrevista realizada

En relación a la siguiente pregunta los talleres indicaron que aproximadamente un 83.6% de los propietarios de talleres entrevistados mencionan que no tienen conocimiento de una página web donde se anuncien un grupo de talleres.

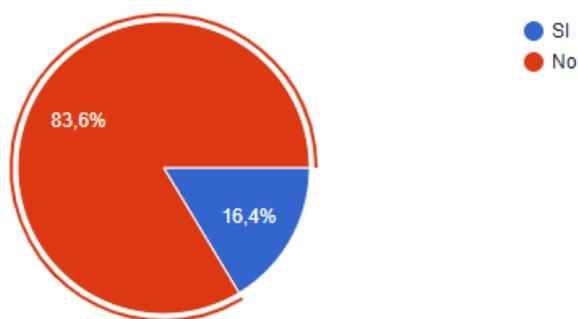


Figura 15. Conocimiento de sitio web

Fuente: Autoría propia con base a resultados de encuesta realizada

En la siguiente pregunta realizada a los talleres se consultó si les gustaría pertenecer a una red de talleres con el fin de poder incrementar la cartera de clientes de su negocio el 82% de los entrevistados por el momento afirmaron que estarían dispuestos a pertenecer a dicha red.

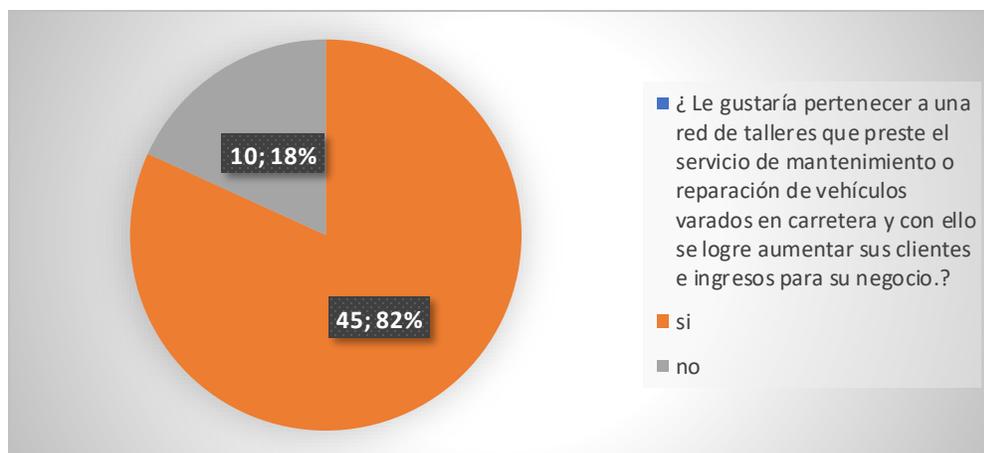


Figura 16. Disposición de talleres a pertenecer a un sitio web

Fuente: Auditoría propia basada en entrevista realizada a talleres

7.2. Marketing Mix Digital

Tabla 5. *Marketing Mix Digital*

| 4 P | 4 C |
|--|--|
| PRODUCTO | CLIENTE |
| <p>Serán los diferentes servicios que ofrecerán los afiliados a la red automotriz como; Auxilio mecánico y automotriz en carretera, Mantenimiento rutinario y preventivo de vehículo, Cambio de aceite, entre otros.</p> | <p>Se tendrá el cliente directo que son los usuarios de automóviles y los que solicitarán un servicio automotriz y los afiliados que ofreceran los servicios.</p> |
| PRECIO | COSTO |
| <p>El uso de la página web para los principales clientes será gratuito donde podrán encontrar toda la información necesaria para solventar su problema, en cambio para los afiliados deberán de pagar una membresía anual con un costo de \$5.00 y mensualidad con un valor de \$6.00 para que su servicio se encuentre disponible en la página web, así como también la oportunidad de poder promocionarse en redes sociales.</p> | <p>Los costos serán cuantificados de acuerdo a los factores intangibles de la página web y se presentarán de acuerdo a funciones, canales específicos, sectores y segmentos del mercado.</p> <p>Considerándolos como costo de periodo (gastos)</p> |

| PLAZA | CONVENIENCIA |
|---|---|
| Será directamente en el sitio web el cual servirá de canal de comunicación directa entre el cliente y los socios que prestan los diferentes servicios. | Las redes sociales se usarán como trampolín para direccionar a los clientes directamente con la página web donde podrán encontrar los diversos servicios que prestan los afiliados |
| PROMOCIÓN | COMUNICACIÓN |
| Unos de los principales canales de distribución para promocionar el sitio web serán a través de la inscripción personal de los socios, con respecto a los principales clientes a través de las diferentes plataformas de redes sociales como también volantes y vallas publicitarias. | El servicio ya es un medio digital, pero sin embargo nos vamos centrando más en lo que el cliente usa por ello los principales canales de comunicación serán las redes sociales ya que son tendencia en el medio actual, como lo es Tik Tok, Instagram, Facebook y WhatsApp |

Fuente: Autoría propia basado en <https://www.diligent.es/nuevo-marketing-mix-digital-de-las-4-p-a-las-4-v/>

Concepto de marca.

Asistencia Automotriz OPA es un emprendimiento digital con la finalidad de poder brindar auxilio en concepto de desperfectos mecánicos principalmente en carretera panamericana, mediante afiliados que se encuentra en la página web.

Construcción de marca.

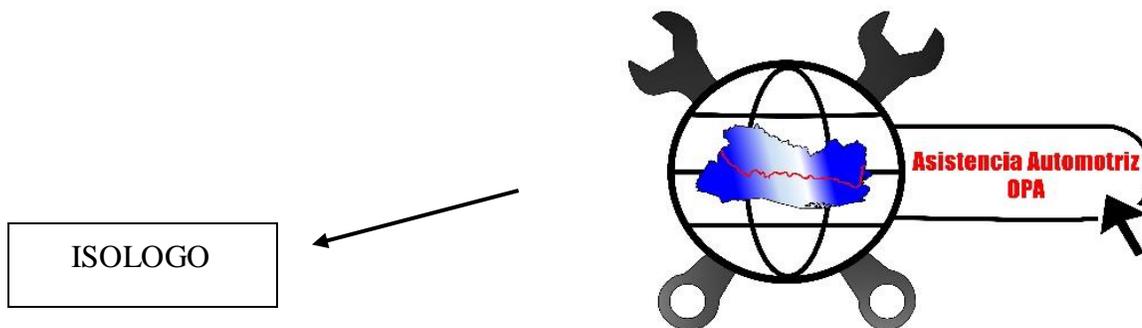


Figura 17. Isologo

Fuente: Auditoría propia basado en idea de creación de marca

Justificación de la marca.

La representación de la marca es a través de un isologo el cual contiene dos llaves cruzadas que dan referencia a la asistencia automotriz, frente a estas, está un círculo con tres líneas horizontales y un ovalo formando el mundo del internet, superior a esta forma se encuentra el mapa del El Salvador en el cual se visualiza en rojo la carretera Panamericana y por último el nombre de la marca que esta seleccionada por un puntero lo que representa la búsqueda del sitio web.

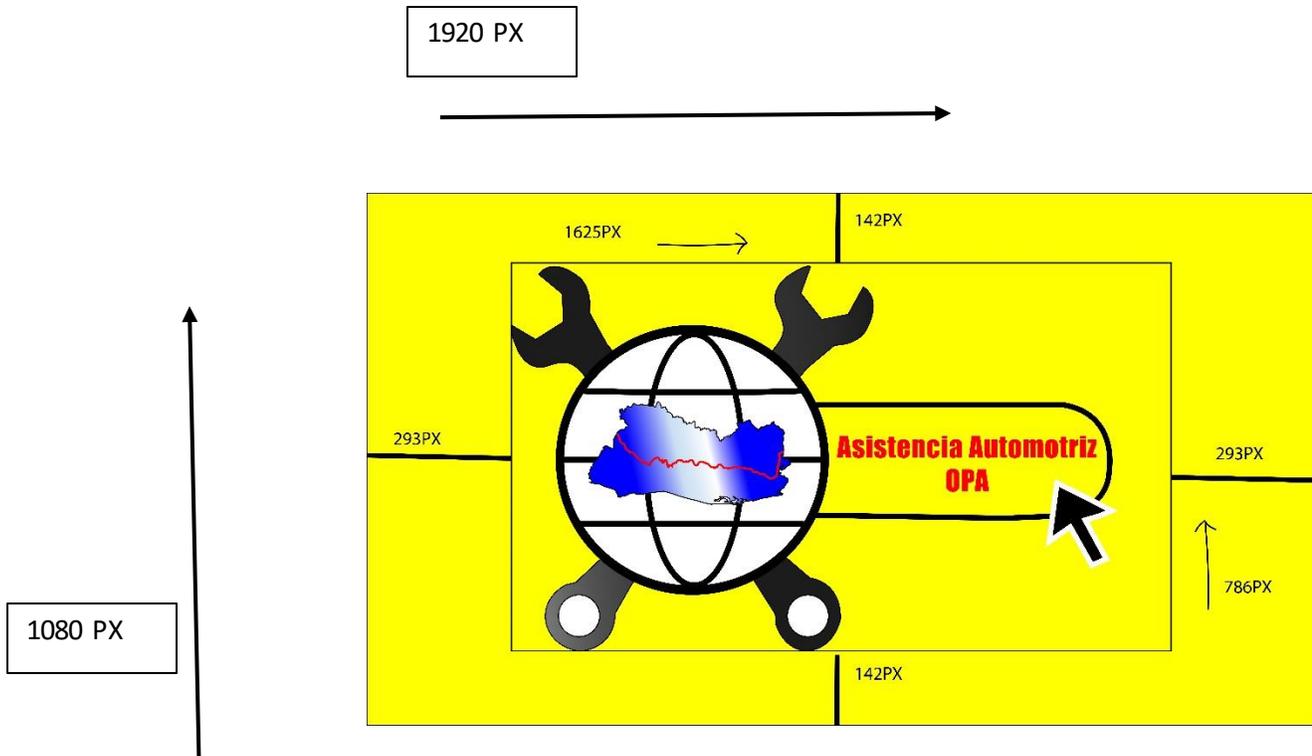


Figura 18. Retículas y áreas de seguridad

Fuente: Auditoría propia basado en idea de creación de marca

Se establecerá como unidad de medida X(An) y Y(AI), que nos permitirá trabajar en el Isologo con espacios y tamaños estandarizados, es decir, que siempre se deberá apreciar la misma dimensión del Isologo independientemente del soporte o superficie.

Tipografía.

Asistencia Automotriz OPA utiliza la fuente Impact Regular, tamaño 56pt, es una tipografía sans-serif (C, 2015) la cual se caracteriza por tener formas muy comprimidas y gruesas a la vez, así impactar al lector, como también se puede encontrar en cualquier programa de diseño.

Asistencia Automotriz OPA

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu v wxyz
1234567890

Figura 19. Tipografía

Fuente: Auditoría propia basado en <https://prezi.com/epkypiny-bns/historia-de-las-sans-serif/>

Color.

Negro: se eligió este color con la finalidad de darle elegancia al diseño y así sobre saltar las líneas de los círculos.

Blanco: representa en el isologo la seguridad que tendrá los clientes al utilizar la página web.

Rojo: se utiliza en la tipografía con el fin de atraer al cliente, como poder de atracción.

Azul: en este caso se eligió de forma más personal dándole representación a los colores de la bandera de nuestro país, como también reflejándole a los consumidores estabilidad y tranquilidad al momento de consumir nuestros servicios.

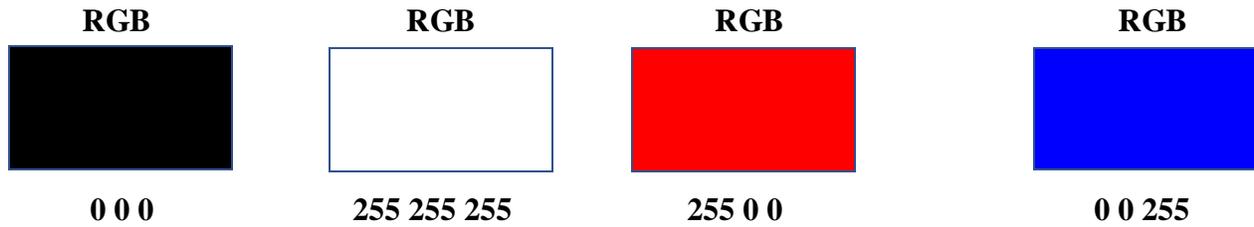


Figura 20. Paleta de color

Fuente: Auditoría propia basado en <https://www.mclibre.org/consultar/htmlcss/css/css-color.html#:~:text=El%20color%20negro%20se%20consigue,%2C%20%23000000%20o%20%23000>

Versión permitida.



Figura 21. Versión permitida

Fuente: Auditoría propia basado en idea de creación de marca

Versión no permitida.

En ningún momento se permite versiones separadas del isologo.



Figura 22. Versiones no permitidas

Fuente: Auditoría propia basado en idea de creación de marca

Línea gráfica.



Figura 23. Membrete

Fuente: Autoría propia por medio de programa Adobe Illustrator



Figura 26. Firma Electrónica

Fuente: Autoría propia basado en basado en programa Adobe Illustrator

Promocionales.

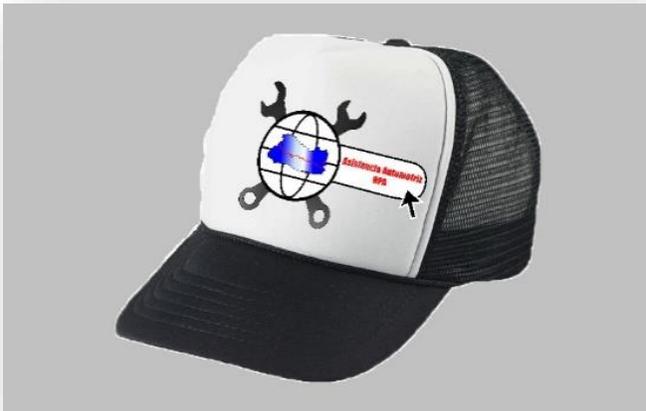


Figura 27. Promocional 1 Gorra

Fuente: Autoría propia basado en basado en programa Adobe Illustrator



Figura 28. Promocional 2 Taza

Fuente: Autoría propia basado en basado en programa Adobe Illustrator



Figura 29. Promocional 3 Lapicero

Fuente: Autoría propia basado en basado en programa Adobe Illustrator



Figura 30. Promocional 4 Camisa

Fuente: Autoría propia basado en basado en programa Adobe Illustrator

Digital.



Figura 31. Instagram

Fuente: Autoría propia basado en <https://www.instagram.com/p/CjCNABwIvsS/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



Figura 32. Tic Tok

Fuente: Autoría propia basado en https://www.tiktok.com/@asistenciaautomotrizopa?_t=8Zc7rtT07wj&_r=1



Figura 33. Valla Publicitaria

Fuente: Autoría propia basado en basado en programa Adobe Illustrator



Figura 34. WhatsApp

Fuente: Autoría propia basado en <https://wa.me/qr/Z66DC4SESHTRM1>



Figura 35. Página de Facebook

Fuente: Autoría propia basado en <https://www.facebook.com/profile.php?id=100085786751748&mibextid=ZbWKwL>



Figura 36. Cuenta de Correo Electrónico

Fuente: Autoría propia basado en asistenciaautomotrizopa@gmail.com



Figura 37. Sitio Web

Fuente: Autoría propia creación de sitio por parte de programador

8. PLAN DE VENTAS

8.1. Ciclo de ventas

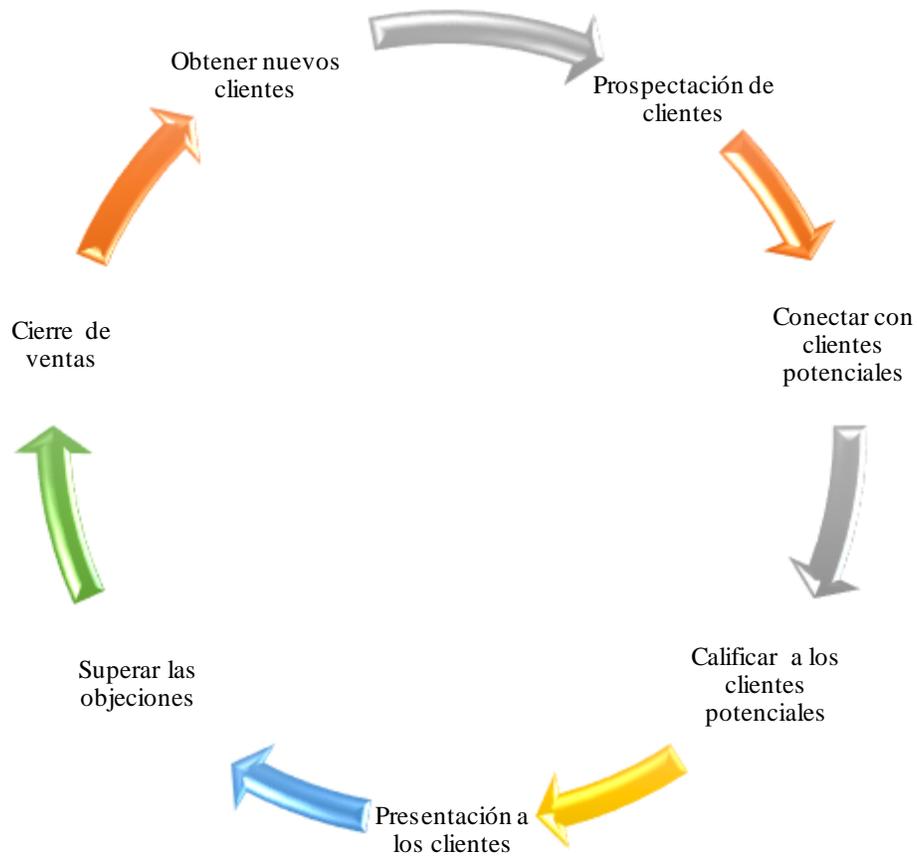


Figura 38. Ciclo de Ventas

Fuente: Autoría propia basada en información de Tom Hopkins *Selling Fundamentals (7 Step Sales Cycle)*

Prospectación de Clientes: Se identificará principalmente a los negocios de mecánica automotriz ubicados en la carretera Panamericana de El Salvador.

Conectar con clientes potenciales: Por medio de la entrevista se pretende lograr el primer contacto con aquellos negocios de mecánica automotriz, dándoles a conocer los beneficios de pertenecer a una red de talleres.

Calificar a los clientes potenciales: identificar los servicios con los que cuenta el negocio automotriz, disponibilidad de herramientas, personal, servicio al cliente, agilidad en socorro automotriz, horarios, transparencia en el servicio, así como la confiabilidad.

Presentación a los clientes: al tener identificado al cliente bajo los criterios anteriores se les presentara el servicio de afiliación a la página web, con el fin de que puedan lograr incrementar su cartera de clientes.

Superar las objeciones: en este punto se pretende dejar aspectos claros como la metodología o el proceso de afiliación, tiempo de contratación, costo de la membresía, temas de seguimiento o de actualizaciones en la página cuando sean requeridos, costos por gama de productos, dar a conocer lineamientos de publicidad de la página web.

Cierre de Ventas: en este punto una vez aclaradas y aceptadas las objeciones se logrará la formalización de la afiliación por medio de un contrato a los diferentes talleres seleccionados de acuerdo a la calidad de servicio que se espera poder brindar desde la página web.

Obtener nuevos clientes: Se buscará poder afiliar más negocios de servicio automotriz con el fin de solventar la demanda del mercado agregando con el tiempo no solo servicios sino la oportunidad de poder ofrecer repuestos y accesorios de vehículos.

8.2. Proyección de Ventas

En el detalle de la tabla N° 6, se pretende afiliar a 50 talleres para el inicio de las operaciones y luego ir incrementando el número de afiliados durante los meses siguientes del primer año, hasta llegar a un número de 500 afiliados al terminar el primer año, cobrando una cuota mensual de \$6.00 dólares a cada taller por el derecho de pertenecer a la página web. Con lo cual se espera percibir un total de \$19,050.00 dólares al término del primer año en concepto de cobros mensuales.

Proyección de Ventas Servicio Automotriz OPA

Tabla 6. *Proyección de ventas anual*

| Mes | Clientes | Venta mensual | Cuota mensual | Total |
|----------------------------|----------|---------------|---------------|--------------|
| Afiliados Iniciales | 50 | | | |
| Mes 1 | 25 | 75 | \$ 6.00 | \$ 450.00 |
| Mes 2 | 25 | 100 | \$ 6.00 | \$ 600.00 |
| Mes 3 | 30 | 130 | \$ 6.00 | \$ 780.00 |
| Mes 4 | 30 | 160 | \$ 6.00 | \$ 960.00 |
| Mes 5 | 35 | 195 | \$ 6.00 | \$ 1,170.00 |
| Mes 6 | 35 | 230 | \$ 6.00 | \$ 1,380.00 |
| Mes 7 | 40 | 270 | \$ 6.00 | \$ 1,620.00 |
| Mes 8 | 40 | 310 | \$ 6.00 | \$ 1,860.00 |
| Mes 9 | 45 | 355 | \$ 6.00 | \$ 2,130.00 |
| Mes 10 | 45 | 400 | \$ 6.00 | \$ 2,400.00 |
| Mes 11 | 50 | 450 | \$ 6.00 | \$ 2,700.00 |
| Mes 12 | 50 | 500 | \$ 6.00 | \$ 3,000.00 |
| | | | | \$ 19,050.00 |

Fuente: Autoría propia basado en estimaciones de afiliados

En el detalle de la tabla N° 7, se pretende afiliar a 50 talleres para el inicio de las operaciones, luego en el primer mes afiliar a 25 talleres, en el segundo mes afiliar a 25 talleres y así sucesivamente ir incrementando el número de afiliados durante los meses siguientes del primer año, hasta llegar a un número de 500 afiliados al terminar el primer año, cobrando una membresía anual de \$5.00 dólares a cada taller. Con lo cual se espera percibir un total de \$2,500.00 dólares al término del primer año en concepto de membresía anual.

Proyección de ingreso por membresía

Tabla 7. *Proyección de ingresos de membresías*

| INGRESO MENSUAL POR MEMBRESIA DE AFILIADOS | | | |
|---|-----------------|------------------|----------------|
| Mes | Clientes | Membresía | Total |
| Afiliados iniciales | 50 | \$5 | \$250 |
| Mes 1 | 25 | \$5 | \$125 |
| Mes 2 | 25 | \$5 | \$125 |
| Mes 3 | 30 | \$5 | \$150 |
| Mes 4 | 30 | \$5 | \$150 |
| Mes 5 | 35 | \$5 | \$175 |
| Mes 6 | 35 | \$5 | \$175 |
| Mes 7 | 40 | \$5 | \$200 |
| Mes 8 | 40 | \$5 | \$200 |
| Mes 9 | 45 | \$5 | \$225 |
| Mes 10 | 45 | \$5 | \$225 |
| Mes 11 | 50 | \$5 | \$250 |
| Mes 12 | 50 | \$5 | \$250 |
| | 500 | | \$2,500 |

Fuente: Autoría propia basada en estimaciones de membresías

Tabla 8. *Ingreso por cuota mensual*

| Columna 1 | Clientes | Venta Mensual | Cuota Anual | Total |
|------------------|-----------------|----------------------|--------------------|--------------|
| 2° año | 100 | 600 | \$ 72.00 | \$ 43,200.00 |
| 3° año | 100 | 700 | \$ 72.00 | \$ 50,400.00 |
| 4° año | 100 | 800 | \$ 72.00 | \$ 57,600.00 |
| 5° año | 100 | 900 | \$ 72.00 | \$ 64,800.00 |

Fuente: Autoría propia basada en membresía hasta 5 años

Tabla 9. *Ingreso por cuota anual*

| Columna 1 | Clientes | Venta Mensual | Membresía | Total |
|------------------|-----------------|----------------------|------------------|--------------|
| 2° año | 100 | 600 | \$ 5.00 | \$ 3,000.00 |
| 3° año | 100 | 700 | \$ 5.00 | \$ 3,500.00 |
| 4° año | 100 | 800 | \$ 5.00 | \$ 4,000.00 |
| 5° año | 100 | 900 | \$ 5.00 | \$ 4,500.00 |

Fuente: Autoría propia basada en cuota anual hasta 5 años

9. PLAN FINANCIERO

Tabla 10. *Plan de inversión*

9.1. Plan de inversión

| Plan de Inversión Servicio Automotriz OPA | | | |
|--|-------------------------------|------------|--------------|
| Rubros | Importe base imponible | IVA | Total |
| Inmovilizado Material | | | |
| Mobiliario | \$ 50.00 | \$ 6.50 | \$ 56.50 |
| Equipos informáticos | \$ 400.00 | \$ 52.00 | \$ 452.00 |
| Inmovilizado Material | | | |
| Aplicación Informática | \$ 50.00 | \$ 6.50 | \$ 56.50 |
| Internet | \$ 40.00 | \$ 5.20 | \$ 45.20 |
| Soporte Técnico /Diseño web | \$ 75.00 | \$ 9.75 | \$ 84.75 |
| Marketing | \$ 400.00 | \$ - | \$ 400.00 |
| Gastos de Constitución | | | |
| Elaboración de Contrato (constitución de empresa) | \$ 100.00 | \$ 13.00 | \$ 113.00 |
| Derecho de Registro de CNR | \$ 20.00 | \$ 2.60 | \$ 22.60 |
| Nombre de Dominio, Alojamiento web y Certificado SSL | \$ 60.00 | \$ 7.80 | \$ 67.80 |
| Capital de trabajo | \$ 1,000.00 | | \$ 1,000.00 |

Fuente: Autoría Propia basada en inversión estimada para el proyecto

Se pretende adquirir Mobiliario y Equipo para la puesta en marcha del negocio, Se comprará equipo informático, además se contratará un servicio de internet, los servicios de soporte técnico y diseño de página web, como la elaboración de contrato y pago de los derechos de registro del nombre comercial del negocio. Además, se pretende hacer una inversión inicial de \$1,000 dólares, dinero que saldrá de los recursos propios del equipo de trabajo.

9.2. Estructura de Costos mensuales proyectados.

Tabla 11. Estructura de costos mensuales proyectados

| Estructura de Costos Mensuales | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Concepto | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |
| Mano de Obra | | | | | | | | | | | | |
| Soporte Técnico /Diseñado | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 75.00 |
| Marketing | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 |
| Administrador Jr. | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 500.00 |
| Contabilidad | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 |
| | | | | | | | | | | | | |
| Materiales | | | | | | | | | | | | |
| Equipo informático | \$ 33.33 | \$ 33.33 | \$ 33.33 | \$ 33.33 | \$ 33.33 | \$ 33.33 | \$ 33.33 | \$ 33.33 | \$ 33.34 | \$ 33.34 | \$ 33.34 | \$ 33.34 |
| Papelería | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 |
| Scanner /Impresora | \$ 6.67 | \$ 6.67 | \$ 6.67 | \$ 6.67 | \$ 6.67 | \$ 6.67 | \$ 6.67 | \$ 6.67 | \$ 6.66 | \$ 6.66 | \$ 6.66 | \$ 6.66 |
| | | | | | | | | | | | | |
| Costos Variables | | | | | | | | | | | | |
| Estructura de Pagina web, alojamiento web y Certificado SSL | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 5.00 |
| Derecho de registro | \$ 1.67 | \$ 1.67 | \$ 1.67 | \$ 1.67 | \$ 1.67 | \$ 1.67 | \$ 1.67 | \$ 1.67 | \$ 1.66 | \$ 1.66 | \$ 1.66 | \$ 1.66 |
| Elaboracion de Contrato | \$ 8.33 | \$ 8.33 | \$ 8.33 | \$ 8.33 | \$ 8.33 | \$ 8.33 | \$ 8.33 | \$ 8.33 | \$ 8.34 | \$ 8.34 | \$ 8.34 | \$ 8.34 |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| Costo Fijos | | | | | | | | | | | | |
| Internet | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 40.00 |
| Publicidad | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 50.00 |
| Agua | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 6.00 |
| Energía | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 |
| Local | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 150.00 |
| | | | | | | | | | | | | |
| TOTALES | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 |

Fuente: Autoría Propia basada en costos mensuales proyectados

Estructura de costo anual

Tabla 12. Estructura de costos anual

| Estructura de Costos Servicio Automotriz OPA | | | | |
|---|-----------------|-----------------------|----------------------|---------------------|
| Concepto | Cantidad | Costo Unitario | Costo Mensual | Costo Anual |
| Mano de Obra | | | | |
| Soporte Técnico /Diseñador web | 1 | \$ 75.00 | \$ 75.00 | \$ 900.00 |
| Marketing | 1 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 4,800.00 |
| Administrador Jr. | 1 | \$ 500.00 | \$ 500.00 | \$ 6,000.00 |
| Contabilidad | 1 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 4,800.00 |
| Materiales | | | | |
| Equipo informático | 1 | \$ 400.00 | \$ 400.00 | \$ 400.00 |
| Papelería | 1 | \$ 5.00 | \$ 5.00 | \$ 60.00 |
| Scanner /Impresora | 1 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 80.00 |
| Costos Variables | | | | |
| Estructura de Pagina web, alojamiento web y Certificado SSL | 1 | \$ 60.00 | \$ 60.00 | \$ 60.00 |
| Derecho de registro | 1 | \$ 20.00 | \$ 20.00 | \$ 20.00 |
| Elaboración de Contrato | 1 | \$ 100.00 | \$ 100.00 | \$ 100.00 |
| | | | | \$ - |
| Costo Fijos | | | | |
| Internet | 1 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | \$ 480.00 |
| Publicidad | 1 | \$ 50.00 | \$ 50.00 | \$ 600.00 |
| Agua | 1 | \$ 6.00 | \$ 6.00 | \$ 72.00 |
| Energía | 1 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | \$ 960.00 |
| Local | 1 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | \$ 1,800.00 |
| | | | \$2,366 | \$ 21,132.00 |

Fuente: Autoría Propia basada en proyección de costos anual

9.3. Flujo de efectivo

Tabla 13. *Flujo de efectivo mensual*

Flujo de efectivo mensual

| Flujo de Efectivo | AÑO 1 | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|------------|------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| | 0 | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |
| Saldo Inicial | | \$1,000.00 | \$ 64.00 | -\$ 972.00 | -\$1,803.00 | -\$ 2,454.00 | -\$ 2,870.00 | -\$ 3,076.00 | -\$ 3,017.00 | -\$ 2,718.00 | -\$ 2,124.00 | -\$ 1,260.00 | -\$ 71.00 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas (Ingresos) | | \$ 825.00 | \$ 725.00 | \$ 930.00 | \$ 1,110.00 | \$ 1,345.00 | \$ 1,555.00 | \$ 1,820.00 | \$ 2,060.00 | \$ 2,355.00 | \$ 2,625.00 | \$ 2,950.00 | \$ 3,250.00 |
| | | | | | | | | | | | | | |
| Egresos | | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 | \$ 1,761.00 |
| Flujo de caja mensual | | -\$ 936.00 | -\$1,036.00 | -\$ 831.00 | -\$ 651.00 | -\$ 416.00 | -\$ 206.00 | \$ 59.00 | \$ 299.00 | \$ 594.00 | \$ 864.00 | \$ 1,189.00 | \$ 1,489.00 |
| Inversión Inicial | \$1,000.00 | | | | | | | | | | | | |
| Saldo de cierre | \$1,000.00 | \$ 64.00 | -\$ 972.00 | -\$ 1,803.00 | -\$ 2,454.00 | -\$ 2,870.00 | -\$ 3,076.00 | -\$ 3,017.00 | -\$ 2,718.00 | -\$ 2,124.00 | -\$ 1,260.00 | -\$ 71.00 | \$ 1,418.00 |

Fuente: Autoría propia basado en proyección mensual

Tabla 14. *Flujo de efectivo anual*

| | Años | | | | | |
|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Flujo de Efectivo | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Saldo Inicial | | \$ 1,000.00 | \$ 1,418.00 | \$ 27,086.00 | \$ 59,764.00 | \$ 100,816.00 |
| | | | | | | |
| Ventas | \$ - | \$21,550.00 | \$ 46,200.00 | \$ 53,900.00 | \$ 61,600.00 | \$ 69,300.00 |
| Total ingresos | \$ - | \$ 21,550.00 | \$ 46,200.00 | \$ 53,900.00 | \$ 61,600.00 | \$ 69,300.00 |
| | | | | | | |
| Egresos | \$ - | \$ 21,132.00 | \$ 20,532.00 | \$ 21,222.00 | \$ 20,548.00 | \$ 21,172.00 |
| Flujo de caja anual | | \$418.00 | \$25,668.00 | \$32,678.00 | \$41,052.00 | \$48,128.00 |
| inversión inicial | | | | | | |
| Saldo al cierre | \$ 1,000.00 | \$1,418.00 | \$27,086.00 | \$59,764.00 | \$100,816.00 | \$148,944.00 |

Fuente: Autoría propia basada en proyecciones de flujos en término de 5 años

9.4. Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio

Tabla 15. *Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio*

| | |
|------------------------------|-----------|
| Costos fijos | \$ 326.00 |
| Costo Variable Unitario | \$ 2.40 |
| Precio de Venta Unitario | \$ 6.00 |
| | |
| Punto de Equilibrio | 91 |
| | |
| Equilibrio en cantidad | \$ 543.33 |
| | |
| Margen de Contribución | \$ 3.60 |
| | |
| Margen de Contribución Total | \$ 326.00 |

Fuente: Autoría propia basada en proyecciones de rentabilidad del proyecto

Como primer punto para calcular el punto de equilibrio de la empresa se definen los costos. lo usual es considerar los costos a todos los desembolsos, incluyendo los gastos de administración y de ventas, pero sin incluir los gastos financieros ni los impuestos (método de los costos totales). En segundo punto esta como clasificar los costos en costos variables (CV) y en costos fijos (CF). Una vez que hemos determinado los costos que utilizaremos para hallar el punto de equilibrio, pasamos a clasificarlos o dividirlos en costos variables y en costos fijos.

Con datos de la compañía en estudio aplicamos la fórmula para el punto de equilibrio.

Formula punto de equilibrio: $Pe = CF / (PVU - CVU)$ Donde: Pe: punto de equilibrio (unidades a vender de tal modo que los ingresos sean iguales a los costos). CF: Costos fijos. PVU: Precio de venta unitario.

Desarrollo de El Costo, Volumen y Punto de Equilibrio.

Datos empresa

Para el cálculo de los siguientes métodos tenemos los siguientes datos.

Las unidades a producir se estiman en 75 a un precio unitario de \$ 6.00

El costo de producir cada unidad oscila en \$ 2.40

Los Costos fijos se estiman en \$ 326.00

El detalle sería el siguiente

Tabla 16. *Detalle de costos y volumen de punto de equilibrio*

Detalle de costos y volumen de punto de equilibrio

| | Unidades | Precio Unitario | Precio Total |
|------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| Ventas | 75 | \$ 6.00 | \$ 450.00 |
| Costos Variables | 75 | \$ 2.40 | \$ 180.00 |
| Costos Fijos | | | \$ 326.00 |

Fuente: Autoría Propia basada en la proyección de ventas y costos

Análisis

Para calcular el punto de equilibrio (equilibrio, 2023), aplicamos la fórmula siguiente $PE=CF/(PVU-CVU)$, donde se dividen los costos fijos entre el precio de venta menos el costo de venta unitario y se calculan las unidades a producir para vender en este caso se debe producir 90.55 unidades, llegando aproximadamente a 91 unidades.

Tabla 17. *Punto de equilibrio*

| | | |
|-----|-----------|-----------|
| 80 | \$ 518.00 | \$ 480.00 |
| 81 | \$ 520.40 | \$ 486.00 |
| 82 | \$ 522.80 | \$ 492.00 |
| 83 | \$ 525.20 | \$ 498.00 |
| 84 | \$ 527.60 | \$ 504.00 |
| 85 | \$ 530.00 | \$ 510.00 |
| 86 | \$ 532.40 | \$ 516.00 |
| 87 | \$ 534.80 | \$ 522.00 |
| 88 | \$ 537.20 | \$ 528.00 |
| 89 | \$ 539.60 | \$ 534.00 |
| 90 | \$ 542.00 | \$ 540.00 |
| 91 | \$ 544.40 | \$ 546.00 |
| 92 | \$ 546.80 | \$ 552.00 |
| 93 | \$ 549.20 | \$ 558.00 |
| 94 | \$ 551.60 | \$ 564.00 |
| 95 | \$ 554.00 | \$ 570.00 |
| 96 | \$ 556.40 | \$ 576.00 |
| 97 | \$ 558.80 | \$ 582.00 |
| 98 | \$ 561.20 | \$ 588.00 |
| 99 | \$ 563.60 | \$ 594.00 |
| 100 | \$ 566.00 | \$ 600.00 |

Fuente: Autoría propia basada en <https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>

Tabla 18. Estado de resultados mensual

9.5. Estado de Resultado mensual

| Estado de Resultados Proyectado | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| | Año 1 | | | | | | | | | | | | Total |
| | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 | Año 1 |
| Ingreso por ventas | \$825.00 | \$725.00 | \$930.00 | \$1,110.00 | \$1,345.00 | \$1,555.00 | \$1,820.00 | \$2,060.00 | \$2,355.00 | \$2,625.00 | \$2,950.00 | \$3,250.00 | \$ 21,550.00 |
| Costo de ventas | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 1,746.00 | \$ 20,952.00 |
| Ganancia(Perdida) Bruta | -\$921.00 | -\$1,021.00 | -\$816.00 | -\$636.00 | -\$401.00 | -\$191.00 | \$74.00 | \$314.00 | \$609.00 | \$879.00 | \$1,204.00 | \$1,504.00 | \$ 598.00 |
| Gastos operacionales | | | | | | | | | | | | | |
| Publicidad | | | | | | | | | | | | | |
| Gastos administrativos | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | \$ 180.00 |
| Alquiler | | | | | | | | | | | | | |
| Otros | | | | | | | | | | | | | |
| Utilidad Operativa | -\$936.00 | -\$1,036.00 | -\$831.00 | -\$651.00 | -\$416.00 | -\$206.00 | \$59.00 | \$299.00 | \$594.00 | \$864.00 | \$1,189.00 | \$1,489.00 | \$418.00 |
| Gastos no operacionales | | | | | | | | | | | | | |
| Intereses | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Utilidad antes del impuesto | -\$936.00 | -\$1,036.00 | -\$831.00 | -\$651.00 | -\$416.00 | -\$206.00 | \$59.00 | \$299.00 | \$594.00 | \$864.00 | \$1,189.00 | \$1,489.00 | \$418.00 |

Fuente: Autoría propia basada en proyecciones de resultados del período para un año

Tabla 19. Estado de resultados proyectado a 5 años

| Estado de Resultado Proyectado | | | | | |
|---------------------------------------|------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | AÑO | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingreso por ventas | \$21,550.00 | \$ 46,200.00 | \$ 53,900.00 | \$ 61,600.00 | \$ 69,300.00 |
| Costo de ventas | \$20,952.00 | \$ 20,472.00 | \$ 21,062.00 | \$ 20,488.00 | \$ 21,012.00 |
| Ganancia(Perdida) Bruta | \$ 598.00 | \$ 25,728.00 | \$ 32,838.00 | \$ 41,112.00 | \$ 48,288.00 |
| Gastos operacionales | \$ 180.00 | \$ 60.00 | \$ 160.00 | \$ 60.00 | \$ 160.00 |
| Publicidad | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Gastos administrativos | \$ 180.00 | \$ 60.00 | \$ 160.00 | \$ 60.00 | \$ 160.00 |
| Alquiler | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Otros | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Utilidad Operativa | \$ 418.00 | \$ 25,668.00 | \$ 32,678.00 | \$ 41,052.00 | \$ 48,128.00 |
| Gastos no operacionales | | | | | |
| Intereses | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Utilidad antes del impuesto | \$ 418.00 | \$ 25,668.00 | \$ 32,678.00 | \$ 41,052.00 | \$ 48,128.00 |

Fuente: Autoría propia basada en proyecciones de resultado para 5 años

10. PLAN DE TRABAJO

Asistencia Automotriz OPA

El proyecto consiste (RedacciónMilFormatos, 2022) en el desarrollo de una página web que brinde servicio de asistencia vial a los vehículos que sufran desperfectos mecánicos en la carretera Panamericana de El Salvador, debido a que en el país no existe una red que brinde tal servicio a los conductores de vehículos, con lo cual se pretende suplir la demanda actual que existe en el mercado y disminuir los tiempos de espera de los automovilistas y ser reconocidos a nivel nacional en el modelo de negocio logrando ser líderes en la asistencia vial en carretera.

Acciones por realizar

- Elaboración del sitio web
- Pruebas iniciales de la página web
- Alquiler de local
- Compra de Mobiliario y equipo
- Contrato de servicio de Internet
- Instalación de redes
- Selección y Contratación del personal
- Capacitación del personal
- Búsqueda de afiliados e ingreso de base de datos
- Puesta en marcha del negocio

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------|----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Selección y contratación de personal | 24/10/22 | 4/11/22 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capacitación de personal | 14/11/22 | 25/11/22 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Búsqueda de afiliados e Ingreso de base de datos | 21/11/22 | 9/12/22 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Puesta en marcha del negocio | 05/12/22 | 23/12/22 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Autoría propia basada en plan de trabajo para la elaboración de proyecto

Estrategias por implementar

1. Capacitación del personal.
2. Creación de campañas de publicidad.
3. Respaldo de proveedores de hosting para mantener la red en funcionamiento.
4. Creación de convenios con empresas aseguradoras de vehículos.
5. Obtener la fidelización del cliente a la red.
6. Creación de tutoriales sobre el uso de la página web.
7. Oportunidad de ofrecer diversidad de servicios por parte de los afiliados.

Participantes del proyecto

Los principales involucrados en el proyecto serán los 3 socios fundadores del negocio quienes se encargarán de supervisar, ayudar y vigilar que el proyecto se ejecute según lo planificado, además se tendrá de colaboradores principales; contando con el asesoramiento del área contable quien validara el cumplimiento de los objetivos de ingreso y afiliación. Así mismo el apoyo del área de publicidad y promoción quien velara por mantener una constante comunicación en los diferentes medios. Se contará con colaboradores externos quienes darán mantenimiento y soporte a la página web, esto a demanda ya que se dará oportunidad a los afiliados de ofrecer diversidad de servicios dentro del sitio.

Tabla 21. *Responsables de acciones*

| <i>Acciones por realizar</i> | <i>Responsable</i> | <i>Puesto</i> | <i>Firma</i> |
|--|---|------------------------|--------------|
| Elaboración del sitio web | (Ing.) Cristian Pérez | SopORTE | |
| Pruebas iniciales de la página web | (Ing.) Cristian Pérez | SopORTE | |
| Alquiler de local | Carmen Parada | Propietario | |
| Compra de Mobiliario y equipo | Marco Oviedo | Propietario | |
| Contrato de servicio de Internet | Diana Aquian | Propietario | |
| Instalación de redes | (Ing.) Cristian Pérez | SopORTE | |
| Selección y Contratación del personal | Carmen Parada | Propietario | |
| Capacitación del personal | (Ing.) Cristian Pérez | SopORTE | |
| Búsqueda de afiliados e ingreso de base de datos | Empleado 1 y Empleado 2 | Publicidad y Promoción | |
| Puesta en marcha del negocio | Carmen Parada, Marco Oviedo, Diana Aquian y personal contratado | Propietarios | |

Fuente: Autoría propia basada en asignación de responsabilidades

Recursos necesarios

Recurso humano

- Soporte Técnico
- Contabilidad
- Publicidad y Promoción
- Recursos Financieros

Inversión Propia

- Recursos Materiales

Mobiliario y Equipo

- Papelería

Recursos Tecnológicos

- Equipo informático
- Internet

11. INDICADORES DE MEDICIÓN

Los indicadores (Cascade, 2021) de medición se encuentran los siguientes:

Facebook, Instagram, Tic Tok, blogs y WhatsApp, el seguimiento de estos se estará realizando de forma mensual.

Tabla 22. *Indicadores de medición*

| Indicadores | Branding | Engagement | Fidelización / Nuevos afiliados | Satisfacción del cliente |
|--------------------|--|---|--|---|
| Facebook | -Total de publicación realizadas, en vivos, historias y menciones. | -Cantidad de clics en enlaces. -Personas alcanzadas. | -Conseguir más clientes potenciales | Identificar la satisfacción del cliente por medio de un NPS |

| | | | | |
|-----------|--|---|--|---|
| | -Cantidad de seguidores | -Interacciones con la publicación. -Cantidad de “me gusta”. | -Conseguir más visitas en el sitio web -Promocionar el negocio en la zona | (indicador neto de promotores) |
| Instagram | -Cantidad de seguidores -Cantidad de publicaciones, historias, reels, videos, anuncios activos y videos en vivo | -Cuentas alcanzadas -Cantidad de interacciones | -Número de visitas provenientes de Instagram | -Identificar la satisfacción del cliente por medio de un NPS (indicador neto de promotores) |
| Blogs | -Cantidad de afiliados publicados. -Número de registros compartidos. -Experiencias compartidas | -Cantidad de comentarios -Cantidad de Clics - Posicionamiento del contenido en los motores de | -Cantidad de registros de visitas realizados al sitio. -Conseguir más visitas en el sitio web | -Credibilidad de sitio Web -Interactividad con el cliente. |

| | | | | |
|----------|---|---|--|--|
| | | búsqueda de Google. | | |
| TikTok | -Seguidores -Registro de “me gusta” | -Cantidad de comentarios -Principal visualizaciones de video -Visualización de comentarios y veces compartido | -Cantidad de seguidores. Cantidad de “me gusta” | |
| WhatsApp | -Registros de consultas por parte de clientes para lograr atención personalizada. | -Cantidad de número de registros -Mensajes por difusión informativos | -Credibilidad y confianza en las consultas tanto de cliente como afiliado. | |

Fuente Autoría propia basada en página 84 Ejemplos de KPI (Indicadores claves de rendimiento) - para 2022 (cascade.app)

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Tras el análisis del trabajo de investigación podemos deducir que todos los datos recolectados a través de las entrevistas y encuestas se observó que la mayoría de los talleres ubicados en la carretera Panamericana de El Salvador tiene un amplio mercado a través de los años a esto se le suma que es una de las áreas del mercado con mayor demanda, pero con poca presencia en el área digital, por ello la idea de negocio de la página web automotriz, donde proveedores y consumidores de este servicio puede coincidir en un espacio digital con la accesibilidad de toda la información necesarias para obtenerla en cualquier parte del país, siendo esto una forma de comercialización para los proveedores del servicio automotriz y una facilidad para los consumidores a la hora de tener un percance vial.

RECOMENDACIONES.

Sugerir, respecto a futuras investigaciones indagar más en todas las áreas de muestreo y no centrarse en un solo método, para tener mayor exactitud y no caer en la ambigüedad de su investigación, usar tanto como el método cualitativo y cuantitativo teniendo así mejores resultados, referente a la idea de negocio automotriz carece de presencia digital

13. BIBLIOGRAFÍA

AMARILLAS, P. (2023). *TALLERES DE MECANICA AUTOMOTRIZ EN EL SALVADOR*.

Obtenido de <https://www.paginasamarillas.com.sv/servicios/talleres-de-mecanica-automotriz>

C, L. (19 de Octubre de 2015). *Historias de las sans-serif*. Obtenido de Prezi:

<https://prezi.com/epkypiny-bns/historia-de-las-sans-serif/>

Cascade. (2021 de Diciembre de 2021). *84 Ejemplos de KPI*. Obtenido de

<https://www.cascade.app/es/blog/kpi-examples>

equilibrio, D. d. (2023). *Punto de equilibrio*. Obtenido de <https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>

LEGISLATIVA, A. (22 de OCTUBRE de 1969). *LEY DE CARRETERAS Y CAMINOS*

VECINALES D.O 196. Obtenido de *LEY DE CARRETERAS Y CAMINOS VECINALES D.O 196*:

<https://www.casalco.org.sv/archivos/Ley%20de%20carreteras%20y%20caminos%20vecinales.pdf>

LEGISLATIVA, A. (16 de Noviembre de 1995). *LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE,*

TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212. Obtenido de *LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212*:

<https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/8972FD45-BF1F-4186-9E85-10140F21074A.pdf>

LEGISLATIVA, A. (1 de JULIO de 1996). *LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE,*

TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212. Obtenido de *LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212*:

<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/vmt/documents/132846/download>

LEGISLATIVA, A. (1 de JULIO de 1996). *REGLAMENTO GENERAL DE TRANSITO Y*

SEGURIDAD VIAL D.O 212. Obtenido de *REGLAMENTO GENERAL DE*

TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL D.O 212:
<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/vmt/documents/7533/download>

RedacciónMilFormatos. (17 de Junio de 2022). *Plan de trabajo*. Obtenido de <https://milformatos.com/empresas-y-negocios/plan-de-trabajo/#plan+de+trabajo+formato>

SEMAC. (1999). *SEMAC*. Obtenido de <https://semacsv.com/about.html>

TEROSON, L. (s.f). *Ruta401*. Obtenido de El Blog de los profesionales del taller: <https://blog.reparacion-vehiculos.es/los-primeros-talleres-de-coches-de-la-historia>

TSE. (18 de 06 de 2022). *Elecciones legislativas y municipales de El Salvador de 2024*. Obtenido de <https://www.tse.gob.sv/>

REFERENCIAS

AGREGADO, V. (8 de diciembre de 2021). *Quantum llega a El Salvador, primer auto 100 % eléctrico de origen latinoamericano*. Obtenido de <https://valoragregado.net/quantum-llega-a-el-salvador/>

AMERICA, L. (10 de AGOSTO de 2019). *6 innovaciones importantes de las herramientas para mecánica automotriz*. Obtenido de <https://launchamerica.cl/6-innovaciones-importantes-de-las-herramientas-para-mecanica-automotriz/>

BBC. (15 de Diciembre de 2021). *Bukele y Biden: 5 momentos de la creciente tensión entre EE.UU. y El Salvador y cómo afecta a dos aliados históricos*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-59558957>

DATA, C. A. (20 de JUNIO de 2022). *TALLERES AUTOMOTRIZ*. Obtenido de https://www.centralamericadata.com/es/tsearch?q=taller+automotriz&q1=mattersInCountry_es_le%3A%22El+Salvador%22

DIGESTYC. (MAYO de 2018). *MINISTERIO DE ECONOMIA*. Obtenido de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/minec/documents/249801/download>

elsv.info. (2022). *El avance de la tecnología en El Salvador*. Obtenido de <https://www.elsv.info/el-avance-de-la-tecnologia-en-el-salvador>

FORBES. (3 de Febrero de 2022). *Los países de la Región han sufrido el desempleo en 2021*. Obtenido de <https://forbescentroamerica.com/2022/02/03/los-paises-de-la-region-han-sufrido-el-desempleo-en-2021/>

Hernández, E. (25 de agosto de 2021). *El Salvador.com*. Obtenido de <https://www.elsalvador.com/eldiariodehoy/parque-vehicular-el-salvador-alcanzara-uno-punto-cinco-millones-final-2021/872526/2021/I>

AIP. (17 de Enero de 2022). *Viceministerio de transporte*. Obtenido de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/vmt/documents/474765/download>

LEGISLATIVA, A. (16 de NOVIEMBRE de 1995). *LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE Y SEGURIDAD VIAL*. Obtenido de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/vmt/documents/132846/download>

PRENSA, C.D. (30 de ENERO de 2021). *Gobierno avanza en proyectos de infraestructura y mejora de planes de estudio para la educación superior en El Salvador*. Obtenido de

<https://www.presidencia.gob.sv/gobierno-avanza-en-proyectos-de-infraestructura-y-mejora-de-planes-de-estudio-para-la-educacion-superior-en-el-salvador/>

SALVADOR, T. E. (7 de JULIO de 2021). Obtenido de PLATAFORMAS DIGITALES:
<https://www.techtitute.com/sv/ingenieria/blog/plataformas-digitales>

STATISTA. (18 de MAYO de 2022). *Evolución anual de la tasa de inflación en El Salvador desde 2015 hasta 2027* . Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1190057/tasa-de-inflacion-e-l-salvador/#:~:text=La%20tasa%20de%20inflaci%C3%B3n%20promedio,5%2C22%25%20en%202022>

Viceministerio de Transporte. (17 de Enero de 2022). *Transparencia.gob*. Obtenido de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/vmt/documents/474765/download>

14. ANEXOS



Figura 39. Consulta CNR

Fuente: Centro Nacional de Registro

| | |
|--|---|
| Solicitud No.: | 54395 |
| Fecha de solicitud: | viernes 14 de octubre de 2022, hora 11:01:47 |
| DATOS DEL SOLICITANTE | |
| Nombre completo: | Diana Elizabeth Aquian Aguilar |
| Documento de Identificación: | |
| Tipo: | DUI |
| Número: | 017306726 |
| Número de Identificación Tributaria: | 0614-020184-121-4 |
| Si no tiene NIT, manifieste la razón: | |
| Teléfono fijo: | 22358991 |
| DATOS DE LA BUSQUEDA DE ANTERIORIDAD | |
| Signo Distintivo: | |
| Tipo de búsqueda: | FIGURATIVA |
| Clase NIZA: | 39 |
| DATOS DE PAGO | |
| Comprobante de Pago: | |
| Número: | 502953813 |

Figura 40. Registro de Consulta de CNR

Fuente: Centro Nacional de Registro

ORIGINAL USUARIO

Centro Nacional de Registros

502953813 Día 13 Mes 10 Año 2022

| | |
|--------------------------------------|--|
| NPE generado: | 0770 0000 2000 0050 2953 8132 |
| Número de barra generado: | (415)7419700007708(3902)0000002000(8020)0502953813 |
| Solicitante: | Diana Elizabeth Aquian Aguilar |
| Dónde solicitará el servicio: | Registro de Propiedad Intelectual |

| Descripción de acto o contrato a solicitar | Monto (\$) |
|--|--------------|
| (1) BUSQUEDA DE ANTERIORIDADES DE MARCAS Y DE OTROS SIGNOS DISTINTIVOS COMERCIALES REGISTRADOS O EN TRAMITE - Cantidad d | *****\$20.00 |
| Total a pagar en letras : veinte dolares exactos | |

Diana Elizabeth Aquian Aguilar
Nombre de quien paga

502953813

Figura 41. Mandamiento de pago de Arancel

Fuente: Centro Nacional de Registro



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELLECTUAL

FECHA: 17/10/2022

HORA: 08:50:18

ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena 01 17 04

Clase: 39,44

Table with 8 columns: Código, Distintivo, Presentación, Fecha sol., No. ins., Libro ins., Fecha. ins., Nacionalidad. Row 1: 2014133948, map of El Salvador, 20140197642 28/02/2014, Titular: ROSALES CASTELLANOS, JESUS HECTOR.

Clase: 39

Table with 8 columns: Código, Distintivo, Presentación, Fecha sol., No. ins., Libro ins., Fecha. ins., Nacionalidad. Row 1: 2006061302, Salvadorean Tours logo, 20060083101 20/09/2006, 00244 00082 11/04/2007, Titular: SALVADOREAN TOURS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - SALVADOREAN TOURS, S.A. DE C.V. Row 2: 2012122558, Viajes & Destino logo, 20120176121 05/11/2012, Titular: PEREZ REYES DE VASQUEZ, DORIS BEATRIZ.

Figura 42. Resultado de búsqueda de nombre en CNR

Fuente: Centro Nacional de Registro



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES GRAFICOS DE UNA MARCA

FECHA: 17/10/2022

HORA: 08:54:18

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CATEGORIA SOLICITADA

Clasificación de Viena 14 07 20

Clase: 39

| Código: | Distintivo: | Presentación | Fecha sol. | No. ins.: | Libro ins.: | Fecha. ins: | Nacionalidad |
|----------------------------|---|--|------------|-----------|-------------|-------------|--------------|
| 2004043178 |  | 20040055552 | 16/09/2004 | 00210 | 00040 | 03/06/2005 | |
| Clasificación: 14 07 20 | | Titular: GLOBALIA CORPORACION EMPRESARIAL, S.A | | | | | |

Figura 43. Antecedentes gráficos de la marca

Fuente: Centro Nacional de Registro

Preguntas de Encuesta

1. ¿Es usted conductor de vehículo?

Si

No

2. ¿Posee licencia de Conducir?

Si

No

3. ¿Cuál es su rango de edad?

16-25

26-35

36-45

46-55

55 en adelante

4. ¿Cuál es su género?

Femenino

Masculino

Otro

5. Nivel de estudios

Básica

Media

Superior

Postgrado

Maestría

6. Favor detallar el periodo de revisión o chequeo que le realiza a su vehículo

3 meses

6 meses

9 meses

Anual

Hasta que el vehículo presenta desperfectos

7. ¿Actualmente cuenta con un seguro o servicio que le auxilie en caso de sufrir desperfectos mecánicos en carretera?

Si

No

8. ¿Ha sufrido desperfecto mecánico de un vehículo en carretera?

Si

No

Si su respuesta es No pase a la pregunta 11

9. ¿Cuántas veces ha sufrido desperfectos mecánicos en su vehículo en carretera?

Una vez

Dos veces

Más de dos

10. Aproximadamente cuanto ha sido el tiempo de espera en que ha sido atendido, cuando ha sufrido desperfectos mecánicos de un vehículo en carretera

Una hora

Tres horas

Cinco horas

Un día

Más de un día

11. Cuando usted ha sufrido desperfectos mecánicos de vehículo en carretera o si los llegara a tener. ¿A quién acudiría?

Taller de confianza

Familiares o amigos

Compañía aseguradora

Solicitar ayuda con los conductores que circulan en la carretera

Buscar un taller cercano a la zona del incidente

12. ¿Cuáles riesgos considera que podría tener usted cuando sufre desperfectos mecánicos en carretera?

Delincuencia

Impacto económico

13. ¿Sabía usted que puede ser multado con \$34.29 si llegara a ocasionar un accidente de tránsito por defectos mecánicos en su vehículo?

Si

No

14. ¿Conoce usted de un sitio en internet donde pueda consultar los talleres disponibles que le ayuden en caso de sufrir un percance en carretera?

Si

No

15. Si existiera una red de talleres afiliados en todo el país, que le ayuden en la reparación de su vehículo, cuando ha sufrido desperfectos mecánicos en carretera en un tiempo máximo de una hora. ¿Utilizaría el servicio?

Si

No

Link:

(https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzd91HH8Odx6DsLzdfRo8aYg50YMK8WH-3FdUCtPK0YWIVw/viewform?usp=sf_link)

Preguntas de Entrevista

Entrevista Taller:

Nombre del Taller:

Nombre del propietario:

Ubicación del negocio:

Dirección de Negocio

ENTREVISTA

1- ¿Cuántos años lleva operando su taller?

2- ¿Qué tipo de mantenimiento o reparación realizan a los vehículos en su taller?

3- ¿Qué tipo de asistencia ha prestado a vehículos varados en carretera?

4- ¿Qué servicios ha pensado ofrecer en un futuro cercano a los clientes?

5- ¿Cuáles son los medios en que anuncie sus servicios a sus posibles clientes?

6- ¿Tiene conocimiento de alguna página web donde se encuentren afiliados una red de talleres que presten el servicio oportuno a los clientes?

7- ¿Le gustaría pertenecer a una red de talleres que preste el servicio de mantenimiento o reparación de vehículos varados en carretera y con ello se logre aumentar sus clientes e ingresos para su negocio?

8- ¿Qué equipo o herramientas estaría dispuesto a adquirir para ofrecer un mejor servicio a los conductores o propietarios de vehículos que requieran su ayuda?

9- ¿En general cree que es rentable el negocio relacionado a la reparación y mantenimiento de vehículos automotores?

10- Si está interesado en el proyecto por favor proporcionarnos un número telefónico para ser contactado posteriormente.

Link:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdMYG0u1ILuAE1NzEAkcVb9LMbZvBmzTXn4>

[QkQln2XtzNp__w/viewform?usp=sf_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdMYG0u1ILuAE1NzEAkcVb9LMbZvBmzTXn4/viewform?usp=sf_link)

Tabla 23. *Análisis PEST*

| FACTOR | ASPECTO | TIPO DE IMPACTO | | | TIPO DE IMPACTO | | |
|-----------------|---|-----------------|-------|-------|-----------------|----------|-------------|
| | | Corto | Medio | Largo | Positivo | Negativo | Indiferente |
| POLÍTICO | Elecciones legislativas y presidenciales. | | X | | X | | |
| | Rompimiento de relaciones | | X | | | X | |

| | | | | | | | |
|--------------------|------------------------------|--|---|---|---|---|---|
| | políticas que afecte el TLC. | | | | | | |
| ECONÓMICO | Tasa de empleo | | X | | X | | |
| | Inflación | | X | | | X | |
| | PIB | | X | | X | | |
| | Política fiscal | | X | | | | X |
| | Competencia del mercado | | X | | | X | |
| SOCIALES | Nivel de ingresos | | X | | X | | |
| | Nivel de edad | | X | | | X | |
| | Nivel de Educación | | X | | X | | |
| TECNOLÓGICO | Avance en la Tecnología | | | X | X | | |
| | Incremento de flota de | | | X | | X | |

Tabla 25. *Impuesto sobre la renta, natural y asalariada*

| Tabla del Artículo 37 LISR, Cálculo del Impuesto sobre la Renta | | | | | |
|---|--------------|--------------|-------------|---------------------|--------------------|
| | Desde | Hasta | % a Aplicar | Sobre el Exceso de: | Más Cuota Fija de: |
| I Tramo | \$ 0.01 | \$ 4,064.00 | | Exento | |
| II Tramo | \$ 4,064.01 | \$ 9,142.86 | 10% | \$ 4,064.00 | \$ 212.12 |
| III Tramo | \$ 9,142.87 | \$ 22,857.14 | 20% | \$ 9,142.86 | \$ 720.00 |
| IV Tramo | \$ 22,857.15 | En adelante | 30% | \$ 22,857.14 | \$ 3,462.86 |

| | | | |
|-------------------------------|--------------------|-----------------|-------------|
| Renta Neta o Imponible | \$ 1,343.00 | Impuesto | \$ - |
|-------------------------------|--------------------|-----------------|-------------|

Fuente: Autoría propia basado en el artículo 37 de LISR

Entrevistas realizadas a talleres el 23 y 24 de septiembre de 2022



Figura 44. Entrevistas Realizadas 1



Figura 45. Entrevista realizada 2



Figura 46. Entrevista realizada 3



Figura 47. Entrevista Realizada 4



Figura 48. Entrevista realizada 5

Santa Ana 31 de enero de 2023

Atención
Sres.: (as)

Diana Aquian, Lelis Parada y Marco Oviedo

PRESENTE.

Estimados, a continuación, le presento el presupuesto de honorarios para la elaboración del contrato de escritura de empresa "Asistencia Automotriz OPA" lo cual incluye trámites legales en las instituciones correspondientes.

El costo del servicio es de cien dólares americanos (\$100.00)

Las condiciones de pago son:

50% al inicio de la elaboración de contrato y trámites correspondientes.
50% al concluir los trámites de registro del contrato.

Se entregará un recibo de honorarios por el total al finalizar los trabajos.
Este presupuesto tiene una vigencia de 30 días naturales a partir de su fecha de emisión.
Espero contar con su preferencia para llevar a cabo estos servicios.



LIC. MIRNA TATIANA FLORES RLPREZA
ABOGADO

Figura 49. Cotización de Abogado

DEV +
COTIZACION PARA DESARROLLO DE DIRECTORIO WEB

Estimada Diana Aquian
Presente.

A través del presente documento doy a conocer oferta para desarrollo e Implementación de un Directorio Web para publicación de talleres.

| DESCRIPCION | COSTO |
|--|-----------------|
| Soporte Técnico / Diseñador Web | \$75.00 |
| Estructura de pagina web, alojamiento web, certificado SSL | \$60.00 |
| | |
| | |
| TOTAL | \$135.00 |

Tiempo de Desarrollo: 8 Meses

FORMA DE PAGO

Primer pago 50% para comenzar el desarrollo, luego de finalizar la implementación se cancelaran el 50% restante.

Cristian Mendoza
Programador Analista

Figura 50. Cotización de Desarrollo web



San Salvador, 1 de febrero de 2023

Señores,
Diana Aquian, Lelis Parada y Marco Oviedo
Presentes

Nos dirigimos a ustedes para presentar cotización de alquiler de local para oficina, en calle El Progreso #2820 Col. Flor Blanca, el cual consta de 10 metros cuadrados, ubicado en zona de mucha afluencia vehicular, cercano a bancos, áreas comerciales, oficinas, colegios, entre otras.

El precio que tiene el local es de \$150.00 dólares mensuales los cuales son cancelados anticipadamente al inicio de cada mes.

Adicional se brindará servicio de internet , con velocidad de 70Mbps con un costo de \$40.00 mensuales.

Sin más que agregar quedo pendiente de Ustedes.


F. _____
Lidia. Lidia de Medrano
Tel. 6200-1057

Figura 51. Cotización de Internet y Local



Figura 52. Total de encuestas realizadas

Fuente: Autoría propia basada en encuestas realizadas