

**PLAN DE MERCADEO PARA IMPLEMENTAR EL USO DE UNA APLICACIÓN  
PARA TELEFONOS INTELIGENTES QUE PERMITA EL PAGO DE LOS  
TIQUETES DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO**

**MABEL ROCIO ÁLVAREZ OLIVEROS  
CÉSAR CARLOS SERJE NAVARRO**

**UNIVERSIDAD DE LA COSTA, CUC  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO  
BARRANQUILLA**

**2013**

**PLAN DE MERCADEO PARA IMPLEMENTAR EL USO DE UNA APLICACIÓN  
PARA TELEFONOS INTELIGENTES QUE PERMITA EL PAGO DE LOS  
TIQUETES DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO**

**MABEL ROCIO ÁLVAREZ OLIVEROS  
CÉSAR CARLOS SERJE NAVARRO**

**Trabajo de grado como prerrequisito para la obtención del título:**

**ESPECIALISTA EN GERENCIA DE MERCADEO**

**ASESOR:**

**ALEJANDRO DELGADO VARGAS**

**Maestría en Marketing y Dirección Comercial**

**UNIVERSIDAD DE LA COSTA, CUC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

**ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO**

**BARRANQUILLA**

**2013**

**NOTA DE ACEPTACION:**

---

---

---

---

---

PRESIDENTE DEL JURADO

---

JURADO

---

JURADO

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se realizó con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos durante nuestra especialización, con el apoyo incondicional de nuestra familia y amigos fue posible alcanzar los objetivos deseados.

## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de grado se diseña un plan de mercadeo que propende por desarrollar una aplicación para teléfonos inteligentes y tabletas que tiene como objetivo acceder virtualmente al pago de pasaje del Servicio de Transporte público masivo de la ciudad de Barranquilla y su Área Metropolitana, dado que los sistemas con que contamos actualmente para el recaudo cuentan con muchas falencias como son para el transmetro los puntos de recaudo de las tarjetas inteligentes (que se recargan para acceder al sistema) quedan muchas veces muy distantes y para los buses urbanos el penoso recaudo y la dificultad que tiene el conductor para realizar esa labor que se sale de la principal labor de ellos que es llevar seguros a los usuarios a sus destino finales, la aplicación para pagar las recargas utilizando teléfonos inteligentes y tabletas se convierte en un proyecto viable que permite a la ciudadanía una opción más rápida dentro de las que se encuentran para acceder al servicio de transporte público. En conclusión, procuramos enfocar la aplicación en el servicio de transporte público masivo de Barranquilla y su Área Metropolitana, Transmetro S.A.S. porque es el único en el distrito que permite el recaudo electrónico lo que haría que los demás medios se unifican en su estructura de recaudo para estar a la vanguardia de ciudades con tecnologías de punta y modernizar nuestro parque automotor.

**Palabras claves:** marketing, aplicación, tecnología, transporte masivo, simplicidad, innovación, teléfonos inteligentes y tabletas.

## **ABSTRACT**

In this paper grade is designed a marketing plan that tends to develop an application for smartphones and tablets that aims to virtually access passage to pay massive public transport service in the city of Barranquilla and its metropolitan area, as systems that we currently have for the collection have many shortcomings such as for the collection points transmetro smart cards (which are recharged to access the system) are often very distant and urban buses and the painful collection the difficulties that have the driver for that work that is out of the main task is to bring them safe to their destination end users, the application reloads pay using smartphones and tablets becomes a viable project that allows citizens a faster option within that are to access public transport. In conclusion, we try to focus on the application in the mass public transport service in Barranquilla and its metropolitan area, Transmetro SAS because it is the only one in the district that enables electronic collection which would make other methods are unified in their collection structure to be at the forefront of cities with technologies and modernize our fleet.

**Keywords:** marketing, application, technology, mass transit, simplicity, innovation, smartphones and tablets.

## CONTENIDO

### INTRODUCCION

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. Descripción del Problema	12
1.2. Formulación y Sistematización del Problema	13
1.2.1. Formulación	13
1.2.2. Sistematización	13
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	14
3. OBJETIVOS	16
3.1. General	16
3.2. Específicos	16
4. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO	17
5. MARCOS DE REFERENCIA	18
5.1. Marco Teórico	18
5.1.1. El Marketing 2.0.	18
5.2. Marco Histórico	20
5.2.1. Historia de las aplicaciones móviles	20
6. ASPECTOS METODOLOGICOS	23
6.1. Tipo de Investigación	23
6.2. Método	23
6.3. Población y Muestra	23
6.4. Técnicas/ Instrumentos	24
7. RESULTADOS ENCUESTA	26
7.1. Interpretación de Resultados: Encuesta	30
8. CONCLUSIONES	32
8. MONITOREO AMBIENTAL	34
10. PLAN DE MARKETING	38
10.1. Estrategias de Marketing	66

10.1.1. Mercado Meta (Target)	66
10.1.2. Tamaño del Mercado	67
10.1.3. Selección o Ratificación de la Estrategia.	67
10.1.4. Estrategias de Mezcla	68
10.1.5. Mix de Marketing	68
10.1.5.1. Producto	68
10.1.5.2. Características del Producto BQ Transpúblico	69
10.1.5.3. Precio	70
10.1.5.4. Plaza	71
10.1.5.5. Promoción	71
10.1.5.6. Cómo se Ejecuta	71
10.1.5.7. Pasos para acceder a la Aplicación	71
10.1.5.8. Paso para la compra del Tiquete	72
10.1.5.9. Distribución	72
10.1.5.10. Proceso de Ejecución	72
10.1.5.11. Autoanálisis de la Marca	73
10.1.5.12. Autoimagen Hoy	74
10.1.5.13. Plan de Comunicación	74
GLOSARIO	79
BIBLIOGRAFIA	81
WEBGRAFÍA	82
ANEXOS	83

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Población y Muestra	24
Tabla 2. mercado relevante	25
Tabla 3. mercado relevante	25
Tabla 4. mercado relevante	25
Tabla 5. mercado relevante	25
Tabla 6. Encuesta	26
Tabla 7. Encuesta	26
Tabla 8. Encuesta	27
Tabla 9. Encuesta	28
Tabla 10. Encuesta	28
Tabla 11. Encuesta	29
Tabla 12. Encuesta	30
Tabla 13. Comportamiento del Transp. en 8 Aéreas metropolitana	36
Tabla 14. Rutas alimentadoras Transmetro	42
Tabla 15 Rutas alimentadoras Transmetro	42
Tabla 16. Rutas alimentadoras Transmetro	43
Tabla 17. Inversión del Proyecto	87
Tabla 18. Proyección de Ventas y Rentabilidad BQ transpublico	89
Tabla 19. Estado de Resultado.	90
Tabla 20. Presupuesto de Campaña de Comunicación BQ Transpublico	91

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Encuesta	26
Gráfica 2. Encuesta	27
Gráfica 3. Encuesta	27
Gráfica 4. Encuesta	28
Gráfica 5. Encuesta	29
Gráfica 6. Encuesta	29
Gráfica 7. Encuesta	30
Gráfica 8. Consultora Flurry Mobile	35
Gráfica 9. Mapa Transmetro	40

## LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Tarjeta inteligente “Transmetro”, dinero en efectivo.	15
Imagen 2. Logotipo de la Marca	68

## INTRODUCCIÓN

La celeridad en el desarrollo de las actividades diarias de cada individuo sugiere la optimización de los procesos desde los más simples hasta los más complejos. En este orden de ideas surge la necesidad de innovar en la utilización de herramientas que nos sirvan de apoyo para lograr este objetivo.

Es bien sabido que el ser humano desde tiempos inmemoriales ha buscado soluciones a todos los inconvenientes que se le presentan y gracias a su notable capacidad cognitiva superior a la de los demás seres de la naturaleza ha logrado destacarse, de tal forma que se posiciona como el más apto con respecto a la sobrevivencia y calidad de vida.

En lo referente a la movilización no es la excepción puesto que ha desarrollado infinidad de medios de transporte en diferentes áreas, lo cual facilita mucho la transferencia de un lugar a otro y por ende el avance en las actividades que el hombre realiza en su día a día como son: laborar, estudiar, viajar entre otras.

Partiendo de lo anterior podemos sugerir que si en la forma de transportarse ya existe gran variedad de medios, ¿Por qué no mejorar la manera en qué obtenemos éste servicio?, Es decir, si pudiésemos utilizar los avances en la tecnología a nuestro favor sería de gran utilidad para abreviar el tiempo o facilitar la consecución de la movilidad. En ese caso se logra innovar en esta labor a través de la implementación de aplicaciones para dispositivos como “*smartphones*” y “*tablets*” en el sistema de pago del BQ Transpúblico que es el que nos ocupa, por medio de ellas se puede proveer un servicio fácil y rápido sin que el individuo deba moverse hacia un punto autorizado para recargar su tarjeta.

En síntesis, esta aplicación en teléfonos inteligentes y tabletas permitiría a las personas tener mayor y mejor acceso al sistema de transporte masivo de Barranquilla lo que redundará en ahorro de tiempo y distancia que a su vez ayudará a un mejor *modus vivendi*.

# 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1. Descripción del Problema.

Históricamente el transporte público ha venido desarrollándose a medida que la ciudadanía va creciendo desde el punto de vista demográfico y cultural. Esto ha generado en los sistemas de transporte público que no se prepararon para atender más y más personas un caos total y una problemática mucho más allá de la prestación de un servicio.

En Barranquilla, durante años se ha utilizado el transporte urbano por la mayoría de sus ciudadanos, propios y extraños. Mediante buses, busetas y colectivos, millones se han transportado pero siempre con la dificultad típica de vehículos y un sistema de transporte penoso, no sólo por la estructura física sino por la estructura de pagos.

Hace unos años, en el 2010, fue inaugurado <sup>1</sup>Transmetro S.A.S., oficialmente Sistema Integrado de Transporte Masivo de Barranquilla y su Área Metropolitana, que propone mayor y mejor movilidad así como un sistema de recaudo que permite al usuario mediante tarjetas inteligentes previamente recargadas el acceso al sistema y personalizarlas.

Sin embargo, los escasos puntos para adquirir y recargar las tarjetas son hoy una problemática que no se ha podido superar, ya que en una ciudad de cerca de 1.800.000 habitantes y constituida en la más grande y cosmopolita de la costa Caribe colombiana, no es fácil acceder de una zona distante para simplemente comprar o recargar una tarjeta, además de lo engorroso que resulta.

---

<sup>1</sup> Recuperado el 28 de Junio de 2013 de la World Wide Web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Transmetro\\_de\\_Barranquilla](http://es.wikipedia.org/wiki/Transmetro_de_Barranquilla)

## **1.2. Formulación y Sistematización del Problema.**

**1.2.1. Formulación:** ¿Cómo permitirle al usuario del Sistema Integrado de Transporte Masivo de Barranquilla y su Área Metropolitana, además del transporte público en general, un modo de pago más práctico para el acceso al sistema?

**1.2.2. Sistematización:** La creación de aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas, ¿Permitirá al usuario del Sistema Integrado de Transporte Masivo de Barranquilla y su Área Metropolitana y transporte público en general un modo de pago más práctico?

Es un modo de pago más práctico dado que existe hoy día un avance significativo en informática que nos permite utilizar herramientas tecnológicas que puede satisfacer las necesidades, en este caso, de movilizarse y que a su vez posibilita diferenciarnos de la competencia.

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

### *Valor Económico Total.*

Partiendo del hecho que el valor económico total se entiende como aquel conjunto de atributos de nuestro producto que lo diferencian y hacen único frente a la competencia, podemos decir que el nuestro es facilidad, no solo es lo que nos diferencia, es lo que en realidad vendemos, así como las personas que piensa en comprar un inmueble para su hogar solo piensan es en la comodidad y el bienestar que les ofrece, nuestros clientes potenciales nos comprarán pensando en facilitarse la vida.

Proyectamos nuestro producto como el resultado del inminente avance tecnológico que vivimos y seguiremos viviendo a lo largo de los años, en eso radica nuestro valor económico total, en utilizar de manera responsable y estratégica todas las herramientas tecnológicas con las que contamos en aras de satisfacer una de las actividades diarias más realizadas por la humanidad; movilizarse.

A través de nuestro valor agregado diferenciador y generador de valor, estamos creando un escenario competitivo favorable para el crecimiento de nuestra marca, pues estamos alejándonos considerablemente de la competencia, haciendo que la innovación sea nuestro mejor aliado a la hora de entrar a competir en un mercado tradicionalmente dominado por métodos tradicionales como las tarjetas de Transmetro y dinero en efectivo.



**Imagen 1. Tarjeta inteligente “Transmetro”, dinero en efectivo.**

Se justifica este trabajo porque desea solucionar una problemática que cada día afecta a miles de personas en el distrito de Barranquilla, que tiene que ver con el recaudo utilizado por el sistema integrado de transporte masivo. Este sistema adolece de muchos puntos de recaudo lo que hace que las personas tengan que desplazarse a distancias considerables. Por otro lado el transporte público urbano, cuenta con muchas dificultades a la hora de recaudar el dinero en efectivo, cuando el pasajero ingresa al bus el conductor pierde mucho tiempo en cumplir con la labor de cobrar y devolver vueltos y en ocasiones pierde la concentración de lo que realmente es su trabajo que es prestar un servicio óptimo y llevar a los pasajeros a su destino final seguros y sin inconvenientes, por ello una aplicación como BQ Transpúblico solucionaría dicha problemática, ya que desde un teléfono inteligente o tableta se puede comprar el tiquete móvil y personas que tengan teléfonos multimedia con fotos para enviarle mensajes para visualizar el código QR.

Es así como BQ Transpúblico entra en un juego de competencia sustituta, donde a la final las marcadas tendencias de consumo de una población sedienta de tecnología determinarán qué tan rápido se posicionará nuestra marca en el mercado; de lo que sí estamos seguros es que dado las característica que nuestro producto ofrece tarde o temprano terminará satisfaciendo las necesidades aspiracionales a la hora de llevar a cabo actividades tradicionalmente estandarizadas.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. General.**

- Implementar el uso de una aplicación para teléfonos inteligentes que permita el pago de los tiquetes del transporte público masivo.

#### **3.2. Específicos.**

##### **Cualitativos**

- Determinar el comportamiento del consumidor ante la nueva alternativa del pago de los tiquetes usando el teléfono inteligente.

##### **Cuantitativos**

- Facilitar la operación de compra de los tiquetes del servicio de transporte público masivo a un 60% de la población de la ciudad de Barranquilla.
- Plantear una proyección financiera y un estado de resultados que permitan visualizar la viabilidad del proyecto

#### **4. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO**

La presente investigación tiene como delimitación geográfica al Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla, siendo esta la pionera en la costa caribe colombiana en implementar el sistema de transporte masivo y teniendo como forma de recaudo las tarjetas inteligentes. Por eso, el objetivo del trabajo es diseñar una forma de pago paralela a las tarjetas inteligentes y el dinero circulante. Esa forma de pago será la aplicación para teléfonos inteligentes y tabletas BQ Transpúblico. Para este estudio se autorizaron académicamente y de manera especial una condiciones de máximo 10 preguntas y solo 30 encuestas que no obedecen al rigor de una investigación de mercados formal pero no limita el alcance académico.

## 5. MARCOS DE REFERENCIA

### 5.1. Marco Teórico.

#### 5.1.1. El Marketing 2.0.

Así como ha existido el concepto de marketing en el ámbito de la administración de empresas desde hace algún tiempo, con el devenir de las nuevas tecnologías se viene acrecentando el uso del concepto de marketing 2.0 el cual pretende, entre otros;

“Ser una adaptación de la filosofía de la web 2.0 al marketing, se refiere a la transformación del marketing como resultado del efecto de las redes en Internet. Debe estar centrada en el público y debe existir una interacción entre la campaña de promoción y el público que la recibe y debe cumplir tres requisitos explicados en el manifiesto del marketing 2.0: debe existir un contenido atractivo y un entorno donde el público pueda recibir la información, tanto el contenido que se ofrece como el entorno deben tener interacción con el público, y por último, la campaña debe cumplir con el manifiesto del marketing 2.0”<sup>2</sup>.

En ese orden de ideas, el marketing 2.0 se puede comprender como la transformación del marketing como respuesta a los constantes cambios y avances en el mundo tecnológico que pretende conocer más de los actuales y potenciales clientes y/o usuarios, es decir, saber más sobre sus hábitos mediante la internet.

---

<sup>2</sup> Recuperado el 24 de Julio de 2013 de la World Wide Web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_2.0)

Es comprensible que hoy día se esté hablando de marketing 2.0, dado que internet llegó para quedarse y cambió las reglas de juego del marketing como lo conocemos. De hecho, las empresas poco a poco han tenido que actualizarse respecto a la adquisición de nuevas tecnologías así como esas nuevas tecnologías han tenido que desarrollarse de tal manera que tienen varios formatos para distintas necesidades como por ejemplo; no es igual navegar en iPhone que en un BlackBerry, por tanto, las aplicaciones utilizadas estarán hechas a la medida de las características de cada tecnología.

El marketing 2.0 permite llegar a más personas mediante la internet. Se pueden utilizar las redes sociales, blogs, e-mailings, dependiendo del mercado objetivo que se tenga, o en su defecto, todas las redes sociales que se deseen si es necesario y viable.

Asimismo, según Gálvez Clavijo, Ismael (2010) “Lo que realmente se está vendiendo a través de Internet es el servicio adicional que acompaña al producto tradicional. Con este ejemplo no solo queremos destacar la facilidad en el acto de la compra, ni simplificar que los beneficios de la compra por Internet se sometan a la reducción del tiempo que supone para el consumidor, sino mostrar la necesidad de la adquisición de nuevas técnicas para la venta y decisiones en nuestra estrategia de marketing mix”.

De la misma manera, dentro del marketing 2.0 podemos encontrar las aplicaciones, que son necesarias toda vez que se adaptan a los requerimientos de aparatos tecnológicos como laptop, teléfonos inteligentes, tabletas, juegos de vídeo, etc.

En conclusión, el marketing 2.0 permite el desarrollo de nuevas herramientas de venta y publicidad ya que con el adelanto tecnológico vienen nuevas formas de hacer negocio y llegarle al mercado objetivo que tenemos determinado.

De esta manera podemos generar penetración de mercado, toda vez que la demanda<sup>3</sup> de “*smartphones*” y “*tablets*” en Colombia ha ido en aumento progresivo, no siendo el distrito de Barranquilla una excepción, con lo cual se demuestra que la aplicación BQ Transpúblico es viable porque cubre una necesidad imperante, que es la de pagar cómodamente y sin restricciones un servicio que en este caso es el servicio de transporte público en la ciudad de Barranquilla.

## **5.2. Marco Histórico.**

### **5.2.1. Historia de las aplicaciones móviles.**

<sup>4</sup>Las aplicaciones móviles son programas que se pueden descargar y al que se puede acceder de manera directa desde algunos dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes o tabletas, entre otros.

<sup>5</sup>Las primeras aplicaciones móviles de las cuales se tiene conocimiento proceden de finales de los años 90s. Comenzaron utilizándose en agendas electrónicas, editores de ringtone, arcade games (máquinas recreativas de videojuegos), etc. Estas aplicaciones eran bastante simples y cumplían con funciones muy elementales.

<sup>6</sup>Las Apps (*Applications* = aplicaciones) evolucionaron en los últimos años debido especialmente a las innovaciones en tecnología WAP (*Wireless Application Protocol* = Protocolo de Aplicación Inalámbrica). Lo anterior aunado al desarrollo de la

---

<sup>3</sup> Lester .R. Bittel y Jackson.E. Ramsey (1988).La demanda de un producto concreto por parte de un consumidor consiste en una tabla de cantidades que adquirirían los consumidores a diversos precios.

<sup>4</sup> Recuperado el 19 de Julio de 2013 de la World Wide Web: <http://www.alertaenlinea.gov/articulos/s0018-aplicaciones-m%C3%B3viles-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-funcionan>

<sup>5</sup> Recuperado el 21 de Julio de 2013 de la World Wide Web: <http://leapp.wordpress.com/2012/04/30/historia-de-las-aplicaciones-moviles/>

<sup>6</sup> Recuperado el 22 de Julio de 2013 de la World Wide Web: <http://www.todopuebla.com/directorio/cenet/blog/7983>

transmisión de data EDGE (*Enhanced Data Rates for GSM Evolution* = Tasas de Datos Mejoradas para la evolución de GSM) mejoraron y ampliaron las posibilidades de descarga de mayores y mejores aplicaciones informáticas.

Asimismo, el fuerte desarrollo de la industria informática en los últimos 15 años ha permitido desarrollar un sinnúmero de herramientas tecnológicas que derivan necesariamente en el perfeccionamiento de múltiples aparatos que antes tenían funciones básicas y poco llamativas para el usuario.

Es así como la mejora en la producción de teléfonos celulares y tabletas permiten el avance en la creación de sistemas operativos compatibles con sistemas móviles a tal punto que hoy se imponen ante la sociedad como una necesidad, tanto desde el punto de vista del entretenimiento como de una utilidad importante para los usuarios más formales, es decir, usuarios que utilizan aplicaciones para desenvolverse en su diario vivir como es el caso del estudiante, el trabajador y en el caso de la presente investigación, para acceder al pago de transporte masivo, entre otros.

Ahora bien, para comprender mejor las aplicaciones en el mundo contemporáneo, es necesario comenzar con el iPhone, que fue el que revolucionó el mercado.

iPhone pertenece a la multinacional Apple Inc. que revolucionó el mercado con un sistema operativo llamado iPhone OS, hoy conocido como iOS. El iPhone vio la luz en el año 2007 y su sistema operativo llega con otras propuestas, entre las que se encuentra Android, la mayor competencia en sistemas operativos para iPhone.

De la misma manera como iOS y Android fueron desarrollándose, las demás empresas comenzaron a desarrollar sistemas operativos atractivos e innovadores

para el público. <sup>7</sup>Es el caso de Blackberry, BREW, Samsung Bada (que no es precisamente un sistema operativo, sino que es más cercano a una plataforma con un núcleo de arquitectura configurable), Palm OS, Nokia y Sony Ericsson junto a otras empresas aparecen con Symbian OS, entre otros.

Con ellos llega la posibilidad de descargar juegos, diseño, arte, noticias, fotografía, videos, música, GPS, estado de tráfico vehicular, estado del tiempo, libros y publicaciones científicas, entre otros.

En síntesis, hoy se puede bajar o descargar desde un simple juego para entretener a los niños y/o adultos, pasando por aplicaciones que permite montajes de fotos y videos hasta la descarga de un diccionario completo de la real academia de la lengua española y artículos de la escuela de negocios de la Universidad de Harvard. Sin embargo, todavía es mucho lo que se puede adicionar y mejorar a las aplicaciones móviles.

---

<sup>7</sup> Recuperado el 22 de Julio de 2013 de la World Wide Web:  
<http://www.todopuebla.com/directorio/cenet/blog/7983>

## 6. ASPECTOS METODOLOGICOS

### 6.1. Tipo de Investigación.

La investigación es de tipo descriptiva<sup>8</sup>, dado que tiene como objetivo conocer costumbres y situaciones predominantes que permitirás conocer de fuente primaria lo que desean los usuarios del sistema de transporte masivo de Barranquilla en lo que respecta a las diferentes formas de pago y así poderles ofrecer la alternativa brindada por Bq Transpúblico en sus aplicaciones para teléfonos inteligentes y tabletas.

### 6.2. Método.

El método utilizado es el método deductivo. Este considera que la conclusión necesariamente se halla implícita dentro de las premisas.

Se ha realizado por este método porque consideramos que permite desarrollar un plan de marketing que logra llegar al punto de posicionamiento de marca que necesitamos para BQ Transpúblico.

### 6.3. Población y Muestra.

<b>Tamaño del universo</b>	<b>1897</b>
<b>Tamaño de la muestra(N)</b>	<b>623</b>

<sup>8</sup> J.M. Rosenberg .(1989). Investigación que se vale de métodos y procedimientos científicos para recolectar datos que sirven para identificar, determinar y describir las características actuales de un mercado objetivo o una estructura de mercado.

<b>Error máximo aceptable (m)</b>	<b>4%</b>	
<b>% estimado de la muestra(p)</b>	<b>10%</b>	<b>90%</b>
<b>Nivel deseado de confianza(t)</b>	<b>95%</b>	

**Tabla 1. Población y Muestra.**

Para estimar el tamaño de muestra necesario para realizar una encuesta se aplicó la siguiente fórmula:  $N = \frac{t^2 \times p(1-p)}{m^2}$

Descripción:

**N** = tamaño de la muestra requerido

**t** = nivel de fiabilidad

**p** = prevalencia estimada

**m** = margen de error

El software utilizado para obtener la muestra es el software STATS tm proporcionado por el libro “Metodología de la Investigación” Editorial Mc Graw Hill de los autores Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. Se tuvo en cuenta un nivel de confiabilidad del **95%** y un margen de error del **4%**.

#### **6.4. Técnicas / Instrumentos:**

##### **<sup>9</sup>Encuesta.**

Esta encuesta tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias respecto a la aplicación que se está ofertando a través de ella; se determinó que el **mercado relevante** está compuesto por mujeres y hombres (solteros) que son empleados

<sup>9</sup> El instrumento elegido ha sido una encuesta, que puede ser consultada en el Anexo A (Pág. 84) del presente trabajo.

con un promedio de edad entre los 27 y 30 años que viven en estratos 2,3 y 4 de la ciudad de barranquilla, los cuales cumplen con las características siguientes:

SEXO	
HOMBRES	33%
MUJER	67%

**Tabla 2**

PROMEDIO DE EDAD	
HOMBRES	30
MUJER	27

**Tabla 3**

OCUPACION	
EMPLEADO	77%
ESTUDIANTE	23%
HOGAR	0
DESEMPLEADO	0

**Tabla 4**

ESTADO	
CASADO	17%
SOLTERO	67%
UNION LIBRE	13%
VIUDO	0%
SEPARADO	3%

**Tabla 5**

Sobre este mercado haremos énfasis en las promociones, dadas las características diseñaremos en su momento campañas BTL dirigidas a las empresas, para abordar el perfil definido por la investigación.

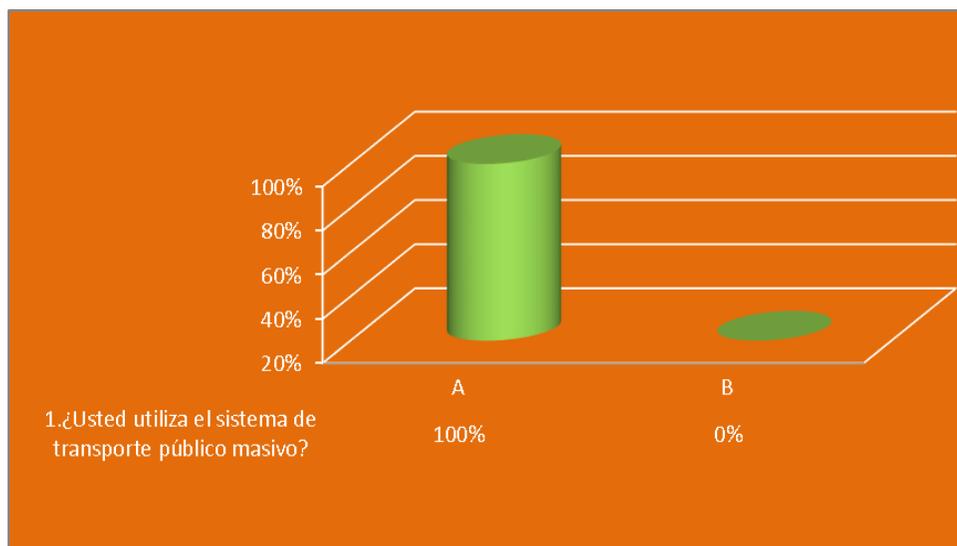
## 7. RESULTADOS ENCUESTA

Los resultados que brindó la encuesta, a continuación:

1. ¿Usted utiliza el sistema de transporte público masivo?

A	SI	100%
B	NO	0%

**Tabla 6.**

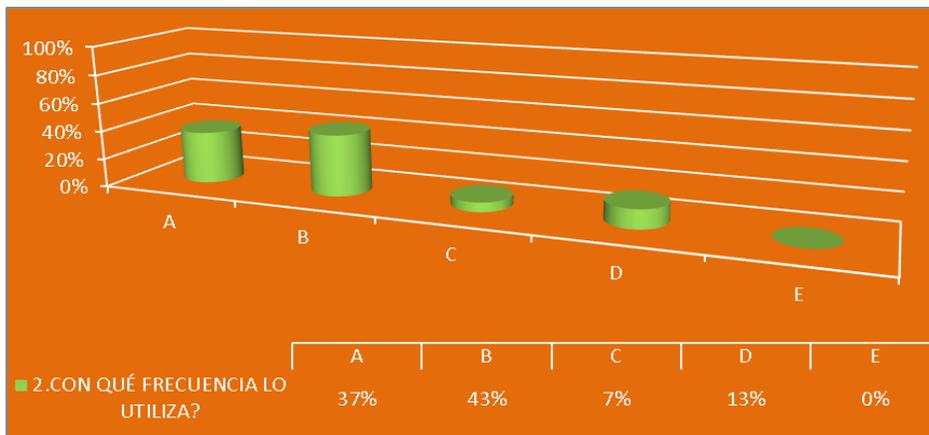


**Gráfica 1.**

2. ¿CON QUÉ FRECUENCIA LO UTILIZA?

A	TODOS LOS DÍAS	37%
B	DE LUNES A VIERNES	43%
C	LOS FINES DE SEMANA	7%
D	A VECES	13%
E	NO LO UTILIZA	0%

**Tabla 7.**

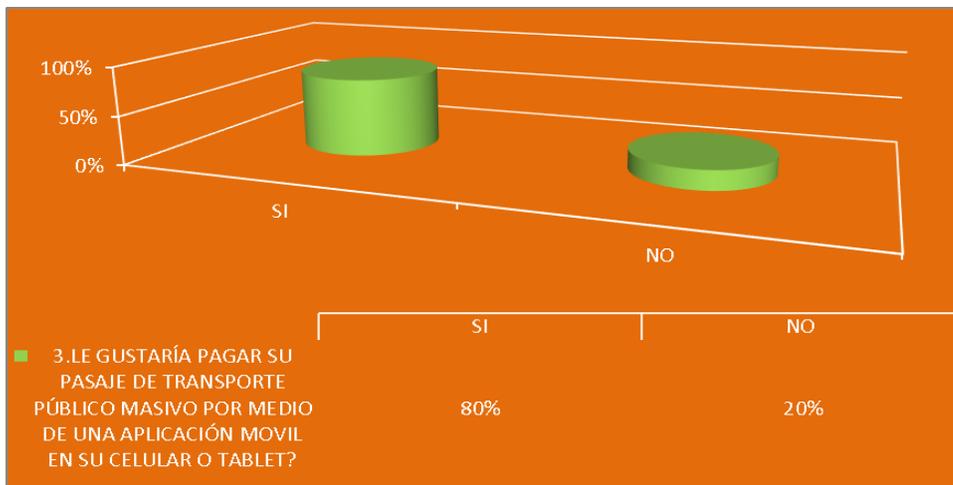


**Gráfica 2.**

**3. ¿LE GUSTARÍA PAGAR SU PASAJE DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO POR MEDIO DE UNA APLICACIÓN MOVIL EN SU CELULAR O TABLET?**

A	SI	80%
B	NO	20%

**Tabla 8.**

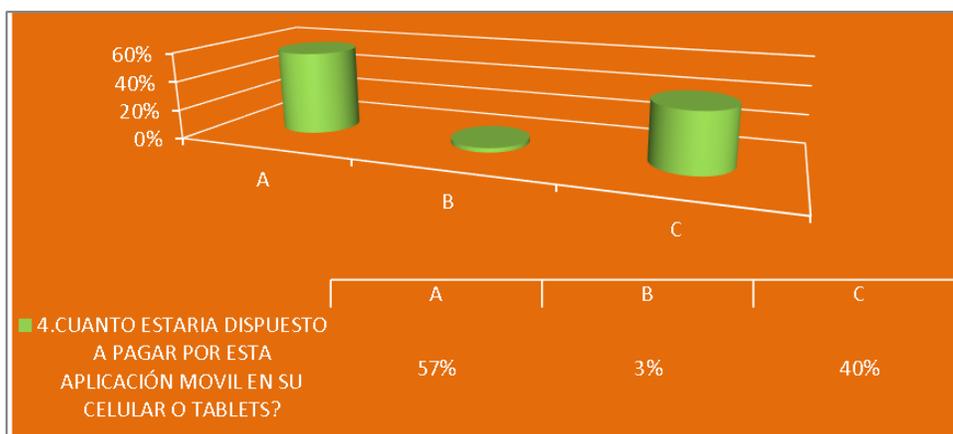


**Gráfica 3.**

**4. ¿CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR ESTA APLICACIÓN MOVIL EN SU CELULAR O TABLETS?**

A	ENTRE \$1000 Y \$2000	57%
B	ENTRE \$3000 Y \$5000	3%
C	GRATIS	40%

**Tabla 9.**

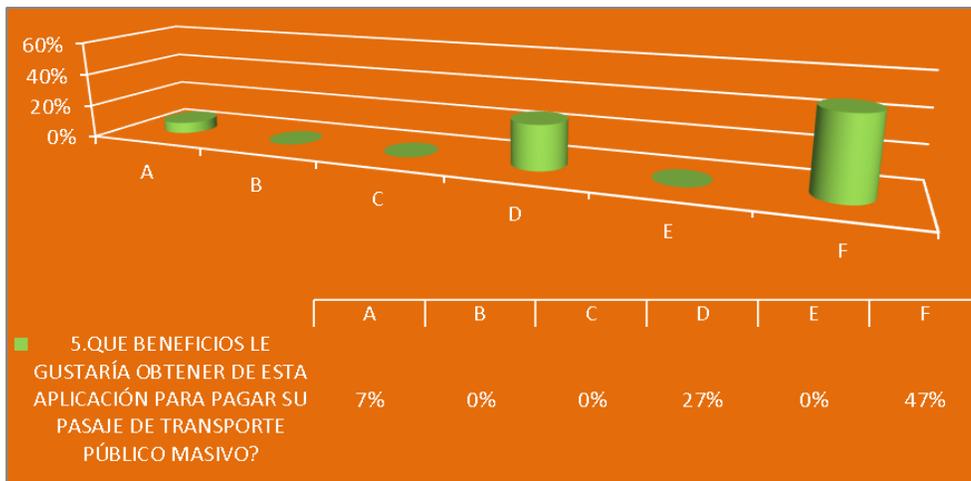


**Gráfica 4.**

**5. ¿QUÉ BENEFICIOS LE GUSTARÍA OBTENER DE ESTA APLICACIÓN PARA PAGAR SU PASAJE DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO?**

A	PAQUETES (semanales, mensuales)QUE OFREZCAN DESCUENTOS	7%
B	GPS PARA LAS RUTAS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO	0%
C	TRANSFERENCIAS DE PASAJES A OTRAS PERSONAS	0%
D	ADELANTAR SALDO PARA PASAJES	27%
E	RECIBIR PUBLICIDAD	0%
F	TODAS LAS ANTERIORES	47%

**Tabla 10.**

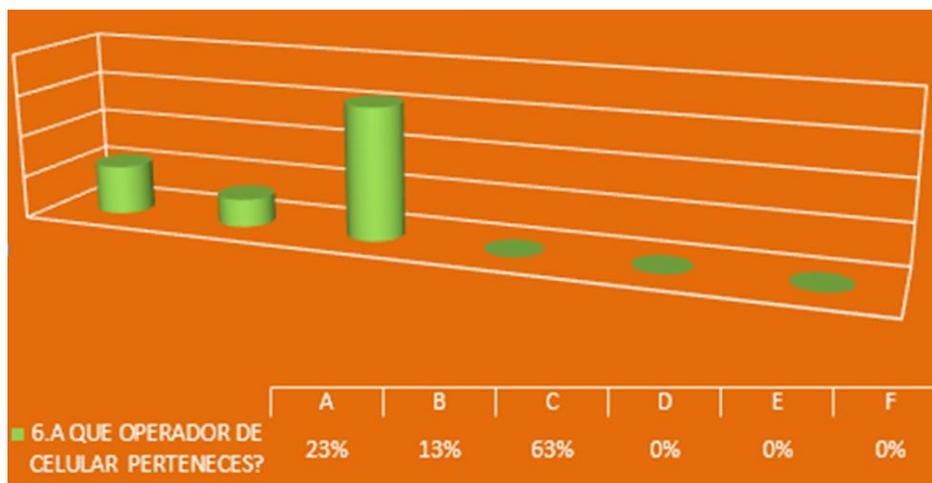


**Gráfica 5**

**6. ¿A QUÉ OPERADOR DE CELULAR PERTENECEZ?**

A	CLARO	23%
B	MOVISTAR	13%
C	TIGO	63%
D	UFF	0%
E	MÓVIL ÉXITO	0%
F	VIRGIN	0%

**Tabla 11**

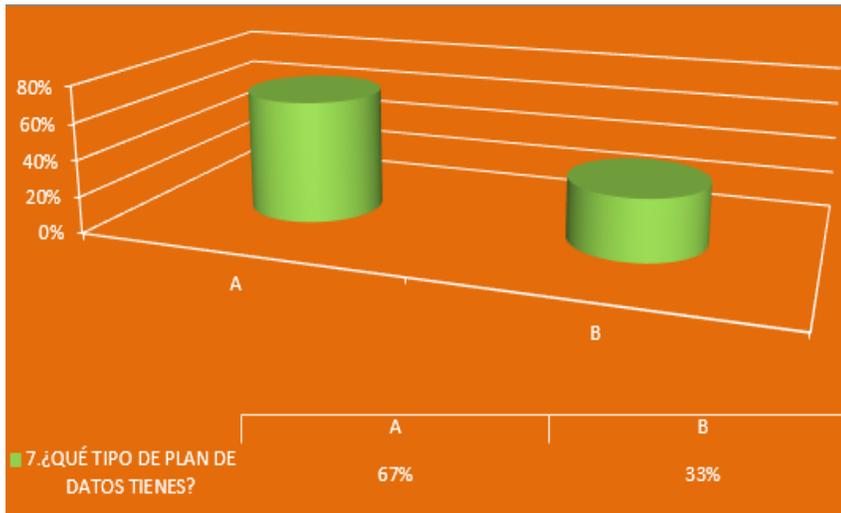


**Gráfica 6**

### 7. ¿QUÉ TIPO DE PLAN DE DATOS TIENES?

A	POSPAGO	67%
B	PREPAGO	33%

**Tabla 12.**



**Gráfica 7.**

#### 7.1. Interpretación de Resultados Encuesta.

La investigación realizada arrojó muchos resultados que nos permite enfocar mejor el plan de marketing y todo lo que conlleva las estrategias de marketing. De este modo podremos determinar qué posibilidades reales y/o viables tenemos para desarrollar BQ Transpúblico de acuerdo el mercado potencial.

Los resultados relevantes nos muestran que,

- El 100% de los encuestados admiten tener como medio de transporte en la ciudad de Barranquilla al sistema de transporte público masivo, lo que vislumbra muchas posibilidades para BQ Transpúblico, ya que aunque esté diseñado para el transporte público en general, Transmetro es quien brinda hoy por hoy el acceso al transporte público vía recaudo electrónico.

- Respecto a la frecuencia con que es utilizado el sistema de transporte público masivo, se nota un uso constante por los usuarios teniendo de lunes a viernes un 43% de personas que lo utilizan seguido por un 37% que lo utiliza todos los días. Asimismo un 13% admite utilizar el sistema eventualmente y un 7% los fines de semana.
- El 80% de los encuestados admitieron su deseo de poder pagar su pasaje de transporte público mediante una aplicación móvil en su teléfono inteligente o su tableta. De la misma manera, un 20% dice no querer pagar su pasaje mediante una aplicación para celular o tableta.
- Sobre la pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta aplicación móvil en su celular o tableta? el 57% estaría dispuesto a pagar hasta \$2000 por la descarga de la aplicación, siendo esta nuestra media para poner como precio final de la descarga. Igualmente, el 40% expresó quererla gratis mientras el 3% estaría dispuesto a pagar hasta \$5000.
- Sobre ¿qué beneficios le gustaría obtener de esta aplicación para pagar su pasaje de transporte público masivo?, el 47% respondió querer todas las opciones brindadas, tales como descuentos, GPS para las rutas del sistema, adelantar saldos para pasajes, poder realizar transferencias de pasajes a otras personas, etc.
- En relación a qué operador pertenecen, los encuestados respondieron así: a la empresa Tigo pertenece un 63%, seguida por Claro con un 23% y un 13% de la multinacional española Movistar.
- Finalmente, el 67% expresa tener un plan de datos en forma pospago mientras el 33% restante dice tener un plan de datos prepago.

## 8. CONCLUSIONES

Las siguientes son las principales conclusiones derivadas del presente estudio, que pretende simplificar el proceso de compra de tiquetes y disminuir el tiempo de acceso a las terminales y paraderos de buses.

- Todos los encuestados tienen como medio de transporte el sistema masivo de transporte público, algunas veces ocasional, pero en la mayoría de veces de lunes a viernes y/o todos los días, lo que proyecta aún más nuestro producto BQ Transpúblico y lo hace una necesidad.
- Al ser Barranquilla una ciudad de aproximadamente 1.800.000 habitantes y tener un extensión geográfica que la hace la ciudad más grande de la costa caribe colombiana, se hace imperiosa la necesidad de acceder a un servicio como el que brinda BQ Transpúblico, ya que permite descongestionar los puntos de recaudo y ante todo ahorra tiempo a los usuarios del sistema de transporte público.
- Teniendo en Colombia una alta tasa de ventas de teléfonos inteligentes y tabletas, nuestro producto BQ Transpúblico se hace un referente en lo que respecta a modalidades para pago de pasajes de transporte público porque reduce sustancialmente el tiempo que los usuarios utilizan para recargar sus tarjetas y les evita la incomodidad de las filas y de trasladarse a un lugar específico donde se haya establecido el recaudo.
- Comprendiendo que la tecnología avanza a pasos agigantados y que hoy en día se hace indispensable incorporarla a nuestro diario vivir, se vuelve casi un imperativo que las empresas y la sociedad en general pongan a disposición de los individuos sistemas tecnológicos que le permitan a la población tener mejor calidad de vida. Estos sistemas tendrán que procurar con disminuir el tiempo que una persona necesite para, por ejemplo, pagar un servicio desde el lugar donde se encuentre, como lo han hecho los bancos con los servicios de internet. Sin embargo, en lo referente al pago

del acceso al transporte público todavía es necesario caminar hacia un punto de recaudo para recargar la tarjeta inteligente, lo que hace de BQ Transpúblico un producto invaluable.

- Finalmente, la expansión que viene presentando el sistema masivo de transporte público y el transporte público en general en la ciudad de Barranquilla es una invitación a generar nuevas posibilidades de negocio alrededor de ellos, lo que hace para BQ Transpúblico una oportunidad de oro para crecer conforme crece una ciudad y una región pujante como Barranquilla y la costa caribe colombiana.

## 9. MONITOREO AMBIENTAL

Con la intención de posicionar nuestro producto de una mejor manera en el mercado, somos conscientes que existen diversos factores externos que no podemos controlar, pero que si tenemos conocimiento de ellos, vamos a estar en capacidad de adaptarnos de una mejor manera para sacar el mejor provecho, de ahí la importancia de hacer un monitoreo ambiental adecuado antes de lanzar al mercado cualquier producto; para ello hemos realizado un proceso de recopilación de información que nos permitió reconocer cuáles son esos factores que pueden afectar de manera directa el buen posicionamiento de nuestro producto en el mercado, el análisis de dicha investigación determinará en gran parte el éxito de nuestro producto, pues de esta manera garantizaremos tácticas comerciales coherentes a las tendencias propias del mercado.

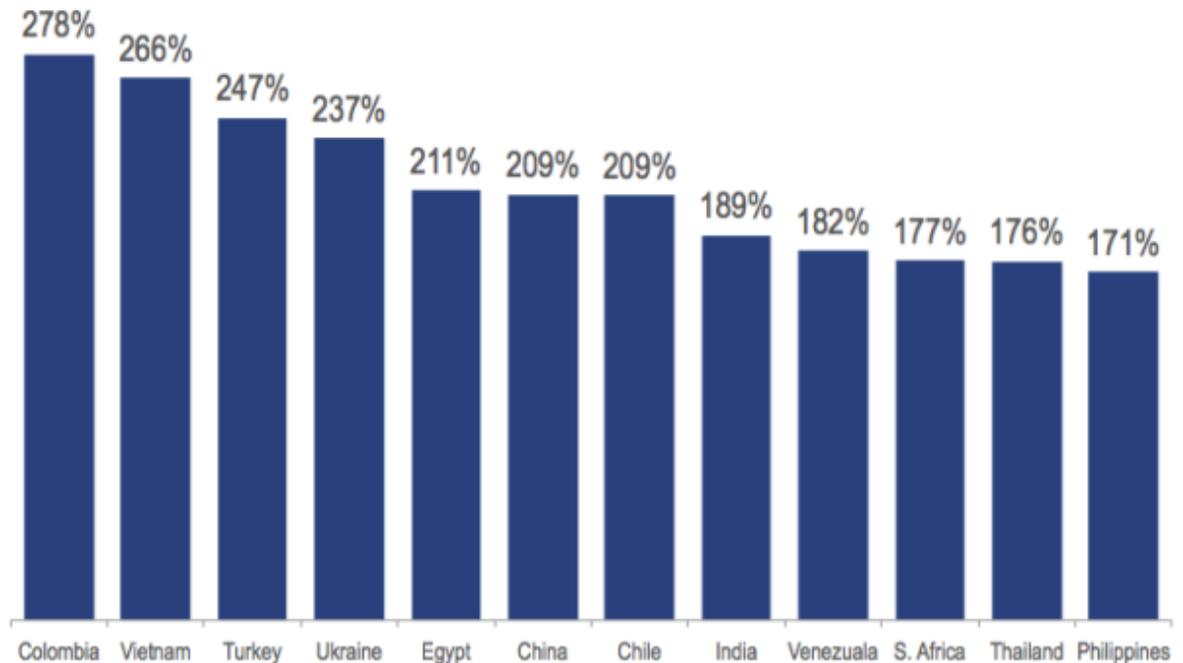
Por medio de dicho proceso de recopilación de información, pudimos detectar cuatro tendencias determinantes a la hora de estudiar la viabilidad comercial de nuestro producto; la primera tendencia consiste en el marcado aumento en las ventas de Smartphone y tabletas en el país, y en los pronósticos que al finalizar este año los estándares nacionales se igualaran a los internacionales, los cuales están cerca de una penetración del 50% del mercado.

Según Flurry Mobile <sup>10</sup>, nuestro país lidera en tasa de adopción de móviles basados en Android y iOS.

---

<sup>10</sup> Tomado de cifras divulgadas por el periódico El Tiempo de Bogotá, de circulación nacional. Recuperado el 10 de abril de 2013 de la World Wide Web: [http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12604488.html](http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12604488.html)

## Fastest Growing iOS & Android Markets by Active Devices (%)



Source: Flurry Analytics, January 2012 – January 2013, countries with at least 500,000 active devices as of January 2012

### Grafica 8.

La consultora Flurry Mobile reveló su más reciente informe sobre el crecimiento de “Smartphone” y tabletas a nivel mundial en el que Colombia quedó en primer lugar como el país que más rápido adopta el uso de móviles basados en los sistemas iOS y Android, por encima de Vietnam, Turquía, Ucrania, Egipto, China, Chile e India, entre otros.

Según el informe, el cual analizó el comportamiento de países en donde se hayan activado más de 500.000 dispositivos móviles inteligentes en el último año, Colombia ocupó el primer puesto con un crecimiento de activaciones de estos aparatos de un 278%. Esto nos habla de un incremento considerable de nuestro mercado potencial.

Por otro lado detectamos un acelerado crecimiento en el parque automotor en el distrito de Barranquilla, lo cual nos invita a pensar en posibles medidas políticas para mitigar los problemas de movilidad en la ciudad; Satisfaciendo la necesidad de uso de nuestro producto en los no clientes actuales de nuestra competencia sustituta.

Según el DANE <sup>11</sup>, en el primer trimestre de 2012 el parque automotor de transporte urbano de pasajeros que prestó efectivamente el servicio aumentó 0,2% en comparación con el mismo período de 2011.

Asimismo, en las 8 áreas metropolitanas y 15 ciudades analizadas, el número de pasajeros reportados por las empresas transportadoras aumentó en 1,1%.

**Comportamiento del transporte, en 8 áreas metropolitanas y 15 ciudades  
I trimestre (2011 – 2012)<sup>p</sup>**

Tipo de vehículo	Variables	I Trim 2011	I Trim 2012 <sup>p</sup>	Variación % Anual
	Promedio mensual de vehículos afiliados	46.285	45.081	-2,6
<b>Total</b>	Promedio mensual de vehículos en servicio	39.164	39.240	0,2
	Pasajeros transportados (miles)	956.091	966.152	1,1

FUENTE: DANE – ETUP  
p Cifras preliminares

**Tabla 13.**

**Estadísticas del área metropolitana de Barranquilla.**

El parque automotor activo del sistema Transmetro registró un incremento anual de 95,7% al pasar de 92 a 180 vehículos en servicio. Así mismo, el total de pasajeros transportados por el sistema presentó un incremento de 182,8%.

<sup>11</sup> Recuperado el 20 de junio de 2013 de la World Wide Web: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/transporte/cp\\_trans\\_urbano\\_ltrim12.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/transporte/cp_trans_urbano_ltrim12.pdf)

Por su parte, los modos de transporte urbano tradicional de pasajeros (buses, busetas y microbuses - colectivos) transportaron un total de 70,5 millones de personas, que equivale a 91,3% del total de usuarios de la ciudad. Con respecto al primer trimestre de 2011, el promedio mensual de vehículos en servicio y el total de pasajeros transportados decrecieron 6,0% y 3,3%, respectivamente.

De igual manera vemos que existe una marcada tendencia de disminución en las tarifas de internet móvil en el país, cada vez es más fácil adquirir este servicio, incluso si contamos con un sistema prepago de telefonía móvil, lo cual aumentará nuestro mercado potencial. Por último observamos muy claramente la tendencia de aumento en el transporte público masivo en la ciudad de Barranquilla, tal cual su nombre lo dice, la intención es masificar el servicio a todos los rincones de nuestra ciudad, lo cual contribuirá a la obtención de nuevos clientes que no usaban el servicio por su cubrimiento.

Luego de pronosticar las tendencias y posteriormente unificarlas vemos nuestro producto muy bien posicionado en un mercado cada vez más tecnificado y necesitado de tiempo y transporte de calidad.

## 10.PLAN DE MARKETING <sup>12</sup>

### **PRODUCTO:**

**NOMBRE O MARCA:** Bq Transpúblico.

**SLOGAN:** Tú Tiquete Móvil.

### **Misión**

Somos una empresa prestadora de servicios tecnológicos direccionada a facilitar el acceso al servicio de transporte público masivo en la ciudad de Barranquilla

### **Visión**

Nos proyectamos en un periodo de cinco años como un Servicio especializado en la facilitación de la compra de tiquetes móvil del transporte público masivo en la ciudad de Barranquilla y la región Caribe.

### **Diagnóstico.**

**Análisis de la Situación: Factores del Macroambiente Externo.**

### **Demografía.**

Barranquilla, es la capital del departamento colombiano del Atlántico. Está ubicada sobre la margen occidental del río Magdalena a 7,5 km de su desembocadura en el mar Caribe. En 1993 fue organizada constitucionalmente en distrito especial, industrial y portuario. Es uno de los puertos marítimos y fluviales más importantes

---

<sup>12</sup> J.M. Rosenberg (1989) Proceso de planear y ejecutar la fijación de precios, promoción, producción y distribución de productos, servicios e ideas con el fin de realizar intercambios que satisfagan a la empresa y sus clientes.

y activos de Colombia, y el principal centro comercial, industrial, cultural y educativo de la Región Caribe colombiana.

De acuerdo con el censo realizado por el DANE <sup>13</sup> en 2005, ajustado a 30 de junio de 2007, la población de Barranquilla es de 1 186 640 personas y 1 897 989 en su área metropolitana, que la convierten en la ciudad más poblada de la Costa Caribe colombiana, y la cuarta de la nación después de Bogotá, Medellín y Cali.

Aproximadamente 1.144.470 personas viven en la cabecera distrital y 4.036 en la zona rural. La densidad poblacional es de 6.918,71 habitantes por kilómetro cuadrado. El 47,5% de la población es de sexo masculino y el 52,5% restante de sexo femenino.

Asimismo, respecto a la demografía en toda Colombia, tenemos que:

- La población total de Colombia es de 46.772.034 habitantes, de los cuales el 10% aproximadamente (4.677.203), tienen un “*Smartphone*” y el 21% tiene acceso al servicio de internet.
- Para el año 2012 la industria espera que las ventas de teléfono inteligentes lleguen a los indicadores internacionales que se encuentran en un 50%, no obstante la penetración de “*Smartphone*” solo llega al 7% en Colombia, esta cifra llegaría a 12% al cierre del año.
- Facilitar el acceso al sistema de Transmetro en un 40% de la población de la ciudad de Barranquilla específicamente a trabajadores y estudiantes y cualquier persona que tenga un “*smartphone*”.

Solo 2,9% de barranquilleros usan Transmetro. Los barranquilleros continúan usando el sistema tradicional de transporte urbano, según las cifras divulgadas

---

<sup>13</sup> Recuperado el 19 de Julio de 2013 de la World Wide Web: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/Estima\\_municipales\\_06\\_07.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/Estima_municipales_06_07.pdf)



- ❖ 238 buses vinculados a la flota: 73 articulados, 79 padrones y 86 busetones.
- ❖ 3 Rutas Troncales: R1-S1, B1-S2 y R2-B2.
- ❖ 21 Rutas Alimentadoras: 6 en Soledad y 15 en Barranquilla.
- ❖ 2 Rutas de Refuerzo: A8-4 Coliseo (refuerza A8-3 Prado) y A9-3 Buenavista (refuerza A9-2 La Playa).
  - 1 Ruta Troncoalimentada Expresa: R30-H30.
  - 1 Ruta Expresa: S10-R10.
  - 15 estaciones intermedias en Troncales.
  - 2 Troncales: Murillo y Olaya Herrera.
  - 2 Portales: de Soledad y de Barranquillita (este último en construcción).
  - 1 estación de Retorno: Joe Arroyo.
  - 14 kilómetros en rutas troncales.
  - 190 kilómetros en Rutas Alimentadoras.
  - 566 paraderos de rutas alimentadoras.
  - 51 puntos de recarga aprobados por Transmetro.

### **Rutas Alimentadoras.**

Las rutas alimentadoras operan con buses tipo padrón y busetón. Estos servicios se integran a las rutas troncales a través de las estaciones del Sistema o de paraderos cercanos a estas, llevando a los ciudadanos desde los barrios más lejanos para que hagan el transbordo a los servicios troncales sin ningún costo.

Rutas	Paraderos
A0-1 Centro	
A1-2 Las Palmas	
A1-3 Galán	
A2-1 Hipódromo	
A3-1 Villa Katanga	
A3-2 Soledad 2000	
A3-3 Manuela Beltrán	
A3-4 Villa Sol	
A5-1 Los Robles	
A5-3 La Central	
A6-1 Cordialidad	
A6-2 San Luis	
A6-6 Ciudadela	
A7-1 Miramar	
A7-4 Los Andes	
A7-5 Boston	
A8-1 Paraíso	
A8-2 Vía 40	
A8-3 Prado	
A8-4 Coliseo	
A9-2 La Playa	
A9-3 Buenavista	
A9-4 Villa Santos	
U30 Corredor Universitario	

**Tabla 14.**

**Rutas Troncales.**

Estos servicios transitan por el carril Sólo Bus (exclusivo) de las troncales Murillo y Olaya Herrera. Estas rutas operan para llevar a los ciudadanos a las diferentes estaciones y portales con los que cuenta el Sistema Masivo. Actualmente, Transmetro tiene tres (3) rutas troncales que comunican al Portal de Soledad con el Centro y el Norte de la Ciudad, y otra que comunica al Centro con el Norte.

Rutas	Paraderos
B1	
B2	
R1	
R2	
S1	
S2	

**Tabla 15.**

### **Rutas Expresas.**

Estos servicios sirven para que los ciudadanos lleguen a sus lugares de destino de una manera más rápida. Estas rutas operan en las horas picos y se detienen en algunas estaciones para agilizar la movilización de usuarios en el Sistema de un extremo a otro de las troncales.

<b>Rutas</b>	<b>Paraderos</b>
H30	
R10	
R30	
S10	

**Tabla 16.**

### **Empresas: SOBUSA**

#### **INFORMACIÓN**

Nombre Oficial: Sociedad de Transportadores Urbanos del Atlántico S.A.

NIT: 890.111.966-5

Dirección: Calle 65 (Avenida Murillo) # 3 – 75, La Central (Soledad)

Teléfono: (5) 328 23 19.

#### **RUTAS QUE OPERA ESTA EMPRESA**

##### **Corrientes**

##### **Código    Nombre**

B18 Granabastos – Tcherassi – Galán – Vía 40 – Urbaplaya

C11 Granabastos – K14/15 – Silencio – Uninorte

C12 Vivero Paraíso

C13 K50 Batallón Paraíso

C14 K54 Uninorte

C16 Granabastos Calle 72 Uninorte

## **Especiales**

### **C14B K54 Uninorte 3 Picas**

#### **Detalle de rutas:**

#### **Ruta B18 “Tcherassi Galán Vía 40”**

Granabastos – Las Moras – Avenida Circunvalar – Ciudadela 20 De Julio – Avenida Las Torres – Galán – Las Palmas – La Magdalena – Cevillar – Avenida Cordialidad – Centro – Iglesia Guadalupe – Vía 40 – Las Flores – Urbaplaya – Adelita De Char.

Ruta de Sobusa que parte desde el sector de Granabastos, y conecta al occidente de Soledad y sur de Barranquilla con barrios como Las Palmas, Cevillar, Modelo, el centro de la ciudad, la zona industrial de la Vía 40 y el corregimiento de La Playa. En su recorrido se encuentran el Estadio Metropolitano, el Conjunto Multifamiliar los Cocos, el Parque Almendra y la Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe.

#### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Avenida Murillo (Calle 65, Calle 63) ]] → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) → Calle 47 → Carrera 1 → Calle 49 → Carrera 2F → Carrera 1E → Calle 46 → Avenida Las Torres (Carrera 1) → Soledad [[ Avenida Las Torres (Carrera 42) → Calle 55E ]] → Calle 37C → Carrera 2 → Calle 37 → Calle 37C → Carrera 6B → Calle 36B → Carrera 14 → Avenida Cordialidad → Carrera 30 → Calle 38 → Carrera 44 → Calle 30 → Vía 40 → Calle 45 → Carrera 54 → Calle 52 → Carrera 66 → Calle 66 → Vía 40 → Prolongación a La Playa → La Playa [[ Carrera 10 → Urbanización Adelita de Char → Carrera 10 ]] → Prolongación a La Playa → Vía 40 → Calle 66 → Carrera 66 → Calle 52 → Carrera 54 → Vía 40 → Carrera 45 → Calle 37 → Carrera 27 → Calle 38 → Carrera 21 → Calle 40B → Carrera 19 → Calle 46 → Carrera 14 → Calle 36B → Carrera 6B → Calle 37C → Calle 37 → Carrera 2 → Calle 37C → Soledad [[ Calle 55E → Avenida Las Torres (Carrera 42) ]] →

Avenida Las Torres (Carrera 1) → Calle 46 → Carrera 1E → Carrera 2F → Calle 49 → Carrera 1 → Calle 47 → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) Sentido Este Oeste → Calle 69 → Puente Los Almendros → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) Sentido Oeste Este → Soledad [[ Avenida Murillo (Calle 63, Calle 65) ]] → NEVADA.

### **Ruta C11 “Granabastos Silencio Uninorte”**

Granabastos – Las Moras – Simón Bolívar – Las Nieves – Los Andes – El Silencio – U/Metropolitana – Buenavista – Corredor Universitario – La Playa.

Ruta operada por la empresa Sobusa. Parte desde la nevada en el municipio de Soledad y recorre barrios como Simón Bolívar, Cevillar, Los Andes y El Silencio, hasta llegar al corregimiento de La Playa. En su trayecto también se encuentran, entre otros, la Universidad Metropolitana, el Centro Comercial Buenavista y el Corredor Universitario.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Avenida Murillo → Avenida Circunvalar ]] → Calle 19 → Carrera 8 → Calle 17 → Carrera 15 → Calle 30 → Carrera 15B → Carrera 14 → Calle 60 → Carrera 20 → Calle 53D → Carrera 25 → Calle 57 → Carrera 27 → Calle 74B → Carrera 26C7 → Calle 79A → Carrera 34 → Calle 76 → Carrera 42F → Calle 79 → Carrera 43 → Calle 93 → Calle 94 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Corredor Universitario → La Playa [[ Calle 14 → Carrera 10 → Adelita de Char → Carrera 10 → Calle 14 ]] → Corredor Universitario → Carrera 51B → Calle 93 → Carrera 49C → Calle 82 → Carrera 42F1 → Carrera 42F → Calle 76 → Carrera 38 → Calle 79A → Carrera 26C7 → Calle 74B → Carrera 27 → Calle 57 → Carrera 25 → Calle 53D → Carrera 20 → Calle 60 → Carrera 14 → Calle 30 → Carrera 15 → Calle 17 → Calle 19 → Soledad [[ Avenida Circunvalar → Avenida Murillo ]] → NEVADA.

### **Ruta C13 “K50 Batallón Paraíso”.**

Granabastos – Las Moras – Avenida Circunvalar – Simón Bolívar – Calle 17 – Centro – Catedral – Carrera 53/50 – Calle 79 – Paraíso – Vía 40 – Zoológico – Bellavista – Universidad Simón Bolívar.

Ruta de la empresa Sobusa que parte desde la nevada en el municipio de Soledad y recorre sectores como Simón Bolívar, Rebolo, el Prado, Paraíso, la Vía 40 y el Zoológico. De regreso se encuentran la CUC y el Barrio Abajo.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Avenida Murillo → Avenida Circunvalar ]] → Calle 19 → Carrera 8 → Calle 17 → Carrera 38 → Calle 38 → Carrera 43 → Calle 53 → Carrera 53 → Calle 70 → Carrera 50 → Calle 79 → Carrera 60 → Calle 80 → Vía 40 → Calle 76 → Carrera 62 → Calle 68 → Carrera 66 → Calle 58 → Carrera 54 → Avenida Murillo → Carrera 45 → Calle 47 → Carrera 44 → Calle 37 → Carrera 38 → Calle 17 → Calle 19 → Soledad [[ Avenida Circunvalar → Avenida Murillo ]] → NEVADA

### **Ruta C14 “Kra 54 Uninorte”**

Granabastos – Las Moras – Avenida Circunvalar – Simón Bolívar – Calle 17 – Centro – Catedral – Carrera 54 – El Prado – Villa Country – Carrera 53 – Buenavista – Corredor Universitario – La Playa

Ruta de Sobusa que parte desde la nevada por el sector de Granabastos. Conecta a parte del municipio de Soledad y el suroriente de Barranquilla con el Corredor Universitario y el corregimiento de La Playa.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Avenida Murillo (Calle 65, Calle 63) → Avenida Circunvalar (Carrera 28, Transversal 41) ]] → Calle 19 (Boulevard de Simón Bolívar) → Calle 17 → Carrera 38 → Calle 38 → Carrera 45 → Calle 53 →

Carrera 54 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Corredor Universitario → La Playa [[ Calle 14 → Carrera 10 → Urbanización Adelita de Char → Carrera 10 → Calle 14 ]] → Corredor Universitario → Carrera 51B → Calle 75 → Carrera 54 → Calle 54 → Carrera 44 → Calle 40 → Carrera 38 → Calle 17 → Calle 19 (Boulevard de Simón Bolívar) → Soledad [[ Avenida Circunvalar (Transversal 41, Carrera 28) → Avenida Murillo (Calle 63, Calle 65) ]] → NEVADA.

### **Ruta C14B “Kra 54 Uninorte 3 Picas”**

Granabastos – Las Moras – Avenida Circunvalar – Simón Bolívar – Calle 17 – Centro – Catedral – Carrera 54 – El Prado – Villa Country – Carrera 53 – Buenavista – Corredor Universitario – Villa Campestre

Variante de la ruta C14 “Kra 54 Uninorte” de Sobusa, el cual se desvía hacia el barrio Villa Campestre, el sector de 3 Picas y finalizando en la UniAtlántico.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Avenida Murillo (Calle 65, Calle 63) → Avenida Circunvalar (Carrera 28, Transversal 41) ]] → Calle 19 (Boulevard de Simón Bolívar) → Calle 17 → Carrera 38 → Calle 38 → Carrera 45 → Calle 53 → Carrera 54 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Puerto Colombia [[ Corredor Universitario → Calle 133 (Avenida Las Dunas) → Avenida Los Cocos → Calle 133 (Avenida Las Dunas) → Carrera 56 (Avenida Los Robles) → Calle 135 → Corredor Universitario → Rotonda Uniatlántico → Corredor Universitario]] → Carrera 51B → Calle 75 → Carrera 54 → Calle 54 → Carrera 44 → Calle 40 → Carrera 38 → Calle 17 → Calle 19 (Boulevard de Simón Bolívar) → Soledad [[ Avenida Circunvalar (Transversal 41, Carrera 28) → Avenida Murillo (Calle 63, Calle 65) ]] → NEVADA.

## **Empresas: COOCHOFAL**

### **INFORMACIÓN**

Nombre Oficial: Cooperativa de Choferes Transportadores del Atlántico Ltda.

NIT:890.102.561

Dirección:Calle 65 # 5E – 65, La Central (Soledad)

Teléfono: (5) 328 26 97

### **RUTAS QUE OPERA ESTA EMPRESA**

#### **Corrientes**

Código      Nombre

301 K20 Cordialidad

310 San Luis Santa María

A15 Soledad 2000 – Calle 30 – Carrera 43 – Calle 84 – Zoológico

C2 Almendros – Conidec – Campito – Calle 30 – Mercado

C4 Calle 72 Vía 40

#### **Especiales**

A15B Almendros – Victoria – Carrera 43 – Calle 84 – Zoológico

K2 Tcherassi

K8 Carrizal

K14 Las Américas

#### **Ruta 301 “K20 Cordialidad”**

7 De Abril – Santo Domingo De Guzmán – Avenida Cordialidad – Carrera 20 – Boyacá – Calle 30 – Mercado Público.

Ruta operada por Coochofal. Conecta a barrios como Siete de Abril y Santo Domingo de Guzmán con la Avenida Cordialidad, el Centro y el Mercado Público.

**RECORRIDO:**

NEVADA → Calle 51B → Carrera 8 SUR → Calle 68 → Calle 66 → Carrera 2 → Calle 90 → Avenida Cordialidad → Carrera 19 → Calle 44 → Carrera 20 → Calle 30 → Carrera 45 → Calle 30 → Carrera 20 → Calle 44 → Carrera 19 → Avenida Cordialidad → Calle 90 → Carrera 2 → Calle 66 → Calle 68 → Carrera 8 SUR → Calle 51B → NEVADA.

**Ruta 310 “San Luis Santa María”**

La Central – Las Moras – Estadio – Avenida Circunvalar – San Luis – Santa María – Avenida Cordialidad – Calle 38 – Centro.

Ruta de Coochofal que parte desde el barrio Don Bosco IV en el sur-occidente de Soledad, uniendo este sector con los barrios San Luis, Santa María, la avenida Cordialidad y el centro de Barranquilla. En su recorrido se encuentran el Parque Almendra Tropical y almacenes como Éxito y Supertiendas Olímpica.

**RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Diagonal 77 → Transversal 1 → Diagonal 74 → Transversal 1A3 → Diagonal 72 → Carrera 2 → Calle 72 → Carrera 4 → Avenida Murillo ]] → Avenida Circunvalar → Carrera 4 SUR → Calle 91 → Carrera 2 SUR → Calle 90 → Avenida Cordialidad → Calle 38 → Carrera 40 → Calle 39 → Avenida Cordialidad → Calle 91 → Carrera 4 SUR → Avenida Circunvalar Sentido Sur Norte → Puente La Cordialidad → Avenida Circunvalar Sentido Norte Sur → Soledad [[ Avenida Murillo → Carrera 4 → Calle 72 → Carrera 2 → Diagonal 72 → Transversal 1A3 → Diagonal 74 → Transversal 1 → Diagonal 77 ]] → NEVADA.

**Ruta A15 “Soledad 2000 Kra 43 Calle 84”**

T/Transportes – Ciudadela Metropolitana – Soledad 2000 – Calle 30 – Hospital Barranquilla – Calle 38 – Carrera 43 – Calle 84 – Zoológico – Calle 76.

Ruta operada por Coochofal. Parte desde la nevada en el barrio La Central, y conecta a el sector de Soledad 2000 con la Calle 30, la Carrera 43, la Calle 84 y el Zoológico.

**RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Avenida Murillo → Rotonda Granabastos → Avenida Murillo → Carrera 15 → Calle 54 → Carrera 8 → Calle 52 → Carrera 11 → Calle 43 → Carrera 14 → Calle 41 → Carrera 17 ]] → Calle 30 → Carrera 33 → Calle 38 → Carrera 38 → Calle 50 → Carrera 43 → Calle 84 → Carrera 65 → Calle 81B → Carrera 64 → Carrera 60 → Calle 77 → Vía 40 → Calle 76 → Carrera 44 → Calle 54 → Carrera 38 → Calle 30 → Soledad [[ Carrera 17 → Calle 41 → Carrera 14 → Calle 52 → Carrera 8 → Calle 54 → Carrera 15 → Avenida Murillo ]] → NEVADA.

**Ruta C2**

Los Almendros – Conidec – Ciudadela 20 De Julio – Carrizal – Carrera 8 – El Campito – La Unión – Calle 30 – Mercado Público.

Ruta operada por Coochofal. Conecta a los barrios Los Almendros en Soledad, Las Cayenas, Conidec y Ciudadela 20 de Julio con la Carrera 8, El Campito, la Calle 30 y el Mercado Público.

**RECORRIDO:**

NEVADA → Calle 51B → Avenida Circunvalar → Calle 68 → Puente Los Almendros → Soledad [[ Calle 83 → Carrera 12 → Calle 84 → Carrera 12D → Calle 83 → Carrera 18 → Calle 81 ]] → Avenida Circunvalar Sentido Oeste Este → Puente Avenida Murillo → Avenida Circunvalar Sentido Este Oeste → Calle 49 → Carrera 6 SUR → Calle 47 → Carrera 1E → Calle 49 → Carrera 4 → Calle 45G → Carrera 7 → Calle 51B → Carrera 8 → Calle 38B → Carrera 8C → Calle 36B → Carrera 11 → Calle 30 → Carrera 45 → Calle 30 → Carrera 11 → Calle 36B → Carrera 8 → Calle 51B → Carrera 7 → Calle 45G → Carrera 4 → Calle 59 → Carrera 1E → Calle 47 → Carrera 6SUR → Calle 49 →

Avenida Circunvalar → Calle 68 → Carrera 12 SUR → Calle 51B → Puente Los Almendros → Soledad [[ Calle 83 → Carrera 18C → Calle 83 → Carrera 12 → Calle 84 → Carrera 12D → Calle 83 → Carrera 18C → Calle 83 → Puente Los Almendros ]] → NEVADA.

### **Ruta A15B “Victoria Calle 84”**

Los Almendros – 7 De Abril – Carrizal – Avenida Cordialidad – Calle 38 – Carrera 43 – Calle 84 – Zoológico – Calle 76.

Ruta operada por Coochofal, alterna a la ruta A15. Parte desde la nevada en el barrio Siete de Abril, y conecta a barrios como Los Almendros, Carrizal y Continentes, con la Avenida Cordialidad, el Centro, la Carrera 43, la Calle 84 y el Zoológico.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) → Calle 69 → Carrera 12 SUR → Calle 51B → Soledad [[ Puente Los Almendros → Calle 84 → Carrera 18C → Calle 83 → Carrera 18 → Calle 84 → Carrera 12D → Calle 83 → Carrera 12 → Calle 84 → Carrera 18 → Calle 81 → Avenida Circunvalar (Carrera 24) ]] → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) Sentido Oeste Este → Puente Avenida Murillo → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) Sentido Este Oeste → Calle 51B → Carrera 2G → Calle 51C → Carrera 4C → Calle 51B → Carrera 8G → Calle 50A → Carrera 10 → Avenida Cordialidad (Calle 56, Calle 47, Calle 42, Carrera 26B, Calle 39) → Carrera 30 → Calle 38 → Carrera 38 → Calle 43 → Carrera 43 → Calle 84 → Carrera 65 → Calle 81B → Carrera 64 → Carrera 60 → Calle 77 → Vía 40 → Calle 76 → Carrera 44 → Calle 39 → Avenida Cordialidad (Calle 39, Carrera 26B, Calle 42, Calle 47, Calle 56) → Carrera 10 → Calle 50A → Carrera 8G → Calle 51B → Carrera 4C → Calle 51C → Carrera 2G → Calle 51B → Soledad [[ Puente Los Almendros → Calle 83 → Carrera 21 → Calle 81 → Carrera 18C → Calle 83 → Carrera 18 → Calle

84 → Carrera 12 → Calle 83 → Carrera 12D → Calle 84 → Puente Los Almendros ]] → Calle 51B → NEVADA.

### **Ruta “K8 Carrizal”**

Las Cayenas – Ciudadela 20 De Julio – Carrizal – Buenos Aires – Carrera 8 – Las Palmas – Calle 30 – Mercado Público.

Ruta operada por Coochofal. Conecta a los barrios Las Cayenas, Ciudadela 20 de Julio, Buenos Aires, Carrizal y La Alboraya con la Carrera 8, Calle 30 y el Mercado Público.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Calle 51B → Carrera 10 SUR → Calle 49 → Carrera 2F → Calle 50C → Carrera 3 → Calle 50 → Carrera 3C → Calle 49 → Calle 46 → Calle 45B → Carrera 8 → Calle 30 → Carrera 45 → Calle 30 → Carrera 8 → Calle 45B → Calle 46 → Calle 49 → Carrera 3C → Calle 50 → Carrera 3 → Calle 50C → Carrera 2F → Calle 49 → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) → NEVADA.

### **Ruta “K14 Las Américas”**

7 De Abril – Las Américas – El Santuario – La Alboraya – Carrera 14 – Calle 30 – Mercado Público.

Ruta operada por Coochofal. Conecta a barrios como Siete de Abril, Santo Domingo de Guzmán, Las Américas y La Alboraya con la Calle 30, el Centro y el Mercado Público. En su recorrido también se encuentra el Jardín Botánico.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR) → Calle 90B → Carrera 6 SUR → Calle 92 → Carrera 2 → Diagonal 54C → Transversal 1D → Calle 55B → Carrera 1E → Calle 55C → Carrera 2A → Calle 73D → Carrera 3C → Calle 53 → Carrera 4A → Calle 52C → Carrera 8 → Calle 42B → Carrera 8G →

Calle 40 → Carrera 14 → Calle 30 → Carrera 45 → Calle 30 → Carrera 14 →  
Calle 40 → Carrera 8 → Calle 52C → Carrera 4A → Calle 53 → Carrera 3C →  
Calle 73D → Carrera 2A → Calle 55C → Carrera 1E → Calle 55B →  
Transversal 1D → Diagonal 54C → Calle 66 → Calle 68 → Carrera 8 SUR →  
Calle 51B → NEVADA.

### **Empresas: SODETRANS**

#### **INFORMACIÓN**

Nombre Oficial: Sociedad de Transporte Terrestre Loma Fresca S.A.

NIT:890.100.501-7

Dirección: Autopista Aeropuerto # 12 – 249, Libertador (Soledad)

Teléfono: (5) 381 91 00

#### **RUTAS QUE OPERA ESTA EMPRESA**

##### **Corrientes**

##### **Código    Nombre**

1902 Soledad 2000 – Cordialidad – Ciudadela Universitaria

1907 La Paz – C53 – Olivos

1908 Cordialidad – San Martín – Malvinas – Olivos

B13 Hipódromo La Paz Buenavista

B14 Hipódromo Malvinas Buenavista

B17 Circunvalar Makro Buenavista

##### **Especiales**

1902B      Cedros/Robles/Almendros – Cordialidad – C/Universitaria

B13B      Soledad 2000 La Paz Buenavista Ruta Sofía Camargo – Sourdis

### **Ruta 1902 “Soledad 2000 – Cordialidad – Ciudadela Universitaria”**

Soledad 2000 – Avenida Murillo – Avenida Circunvalar – Avenida Cordialidad – El Carmen – Sofía Camargo – Lucero – Carrera 43 – Uniautonoma – Buenavista – Corredor Universitario – Padre Hollman.

Ruta operada por Sodetrans, empresa de la Alianza Sodis. Una de las rutas más largas y tradicionales en Barranquilla, parte desde la nevada en la Autopista Aeropuerto y recorre lugares como Soledad 2000, la Avenida Circunvalar, Cordialidad, los barrios Andes y Lucero, la Carrera 43 y el Corredor Universitario; hasta llegar a la Iglesia del Padre Hollman en la antigua vía a Puerto Colombia.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Autopista Aeropuerto → Carrera 10 → Calle 18 → Autopista Aeropuerto → Carrera 17 → Calle 41 → Carrera 14 → Calle 54 → Carrera 15 → Avenida Murillo (Calle 63) ]] → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR, Calle 110) → Avenida Cordialidad (Carrera 6, Calle 56, Calle 47) → Carrera 18 → Calle 47B → Carrera 19C → Carrera 20 → Calle 53D → Carrera 33 → Calle 52 → Carrera 37 → Calle 50 → Carrera 43 → Calle 84 → Carrera 46 → Calle 93 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Puerto Colombia [[ Corredor Universitario → Antigua Vía a Puerto Colombia → Km 9 (Iglesia del Padre Hollman) → Antigua Vía a Puerto Colombia → Corredor Universitario ]] → Carrera 51B → Calle 93 → Carrera 45B → Calle 94 → Carrera 46 → Calle 76 → Carrera 44 → Calle 54 → Calle 53D → Carrera 20 → Carrera 19C → Calle 47B → Carrera 18 → Avenida Cordialidad (Calle 47, Calle 56, Carrera 6) → Avenida Circunvalar (Calle 110, Carrera 15 SUR) → Soledad [[ Avenida Murillo (Calle 63) → Carrera 14 → Calle 54 → Carrera 11 → Calle 43 → Carrera 14 → Calle 41 → Carrera 16 → Autopista Aeropuerto ]] → NEVADA

### **Ruta B13 “Hipódromo La Paz Buenavista”**

Hipódromo – Avenida Las Torres – Metrocentro – Avenida Circunvalar – La Paz – Evaristo Sourdis – San Felipe – Parque Venezuela – Riomar – Buenavista.

Ruta operada por Sodetrans, empresa de la Alianza Sodis. Conecta al sector del Cementerio Viejo de Soledad y los barrios Ferrocarril e Hipódromo con el suroccidente y norte de Barranquilla hasta el Centro Comercial Buenavista. En su recorrido se encuentran barrios como La Paz, La Esmeralda, Evaristo Sourdis, San Felipe, Olaya y Riomar.

#### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Autopista Aeropuerto → Carrera 10 → Calle 18 → Autopista Aeropuerto → Carrera 15A → Calle 23 → Carrera 26 → Calle 26 → Carrera 30 → Autopista Aeropuerto → Avenida Circunvalar → Avenida Las Torres (Carrera 42) ]] → Avenida Las Torres (Carrera 1) → Calle 46F → Carrera 6 SUR → Calle 47 → Carrera 1 → Calle 49 → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR, Calle 110) → Carrera 13 → Carrera 15 → Calle 70B → Carrera 9J → Calle 64B → Carrera 15 → Calle 64C → Carrera 21B → Calle 68 → Carrera 26D → Calle 70B → Carrera 38 → Calle 74 → Carrera 42F → Calle 79B → Carrera 43 → Calle 87 → Carrera 50 → Calle 90 → Carrera 51B → Calle 89 → Carrera 53 → Calle 91 → Carrera 57 → Calle 96 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Calle 93 → Carrera 45B → Calle 94 → Carrera 46 → Calle 88 → Carrera 44 → Calle 90 → Carrera 43B → Calle 87 → Carrera 42H → Calle 82 → Carrera 42F1 → Carrera 42F → Calle 75B → Carrera 41C → Calle 73B → Carrera 41 → Calle 71 → Carrera 38 → Calle 70B → Carrera 26D → Calle 68 → Carrera 16 → Calle 64C → Carrera 15 → Calle 64B → Carrera 9J → Calle 70B → Carrera 15 → Carrera 13 → Calle 108 → Avenida Circunvalar (Calle 110, Carrera 15 SUR) → Puente Los Almendros → Calle 51B → Carrera 10 SUR → Calle 49 → Carrera 1 → Calle 47 → Carrera 6 SUR → Calle 46F → Avenida Las Torres (Carrera 1) Soledad [[ Avenida Las Torres

(Carrera 42) → Avenida Circunvalar → Autopista Aeropuerto → Carrera 26 → Calle 23 → Carrera 19 → Autopista Aeropuerto ]] → NEVADA.

### **Ruta B17 “Circunvalar Makro Buenavista”**

Autopista Aeropuerto – Avenida Circunvalar – Estadio Metropolitano – Makro Villa Santos – Buenavista.

Ruta operada por Sodetrans, empresa de la Alianza Sodis. Circula por toda la Avenida Circunvalar desde el puente Simón Bolívar hasta Makro Villa Santos en la Carrera 52. También se encuentra en su recorrido SAO Hipódromo, PriceSmart Barranquilla, Homecenter Norte y el Centro Comercial Buenavista. Es operada en conjunto con Coolitoral.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Autopista Aeropuerto → Avenida Circunvalar (Transversal 41, Carrera 28) ]] → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR, Calle 110) → Carrera 52 → Calle 106 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Calle 106 → Carrera 52 → Rotonda Avenida Circunvalar con Carrera 53 → Avenida Circunvalar (Calle 110, Carrera 15 SUR) → Soledad [[ Avenida Circunvalar (Carrera 28, Transversal 41) → Autopista Aeropuerto ]] → NEVADA.

### **Ruta 1902B “Soledad 2000 Cordialidad C/Universitaria”**

Soledad 2000 – Los Cedros – Los Robles – Los Almendros – Avenida Circunvalar – Avenida Cordialidad – El Carmen – Sofía Camargo – Lucero – Carrera 43 – Uniautonoma – Buenavista – Corredor Universitario – Padre Hollman.

Ruta operada por Sodetrans, empresa de la Alianza Sodis, alterna de la ruta 1902. Parte desde la nevada en la Autopista Aeropuerto y recorre barrios como Soledad 2000, Villa Estadio, Los Cedros, Los Robles y Los Almendros en el

Municipio de Soledad, la Avenida Circunvalar y Cordialidad, los barrios Los Andes y Lucero, la Carrera 43 y el Corredor Universitario; hasta llegar a la Iglesia del Padre Hollman en la antigua vía a Puerto Colombia.

**RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Autopista Aeropuerto → Carrera 10 → Calle 18 → Autopista Aeropuerto → Carrera 17 → Calle 41 → Carrera 14 → Calle 54 → Carrera 15 → Avenida Murillo (Calle 63) → Carrera 14A → Calle 70 → Carrera 15A → Calle 72 → Carrera 17 → Calle 74 → Carrera 23A → Calle 77 → Calle 79 → Carrera 18 → Calle 81 → Carrera 18C → Calle 84 ]] → Calle 51B → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR, Calle 110) → Avenida Cordialidad (Carrera 6, Calle 56, Calle 47) → Carrera 18 → Calle 47B → Carrera 19C → Carrera 20 → Calle 53D → Carrera 33 → Calle 52 → Carrera 37 → Calle 50 → Carrera 43 → Calle 84 → Carrera 46 → Calle 93 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Puerto Colombia [[ Corredor Universitario → Antigua Vía a Puerto Colombia → Km 9 (Iglesia del Padre Hollman) → Antigua Vía a Puerto Colombia → Corredor Universitario ]] → Carrera 51B → Calle 93 → Carrera 45B → Calle 94 → Carrera 46 → Calle 76 → Carrera 44 → Calle 54 → Calle 53D → Carrera 20 → Carrera 19C → Calle 47B → Carrera 18 → Avenida Cordialidad (Calle 47, Calle 56, Carrera 6) → Avenida Circunvalar (Calle 110, Carrera 15 SUR) → Soledad [[ Calle 81 → Carrera 18 → Calle 79 → Calle 77 → Carrera 23A → Calle 74 → Carrera 17 → Calle 72 → Carrera 15A → Calle 70 → Carrera 14A → Avenida Murillo (Calle 63) → Carrera 14 → Calle 54 → Carrera 11 → Calle 43 → Carrera 14 → Calle 41 → Carrera 16 → Autopista Aeropuerto ]] → NEVADA.

**Ruta B13B “Soledad 2000 La Paz Buenavista”**

Soledad 2000 – Estadio Metropolitano – Avenida Circunvalar – La Paz – Evaristo Sourdis – San Felipe – Parque Venezuela – Riomar – Buenavista.

Ruta operada por Sodeptrans, empresa de la Alianza Sodis. Conecta al sector de Soledad 2000 con el suroccidente y norte de Barranquilla hasta el Centro Comercial Buenavista. En su recorrido se encuentran barrios como La Paz, La Esmeralda, Evaristo Sourdis, San Felipe, Olaya y Riomar.

### **RECORRIDO:**

NEVADA → Soledad [[ Autopista Aeropuerto → Carrera 10 → Calle 18 → Autopista Aeropuerto → Carrera 17 → Calle 41 → Carrera 14 → Calle 54 → Carrera 15 → Avenida Murillo (Calle 63) ]] → Avenida Circunvalar (Carrera 15 SUR, Calle 110) → Carrera 13 → Carrera 15 → Calle 70B → Carrera 9J → Calle 64B → Carrera 15 → Calle 64C → Carrera 21B → Calle 68 → Carrera 26D → Calle 70B → Carrera 38 → Calle 74 → Carrera 42F → Calle 79B → Carrera 43 → Calle 87 → Carrera 50 → Calle 90 → Carrera 51B → Calle 89 → Carrera 53 → Calle 91 → Carrera 57 → Calle 96 → Carrera 53 → Calle 98 → Carrera 51B → Calle 93 → Carrera 45B → Calle 94 → Carrera 46 → Calle 88 → Carrera 44 → Calle 90 → Carrera 43B → Calle 87 → Carrera 42H → Calle 82 → Carrera 42F1 → Carrera 42F → Calle 75B → Carrera 41C → Calle 73B → Carrera 41 → Calle 71 → Carrera 38 → Calle 70B → Carrera 26D → Calle 68 → Carrera 16 → Calle 64C → Carrera 15 → Calle 64B → Carrera 9J → Calle 70B → Carrera 15 → Carrera 13 → Calle 108 → Avenida Circunvalar (Calle 110, Carrera 15 SUR) → Soledad [[ Avenida Murillo (Calle 63) → Carrera 14 → Calle 54 → Carrera 11 → Calle 43 → Carrera 14 → Calle 41 → Carrera 16 → Autopista Aeropuerto ]] → NEVADA.

El informe del DANE <sup>15</sup> revela que el sistema cuenta con 59 buses troncales, que corresponden al 1,6% del total del parque automotor de la ciudad, en los que se transportaron 1,8 millones de personas.

---

<sup>15</sup> Tomado de cifras divulgadas por el Departamento Nacional de Estadísticas (Dane), en el periódico El Heraldo de Barranquilla. Recuperado el 10 de abril de 2013 de la World Wide Web: [http://www.elheraldo.co/economia/solo-29-de-barranquilleros-usan-transmetro-11672?quicktabs\\_1=1](http://www.elheraldo.co/economia/solo-29-de-barranquilleros-usan-transmetro-11672?quicktabs_1=1)

De la misma manera, cuenta con 29 buses alimentadores, que corresponden a 0,8% del total de vehículos afiliados en la ciudad. Estos transportaron 406 mil pasajeros.

El gerente (e) de Transmetro, Antonio Varela, dijo que “estamos satisfechos con el 3% ya que cuando se hizo la medición apenas el sistema llevaba seis meses de operación. Antes se transportaban 32.000 personas diarias y hoy llega a 38.000 por día”. Igual dijo que hoy están operando 90 buses y cinco rutas alimentadoras, además de las troncales, además pondrá a funcionar la sexta.

En el Área Metropolitana de Barranquilla hay 3.644 vehículos afiliados en el 2010, frente a 3.978 en el 2009. El promedio diario de vehículos el año pasado fue de 3.315. Del total de carros afiliados, 1.668 (45,8%) corresponden a bus corriente, 43 (1,2%) a bus ejecutivo, 646 (17,7%) a buseta corriente, 111 (3,1%) a buseta ejecutiva y 1.088 (29,9%) a microbús-colectivo.

En la actualidad, Barranquilla cuenta con aproximadamente 1.800.000 habitantes de los cuales 52.200 personas equivalente al 2.9% utilizan el servicio de Transmetro teniendo la empresa una venta diaria de \$83.520.000 que mensualmente representa una suma de \$2.505.6000.000(valor del pasaje \$1.600). Contextualizando lo anterior con el presente trabajo se tiene una proyección de crecimiento con respecto al uso de este medio de transporte pasando del 2.9% a un 4%(72.000 personas) para el año 2014 diariamente se tendrá una venta de \$115.200.000 representando mensualmente una cifra de \$3.456.000.000(valor del pasaje \$1600) con un crecimiento del 1.37% en ventas con respecto al año anterior.

## **Condiciones Económicas.**

- La demanda de las de los operadores de telefonía móvil en cuanto a los planes de datos de internet a un bajo costo y los “*smartphone*”.
- Que se presente un comportamiento irregular en la definición de las tarifas.
- Implementación de nuevas rutas tanto urbanas como intermunicipales.
- Alianzas con cadenas de supermercados y almacenes de compra y venta.

## **La competencia.**

**MARCA:** S.I.T. TRANSMETRO (tarjetas de pago )

**SUSTITUTA:** rutas de transporte público masivo (Sobusa, Coochofal, Sodetrans)  
(Dinero en Efectivo)

### *Marca.*

S.I.T. TRANSMETRO se emplea un sistema de recaudo único a cargo de la empresa Recaudos SIT Barranquilla, la cual es la encargada de distribuir las tarjetas inteligentes del sistema.

*Dinero en Efectivo que se encuentra en circulación en la ciudad.*

El servicio a partir del 15 de enero de 2012 tiene un costo de \$ 1.600 pesos en días ordinarios (De lunes a sábado) y \$ 1.700 (domingos y festivos) que es descontado cuando la tarjeta inteligente pasa por los validadores en los portales, en las estaciones o en los alimentadores, el costo de la Tarjeta Inteligente Sin Contacto es de \$2.000 pesos, que se puede personalizar a través de su sitio web y en los CAU (Centro de atención al usuario ubicados en la estación Joe Arroyo,

Estaciones Pacho Galán (Avenida Murillo), Parque Cultural(Olaya Herrera centro) con su nombre impreso con la ventaja que si esta es extraviada puede ser reportada y recuperar el saldo depositado en la tarjeta. Con un pasaje se puede utilizar el servicio cuantas veces se requiera mientras no se abandonen las estaciones.

#### *Productos de la Competencia.*

Actualmente no contamos con competencia en cuanto a ser un sistema tecnológico innovador, sin embargo existe los métodos tradicionales que son la entrada al sistema de Transmetro con tarjetas y el pago en efectivo del sistema masivo público, en el cual hay gran fidelidad por parte de los usuarios por ser los único métodos de entrada a estos, lo cual se convierte en un reto para nosotros en cambiar la mentalidad de las personas que más utilizan el Sistema masivo de transporte público de la ciudad.

Nuestro servicio es un ente conectivo basado en tecnología de punta, su desarrollo está bien estructurado y planificado y con las acciones de funcionamiento estrechamente detalladas.

#### *Análisis de la Industria en la que se Compite.*

BQ Transpúblico es una aplicación que se enfoca a la forma como los mercados compiten entre sí, nuestro segmento va dirigido a un círculo en específico; somos un producto nuevo en el mercado, confiamos en que la innovación tecnológica que tenemos puede cubrir necesidades de los clientes y por ende consumidores del transporte masivo público, pues la aplicación sería algo indispensable por su forma fácil de utilizar. Tener mucho cuidado con la rivalidad de nuestros competidores que en este caso es la tarjeta Transmetro y el dinero en efectivo, que se vea el poder de compra de los clientes y poder de compra de los

proveedores, aparte estar a la vanguardia de los posibles productos sustitutos que se lancen al mercado.

### *Evaluación de la Posición Competitiva de la Empresa.*

Nuestra empresa presta excelentes servicio, se basa en la rapidez y la simplicidad que permite ahorrar tiempo y demuestra las metas o acciones establecidas por BQ Transpúblico. La hace competitiva porque es el único servicio ofrecido con esta aplicación en toda la costa y cuenta con el personal capacitado en software inteligente y el control suficiente para registrar cada uno de los procesos que solo nuestra empresa nos proyecta. Gracias a su tecnología, la calidad de descarga y la información estratégica que maneja BQ Transpúblico se puede decir que sus bases y soportes de rentabilidad esta enlazado con el crecimiento y valor agregado que se le da a la compañía.

### **Fuerzas Sociales y Culturales.**

Nuestra idiosincrasia costeña nos hace ver alegres a cada momento, sin embargo, esto no se debe confundir con el desorden a tal punto que se vulnere el civismo que todos debemos tener. Por ello, se debe generar más cultura ciudadana en la forma de movilizarse de las personas. Cultura para ingresar al servicio de Transmetro dándole prioridad a las personas con discapacidad, embarazadas y la tercera edad.

### **Fuerzas Políticas y Jurídicas.**

**Licencias.** Tramites, licencias y decretos para poder regir la nueva aplicación en el servicio de transporte público, el cual está amparado por la ley del 2008 de ciencia y tecnología. Que es donde nos muestra cuales son los requisitos para crear una empresa de tecnología.

Registro Cámara de Comercio  
Registro público Mercantil  
Registro único tributario (RUT)  
Matricula de industria y comercio

## **Tecnología.**

Entramos en una nueva ola de tecnología, donde se utilizarán con frecuencia los teléfonos inteligentes y aparatos electrónicos como las “*tablets*” que nos facilitarán entre otras cosas la movilidad en el Transmetro y el sistema masivo de transporte público, a través de nuestra aplicación.

Dentro de la tecnología podremos encontrar los *hosting*, definido como “un servicio que le permitirá publicar su página web en Internet, tener sus correos electrónicos con el nombre de su empresa, almacenar archivos, entre otras muchas más aplicaciones. Su página web y correos electrónicos quedarán con el nombre de dominio que usted adquiera, por ejemplo: [www.suempresa.com](http://www.suempresa.com) para su página web y [gerencia@suempresa.com](mailto:gerencia@suempresa.com) para sus correos electrónicos”<sup>16</sup>.

El dominio, “que es el nombre que tendrá su página web y sus correos electrónicos. Por ejemplo: [sudominio.com](http://sudominio.com) y [suempresa.com](http://suempresa.com). Nosotros vendemos los dominios .com, .net, .org, .com.co, .co, etc. Si usted ya tiene el dominio no necesita comprarlo, puede hospedarlo en uno de nuestros planes de hosting”<sup>17</sup>.

Y el Servidor que puede definirse como “un programa informático que procesa una aplicación del lado del servidor realizando conexiones bidireccionales y/o unidireccionales y síncronas o asíncronas con el cliente generando o cediendo

---

<sup>16</sup> Recuperado el 30 de julio de 2013 de la World Wide Web: <http://www.mitechcol.com/index.php/blog2/78-products-and-services/101-hosting-y-dominio>

<sup>17</sup> *Ibíd.*

una respuesta en cualquier lenguaje o Aplicación del lado del cliente. El código recibido por el cliente suele ser compilado y ejecutado por un navegador web. Para la transmisión de todos estos datos suele utilizarse algún protocolo. Generalmente se utiliza el protocolo HTTP para estas comunicaciones, perteneciente a la capa de aplicación del modelo OSI. El término también se emplea para referirse al ordenador que ejecuta el programa<sup>18</sup>.

### **Mercado.**<sup>19</sup>

El mercado potencial se encuentra enmarcado en la ciudad de Barranquilla y sus habitantes que cuenten con teléfonos inteligentes y/o tabletas. La idea es posicionar el producto, que es una aplicación para teléfonos inteligentes y tabletas que tiene como propósito facilitarles a los usuarios el pago de su(s) pasaje(s) para acceder al sistema de transporte masivo.

### **Análisis DOFA.**

Este análisis procura conocer la situación interna de un proyecto o una empresa. En ella se analiza las características internas (Debilidades y Fortalezas) y sus características externas (Amenazas y Oportunidades).

#### ➤ **Amenazas.**

- Rechazo tecnológico
- Más creación de puntos de venta de tarjetas

---

<sup>18</sup> Recuperado el 30 de julio de 2013 de la World Wide Web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor\\_web#Procedimiento\\_del\\_navegador](http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor_web#Procedimiento_del_navegador)

<sup>19</sup> Lester .R. Bittel y Jackson.E. (1988). Es un proceso mediante el cual se interaccionan compradores y vendedores con los propósitos de obtener información sobre lo que están dispuestos a comprar y vender, y determinar la relación real de intercambio.

➤ **Oportunidades.**

- En La ciudad el servicio de transporte público masivo no cuentan con este tipo de aplicación
- La ciudad de Barranquilla entra en una nueva ola tecnológica
- Implementación de la aplicación en rutas intermunicipales de la costa.
- Ciudad cosmopolita y puente para lo del TLC
- Apuesta por la modernización del parque automotor

➤ **Fortalezas.**

- Contamos con un desarrollo tecnológico de alta gama
- Un servicio innovador
- Simplicidad que tiene la aplicación
- Único en prestar esta clase de servicio en la ciudad
- Proyecto que va a la vanguardia de las ciudades cosmopolita del mundo.

➤ **Debilidades.**

- Descarga de celulares

**Segmentación de Mercado.**

Va dirigido a todas las personas que tengan un Smartphone, tableta, con un plan de datos de internet y que utilicen el servicio de transporte público masivo.

Lo que queremos lograr con nuestra aplicación es que el usuario se identifique con nuestro producto logrando facilitarles el acceso al transporte y a su vez rapidez a la hora de llegar a sus destinos, de esta forma ahorrarían tiempo para realizar otras actividades.

### **Políticas de Fijación de Precios.**

La primera semana de lanzamiento del producto BQ Transpúblico será totalmente gratis. Después de esa semana el producto tendrá un costo de \$2000.

El punto de equilibrio es de 18.150 descargas.

### **Objetivos de Marketing.**

- Aprovechar al máximo toda la información obtenida con el fin de implementarla en nuestra aplicación para fortalecerla y convertirla en una aplicación valiosa para la ciudadanía que nos permita posicionarnos rápidamente
- Aplicar todos nuestros conocimientos adquiridos en la especialización para aplicar el plan de Marketing en el producto que vamos a lanzar al mercado
- Mantener la base de datos de nuestros clientes actualizadas para enviarles promociones que les permitan satisfacer las necesidades que se le presenten con la aplicación.
- Tener claros todos los conceptos de nuestro producto para comunicarlos a la ciudadanía de una manera clara y precisa con el fin de posicionarlo.

### **10.1. Estrategias de Marketing.**

#### **10.1.1. Mercado Meta (Target).**

Se tendrán en cuenta la cantidad de personas que utilizarán la aplicación BQ Transpúblico enfocado en un 60% de la población de la ciudad de Barranquilla que actualmente están utilizando el servicio masivo de transporte público.

### *Grupos de Interés.*

Por ser un producto de fácil manejo, los grupos de interés que hemos establecido han sido las instituciones educativas y compañías que opten por escoger nuestra aplicación como una forma de entrada a estas, así estarían ahorrando costos en la fabricación de carnets, ya que solo estarían pagando por la descarga de la aplicación.

#### **10.1.2. Tamaño del mercado.**

De acuerdo con el censo realizado por el DANE <sup>20</sup> en 2005, ajustado a 30 de junio de 2007, la población de Barranquilla es de 1 186 640 personas y 1 897 989 en su área metropolitana, que la convierten en la ciudad más poblada de la Costa Caribe colombiana, y la cuarta de la nación después de Bogotá, Medellín y Cali.

#### **10.1.3. Selección o Ratificación de la Estrategia.**

Nuestra estrategia está basada en la forma como ofreceremos nuestro servicio, la manera como está enfocado el proyecto de presentarle a los clientes potenciales una aplicación que será de útil para el pago de tiquetes móviles y la importancia en cuanto a la rapidez y simplicidad con la que será utilizada el servicio de transporte público masivo.

Nuestra aplicación está compuesta por un número de componentes que la hacen compactar entre lo real y lo irreal, es decir, les da la posibilidad a las personas que la descarguen, que utilizarán este medio de pago a través de su celular pero sin tocar en pesos tangibles su pasaje. Desde que se descarga en las tiendas virtuales, se cruza por lector del servicio de transporte público masivo, se

---

<sup>20</sup> Recuperado el 19 de Julio de 2013 de la World Wide Web: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/Estima\\_municipales\\_06\\_07.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/Estima_municipales_06_07.pdf)

descuenta, se viaja a través del Transmetro y buses urbanos y se llega a su lugar de destino, BQ Transpúblico suma todos esos vínculos formando una cooperación que ofrecerá satisfacción al cliente.

#### **10.1.4. Estrategias de Mezcla.**

*Posicionamiento.*

- Participación de las personas en el mercado virtual.
- Clientes potenciales.
- Buscan que se ofrece en el mercado.
- Captación de un segmento de mercado.

*El enfoque de sacar al mercado nuestra aplicación.*

- Aumento en los consumidores de las ventas por internet.
- Optimizar procesos de venta.
- Estos pasos redireccionan los esfuerzos al alcance de los objetivos en la acogida de la aplicación.

#### **10.1.5. Mix de Marketing.**

##### **10.1.5.1. Producto.**

*Nombre o Marca:* BQ Transpúblico.

*Logotipo*



**Imagen 2.**

*Slogan:* Tu Tiquete Móvil

BQ Transpúblico es una marca diseñada para la comodidad de los habitantes accediendo de una manera rápida al sistema de transporte masivo, por tal motivo, somos capaces de realizar sistemas de mejoría por parte de la aplicación para que la ciudadanía se sienta a gusto con el servicio al cual están acudiendo, satisfaciendo el hecho de tener un uso del sistema masivo de transporte publico cómodo y de fácil acceso.

BQ Transpúblico es una aplicación innovadora para el servicio masivo de transporte público en la ciudad de Barranquilla, al ser una aplicación es flexible para todos los ciudadanos que no tengan acceso a la compra de tarjetas y no usen dinero en efectivo, es un servicio que depende completamente del uso de la internet y la rapidez que esta conlleva, así que está limitado a esta.

Tenemos en cuenta dentro de este proceso:

- El Lanzamiento: se describe a fondo la aplicación (Software) que se aplica vía internet por medio de unos operadores de telefonía móvil, creando una aplicación para ofrecerles un servicio a los consumidores, para tener un fácil acceso a los medios masivos de transporte público.

- Crecimiento: Masificar nuestro servicio a toda la ciudad de Barranquilla.

#### **10.1.5.2. Características del Producto BQ Transpúblico.**

Somos una empresa prestadora de servicios tecnológicos direccionada a facilitar el acceso al servicio de transporte público masivo en la ciudad de Barranquilla, a través de una simple descarga de la aplicación BQ Transpúblico.

BQ Transpúblico, es una aplicación que está diseñada para ser utilizada como medio de pago en el servicio de transporte público en la ciudad de Barranquilla.

Una de nuestras mayores ventajas en comparación con las de nuestra competencia, es que nuestro sistema aplicativo ahorra tiempo al personal que lo utilice, de esta forma se notará que se ahorrarán las largas filas para realizar la recarga que normalmente hacen para utilizar el transporte por medio de tarjetas o en paraderos de buses, solo será necesario poseer un saldo para realizar la recarga al mismo precio que lo ofrece la tarjeta e inmediatamente se realizará la transferencia de su pasaje, de esta forma también se facilitará el acceso en todas las terminales de la ciudad.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante conocer los atributos BQ Transpúblico, así:

- Bq Transpúblico en una aplicación (Software)
- Está diseñada para los celulares inteligentes
- Estos celulares deben tener plan de datos de internet
- El costo de descargar la aplicación debe salir del resultado de la encuesta.
- Aplica vía internet por medio de los operadores de telefonía móvil, (Claro, Tigo, Movistar, Éxito, Uff y Virgin)

#### **10.1.5.3. Precio.**<sup>21</sup>

- La aplicación tendrá un valor de 2.000 por descarga y recibirá ingresos adicionales mensuales o diarios por medio de publicidad pagada por empresas que deseen pautar en nuestra aplicación, el punto de equilibrio es de 18,150 descargas

---

<sup>21</sup> J.M. Rosenberg (1989). Suma de dinero a pagar al vendedor a cambio de recibir unos determinados bienes o servicios. Aquí, precio no es lo que pide el vendedor, sino la suma realmente pagada en la transacción.

#### **10.1.5.4. Plaza.**

La comercialización de la aplicación estará disponible a través de una página web donde se realizará la descarga; los usuarios podrán recargar el valor del pasaje para acceder al sistema de Transmetro y al transporte público de Buses en el momento que lo desee; y poder tener saldo disponible para hacer la transacción de su pasaje.

#### **10.1.5.5. Promoción.** <sup>22</sup>

Nuestro sistema de información se dará a través los medios virtuales: Facebook, Hotmail, Twitter, pagina web ([www.bqtranspublico.com.co](http://www.bqtranspublico.com.co)). Que comunicarán todo lo que el usuario desee saber acerca de nuestro servicio de la aplicación.

#### **10.1.5.6. Cómo se Ejecuta.**

La aplicación se descarga de las tiendas, pesa aproximadamente 2.15MB y su duración de descarga es de acuerdo al ancho de la banda máximo 2 minutos.

#### **10.1.5.7. Pasos para acceder a la Aplicación.**

El usuario tiene que registrar sus datos personales como, nombre, apellido dirección, correo electrónico, contraseña que esto nos permite crear un VRM para después convertirlo en un CRM para crear una fidelización con los clientes conociendo sus necesidades.

---

<sup>22</sup> J.M. Rosenberg (1989). Conjunto de actividades destinadas a estimular la venta de un producto (ofertas, descuentos de precio, presentación, etc.)

#### **10.1.5.8. Paso para la compra del Tiquete.**

Para comprar el tiquete del Transmetro o el pasaje del bus solo es necesario abrir la aplicación e ingresar el número del celular, digitar la contraseña y dar la opción del valor del pasaje y la aplicación le descontara el valor de su saldo.

Cuando el usuario llega a la estación de Transmetro y al paradero de buses al subirse al articulado, colectivo o bus este tendrá una Terminal electrónica que el usuario pasara su teléfono inteligente que emite un scanner que le permite enlazarse con el lector para darle acceso al articulado, colectivo o buses.

Además esta aplicación cuenta con GPS y un rutero que le permite ver al usuario su ubicación.

#### **10.1.5.9. Distribución.**

Cuando se halla desarrollado la aplicación se le brindará a los usuarios mediante programas de instalación que permita crear un menú de inicio, crear un ícono en el escritorio, copiar los archivos para ejecutar la aplicación, etc., la comercialización de la aplicación, que estará disponible a través de una página web donde se realizará la descarga; los usuarios podrán recargar el valor del pasaje para acceder al sistema de Transmetro, colectivos o buses en el momento que lo desee; y poder tener saldo disponible para hacer la transacción de su pasaje.

#### **10.1.5.10. Proceso de Ejecución.**

Después de haber creado nuestras estrategias, de hacer monitoreo, encuestas, ponderaciones, en fin, se necesita realizar un análisis para determinar la ejecución de las estrategias planteadas; al nosotros tener todo estipulado, la aplicación BQ Transpúblico, entrará en el mercado y se logrará su expansión a través de las

diferentes redes sociales y tiendas virtuales que presenten a nuestros clientes la manera rápida y simple de viajar en el servicio de transporte público masivo.

La forma en que la empresa añade valor a la marca son las características que poseen BQ Transpúblico innovadoras, los colores, tecnología, simplicidad los valores agregados como el GPS incorporado para observar las rutas de los sistemas de transporte público masivo a medida que se viaja en él.

Somos una empresa con un producto nuevo en el mercado, nos enfocaremos en estrategias que sean de vital importancia para posicionar nuestra aplicación en el mercado, y evitar errores como reestructuración de estrategias, comprar la competencia antes de vencerla, alianzas, imitación antes de innovar, diversificación de productos. Es claro decir que nuestra fuerte competencia es la tarjeta Transmetro y el Dinero en Efectivo, las personas están culturizadas a recargarlas en sus puntos autorizados y de ahí llegar a las estaciones para embarcarse en el bus. Nosotros como empresa debemos tener en cuenta todos estos factores y dar lo mejor para posicionar nuestra aplicación y no “perder” la oportunidad de competir con tarjeta Transmetro S.A. y el Dinero en efectivo, tratar en lo posible de no crear alianzas y mucho menos “añadir” a nuestro producto diferentes líneas que nos hagan desviar el rumbo que se está proyectando.

#### **10.1.5.11.Autoanálisis de la Marca.**

BQ Transpúblico es una marca diseñada para la comodidad de los habitantes accediendo de una manera rápida al servicio de transporte público masivo, por tal motivo, somos capaces de realizar sistemas de mejoría por parte medio de un tiquete móvil que genera la aplicación para que la ciudadanía se sienta a gusto con el servicio al cual están acudiendo, satisfaciendo el hecho de tener un uso del servicio de transporte público masivo cómodo y de fácil acceso.

#### **10.1.5.12.Autoimagen Hoy.**

BQ Transpúblico es una aplicación innovadora para el servicio masivo de transporte público en la ciudad de Barranquilla, al ser una aplicación gratis es flexible para todos los ciudadanos que no tengan acceso a la compra de tarjetas o no cuenten con dinero en efectivo en el momento, es un servicio que depende completamente del uso de la internet y la rapidez que esta conlleva, así que está limitado a esta.

#### **10.1.5.13.Plan de Comunicación**

##### **Definición del producto.**

- Somos una empresa prestadora de servicios tecnológicos direccionada a facilitar el acceso al servicio de transporte público masivo en la ciudad de Barranquilla, a través de una simple descarga de la aplicación BQ Transpúblico diseñada como medio de pago vía celular.

**Nombre o Marca** <sup>23</sup>: BQ Transpúblico.

##### **Logotipo**



**Slogan:** Tu tiquete Móvil

---

<sup>23</sup> Según Hair, Joseph. Lamb, Charles y McDaniel Carl (2002). Es un nombre, término, símbolo, diseño o combinación de estos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia.

## Ventajas.

- Nuestras mayor ventaja en comparación con nuestra competencia, es que nuestro sistema aplicativo ahorra tiempo al personal que lo utilice, de esta forma se notará que se ahorrarán largas filas para realizar la recarga que normalmente hacen para utilizar el transporte por medio de tarjetas y no será necesario tener dinero en efectivo.
- La penetración de celulares supera el 100% de la población y no es raro que una persona tenga dos, eso permite llegar a segmentos a los que de otra forma sería muy difícil llegar, obviamente ajustando la oferta de productos.
- Solo será necesario poseer un saldo para realizar la recarga o tener un plan de datos móvil e inmediatamente se realizará la transferencia de su pasaje, de esta forma también se facilitará el acceso a todo el servicio de transporte público masivo de la ciudad.
- la aplicación además ofrecerá servicios adicionales que contarán con un GPS que les ayudarán a transportarse con mayor seguridad visualizando las rutas más utilizadas.
- Transferencia de saldos a otras personas.
- Historial de todas las rutas utilizadas.
- Descuentos en los pasajes por la utilización de la aplicación en el módulo de los tiquetes por paquetes
- Puntos de Recargas de celulares en los paraderos y terminales amparados por el sistema transmetro y buses urbanos.

## **Productos de la competencia.**

Actualmente no contamos con competencia por ser un sistema tecnológico innovador, sin embargo, existen los métodos tradicionales de Transmetro y el dinero en efectivo para pagar los pasajes de servicio públicos en el cual hay gran fidelidad por parte de los usuarios por ser los métodos únicos a este, lo cual se convierte en un reto para nosotros en cambiar la mentalidad de las personas que más utilizan los servicios de transporte público masivo de la ciudad.

## **Objetivos de comunicación.**

- Hallar el interés por el cliente a través de publicidad virtual, para que este se sienta atraído por conseguir información valiosa de nuestro producto, esta es una señal de que nuestro prospecto se vuelva nuestro consumidor.
- Captar la atención de los clientes y motivarlos para que se conviertan en usuarios de la aplicación BQ Transpúblico.
- Facilitar el acceso al servicio de transporte público masivo.

## **A quienes nos estamos dirigiendo.**

A las personas que tengan Smartphone, celulares con cámara y tableta, que tengan un plan de internet y que utilicen los servicios de Transporte público masivo.

## **Insights del Consumidor.**

Lo que queremos lograr con nuestra aplicación es que el usuario se identifique con nuestro producto logrando facilitarles el acceso al transporte y a su vez rapidez a la hora de llegar a sus destinos, de esta forma ahorrarían tiempo para realizar otras actividades.

### **Que queremos que la publicidad logre.**

Captar la atención de los clientes con el objetivo de que se conviertan en usuarios de nuestra aplicación, generándole rentabilidad a la empresa.

### **Tono de la publicidad.**

Que sea agresiva y creativa al momento del lanzamiento para que las personas se sientan seducidas por el nuevo producto y tengan la curiosidad de tenerlo.

De los atributos y móviles de compra está la comodidad y la seguridad que les ofrece.

### **Estrategias de medios y plan de Campo:**

- Las estrategias que vamos a utilizar para llegar a los clientes es implementarla a través de los medios ATL, BTL Y TTL con la creación de páginas en las redes sociales, para que las personas interactúen con nuestro operadores, quieran opinar de las ventajas y desventajas de nuestro producto, y saber cuáles son sus preferencias, de esta manera entraríamos en contacto con ellos y así descifrar lo que ellos esperan de nosotros.
- Utilizar la Publicidad en **Eucoles**, en el interior de los buses y en estaciones de transmetro. Este tipo de publicidad llamará la atención de personas y de esta manera se logrará contacto permanente con el mercado objetivo. Una ventaja de este tipo de publicidad es que puede atraer la mirada de otras personas que no están dentro del público objetivo y así se ampliará el mercado y se lograra posicionamiento.
- **Personal Logístico:** Esta es una estrategia de comunicación voz a voz que permite que las personas entreguen los volantes e interactúen con el

público objetivo utilizando camisetas con el logo de la aplicación con el fin de llamar la atención.

- **Salas de cine:** Se dará a conocer en estos sitios el público objetivo frecuente a menudo este tipo de lugares. Funciones: 3:30pm, 5:30 pm, 7:00 pm, 9:00 pm. Royal films, Cine Colombia de la ciudad de Barranquilla
- **Medio Impresos:** Publicidad a través de los periódicos tradicionales de la ciudad de barranquilla EL HERALDO, LIBERTAD, Q,HUBO, AL DIA, ADN y por medio de volantes.
- **Encuestas de Satisfacción:** realizaremos por medio de una encuesta digital durante el mes el nivel de satisfacción que ha tenido la aplicación para proyectar nuevos negocios y acceder al servicio de transporte público masivo.

## GLOSARIO

**Lector de QR que va Instalado en los Buses o Sistema Transmetro:** que es el que sirve para leer el código QR del celular que lo envía al servidor principal mediante QPRS o línea móvil con datos para confirmar el código y hacer el enlace para que el usuario pueda acceder. Vida útil del lector, 2 años.

**Misión<sup>24</sup>:** Según de Ferrel y Hirt Geoffrey (2004), la misión de una organización es su propósito general. Responde a la pregunta ¿qué se supone que hace la organización?

**Producto<sup>25</sup>:** La primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. El consumidor identifica los productos por su marca. En este proceso de diferenciación, el consumidor reconoce las marcas, a las que le asigna una imagen.

**STTMP<sup>26</sup>:** Sistema de Transporte Terrestre Masivo de Pasajeros. Es el conjunto de infraestructura, equipos, sistemas, señales, paraderos, vehículos, estaciones e infraestructura vial destinadas y utilizadas para la eficiente y continua prestación del servicio público de transporte de pasajeros en un área específica.

---

<sup>24</sup> Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, de Ferrel O.C. y Hirt Geoffrey, McGraw Hill, 2004, Pág. 211

<sup>25</sup> P. Bonta y M. Farber (2002).

<sup>26</sup> Artículo 2, Código Nacional de Tránsito, Ley 769 del 2002. República de Colombia.

**Tableta<sup>27</sup>:** Una tableta (del inglés: *tablet* o *tablet computer*) es una computadora portátil de mayor tamaño que un teléfono inteligente o una PDA, integrado en una pantalla táctil (sencilla o multitáctil) con la que se interactúa primariamente con los dedos o una *pluma stylus* (pasiva o activa), sin necesidad de teclado físico ni ratón.

**Servidor Maestro Principal:** (computador y herramientas o componentes que lo hacen compacto). Se encarga de recibir y distribuir la información).

**Software Móvil que va Instalado en el Celular:** El código que le llega QR al celular)

**Tecnología<sup>28</sup>:** es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

**Teléfono Inteligente<sup>29</sup>:** Un teléfono inteligente (*smartphone* en inglés) es un teléfono móvil construido sobre una plataforma informática móvil, con una mayor capacidad de almacenar datos y realizar actividades semejantes a una mini computadora y conectividad que un teléfono móvil convencional.

**Visión<sup>30</sup>:** Es el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

---

<sup>27</sup> Recuperado el 27 de Julio de 2013 de la World Wide Web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Tableta>

<sup>28</sup> Recuperado el 27 de Julio de 2013 de la World Wide Web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

<sup>29</sup> Recuperado el 27 de Julio de 2013 de la World Wide Web: [http://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono\\_inteligente](http://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono_inteligente)

<sup>30</sup> Fleitman, Jack (2000).

## BIBLIOGRAFÍA

- Bonta, Patricio y Farber, Mario. 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Grupo Editorial Norma, Bogotá. 2002. Pág. 37.
- Ferrel O.C. y Hirt Geoffrey. Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante. Grupo Editorial McGraw Hill, 2004, Pág. 211
- Fleitman, Jack. Negocios Exitosos, Grupo Editorial McGraw Hill Interamericana. 2000. Pág. 283.
- Gálvez Clavijo, Ismael. Introducción al Marketing en Internet: Marketing 2.0. IC Editorial. España. 2010. Pág. 12.
- Hair, Joseph. Lamb, Charles y McDaniel, Carl. Marketing. Grupo Editorial International Thomson Editores S.A. Sexta Edición, 2002, Pág. 301.
- Lester R. Bittel y Jackson.E. Ramsey. Enciclopedia del Management 2., Organización y Administración de Empresas. Grupo Editorial Oceano, Ediciones Centrum Técnicas y Científicas. España. 1988.
- Rosenberg, J.M. Diccionario de Administración y Finanzas. Grupo Editorial Oceano, Ediciones Centrum Técnicas y Científicas. España. 1989.

## WEBGRAFÍA

- [http://es.wikipedia.org/wiki/Transmetro\\_de\\_Barranquilla](http://es.wikipedia.org/wiki/Transmetro_de_Barranquilla)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_2.0](http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_2.0)
- <http://www.alertaenlinea.gov/articulos/s0018-aplicaciones-m%C3%B3viles-qu%C3%A9-son-y-c%C3%B3mo-funcionan>
- <http://leapp.wordpress.com/2012/04/30/historia-de-las-aplicaciones-moviles/>
- <http://www.todopuebla.com/directorio/cenet/blog/7983>
- [http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12604488.html](http://www.eltiempo.com/tecnologia/telecomunicaciones/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12604488.html)
- [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/transporte/cp\\_trans\\_urbano\\_ltrim12.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/transporte/cp_trans_urbano_ltrim12.pdf)
- [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/Estima\\_municipales\\_06\\_07.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/Estima_municipales_06_07.pdf)
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Barranquilla>
- <http://www.transmetro.gov.co/>
- [http://www.elheraldo.co/economia/solo-29-de-barranquilleros-usan-transmetro-11672?quicktabs\\_1=1](http://www.elheraldo.co/economia/solo-29-de-barranquilleros-usan-transmetro-11672?quicktabs_1=1)
- <http://www.mitechcol.com/index.php/blog2/78-products-and-services/101-hosting-y-dominio>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor\\_web#Procedimiento\\_del\\_navegador](http://es.wikipedia.org/wiki/Servidor_web#Procedimiento_del_navegador)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Tableta>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono\\_inteligente](http://es.wikipedia.org/wiki/Tel%C3%A9fono_inteligente)

# **ANEXOS**



## ANEXO A

### ENCUESTAS DE BQ TRANSPÚBLICO

#### TU TIQUETE MÓVIL

Buenos días/tardes

Somos Cesar Serje y Mabel Álvarez, estudiantes de la Universidad de la Costa. Estamos haciendo una encuesta de valoración de un proyecto comercial que pretende conocer las inquietudes que tiene usted como usuario del servicio de transporte público a la hora de pagar el pasaje, esta encuesta se realiza con el fin de que nos dé a conocer todas sus sugerencias para volver el servicio del pago del pasaje más eficaz.

Sus respuestas son de gran interés para la investigación, por lo que le agradecemos que tenga la amabilidad de responderlas con una x. Le garantizamos el tratamiento anónimo de sus respuestas. Muchas gracias

Nombre del encuestador: _____ Fecha _____ Lugar : _____ Ciudad _____ Barrio _____ Nombre del encuestado: _____ # encuesta _____ Ocupación: Empleado___/ Independiente___/ Estudiante___/ Hogar___/ Desempleado___/ Estado civil: Soltero___/ Casado___/ Unión Libre___/Viudo___/ separado___/ Posición en la familia _____ No de Hijos _____
---

Perfil del encuestado			
Edad	_____	Sexo	[ ] Hombre [ ] Mujer

**1. USTED UTILIZA EL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO?**

- A. Si \_\_\_\_
- B. NO \_\_\_\_

**2. CON QUÉ FRECUENCIA LO UTILIZA?**

- A. TODO LOS DÍAS \_\_\_\_
- B. DE LUNES A VIERNES \_\_\_\_\_
- C. LOS FINES DE SEMANA \_\_\_\_\_
- D. A VECES \_\_\_\_
- E. NO LO UTILIZA \_\_\_\_\_

**3. LE GUSTARÍA PAGAR SU PASAJE DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO POR MEDIO DE UNA APLICACIÓN MOVIL EN SU CELULAR O TABLET?**

- A. SI \_\_\_\_ POR QUÉ?

\_\_\_\_\_

- B. NO \_\_\_\_ POR QUÉ?

\_\_\_\_\_

**4. CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR ESTA APLICACIÓN MOVIL EN SU CELULAR O TABLETS?**

- A. ENTRE 1000 Y 2000 \_\_\_\_\_
- B. ENTRE 3000 Y 5000 \_\_\_\_\_
- C. GRATIS \_\_\_\_\_

**5. QUE BENEFICIOS LE GUSTARÍA OBTENER DE ESTA APLICACIÓN PARA PAGAR SU PASAJE DE TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO?**

- A. PAQUETES (semanales, mensuales) QUE OFREZCAN DESCUENTOS \_\_\_\_\_
- B. GPS PARA LAS RUTAS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE PUBLICO MASIVO \_\_\_\_\_

- C. TRANSFERENCIAS DE PASAJES A OTRAS PERSONAS \_\_\_\_\_
- D. ADELANTAR SALDOS PARA PASAJES \_\_\_\_\_
- E. RECIBIR PUBLICIDAD \_\_\_\_\_
- F. TODAS LAS ANTERIORES \_\_\_\_\_

**6. A QUE OPERADOR DE CELULAR PERTENECES?**

- A. CLARO \_\_\_\_\_
- B. MOVISTAR \_\_\_\_\_
- C. TIGO \_\_\_\_\_
- D. UFF \_\_\_\_\_
- E. MOVIL ÉXITO \_\_\_\_\_
- F. VIRGIN \_\_\_\_\_

**7. QUE TIPO DE PLAN DE DATOS TIENES?**

- A. POSPAGO \_\_\_\_\_
- B. PREGAGO \_\_\_\_\_

## ANEXO B

### ANALISIS FINANCIERO

#### INVERSIÓN DEL PROYECTO

Salarios	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
INGENIERO DE SISTEMAS	1	3.000.000	3.000.000
DISEÑADOR	1	1.500.000	1.500.000
GERENTE MERCADEO	1	3.500.000	3.500.000
GERENTE FINANCIERO	1	3.500.000	3.500.000
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	800.000	800.000
<b>Total Salarios</b>	<b>5</b>		<b>12.300.000</b>

Arriendos			
Arriendo de oficinas	1	1.000.000	1.000.000
<b>Total Arriendos</b>			<b>1.000.000</b>

Servicios Públicos			
<b>Luz</b>		100.000	100.000
<b>Agua</b>		40.000	40.000
<b>Teléfono + Internet</b>		75.000	75.000
<b>Total Servicios Públicos</b>			<b>215.000</b>

Tecnología			
Pagina Web	1	400.000	400.000
Hosting	1	300.000	300.000
Servidor IBM	1	6.000.000	6.000.000
Registro aplicaciones en las entidades gubernamentales	1	2.000.000	2.000.000
Lectores QR	5	300.000	1.500.000
<b>Total Tecnología</b>			<b>10.200.000</b>

<b>EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACION</b>			
Computadores de escritorio	4	2.000.000	8.000.000
Portátil	2	1.500.000	3.000.000
Escritorios	5	300.000	1.500.000
Fax	1	150.000	150.000
Sillas	15	50.000	750.000
Muebles	1	300.000	300.000
Divisiones de oficina	2	200.000	400.000
Aire acondicionado	1	2.500.000	2.500.000
Artículos de cafetería	1	60.000	60.000
Paquete de Comunicación	2	100.000	200.000
Archivadores	1	100.000	100.000
<b>Total Equipos</b>			<b>16.960.000</b>

<b>Publicidad</b>			
Campaña de Publicidad	1	68.485.000	68.485.000
<b>Total publicidad</b>			<b>68.485.000</b>

<b>INVESTIGACION DE MERCADOS</b>			
INVESTIGACION DE MERCADOS		15.000.000	15.000.000
<b>Total Investigación de Mercados</b>			<b>15.000.000</b>

<b>DIFERIDOS</b>			
Registro Cámara de Comercio	1	188.000	188.000
Registro Público Mercantil	1	322.000	322.000
Registro Único Tributario ( RUT)	1	85.000	85.000
Matricula de Industria y Comercio	1	69.000	69.000
Servicios notariales		450.000	450.000
<b>Total Diferidos</b>			<b>1.114.000</b>

<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			<b>125.274.000</b>
------------------------	--	--	--------------------

**Tabla 17.**

## ANEXO C

### PROYECCION DE VENTAS Y RENTABILIDAD BQ TRANSPUBLICO

Concepto 1 Año

Ciudad Barranquilla

Ventas App	
Volumen proyectado a vender de App	35000
Precio de venta	\$2,000
venta App	\$ 70.000.000
Total Venta por año App	840.000.000
Venta de Publicidad	
Venta de Publicidad por pautas en la APP Por Mes	\$ 1.000.000
Venta de publicidad por pautas proyectada Por Mes	25
Venta total Publicidad	\$ 25.000.000
Venta de Publicidad interna de la App	\$ 300.000.000
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$ 300.000.000</b>

Tabla 18.

**ANEXO D.**

**ESTADO DE RESULTADOS BQ TRANSPUBLICO**  
**Diciembre 2013**

<b>VENTAS</b>	<b>\$ 1.140.000.000</b>
(-) Costo de ventas	\$ 25.411.000
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 1.114.589.000</b>
(-) Gastos Operacionales de administración	\$ 84.599.000
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 1.029.990.000</b>
(+) Ingresos no operacionales	\$0
(-) Gastos no operacionales	\$0
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>1.029.990.000</b>
(-) Impuesto de renta y complementarios	\$ 339.896.700
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 690.093.300</b>

**Tabla 19.**

## ANEXO E

### PRESUPUESTO DE CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DE BQ TRANSPUBLICO

Ciudad : Barranquilla

CANTIDAD	CONCEPTO	DIAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
30	Servicio logístico de persona	13	25,000	\$9,750,000
30	Camisetas		6,000	\$180,000
15	Eucoles de Estaciones y buses	30	3,000,000	\$45,000,000
10,000	Volantes y encuetas	10	39	\$390,000
1	Aviso de prensa	15	3,165,000	3,165,000
4	Proyecciones para Salas de Cines	15	2,500,000	\$10,000,000
<b>Total Campaña</b>				<b>\$68,485,000</b>

**Tabla 20.**