

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

TEMA:

"DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: ASSIST ME SSV"

PRESENTADO POR:

NOMBRE	CÓDIGO DE CARRERA
BARRERA VILLALTA, DIANA REBECA	L10804
SOLIS GONÓN, MIRIAN YARIELA	L10804
SIGÜENZA MORENO, JUAN CARLOS	L10804

AGOSTO, 2025

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : M.SC. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTORA ACADÉMICA : DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN
SECRETARIO GENERAL : LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : LCDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO : LIC. JUAN PABLO MARÍN
COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADO : MAF. RONALD GÁLVEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA : LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR DE PROCESO DE GRADUACIÓN : LIC. EDWIN DAVID ÁRIAS MANCÍA
DOCENTE ASESOR : LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES
TRIBUNAL EVALUADOR : LIC. JOSÉ GERARDO JANDRES JANDRES
LIC. GEORGINA MARGOTH MARTÍNEZ CRUZ
LIC. CARMEN IVETTE ALVARENGA LAZO

AGOSTO, 2025

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTO

Al concluir esta etapa de mi vida, quiero expresar mi agradecimiento a Dios, a mi abuela, mis tíos, maestros, licenciados, amigos cercanos y compañeros de equipo por su incondicional apoyo. A Dios, le agradezco por guiarme en cada paso del camino y por darme la perseverancia para alcanzar mis metas, a mi abuela, tus noches en vela y tus palabras de aliento me dieron la fuerza necesaria para superar los momentos difíciles, mientras que mis tíos siempre me impulsaron a no rendirme, a creer en mí. A mis maestros y licenciados, gracias por su dedicación, por su sabiduría y compromiso con mi educación a lo largo de estos años. A mis amigos y compañeros de equipo, su compañía y motivación hicieron que cada desafío fuera más llevadero. El amor y el respaldo que todos me brindaron son irremplazables, y siempre los llevaré en mi corazón con gratitud infinita, hacia la libertad por la cultura.

Diana Rebeca Barrera Villalta

En primer lugar, agradezco a Dios, por ser mi guía y fortaleza a lo largo de este proceso. Sin Su presencia, este logro no habría sido posible. Agradezco profundamente a mis padres, Juan y Janeth, por su amor incondicional, apoyo constante y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia. A mi hermana mayor, Andrea, y a mi hermano menor, Mateo, quienes, con su compañía, consejos y motivación, han sido una fuente invaluable de apoyo durante todo mi trayecto académico. Este triunfo no solo es mío, sino también de toda mi familia, ya que su respaldo ha sido fundamental para alcanzar este logro.

Juan Carlos Sigüenza Moreno

Este proyecto no habría sido posible sin la ayuda de Dios y el apoyo incondicional de diversas personas. Un sincero agradecimiento a nuestro Lic. Juan José Cantón González, cuya orientación, conocimientos y compromiso nos guiaron en cada etapa del proceso. También extendo mi gratitud a nuestro asesor el Lic. Oscar Ernesto Esquivel Cruz, por su valioso aporte en inducirnos de mejor manera esta evaluación de nuestro proyecto. A mi Mamá, por su apoyo incondicional y comprensión durante este arduo camino. Gracias por creer en mí y motivarme a seguir adelante en los momentos más difíciles. Y finalmente, a mis compañeros y amigos, por su constante colaboración y ánimo. Este trabajo es reflejo de un esfuerzo colectivo, y en que cada uno de nosotros ha dejado una huella significativa en este proyecto.

Mirian Yariela Solis Gonón

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. ANTECEDENTES.....	3
1.1.2. DESCRIPCIÓN	6
1.1.3. FORMULACIÓN	7
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.2.1. TEÓRICA	8
1.2.2. GEOGRÁFICA.....	9
1.2.3. TEMPORAL	9
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	9
1.3.1. JUSTIFICACIÓN	9
1.3.2. NOVEDAD	10
1.3.3. RELEVANCIA.....	10
1.3.4. UTILIDAD SOCIAL	10
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	11
1.4.1. GENERAL	11
1.4.2. ESPECÍFICOS	11
1.5. MARCO TEÓRICO.....	12
1.5.1. HISTÓRICO	12
1.5.2. CONCEPTUAL	25
1.5.3. LEGAL.....	27
CAPITULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	31
2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
2.1.1. GENERALIDADES	31
2.1.2. TIPO DE ESTUDIO	31
2.1.3. MÉTODO.....	31
2.1.4. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVO	32
2.1.5. UNIVERSO	32
2.1.5. POBLACIÓN.....	33

2.1.6.	MUESTRA.....	33
2.1.7.	TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	34
2.1.8.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	35
2.1.9.	DESARROLLO DE LAS FUERZA DE PORTER.....	38
2.1.10.	DESARROLLO DEL ANÁLISIS PESTEL	39
2.1.11.	CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	40
CAPITULO III: PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS.....		42
3.1.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	42
3.1.1.	INFORMACIÓN GENERAL DEL NEGOCIO	42
3.2.	MARCO ESTRATÉGICO	43
3.2.1.	MISIÓN	43
3.2.2.	VISIÓN	43
3.2.3.	VALORES.....	44
3.2.4.	METAS	45
3.2.5.	OBJETIVOS	45
3.3.	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	46
3.3.1.	PROTOTIPOS / DESCRIPCIÓN GENERAL.....	48
3.4.	VENTAJA COMPETITIVA.....	50
3.5.	PLAN ORGANIZACIONAL	51
3.5.1.	OBJETIVOS DEL PLAN ORGANIZACIONAL	51
3.5.2.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA.....	52
3.5.3.	ORGANIZACIÓN DE GESTIÓN Y RECURSOS HUMANOS	52
3.5.4.	PROCESO ADMINISTRATIVO.....	54
3.5.5.	IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE PROVEEDORES ...	55
3.6.	PLAN DE MERCADEO DE ASSIST ME SSV	57
3.6.1.	OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO.....	58
3.6.2.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADEO	58
3.6.3.	ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO	65
3.6.4.	PLAN DE ACCIÓN.....	71
3.7.	PLAN DE VENTAS.....	80
3.7.1.	CICLO DE VENTAS	80
3.7.2.	PROYECCION DE VENTA.....	83

3.8.	PLAN DE FINANCIERO.....	84
3.8.1.	PLAN DE INVERSIÓN	84
3.8.2.	PLAN DE ESTRUCTURA DE COSTOS	85
3.8.3.	COSTO TOTAL UNITARIO	90
3.8.4.	ANÁLISIS DE RENTABILIDAD Y PUNTO DE EQUILIBRIO.....	91
3.8.5.	FLUJO DE EFECTIVO	92
3.8.6.	VAN Y LA TIR.	93
3.8.7.	ESTADO DE RESULTADO DE ASSIST ME SSV.....	94
3.9.	PLAN DE TRABAJO	95
3.9.1.	OBJETIVOS DEL PLAN DE TRABAJO	95
3.9.2.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	96
3.10.	INDICADORES DE MEDICIÓN	97
	CONCLUSIONES	98
	RECOMENDACIONES.....	99
	BIBLIOGRAFÍA	100
	ANEXOS	102

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1	Time line de la Evolución del Seguro de Exportación.	15
Tabla 2	Tipos de E-commerce según sus destinatarios	22
Tabla 3	Precios de los servicios de ASSIST ME SSV	49
Tabla 4	Gestión interna de ASSIST ME SSV	53
Tabla 5	Segmentación de mercado de ASSIST ME SSV	60
Tabla 6	Buyer persona de ASSIST ME SSV.....	62
Tabla 7	Servicios Primera Experiencia al 50% de descuento	66
Tabla 8	Plan de acción.....	71
Tabla 9	Presupuestos anula presentado en trimestrales.....	75
Tabla 10	Resumen del ciclo de ventas	82
Tabla 11	Total de ingresos anual primer periodo	83
Tabla 12	Plan de inversión anual 2025 expresado en dólares estadounidenses	84
Tabla 13	Plan de costos anual 2025 expresado en dólares estadounidenses	85
Tabla 14	Plan de costos anual 2026 expresado en dólares estadounidenses	86
Tabla 15	Plan de costos anual 2027 expresado en dólares estadounidenses	87
Tabla 16	Plan de costos anual 2028 expresado en dólares estadounidenses	88
Tabla 17	Plan de costos anual 2029 expresado en dólares estadounidenses	89
Tabla 18	Costo total unitario	90
Tabla 19	Margen de contribución y punto de equilibrio	90
Tabla 20	Flujo de efectivo de ASSIST ME SSV	92
Tabla 21	La VAN y la TIR	93
Tabla 22	Amortización del préstamo a largo plazo	93
Tabla 23	Estado de resultado de ASSSIST ME SSV	94

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1	Siniestralidad Vial por Mes 2022	18
Figura 2	Análisis de Series Temporales de Siniestralidad Vial 2022-2023.....	19
Figura 3	DashBoard - Estudio de mercado de ASSIST ME SSV.....	37
Figura 4	Las 5 Fuerzas de Porter.....	38
Figura 5	Análisis Pestel	39
Figura 6	Logo de Assist Me SSV.	42
Figura 7	Valores Corporativos de ASSIST ME SSV.....	44
Figura 8	Servicios que ofrece ASSIST ME SSV.	49
Figura 9	Estructura organizativa de la empresa.	52
Figura 10	Diagrama de flujo de trabajo	54
Figura 11	Manual de marca.	76
Figura 12	Sitio Web fase Beta, versión computadora.	78
Figura 13	Sitio web fase Beta, versión móvil.	79
Figura 14	Ciclo de ventas y Funnel.	82

RESUMEN EJECUTIVO

En un país como El Salvador, donde los accidentes de tránsito son una constante preocupación, por lo que, se presenta el diseño de un modelo de negocio digital enfocado en la asistencia vial, llamado ASSIST ME SSV, surge como una solución innovadora y necesaria para mejorar los servicios de asistencia vial. Este modelo de negocio digital busca transformar la manera en que los conductores enfrentan las emergencias en carretera, ofreciendo un servicio accesible, rápido y eficiente a través de una plataforma en línea.

Este modelo, está basado en la modalidad "PAY PER USE", en el que permite a los salvadoreños pagar solo por los servicios que necesitan en el momento, sin compromisos a largo plazo, lo que lo hace accesible para una amplia gama de conductores, ya sea que tengas un vehículo nuevo o viejo, con o sin seguro, esta plataforma te brinda la tranquilidad de saber que, cuando lo necesites, la ayuda estará a solo un par de clics de distancia.

El negocio se enfoca en un servicio que opera las 24 horas del día, con una red de proveedores que garantizan un tiempo de respuesta promedio de 30 minutos. La investigación y el desarrollo de esta página web se sustentan en la tendencia global hacia la digitalización de servicios esenciales y en la necesidad local de soluciones más efectivas en el ámbito de la seguridad vial, centrada en resolver la problemática de la respuesta lenta y la falta de recursos en situaciones de emergencia vial. A través de una plataforma web accesible, que se centra en mejorar la eficiencia en la asistencia, reducir el tiempo de espera.

Inclusive el modelo PAY PER USE es atractivo como una propuesta de valor diferenciadora en el mercado salvadoreño. Este proyecto no solo tiene relevancia social al mejorar la seguridad vial, sino que también es escalable y adaptable a otras regiones.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la asistencia vial se ha convertido en una necesidad primordial para los conductores, quienes enfrentan imprevistos en carretera que pueden generar estrés, preocupación e incluso retrasos significativos en sus actividades diarias. Situaciones como fallas mecánicas, accidentes o simplemente quedarse sin combustible resaltan la importancia de contar con servicios confiables que brinden soluciones inmediatas y efectivas. Sin embargo, muchos de los servicios tradicionales disponibles presentan limitaciones, como costos elevados, largos tiempos de espera y requerimientos contractuales que no se adaptan a las necesidades de todos los usuarios.

Con el fin de investigar el uso de servicios de asistencia vial en línea como una solución innovadora y eficiente para satisfacer esta demanda, se propone el desarrollo de ASSIST ME SSV, un modelo de negocio digital basado en la modalidad "PAY PER USE". Este enfoque permitirá a los usuarios acceder a servicios de asistencia de manera rápida y eficiente, pagando únicamente por los servicios utilizados, sin comprometerse a suscripciones o contratos a largo plazo. Además, la flexibilidad del modelo no solo es una ventaja económica, sino también una forma de democratizar el acceso a este tipo de servicios para conductores con diferentes necesidades y presupuestos

El estudio se llevará a cabo a través de métodos de investigación cualitativa y cuantitativa, lo que nos permitirá comprender las necesidades y expectativas de los conductores salvadoreños. La información recopilada estará disponible en un sitio web, donde los usuarios podrán acceder a la plataforma y solicitar ayuda de forma sencilla. Además, se establecerá una red de proveedores de servicio de asistencia vial, garantizando que la ayuda esté siempre disponible, respaldada por un agente las 24 horas.

Dentro del estudio de mercado, se determinarán tácticas de marca y publicidad, fundamentadas en los resultados obtenidos mediante técnicas de investigación. Esto permitirá diseñar estrategias efectivas que maximicen el retorno de efectivo y aseguren el éxito del modelo. En todo momento, se tendrá en cuenta un diagnóstico exhaustivo de la situación actual del mercado, asegurando que ASSIST ME SSV será una alternativa accesible y confiable para los conductores. El diagnóstico exhaustivo del panorama actual del mercado será clave para posicionar el modelo como una solución innovadora.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este capítulo se abordarán los antecedentes de la problemática, identificando los problemas comunes que afectan a los individuos. Este análisis establecerá un contexto claro y permitirá una comprensión más profunda de la situación. A partir de ello, se podrán proponer soluciones efectivas.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En El Salvador, el entorno automovilístico se enfrenta a desafíos significativos, donde los accidentes de tráfico y las emergencias vehiculares son comunes. La frecuencia de estos eventos no solo pone en riesgo la seguridad de los conductores y peatones, sino que también expone las limitaciones de atención y recursos disponibles para abordar situaciones de crisis. Esto se agrava por diversos factores, como: la falta de conocimiento en el mantenimiento de vehículos, la educación vial, el mal uso vehicular y considerando situaciones climáticas, por ende, aumenta la causa de accidentes.

Lo cual conlleva que la adquisición de vehículos representa un desafío financiero importante para la mayoría de los salvadoreños, quienes a menudo no cuentan con los recursos necesarios para contratar un seguro adecuado. Con el incremento en la tasa de seguros y el aumento constante de precios y costos, muchas personas se ven obligadas a optar por seguros limitados o a prescindir de ellos, lo que genera una sensación de inconformidad, inseguridad y desconfianza al manejar. Las restricciones específicas impuestas por las aseguradoras sobre vehículos de cierta antigüedad añaden una capa adicional de dificultad, considerando dolores como:

- Limitaciones económicas.
- Preocupaciones automovilísticas.
- Dificultades ante situaciones de asistencia vial.

En la actualidad la mayoría de estos dolores se pueden solucionar por medio de contratación o suscripción de aseguradoras, considerando políticas y normas internas ofrecidas por estas compañías, como la contratación de servicios a largo plazo con una amplia variedad de precios en el mercado.

Se busca transformar la forma en cómo se soluciona los problemas tradicionales, entre ellos podemos mencionar:

- Vehículos con desperfecto mecánicos.
- Análisis vehicular.
- Asistencia vehicular.
- Traslado vehicular.
- Bloqueo de llaves.
- Neumáticos pinchados.
- Batería descargada o en mal estado.
- Suministro de combustible.

Estos problemas comunes, entre muchos otros, pueden afectar a las personas que poseen vehículos, como resultado, la respuesta suele ser insuficiente y el individuo entra en un estado de alteración.

¿Qué tan viable es la utilización de un servicio de asistencia vial en línea en El salvador?

1.1.1. ANTECEDENTES

El aumento del parque vehicular ha generado problemas significativos, como una mayor congestión en las vías y un incremento en los accidentes de tráfico, puesto que en el año 2019 y el año 2024, el número de vehículos en circulación ha aumentado considerablemente, pasando de aproximadamente 1.48 millones en 2019 a más de 1.73 millones en 2024. Este incremento ha sido constante, con un crecimiento anual que ha oscilado entre el 5.5% y el 8%, lo que representa más de 112,000 nuevos vehículos al año, lo que implica un mayor congestionamiento de automóviles en las calles. Esto se debe a que un mayor tráfico genera más presión sobre las vías, especialmente en zonas urbanas donde las calles están diseñadas para un menor volumen de vehículos lo que contribuye al desgaste del pavimento, aparición de baches y daños en los sistemas de drenaje. Además, las motocicletas, que también han crecido en número, aunque ejercen menos presión sobre la infraestructura, contribuyen al congestionamiento, lo que incrementa la necesidad de mantenimiento y rehabilitación de las vías públicas.

Según los datos de SERTRACEN S.A. DE C.V., en 2023 se registraron 1,733,519 vehículos, de los cuales el 68.13% eran automóviles y el 31.87% motocicletas. Aunque hubo un ligero descenso en comparación con 2022, es relevante destacar que el número de personas que sufrieron lesiones en siniestros de tránsito durante 2023 ha aumentado.

Los accidentes y percances viales representan un desafío significativo en muchas regiones, incluyendo El Salvador. Estos incidentes no solo ponen en riesgo la vida, sino que también generan una serie de complicaciones logísticas y económicas tanto para los individuos involucrados como para las autoridades locales. Según el Informe Anual 2023 de ONASEVI, durante este año se registraron 18,463 eventos de tránsito, lo que representa un incremento del 6% en comparación con 2022 (Observatorio Nacional de Seguridad Vial, 2023). Este aumento en la frecuencia de accidentes ejerce la creciente urgencia de implementar mecanismos eficientes para manejar estas situaciones.

Un análisis más detallado de las causas comunes de siniestralidad vial revela que el estado de ebriedad y distracción al conducir es el factor de riesgo predominante, seguido de la imprudencia del peatón. Otros factores significativos incluyen invadir el carril y no respetar las señales de prioridad, con incrementos del 9% y 2% respectivamente. Por otro lado, tradicionalmente, la respuesta a estos percances ha dependido en gran medida de sistemas físicos y procesos manuales que, aunque funcionales, a menudo resultan ineficientes y lentos.

Todo lo anterior ha venido acompañado de un incremento significativo en las primas de seguros, lo que refleja una mayor demanda por parte de propietarios de automóviles y empresas. Durante el primer trimestre de 2023, las primas netas alcanzaron los \$197.2 millones, una cifra considerable para las aseguradoras, de la cual \$34.2 millones corresponden a seguros de automotores, representando un aumento del 15% respecto al mismo período del año anterior. Este incremento puede atribuirse a diversos factores:

- **Aumento de siniestros:** El crecimiento en los accidentes de tráfico ejerce una mayor presión sobre los costos de los seguros, obligando a las aseguradoras a ajustar sus precios para cubrir los mayores desembolsos ocasionados por estos.

- **Impacto de la inflación:** La inflación global ha afectado el costo de una amplia gama de servicios, incluyendo los seguros. Esto ha impulsado a las compañías aseguradoras a aumentar las primas que cobran a sus clientes para mitigar el impacto financiero.
- **Eventos catastróficos:** Desastres naturales y otras emergencias a nivel global también influyen en el incrementado de los riesgos que asumen las aseguradoras, lo que implica un mayor costo en pólizas.

A pesar de este crecimiento en las primas, el nivel de aseguramiento vehicular en El Salvador sigue siendo bajo, de solo un 15% de los automóviles cubiertos por algún tipo de seguro, según estimaciones de Willis Towers Watson (WTW). Este bajo nivel de penetración puede atribuirse a las elevadas cuotas, lo que lleva a muchos propietarios a no considerar el seguro como una prioridad.

Sin embargo, el mercado de seguros en el país muestra un panorama positivo, ya que, además de los seguros para automóviles, los seguros de vida, incendios y gastos médicos están entre los más demandados, tanto en términos de nuevos clientes como en el volumen de primas pagadas. Se prevé que esta tendencia se mantenga, impulsada por el crecimiento del parque vehicular y una mayor demanda de servicios de protección, no solo en automotores, sino también en otros sectores como el de vida, incendios y atención médica.

El costo de mantener un vehículo es cada vez más difícil de manejar para la población salvadoreña, considerando los bajos salarios y las primas elevadas de los seguros. A esto se suman los posibles fraudes en el servicio, donde los conductores pueden enfrentarse a cobros exagerados o estafas al intentar resolver rápidamente contratiempos viales. Además, las aseguradoras suelen retrasar la atención debido a sus complejos procedimientos internos, lo que obliga a muchos a esperar asistencia profesional confiable para evitar problemas adicionales. Esta combinación de factores genera una carga económica y emocional en el individuo que debe lidiar con los altos costos y los bajos ingresos, complicando aún más la solución de los contratiempos vehiculares.

1.1.2. DESCRIPCIÓN

En la actualidad, las redes sociales y las plataformas en línea han transformado la manera en que las personas y las empresas interactúan, lo que no es algo nuevo, hoy en día la forma más sencilla y eficiente de ver o buscar un negocio en concreto es por medio de Google o directamente en diferentes redes sociales.

Este consumo masivo del internet se ha convertido en un canal vital para las empresas que buscan promocionar sus productos o servicios y alcanzar un público más amplio.

En el área de servicios esenciales, como la asistencia vial, la transformación digital ha sido crucial para resolver algunos problemas. La principal problemática que enfrenta ASSIST ME SSV es la falta de asistencia inmediata y adecuada durante los accidentes viales, A menudo, las víctimas no tienen acceso a un contacto de emergencia como para solicitar ayuda de inmediata, carecen de un seguro automovilístico o desconocen las leyes y lo que tienen permitido hacer en un accidente sin agravar las consecuencias. Aquí es donde las plataformas digitales, fortalecidas por el cambio de patrones de consumo masivo que se dio durante la pandemia, juegan un papel fundamental al proporcionar una solución rápida y accesible para todos.

ASSIST ME SSV es una innovadora plataforma digital diseñada para brindar asistencia vial de manera rápida, accesible y eficiente. En un entorno donde la rapidez y la precisión en la respuesta son esenciales.

¿Cómo funciona ASSIST ME SSV?

- **Estrategias de Monetización con Socios:** Cobrara una comisión por cada servicio que los socios ofrecen a través de la plataforma. Esto incluye un porcentaje del ingreso generado por los servicios brindados por los socios.
- **Crecimiento del Volumen de Transacciones:** A medida que más usuarios adoptan la plataforma para sus necesidades de asistencia vial, el volumen de transacciones aumenta, lo que se traduce en un mayor flujo de ingresos.

- **Publicidad y Alianzas:** La empresa también podría obtener ingresos adicionales mediante alianzas con aseguradoras, talleres mecánicos, o compañías de neumáticos, así como a través de la publicidad en la plataforma.

Con un enfoque en la simplicidad, accesibilidad, y adaptabilidad, ASSIST ME SSV facilita la gestión de incidentes viales y crea oportunidades económicas.

1.1.3. FORMULACIÓN

La necesidad de asistencia vial en El Salvador ha crecido debido al aumento en la demanda de vehículos. Además, el 34% de la población posee vehículos con más de 16 años de antigüedad, lo que ha incrementado los incidentes vehiculares, especialmente en la calle de estudio. Ante esta situación, surge la interrogante de cómo transformar un modelo de negocio tradicional en uno digital que permita a los conductores acceder de manera rápida a servicios de asistencia vial confiables, bajo la modalidad "Pay Per Use", y que, a su vez, brinde a los proveedores la oportunidad de generar ingresos adicionales al integrarse a la red de servicios.

Formulación general:

A continuación, se presenta la pregunta general y primordial que nos planteamos como investigadores:

1. ¿Qué estrategias de marketing digital y comunicación son más efectivas para atraer y retener usuarios en una página web de asistencia vial, asegurando su uso recurrente, que son hombres y mujeres de 20 a 25 años que se trasladen sobre la 75 Avenida Norte hasta llegar a Calle al Volcán, desde marzo a diciembre del 2024?

Formulación específica:

Estas son preguntas más específicas que formulamos durante la investigación, las cuales nos permiten orientarnos y estructurar el desarrollo del proyecto:

1. ¿Qué necesidades específicas tienen los conductores salvadoreños en situaciones de emergencia vial, y cómo podemos abordar esas necesidades de manera más efectiva que los servicios tradicionales?
2. ¿Qué desafíos podemos encontrar al usar el modelo "Pay Per Use" en el mercado salvadoreño, y qué soluciones podemos implementar para mitigarlos?
3. ¿Qué alianzas estratégicas podrían fortalecer el desarrollo y expansión de ASSIST ME SSV en el mercado digital?
4. ¿Qué elementos tecnológicos deben incorporarse en la plataforma digital para garantizar que sea un servicio rápido, confiable y accesible para los usuarios que se trasladen sobre la 75 Avenida Norte hasta llegar a Calle al Volcán?
5. ¿Qué métricas debemos definir para evaluar el impacto y la rentabilidad del modelo de negocio previamente antes de su lanzamiento?

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Establecer los límites y alcances del estudio es esencial para enfocar la investigación de manera clara y precisa. Esto implica definir los aspectos específicos que se analizarán y señalar explícitamente lo que queda fuera del alcance. De esta forma, se evitan desviaciones innecesarias y se asegura que el trabajo se concentre en los objetivos planteados.

1.2.1. TEÓRICA

“*Observatorio Nacional de Seguridad Vial*” sitio web, se encuentra datos estadísticos del parque vehicular.

“*Informe Anual de Seguridad Vial de El Salvador 2023*” (ONASEVI) se encuentran datos actualizados sobre la regulación y administración de vehículos.

“Fraudes Comunes en el Sector de Seguros Automotrices” Instituto Nacional de Seguros (INS) (2021). El informe detalla varios tipos de fraude que pueden ocurrir durante el proceso de reclamación de seguros automotrices.

“The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age” David L. Rogers (2016). El libro aborda del cómo las empresas deben adaptarse y evolucionar en la era digital.

1.2.2. GEOGRÁFICA

La investigación se desarrollará en el departamento de San Salvador (Centro), específicamente en el distrito de San Salvador. La zona de implementación abarca desde la 75 Avenida Norte hasta llegar a Calle al Volcán.

1.2.3. TEMPORAL

La implementación del proyecto tendrá una duración de nueve meses, iniciando el 15 de marzo de 2024 y concluyendo el 15 de diciembre de 2024. Durante este período, se desarrollarán las fases clave del proyecto, asegurando la planificación, ejecución y evaluación adecuada para cumplir con los objetivos establecidos.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La importancia del proyecto radica en abordar una necesidad o problema específico, ofreciendo soluciones o nuevos conocimientos. Su relevancia se refleja en los beneficios esperados, como la mejora de procesos, la resolución de dificultades existentes o el avance en el área de estudio. Justificar el proyecto asegura su viabilidad y el compromiso de quienes participen en él.

1.3.1. JUSTIFICACIÓN

La implementación de ASSIST ME SSV se justifica en la urgente necesidad de mejorar la respuesta ante emergencias viales en El Salvador, un país con alta incidencia de accidentes de tráfico y con un acceso limitado a servicios de asistencia inmediata. Esta página web tiene como propósito principal reducir el tiempo de espera y proporcionar asistencia efectiva en situaciones críticas, lo que es esencial para mitigar las consecuencias de los accidentes. Al ofrecer un servicio accesible y sencillo, ASSIST ME SSV no solo

cubre una carencia existente en la atención vial, sino que también facilita la resolución de conflictos en accidentes menores que no requieren una intervención mayor, contribuyendo a reducir significativamente los tiempos de tráfico.

1.3.2. NOVEDAD

Lo novedoso de ASSIST ME SSV radica en su enfoque digital y en su modelo de negocio de "pago por uso". A diferencia de los servicios tradicionales de asistencia vial, que suelen requerir suscripciones a seguros o aseguradoras, ASSIST ME SSV permite a los usuarios solicitar asistencia de manera inmediata y sin compromisos a largo plazo. Además, la plataforma está diseñada para ser accesible a través de cualquier dispositivo con conexión a internet, eliminando la necesidad de suscripciones costosas o trámites engorrosos. La inclusión de características como la asistencia independiente de la aseguradora, la cobertura para vehículos de cualquier edad y modelo, y la integración de servicios adicionales como solicitud de gasolina y traslado, hacen que el servicio sea más completo y adaptado a las necesidades reales de los conductores.

1.3.3. RELEVANCIA

En el contexto actual de El Salvador, donde el parque vehicular sigue en aumento y la siniestralidad vial es un problema creciente. La factibilidad del negocio se sustenta en la falta de alternativas accesibles y eficientes en el mercado, así como en la tendencia global hacia la digitalización de los servicios esenciales. La investigación y desarrollo de esta plataforma permiten aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología para crear un servicio de alto impacto social, alineado con las necesidades de la sociedad moderna y las expectativas de un consumidor cada vez más digitalizado. La relevancia también se encuentra en la capacidad del proyecto para adaptarse a diferentes entornos y expandirse a otras regiones, creando un modelo de negocio escalable y sostenible.

1.3.4. UTILIDAD SOCIAL

ASSIST ME SSV tiene un impacto social significativo al proporcionar un servicio que puede salvar vidas y reducir las secuelas de los accidentes viales. Al garantizar una respuesta rápida y eficiente en momentos críticos, la plataforma contribuye a mejorar la seguridad vial y a reducir el estrés y la incertidumbre de los conductores en situaciones

de emergencia. Además, al ser un servicio accesible económicamente y sin barreras de entrada, como aquellos sin seguro automotriz o con vehículos más antiguos. La plataforma también genera empleo y oportunidades de negocio para los socios conductores, quienes pueden obtener ingresos adicionales al prestar servicios de asistencia vial.

1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Es la definición de las metas concretas que se buscan alcanzar, proporcionando una dirección clara para el desarrollo y éxito de este.

1.4.1. GENERAL

Desarrollar un servicio de contratación de asistencia vial accesible para todos los conductores que se trasladen sobre la 75 Avenida Norte hasta llegar a Calle al Volcán, que proporcione asistencia en carretera dentro de un tiempo de respuesta promedio de 30 minutos, sin la necesidad de contar con un plan de seguros, alcanzando al menos 200 usuarios durante los 4 meses de operación.

1.4.2. ESPECÍFICOS

1. Implementar un sitio web intuitivo que permita a los usuarios solicitar asistencia vial en menos de 5 minutos, funcionando las 24 horas del día, con un índice de satisfacción del usuario alcanzado en un plazo de 4 meses, medido a través de encuestas de experiencia del usuario.
2. Establecer un sistema de pago flexible que incluya múltiples opciones, como tarjetas de crédito, débito y pagos digitales, para facilitar el acceso a los servicios de asistencia vial.
3. Crear una red de al menos 20 proveedores de asistencia vial que operen las 24 horas del día, los 7 días de la semana, que se encuentren en las cercanías de la 75 Avenida Norte hasta llegar a Calle al Volcán, asegurando un tiempo de respuesta promedio inferior a 30 minutos dentro de los primeros 4 meses de operación.

1.5. MARCO TEÓRICO

Establecer la base conceptual y las teorías que respaldan la investigación, lo que permite situar el estudio en un contexto más amplio y facilita una comprensión más profunda del fenómeno en análisis. Este marco teórico guía el enfoque de la investigación y proporciona las herramientas necesarias para interpretar los resultados de manera coherente.

1.5.1. HISTÓRICO

Ofrece una evolución de la investigación, ilustrando cómo ha cambiado y avanzado a lo largo del tiempo. Al analizar su desarrollo, se pueden identificar las principales etapas y transformaciones, así como los avances clave que han influido en la dirección del estudio. Este enfoque permite comprender mejor el contexto histórico y los factores que han moldeado la evolución del campo de investigación.

HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ASEGURADORA

La historia de la industria de seguros tiene sus raíces en la antigüedad, cuando las primeras formas de aseguramiento surgieron para repartir riesgos entre comerciantes y navegantes. Sin embargo, el concepto moderno de aseguradoras se desarrolló a partir del siglo XVII en Europa, particularmente en Inglaterra, donde se popularizaron los contratos de seguros para proteger embarcaciones y mercancías. El Café de Lloyd's en Londres se convirtió en un centro clave para comerciantes, marinos y aseguradores, lo que llevó a la creación de Lloyd's of London, una de las instituciones de seguros más antiguas y reconocidas a nivel mundial. A medida que pasaba el tiempo, los seguros se diversificaron para cubrir distintos tipos de riesgos, como incendios, accidentes y vida, además de los seguros marítimos originales.

El seguro de automóviles, como lo conocemos hoy, tuvo su origen en Estados Unidos a finales del siglo XIX. El primer seguro de automóvil se emitió en 1898 por la empresa Travelers Insurance Company. En sus inicios, cubría solo la responsabilidad civil, es decir, los daños causados a terceros, pero no los daños al propio vehículo. Con la masificación de la producción de automóviles en el siglo XX, la necesidad de seguros de automóviles creció rápidamente, y en muchos países, incluidas naciones de Europa y

América, se establecieron leyes que exigían contar con un seguro de responsabilidad civil. En las décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, con el aumento del acceso al automóvil, las aseguradoras comenzaron a ofrecer pólizas más complejas que cubrían no solo daños a terceros, sino también daños al propio vehículo, robo, incendio y asistencia en carretera.

En este mismo siglo América Latina, los seguros de automóviles comenzaron a presentar un auge a medida que el parque vehicular creció. Muchos países de la región implementaron leyes que hicieron obligatorio el seguro de responsabilidad civil, lo que llevó a las aseguradoras a adaptar sus productos a las condiciones locales. En México, la industria aseguradora comenzó a tomar forma en el siglo XIX, pero fue en el siglo XX cuando realmente se expandió, con la creación de compañías nacionales y la llegada de aseguradoras extranjeras. En 1935, se implementó la Ley de Instituciones de Seguros, y en 1946 se fundó la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), para regular el sector.

La década de 1950 fue un periodo clave para los seguros de automóviles, con la aparición de nuevos productos que cubrían riesgos adicionales. Las aseguradoras comenzaron a personalizar sus ofertas tomando en cuenta factores como el historial de conducción, la antigüedad del vehículo y el lugar de residencia del asegurado para calcular las primas. A finales del siglo XX, la industria de seguros de automóviles experimentó una evolución significativa con la introducción de tecnologías digitales y la creación de productos más flexibles.

Con la llegada del siglo XXI, las nuevas tecnologías transformaron aún más la industria de seguros de automóviles. Las aseguradoras comenzaron a utilizar big data, inteligencia artificial y dispositivos telemáticos para monitorear el comportamiento de los conductores en tiempo real, lo que les permitió ajustar las primas según el riesgo individual. Además, los modelos de seguros por uso o "pago por kilómetro" ganaron popularidad, permitiendo a los conductores pagar solo por el tiempo que usaban su vehículo. También se desarrollaron nuevos productos para vehículos autónomos y para servicios de transporte como Uber o Didi, lo que abrió una nueva categoría de seguros.

Hoy en día, la industria de seguros sigue evolucionando, con un enfoque creciente en la digitalización y la personalización de productos. Las aseguradoras en países como México y otros de América Latina continúan adaptándose a las necesidades de los consumidores, ofreciendo una gama de productos que incluyen seguros de vida, salud, hogar y, por supuesto, de automóviles. El uso de tecnología avanzada, como análisis predictivo y herramientas de inteligencia artificial, sigue impulsando la innovación y mejora en la experiencia del cliente, mientras que el mercado de seguros de vehículos se adapta a los nuevos desafíos y oportunidades que presenta la era digital.

EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ASEGURADORA

El seguro de exportación, también conocido como seguro de transporte, nació de la necesidad de proteger las mercancías durante su traslado por vías marítimas. En sus comienzos, los barcos mercantes enfrentaban múltiples riesgos: tormentas, piratería, guerras y otros. Para mitigar las pérdidas, los comerciantes comenzaron a compartir sus bienes con otras embarcaciones, de forma que, si una naufragaba, las pérdidas se distribuían entre todos.

El desarrollo formal de los seguros modernos inició en el siglo XVII en Londres, en la cafetería de Edward Lloyd. Este lugar se convirtió en el centro de reuniones para subastas de barcos y para que los capitanes compartieran sus experiencias en alta mar. Esto dio origen a la creación de la compañía Lloyd's, pionera en el análisis y comercialización del riesgo. En paralelo, otras sociedades europeas promovieron la idea del seguro mutuo, donde las pérdidas eran compartidas en comunidad.

Con el tiempo, los seguros de transporte evolucionaron y se adaptaron a nuevos medios de transporte, como trenes, camiones y aviones, ofreciendo coberturas para cada uno de ellos. En el ámbito internacional, el principio de "avería gruesa" estableció que todos los propietarios de carga contribuyan a cubrir las pérdidas de aquellos cuyas mercancías fueron afectadas, compartiendo así el riesgo.

Tabla 1

Time line de la Evolución del Seguro de Exportación.

Año	Evento
Antigüedad	Nace la idea de compartir mercancías entre barcos para mitigar el riesgo de pérdidas durante el transporte marítimo.
Siglo XVII	Edward Lloyd establece su cafetería en Londres, convirtiéndola en un punto de encuentro para reuniones comerciales y subastas de barcos. Esto evoluciona en la creación de la compañía de seguros Lloyd's, cuna de los seguros modernos.
1800s	Expansión del seguro marítimo a otras formas de transporte terrestre como trenes y carreteras, debido a los avances tecnológicos en el transporte de mercancías.
Principios del Siglo XX	La introducción del transporte aéreo agrega una nueva modalidad de aseguramiento de mercancías, con seguros adaptados a cada tipo de transporte.
Actualidad	Los seguros de transporte incluyen todas las modalidades (marítimo, terrestre, aéreo) con coberturas especializadas. El principio de avería gruesa sigue vigente, promoviendo la distribución de pérdidas en caso de daños.

***Fuente:** Elaboración propia con datos del Estudio sobre las condiciones de competencia del sector de seguros en el salvador.*

El seguro de exportación o transporte ofrece coberturas para proteger las mercancías desde el origen hasta su destino final, asegurando contra riesgos específicos como daños, robo, pérdida total o parcial, y retrasos. Este tipo de seguro es esencial para proteger las cadenas de suministro internacionales y minimizar las pérdidas económicas, especialmente en el comercio global. (**Anexo 1**)

EL PASO DEL TIEMPO EN EL SECTOR ASEGURADOR

Desarrollo de las Aseguradoras de Automóviles en el Mercado Nacional (2004-2009 y hasta 2017)

Período 2004-2009:

Durante este período, el mercado de seguros de automóviles comenzó a consolidarse con un total de 12 aseguradoras activas en 2008. Este crecimiento en el número de empresas que ofrecen seguros para automóviles reflejó el interés en el sector, impulsado por el incremento en la demanda de coberturas de seguro de vehículos. Este

entorno permitió a las aseguradoras establecer las bases para expandir sus servicios y adaptarse a un mercado en crecimiento.

Período hasta 2017:

En los años siguientes, hasta 2017, el mercado de seguros de automóviles experimentó un aumento considerable en el número de aseguradoras, así como ajustes en las tarifas de seguros. Estos cambios respondieron a políticas implementadas por las aseguradoras para fortalecer y modernizar el sistema de seguros, en consonancia con la evolución de los riesgos y la demanda de los consumidores. Estas modificaciones en las primas y tarifas reflejan una adaptación a las necesidades actuales, promoviendo un mercado de seguros más competitivo y accesible para los propietarios de vehículos.

(Anexo 2)

Período hasta 2022:

La industria aseguradora de Centroamérica mostró un notable dinamismo en 2022, con un crecimiento consolidado de 12.3% en las primas emitidas netas, alcanzando los USD 6,455 millones. Este aumento se atribuye a la recuperación económica postpandemia, con mejoras en empleo, actividad comercial e industrial, y una mayor demanda de seguros de vida y salud. Costa Rica lideró el crecimiento con un sólido aumento de 23.4% en primas, impulsado por los seguros generales, mientras que otros países como Guatemala, El Salvador, Honduras y Panamá también registraron incrementos, aunque en menor medida.

En particular, Costa Rica representó el 26.7% del primaje regional, y su mercado de seguros mostró un crecimiento robusto en sectores como los seguros de vida. Por su parte, Panamá experimentó un crecimiento moderado de 5.6%, mientras que la industria en El Salvador creció 9.8%, con una destacada expansión en seguros de vida y automotores. Nicaragua y Honduras también reflejaron incrementos, aunque más modestos.

Sin embargo, el crecimiento del sector está condicionado por varios factores como la inflación, los tipos de interés, el aumento de los ciberataques y la mayor frecuencia de fenómenos naturales. Esto podría desacelerar el ritmo de expansión en los próximos años.

Además, la penetración de seguros en Centroamérica sigue siendo baja en comparación con otros países de Latinoamérica, con un promedio regional del 2.1% frente al PIB.

En términos estructurales, el mercado de seguros en El Salvador está compuesto por 23 compañías, mayoritariamente de capital privado y muchas de ellas vinculadas a grupos financieros internacionales. La industria enfrenta una competencia moderada, con las principales empresas concentrando una significativa cuota de mercado. Además, se destaca el crecimiento de empresas insurtech como Sostengo, que busca innovar en el sector con tecnología para la venta y gestión de seguros.

A nivel de primas, El Salvador generó USD 906.7 millones en 2022, impulsado principalmente por el crecimiento de los seguros de vida (8.6% de aumento) y daños (11.4%). La composición del primaje sigue dominada por los seguros de vida, aunque los seguros de automotores y daños también mostraron un crecimiento significativo.

Finalmente, la implementación de reformas en el sistema de pensiones, como la eliminación de la obligatoriedad del seguro de invalidez y sobrevivencia para las AFPs, podría afectar la rentabilidad y crecimiento del sector asegurador en el mediano plazo, especialmente en el ramo previsional. (**Anexo 3**)

PARQUEO Y EVOLUCIÓN DE LA ASISTENCIA VEHICULAR EN EL PAÍS

La siniestralidad vial en El Salvador ha experimentado fluctuaciones significativas desde 2015 hasta la primera mitad de 2024, lo que refleja una combinación de factores como el aumento del parque vehicular, la falta de educación vial, y las condiciones de infraestructura. A continuación, se analiza la evolución y el impacto de los accidentes de tráfico en este periodo, utilizando los datos proporcionados en los informes de siniestralidad vial.

Período 2015-2021: El Primer Informe Integral de Siniestralidad Vial 2015-2021 ofrece un análisis exhaustivo de la siniestralidad vial en El Salvador a lo largo de seis años. Durante este periodo, se observaron varias tendencias clave:

Incremento en el Número de Accidentes: A partir de 2015, el país experimentó un aumento sostenido en el número de accidentes de tráfico, alcanzando su pico en 2017.

Principales Causas de Accidentes: Las causas más comunes de los accidentes durante este periodo incluyeron la imprudencia al conducir, el exceso de velocidad, y la conducción bajo los efectos del alcohol. Estas causas persistieron a lo largo de los años, lo que señala la necesidad de intervenciones más efectivas.

Impacto en la Mortalidad: Aunque el número de accidentes aumentó, la tasa de mortalidad mostró variaciones. En algunos años, las campañas de concienciación y mejoras en la infraestructura vial lograron reducir el número de fallecidos, aunque no de manera sostenida. (Observatorio Nacional de Seguridad Vial, 2022).

Los meses con más siniestros de tránsito en 2022 fueron marzo, octubre, noviembre y diciembre con el 9% de representatividad respectivamente.

Aumento de Colisiones: En 2022, se registró un aumento en el número de colisiones vehiculares en comparación con los años anteriores. Las estadísticas indican un crecimiento tanto en accidentes menores como en aquellos con consecuencias graves.

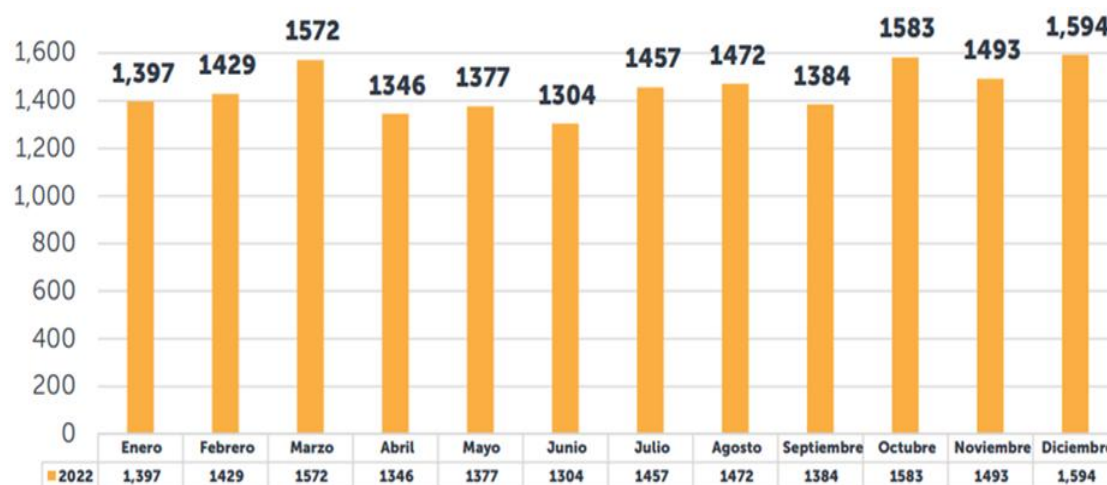


Figura 1 Siniestralidad Vial por Mes 2022

Fuente: El gráfico representa los meses con más siniestros de tránsito en 2022. Adaptado de Informe Anual de Siniestralidad Vial en El Salvador 2022, por (Observatorio Nacional de Seguridad Vial, 2022).

Año 2023 - Primera Mitad de 2024: El Informe Anual de Siniestralidad Vial en El Salvador 2023 y el Informe Semestral de 2024 revelan que la tendencia de alta siniestralidad vial continúa, con una ligera disminución en algunas áreas gracias a la implementación de nuevas tecnologías y mejoras en la infraestructura vial.

En este análisis, se evidencia que los meses de enero, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, noviembre y diciembre fueron aquellos en los que se registraron incrementos en comparación con el año 2022, siendo septiembre el mes con el mayor aumento, alcanzando un 16%. Mientras que marzo se distinguió como el mes con la mayor reducción de siniestros (-6%) (Observatorio Nacional de Seguridad Vial, 2024).

Tendencias en 2024: El informe semestral de 2024 destaca las áreas que requieren atención inmediata, como la necesidad de incrementar las patrullas de tráfico y mejorar la señalización vial en las áreas más peligrosas.

Proyecciones Futuras: Con base en las tendencias actuales, se proyecta que, a menos que se tomen medidas más drásticas, la siniestralidad vial podría continuar siendo un problema grave en el futuro cercano.

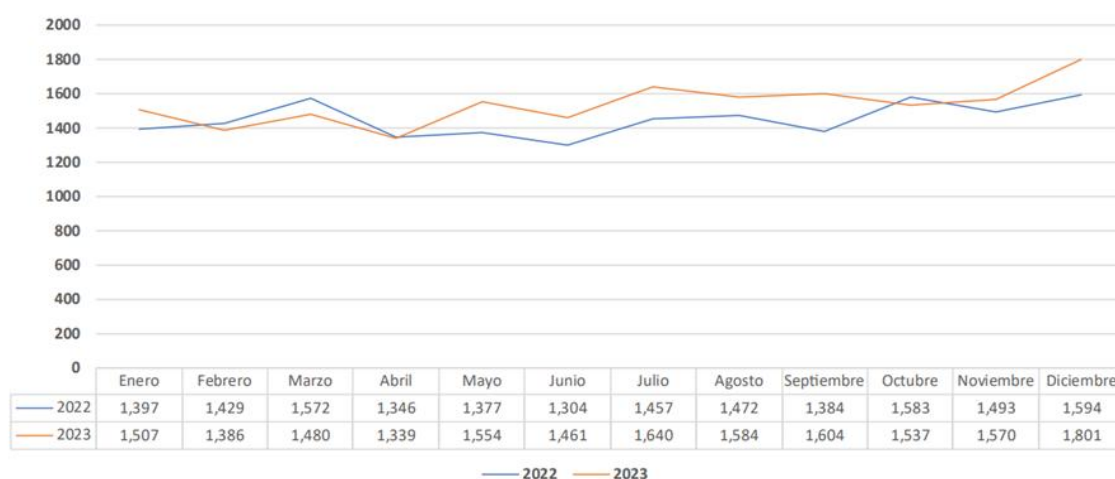


Figura 2 Análisis de Series Temporales de Siniestralidad Vial 2022-2023

Fuente: El gráfico representa la comparación de series temporales de siniestralidad vial del año 2022 y 2023 de los diferentes meses. Adaptado de Informe Anual de Seguridad Vial de El Salvador 2023, por Observatorio Nacional de Seguridad Vial, 2023, por (Observatorio Nacional de Seguridad Vial, 2023).

Características de la asistencia vial tradicional

Los servicios de asistencia vial tradicional proporcionaban soporte a los conductores que enfrentan problemas en carreteras, como averías mecánicas, accidentes o falta de combustible. Tradicionalmente, estos servicios, aunque eran funcionales tenía deficiencia en la atención al cliente y los tiempos de respuestas eran cruciales.

Estos servicios estaban diseñados para ofrecer soporte en situaciones que pueden dejar a los conductores varados o en condiciones inseguras.

- Comunicación Telefónica.

Los conductores que necesitaban asistencia debían de llamar a un número de teléfono fijo (generalmente proporcionado por su aseguradora, Empresa de asistencia o Taller de confianza) para solicitar ayuda.

- Dependencia de la Red Local de Proveedores.

Los conductores a menudo necesitan asistencia de emergencia en caso de accidentes, fallos mecánicos o situaciones imprevistas, por lo que dependían de los proveedores locales y su disponibilidad, especialmente en largas distancias.

- Tiempo de Respuesta y Coordinación Lenta.

Sin GPS ni herramientas de optimización de rutas, el tiempo de espera para recibir asistencia podía variar dependiendo de la ubicación, la hora del día y la disponibilidad de proveedores cercanos. En áreas rurales o poco concurridas, el tiempo de espera podría ser considerablemente largo.

- Procedimientos Administrativos Manuales.

Los trámites administrativos relacionados con el servicio de asistencia vial (como los informes de accidente o la gestión de pagos) se realizaban de manera manual, con documentación en papel. Esto solo alargó los tiempos de resolución y generó confusión en la gestión de las solicitudes.

- Métodos de Pago y Cobertura.

Muchos conductores recibían asistencia vial como parte de su póliza de seguro, pero la cobertura variaba según el tipo de seguro contratado. Para quienes no tenían esta cobertura, los servicios de asistencia vial se ofrecían a través de suscripción independiente o se hacía un cobro extra, y el pago normalmente era a través de cheques o efectivo.

- Accesibilidad Limitada a Servicios Especializados.

Si un conductor tenía un vehículo especializado (por ejemplo, un vehículo de carga o un coche con modificaciones especiales), la asistencia tradicional a menudo no estaba preparada para lidiar con estos casos. No había un acceso fácil a servicios especializados como grúas o talleres que pudieran manejar vehículos grandes o con sistemas complejos.

- Poca Personalización del Servicio.

Los servicios de asistencia vial eran generalmente estandarizados y no había muchas opciones personalizadas.

- Desafíos

La protección de datos y la seguridad cibernética son cruciales para prevenir el mal uso de la información de los usuarios.

LA EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

La historia del comercio refleja la evolución de las sociedades humanas a lo largo del tiempo. Inicialmente, el trueque, un sistema de intercambio directo de bienes y servicios, era la única forma de comercio, pero su limitación principal era la necesidad de una coincidencia de necesidades entre las partes involucradas. Con la invención del dinero en las antiguas civilizaciones, como Mesopotamia y Egipto, el comercio se volvió más sofisticado, permitiendo transacciones más fluidas y la acumulación de riqueza. El uso de monedas y billetes facilitó el intercambio y ayudó a la creación de mercados y economías más complejas como hoy en día.

La Revolución Industrial en el siglo XVIII y XIX representó otro punto de inflexión crucial, con la introducción de la producción en masa, el desarrollo de nuevas

tecnologías de transporte como ferrocarriles y barcos de vapor, y la expansión de redes comerciales internacionales. Estos avances permitieron una mayor eficiencia en la producción y distribución, y fomentaron el crecimiento del comercio global.

El comercio electrónico comenzó a desarrollarse en la década de 1990 con la popularización de internet y el surgimiento de empresas pioneras como Amazon y eBay. Estas plataformas permitieron a los usuarios realizar compras en línea de manera cómoda y segura, eliminando barreras geográficas y ampliando el alcance del mercado.

Con el tiempo, el comercio electrónico ha evolucionado, incorporando nuevas tecnologías como el pago electrónico, la inteligencia artificial, y la automatización. La integración de dispositivos móviles y la expansión de las redes sociales han impulsado aún más su crecimiento, facilitando el acceso a un público más amplio y diverso.

Tabla 2

Tipos de E-commerce según sus destinatarios.

	Consumer (C)	Business (B)	Government (G)	Employee (E)	Investor (I)
Business (B)	B2C	B2B	B2G	B2E	B2I
Consumer (C)	C2C	C2B			
Government (G)	G2CC	G2B			

Fuente: Esta tabla muestra los tipos de E-commerce según sus destinatarios. Adaptado de *Los tipos de comercio electrónico por (Camarena, 2022)*

Nota: En el marco conceptual, encontraras las definiciones de cada una de sus siglas.

Estos distintos tipos de comercio electrónico reflejan la diversidad y flexibilidad del comercio digital, permitiendo adaptarse a las necesidades específicas de cada sector y facilitando las interacciones en un entorno globalizado y conectado.

El comercio electrónico ha tenido un impacto significativo en la economía global, democratizando el acceso a los mercados y facilitando la creación de nuevas empresas.

Hoy en día, es una parte integral de las estrategias comerciales, y su importancia seguirá creciendo con el avance de la tecnología y la expansión del acceso a internet.

EVOLUCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

Los modelos de negocio tradicionales en el comercio se han basado históricamente en la interacción física entre vendedores y compradores, donde los productos se exhibían en tiendas físicas y los consumidores acudían a estos establecimientos para realizar sus compras. Estos modelos incluyen el comercio minorista (retail), donde las empresas venden productos directamente a los consumidores finales en tiendas físicas, y el comercio mayorista (wholesale), donde las empresas venden grandes volúmenes de productos a otros negocios que luego los distribuyen o venden al consumidor final.

Los modelos de negocio digitales comenzaron a tomar forma a finales del siglo XX, coincidiendo con la expansión del internet y la digitalización masiva de servicios y productos. Este cambio marcó una nueva era para las empresas, que empezaron a explorar formas innovadoras de operar y de llegar a sus clientes. A medida que la tecnología avanzaba, también lo hacían las posibilidades para desarrollar modelos de negocio más eficientes, personalizados y globales. Aquí se exploran diez modelos de negocio digitales que han surgido y evolucionado hasta convertirse en componentes esenciales del entorno empresarial moderno.

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)

Es un proceso fundamental para mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda. Esto implica la optimización continua de un sitio web para alinearse con las más de 200 señales de clasificación que utiliza el algoritmo de Google, entre otros motores de búsqueda.

Dentro del SEO, se destacan cuatro enfoques principales:

1. **SEO On-Page:** Consiste en optimizar el contenido del sitio en torno a palabras clave específicas que los usuarios buscan activamente. Las mejores prácticas incluyen la incorporación de estas palabras clave en elementos clave como el título, meta descripciones y URL. Esto asegura que el contenido sea relevante y fácilmente accesible para los motores de búsqueda y usuarios.

2. SEO Off-Page: Se centra en la construcción de señales externas de autoridad, como los backlinks (enlaces entrantes) de sitios web de alta calidad. Además, considera el EAT (experiencia, autoridad y confianza) como métrica clave para determinar la credibilidad de un sitio. Las menciones en redes sociales también juegan un rol importante en esta estrategia, ya que generan tráfico y aumentan la visibilidad del sitio.

3. SEO Técnico: Este aspecto del SEO garantiza que los motores de búsqueda puedan rastrear e indexar correctamente las páginas de un sitio web. Se enfoca en la optimización de la arquitectura del sitio, velocidad de carga, diseño responsivo, y la eliminación de errores que puedan afectar la experiencia del usuario y la indexación.

4. Señales de usuario: Google evalúa cómo los usuarios interactúan con un sitio web para determinar su relevancia para ciertas palabras clave. Si una página no satisface las expectativas del usuario o su contenido no es adecuado, su clasificación puede verse afectada.

SEM (SEARCH ENGINE MARKETING)

Se refiere al uso de estrategias de marketing pagadas en motores de búsqueda para alcanzar a usuarios interesados activamente en productos o servicios. Mientras que el SEO se enfoca en el tráfico orgánico, el SEM se basa en anuncios pagados para aumentar la visibilidad. Entre sus principales prácticas destacan:

1. Bidding o puja: En plataformas como Google Ads o Bing Ads, los anunciantes pueden pujar por palabras clave específicas para que sus anuncios aparezcan cuando los usuarios buscan dichos términos. Este modelo de subasta es fundamental en la estrategia de PPC (Pay-Per-Click).

2. Nivel de calidad: Esta métrica evalúa la relevancia del anuncio en relación con la búsqueda del usuario. Un anuncio con un alto nivel de calidad puede ganar la subasta con una puja más baja, lo que optimiza los costos publicitarios.

3. Ad Copy: La redacción del anuncio es crucial para atraer la atención del usuario y mejorar el nivel de calidad. Un texto publicitario eficaz no solo ayuda a ganar subastas, sino que también aumenta las tasas de conversión.

4. Gestión de cuentas y grupos de anuncios: Los anunciantes deben gestionar sus campañas mediante la segmentación adecuada y el análisis de datos proporcionados por plataformas como Google Ads para optimizar el gasto publicitario y mejorar el rendimiento de sus campañas.

1.5.2. CONCEPTUAL

Proporciona los conceptos clave de la investigación explorando la pregunta central que guía el estudio y define el enfoque específico del análisis.

B2B (Business to Business): Transacciones entre empresas, como la venta de insumos o productos en grandes volúmenes.

B2C (Business to Consumer): Transacciones entre empresas y consumidores finales, el tipo más común de comercio electrónico. Siendo este uno de los tipos de e-commerce más habituales.

C2C (Consumer to Consumer): Transacciones entre consumidores, facilitadas por plataformas que permiten la venta de productos de segunda mano.

C2B (Consumer to Business): Transacciones en las que los consumidores ofrecen productos o servicios a las empresas, como el marketing de influencia.

P2P (Peer to Peer): Está basado en una red entre iguales, lo cual significa que es una red en la cual no hay clientes o servidores fijos, sino participantes de la red.

G2C (Government to Consumer): Es un tipo de comercio cuyo provecho es realmente beneficioso para los gobiernos que lo utilizan, ya que simplifica procesos que de otra manera serían tediosos.

G2B (Government to Business): La relación que tienen los gobiernos con las empresas locales es de vital importancia para la economía, es por esto los negocios G2B son tan valiosos.

B2E (Business to Employee): Este comercio está enfocado en presentar ofertas y propuestas llamativas a los empleados por medios digitales, y ha probado ser un gran incentivo que impacta directamente el desempeño laboral.

B2I (Business to Investors): Se basa en mostrar proyectos, analizarlos, corregirlos y estandarizarlos con la finalidad de que estén a disposición de los inversores en todo momento. (Camarena, 2022)

«I» Investors o Inversores: Indica que uno de los actores en la transacción son los inversores.

«E» Employee o Empleados: Significa que uno de los participantes son los empleados y trabajadores de una compañía. (Camarena, 2022)

Accidente: Un hecho azaroso, fortuito, involuntario; una situación de fuerza mayor e inesperada que no podemos controlar. (Hipotecario Seguros, 2022)

Siniestro: Un hecho que se pudo haber evitado, son situaciones previsibles. Aquí estamos hablando de un error humano que provoca otro hecho. (Hipotecario Seguros, 2022)

Retail: Es el concepto que se refiere a la venta al por menor o comercio minorista. Término que está ganando cada vez más peso gracias a la transformación digital de las empresas. La finalidad de este es vender a muchos clientes un stock abundante. (Ballesteros, 2021)

Wholesales: Las ventas B2B, en las que el mayorista actúa como intermediario entre el fabricante y el minorista. La manera en que operan estos intermediarios (brokers) es moviendo la mercancía del fabricante al minorista. (Sánchez, 2022)

E-commerce (Comercio Electrónico): Fue el primer modelo de negocio digital que surgió con la popularización de internet, hasta evolucionar hacia modelos híbridos que combinan tiendas físicas con plataformas en línea.

Freemium: Ofrece servicios básicos gratuitos mientras cobra por funciones adicionales o premium. Hoy en día, este modelo se ha perfeccionado mediante el uso de análisis de datos para identificar a los usuarios más propensos a convertirse en suscriptores de pago. (Docusing, 2024)

Suscripción: El modelo de suscripción permite a los clientes acceder a productos o servicios a cambio de un pago recurrente, generalmente mensual o anual.

Marketplace (Plataformas de Intermediación): Las plataformas de Marketplace conectan a compradores y vendedores en un entorno digital.

Software as a Service (SaaS): Permite a las empresas ofrecer software a través de la nube, eliminando la necesidad de instalaciones locales y permitiendo actualizaciones continuas.

Modelo de Afiliación: Permite a las empresas pagar a terceros por promocionar sus productos o servicios a través de enlaces en sus sitios web o plataformas.

1.5.3. LEGAL

Las regulaciones legales por tomar en consideración en la creación de un modelo de negocios digital son las leyes de la Republica de El Salvador, por lo cual es necesario tomar en cuenta las siguientes leyes:

EN LA LEY DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (LAIP)

Es clave para el desarrollo de ASSIST ME SSV porque promueve la transparencia y la rendición de cuentas como principios fundamentales. Esto nos permite garantizar la confianza de nuestros usuarios en la plataforma, ya que, al operar en un entorno digital que puede manejar información sensible, debemos demostrar que respetamos y cumplimos los estándares éticos establecidos por la ley. Además, refuerza nuestra credibilidad al alinearnos con los requisitos legales, lo que nos abre oportunidades para diferentes colaboraciones.

LEY ESPECIAL CONTRA LOS DELITOS INFORMÁTICOS Y CONEXOS (2016)

- **Estafa Informática.**

Este apartado de la ley nos obliga a proteger la plataforma de cualquier intento de manipulación o fraude relacionado con los datos que manejamos, sobre todo porque es información sensible. Habla específicamente de sanciones para quienes alteren la información de los sistemas con el propósito de obtener beneficios indebidos. Esto nos lleva a implementar medidas que garanticen la seguridad de los datos y a asegurarnos de

que toda la información procesada sea precisa y confiable, algo esencial para mantener la integridad de nuestro servicio.

- **Manipulación de Registros y Divulgación No Autorizada.**

El Artículo 15 se enfoca en los administradores de plataformas tecnológicas, indicando la obligación de asegurar la integridad de los registros de acceso y datos almacenados, prohibiendo cualquier alteración, destrucción o manipulación. Esto implica la implementación de medidas de seguridad efectivas para proteger la información y garantizar su adecuada gestión.

Por su parte, **el Artículo 23** establece sanciones para quienes divulguen o revelen sin autorización códigos de acceso, contraseñas o cualquier dato sensible con el propósito de obtener un beneficio. Ambos artículos refuerzan la necesidad de salvaguardar la información de manera estricta para evitar su uso indebido o alteración.

- **Utilización de Datos Personales.**

El Artículo 24 sanciona el uso no autorizado de datos personales, destacando la importancia de crear políticas estrictas de protección de datos. Esto garantiza la seguridad y confidencialidad de la información, evitando accesos no autorizados y posibles riesgos legales hacia la identidad.

LEY DE FIRMA ELECTRÓNICA:

Esta ley nos establece lineamientos fundamentales que aseguran el correcto funcionamiento de actividades digitales en cumplimiento con las disposiciones legales. Uno de los apartados clave es **el tratamiento de datos personales (Artículo 5)**, que obliga a los prestadores de servicios a recabar únicamente la información necesaria, directamente de los firmantes, y garantizar su confidencialidad incluso después de terminar la relación con el usuario. Además, prohíbe la cesión de estos datos a terceros, asegurando su protección.

Por otro lado, **el Artículo 7** otorga equivalencia legal a los mensajes de datos y documentos electrónicos, lo que permite que los contratos y actos firmados

electrónicamente sean válidos y tengan el mismo peso jurídico que los documentos en papel. Esto facilita la formalización de acuerdos de manera ágil y digital.

Así mismo, **el Artículo 11** regula la conservación de documentos electrónicos, estableciendo que, siempre que un acto jurídico o norma exija su almacenamiento, esta condición se cumple si los documentos son preservados por un proveedor autorizado. Esto garantiza que la información se mantenga accesible y segura durante el tiempo requerido por la ley.

LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

El Artículo 31 nos permite que los clientes tengan plena confianza en el origen, la calidad y los beneficios del servicio. Una comunicación veraz no solo evita malentendidos, sino que también eleva la satisfacción del cliente, fomenta la fidelización y fortalece la reputación de la empresa. Además, en un mercado competitivo, la transparencia se convierte en una ventaja estratégica, al proyectar una imagen ética y honesta que refuerza el compromiso con el consumidor, al mismo tiempo buscamos minimiza riesgos legales y garantiza el cumplimiento normativo.

En **el Artículo 20** se vuelve esencial, ya que el manejo de datos sensibles exige la implementación de estándares tecnológicos robustos que protejan la información personal y crediticia de los usuarios. Garantizar la seguridad y confidencialidad evitando filtraciones o accesos no autorizados, minimizando riesgos legales y fortaleciendo la confianza del cliente. Al asegurar dicho entorno digital de forma segura, los usuarios pueden estar tranquilos al proporcionar su información, lo que fomenta una relación sólida, mejora la reputación de la plataforma y contribuye a la fidelización en un entorno competitivo.

Para **el Artículo 176** es importante porque regula la transparencia y responsabilidad en la prestación de servicios, especialmente en el ámbito digital. Este artículo asegura que los consumidores reciban información clara sobre precios, alcance, condiciones y limitaciones del modelo **pay-per-use**, lo que fortalece la confianza y disminuye los malentendidos. Además, protege a los usuarios de prácticas abusivas o cláusulas poco claras, garantizando que el servicio que se ofrezca sea de forma ética y

confiable, ayudando a prevenir problemas legales y fomenta una experiencia positiva para los clientes como para nuestros proveedores.

NORMAS TÉCNICAS SOBRE CIBERSEGURIDAD EN CANALES DIGITALES

- **Medidas de ciberseguridad.**

En el **Artículo 4** hace referencia a La implementación de herramientas actualizadas o avanzadas de monitoreo y detección de amenazas puesto que es clave para prevenir ataques cibernéticos. Esto incluye neutralizar comportamientos inusuales, accesos no autorizados y amenazas a la infraestructura tecnológica. Para Assist Me SSV, garantizar un entorno digital seguro refuerza la confianza de los usuarios en la gestión de documentos electrónicos, asegurando la continuidad y la confiabilidad del servicio.

- **Gestión de vulnerabilidades.**

Dado que en Assist Me SSV manejaremos información sensible, el **Artículo 5** es fundamental, para gestionar cualquier vulnerabilidad mediante una identificación, evaluación y tratamiento adecuados de las brechas de seguridad. Implementaremos medidas como escaneos regulares y pruebas de penetración para detectar y corregir fallos en la plataforma, garantizando que nuestros usuarios no enfrenten riesgos por accesos no autorizados o filtraciones de datos. Con estas acciones, buscamos asegurar que nuestra plataforma sea resistente a ciberataques, hackeos, fraudes o interrupciones en el servicio. Además, protegemos los activos de la empresa de posibles pérdidas económicas y evitamos amenazas que puedan afectar la operación.

CAPITULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo detalla el enfoque y las estrategias de la investigación, incluyendo el diseño del estudio, las herramientas para recopilar datos y los métodos de análisis. También se aborda los procesos de selección de la muestra y los aspectos éticos considerados para garantizar la fiabilidad y validez de los resultados.

2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En esta sección se describe el enfoque metodológico utilizado en la investigación. Se explica el tipo de estudio elegido, las técnicas de recolección de datos empleadas, y los métodos de análisis aplicados para interpretar los datos obtenidos.

2.1.1. GENERALIDADES

Método científico: Para esta investigación, utilizaremos el método científico, que se basa en un proceso sistemático de observación, medición, experimentación y análisis para alcanzar conclusiones verificables. En este caso, el método nos permitirá entender las necesidades tanto de los proveedores como de los clientes y cómo interactúan con el modelo de negocio ASSIST ME SSV.

2.1.2. TIPO DE ESTUDIO

Se utilizará un enfoque deductivo, partiendo de conceptos generales sobre la asistencia vial y los modelos de negocios digitales, aplicando estas teorías para observar datos específicos de la región. Esto permitirá comprender cómo interactúan los proveedores y los clientes con el servicio ASSIST ME SSV, y ayudará a validar si los conductores locales realmente necesitan los servicios propuestos. El objetivo es verificar si las tendencias observadas son consistentes con los principios teóricos existentes sobre la adopción de modelos "pay per use".

2.1.3. MÉTODO

El método que se empleará en esta investigación será mixto, combinando tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo. La implementación de un método mixto es ideal en investigaciones donde se busca una comprensión integral y detallada de fenómenos complejos, como en el caso de ASSIST ME SSV, ya que permite analizar tanto las cifras

objetivas como las percepciones subjetivas de los involucrados. Esto permitirá obtener una visión más completa del comportamiento de los proveedores y clientes en relación con la plataforma web.

La combinación de ambos enfoques permitirá que los datos cualitativos y cuantitativos se complementen entre sí. Mientras los datos cuantitativos proporcionarán una vista panorámica de las tendencias y comportamientos, los datos cualitativos ayudarán a interpretar y profundizar en el "por qué" detrás de esos patrones. Esta integración de métodos enriquecerá la investigación, aportando tanto una perspectiva amplia y generalizable como un análisis detallado y contextualizado, lo que facilitará la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo y mejora del servicio que se ofrece.

2.1.4. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVO

El enfoque cualitativo permitirá explorar en profundidad las motivaciones, expectativas y preocupaciones de los proveedores y clientes. A través de técnicas como entrevistas, grupos focales u observaciones, se obtendrá una comprensión más rica de las experiencias de los usuarios, lo que ayudará a revelar aspectos importantes como la percepción del valor del servicio, los factores que influyen en su decisión de usar el modelo "pay per use", y la disposición a adoptar nuevas tecnologías. Este enfoque es especialmente útil para captar los detalles y aspectos de las interacciones que no se pueden medir fácilmente a través de números.

El enfoque cuantitativo será clave para recopilar datos numéricos que permitan medir y analizar patrones de comportamiento entre proveedores y clientes. A través de encuestas estructuradas o análisis de datos estadísticos, se podrá evaluar variables como la frecuencia de uso del servicio, la demanda potencial, el nivel de satisfacción de los usuarios y las tendencias de adopción del modelo de negocio.

2.1.5. UNIVERSO

El universo es el conjunto más amplio de personas o elementos que cumplen con las características necesarias para ser sujetos de tu estudio. En este caso, se refiere a todas las personas o empresas relacionadas con la asistencia vial en el área geográfica definida. El universo incluye:

Universo de proveedores: Todas las empresas y establecimientos que ofrecen servicios de asistencia vial en la zona de San Salvador (75 Avenida Norte hasta la Calle al Volcán).

Universo de consumidores final: Todos los conductores de vehículos automotores en la misma zona que podrían necesitar servicios de asistencia vial.

2.1.5. POBLACIÓN

La población de estudio está conformada por el total de individuos sobre los cuales se llevará a cabo la investigación. En este caso, los sujetos de estudio se centran en los habitantes y conductores que transitan de manera habitual por la 75 Avenida Norte y la calle al volcán. La selección de esta área geográfica se justifica por el alto flujo de personas y vehículos, lo cual la convierte en un punto clave para evaluar aspectos relacionados con la movilidad y la seguridad vial.

Según los autores (Pedro López y Sandra Fachelli), una población se considera finita cuando está compuesta por menos de 100,000 unidades. Dado que el número de los sujetos de estudio se encuentra por debajo de este umbral, **se clasifica como una población finita**. Que se desglosa de la siguiente manera:

Proveedores: Empresas de asistencia vial que operan en el distrito de San Salvador y que cumplen con los requisitos para asociarse con Assist Me SSV.

Consumidores: Conductores jóvenes y adultos mayores que transitan regularmente por las rutas incluidas en el área delimitada, y que son propensos a necesitar asistencia vial (pueden ser particulares o profesionales).

2.1.6. MUESTRA

La muestra es un subconjunto representativo de la población de estudio, puede ser seleccionado aleatoriamente, estratificado, sistemático o por conveniencia, Se utiliza para obtener datos relevantes de la investigación a través de herramientas de recopilación como la observación, encuestas, entrevistas, entre otras. Estos datos se obtienen dentro de un margen de error y una probabilidad preestablecida, lo que permite hacer estimaciones sin la necesidad de estudiar a toda la población.

MUESTREO NO PROBABILISTICO POR ELECCIÓN Y PREJUICIO.

El muestreo no probabilístico por elección y prejuicio es un método en el que el investigador selecciona a los participantes de forma intencional, basándose en su propio juicio o criterios específicos, sin recurrir a un proceso aleatorio. En este tipo de muestreo, el investigador escoge a los proveedores o individuos que considera más adecuados para el estudio, lo cual puede estar influenciado por factores como la conveniencia, el acceso, o características particulares que se buscan en los participantes, pero sin que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados.

Este tipo de muestreo no pretende ser representativo de toda la población, ya que la selección no es aleatoria ni exhaustiva, sino que se basa en criterios preestablecidos que guían la elección de los sujetos. Por lo tanto, el muestreo puede ser útil cuando se necesita obtener información de un grupo específico que se considera relevante para el estudio, pero no necesariamente refleja la diversidad o la totalidad de la población.

PROVEEDORES

Muestra estimada: 5 proveedores de servicios de asistencia vial que sean seleccionados por su experiencia en el área se encuentren ubicados en la zona de estudio y su capacidad para abordar situaciones particulares que se consideran relevantes.

USUARIOS

Muestra estimada: 50 consumidores que hayan utilizado un servicio de asistencia vial en los últimos 3 meses. Estos consumidores serán seleccionados de forma intencional en función de la zona de estudio y experiencia con el servicio de asistencia vial se escogerán aquellos que hayan tenido experiencias tanto positivas como negativas.

2.1.7. TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En este apartado se detallan las técnicas e instrumentos de investigación utilizados para el desarrollo del modelo de negocio Assist Me SSV. Se emplearán instrumentos de recolección de datos adaptadas a cada grupo de interés: proveedores y usuarios. Estos instrumentos asegurarán la obtención de datos precisos y alineados con los objetivos del estudio.

PROVEEDORES

Técnica de investigación: Focus Group (grupo focal), donde se reúne a un pequeño grupo de proveedores seleccionados intencionalmente para discutir sus experiencias y puntos de vista sobre la asistencia vial, además de obtener información cualitativa relevante, contribuyendo a la comprensión de las dinámicas del mercado y proporcionando insumos cruciales para ajustar y mejorar el modelo de negocio propuesto.

Herramienta por utilizar para la recolección de datos: Entrevista (**Anexo 4**), que es una guía semi estructurada de preguntas, abarcando aspectos clave como la experiencia operativa de los proveedores, sus capacidades y recursos disponibles, así como sus percepciones sobre el modelo de negocio de asistencia vial. Además, se abordan sus expectativas respecto a la colaboración con Assist Me SSV, las tarifas que manejan y los servicios que consideran esenciales para satisfacer las necesidades del usuario final.

USUARIOS

Técnica de investigación: Encuesta, que será aplicada a los 50 consumidores seleccionados intencionalmente. La encuesta se utilizará para recabar información sobre su nivel de satisfacción con los servicios en específico, sus expectativas en términos de tiempos de respuesta y calidad, así como sus sugerencias para mejorar la experiencia. También se recopilan datos sobre sus preferencias en cuanto a la accesibilidad de los servicios y su disposición a pagar por los mismos.

Herramienta por utilizar para la recolección de datos: Cuestionario (**Anexo 5**), los resultados obtenidos proporcionan una comprensión profunda de las necesidades y deseos de los usuarios, permitiendo ajustar el servicio ofrecido por Assist Me SSV para asegurar su viabilidad comercial y optimizar la satisfacción del cliente.

2.1.8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En esta sección se exponen los resultados obtenidos a partir del cuestionario aplicado, los cuales permiten identificar aspectos clave sobre los participantes. Entre estos, se destacan sus características generales, como edad, género y ubicación geográfica, así como sus experiencias previas con servicios de asistencia vial. Además, se analizan

sus opiniones, expectativas y necesidades específicas en relación con este tipo de soluciones, brindando información valiosa para comprender mejor el mercado y adaptar el modelo de negocio a las demandas reales de los usuarios.

Perfil de los encuestados:

La mayoría de los participantes, un 99%, conduce un vehículo, con predominancia de jóvenes entre 20 y 25 años (56%) con un ingreso promedio de \$300 a \$600. El estudio destaca una ligera mayoría masculina (60%) y una alta presencia de profesionales y estudiantes, lo que refleja un público activo con necesidades claras de asistencia vial.

Conocimiento y uso de servicios de asistencia vial:

A pesar de que un 50% conoce los servicios de asistencia vial, un 35% ha enfrentado situaciones como neumáticos pinchados o baterías descargadas en el último año. La mayoría resuelve estos problemas con ayuda de familiares (21%), y solo un 13% utiliza un seguro, lo que es una oportunidad para servicios más accesibles y efectivos.

Experiencia con el servicio actual:

Los tiempos de respuesta son un desafío; un 16% esperó más de 30 minutos para recibir asistencia. Aun así, el 79% estaría dispuesto a pagar por un servicio de suscripción, y un 90% prefiere un modelo flexible de "pago por servicio".

Preferencias del servicio ideal:

La respuesta rápida (90%) y la facilidad de uso (69%) son las características más valoradas. Además, un 77% prefiere pagar con tarjeta, confiando en plataformas digitales. Respecto al precio, el 41% pagaría entre \$6 y \$10 para resolver problemas comunes.

Aceptación de un servicio innovador:

Un 83% de los encuestados utilizaría una página web de asistencia vial 24/7, considerándola muy útil (68%). Esto confirma una demanda creciente de soluciones prácticas, económicas y adaptadas a las necesidades de los conductores actuales.



ESTUDIO DE MERCADO DE ASSIST ME SSV

Encuesta en línea realizada el 25 de Octubre al 6 de Noviembre

TOTAL DE ENCUESTADOS
119

RANGO PROMEDIO EDAD
20 a 25

91,9%
8,1%

RESPUESTA VALIDAS
99

UTILIZARIAS ASSIST ME SSV
SI 83,8% NO 16,2%

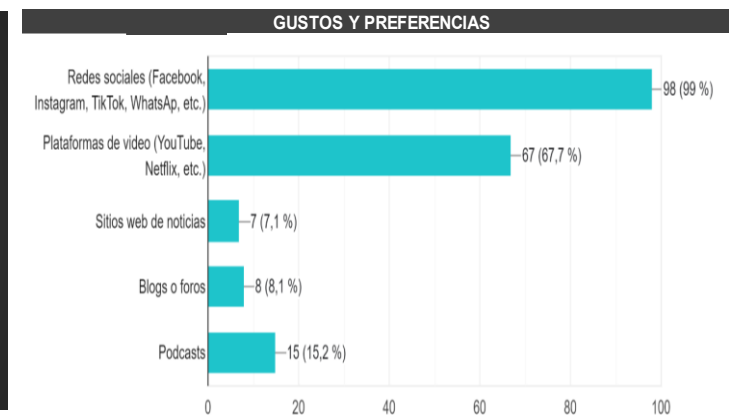
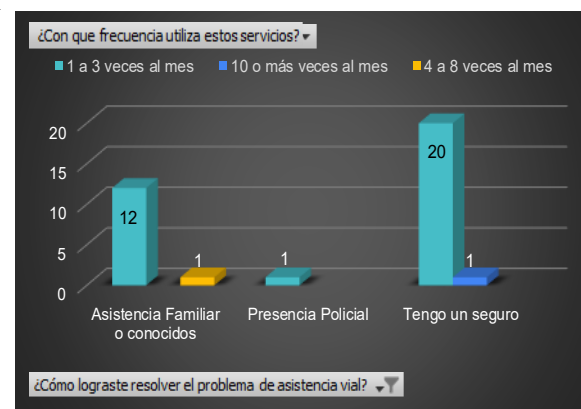
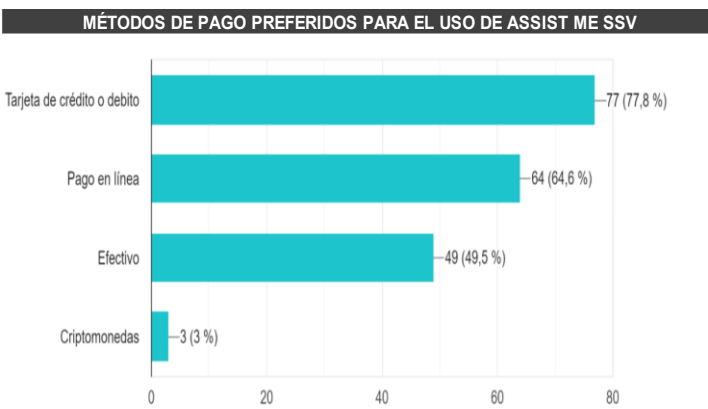
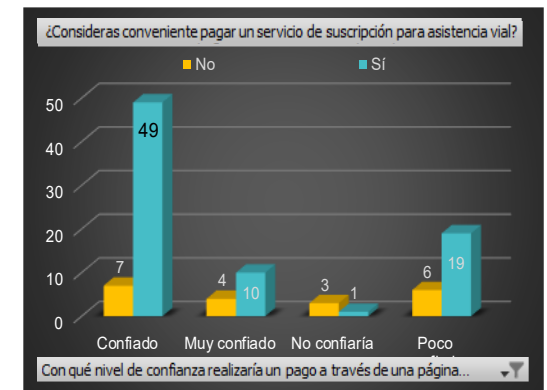
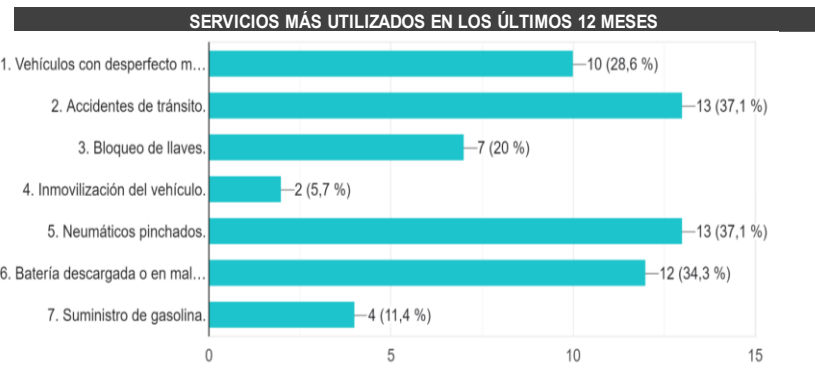
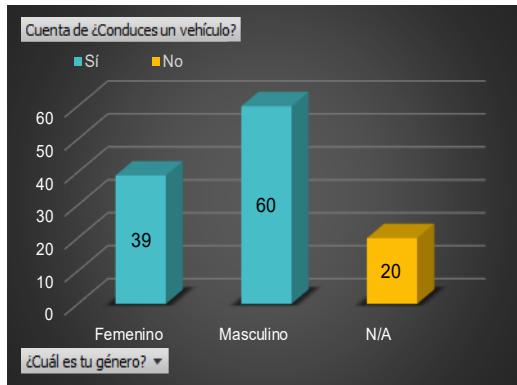


Figura 3 DashBoard - Estudio de mercado de ASSIST ME SSV.

Fuente: Elaboración propia.

2.1.9. DESARROLLO DE LAS FUERZA DE PORTER

Es un modelo que evalúa la situación actual de la empresa en cinco factores claves. Permitiendo desarrollar estrategias para mejorar la posición de la empresa en el mercado.

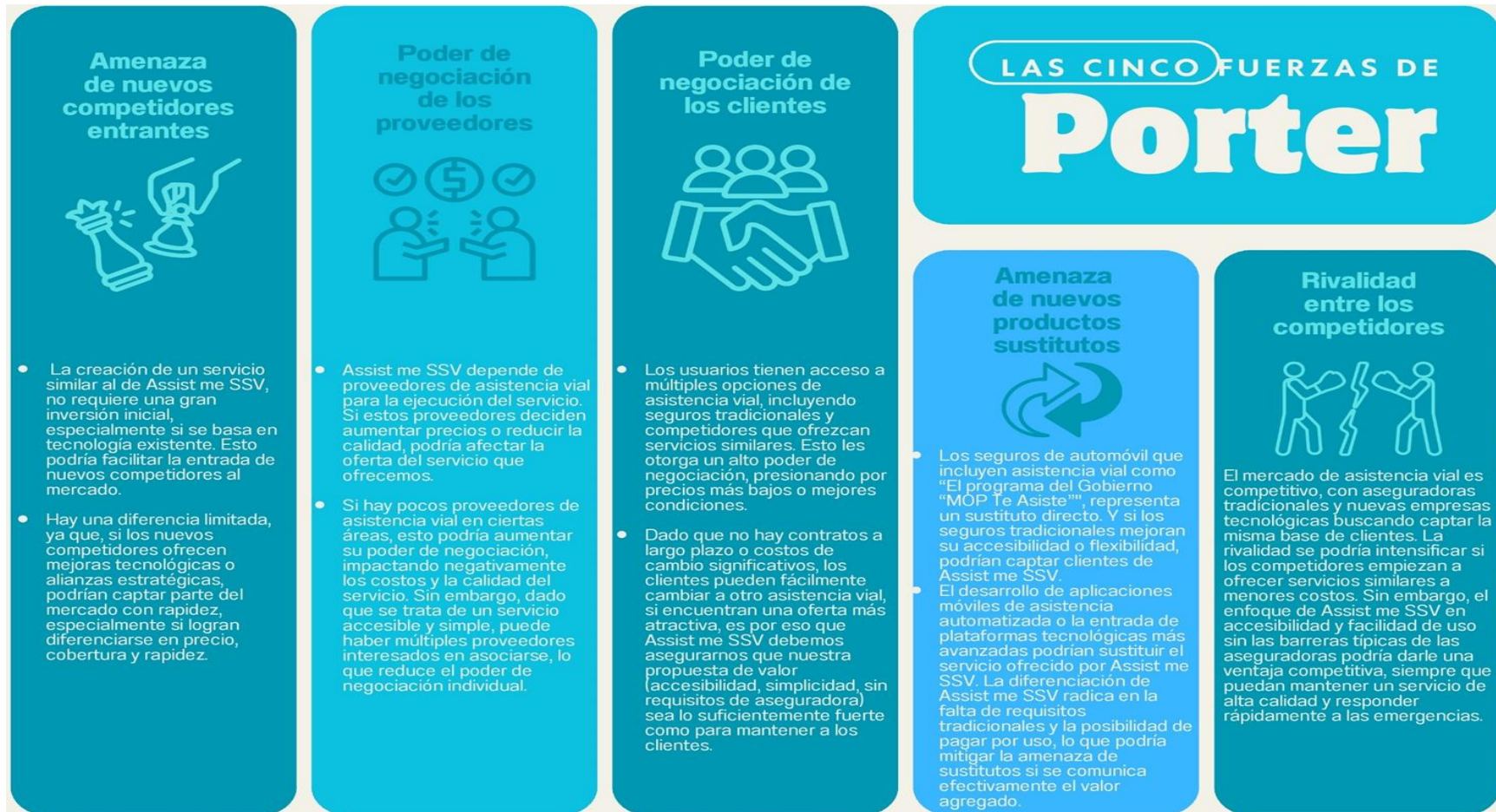


Figura 4 Las 5 Fuerzas de Porter.

Fuente: Elaboración propia.

2.1.10. DESARROLLO DEL ANÁLISIS PESTEL

Es un modelo que evalúa la situación externa de la empresa a través de seis factores clave, permitiendo identificar oportunidades y amenazas del entorno, ayudando a desarrollar estrategias más efectivas.

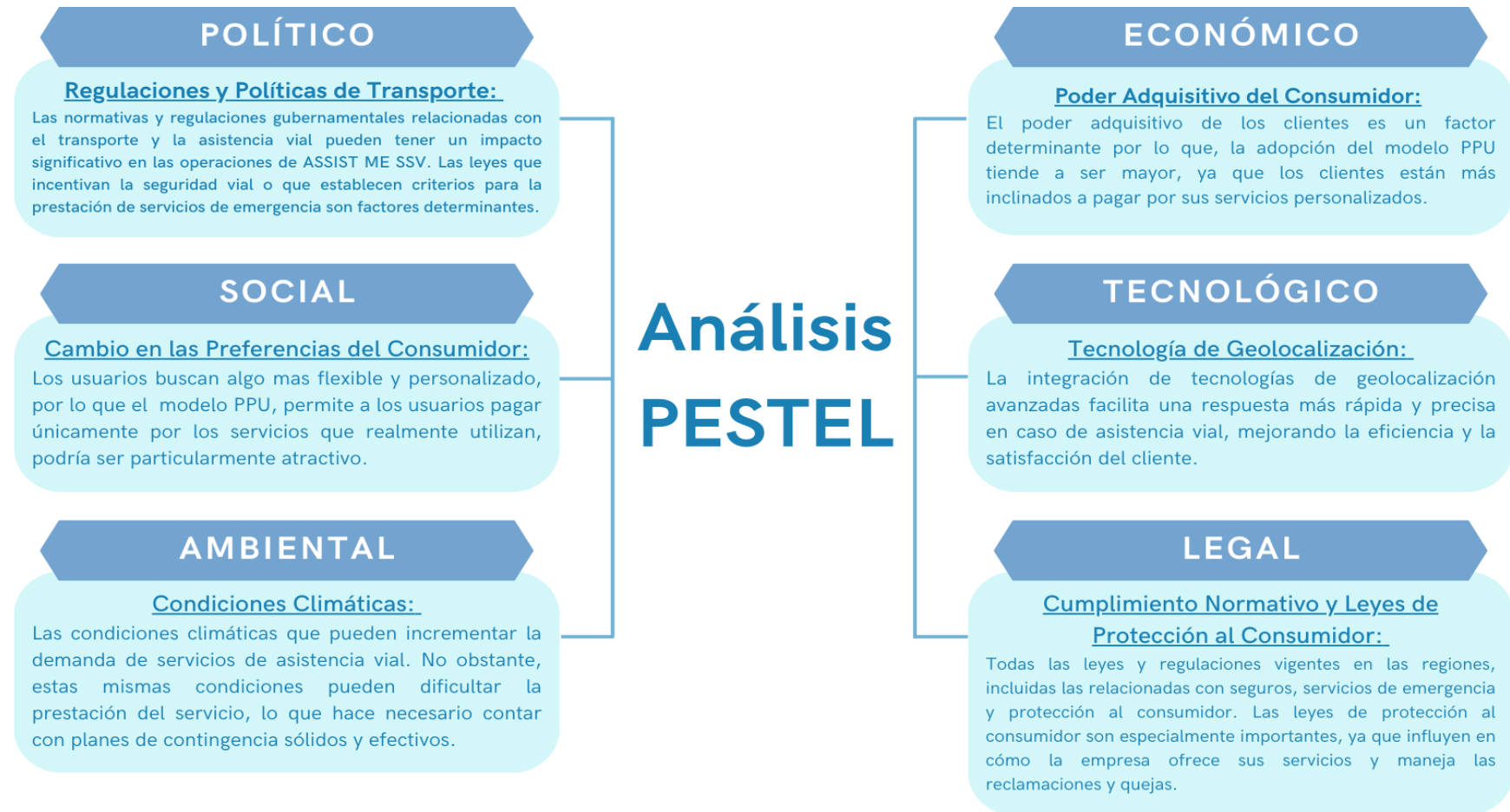


Figura 5 Análisis Pestel

Fuente: Elaboración propia.

2.1.11. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

En esta sección se presentan las conclusiones obtenidas a partir del análisis de las Fuerzas de Porter y del entorno (PESTEL). Se resaltan los aspectos más relevantes que facilitan la evaluación del entorno competitivo y el poder de negociación de los clientes. Ambos análisis proporcionan una visión integral del contexto, identificando los principales desafíos y oportunidades para ofrecer soluciones innovadoras y ajustadas a las necesidades del usuario.

CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN (PESTEL):

1 - En conclusión, ASSIST ME SSV tendrá una propuesta que abordar cómo el servicio se acoplará a las normativas de transporte y seguridad vial, mientras que se ofrece un servicio accesible mediante su modelo de pago por uso (PPU), atrayendo a consumidores con diferentes niveles de poder adquisitivo.

2 - ASSIST ME SSV no solo asegura el cumplimiento de los estándares legales, sino que también implementa un sistema de seguimiento adecuado para gestionar de manera efectiva las quejas y reclamaciones de los clientes con sus proveedores. Esto garantiza un servicio de alta calidad, alineado con las normativas vigentes y enfocado en la satisfacción del cliente.

3 - En conclusión, la integración de tecnologías de geolocalización en ASSIST ME SSV mejora significativamente la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente al proporcionar asistencia vial de manera más rápida y precisa. Sin embargo, las condiciones climáticas extremas, aumentan la demanda del servicio, pero también presentan desafíos operativos. Por ello, es fundamental contar con planes de contingencia que garanticen la continuidad y calidad del servicio incluso en circunstancias adversas.

CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN (FUERZAS DE PORTER):

1 - Debido a que la creación de un servicio similar al de "Assist me SSV" no requiere una gran inversión inicial si se basa en tecnologías digitales existentes, nuevos competidores podrían entrar rápidamente al mercado con plataformas tecnológicas avanzadas que ofrezcan mejoras en precio, cobertura y rapidez.

2- El desarrollo de aplicaciones móviles de asistencia automatizada o plataformas tecnológicas más avanzadas podría reemplazar el servicio de "Assist me SSV". La clave para diferenciarse en este entorno digital será destacar la falta de requisitos tradicionales y la posibilidad de pago por uso, lo que podría reducir el impacto de los sustitutos.

3 - Aunque el mercado de asistencia vial es altamente competitivo, Assist me SSV podría obtener una ventaja competitiva al enfocarse en la accesibilidad y simplicidad mediante herramientas digitales, eliminando las barreras típicas de las aseguradoras tradicionales. Si la empresa consigue mantener un servicio eficiente y con respuestas rápidas a las emergencias a través de soluciones digitales, no solo destacará en el sector, sino que también proporcionará a los proveedores una mayor exposición de marca. Esto permitirá que los consumidores conozcan sus servicios sin necesidad de atravesar una emergencia, aumentando su visibilidad y alcance.

CAPITULO III: PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Es la guía o documento en el que se describe la idea, los objetivos, las estrategias y la estructura del negocio. Su propósito es mostrar cómo funcionará el negocio, cómo generará ingresos y cómo se diferenciará de la competencia. También incluye un análisis de mercado, un plan de marketing y proyecciones financieras.

3.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

En esta sección se presenta una visión general del negocio, incluyendo su actividad principal, el tipo de productos o servicios que ofrece y el mercado al que se dirige. Se describe brevemente la misión y los objetivos del negocio, así como su enfoque estratégico para alcanzar el éxito.

3.1.1. INFORMACIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

Se presenta un panorama más detallado del negocio, destacando su identidad, funcionamiento y características que definen su operación y su enfoque del mercado.



Empresa: ASSIST ME SSV

País De origen: EL SALVADOR

Rubro: Servicios de emergencia y asistencia en carretera.

Figura 6 Logo de Assist Me SSV.

Fuente: Elaboración propia.

Especialidad: Asistencia vial inmediata y eficiente, destaca por ofrecer un servicio rápido y accesible, con un modelo de pay per use que permite a los usuarios pagar solo por lo que necesitan, sin suscripciones. Además, proporciona información actualizada según la ley y servicios de emergencia para situaciones que requieren mayor asistencia.

¿Quiénes somos?

En ASSIST ME SSV, somos un equipo dedicado a proporcionar asistencia vial inmediata y eficiente a través de una plataforma digital accesible y de fácil uso. Nuestro enfoque se centra en ofrecer soluciones rápidas y efectivas para quienes enfrentan

situaciones de emergencia en la carretera, con un modelo de PAY PER USE que permite a los usuarios pagar solo por los servicios que realmente necesitan, sin compromisos a largo plazo.

Nuestra especialidad incluye información actualizada según la ley, asegurando que nuestros usuarios estén bien informados sobre las normativas vigentes y cómo actuar en caso de accidente. Además, estamos preparados para ofrecer servicios de emergencia que van más allá de la asistencia básica, garantizando el soporte adecuado en las circunstancias más críticas. Con ASSIST ME SSV, nuestro objetivo es hacer que la asistencia vial sea más accesible y eficiente, contribuyendo a una mayor seguridad en las carreteras.

3.2. MARCO ESTRATÉGICO

Es un conjunto de directrices y elementos clave que definen la visión, misión, objetivos, valores y estrategias de una empresa, orientados a alcanzar sus metas a corto, mediano y largo plazo. Este marco establece el rumbo y las decisiones estratégicas que guiarán el crecimiento y el éxito de la organización, alineando sus recursos y capacidades con las oportunidades y desafíos del entorno.

3.2.1. MISIÓN

Ofrecer asistencia vial inmediata, eficiente y accesible a todos los conductores de El Salvador mediante una plataforma digital de fácil uso, pagando solo por el servicio solicitado. Comprometidos con brindar soluciones rápidas, garantizando la seguridad vial, el cumplimiento legal vigente y una experiencia confiable, flexible y rentable.

3.2.2. VISIÓN

Ser la plataforma de referencia para servicios de asistencia vial, destacando por su innovación, rapidez y accesibilidad. Queremos transformar la experiencia de la asistencia en carretera, convirtiéndonos en un referente de confianza para los usuarios y contribuyendo a una red de carreteras más seguras.

3.2.3. VALORES

Son los valores sobre los cuales la empresa fundamenta sus principios, orientando sus acciones y decisiones, representando la cultura organizacional, regulando su interacción con su entorno, empleados, clientes y sociedad, y contribuyen a la construcción de su identidad corporativa.



Figura 7 Valores Corporativos de ASSIST ME SSV.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4. METAS

Es proporcionar asistencia vial rápida y accesible a través de una plataforma digital eficiente, enfocándonos en resolver emergencias viales de manera oportuna. Buscamos mejorar la seguridad en las carreteras al ofrecer un servicio flexible, sin compromisos a largo plazo, permitiendo que nuestros usuarios paguen solo por lo que realmente necesitan, mientras les proporcionamos información actualizada sobre normativas viales, ser su apoyo en situaciones de emergencias viales.

3.2.5. OBJETIVOS

Son metas claras y definidas que la empresa establece para orientar el desarrollo y actividades. Estos propósitos determinan lo que la organización pretende alcanzar a lo largo de diferentes periodos, ya sea a corto, mediano o largo plazo.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar y consolidar una plataforma digital innovadora, accesible y eficiente que brinde servicios de asistencia vial personalizados y adaptados a las necesidades de los conductores, promoviendo la accesibilidad, la seguridad y la satisfacción del cliente en el departamento de San Salvador.

OBJETIVO ESPECIFICOS

1 - Implementar un modelo de negocio "Pay Per Use" que permita a los usuarios pagar únicamente por los servicios utilizados, logrando al menos 60 transacciones durante el primer mes de operación.

2 - Diseñar e implementar una plataforma web funcional, logrando que el 80% de los usuarios la consideren fácil de usar y efectiva en una encuesta aplicada dentro de los tres primeros meses de funcionamiento.

3 - Establecer al menos 5 alianzas estratégicas con proveedores de servicios de asistencia vial y aseguradoras durante los primeros tres meses, garantizando una red confiable y eficiente para responder a las necesidades de los usuarios.

3.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

En la actualidad, las redes sociales y las plataformas en línea han transformado la manera en que las personas y las empresas interactúan, lo que no es algo nuevo, hoy en día la forma más sencilla y eficiente de ver o buscar un negocio en concreto es por medio de Google o directamente en diferentes redes sociales.

Este consumo masivo del internet se ha convertido en un canal vital para las empresas sobre todo en el área de servicios, ASSIST ME SSV es una innovadora plataforma digital diseñada para brindar asistencia vial de manera rápida, accesible y eficiente. En un entorno donde la rapidez y la precisión en la respuesta son esenciales, Algunos de sus beneficios como clientes son:

Bajo Costo: ASSIST ME SSV ofrece un servicio accesible económicamente, lo que lo hace ideal para quienes necesitan asistencia vial sin comprometer su presupuesto.

Modelo de "Pay Per Use": Los usuarios solo pagan por los servicios que utilizan, lo que elimina la necesidad de suscripciones costosas o pagos anticipados, permitiendo un control más flexible y transparente de los gastos.

Transacciones Seguras: Implementar medidas de seguridad para proteger la información de las transacciones y evitar fraudes.

Protección del Consumidor: Proporcionar información clara sobre los servicios y políticas permitirá cumplir con las normativas de protección del consumidor.

Accesibilidad Inmediata: El servicio puede ser solicitado en cualquier momento.

Sin Restricciones de Vehículo: ASSIST ME SSV está disponible para cualquier vehículo, independientemente de su año de fabricación o si el conductor tiene un seguro activo.

Facilidad de Uso: La plataforma es fácil de usar, permitiendo que los usuarios soliciten asistencia con solo un par de clics, sin complicaciones o procesos largos.

Información Actualizada Según la Ley: ASSIST ME SSV proporciona información actualizada conforme a las leyes vigentes, ayudando a los usuarios a saber qué hacer en caso de un accidente sin agravar la situación.

Los socios que ofrecen asistencia vial a través de la plataforma obtendrían varios beneficios:

Generación de Ingresos: Al responder a las solicitudes de ayuda en carretera, los socios pueden ganar dinero por cada servicio que proporcionen. Esto les ofrece una fuente de ingresos flexible, basada en la demanda y la cantidad de servicios que estén dispuestos a realizar.

Flexibilidad Laboral: Los socios pueden elegir cuándo y dónde ofrecer sus servicios, dándoles la libertad de trabajar a su propio ritmo. Esto es especialmente atractivo para quienes buscan un ingreso adicional o un trabajo con horarios flexibles.

Ampliación de Red y Experiencia: Participar en ASSIST ME SSV permite a los socios expandir su red de contactos y ganar experiencia en el sector de asistencia vial, lo que podría abrirles nuevas oportunidades de negocio o empleo en el futuro.

Recompensas y Bonificaciones: La plataforma podría ofrecer incentivos, como bonificaciones por completar un cierto número de servicios o por mantener altos estándares de calidad en la asistencia prestada.

¿Cómo funciona ASSIST ME SSV?

Estrategias de Monetización con Socios: Cobrar una comisión por cada servicio que los socios ofrecen a través de la plataforma. Esto incluye un porcentaje del ingreso generado por los servicios brindados por los socios.

Crecimiento del Volumen de Transacciones: A medida que más usuarios adoptan la plataforma para sus necesidades de asistencia vial, el volumen de transacciones aumenta, lo que se traduce en un mayor flujo de ingresos.

Publicidad y Alianzas: La empresa también podría obtener ingresos adicionales mediante alianzas con aseguradoras, talleres mecánicos, o compañías de neumáticos, así como a través de la publicidad en la plataforma.

Con un enfoque en la simplicidad, accesibilidad, y adaptabilidad, ASSIST ME SSV no solo facilita la gestión de incidentes viales, sino que también crea oportunidades económicas para sus socios, generando ingresos a través de comisiones, tarifas por servicios, y potenciales alianzas estratégicas.

3.3.1. PROTOTIPOS / DESCRIPCIÓN GENERAL

El servicio está diseñado para ser rápido, accesible y fácil de usar. Los usuarios pueden acceder a la plataforma ASSIST ME SSV a través de una página web donde pueden solicitar asistencia vial de manera inmediata, sin necesidad de suscripción mensual, algunos de los servicios son:

Traslado Vehicular

- Si el vehículo sufre una avería o accidente, ofrecemos el traslado hacia una isleta amarilla de emergencia cercana, o a cualquier lugar de preferencia del cliente, evitando sanciones y garantizando una solución rápida y segura.

Neumáticos pinchados

- En caso de un pinchazo, enviamos un técnico especializado para realizar el cambio de llantas en el lugar, permitiendo que el cliente continúe su viaje sin contratiempos.

Recarga de batería

- Si el vehículo se queda sin batería, nuestro servicio envía a un técnico para recargarla en el lugar, asegurando que el vehículo pueda arrancar nuevamente

Suministro de Combustible

- Si el cliente se queda sin combustible, enviamos a un técnico con la cantidad necesaria para que el vehículo pueda seguir su ruta sin necesidad de desplazarse hasta una estación de servicio.

Bloqueo de llaves

- En caso de que el cliente quede encerrado fuera del vehículo, se ofrece un servicio de desbloqueo rápido, sin causar daños al vehículo

Vehículos con desperfecto mecánicos

- Se refiere a la reparación o asistencia para vehículos que han sufrido fallos mecánicos o averías en alguno de sus componentes, como el motor, frenos, suspensión, sistema eléctrico, entre otros.

Análisis Vehicular

- Este servicio consiste en una inspección exhaustiva del vehículo, con el objetivo de evaluar su estado general, identificar posibles fallos o desgastes, y garantizar su correcto funcionamiento, así como la seguridad del conductor.

Asistencia Vehicular

- Es un servicio diseñado para brindar apoyo al conductor en situaciones de emergencia o imprevistos mientras está en carretera. Esto puede incluir asistencia legal o apoyo en situaciones legales relacionadas con el vehículo.

Figura 8 Servicios que ofrece ASSIST ME SSV.

Fuente: Elaboración propia.

Estos servicios están disponibles las 24 horas del día, con la excepción del **Análisis Vehicular**, que solo se ofrece durante el día. Es importante tener en cuenta que cada uno de estos servicios tiene tarifas diferenciadas según el horario en el que se soliciten, los cuales son:

Tabla 3

Precios de los servicios de ASSIST ME SSV

NUESTROS PRECIOS	DIURNO	NOCTURNO
VEHÍCULOS CON DESP. MECÁNICOS.	\$15.00	\$17.50
ANÁLISIS VEHICULAR.	\$12.00	—
ASISTENCIA VEHICULAR.	\$5.00	\$6.50
TRASLADO VEHICULAR.	\$20.00	\$25.00
BLOQUEO DE LLAVES.	\$8.00	\$10.00
NEUMÁTICOS PINCHADOS.	\$10.00	\$15.00
BATERÍA DESCARGADA.	\$8.00	\$10.00
SUMINISTRO DE COMBUSTIBLE.	\$4.00	\$5.50

Fuente: Elaboración propia.

Los costos pueden ser mayores en el servicio nocturno, debido a la atención fuera del horario habitual, lo que garantiza que el servicio se realice de forma eficiente en cualquier momento del día.

Es importante señalar que la atención y resolución de estos servicios será proporcionada mayormente por los proveedores responsables, quienes estarán disponibles para asistir a los conductores y resolver cualquier situación de manera profesional y efectiva. Asimismo, cabe aclarar que el precio indicado corresponde exclusivamente al servicio básico. En caso de que el vehículo requiera productos adicionales, como el cambio completo de una llanta, el proveedor podrá ofrecer dichos productos y estos se cobrarán por separado. Todo esto será debidamente registrado en el formulario correspondiente, como parte del servicio **Assist Me SSV**.

Como **Assist Me SSV**, aunque ofrecemos los mismos servicios que nuestros proveedores, es importante aclarar que hay algunas limitaciones en los servicios que podemos atender.

3.4. VENTAJA COMPETITIVA

Assist Me SSV se distingue por su modelo de pago por uso flexible, lo que permite a los usuarios acceder únicamente a los servicios que realmente necesitan, sin la necesidad de compromisos a largo plazo ni pagos fijos. Este enfoque es ideal para quienes buscan asistencia en momentos específicos, sin la carga de pagar por una cobertura continua.

Además, **Assist Me SSV** no discrimina por el tipo ni el modelo del vehículo, lo que hace que cualquier persona pueda acceder a la misma calidad de servicio sin que las características de su vehículo influyan en el precio o disponibilidad. Esto proporciona una accesibilidad universal que asegura que todos los conductores, reciban un servicio eficiente y justo.

Otro aspecto clave es la rapidez en la respuesta. Con un tiempo de asistencia promedio de menos de 30 minutos, **Assist Me SSV** garantiza soluciones inmediatas, ofreciendo una atención ágil y eficiente que resulta crucial cuando el tiempo es un factor determinante. La plataforma intuitiva de **Assist Me SSV** está diseñada para facilitar el acceso a la asistencia en cualquier momento y lugar, las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Los usuarios pueden solicitar ayuda de manera rápida y sencilla, sin trámites complicados ni demoras. Finalmente, **Assist Me SSV** se destaca por su capacidad de llegar hasta donde el cliente se encuentre sin necesidad de ir a un taller.

3.5. PLAN ORGANIZACIONAL

El plan organizacional garantizar que ASSIST ME SSV funcione de manera eficiente, escalable y sostenible, proporcionando un servicio de calidad y manteniendo un ambiente de trabajo saludable para el equipo.

Se establecen los roles claves dentro de la empresa y la asignación de responsabilidades, para cada área.

3.5.1. OBJETIVOS DEL PLAN ORGANIZACIONAL

Estos objetivos ayudan a definir claramente las metas y las prioridades que guiarán la estructura y el funcionamiento de la empresa.

OBJETIVO GENERAL

Crear una estructura organizacional sólida que permita a la empresa operar de manera eficiente, gestionar recursos de manera efectiva y mantener un alto nivel de satisfacción del cliente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Establecer protocolos internos eficientes para la gestión de operaciones, permitirá una mayor coordinación entre equipos, reducción de errores y mejora en la calidad del servicio brindado a nuestros clientes, logrando una operación más ágil y eficaz.
2. Fomentar el desarrollo profesional constante de nuestro equipo a través de programas de capacitación continua, permitirá que cada miembro del equipo tenga las habilidades necesarias para ofrecer un servicio excepcional y afrontar de manera eficiente cualquier desafío.
3. Optimizar los flujos operativos y la gestión del trabajo mediante la implementación de herramientas tecnológicas y comunicación, permitirá mayor efectividad en la ejecución de los servicios solicitados, contribuyendo a una experiencia más satisfactoria para nuestros clientes y a una mayor eficiencia en las operaciones diarias.

3.5.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

A continuación, se presenta la estructura organizativa de ASSIST ME SSV:

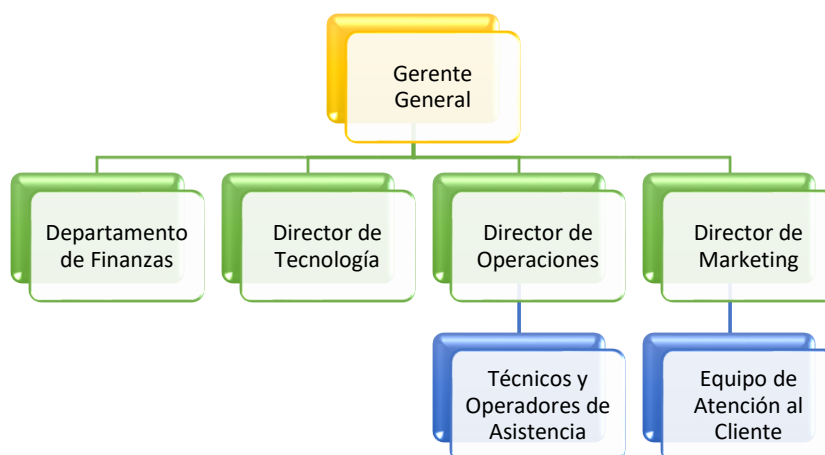


Figura 9 Estructura organizativa de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

3.5.3. ORGANIZACIÓN DE GESTIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Contar con un equipo capacitado y comprometido, asegurando que cada colaborador desempeñe su labor con eficiencia y dedicación. A través de una adecuada gestión del talento, buscamos ofrecer un servicio de calidad, respaldado por un personal bien preparado, para eso ASSIST ME SSV se compromete con:

Capacitación: Los empleados deben recibir formación continua sobre los procedimientos de asistencia vial, regulaciones locales y atención al cliente.

Desarrollo Profesional: Se fomentará el crecimiento profesional dentro de la empresa, ofreciendo oportunidades de promoción y ampliación de habilidades.

Evaluación del Desempeño: Los empleados serán evaluados periódicamente para asegurar que mantengan los estándares de calidad y eficiencia.

Bienes y motivación del personal: Nos aseguramos de que nuestro equipo se sienta valorado y apoyado, ofreciendo programas de bienestar y actividades que promuevan el equilibrio entre la vida laboral y personal, Esto incluye beneficios como horarios flexibles, incentivos por rendimientos y un ambiente saludable.

Con el fin de que cada uno de los colaboradores desempeñe sus habilidades de forma correcta, de acuerdo con su rol en la empresa:

Tabla 4

Gestión interna de ASSIST ME SSV.

RESPONSABILIDADES	REQUISITOS	N°
GERENTE GENERAL		
Supervisar la operación global de Assist Me SSV , tomar decisiones estratégicas, liderar equipos, y asegurar que se cumplan sus objetivos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia en gestión y liderazgo. 2. Conocimiento básico de plataformas digitales y modelos de negocio en Digital. 3. Habilidades de toma de decisiones, resolución de problemas y planificación estratégica. 	1
FINANZAS		
Administrar los recursos financieros, realizar análisis y proyecciones, hacer informes financieros, presupuestos y asegurar la correcta gestión de los flujos de efectivo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento en contabilidad y administración financiera. 2. Experiencia en análisis de costos y flujos de efectivo. 3. Habilidades para crear y gestionar presupuestos de pequeñas empresas digitales. 	1
TECNOLOGÍA		
Administrar y dar soporte a las herramientas tecnológicas que usa la empresa, gestionar la página web y redes sociales, ayudar con la instalación y mantenimiento de equipos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento en desarrollo web (HTML, CSS, JavaScript, etc.). 2. Conocimientos básicos de bases de datos, servidores web y plataformas de gestión de contenido. 3. Capacidad para solucionar problemas técnicos y realizar actualizaciones frecuentes en el sitio. 	1
OPERACIONES		
Realizar las operaciones mecánicas solicitadas por los clientes, como reparaciones, mantenimiento y ajustes, diagnosticando problemas y asegurando que el vehículo cumpla con los estándares.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formación técnica en mecánica automotriz. 2. Capacidad para trabajar con herramientas de taller, tanto manuales como electrónicas. 3. Habilidades de comunicación para interactuar con los clientes y explicar reparaciones o problemas. 4. Conocimientos en la normativa de seguridad vial. 	1
MARKETING		
Apoyar en la creación y ejecución de estrategias de marketing digital, gestionar la marca y contenido visual de los servicios de la empresa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Habilidades de comunicación efectiva, clara y empática. 2. Conocimiento en marketing digital, SEO, SEM y publicidad en redes sociales. 	1

Fuente: *Elaboración propia.*

3.5.4. PROCESO ADMINISTRATIVO

Es un conjunto de fases interconectadas que facilitan la planificación, organización, dirección y control de los recursos de la empresa, con el propósito de mejorar su desempeño y asegurar el logro de los objetivos propuestos.

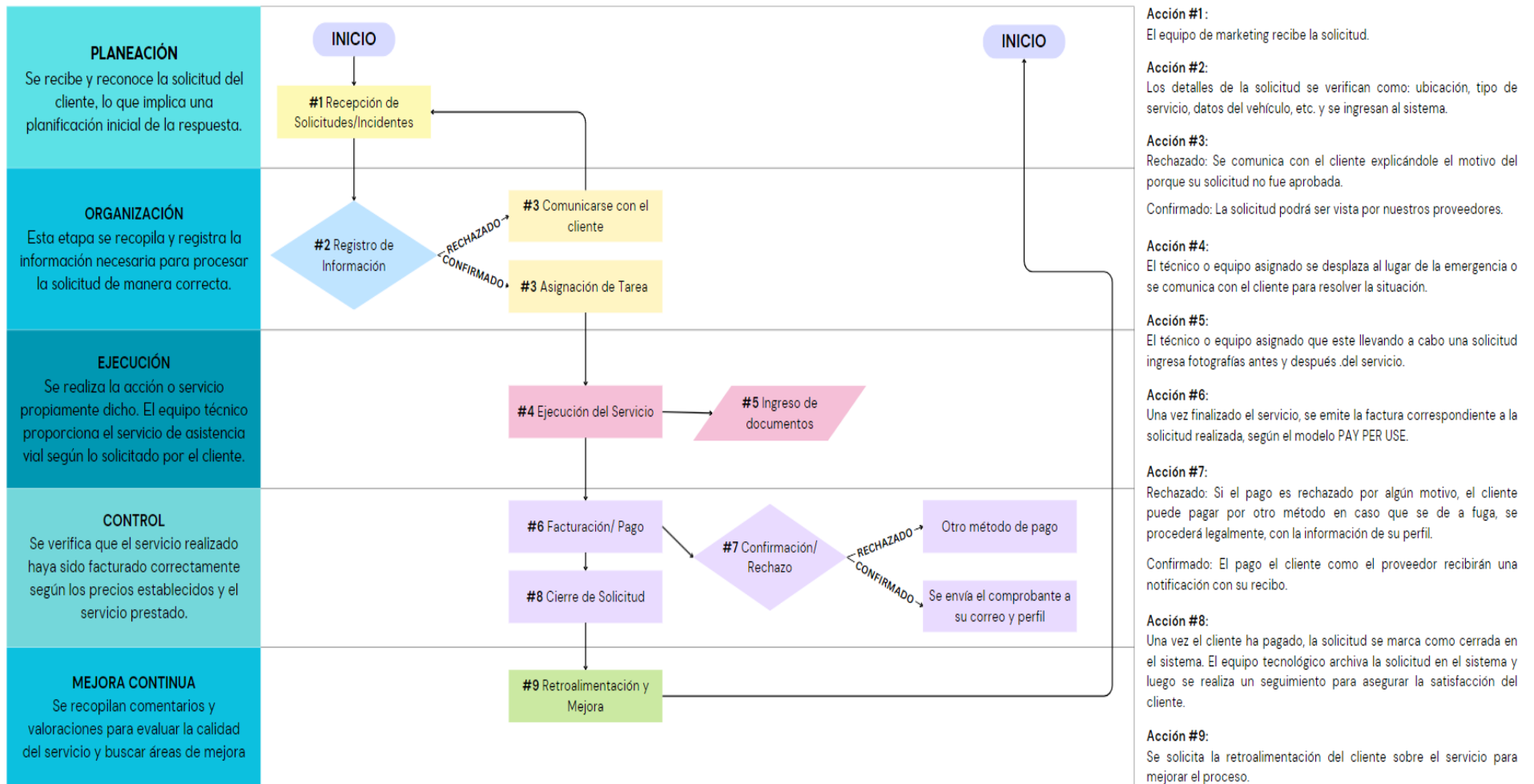


Figura 10 Diagrama de flujo de trabajo

Fuente: Elaboración propia.

3.5.5. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE PROVEEDORES

A continuación, se presentan los principales criterios a tomar en cuenta para poder trabajar como proveedores de ASSIST ME SSV:

Cumplimiento de normativas y regulaciones: Los proveedores deben cumplir con todas las normativas de asistencia vial de El Salvador, como regulaciones de transporte y normas ambientales. Esto garantiza que los servicios proporcionados sean legales y estén alineados con los estándares de calidad exigidos.

Capacidad de respuesta rápida: Dado que ASSIST ME SSV se enfoca en la asistencia vial inmediata, es esencial que los proveedores puedan ofrecer una respuesta ágil y puntual, especialmente en situaciones de emergencia. Esto incluye la disponibilidad de personal y recursos adecuados en cualquier momento.

Calidad de servicio: Los proveedores deben garantizar estándares de calidad en sus productos y servicios. Ya sea que suministren piezas de repuesto, vehículos de traslado o asistencia técnica, la calidad es esencial para mantener la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa.

Capacidad de escalabilidad: Es importante que los proveedores puedan adaptarse al crecimiento de la empresa y manejar aumentos en la demanda de servicios. Esto implica contar con recursos suficientes y capacidad operativa para atender un mayor volumen de solicitudes sin sacrificar la calidad.

Costo competitivo: Los proveedores deben ofrecer precios competitivos y transparentes, con condiciones claras y justas para ambas partes.

Tecnología y conectividad: Deben de contar con herramientas tecnológicas que permitan integrar sus servicios de manera fluida con la plataforma digital de ASSIST ME SSV. Esto incluye la capacidad de seguir y actualizar el estado de las solicitudes en tiempo real, garantizando la comunicación eficiente.

Compromiso con la sostenibilidad: Es importante que los proveedores demuestren un compromiso con prácticas empresariales responsables, como el manejo adecuado de residuos o la reducción de su huella de carbono.

Experiencia y Reputación en el sector: Los proveedores deben contar con experiencia previa en el sector de la asistencia vial o áreas relacionadas, así como una reputación comprobada de confiabilidad, profesionalismo y buen servicio. Esto garantiza que la empresa pueda confiar en sus capacidades para cumplir con los requisitos.

Transparencia y honestidad en la comunicación: Es fundamental que los proveedores mantengan una comunicación clara, honesta y directa con los clientes y con ASSIST ME SSV. Esto incluye la correcta información sobre los costos, el tiempo estimado de espera y las condiciones del servicio, evitando sorpresas o malentendidos.

Responsabilidad en la corrección de errores: Los proveedores deben tener un protocolo claro para identificar y rectificar cualquier error o mal servicio. Si un trabajo se realiza de manera incorrecta, deben comprometerse a corregirlo de manera rápida y eficiente sin generar costos adicionales para el cliente o para ASSIST ME SSV.

Responsabilidad en la gestión de quejas y conflictos: Los proveedores deben ser responsables en la gestión de quejas y problemas. Cuando un cliente se queje por un mal servicio o incidencia, el proveedor debe actuar de manera ética, tomar responsabilidad por sus errores y buscar una solución justa para el cliente. Evitar culpar a terceros o a circunstancias externas es parte de asumir responsabilidad.

Cumplimiento de los compromisos y plazos acordados: Los proveedores deben cumplir con todos los acuerdos contractuales y compromisos hechos con los clientes y con ASSIST ME SSV. Si no pueden cumplir con algún compromiso por alguna razón justificada, deben comunicarlo de manera proactiva y buscar alternativas que no perjudiquen al cliente.

Incumplimiento de pago con Assist Me SSV: Con respecto al cumplimiento de los pagos, la plataforma ofrece diferentes métodos: tarjeta de crédito o débito, transferencias bancarias o efectivo, existen dos modalidades de cobro:

Pago a través de la plataforma

El proceso de pago se realiza de manera sencilla y segura dentro de la plataforma. El usuario tiene la opción de efectuar su pago en línea, ya sea mediante tarjeta de débito,

tarjeta de crédito o transferencia bancaria. Una vez confirmada la transacción, la plataforma procesa el monto recibido y se encarga de transferir al proveedor el pago correspondiente, aplicando previamente el porcentaje de comisión establecido. Este mecanismo garantiza rapidez, transparencia y confianza tanto para el usuario, que cuenta con un método de pago confiable, como para el proveedor, que recibe su compensación de forma clara y controlada.

Pago en efectivo al proveedor

En este caso, el proveedor está obligado a reportar y transferir a la plataforma el porcentaje correspondiente en un plazo máximo de 15 días desde que recibió el pago.

Si el proveedor incumple con esta obligación, sus servicios quedan automáticamente desactivados dentro de la plataforma sin embargo un proveedor desea reactivarse, puede pagar lo pendiente y volver a estar activo, pero esta acción solo se permitirá hasta 3 veces, en una cuarta falta de pago, el usuario será bloqueado permanentemente, perdiendo el acceso a la plataforma.

Adicionalmente, si el proveedor intentara registrarse con una nueva cuenta después de que la anterior haya sido bloqueada, no podrá hacerlo, ya que durante el proceso de registro su información queda vinculada a su número de DUI, lo que impide la creación de múltiples cuentas.

De esta manera, garantizamos transparencia en los procesos, confianza entre las partes involucradas y un control adecuado en cada transacción, lo que asegura la trazabilidad de las operaciones, reduce riesgos de fraude y fortalece la credibilidad de la plataforma.

3.6. PLAN DE MERCADEO DE ASSIST ME SSV

Basado en los resultados de la investigación de mercado, el plan de mercadeo para ASSIST ME SSV se enfocará en ofrecer una plataforma digital innovadora para la asistencia vial, con un modelo de PAGO POR USO que responde a las necesidades específicas de los conductores salvadoreños.

3.6.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO

Estos objetivos ayudan al departamento de mercadeo a definir claramente las metas y las prioridades que guiarán el plan de marketing y el funcionamiento de las estrategias para cada parte del marketing mix.

OBJETIVO GENERAL

Posicionar a ASSIST ME SSV como la página web de preferencia en asistencia vial para los salvadoreños, apoyada por campañas de marketing digital y alianzas estratégicas con negocios de automóviles, con el fin de atraer 20 usuarios registrados y 5 proveedores activos, ofreciendo un servicio seguro y eficiente para emergencias viales.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

1 - Aumentar el tráfico mensual de la página web en un 20% en los próximos 6 meses, a través de estrategias de SEO, campañas de publicidad digital y colaboraciones con influencers locales, con el fin de atraer nuevos usuarios y mejorar la visibilidad online de la plataforma.

2 - En el próximo año, ampliar la cobertura de nuestros servicios de asistencia vial, en un 10%, asegurando la disponibilidad en al menos 2 nuevos proveedores, mejorando la accesibilidad y la eficiencia del servicio para nuestros usuarios.

3 - Llevar a cabo un estudio de mercado y encuesta de satisfacción entre los usuarios actuales en los próximos 4 meses, con el objetivo de obtener información valiosa sobre necesidades no cubiertas, puntos de mejora en el servicio y tendencias en el sector, para adaptar mejor nuestra oferta a las expectativas del mercado.

3.6.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADEO

Los resultados obtenidos en la encuesta revelan valiosa información sobre la demanda de servicios viales y las preferencias de los consumidores. La mayoría de los encuestados, especialmente los jóvenes, muestran un interés notable por el modelo y la disponibilidad de estos servicios. (**Anexo 6**)

Demanda de Servicios Viales: El 83.2% de los encuestados indicó que conducen un vehículo, lo que representa un mercado potencial considerable para ASSIST ME SSV. Además, que la mayoría de los conductores (56.6%) se encuentra en el rango de edad de 20 a 25 años, seguido por el grupo de 26 a 32 años (22.2%), por lo que el enfoque será a un público joven, familiarizado con la tecnología, para adaptar sus servicios y estrategias de marketing a las necesidades del segmento encontrado.

Servicios de Asistencia Vial: El 5.4% de los encuestados ha utilizado servicios de asistencia vial en el último año, siendo estos los incidentes más comunes: Los accidentes de tránsito (37.1%), Neumáticos pinchados (37.1%) y Baterías descargadas (34.3%). La frecuencia de uso es alta, con un 94.3% utilizando estos servicios de 1 a 3 veces al mes. Aunque el 60% de los usuarios recurren a su seguro para resolver emergencias viales, un 37.1% también se apoya en familiares y conocidos, lo que indica una preferencia por soluciones más accesibles y cercanas en momentos de necesidad.

Preferencias y Expectativas: El 90.9% de los encuestados considera conveniente pagar solo por el servicio que se utilice, validando el modelo de negocio pay per use, aunque un 79.8% también prefiere pagar por suscripción, lo que sugiere nuevas oportunidades de modelos de pago. Además, un 68.7% considera muy útil contar con un servicio de asistencia vial disponible a través de una página web las 24 horas, destacando el atractivo del formato digital. Por último, el 77.8% de los encuestados prefiere utilizar tarjetas de crédito o débito como método de pago, lo que es clave para ASSIST ME SSV.

Confianza y Usabilidad: El 56.6% de los usuarios se siente confiado al realizar pagos a través de una página web; sin embargo, es crucial implementar estrategias que refuercen esta confianza, como testimonios, garantías y medidas de seguridad en la plataforma, lo que podría contribuir significativamente al incremento de usuarios.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

A continuación, se presenta la segmentación de mercado, la cual ha sido dividida en diferentes grupos con base en características específicas como necesidades, intereses, ubicación geográfica, comportamiento de compra y otros factores relevantes.

Tabla 5
Segmentación de mercado de ASSIST ME SSV

Geográficas	
Región del mundo.	El Salvador
Región del país	75 avenida Norte hasta llegar a Calle al Volcán.
Zona metropolitana	De 290,547 Vehículos que circulan en la zona.
Demográficas	
Edad	20 a 25 años.
Ciclo de vida familiar	Jóvenes adultos mayores de 18 años con o sin hijos, Casados o Solteros, familias grandes o pequeñas.
Ingreso	Menos de \$50.00; menos de \$75.00; menos de \$100.00
Ocupación	Estudiantes; profesionales; amas de casa; oficinistas, etc.
Generación	Generación Y; Generación Z.
Psicográficas	
Clase social	Baja baja, baja media baja, clase media, media alta, clase alta, clase alta media, alta baja, alta alta.
Estilo de vida	Dinámico, Activo, Comodidad, Seguridad, Prácticos, Viajeros.
Personalidad	Individuos que son prácticos, con un enfoque en soluciones rápidas y efectivas para problemas cotidianos, acostumbrados a usar herramientas digitales en su vida diaria.
Conductuales	
Ocasiones	Ocasión habitual.
Beneficios	Seguridad, rapidez, accesible, fácil, digital, 24 horas.
Estatus de usuario	Usuario habitual.
Frecuencia de uso	Usuario medio.
Estatus de lealtad	Fuerte.
Etapas de preparación	Informado, interesado.
Actitud hacia el servicio	Positiva.

Fuente: Elaboración propia.

El mercado objetivo de ASSIST ME SSV en El Salvador se encuentra principalmente en la región de la 75 Avenida Norte hasta la Calle al Volcán, dentro de la zona metropolitana, que cuenta con aproximadamente 290,547 vehículos en circulación. El segmento de interés está compuesto por personas de 20 a 25 años, tanto personas solteras como aquellas en familias. Este grupo incluye a individuos con ingresos que van desde menos de \$50.00 hasta menos de \$100.00, y sus ocupaciones varían entre estudiantes, profesionales, amas de casa y oficinistas. La mayoría de este público pertenece a las Generaciones Y y Z. (Twenge, 2006)

En cuanto a los usuarios pertenecen a clases sociales que van desde baja baja hasta alta alta, con un estilo de vida dinámico y activo, buscando principalmente comodidad, seguridad y practicidad. Además, son personas que valoran la tecnología y están acostumbrados a usar herramientas digitales en su vida diaria para resolver problemas cotidianos. Este grupo emplea los servicios de asistencia vial de manera habitual, buscando beneficios como seguridad, rapidez, accesibilidad, facilidad de uso y disponibilidad las 24 horas. Son usuarios habituales con una frecuencia media de uso, y muestran una fuerte lealtad hacia los servicios que cumplen con sus expectativas. Se encuentran en una etapa de preparación, siendo informados e interesados, y tienen una actitud positiva hacia el servicio de asistencia vial.

BUYER PERSONA

El Buyer Persona a continuación es una representación semi-ficticia de nuestro cliente ideal, basada en investigaciones de mercado y datos demográficos específicos. Este perfil nos ayuda a entender mejor a quiénes servimos y cómo podemos ofrecerles soluciones de asistencia vial que se ajusten a sus necesidades, expectativas y comportamientos.

Tabla 6
Buyer persona de ASSIST ME SSV

BUYER PERSONA



BUYER PERSONA

SANTIAGO VILLALOBOS



Edad	19 años
Sexo	Hombre
País	Salvadoreño
Educación	Estudiante
Ocupación	Económicamente activa

Biografía

Trabaja como auxiliar contable. Le gusta pasar tiempo con sus amigos y novia, juega videojuegos y adora las fiestas.

Vive en San Salvador, en la zona central, trabaja de noche como uber en su automóvil y maneja largos periodos.

Comportamiento y Conducta

Le gusta manejar junto a sus amigos; disfruta especialmente de los paseos nocturnos y de los eventos musicales. Se distingue por tomar riesgos por diversión, pero se toma muy en serio sus estudios informáticos.

Dolores

Aunque le guste arriesgarse, no quiere ser responsable de un daño a sus amigos; un desperfecto mecánico o quedar varado le genera temor a exponerse a sanciones, multas o incidentes.

Personalidad

Creativo **Metódico**

Sentimental **Pensativo**

Extrovertido **Introverso**

Objetivos

- Quiere vivir experiencias que le emocionen y compartir momentos con sus amigos, sin descuidar sus estudios ni poner en riesgo su seguridad ni la de sus acompañantes.
- Busca responsable y puntual en sus compromisos, sin dejar de disfrutar de la velocidad y la adrenalina que vive.
- Le gusta mantenerse informado sobre las nuevas tecnologías, especialmente aquellas que se aplican al ámbito automotriz, con sistemas inteligentes, aplicaciones de navegación y vehículos innovadores.

BUYER PERSONA

SAMUEL ALFARO



Edad 30 años

Sexo Hombre

País Salvadoreño

Educación Empresario

Ocupación Económicamente activa

Biografía

Trabaja como gerente general de una empresa de marketing. Le gusta su trabajar y practicar deportes a diario.

Vive en San Salvador, en la zona central, se traslada a diario en su automóvil y maneja largos periodos de tiempo durante la semana para cerrar negocios.

Comportamiento y Conducta

Le apasiona viajar y descubrir nuevos lugares junto a sus amigos; disfruta especialmente de los paseos turísticos en entornos naturales y de explorar diferentes gastronomías. Se distingue por ser egocéntrico, aunque muy hábil en los tratos.

Dolores

Quedarse varado en la calle representa una gran molestia, pues implica la pérdida de tiempo valioso, provoca frustración al no tener el control de la situación y afecta su imagen frente a los demás al mostrarse vulnerable.

Personalidad

Creativo  **Metódico** 

Sentimental  **Pensativo** 

Extrovertido  **Introverso** 

Objetivos

- Busca alcanzar el éxito personal, proyectándose como una persona exitosa, puntual y responsable, capaz de mantener siempre el control en cada situación.
- Garantizar que pueda cumplir con su agenda de trabajo sin contratiempos, contando con asistencia vial en cualquier lugar.
- Buscar mantener informado a sus seres queridos sobre la seguridad vial y el estado de las calles para que puedan evitar cualquier interrupción significativa que ponga en riesgo su vida.

Fuente: Elaboración propia.

3.6.3. ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO

Las estrategias de entrada al mercado para Assist Me SSV, deben ser cuidadosamente diseñadas para captar la atención del público objetivo, generar confianza y posicionarse como una opción preferida en el mercado.

Estrategia de precio: Para esta marca no nos centraremos en precios muy altos ni tampoco en precios demasiados bajos, ya que el primero se percibe como servicios de lujo o exclusivo y posiblemente no se adapte al poder adquisitivo de los salvadoreños, y el segundo percibe los servicios como de poca calidad. Por lo tanto, vincularemos los precios a un precio más bajos que la competencia, para que así las personas se atrevan a solicitar nuestros servicios, a continuación, se detallan las estrategias a utilizar:

ESTRATEGIAS DEL SERVICIO:

Gamificación e Incentivos: El sistema de puntos y recompensas (gamificación) se refiere a un producto adicional que se ofrece a los clientes. Este valor añadido crea una experiencia más atractiva y divertida en torno al servicio de asistencia vial. Los clientes no solo acceden a un servicio de asistencia, sino que también disfrutan de incentivos, lo que mejora su experiencia general y aumenta la lealtad.

Cada vez que un usuario realiza una acción en la plataforma (solicitar asistencia, participar en una encuesta, leer un artículo informativo, compartir contenido en redes sociales, etc.), recibe puntos. Estos puntos se acumulan y se pueden canjear por descuentos en futuras asistencias.

Insignias de Logros: Los usuarios ganarán insignias por completar ciertas acciones o alcanzar logros específicos, como el uso del servicio en emergencias, el número de interacciones o la cantidad de contenido que comparte en redes sociales.

Las insignias se otorgan automáticamente al usuario cuando alcanza un objetivo, por ejemplo, usar el servicio 5 veces en un mes. Estas insignias sirven como una recompensa visual que el usuario puede compartir en sus redes sociales o en su perfil dentro de la plataforma, incentivando a otros a participar.

Cada cantidad de insignias obtenidas puede ofrecer beneficios adicionales, como mayores descuentos, atención personalizada, o acceso prioritario a nuevos servicios. Esto fomenta una mayor lealtad y hace que los usuarios se sientan motivados para interactuar más con la plataforma.

ESTRATEGIAS DE PRECIO:

Política de precios: Utilizar el modelo de pay per use, permite una opción más flexible y accesible para los usuarios, sin suscripciones ni compromisos a largo plazo.

Cada vez que un usuario solicita un servicio de asistencia (como traslado, cambio de llanta, o asistencia técnica), paga solo por esa intervención específica, según el precio previamente establecido para ese tipo de servicio. No hay tarifas fijas, y el costo se ajusta según la naturaleza del servicio requerido. Esto otorga a los usuarios un control total sobre sus gastos y permite una experiencia sin ataduras.

Primera Experiencia al 50% de descuento: Para atraer a nuevos usuarios y fomentar la prueba del servicio, ofrecer 1 servicio al 50% en categorías seleccionadas dentro de la plataforma, estos servicios en promoción son:

Tabla 7

Servicios Primera Experiencia al 50% de descuento.

NUESTROS SERVICIOS DIURNOS	PRECIO INICIAL	DESCUENTO
ANÁLISIS VEHICULAR.	\$12.00	\$6.00
ASISTENCIA VEHICULAR.	\$5.00	\$2.50
SUMINISTRO DE COMBUSTIBLE.	\$4.00	\$2.00

Fuente: *Elaboración propia.*

Esta acción está limitada a un uso por usuario, y tiene condiciones específicas:

- Solo disponible para nuevos usuarios.
- Compartir tu primera vez en redes sociales.
- Darle “Me gusta y Seguir” a la página oficial de Facebook.
- Dejar un comentario en el sitio web.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN (PLACE):

Canales de distribución: La principal distribución será a través de la página web. La asistencia vial se ofrecerá en línea, con la capacidad de acceder a los servicios inmediatamente a través de una plataforma digital. **(Anexo 7)**

Estrategia de Expansión y Alcance: Busca aumentar la cobertura de ASSIST ME SSV mediante la incorporación de nuevos proveedores en diferentes zonas geográficas. Al expandir la red de proveedores, la empresa podrá ofrecer un servicio más rápido y accesible a una mayor cantidad de usuarios, mejorando la calidad y la satisfacción del servicio.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN:

Publicidad: Crear campañas pagadas utilizando **Google Ads y Facebook Ads** para posicionar el servicio en los resultados de búsqueda cuando los usuarios busquen términos relacionados con asistencia vial, emergencias viales, o ayuda en carretera. Se pueden crear anuncios dirigidos a usuarios en ubicación en concreto y en momentos de alta demanda (por ejemplo, fines de semana o festivos), redes sociales y publicidad digital en las plataformas anteriormente mencionadas.

Análisis y Optimización en Redes Sociales: La implementación de la herramienta **Fanpage Karma** permitirá monitorear el rendimiento de las publicaciones, identificar contenido con mayor interacción y realizar comparaciones con la competencia. Con el fin de tener una mejor percepción sobre la toma de decisiones en cuanto a la inversión en publicidad y diseño de contenido. **(Anexo 8)**

Relaciones públicas: Colaborar con influencers locales del sector automotriz o de viajes, que cuenten con un público relevante, como youtubers de tecnología automotriz, instagramers especializados en viajes o seguridad vial. Estos influencers podrían probar los servicios de asistencia vial y compartir sus experiencias a través de testimonios o reseñas en sus plataformas sociales.

Marketing digital: Dar a conocer a ASSIST ME SSV como un “amigo” en el ámbito de asistencia vial mediante la creación de contenido relevante, útil y educativo que aumente el tráfico orgánico y la visibilidad de la marca, cada uno de los capítulos y videos tiene una duración de 10 a 15 minutos, su costo se verá reflejado en el presupuesto trimestral, para ello utilizaremos:

SEO (Search Engine Optimization): Optimizar el sitio web con palabras clave relacionadas con la asistencia vial, la seguridad en carretera y las emergencias viales. Esto incluye la mejora de títulos, meta descripciones y etiquetas; la creación de artículos de blog de calidad; y la incorporación de backlinks para fortalecer el posicionamiento en Google. A través de la plataforma Wegic, se configurarán metaetiquetas, se optimizarán textos, encabezados e imágenes (ALT y compresión), se mantendrá una estructura técnica limpia (sitemap y robots.txt), se garantizará una alta velocidad de carga con hosting eficiente y se aplicará SEO local y multilingüe para ampliar el alcance.

Blogs: Desarrollar un blog corporativo en el que se publique contenido útil relacionado con la seguridad vial, normativas de tránsito, consejos de conducción segura, y cómo actuar en emergencias viales, en nuestro sitio web. Ejemplos de temas pueden ser:

- "Qué hacer en caso de accidente de tráfico".
- "5 señales de que tu coche necesita revisión urgente".
- "Cómo mantener tu vehículo en condiciones óptimas para viajar".
- “Cuándo es necesario solicitar ayuda profesional (cómo llamar a Assist me).”

Podcast y Webinars: Se organizarán podcasts y webinars educativos sobre temas claves relacionados con la asistencia vial, con el objetivo de mantener a los usuarios informados sobre aspectos esenciales del servicio. Los temas incluyen:

- **El impacto de la asistencia vial en la seguridad de las carreteras.**
- **Cómo elegir el servicio de asistencia vial adecuado.**
- **Preparación ante emergencias viales.**
- **Uso de tecnologías en la asistencia vial.**
- **La importancia de la educación vial y la actualización de normativas.**

Estos temas se llevarán a cabo de la siguiente manera:

- Invitar a expertos en seguridad vial o mecánica para discutir cómo prevenir y actuar correctamente ante accidentes viales.
- Explorar estadísticas sobre accidentes en carreteras y cómo la asistencia oportuna puede marcar la diferencia en la seguridad.
- Realizar sesiones interactivas en las que los oyentes puedan compartir sus experiencias y consejos para prevenir accidentes y mejorar la seguridad vial.
- Explicar cómo las plataformas digitales optimizan la eficiencia y rapidez de los servicios de emergencia en carretera.
- Invitar a clientes que hayan utilizado diferentes servicios de asistencia vial para compartir sus experiencias, y comparar las opciones en el mercado.

Estrategias de contenido: Desarrollar contenido educativo, útil y atractivo para Assist Me SSV, tu amigo en carretera, a través de infografías, guías prácticas, videos, email marketing, campañas digitales y otros materiales visuales, en diferentes plataformas digitales como YouTube, Spotify y Facebook.

ESTRATEGIAS DE PERSONAS (ENFOCADA A SOCIOS):

Entrenamiento y capacitación: Ofrecer a los socios programas de capacitación periódica para mantenerlos actualizados sobre nuevas funcionalidades de la plataforma, mejoras en los procesos y sobre cómo mejorar la atención a los usuarios.

Desarrollo de relaciones a largo plazo: Cultivar una relación sólida y de confianza con los socios, basada en una comunicación constante y transparente. Establecer acuerdos a largo plazo que ofrezcan beneficios mutuos. Por ejemplo, los socios pueden obtener acceso preferencial a la plataforma para aumentar su visibilidad ante los usuarios, mientras que Assist me ssv tiene una red más amplia y confiable de proveedores.

Evaluaciones: Implementar evaluaciones de desempeño, donde tanto los socios como ASSIST ME SSV puedan compartir sus opiniones sobre el rendimiento y la colaboración. Esto podría incluir encuestas de satisfacción o reuniones semestrales para revisar cómo se están alcanzando los objetivos conjuntos.

Programas de reconocimiento: Crear un programa de reconocimiento donde los socios que brinden un servicio excepcional sean destacados públicamente, ya sea en el

sitio web de ASSIST ME SSV, en las redes sociales o durante eventos. Este tipo de reconocimiento aumenta la lealtad de los socios y motiva a otros a mejorar su rendimiento.

ESTRATEGIAS DE PROCESO:

Optimización del proceso de solicitud de servicio: Simplificar y agilizar los pasos para solicitar asistencia, como la integración de una interfaz amigable en la plataforma y pagos rápidos junto con un sistema de notificación en tiempo real para que los usuarios estén informados del estado de la asistencia que han solicitado.

Zoho CRM: Implementar un sistema de atención inmediata, organizada y multicanal mediante la integración de chatbot web y WhatsApp en Zoho. Esta estrategia busca optimizar la experiencia del cliente y convertir más prospectos en clientes reales, por medio de:

- **Chatbot Web (Zoho SalesIQ):** disponible las 24 horas en nuestro sitio web utilizando la plataforma de Wegic.
- **WhatsApp Integrado:** Buscamos conversaciones rápidas y directas en nuestro canal.
- **Zoho CRM:** Hace un registro automatizado de cada interacción, clasificación de leads, segmentación de clientes potenciales, generación de reportes de rendimiento y seguimiento personalizado de oportunidades de venta, lo que permitiría fortalecer la relación con los clientes y aumentar la tasa de conversión.

ESTRATEGIAS DE EVIDENCIA FÍSICA:

Certificaciones y credibilidad: Mostrar cualquier certificación, asociación con entidades relevantes, o respaldo de la industria, que respalden la calidad del servicio.

3.6.4. PLAN DE ACCIÓN

Presentamos el plan de acciones para la marca ASSIST ME SSV para el primer año.

Tabla 8
Plan de acción.

Ciclo de ventas	Estrategia	Táctica	Acciones	Responsable	Plazo			KPI	Comentarios
					Ene	Feb	Mar		
Post venta y Fidelización (POFU)	Estrategias del Servicio	Gamificación e Incentivos	Implementar un sistema de puntos por acciones como solicitar asistencia, participar en encuestas, ver videos o compartir contenido en redes sociales. Los puntos se acumulan y pueden canjearse por descuentos en futuras asistencias.	Departamento de mercadeo.				Número de puntos canjeados.	Al finalizar el intercambio de puntos, se deberá de pasar una encuesta de satisfacción al cliente.
		Insignias de Logros	Implementar un sistema de insignias por alcanzar logros específicos, por ejemplo, Súper Usuario, Social Viajero, Embajador Vial.					Número de insignias otorgadas.	Las insignias aumentan la motivación y pueden generar publicidad adicional a través de las redes sociales.
Cierre (BOFU)	Estrategias de precios	Política de Precios	Implementar un modelo de precios "pay per use", donde los usuarios solo pagan por los servicios específicos que utilizan.	Departamento de Finanzas.				Ingresos generados por servicio.	Este modelo permite a los usuarios controlar sus gastos, brindando flexibilidad.
		Primera Experiencia al 50% de descuento	Por ser nuevo usuario se le ofrece un descuento del 50%, para eso debe de: Compartir, darle "Me gusta y Seguir" a la página oficial de Facebook.	Departamento de mercadeo.				Índice de nuevos usuarios.	En el primer trimestre del año será el único momento en donde se ejecutará esta estrategia.

Ciclo de ventas	Estrategia	Táctica	Acciones	Responsable	Plazo			KPI	Comentarios
					Abr	May	Jun		
Prospecto (TOFU)	Estrategias de plaza	Canales de Distribución	Hacer uso de las plataformas digitales Facebook e Instagram por ser las más utilizadas del segmento de mercado meta, publicando el portafolio de servicios dando opción a los consumidores que los conozcan.	Departamento de mercadeo y Tecnológico.				Medición de tráfico en redes sociales.	El mínimo de publicaciones semanales será de 2 elementos por red social, al final de cada semestre se evaluará su desempeño.
		Estrategia de Expansión y Alcance	Expandir la red de proveedores de asistencia vial en diferentes puntos clave de la calle, para ofrecer un servicio más rápido y accesible.	Gerente General.				Número de nuevos proveedores incorporados.	La expansión de proveedores mejorará la cobertura y la eficiencia del servicio, se evaluará al final del segundo trimestre.
Prospecto (TOFU)	Estrategias de promoción	Publicidad: Campañas pagadas	Crear campañas pagadas utilizando Google y Facebook Ads para posicionar el servicio en los resultados de búsqueda. Dirigir anuncios a ubicaciones y momentos de alta demanda.	Departamento de Finanzas y mercadeo.				Interacciones.	Las campañas pagadas aumentarán la visibilidad del servicio en momentos clave, al comienzo del segundo trimestre se evaluará su desempeño.
		Relaciones Públicas	Al ingresar el código del influencers, en la página web, obtendrá un código de descuentos en el próximo servicio.	Departamento de mercadeo y Tecnológico.				Número de códigos registrados.	En el segundo trimestre del año será el único momento en donde se ejecutará esta estrategia.
		Análisis y Optimización en Redes Sociales	Con el Fanpage Karma se monitorear el rendimiento de las publicaciones, identifica contenido y realizar comparaciones con la competencia.	Departamento de mercadeo.				-	Se empezará con herramientas gratuitas y, a inicios de junio, se incorporará Fanpage Karma conforme aumenten los ingresos.

Ciclo de ventas	Estrategia	Táctica	Acciones	Responsable	Plazo			KPI	Comentarios
					Jul	Ago	Sep		
Prospecto (TOFU)	Estrategias de promoción	SEO y Blogs	Optimizar el sitio web con palabras clave relacionadas con asistencia vial.	Departamento de mercadeo y Tecnológico, Gerente General.				Posicionamiento en resultados de búsqueda (SEO)	El contenido de calidad mejorará el tráfico orgánico y la visibilidad de la marca, en el año.
		Podcast y Webinars	Organizar podcasts y webinars sobre temas clave relacionados con la asistencia vial.					Número de oyentes, participantes y vistas.	Mantener a los usuarios informados y vinculados con la marca, 2 cortos de 10 a 15 minutos y se evaluará al comienzo de cada trimestre.
		Estrategias de Contenido	Desarrollar infografías, guías prácticas, videos y publicaciones visuales para atraer y educar a los usuarios sobre la seguridad vial y los servicios ofrecidos. Con Email marketing, tendremos la adquisición de base de datos de correo electrónico para el envío de publicidad.					Alcance de contenido.	El contenido visual atraerá a usuarios potenciales y mantendrá el compromiso con la marca, se evaluará al final de cada trimestre.
Post venta y Fidelización (POFU)	Estrategias de proceso	Optimización del Proceso de Solicitud de Servicio	Interfaz amigable y sistema de notificación.	Departamento Tecnológico.				Tiempo de respuesta de la solicitud.	En el tercer trimestre del año será el único momento en donde se ejecutará esta estrategia.
		Zoho CRM	Implementar un sistema de atención inmediata, organizada y multicanal mediante la integración de chatbot web y WhatsApp en Zoho.	Departamento de mercadeo.				-	Se optimizará la experiencia del cliente para convertir más prospectos en clientes, y en julio se evaluará la efectividad del CRM seleccionado.

Ciclo de ventas	Estrategia	Táctica	Acciones	Responsable	Plazo			KPI	Comentarios
					Oct	Nov	Dic		
Contacto y Calificación (MOFU) Post venta y Fidelización (POFU)	Estrategias de personas	Entrenamiento y Capacitación	Ofrecer programas de capacitación para mantener actualizados a los socios sobre nuevas funcionalidades.	Departamento de Operaciones				Número de talleres realizados.	La capacitación garantizará una atención de calidad, solo será durante octubre.
		Desarrollo de Relaciones a Largo Plazo	Cultivar relaciones sólidas con los socios y establecer acuerdos a largo plazo que ofrezcan beneficios mutuos.	Gerente General				Número de proveedores que llevan un año.	Las relaciones a largo plazo crearán una red de proveedores confiables y crecerá la eficiencia, se evaluará solo en noviembre.
		Evaluaciones	Implementar evaluaciones periódicas de desempeño con socios hacia clientes para revisar cómo se están alcanzando los objetivos y mejorar las colaboraciones.	Departamento de mercadeo.				Nivel de satisfacción de socios	Las evaluaciones permitirán identificar áreas de mejora y fortalecer las relaciones con socios, se evaluará solo en noviembre.
		Programas de Reconocimiento	Crear un programa de reconocimiento para socios que brinden un servicio excepcional, destacándolos en el sitio web o redes sociales					Número de socios reconocidos.	El reconocimiento motivará a los socios a ofrecer un servicio de calidad y aumentará su lealtad, solo en diciembre.
Post venta y Fidelización (POFU)	Estrategias de evidencia	Certificaciones y Credibilidad	Publicar cualquier certificación o respaldo de la industria que respalde la calidad del servicio en la página web.	Departamento de mercadeo.				Número de certificaciones visibles.	Las certificaciones aumentarán la confianza de los usuarios en los servicios ofrecidos, todo el año.

Fuente: Estrategias elaboradas en base: (Osorio Blanco & Castañeda Pineda) y (MERINO HÉRCULES, RAMÍREZ GUZMÁN, & RODRÍGUEZ TOBAR, 2018)

PRESUPUESTOS TRIMESTRALES.

La inversión monetaria que se planea destinar para el primer año se detalla a continuación:

Tabla 9

Presupuestos anuales presentados en trimestrales

Presupuesto Anual 2025, expresado en dólares de Estados Unidos de América							
Rubro	Detalle	Trimestre				Σ Rubro	Participación
		Primer	Segundo	Tercer	Cuarto		
Incentivos clientes	Gamificación e Incentivos	\$ 140.00	\$ 100.00	\$ 80.00	\$ 145.83	\$ 725.83	34%
	Insignias de Logros	\$ 70.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 70.00		
Publicidad	Campañas pagadas	\$ 40.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 50.00	\$ 330.00	15%
	Blogs, Podcast y Webinars	\$ 50.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 70.00		
Relaciones Públicas	Desarrollo de Relaciones a L.P.	\$ -	\$ 30.00	\$ -	\$ -	\$ 80.00	4%
	Evaluaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50.00		
Trade Marketing	Primera Experiencia (50% Descuento)	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.00	5%
Estrategia de Marketing	Canales de Distribución	\$ 30.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 50.00	\$ 280.00	13%
	Estrategia de Expansión y Alcance	\$ 30.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 30.00		
	Estrategias de Contenido	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00		
Optimización	Optimización del Proceso	\$ -	\$ -	\$ 100.00	\$ -	\$ 364.17	17%
	Fanpage Karma	\$ -	\$ 17.17	\$ 51.50	\$ 51.50		
	Zoho CRM	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00		
Incentivos socios	Entrenamiento y Capacitación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 75.00	\$ 150.00	7%
	Programas de Reconocimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 75.00		
Otros	Imprevistos	\$ 25.55	\$ 17.91	\$ 22.13	\$ 35.92	\$ 101.50	5%
Total		\$ 536.55	\$ 376.08	\$ 464.63	\$ 754.25	\$ 2,131.50	100%

Fuente: Los imprevistos se encuentran conformados de un 5% del total de los rubros por trimestre. Modelo de presupuesto en base a: (Osorio Blanco & Castañeda Pineda)

MANUAL DE MARCA

El manual de identidad corporativa es el documento que contiene todas las directrices acerca de la imagen de una marca. Es esencial para ella, ya que reúne los elementos visuales y comunicativos que distinguen a una organización, a la vez que gestiona su uso interno y externo, a continuación, se mostrara el manual de identidad de marca de ASSIST ME SSV. (Anexo 9)

Logo principal



Descripción del logo

El logo de ASSIST ME SSV presenta un diseño minimalista y funcional, con un automóvil enmarcado por líneas geométricas azules que simbolizan protección y asistencia en carretera.

Tipo de logo

Es un imagotipo, al combinar elementos gráficos (el automóvil y las líneas de marco) con tipografía y eslogan.

Colores y teoría del color en marketing

Figura 11 Manual de marca.



Azul: Transmite confianza, seguridad y profesionalismo, valores clave en un servicio de asistencia vehicular.

Blanco: Aporta claridad y transparencia.

Negro: Contorno del logo y las letras transmite elegancia y serenidad.

Fuente: Elaboración propia.

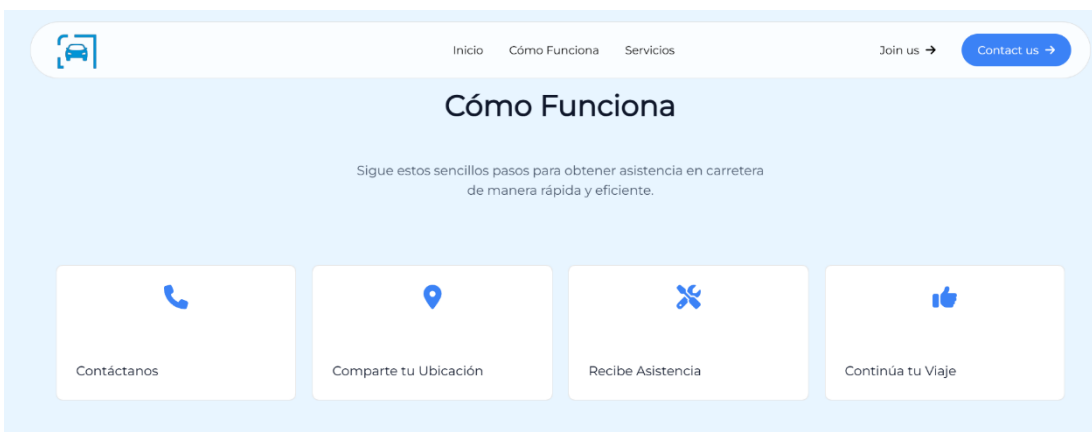
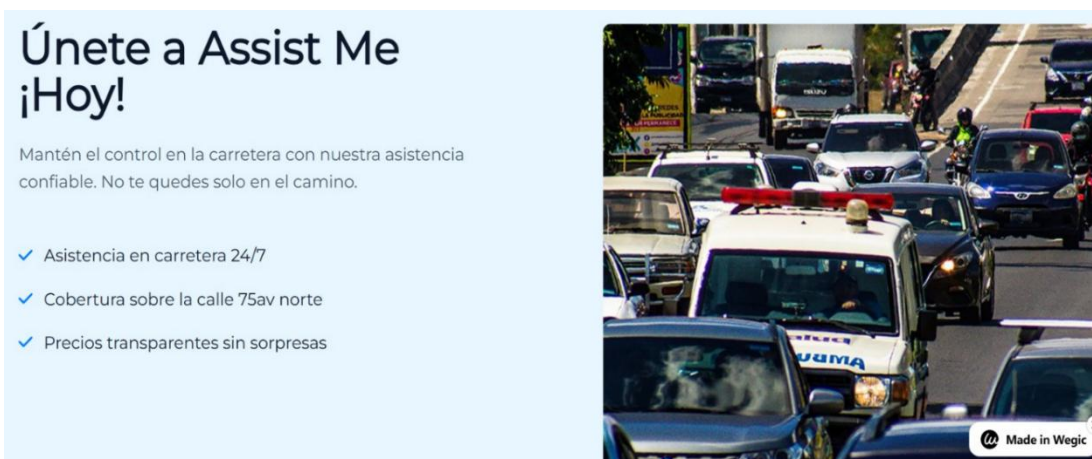
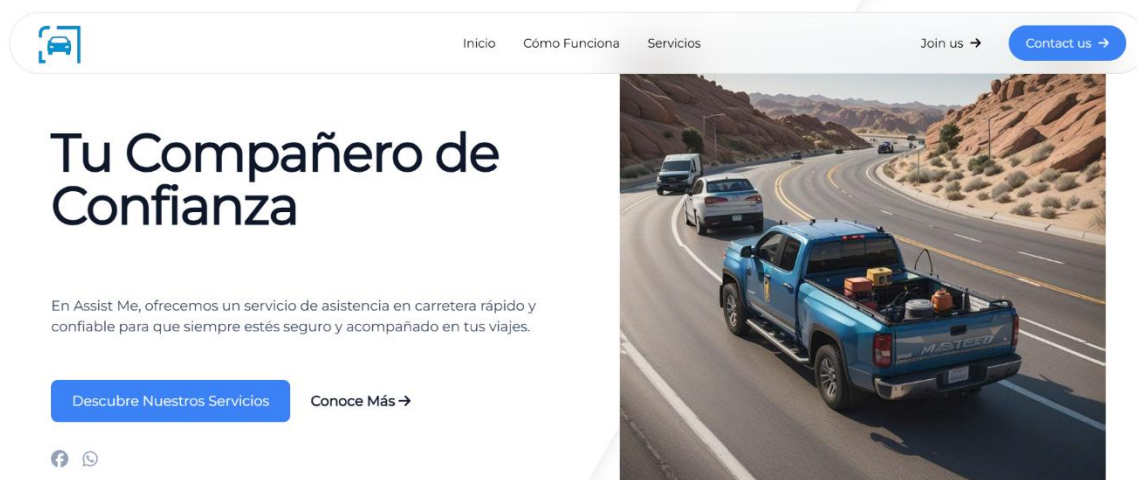
Tipografía - Texto y Slogan

Montserrat Light (en “ASSIST ME SSV”): Fuente moderna, limpia y profesional, que refuerza la seriedad y confianza de la marca.

Balsamiq Sans (en “¡Tú amigo en carretera!”): Tipografía más amigable e informal, que equilibra el diseño con un tono cercano y humano.

ARTE GRAFICO BETA DEL SITIO WEB

A continuación, se presentan varias figuras que ilustran el diseño y las funcionalidades del sitio web de ASSIST ME SSV tanto en su versión para computadora como para móvil. Ambos diseños están enfocados en brindar una experiencia rápida, eficiente y accesible para todos los usuarios.



Servicios Diseñados para Ti

Nuestros servicios están pensados para ofrecerte la mejor experiencia en la carretera, asegurando tu tranquilidad en cada viaje.



Asistencia Mecánica

Solucionamos problemas comunes en el camino de manera rápida y efectiva.



Servicio de Remolque

Siempre listos para asistirte en caso de averías mayores.



Atención en minutos

Solicita tu combustible de forma rápida y sencilla.

Bienvenido a Assist Me

Precios Claros y Justos

Con Assist Me, solo pagas por lo que necesitas, sin sorpresas.

Confiable por Conductores en San Salvador

★★★★★ 4.9/5 · Reseñas

BÁSICO

Ideal para asistencia ocasional

\$15

Proveedores de Servicios Especializados

- ✓ Servicios 24/7
- ✓ Asistencia Inmediata
- ✓ Soporte Telefónico Prioritario

Comenzar

PREMIUM

Para conductores frecuentes

\$20

Servicio de Asistencia Completo

- ✓ Revisión y Escaneo
- ✓ Seguimiento de Asistencia
- ✓ Asistencia Personalizada

Comenzar



Asistencia Mecánica Inmediata



Soluciones Rápidas

Nuestros expertos están listos para resolver problemas mecánicos comunes en el camino.



Disponibilidad 24/7

Siempre disponibles para ayudarte en cualquier momento y lugar.



Equipos Profesionales

Contamos con equipos de alta calidad para asegurar un servicio eficiente.



Atención Amigable

Nuestro personal está capacitado para ofrecer un servicio amable y claro.

Figura 12 Sitio Web fase Beta, versión computadora.

Fuente: Elaboración propia.

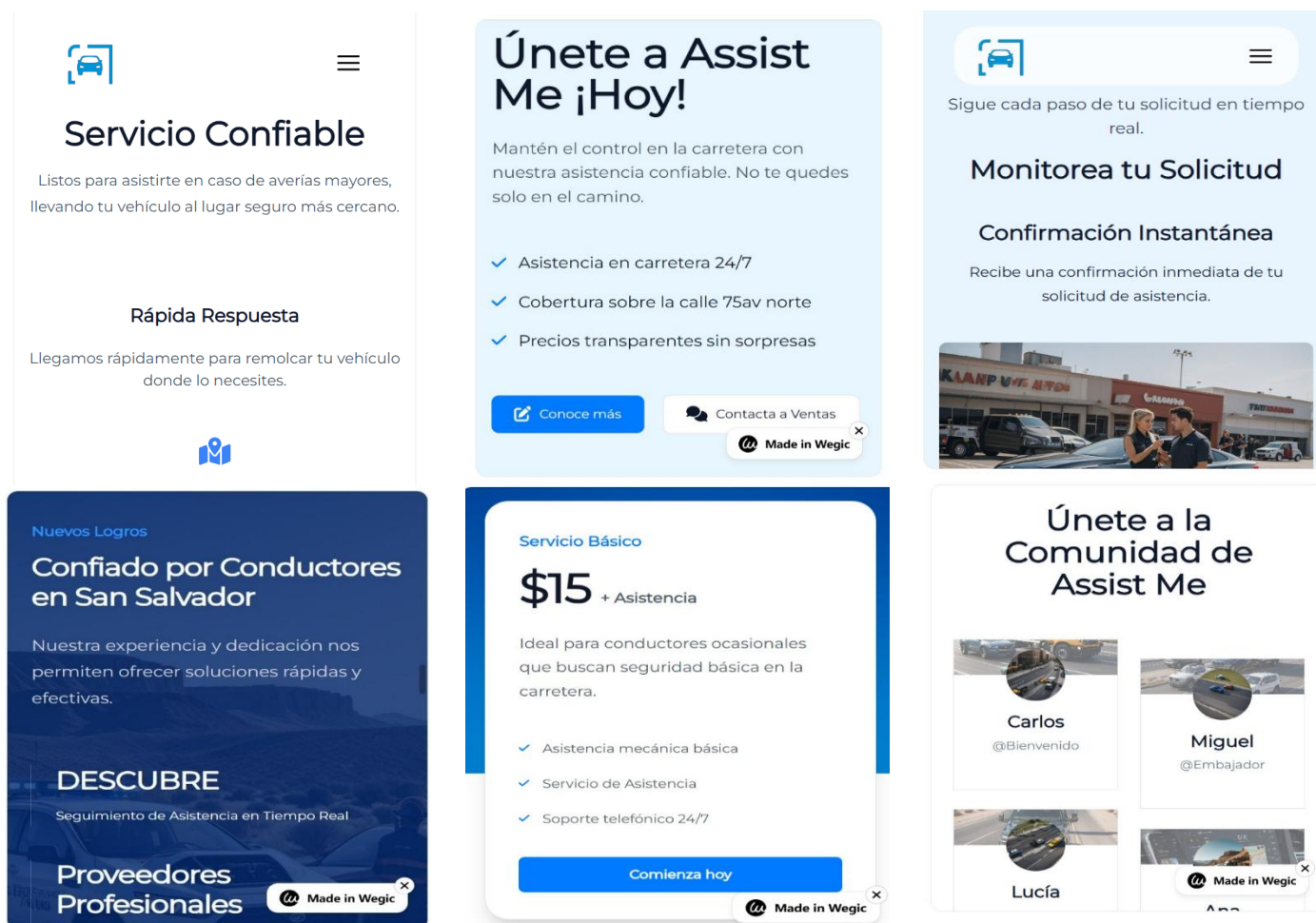


Figura 13 Sitio web fase Beta, versión móvil.

Fuente: Elaboración propia.

Este es nuestro sitio web en su fase beta, lo que implica que aún estamos afinando detalles para asegurar que la plataforma cumpla con las expectativas de nuestros usuarios. En esta etapa, nos enfocamos en optimizar cada función para ofrecer una experiencia fluida, intuitiva y totalmente alineada con las necesidades de nuestros clientes.

Además, mediante la integración de Wegic, implementamos protocolos avanzados de ciberseguridad y protección de datos en tiempo real, incluyendo cifrado de extremo a extremo, monitoreo constante de vulnerabilidades y control de accesos basado en roles. Esto nos permite resguardar de manera efectiva la información sensible de nuestros clientes, asegurando la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos manejados en nuestro sitio web.

3.7. PLAN DE VENTAS

Traduce los datos obtenidos de las estrategias concretas para aumentar las ventas. Define los recursos necesarios y establece un sistema de monitoreo para evaluar resultados y ajustar las acciones según sea necesario.

3.7.1. CICLO DE VENTAS

Es el proceso que sigue la empresa desde el primer contacto con un cliente potencial hasta el cierre de la venta, pasando por etapas como prospección, presentación, negociación y seguimiento. Su objetivo es convertir leads en compradores. (**Anexo 10**)

TOFU – PROSPECTOS

COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

Es la primera vez que los clientes potenciales entran en contacto con la marca, ya que representa la oportunidad inicial para captar su atención, es posible que estos clientes no estuvieran activamente buscando un servicio como el que ASSIST ME SSV ofrece, pero al encontrarse con la marca, se despierta en ellos un interés genuino. Este interés puede surgir al reconocer una necesidad latente que no habían identificado previamente. A través de los anuncios publicitarios y la publicación de contenido se conoce un mensaje claro y resonante, logrando conectar con clientes.

AWARENESS

Familiaridad del público con ASSIST ME, Dar a conocer cuáles son los servicios que se brindan de manera general considerando la utilización de contenido en redes sociales.



MOFU – CONTACTO – CLASIFICACIÓN

CONSIDERACIÓN

El usuario ya es consciente de la plataforma de ASSIST ME, está buscando más información con respecto a la asistencia vial en línea y los servicios prestados.



COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

Los usuarios están buscando información detallada y específica que les permita entender cómo nuestros servicios pueden satisfacer sus necesidades de asistencia vial. En su proceso de investigación, se encuentran con documentos informativos y educativos anexados a nuestra plataforma. Esto incluye descripciones de nuestros servicios, explicaciones de cómo funcionan, y recursos educativos que abordan temas relevantes para la asistencia vial.

CLASIFICACIÓN DEL CLIENTE

la clasificación de nuestros usuarios se basa en lo siguiente:

- ✓ Viajeros: Están explorando y conociendo la marca, pero no están listos.
- ✓ Exploradores: Están investigando, comparando y evaluando opciones.
- ✓ Conquistadores: Están listos para tomar acción y realizar la compra.
- ✓ Leyendas: Son los clientes leales y defensores que recomiendan la marca.

BOFU – CIERRE

COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

El cliente está interesado en obtener información más detallada sobre los precios, características y beneficios de los servicios ofrecidos, por lo que compara ASSIST ME SSV con otras plataformas similares en la web para evaluar cuál ofrece la mejor opción para sus necesidades. Los prospectos muestran un mayor nivel de interés y buscan establecer una comunicación directa a través del portal web de ASSIST ME SSV. Este contacto directo les permite resolver dudas específicas y obtener respuestas personalizadas, lo que facilita una evaluación más informada y profunda de nuestros servicios.

DECISIÓN

El usuario ya conoce cómo satisfacer sus necesidades de asistencia vial y está explorando diversas alternativas en distintas plataformas digitales.



POFU – POSTVENTA

COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

Los usuarios han demostrado su satisfacción con la utilización de la plataforma ASSIST ME SSV, lo que indica que valoran y confían en lo que ofrecemos. Esto contribuye a construir una base de clientes leales. Además, facilita el seguimiento de sus solicitudes, permitiéndonos mejorar continuamente en la experiencia del usuario y mantener una relación sólida con ellos.

Figura 14 Ciclo de ventas y Funnel.

Fuente: Elaboración propia.

experiencia

El usuario ya es cliente de la plataforma de ASSIST ME y valora la experiencia con el servicio de asistencia vial



RESUMEN DEL CICLO DE VENTAS

Tabla 10

Resumen del ciclo de ventas

FUNNEL DE VENTAS	CICLO DE VENTAS
TOFU	PROSPECTOS: Identificación y generación de prospectos a través de los canales digitales.
MOFU	CONTACTO: Primer contacto con el prospecto. CALIFICACIÓN: Evaluación del prospecto para determinar su potencial.
BOFU	CIERRE: Negociación y formalización de la venta.
POFU	POSTVENTA Y FIDELIZACIÓN: Seguimiento para asegurar satisfacción, resolver problemas y fomentar la lealtad

Fuente: Elaboración propia.

La combinación de las etapas del funnel y el ciclo de ventas permite una estrategia clara para gestionar el comportamiento de los clientes, desde los "Viajeros" que exploran hasta los "Leyendas" que recomiendan y fidelizan la marca. Esto optimiza la conversión y el seguimiento, asegurando que cada cliente reciba el enfoque adecuado según su etapa en el proceso de compra.

3.7.2. PROYECCION DE VENTA

A continuación, se presenta la proyección de ventas, que consiste en estimar el volumen de ventas esperado para un periodo determinado.

Tabla 11

Total de ingresos anual primer periodo.

TOTAL DE INGRESOS POR (15% POR SERVICIO):				
SERVICIOS	INGRESOS DIURNOS 15%		INGRESOS NOCTURNOS 15%	
Vehículos con desperfecto m	\$ 15.00	\$ 2.25	\$ 17.50	\$ 2.63
Análisis Vehicular	\$ 12.00	\$ 1.80	\$ -	\$ -
Asistencia Vehicular	\$ 5.00	\$ 0.75	\$ 6.50	\$ 0.98
Remolque Vehicular	\$ 20.00	\$ 3.00	\$ 25.00	\$ 3.75
Bloqueo de llaves	\$ 8.00	\$ 1.20	\$ 10.00	\$ 1.50
Neumáticos pinchados	\$ 10.00	\$ 1.50	\$ 15.00	\$ 2.25
Batería descargada	\$ 8.00	\$ 1.20	\$ 10.00	\$ 1.50
Suministro de gasolina	\$ 4.00	\$ 0.60	\$ 5.50	\$ 0.83
Total x servicio		\$ 12.30		\$ 13.43
Datos:		Ingreso diario	Ingreso mensual	Ingreso anual
Prom. de ventas por cada servicio		Diurno 70% y Nocturno 30%		
5		\$ 63.19	\$ 1,895.63	\$ 22,747.50

Totales:		\$ 63.19	\$ 1,895.63	\$ 22,747.50
-----------------	--	-----------------	--------------------	---------------------

RESUMEN				
2025	2026	2027	2028	2029
\$ 22,747.50	\$ 23,884.88	\$ 24,840.27	\$ 26,330.69	\$ 28,437.14
CRECIMIENTO	5.00%	4.00%	6.00%	8.00%

Fuente: Elaboración propia.

Se proyecta atender un promedio de cinco servicios diarios para cada una de las ofertas disponibles, estimando que el 70% de las ganancias provendrán del turno diurno y el 30% del turno nocturno. Esto representa un ingreso diario total de \$63.19, lo que equivale a ingresos anuales de \$22,747.50, manteniendo un flujo constante de ingresos para el negocio.

Adicionalmente, se ha desarrollado una proyección a cinco años, considerando un porcentaje de crecimiento anual que refleja el potencial de expansión del mercado y el aumento en la demanda de los servicios. Estas estimaciones no solo permiten visualizar el impacto económico a mediano plazo, sino que también sirven como base para planificar costos, gastos y ayuda a la toma de decisiones, como a la vez plantear diferentes estrategias que beneficie la rentabilidad del negocio.

3.8. PLAN DE FINANCIERO

El plan financiero nos permite identificar las necesidades de financiamiento que va a requerir la empresa en diferentes etapas de su desarrollo, por lo que, permite determinar cuánto capital se requiere para poner en marcha el negocio, establecer metas, objetivos que sean alcanzables, permitiendo anticiparnos a problemas monetarios.

3.8.1. PLAN DE INVERSIÓN

El plan de inversión a continuación es de 1 año, esto nos permite establecer de manera clara y estructurada las inversiones necesarias para alcanzar los objetivos del negocio durante los próximos 12 meses. Este plan se presenta con el objetivo de optimizar los recursos disponibles, priorizando las áreas clave como la adquisición de activos y el fortalecimiento de las capacidades operativas.

Tabla 12

Plan de inversión anual 2025 expresado en dólares estadounidenses.

PLAN DE INVERSIÓN ANUAL EN DOLARES		
CONCEPTO	PARCIAL	FINANCIAMIENTO
1. ACTIVO FIJO		
TERRENO Y/O INFRAESTRUCTURA		\$ 360.00
ALQUILER DE LOCAL	\$ 360.00	
EQUIPO DE OPERACIÓN		\$ 1,730.00
LAPTOP EMPRESARIAL	\$ 800.00	
TELEFONO EMPRESARIAL	\$ 230.00	
HERRAMIENTAS DE OPERACIÓN	\$ 500.00	
ESCRITORIOS Y SILLAS	\$ 200.00	
2. GASTOS PRE-OPERATIVOS		
EQUIPO DIGITAL		\$ 860.00
LICENCIAS DE SOFTWARE	\$ 60.00	
HERRAMIENTAS DE DISEÑO	\$ 55.00	
CREACIÓN DEL SITIO WEB	\$ 195.00	
REGISTRO DE LA MARCA	\$ 250.00	
INTERNET	\$ 300.00	
3. CAPITAL DE TRABAJO		\$ 12,331.50
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 9,600.00	
PLANES TELEFONICOS	\$ 120.00	
SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS WEB (DOMINIO Y HOSTING)	\$ 480.00	
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN WEB	\$ 2,131.50	
INVERSIÓN INICIAL		\$ 15,281.50
INVERSIÓN DE CAPITAL		-\$ 3,000.00
EFFECTIVO DE SOCIOS	\$ 3,000.00	
TOTAL FINANCIAMIENTO		\$ 12,281.50

Fuente: Elaboración propia.

3.8.2. PLAN DE ESTRUCTURA DE COSTOS

Es el desglose de todos los costos y gastos asociados con la producción del servicio, la operación y el mantenimiento del negocio. Es fundamental para la toma de decisiones estratégicas y la gestión financiera, ya que permite entender cómo se distribuyen los costos a lo largo de la operación de la empresa.

Tabla 13

Plan de costos anual 2025 expresado en dólares estadounidenses

Estructura de Costos anual período 1		
RUBRO	COSTO TOTAL	
	FIJO	VARIABLE
1. COSTOS DIRECTOS		
MATERIALES		
LAPTOP EMPRESARIAL	\$ 800.00	
TELEFONO EMPRESARIAL	\$ 230.00	
HERRAMIENTAS DE OPERACIÓN	\$ 500.00	
MANO DE OBRA		
MECANICO		\$ 2,400.00
MERCADOLOGO		\$ 2,400.00
PROGRAMADOR		\$ 2,400.00
CONTADOR		\$ 2,400.00
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN		
LICENCIAS DE SOFTWARE	\$ 60.00	
HERRAMIENTAS DE DISEÑO	\$ 55.00	
CREACIÓN DEL SITIO WEB	\$ 195.00	
REGISTRO DE LA MARCA	\$ 250.00	
PLANES TELEFONICOS		\$ 120.00
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$ 2,090.00	\$ 9,720.00
2. COSTOS INDIRECTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
ALQUILER DE LOCAL	\$ 360.00	
AGUA	\$ 60.00	
ELECTRICIDAD	\$ 240.00	
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$ 120.00	
DEPRECIACIÓN	\$ 375.00	
AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS PRE OPERATIVOS	\$ 897.88	
GASTOS DE VENTA		
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN WEB		\$ 2,131.50
SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS WEB (DOMINIO Y HOSTING)		\$ 40.00
GASTOS FINANCIEROS		
INTERESES	\$ 1,528.15	
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 3,581.03	\$ 2,171.50
SUBTOTAL	\$ 5,671.03	\$ 11,891.50
TOTAL	\$17,562.53	

DEPRECIACIÓN	
LAPTOP EMPRESARIAL	\$ 800.00
ESCRITORIOS Y SILLAS	\$ 200.00
HERRAMIENTAS DE OPERACIÓN	\$ 500.00
TOTAL A DEPRECIAR	\$ 1,500.00
AÑOS A DEPRECIAR	4
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 375.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14*Plan de costos anual 2026 expresado en dólares estadounidenses*

Estructura de Costos anual periodo 2		
RUBRO	COSTO TOTAL	
	FIJO	VARIABLE
1. COSTOS DIRECTOS		
MATERIALES		
MANO DE OBRA		
MECANICO		\$ 3,000.00
MERCADOLOGO		\$ 3,000.00
PROGRAMADOR		\$ 3,000.00
CONTADOR		\$ 3,000.00
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN		
HERRAMIENTAS DE DISEÑO	\$ 55.00	
PLANES TELEFONICOS		\$ 10.00
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$ 55.00	\$12,010.00
2. COSTOS INDIRECTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
ALQUILER DE LOCAL	\$ 360.00	
AGUA	\$ 60.00	
ELECTRICIDAD	\$ 240.00	
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$ 120.00	
DEPRECIACIÓN	\$ 375.00	
AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS PRE OPERATIVOS	\$ 897.88	
GASTOS DE VENTA		
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN WEB		\$ 100.00
SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS WEB (DOMINIO Y HOSTING)		\$ 40.00
GASTOS FINANCIEROS		
INTERESES	\$ 1,277.84	
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 3,330.72	\$ 140.00
SUBTOTAL	\$ 3,385.72	\$12,150.00
TOTAL		\$15,535.72

Fuente: Elaboración propia.

Para el año 2026, se han realizado dos ajustes clave en los costos operativos, con el objetivo de equilibrar las necesidades internas de la empresa y optimizar los recursos financieros. El primer cambio significativo es un aumento en los salarios del personal, elevando la remuneración de \$200 a \$250 para todos los empleados. Esta medida responde a la necesidad de mejorar las condiciones laborales, incrementar la motivación y retener talento, alineándose con el compromiso de la empresa de valorar y fortalecer a su equipo de trabajo.

El segundo ajuste implica una reducción en los gastos de publicidad, enfocándose en estrategias más SEO y eficientes que mantengan la presencia de la empresa en el mercado sin comprometer los recursos financieros.

Tabla 15

Plan de costos anual 2027 expresado en dólares estadounidenses

Estructura de Costos anual periodo 3		
RUBRO	COSTO TOTAL	
	FIJO	VARIABLE
1. COSTOS DIRECTOS		
MATERIALES		
MANO DE OBRA		
MECANICO		\$ 3,000.00
MERCADEOLOGO		\$ 3,000.00
PROGRAMADOR		\$ 3,000.00
CONTADOR		\$ 3,000.00
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN		
HERRAMIENTAS DE DISEÑO	\$ 55.00	
PLANES TELEFONICOS		\$ 10.00
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$ 55.00	\$12,010.00
2. COSTOS INDIRECTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
ALQUILER DE LOCAL	\$ 360.00	
AGUA	\$ 60.00	
ELECTRICIDAD	\$ 240.00	
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$ 120.00	
DEPRECIACIÓN	\$ 375.00	
AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS PRE OPERATIVOS	\$ 897.88	
GASTOS DE VENTA		
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN WEB		\$ 100.00
SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS WEB (DOMINIO Y HOSTING)		\$ 40.00
GASTOS FINANCIEROS		
INTERES ES	\$ 1,002.51	
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 3,055.38	\$ 140.00
SUBTOTAL	\$ 3,110.38	\$12,150.00
TOTAL	\$15,260.38	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16

Plan de costos anual 2028 expresado en dólares estadounidenses

Estructura de Costos anual periodo 4		
RUBRO	COSTO TOTAL	
	FIJO	VARIABLE
1. COSTOS DIRECTOS		
MATERIALES		
MANO DE OBRA		
MECANICO		\$ 3,000.00
MERCADODOLOGO		\$ 3,000.00
PROGRAMADOR		\$ 3,000.00
CONTADOR		\$ 3,000.00
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN		
HERRAMIENTAS DE DISEÑO	\$ 55.00	
PLANES TELEFONICOS		\$ 10.00
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$ 55.00	\$12,010.00
2. COSTOS INDIRECTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
ALQUILER DE LOCAL	\$ 360.00	
AGUA	\$ 60.00	
ELECTRICIDAD	\$ 240.00	
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$ 180.00	
DEPRECIACIÓN	\$ 375.00	
AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS PRE OPERATIVOS	\$ 897.88	
GASTOS DE VENTA		
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN WEB		\$ 200.00
SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS WEB (DOMINIO Y HOSTING)		\$ 40.00
GASTOS FINANCIEROS		
INTERESES	\$ 699.63	
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 2,812.51	\$ 240.00
SUBTOTAL	\$ 2,867.51	\$12,250.00
TOTAL	\$15,117.51	

Fuente: Elaboración propia.

Para el año 2028, se registró un aumento significativo en los gastos de publicidad, duplicando la inversión destinada a este rubro. Esta medida responde a la estrategia de ampliar el alcance de la marca, fortalecer su posicionamiento en el mercado y atraer a un número mayor de clientes, asegurando así un crecimiento sostenido en la demanda de los servicios ofrecidos.

Tabla 17*Plan de costos anual 2029 expresado en dólares estadounidenses*

Estructura de Costos anual periodo 5		
RUBRO	COSTO TOTAL	
	FIJO	VARIABLE
1. COSTOS DIRECTOS		
MATERIALES		
MANO DE OBRA		
MECANICO		\$ 4,380.00
MERCADOLOGO		\$ 4,380.00
PROGRAMADOR		\$ 4,380.00
CONTADOR		\$ 4,380.00
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN		
HERRAMIENTAS DE DISEÑO	\$ 55.00	
PLANES TELEFONICOS		\$ 10.00
TOTAL DE COSTOS DIRECTOS	\$ 55.00	\$17,530.00
2. COSTOS INDIRECTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
ALQUILER DE LOCAL	\$ 360.00	
AGUA	\$ 60.00	
ELECTRICIDAD	\$ 240.00	
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	\$ 180.00	
DEPRECIACIÓN	\$ 375.00	
AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS PRE OPERATIVOS	\$ 897.88	
GASTOS DE VENTA		
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN WEB		\$ 100.00
SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS WEB (DOMINIO Y HOSTING)		\$ 40.00
GASTOS FINANCIEROS		
INTERESSES	\$ 366.47	
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	\$ 2,479.35	\$ 140.00
SUBTOTAL	\$ 2,534.35	\$17,670.00
TOTAL		\$20,204.35

Fuente: Elaboración propia.

Para el año 2029, incluye un nuevo incremento en la remuneración de los empleados, aumentando los salarios de \$250 a \$365. Esta decisión se refleja con los objetivos estratégicos de la empresa, dado que contar con una fuerza laboral motivada y adecuadamente compensada tiene un impacto directo en la calidad del servicio, la eficiencia operativa y la percepción positiva de la marca en el mercado. Este cambio se integra dentro de una planificación financiera estructurada que busca garantizar la estabilidad económica mientras se invierte en el recurso más valioso de la organización: su gente.

3.8.3. COSTO TOTAL UNITARIO

Es lo que cuesta ofrecer un solo servicio, sumando todos los gastos relacionados, como materiales, mano de obra y otros costos. Este cálculo nos ayuda a determinar cuánto debemos cobrar como mínimo para asegurar ganancias y evitar pérdidas.

Tabla 18
Costo total unitario

Calculos basados por año de servicio							
El costo Total	CFU=	1	2	3	4	5	
		\$ 0.45	\$ 0.26	\$ 0.23	\$ 0.19	\$ 0.16	
CFU = $\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Número Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$	CVU=	1	2	3	4	5	
		\$ 0.94	\$ 0.92	\$ 0.88	\$ 0.82	\$ 1.12	
CVU = $\frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc)}}$	Costo Unitario Total =	1	2	3	4	5	
		\$ 1.39	\$ 1.17	\$ 1.11	\$ 1.01	\$ 1.28	
% DE GANANCIA		1	2	3	4	5	
		\$ 0.41	\$ 0.63	\$ 0.70	\$ 0.75	\$ 0.52	
Se estima un porcentaje de ganancia sobre unidad							
PVU = CTU + GANANCIA	PVU=	1	2	3	4	5	
		\$ 1.81	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.76	\$ 1.80	
Proyeccion de Ventas	Numero	1	2	3	4	5	Total
		1	\$ 22,747.50	\$ 23,884.88	\$ 24,840.27	\$ 26,330.69	\$ 28,437.14

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19
Margen de contribución y punto de equilibrio.

Margen de contribucion y Punto de equilibrio						
Contribución Marginal = Precio venta - Costo Variable Unitario	CM=	1	2	3	4	5
		\$ 0.86	\$ 0.89	\$ 0.92	\$ 0.94	\$ 0.68
Punto de Equilibrio = $\frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Margen de Contribución}} = \text{Cantidades}$	PE=	1	2	3	4	5
		6582	3819	3374	3055	3708
Punto de equilibrio en \$/. = Cantidades x Precio de Venta	PE\$=	1	2	3	4	5
		\$ 11,882.98	\$ 6,891.21	\$ 6,088.34	\$ 5,362.20	\$ 6,693.48

Fuente: Elaboración propia.

3.8.4. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD Y PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio (PE) nos muestra cuántos servicios necesitamos atender para cubrir todos nuestros costos fijos y variables. A medida que avanzan los períodos, podemos observar que el punto de equilibrio en unidades disminuye significativamente, lo que indica que es necesario vender menos unidades para cubrir nuestros costos.

Por ejemplo, en el primer período necesitamos vender 6,582 unidades. Esta cifra experimenta una reducción constante en los próximos años, sin embargo, para el quinto período, se prevé un aumento significativo en los costos de mano de obra, planificado como una inversión en el bienestar y productividad del personal, lo que, a largo plazo, podría generar mejoras en la eficiencia operativa y en la calidad del servicio.

A pesar de este ajuste, el camino proyectado para los próximos cinco años se considera positivo porque nos demuestra que el negocio se está volviendo más eficiente con el tiempo, lo que nos permite alcanzar el umbral de rentabilidad más rápidamente.

Aunque el punto de equilibrio ha disminuido, la rentabilidad por unidad ha mejorado debido al aumento del margen de contribución (CM) en los próximos años. Aunque el precio de venta unitario (PVU) se ha mantenido constante, el margen de contribución mejora, lo que significa que cada unidad vendida aporta más para cubrir los costos fijos y generar utilidades. Sin embargo, se espera una disminución en el margen de contribución debido a los ajustes programados durante el quinto período, lo que reducirá parcialmente las ganancias, pero sin afectar los precios para los clientes.

En el primer año, el margen de contribución es de \$0.86 por servicio, mientras que, en el cuarto año, este margen aumenta a \$0.94, lo que indica que estamos obteniendo más beneficio por cada servicio atendido, a excepción del quinto período que disminuye a \$0.68, sin embargo, esperamos contrarrestarlo con las estrategias de mercadeo.

En cuanto a las ventas proyectadas, vemos una tendencia positiva: nuestras ventas aumentan año tras año, alcanzando los \$28,437.14 en el quinto período, lo que sugiere que el negocio está creciendo y ganando aceptación en el mercado. Lo preocupante son los costos variables y la constancia en el precio (aunque esto sea positivo) podría generar un problema a largo plazo con la elasticidad de los precios.

3.8.5. FLUJO DE EFECTIVO

Refleja el movimiento del dinero que entra y sale de la empresa durante un período específico, permitiendo evaluar su liquidez y capacidad para cumplir con las obligaciones a corto plazo, garantizando que la empresa pueda mantener sus operaciones sin dificultades financieras.

Tabla 20

Flujo de efectivo de ASSIST ME SSV.

CONCEPTO	PERIODOS						TOTAL
	0	1	2	3	4	5	
INGRESOS (A)		\$ 22,747.50	\$ 23,884.88	\$ 24,840.27	\$ 26,330.69	\$ 28,437.14	\$ 126,240.48
Ventas		\$ 22,747.50	\$ 23,884.88	\$ 24,840.27	\$ 26,330.69	\$ 28,437.14	\$ 126,240.48
EGRESOS (B)		\$ 19,101.15	\$ 15,012.84	\$ 14,737.51	\$ 14,534.63	\$ 19,246.47	\$ 82,632.61
Costos de Operación		\$ 10,280.00	\$ 12,065.00	\$ 12,065.00	\$ 12,065.00	\$ 17,585.00	\$ 64,060.00
Gastos Administrativos		\$ 5,121.50	\$ 1,530.00	\$ 1,530.00	\$ 1,530.00	\$ 1,155.00	\$ 10,866.50
ALQUILER DE LOCAL		\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 1,800.00
AGUA		\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 300.00
ELECTRICIDAD		\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 240.00	\$ 1,200.00
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA		\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 600.00
DEPRECIACIÓN		\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 1,875.00
AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS PRE OPERATIVOS		\$ 3,591.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,591.50
Depreciación	\$ 1,500.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ -	\$ 1,500.00
Gastos de Ventas		\$ 2,171.50	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 240.00	\$ 140.00	\$ 2,831.50
GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN WEB		\$ 2,131.50	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 200.00	\$ 100.00	\$ 2,631.50
SUSCRIPCIÓN DE SERVICIOS WEB (DOMINIO Y HOSTING)		\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 200.00
Gastos Financieros		\$ 1,528.15	\$ 1,277.84	\$ 1,002.51	\$ 699.63	\$ 366.47	\$ 4,874.61
Intereses		\$ 1,528.15	\$ 1,277.84	\$ 1,002.51	\$ 699.63	\$ 366.47	\$ 4,874.61
Utilidades brutas UAI		\$ 3,646.35	\$ 8,872.03	\$ 10,102.77	\$ 11,796.06	\$ 9,190.66	\$ 43,607.87
Impuestos		\$ 1,093.90	\$ 2,661.61	\$ 3,030.83	\$ 3,538.82	\$ 2,757.20	\$ 13,082.36
Utilidad neta UAI		\$ 2,552.44	\$ 6,210.42	\$ 7,071.94	\$ 8,257.24	\$ 6,433.46	\$ 30,525.51
Depreciación		\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ -	\$ 1,500.00
Flujo de caja		\$ 2,927.44	\$ 6,585.42	\$ 7,446.94	\$ 8,632.24	\$ 6,433.46	\$ 32,025.51

Fuente: Elaboración propia.

3.8.6. VAN Y LA TIR.

El Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno son dos indicadores clave para evaluar la viabilidad de un proyecto de inversión. La VAN calcula la diferencia entre la inversión inicial y el valor presente de los flujos de efectivo futuros, siendo una VAN positivo señal de rentabilidad. Por otro lado, la TIR si es mayor que el costo de capital, el proyecto es rentable.

Tabla 21
VAN Y LA TIR

CALCULO DEL VAN Y TIR						
	PERIODOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	\$ 15,281.50					
Flujo de Efectivo	\$ (15,281.50)	\$ 2,927.44	\$ 6,585.42	\$ 7,446.94	\$ 8,632.24	\$ 6,433.46
Tasa de Descuento	15%					
VAN:	\$5,274.19					
TIR:	27.02%					
VAN: Se acepta el proyecto, ya que el valor actual neto es mayor que la inversion inicial.						
TIR: Se acepta el proyecto ya que el resultado es mayor que cero y que la tasa de descuento.						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22
Amortización del préstamo a largo plazo.

PRÉSTAMO A LARGO PLAZO							
TIPO DE PRÉSTAMO		1	2	3	4	5	
Prestamo en Bancario		\$ 15,281.50	\$ 12,778.43	\$ 10,025.05	\$ 6,996.33	\$ 3,664.75	
	Intereses	\$ 1,528.15	\$ 1,277.84	\$ 1,002.51	\$ 699.63	\$ 366.47	
Monto	\$ 15,281.50	Pago Principal	\$2,503.07	\$2,753.38	\$3,028.72	\$3,331.59	\$3,664.75
Plazo (años)	5		\$4,031.22	\$4,031.22	\$4,031.22	\$4,031.22	\$4,031.22
Tasa real	10%						
Principal							
Interes							
Anualidad	\$4,031.22						

Fuente: Elaboración propia.

3.8.7. ESTADO DE RESULTADO DE ASSSIST ME SSV

Es un informe financiero esencial que nos permite conocer los ingresos, costos y gastos de la empresa durante un período determinado. Con él, podemos evaluar si el negocio está siendo rentable, es decir, si estamos generando ganancias o enfrentando pérdidas. Este informe nos ayuda a tomar decisiones clave para mejorar la rentabilidad y optimizar los recursos.

Tabla 23

Estado de resultado de ASSSIST ME SSV.

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL 1 EN DOLARES		
CONCEPTO	PARCIAL	TOTAL
INGRESOS		
VENTAS		\$ 22,747.50
COSTOS DE VENTAS		\$ 10,780.00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 9,600.00	
MATERIALES DE OPERACIÓN	\$ 680.00	
HERRAMIENTAS DE OPERACIÓN	\$ 500.00	
UTILIDAD BRUTA		\$ 11,967.50
GASTOS OPERATIVOS		\$ 7,293.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 5,121.50	
GASTOS DE VENTA	\$ 2,171.50	
UTILIDAD DE OPERACIÓN		\$ 4,674.50
GASTOS FINANCIEROS		\$ 1,528.15
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL		\$ 3,146.35
RESERVA LEGAL		\$ 220.24
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA		\$ 2,926.10
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		\$ 877.83
UTILIDAD NETA		\$ 2,048.27

Fuente: *Elaboración propia.*

La utilidad neta obtenida asciende a \$2,048.27; no obstante, este valor resulta bajo debido a que en el cálculo se incluyeron los costos y gastos generales correspondientes a la creación y operación total de la empresa. Por el contrario, los ingresos considerados provienen únicamente de una zona en específico, lo que limita el margen de utilidad. Cabe señalar que, al ampliar la cobertura del servicio a un área mayor, los ingresos aumentarían de forma significativa sin que ello implique un incremento proporcional en los costos o gastos, ya que estos fueron contemplados desde la fase inicial del proyecto.

3.9. PLAN DE TRABAJO

Es una herramienta esencial que nos ayuda a organizar y coordinar las actividades necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa. A través de este plan, podemos definir las tareas a realizar, asignar responsabilidades y establecer plazos para asegurar que todo se ejecute de manera eficiente. Además, nos permite optimizar el uso de recursos y realizar ajustes a tiempo para cumplir con nuestras metas.

3.9.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE TRABAJO

Los objetivos son fundamentales para asegurar el éxito de nuestro Plan de Trabajo, con él nos aseguramos de que todas las actividades estén alineadas con las metas generales permitiéndonos enfocar nuestros esfuerzos y monitorear el progreso de manera eficiente, optimizando recursos y tiempo cuando sea necesario.

OBJETIVO GENERAL

Organizar y coordinar todas las actividades necesarias para cumplir con los objetivos estratégicos del trabajo en el corto y mediano plazo, asegurando el uso eficiente de recursos, el cumplimiento de plazos establecidos y la optimización del proceso.

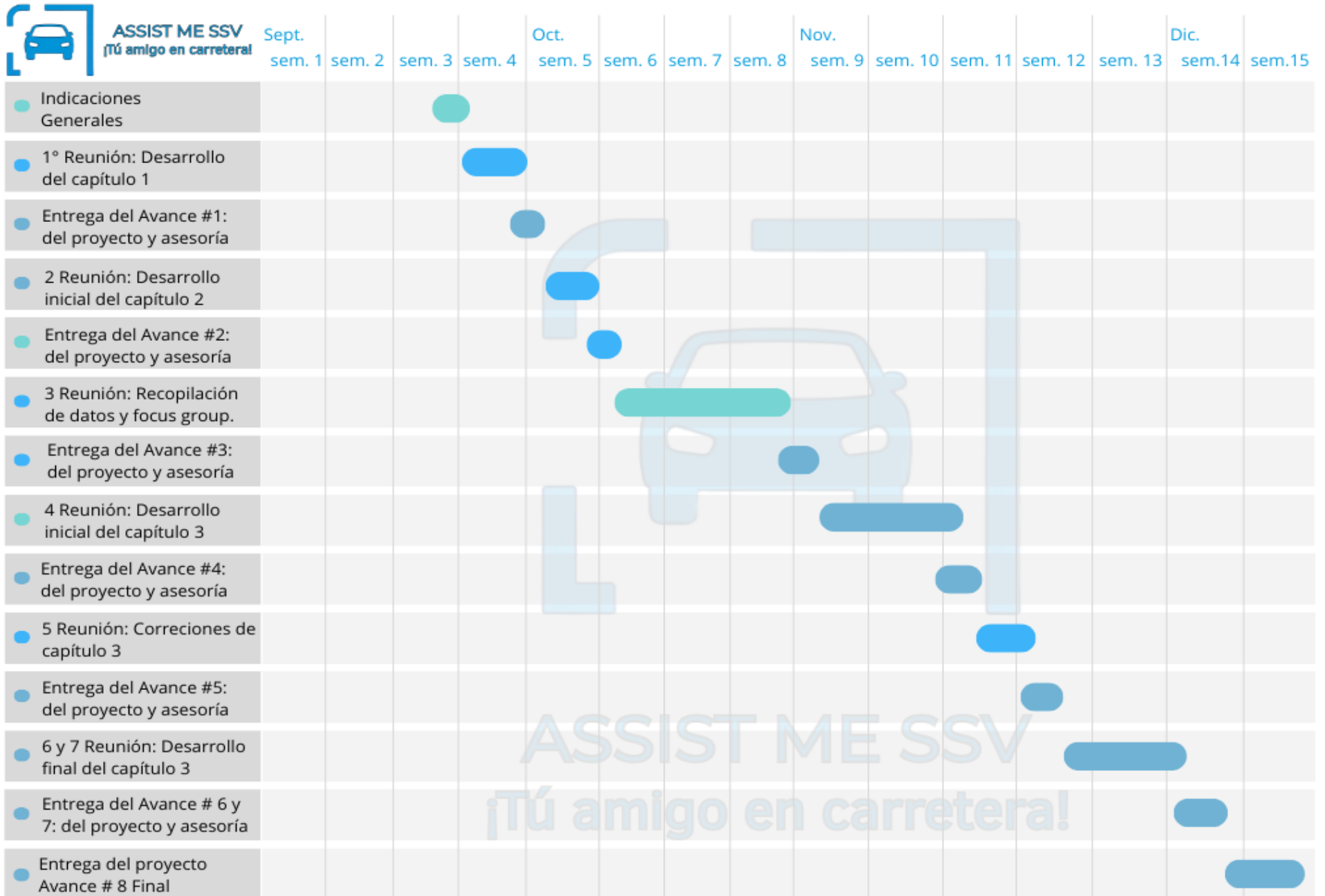
OBJETIVO ESPECIFICOS

1 - Establecer un cronograma detallado que permita priorizar las tareas más importantes y definir plazos claros para su ejecución, asegurando que todas las actividades se realicen de acuerdo con el plan establecido.

2 - Asignar responsabilidades claras a cada miembro del equipo para garantizar que las tareas se realicen de manera eficiente y bajo un control adecuado, minimizando el riesgo de duplicación de esfuerzos o demoras.

3 - Monitorear el progreso de las actividades de manera continua, identificando posibles desviaciones y ajustando el plan de acción en tiempo real para asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos.

3.9.2. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



3.10. INDICADORES DE MEDICIÓN

Los Indicadores de Medición son herramientas utilizadas para evaluar el rendimiento y progreso de diferentes áreas dentro de la empresa. Nos proporcionan datos clave sobre aspectos como ventas, eficiencia operativa, satisfacción del cliente, entre otros. Estos indicadores nos permiten identificar oportunidades de mejora, tomar decisiones informadas y ajustar nuestras estrategias para optimizar recursos y alcanzar los objetivos de negocio, a continuación de presentan los siguientes indicadores:

Ingresos generados por servicio

Fórmula: Ingresos totales por servicio / Total de servicios vendidos

Índice de nuevos usuarios

Fórmula: (Nuevos usuarios en el período / Usuarios totales) x 100

Número de códigos registrados

Fórmula: Total de códigos registrados durante el período

Posicionamiento en resultados de búsqueda (SEO)

Fórmula: (Número de visitas orgánicas / Total de visitas) x 100

Tiempo de respuesta de la solicitud

Fórmula: (Tiempo total de respuesta / Número de solicitudes)

Nivel de satisfacción de socios

Fórmula: (Total puntuación de satisfacción / Total de encuestas completadas)

Número de talleres realizados

Fórmula: Total de talleres realizados en el período

Los demás indicadores de medición se obtienen directamente de los canales de distribución, los cuales generan y proporcionan estos datos de manera automática a través de sus plataformas y sistemas, permitiendo un seguimiento continuo y preciso del rendimiento en tiempo real.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del proyecto, podemos notar que ASSIST ME SSV tiene un gran potencial en el mercado salvadoreño, especialmente en la zona metropolitana, donde la demanda de servicios de asistencia vial es alta. Nos enfocamos principalmente en el segmento joven de 20 a 25 años, que está altamente familiarizado con la tecnología y valora las soluciones digitales. Este perfil de usuario se alinea perfectamente con nuestra propuesta de valor y nuestro buyer persona, que incluye disponibilidad 24/7, pagos electrónicos y un modelo pay per use. Todo esto hace que el servicio se vea atractivo y accesible para el público objetivo.

En términos financieros, se observa una mejora considerable en nuestra eficiencia operativa. El punto de equilibrio disminuye notablemente, de 9,579 unidades en el primer período a 2,946 unidades en el quinto, lo que demuestra que el negocio estaría ganando en eficiencia. Además, el margen de contribución por unidad y el precio de venta unitario se verán incrementados, lo que mejora nuestra rentabilidad y fortalece la estabilidad financiera del proyecto.

Sin embargo, aunque tenemos un buen punto de equilibrio y estamos avanzando en términos de rentabilidad, nos preocupa que el aumento en los precios, aunque positivo desde el punto de vista financiero, pueda afectar la elasticidad de la demanda. Si los precios superan el escalón que los consumidores están dispuestos a pagar, podríamos enfrentar una disminución en la demanda. Además, la confianza en las plataformas digitales sigue siendo una barrera para algunos usuarios, lo que nos obliga a seguir implementando medidas de seguridad y estrategias para fortalecer esa confianza. Finalmente, aunque el mercado es prometedor, sabemos que la competencia podría intensificarse en el futuro, por lo que debemos innovar y ofrecer una experiencia de usuario diferenciada para mantener nuestra ventaja competitiva.

RECOMENDACIONES

Dado que ASSIST ME SSV se enfoca en un público joven y muy conectado tecnológicamente, es clave seguir mejorando la experiencia digital que tienen los usuarios con nuestra plataforma, por lo que optimizar el sitio web para garantizar una mayor rapidez en la atención a la velocidad de respuesta en situaciones de emergencia mejorará la eficiencia del servicio, sino que también mejorará la experiencia del usuario, facilitando el acceso inmediato a la asistencia que requieren.

Además, establecer una relación sólida mejorará la satisfacción de nuestros clientes, y también fomentará un grupo de usuarios comprometidos y leales al servicio ofrecido. También sería beneficioso explorar nuevas opciones de pago. Aunque el modelo pay per use pinta bien, se podría considerar la opción de suscripciones mensuales o anuales, sobre todo para los clientes que usan el servicio con regularidad. Esta alternativa podría fomentar la fidelización y proporcionar una opción más accesible y económica para quienes requieren asistencia frecuente.

Finalmente, una recomendación clave sería fortalecer las alianzas estratégicas con empresas o proveedores de servicios complementarios, lo cual podría incluir la colocación de anuncios de proveedores de repuestos y otros servicios relacionados en la plataforma. Esto no solo ofrecería una fuente adicional de ingresos mediante la publicidad, sino que también agregaría valor a los usuarios al tener acceso directo a estos productos y servicios mientras usan el servicio de asistencia vial.

BIBLIOGRAFÍA

- (INS), I. N. (2021). *Fraudes Comunes en el Sector de Seguros Automotrices*.
- Ballesteros, F. (17 de 03 de 2021). *Incentro*. Obtenido de <https://www.incentro.com/es-ES/blog/que-es-retail>
- Barrue, J. (4 de Noviembre de 2018). Obtenido de CICLO DE VENTAS – Conocer a la perfección el CAOC: <https://macrologus.wordpress.com/2018/11/04/ciclo-de-ventas-conocer-a-la-perfeccion-el-caoc/>
- Camarena, R. (26 de Octubre de 2022). *Conekta*. Obtenido de Conekta: <https://www.conekta.com/blog/10-tipos-de-comercio-electronico>
- Corporativa, C. (2018). *¿Cómo surge el comercio mundial?*
- Docusing. (08 de Agosto de 2024). *Docusing*. Obtenido de <https://www.docusign.com/es-mx/blog/modelos-de-negocios-digitales>
- El Asegurador. (2023). *El Asegurador*. Obtenido de <https://www.elasegurador.com.mx/blog/historia-actualidad-y-perspectivas-de-la-asistencia-vehicular-en-latinoamerica/>
- Fachelli, P. L. (Febrero de 2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Cerdanyola del vallés barcelona: Creative Commons.
- Francisco Díaz, R. L. (2004). Obtenido de LA RED VIAL EN EL SALVADOR: Análisis de competencias y recursos: <https://sacdel.org.sv/phocadownload/documentos/Red%20Vial%20en%20El%20Salvador.pdf>
- Hipotecario Seguros. (04 de Abril de 2022). Obtenido de <https://hipotecarioseguros.com.ar/blog/nota/accidente-y-siniestro-cual-es-la-diferencia>
- Hotmart. (8 de Agosto de 2023). *Hotmart*. Obtenido de Hotmart: <https://hotmart.com/es/blog/modelos-de-negocios-digitales>
- Kiss, T. (2024). *Revolución Industrial. Enciclopedia Concepto*. Editorial Etecé.
- MERINO HÉRCULES, B. E., RAMÍREZ GUZMÁN, L. B., & RODRÍGUEZ TOBAR, K. T. (2018). *DISEÑO DE PLAN PROMOCIONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE FUNDACIONES QUE PROMUEVEN EL DESARROLLO LOCAL DE EMPRENDEDORES EN SANTA TECLA, LA LIBERTAD, CASO ILUSTRATIVO*. Universidad de El Salvador. Recuperado el 12 de Diciembre de 2022
- Ministerio de Obras Públicas y Transporte. (23 de 12 de 2021). Obtenido de Ministerio de Obras Públicas y Transporte: <https://www.mop.gob.sv/mop-realiza-lanzamiento-de-plan-de-asistencia-vial/>

- Observatorio Nacional de Seguridad Vial. (17 de Enero de 2022). *Observatorio Nacional de Seguridad Vial*. Obtenido de Observatorio Nacional de Seguridad Vial:
<https://observatoriovial.fonat.gob.sv/download/informe-anual-de-siniestralidad-vial-en-el-salvador-2022/>
- Observatorio Nacional de Seguridad Vial. (11 de Enero de 2023). *Observatorio Nacional de Seguridad Vial*. Obtenido de Observatorio Nacional de Seguridad Vial:
<https://observatoriovial.fonat.gob.sv/download/informe-anual-de-seguridad-vial-de-el-salvador-2023/>
- Observatorio Nacional de Seguridad Vial. (31 de Marzo de 2024). *Observatorio Nacional de Seguridad Vial*. Obtenido de Observatorio Nacional de Seguridad Vial:
<https://observatoriovial.fonat.gob.sv/download/informe-estadistico-trimestral-de-siniestros-viales-2024-primer-trimestre/>
- Osorio Blanco, J. O., & Castañeda Pineda, M. E. (s.f.). *Unidad 7: Branding Plan*. Ciudad Universitario.
- Reason Street. (08 de AGOSTO de 2024). Obtenido de Reason Street:
<https://reasonstreet.co/business-model-pay-per-use-2/>
- Rogers, D. L. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age*".
- Sánchez, A. (17 de 08 de 2022). *Tribal*. Obtenido de <https://www.tribal.mx/blog/wholesale>
- Twenge, J. M. (2006). *Generation Me*.
- Vial, O. N. (2023). *Parque vehicular*.

ANEXOS

Anexo 1: Compañías de seguro por ramo.

Tabla 2: Compañías en operación, abreviaturas usadas en el trabajo, año de escritura y estado actual de su operación.

Denominación en uso	Abreviatura usada en este trabajo	Año escritura	Operación actual
ASEGURADORA AGRICOLA COMERCIAL, S.A.	AGCSA	1973	Continúa
ASEGURADORA POPULAR, S.A.	POPUL	1975	Continúa
ASEGURADORA SUIZA SALVADOREÑA, S.A.	ASESUI	1969	Continúa
MAPFRE LA CENTRO AMERICANA, S.A.	CENAM	1915	Continúa
SEGUROS E INVERSIONES, S.A.	SISA	1962	Continúa
SEGUROS DEL PACIFICO, S.A.	PACIF	1985	Continúa
PAN AMERICAN LIFE INSURANCE COMPANY	PANAM	1928	Continúa
LA CENTRAL DE SEGUROS Y FIANZAS, S.A.	CENTR	1983	Continúa
ASOC. COOP. DE SERVICIOS DE SEGUROS FUTURO R.L.	FUTUR	1994	Continúa
SISA, VIDA, S.A., SEGUROS DE PERSONAS	SISAV	2000	Continúa
ASESUISA VIDA, S.A. SEGUROS DE PERSONAS	ASESUV	2001	Continúa
SCOTIA SEGUROS, S.A. 1	SCOTIA	1955	Continúa
HSBC SEGUROS SALVADOREÑO, S.A. 2	HSBCS	1958	Continúa
HSBC VIDA SALVADOREÑO, S.A., SEGUROS DE PERSONAS 3	HSBCV	2000	No opera
ASEGURADORA MUNDIAL, S.A., SEGUROS DE PERSONAS 4	MUNDI	2003	Saliendo
QUALITAS COMPAÑIA DE SEGUROS, S.A.	QUALI	2008	Continúa
CHARTIS SEGUROS, EL SALVADOR, S.A. 5	CHART	1993	Continúa
CHARTIS VIDA, S.A., SEGUROS DE PERSONAS 6	CHARTV	2000	Continúa
SEGUROS LA HIPOTECARIA, S.A.	HIPOT	2008	Comenzando
SEGUROS LA HIPOTECARIA VIDA, S.A., SEGUROS DE PERSONAS	HIPOTV	2008	Comenzando

1 Antes Compañía General de Seguros, S.A. Nueva denominación desde el 29/11/07.
2 Antes Internacional de Seguros, S.A. Nueva denominación desde el 18/07/07.
3 Antes Intervida, S.A., Seguros de Personas. Nueva denominación desde el 16/07/07. No se encuentra operando.
4 Antes Seguros de Occidente, S.A., Seguros de Personas. Nueva denominación desde el 21/06/07.
5 Antes AIG UNION Y DESARROLLO, S.A. Nueva denominación desde el 30/11/09
6 Antes AIG, S.A., SEGURO DE PERSONAS. Nueva denominación desde el 30/11/09.

Fuente: Superintendencia del Sistema Financiero.

Tabla 3: Empresas aseguradoras por ramo

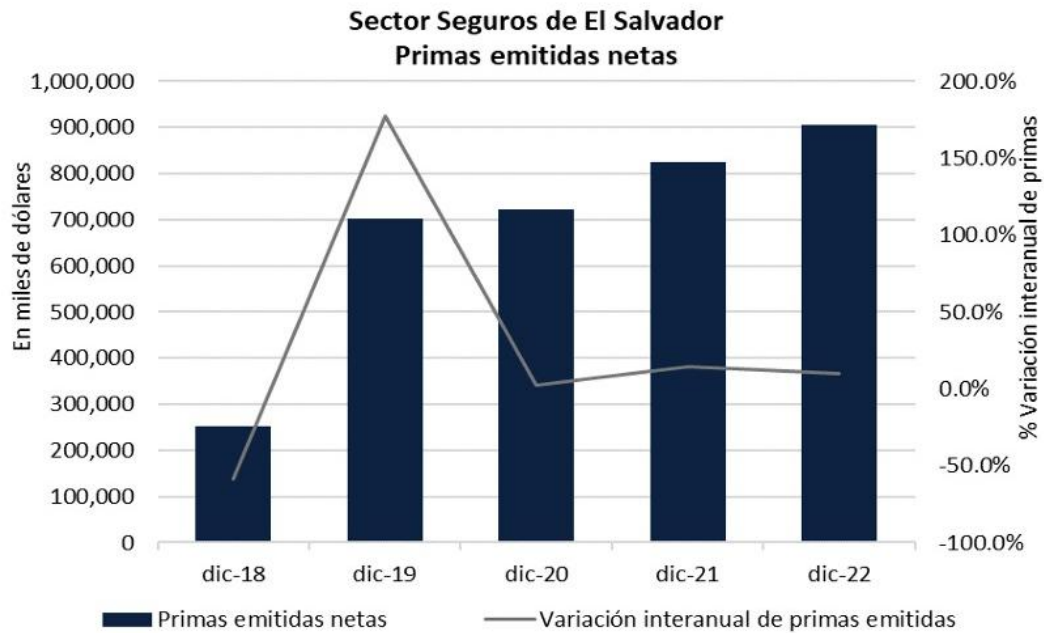
SOCIEDADES	Vida	Previsional	Médico Hospitalario	Accidentes Personales	Incendio y Líneas Aliadas	Automóviles	Marítimo y Transporte	Seguros Generales
NACIONALES	14	4	12	12	12	12	10	11
ASEGURADORA AGRICOLA COMERCIAL, S.A.	1	0	1	1	1	1	1	1
ASEGURADORA POPULAR, S.A.	1	0	1	1	1	1	1	1
ASEGURADORA SUIZA SALVADOREÑA, S.A.	0	0	0	0	1	1	1	1
SCOTIA SEGUROS, S.A.	1	0	1	1	1	1	1	1
LA CENTRAL AMERICANA, S.A.	1	0	1	1	1	1	1	1
CHARTIS SEGUROS, EL SALVADOR, S.A.	0	0	0	1	1	1	1	1
SEGUROS E INVERSIONES, S.A.	0	0	0	0	1	1	1	1
SEGUROS DEL PACIFICO, S.A.	1	0	1	1	1	1	1	1
HSBC SEGUROS SALVADOREÑO, S.A.	1	0	1	1	1	1	1	1
LA CENTRAL DE SEGUROS Y FIANZAS, S.A.	1	0	1	0	1	1	1	1
ASOC. COOP. DE SERVICIOS DE SEGUROS FUTURO R.L.	1	0	0	0	1	1	0	1
HSBC VIDA SALVADOREÑO, S.A. SEGUROS DE PERSONAS (No Opera)	0	0	0	0	0	0	0	0
CHARTIS VIDA, S.A. SEGUROS DE PERSONAS	1	1	1	1	0	0	0	0
SISA VIDA, S.A. SEGUROS DE PERSONAS	1	1	1	1	0	0	0	0
ASESUISA VIDA, S.A. SEGUROS DE PERSONAS	1	1	1	1	0	0	0	0
ASEGURADORA MUNDIAL, S.A. SEGUROS DE PERSONAS	1	1	1	1	0	0	0	0
QUALITAS COMPAÑIA DE SEGUROS, S.A.	0	0	0	0	0	1	0	0
SEGUROS LA HIPOTECARIA, S.A.	0	0	0	0	1	0	0	0
SEGUROS LA HIPOTECARIA VIDA, S.A. SEGUROS DE PERSONAS	1	0	0	0	0	0	0	0
EXTRANJERAS								
PAN AMERICAN LIFE INSURANCE COMPANY	1	0	1	1	0	0	0	0

Fuente: Superintendencia del Sistema Financiero.

Anexo 2: Primas y de tarifas seguros al 31 de mayo al 2017.

Aseguradora	Seguro de Vida Individual ²						Seguro de Automotores ³			Seguro Colectivo de Deuda e Incendio Carteras Hipotecarias	
	POR SUMA ASEGURADA DE US\$10,000.00						POR SUMA ASEGURADA DE:			Tarifa Máxima Mensual por Millar Expresada en Porcentaje	
	Prima de Seguro Hombre US\$			Prima de Seguro Mujer US\$			US\$7,500	US\$8,000	US\$8,500	Deuda % ⁴	Incendio % ⁵
	Edad de Contratación			Edad de Contratación			Prima de Seguro US\$				
	Edad 25	Edad 35	Edad 45	Edad 25	Edad 35	Edad 45	Vehículo Año 2010	Vehículo Año 2011	Vehículo Año 2012		
AIG Seguros, El Salvador, S.A.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$364.69	\$369.20	\$385.36	0.04%	0.03%
Aseguradora Agrícola Comercial, S.A.	\$31.50	\$35.00	\$60.00	\$31.50	\$32.10	\$49.80	\$489.71	\$508.27	\$526.84	0.08%	0.062%
Aseguradora Popular, S.A.	\$75.50	\$96.90	\$147.40	\$75.50	\$96.90	\$147.40	\$412.50	\$440.00	\$467.50	n/c	n/c
Aseguradora Suiza Salvadoreña, S.A.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$432.23	\$420.02	\$439.60	0.057%	0.066%
Aseguradora Vivir, S.A., Seguros de Personas	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	0.075%	n/c
Asesuisa Vida, S.A., Seguros de Personas	\$15.20	\$17.00	\$36.20	\$7.80	\$13.80	\$26.60	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c
ASSA Compañía de Seguros de Vida, S.A., Seguros de Personas	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	0.0435%	n/c
ASSA Compañía de Seguros, S.A.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$357.08	\$364.54	\$376.04	n/c	0.0375%
Davivienda Seguros Comerciales Bolívar, S.A.	Desde \$21.00	Desde \$23.00	Desde \$42.00	Desde \$21.00	Desde \$23.00	Desde \$42.00	Desde \$273.00	Desde \$285.00	Desde \$298.00	0.031%	0.0654%
	Hasta \$27.00	Hasta \$39.00	Hasta \$85.00	Hasta \$27.00	Hasta \$39.00	Hasta \$85.00	Hasta \$368.00	Hasta \$382.00	Hasta \$397.00		
Fedecredito Vida, S.A., Seguros de Personas	\$48.63	\$102.39	\$229.26	\$41.05	\$80.65	\$180.42	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c
La Central de Seguros y Fianzas, S.A.	\$42.96	\$50.66	\$85.16	\$42.96	\$50.66	\$85.16	\$327.85	\$344.93	\$362.03	0.080%	0.042%
Mapfre La Centro Americana, S.A.	\$14.10	\$17.10	\$31.80	\$11.50	\$15.50	\$28.30	\$350.00	\$350.00	\$350.00	0.03%	0.045%
Quálitas Compañía de Seguros, S.A.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$442.64	\$462.02	\$481.41	n/c	n/c
Scotia Seguros, S.A.	\$21.04	\$27.54	\$47.05	\$21.04	\$27.54	\$47.05	\$302.98	\$323.18	\$316.97	0.045%	0.048%
Seguros Azul Vida, S.A., Seguros de Personas	\$22.80	\$28.80	\$59.40	\$22.80	\$28.80	\$59.40	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c
Seguros Azul, S.A.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$345.00	\$368.00	\$391.00	0.055%	0.038%
Seguros del Pacifico, S.A.	\$15.40	\$18.36	\$39.59	\$15.40	\$18.36	\$39.59	\$316.50	\$305.25	\$320.37	0.033%	0.024%
Seguros e Inversiones, S.A.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$412.50	\$440.00	\$467.50	0.048%	0.042%
Seguros Fedecredito, S.A.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$331.50	\$348.00	\$367.12	0.043%	0.029%
Seguros Futuro, A.C. de R.L.	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c	\$336.41	\$453.07	\$371.72	0.81%	0.51%
Sisa, Vida, S.A., Seguros de Personas	\$17.00	\$19.30	\$42.20	\$8.60	\$15.40	\$29.80	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c

Anexo 3: Sector seguros de El Salvador.



Fuente: Estados financieros publicados por SSF.

Anexo 4: Técnica de investigación para los proveedores: Entrevista.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



INTRODUCCIÓN:

La finalidad de este focus group es comprender mejor el modelo de negocio Pay per Use (pago por uso) y su aplicabilidad en el contexto de ASSIST ME SSV, un servicio de asistencia vial. El objetivo es obtener una visión profunda sobre la percepción de los proveedores respecto a este modelo de negocio y cómo lo perciben en el marco de la evolución de sus servicios.

Explicación del Negocio:

¿Conoce el modelo de negocio Pay per Use (Pago por uso)? Explicar brevemente qué implica este modelo y cómo se implementa en diferentes sectores, haciendo énfasis en sus ventajas y desafíos

¿Qué puede mencionar sobre el modelo de negocio de ASSIST ME SSV?

Explorar las primeras impresiones y opiniones de los proveedores sobre cómo ASSIST ME SSV adopta este modelo Pay per Use en su servicio de asistencia vial.

Conocimientos del Área de Trabajo:

¿Cuáles son los principales procesos internos y externos en la gestión de clientes? Detallar los procesos que los proveedores manejan para gestionar a los clientes, tanto desde dentro de la organización como en su interacción con el exterior (comunicación, soporte, etc.).

¿Qué tipos de servicios ofrecen a sus clientes y cómo han evolucionado estos servicios? Analizar la evolución de los servicios que ofrecen, desde los más básicos hasta los más avanzados, y qué cambios han visto a lo largo del tiempo en su industria.

¿Qué indicadores utilizan para medir la eficiencia operativa de sus procesos? Indicar las métricas clave que los proveedores utilizan para evaluar la eficiencia y efectividad de su gestión de asistencia vial, como tiempos de respuesta, satisfacción del cliente, entre otros.

Manejo de Procesos del Servicio al Cliente:

¿Cómo se manejan los reclamos de los clientes y cuál es el tiempo promedio de resolución? Explorar cómo los proveedores gestionan las quejas de los clientes, así como los plazos que manejan para resolverlos de manera efectiva.

¿Qué canales de comunicación utilizan para interactuar con sus clientes y cómo aseguran la calidad en estos? Discutir los diversos canales de comunicación utilizados (teléfono, redes sociales, plataformas web, etc.), y cómo garantizan que la calidad del servicio no se vea afectada por los medios de comunicación empleados.

Desarrollo de Procesos:

¿Qué tecnologías implementan para optimizar sus servicios y procesos internos? Detallar las tecnologías que los proveedores usan para mejorar la eficiencia de sus operaciones, como software de gestión de flotas, plataformas de comunicación con clientes, entre otros.

¿Cómo se adaptan a las tendencias y cambios en el mercado de seguros?

Abordar cómo los proveedores ajustan sus estrategias y procesos frente a las nuevas tendencias y demandas del mercado, especialmente en un sector que está en constante cambio como el de los seguros.

¿Qué papel juega la innovación en sus productos y servicios para diferenciarse? Indagar cómo la innovación impacta los servicios que los proveedores ofrecen y cómo la integran para mantenerse competitivos en el mercado.

Implementación de Estrategias y Retroalimentación:

¿Qué políticas o protocolos aplican para asegurar la confidencialidad y seguridad de los datos de los clientes? Explorar las políticas que los proveedores implementan para proteger la información confidencial de los clientes, especialmente considerando el aumento de ciberseguridad en el sector.

¿Cuáles son las estrategias principales para retener a los clientes? Identificar las estrategias más efectivas que los proveedores utilizan para garantizar que los clientes permanezcan satisfechos y leales a largo plazo.

¿Qué estrategias han sido más efectivas para mejorar la experiencia del cliente? Observar las tácticas y prácticas que han tenido más éxito en mejorar la satisfacción y experiencia de los clientes, ya sea en la rapidez del servicio, la atención personalizada, o las innovaciones en el servicio.

Cierre de Preguntas:

¿Qué recomendaciones darían a ASSIST ME SSV? Recoger recomendaciones y consejos de los proveedores para ingresar al mercado de asistencia vial, aprovechando las mejores prácticas y lecciones aprendidas.

Anexo 5: Técnica de investigación para los consumidores: La encuesta



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



SOLICITUD DE COLABORACIÓN: Somos egresados de la carrera de Mercadeo Internacional y estamos desarrollando un proyecto titulado: **“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: ASSIST ME SSV”**. Nuestro objetivo es ofrecer asistencia vial rápida y eficiente a través de una plataforma innovadora y accesible para todos los conductores en El Salvador.

Le solicitamos su valiosa colaboración respondiendo el siguiente cuestionario. La información recabada será utilizada únicamente con fines académicos y será tratada de manera confidencial. Agradecemos de antemano su tiempo y apoyo en esta importante investigación.

IMPORTANTE: Esta encuesta está dirigida a personas que poseen un vehículo y circulan frecuentemente en la **75 Avenida Norte hasta la Calle al Volcán** en San Salvador. Nos interesa recopilar información sobre su experiencia vial y la necesidad de asistencia en la carretera **para el año 2024**.

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DE LA ENCUESTA:

Por favor, lea cuidadosamente cada pregunta antes de responder. Marque con una "X" la opción que mejor refleje su respuesta y, en las preguntas abiertas, escriba su respuesta de forma clara y concisa.

1 ¿Conduces un vehículo?	Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
2. Edad:	20 a 25 años	<input type="checkbox"/>	26 a 32 años	<input type="checkbox"/>
	33 a 40 años	<input type="checkbox"/>	41 o más años	<input type="checkbox"/>
3. Género:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
4. Ocupación:	Estudiante	<input type="checkbox"/>	Ama de casa	<input type="checkbox"/>
	Profesional	<input type="checkbox"/>	Trabajador Independiente	<input type="checkbox"/>
5. ¿Cuál es su rango de ingresos mensuales?	Menor a \$300	<input type="checkbox"/>	Entre \$300 y \$600	<input type="checkbox"/>
	Entre \$600 y \$1, 000	<input type="checkbox"/>	Más de \$1,000	<input type="checkbox"/>

6. Tipo de vehículo que conduces: Automóvil: <input type="checkbox"/> Motocicleta: <input type="checkbox"/> _____	
7. ¿Conoce los servicios de asistencia vial que actualmente existen en El Salvador? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
8. ¿Ha tenido que utilizar algún servicio de asistencia vial en los últimos 12 meses? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
9. Si su respuesta es afirmativa, ¿Cuál de los siguientes servicios de asistencia vial ha utilizado anteriormente? <input type="checkbox"/> 1. Vehículos con desperfecto mecánicos. <input type="checkbox"/> 2. Accidentes de tránsito. <input type="checkbox"/> 3. Bloqueo de llaves. <input type="checkbox"/> 4. Inmovilización del vehículo. <input type="checkbox"/> 5. Neumáticos pinchados. <input type="checkbox"/> 6. Batería descargada o en mal estado. <input type="checkbox"/> 7. Suministro de gasolina.	
10. ¿Con que frecuencia utiliza estos servicios? <input type="checkbox"/> 1 a 3 veces al mes <input type="checkbox"/> 4 a 8 veces al mes <input type="checkbox"/> 10 o más veces al mes	
11. ¿Cómo lograste resolver el problema de asistencia vial? Asistencia Familiar o Conocidos <input type="checkbox"/> Presencia Policía <input type="checkbox"/> Tengo un seguro <input type="checkbox"/> Otra: <input type="checkbox"/>	12. ¿Cuánto es el tiempo de espera promedio al pedir asistencia vial? <input type="checkbox"/> De 5 a 15 minutos <input type="checkbox"/> De 16 a 30 minutos <input type="checkbox"/> Más de 30 minutos
13. ¿Cuál fue su experiencia con el tiempo de respuesta del servicio? <input type="checkbox"/> Rápido <input type="checkbox"/> Moderado <input type="checkbox"/> Lento	14. ¿Conoces alguna empresa o sitio en línea que ofrezca servicios de asistencia vial? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

15. ¿Consideraría conveniente pagar un servicio de suscripción para asistencia vial, como el que ofrece las asegurados?

Sí

No

16. ¿Qué tan útil le parece un servicio de asistencia vial disponible a través de una página web, con acceso las 24 horas?

Muy útil

Útil

Poco útil

Nada útil

17. ¿Consideraría utilizar un servicio de asistencia vial que solo cobre por el servicio prestado?

Sí

No

18. ¿Qué características considera esenciales en un servicio de asistencia vial en línea? (Marcar las que apliquen)

Respuesta Rápida

Precios establecidos

Facilidad de uso

Variedad de servicios

19. ¿Cuál de los siguientes métodos de pago preferiría para este tipo de servicio?

Tarjeta de crédito o debito

Pago en línea

Efectivo

Criptomonedas

20. ¿Con qué nivel de confianza realizaría un pago a través de una página web para solicitar asistencia vial?

Muy confiado

Confiado

Poco confiado

No confiaría

19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asistencia vial para solucionar emergencias comunes como neumáticos pinchados, bloqueo de llaves o batería descargada?

Menos de \$5

Entre \$6 a \$10

Entre \$11 a \$20

Más de \$21

20. ¿Cuáles son los medios digitales que consume con mayor frecuencia? (Seleccione las opciones que correspondan)

Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, etc.)

Plataformas de video (YouTube, Netflix, etc.)

Sitios web de noticias

Blogs o foros

Podcasts

21. ¿Cuáles son las actividades que realiza en su tiempo libre? (Seleccione las que apliquen)?

- Ejercicio físico (Gimnasio, Deportes)
- Leer o estudiar
- Viajar
- Salir con amigos o Familia
- Navegar en Redes sociales
- Ver Series o películas
- Otros: _____

22. ¿Cuál fue el medio digital a través del cual realizó su última compra de un producto o servicio? (Seleccione uno)?

- Sitio web de la tienda
- Aplicación móvil
- Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)
- Marketplace (Amazon, eBay, etc.)
- Plataforma de pago o servicio de mensajería (WhatsApp)
- Otro: _____

23. ¿Cuál es la ventaja o el beneficio de estar suscrito a un servicio de asistencia vial con una asegurada?

Respuesta abierta.....

24. ¿Cuáles son los descuentos o inconvenientes que encuentras con el servicio de asistencia vial de una asegurada?

Respuesta abierta.....

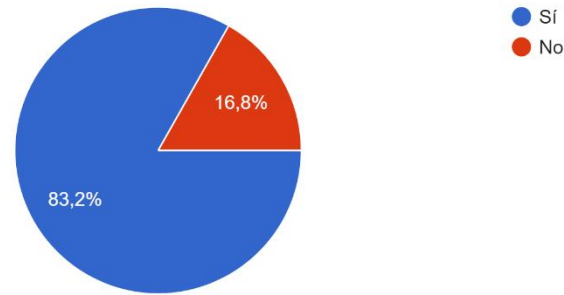
25. Si existiera una página web donde pudieras acceder a distintos servicios de asistencia vial las 24 horas, pagando únicamente por los servicios que utilices, ¿Estarías dispuesto a usarla?

- Si
- No
- Tal Vez

Anexo 6: Presentación de resultados.

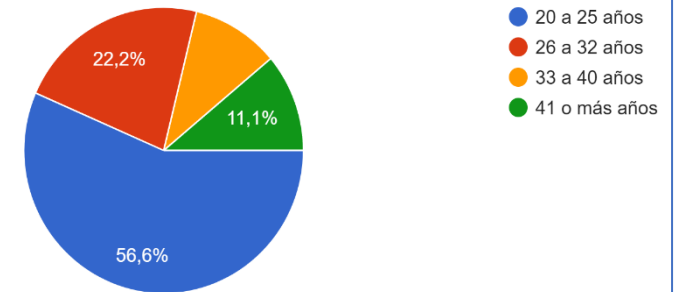
¿Conduces un vehículo?

119 respuestas



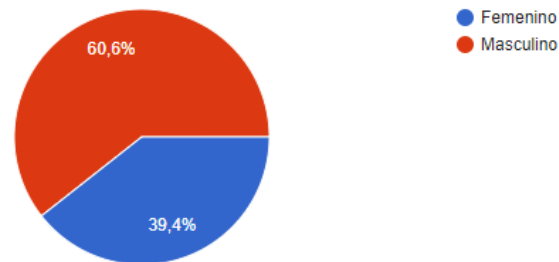
Selecciona el rango de edad en que te encuentres.

99 respuestas



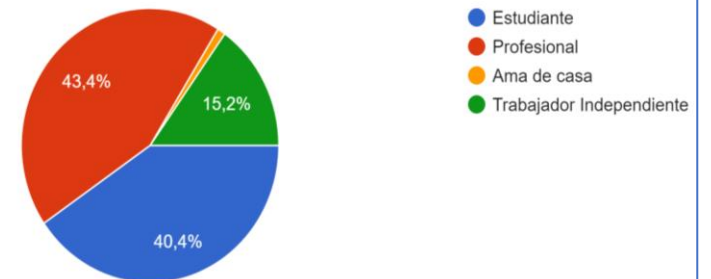
¿Cuál es tu género?

99 respuestas



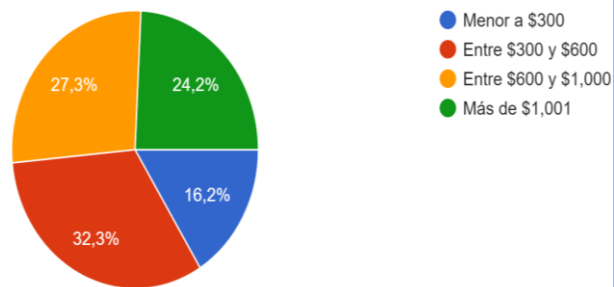
¿Cuál es tu ocupación?

99 respuestas



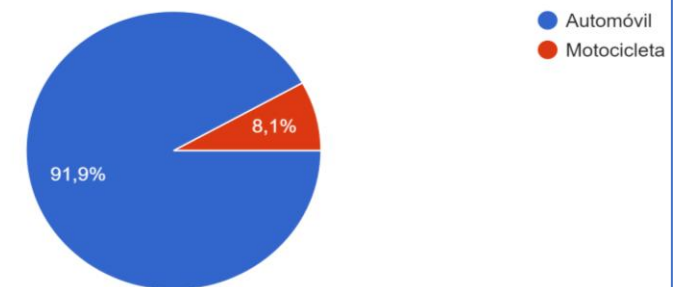
¿Cuál es su rango de ingresos mensuales?

99 respuestas



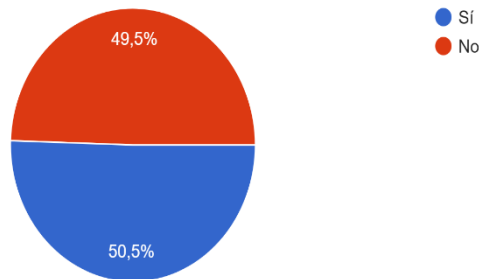
¿Qué tipo de vehículo conduces?

99 respuestas



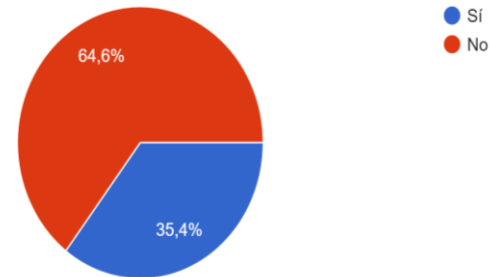
¿Conoce los servicios de asistencia vial que actualmente existen en El Salvador?

99 respuestas



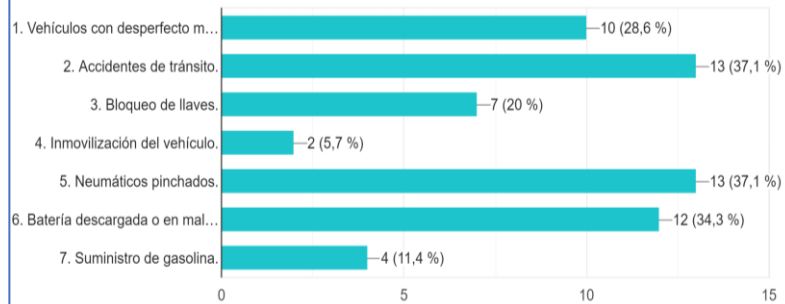
¿Ha tenido que utilizar algún servicio de asistencia vial en los últimos 12 meses?

99 respuestas



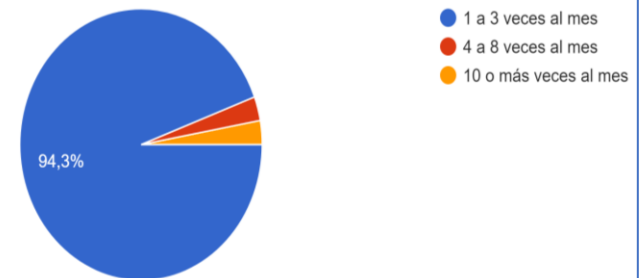
¿Cuál de los siguientes servicios de asistencia vial ha utilizado anteriormente?

35 respuestas



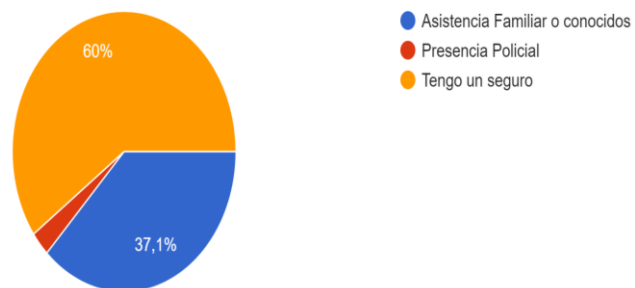
¿Con que frecuencia utiliza estos servicios?

35 respuestas



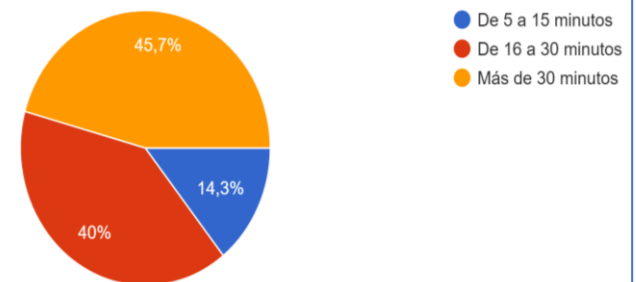
¿Cómo lograste resolver el problema de asistencia vial?

35 respuestas



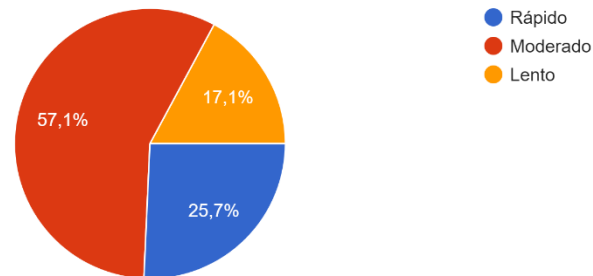
¿Cuánto es el tiempo de espera promedio al pedir asistencia vial?

35 respuestas



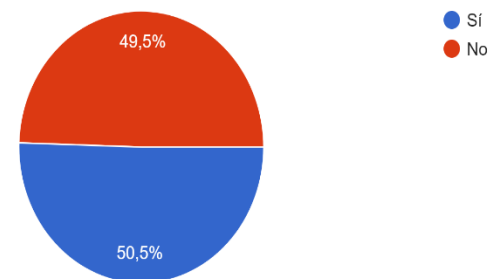
¿Cuál fue su experiencia con el tiempo de respuesta del servicio?

35 respuestas



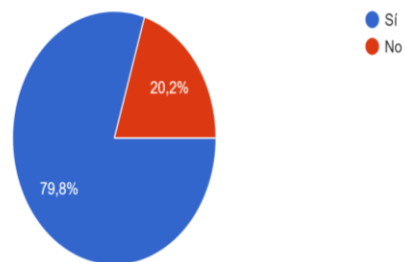
¿Conoces alguna empresa o sitio en línea que ofrezca servicio de asistencia vial?

99 respuestas



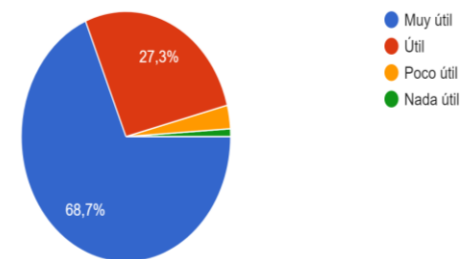
¿Consideras conveniente pagar un servicio de suscripción para asistencia vial, como el que ofrecen las aseguradoras?

99 respuestas



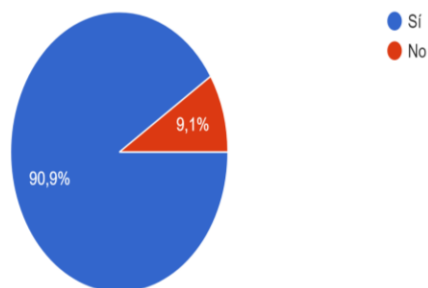
¿Qué tan útil le parece un servicio de asistencia vial disponible a través de una página web, con acceso las 24 horas?

99 respuestas



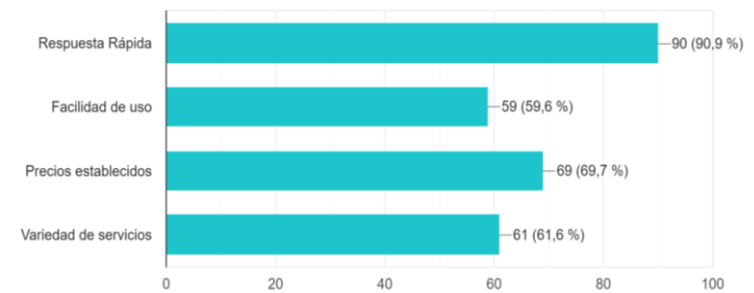
¿Consideraría utilizar un servicio de asistencia vial que solo cobra por el servicio prestado?

99 respuestas



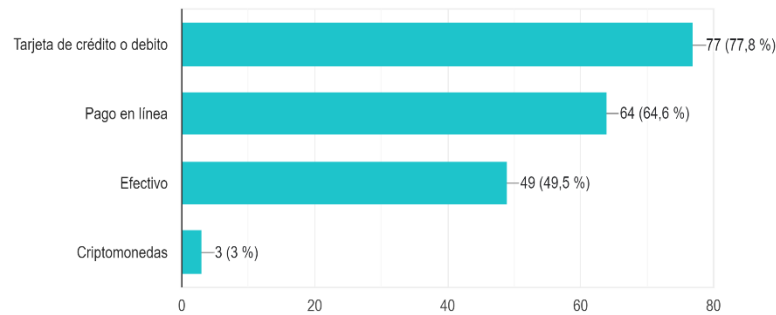
¿Qué características considera esenciales en un servicio de asistencia vial en línea? (Marcar las que apliquen)

99 respuestas



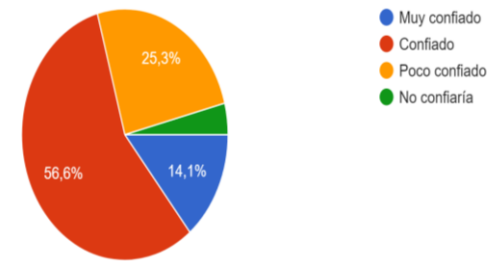
¿Cuál de los siguientes métodos de pago preferiría para este tipo de servicio?

99 respuestas



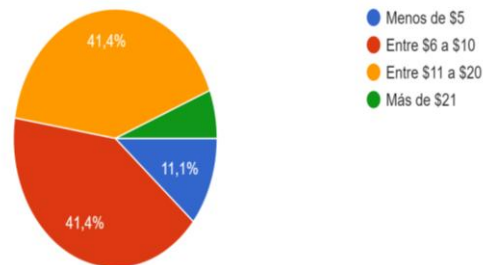
Con qué nivel de confianza realizaría un pago a través de una página web para solicitar asistencia vial?

99 respuestas



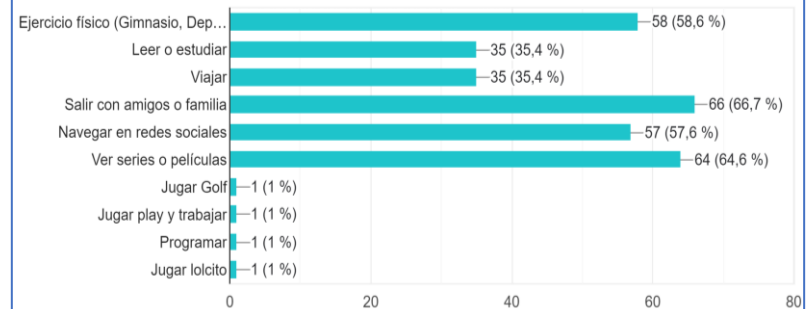
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asistencia vial para solucionar emergencias comunes como neumáticos pinchados, bloqueo de llaves o batería descargada?

99 respuestas



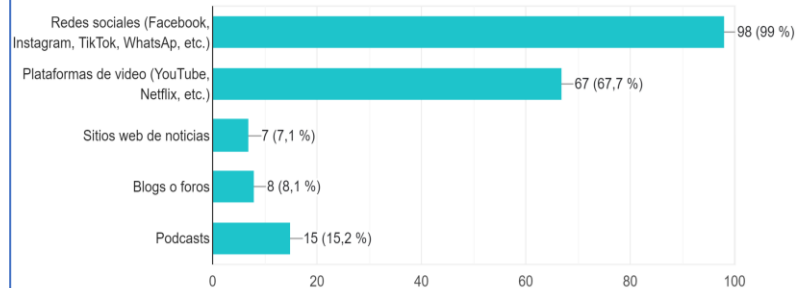
¿Cuáles son las actividades que realiza en su tiempo libre? (Seleccione las que apliquen)

99 respuestas



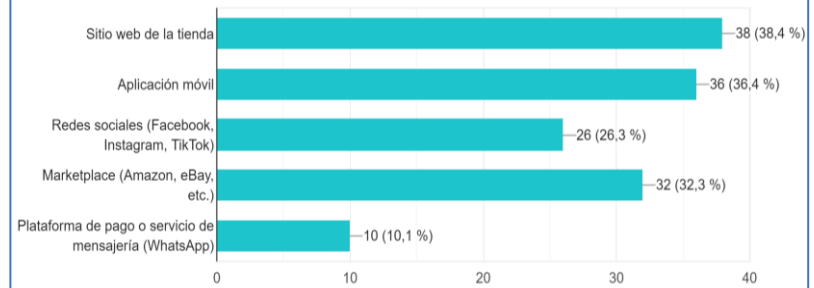
¿Cuáles son los medios digitales que consume con mayor frecuencia? (Seleccione las opciones que correspondan)

99 respuestas



¿Cuál fue el medio digital a través del cual realizó su última compra de un producto o servicio? (Seleccione uno)

99 respuestas



¿Cuál es la ventaja o el beneficio de estar suscrito a un servicio de asistencia vial con una aseguradora?

99 respuestas

con la ruta
Puedo tener asistencia inmediata en línea con mi aseguradora
Nose
Dan una gama de servicios de asistencia principalmente asistencia en carretera
Tener la seguridad que en caso de emergencia no tendría que pagar altos precios por una grúa
Pues yo No le veo gran ayuda
Que se diluye el cobro dentro de la mensualidad o pagos del seguro.
No tengo, no sé el beneficio
Siempre hay respuesta oportuna
Asistencia en momento de emergencia

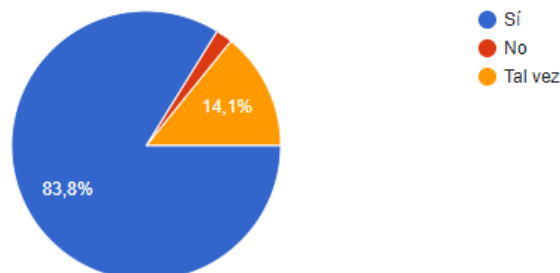
¿Cuáles son los descuentos o inconvenientes que encuentras con el servicio de asistencia vial de una aseguradora?

99 respuestas

Por el momento no he tenido ninguno.
El nivel de respuesta
Altos costos, poco eficiencia
Restricciones para el uso, penalidades por cancelación
Muchas veces los términos y condiciones no son bien explicados y a la vez son demasiado rigurosos por eso a veces no cubren algunos incidentes de la manera que uno espera, en algunas ocasiones también puede ser muy tardado el proceso desde que ocurre el incidente
Hasta ahora no he tenido ningno
El tiempo de espera
Que no den una respuesta rápida
Depende del tipo al que se está suscrito, pero en el caso de mi familia diría que es que solo se puede usar

Si existiera una página web donde pudieras acceder a distintos servicios de asistencia vial las 24 horas, pagando únicamente por los servicios que utilices, ¿estarías dispuesto a usarla?

99 respuestas



Anexo 7: Canales de distribución.

CANALES DE MARKETING DIGITAL



PUBLICIDAD DE PAGA



PODCAST



MAILING



EVENTOS



REDES SOCIALES

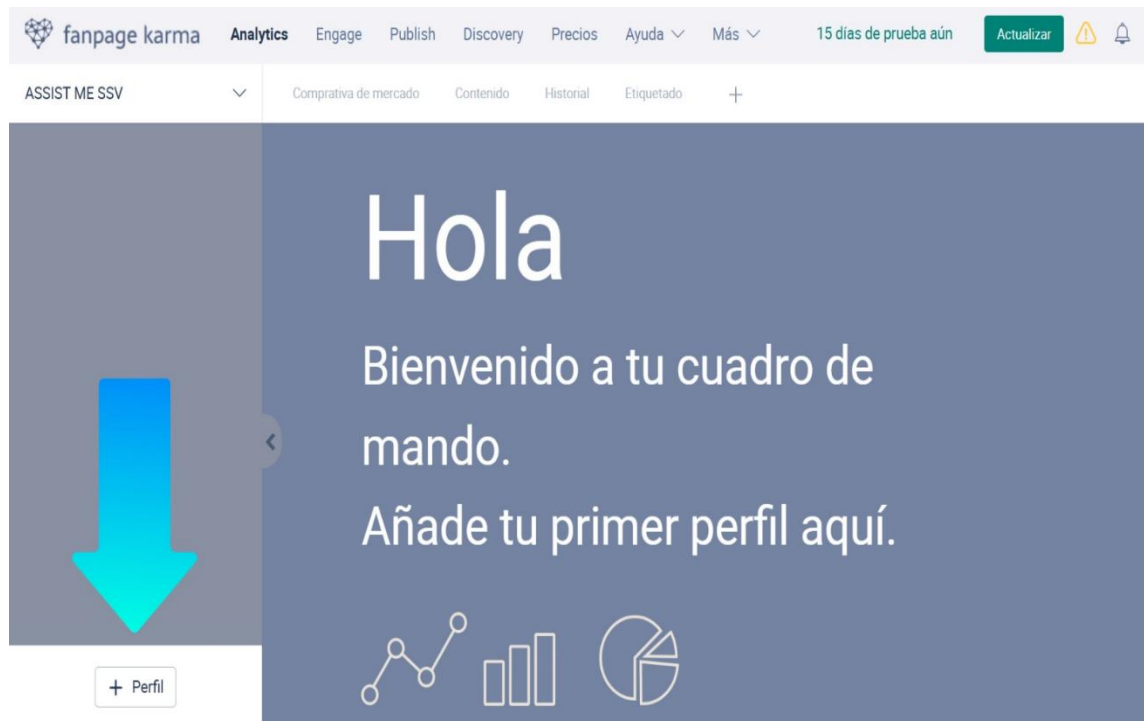


BLOGS



SITIO WEB

Anexo 8: Fanpage Karma.



Anexo 9: Promocionales y manual de marca.

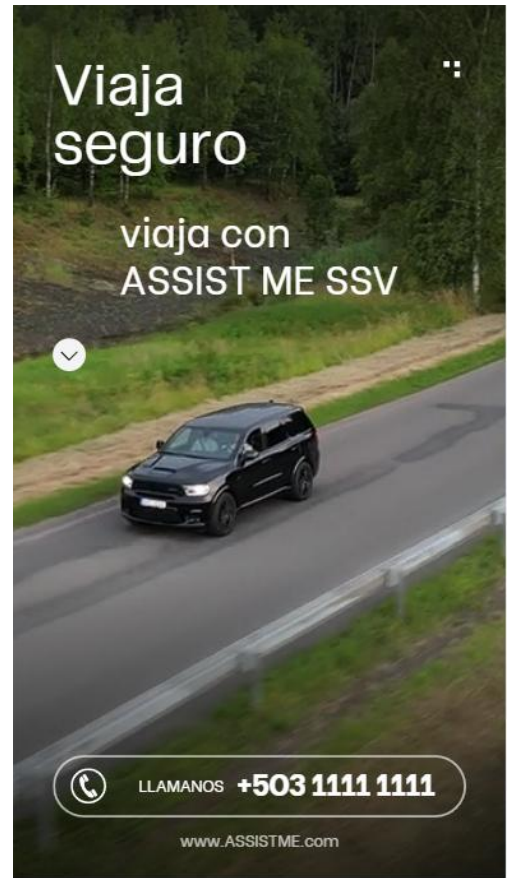
Insignias



Anuncio Digital



Video corto





ASSIST ME SSV
¡Tú amigo en carretera!

LOGO SECUNDARIO

TIPOGRAFÍAS
Montserrat Light.
Balsamiq Sans.

PALETA DE COLORES
#7e4a69
#0cc0df
#414141

A S S I S T M E S S V

Anexo 10: Línea de tiempo.



Anexo 11: Comprobante de propiedad intelectual.

Se realizó el comprobante de propiedad intelectual para el nombre ASSIST ME SSV, cuyo resultado confirmó su disponibilidad para su uso.



DIRECCION DE PROPIEDAD INTELECTUAL
ANTECEDENTES FONETICOS DE UN SIGNO DISTINTIVO

FECHA: 27/08/2024

HORA: 18:09:31

ANTERIORIDAD DE SEMEJANZA EN LA CLASE SOLICITADA

NÚMERO DE PRESENTACIÓN: **20240272796**

CLASE:

98

DISTINTIVO:

ASSIST ME SSV

Clase: 98

Presentación	Fecha Sol.	Ultimo Estado	No. Ins.	Libro Ins.	Fecha Ins.	Nacionalidad	PETICIONARIO	Tipo	%P
20100143928 Distintivo	05/11/2010 2010105218	ST94 SBA	00180	00013	30/11/2011	--	SBA Telecommunications, Inc.	M01	73
20130192981 Distintivo	22/11/2013 2013131774	ST94 MACY S	00122	00017	25/07/2014	--	Macy's IP Holdings, LLC	T01	71
20220334565 Distintivo	15/02/2022 2022202570	ST32 EL NACIONAL SV	--	--	--	--	OYARBIDE SAMAYOA, ERNESTO ARMANDO	M01	70
20170259522 Distintivo	03/11/2017 2017164776	ST42 SEED SV	--	--	--	--	ESMODU, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - ESMODU, S.A. DE C.V.	T01	66
20170253459 Distintivo	22/06/2017 2017161553	ST000 MI ENVIO SV	00181	00023	16/03/2018	--	ROMERO MORALES, TANIA PATRICIA	M01	65
20130191611 Distintivo	30/10/2013 2013131166	ST94 GAME SHOP SV	00063	00017	11/06/2014	--	INVERSIONES ELECTRONICAS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - INVERTRONIC, S.A. DE C.V.	M01	63
20190294263 Distintivo	17/10/2019 2019181844	ST94 MEDICO SV	00192	00027	20/03/2020	--	PORTILLO FLORES, ANA LUCIA	M01	63
20170259176 Distintivo	26/10/2017 2017164566	STNIP SGB	--	--	--	--	SGB FONDOS DE INVERSION, SOCIEDAD ANONIMA, GESTORA DE FONDOS DE INVERSION - SGB FONDOS DE INVERSION, S.A., GESTORA DE FONDOS DE INVERSION	M01	63
20170259175 Distintivo	26/10/2017 2017164565	ST94 SGB	00235	00023	02/05/2018	--	SERVICIOS GENERALES BURSATILES, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, CASA DE CORREDORES DE BOLSA - SERVICIOS GENERALES BURSATILES, S.A. DE C.V. CASA DE CORREDORES DE BOLSA	M01	63
20240371323 Distintivo	15/01/2024 2024221651	ST32 DALE.SV	--	--	--	--	TENLOT EL SALVADOR, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - TENLOT EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	M01	62
20220346874 Distintivo	18/10/2022 2022209353	ST94 WE ASSIST	00264	00034	23/02/2023	--	MERCADEO Y FINANZAS, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE - MERFIN, S.A. DE C.V.	M01	61