



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MARKETING**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y RECURSOS  
HUMANOS**

**Cochera libre app**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el grado de bachiller en Administración de Empresas

Para optar el grado de bachiller en Marketing

Para optar el grado de bachiller en Administración y Recursos Humanos

**AUTOR(ES)**

Alcántara Tellería, Jessica Vanessa (0000-0002-7926-6025)

Chumpitaz Barba, Jose Pablo (0000-0003-4569-407X)

Gaona Sánchez, Ricardo Diego (0000-0001-8992-7109)

Huayhuapuma Jara, Sadan Ronald (0000-0001-7758-3361)

Remigio Alvarado, Eduardo Junior (0000-0003-1239-3182)

**ASESOR**

Gaviria Clemente, Juan Francisco del Carmen (0000 - 0001 - 6435 - 0307)

**Lima, 22 de febrero de 2022**

*DEDICATORIA*

*Dedicado a nuestra familia por su apoyo incondicional durante este camino que decidimos  
emprender para crecer como profesionales.*

## RESUMEN

El modelo de negocio Cochera Libre App está enfocado en brindar un servicio de búsqueda fácil y seguro de estacionamientos en los diferentes puntos estratégicos de Lima Metropolitana y Callao a través de un aplicativo móvil. Para ello, se está considerando como propuesta diferenciadora incluir motos, autos, bicicletas y scooters, con el objetivo de captar nuevos clientes y posicionarnos en el mercado. Además, los precios están orientados en tarifas dinámicas según la ubicación del usuario y los estacionamientos disponibles.

Al elaborar las entrevistas a profundidad se identificó que hay una necesidad para implementar este proyecto en el mercado peruano enfocados a varones y mujeres de 25 a 55 años del NSE A, B y C. Para SMIA - Sistema Metropolitano de Información Ambiental (2020) la pandemia del COVID-19 ha generado que las personas utilicen como alternativa otros tipos de vehículos generando nuevos hábitos que mejoren una movilidad sostenible.

Palabras claves: estacionamiento, vehículos, tarifa, moto, bicicleta, scooter.

## ABSTRACT

The Parking Free App business model is focused on providing an easy and safe parking search service at the different strategic points of Metropolitan Lima and Callao through a mobile application. For this, it is being considered as a differentiating proposal to include motorcycles, cars, bicycles or scooters, with the aim of attracting new customers and positioning ourselves in the market. In addition, the prices are based on dynamic rates based on the user's location and available parking spaces.

When preparing the in-depth interviews, it was identified that there is a need to implement this project in the Peruvian market focused on men and women between the ages of 25 and 55 from NSE A, B and C. For SMIA - Sistema Metropolitano de Información Ambiental (2020) the COVID-19 pandemic It has led people to use other types of vehicles as an alternative, discovering new habits that improve sustainable mobility.

Keywords: parking, vehicles, rate, motorcycle, bicycle, scooter.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>1</b>	<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
<b>2</b>	<b>ASPECTOS GENERALES DEL NEGOCIO.....</b>	<b>11</b>
2.1	IDEA / NOMBRE DE NEGOCIO.....	11
2.2	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO A OFRECER.....	11
2.3	EQUIPO DE TRABAJO.....	11
<b>3</b>	<b>PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.....</b>	<b>14</b>
3.1	ANÁLISIS EXTERNO.....	14
3.1.1	ANÁLISIS PESTEL.....	14
3.2	ANÁLISIS INTERNO.....	17
3.2.1	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	17
3.2.2	ANÁLISIS FODA.....	22
3.3	VISIÓN.....	23
3.4	MISIÓN.....	23
3.5	ESTRATEGIA GENÉRICA.....	23
3.6	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	24
<b>4</b>	<b>INVESTIGACIÓN / VALIDACIÓN DE MERCADO.....</b>	<b>25</b>
4.1	DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
4.2	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
4.3	INFORME FINAL.....	33
<b>5</b>	<b>PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>34</b>
5.1	PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE MARKETING.....	34
5.2	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	34
5.2.1	SEGMENTACIÓN.....	34
5.2.2	POSICIONAMIENTO.....	34
5.3	MERCADO OBJETIVO.....	35
5.3.1	TAMAÑO DE MERCADO.....	35
5.3.2	TAMAÑO DE MERCADO DISPONIBLE.....	37
5.3.3	TAMAÑO DE MERCADO DISPONIBLE.....	37
5.3.4	POTENCIAL DE CRECIMIENTO DEL MERCADO.....	37

5.4	DESARROLLO Y ESTRATEGIA DE MARKETING MIX .....	38
5.4.1	ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO .....	38
5.4.2	DISEÑO DE PRODUCTO O SERVICIO .....	38
5.4.3	ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	40
5.4.4	ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.....	41
5.4.5	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN .....	43
5.5	PLAN DE VENTAS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	44
5.6	PRESUPUESTO DE MARKETING.....	46
<b>6</b>	<b>PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>49</b>
6.1	POLÍTICAS OPERACIONALES .....	50
6.1.1	CALIDAD .....	50
6.1.2	PROCESOS .....	52
6.1.3	PLANIFICACIÓN .....	54
6.1.4	INVENTARIOS .....	54
6.2	DISEÑO DE INSTALACIONES .....	54
6.2.1	LOCALIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES .....	54
6.2.2	CAPACIDAD DE LAS INSTALACIONES .....	55
6.2.3	DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES .....	55
6.3	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	57
6.4	PLANEAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN.....	57
6.4.1	GESTIÓN DE COMPRAS Y STOCK.....	57
6.4.2	GESTIÓN DE LA CALIDAD .....	57
6.4.3	GESTIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	58
6.5	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS VINCULADOS AL PROCESO PRODUCTIVO .....	59
6.6	ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS OPERATIVOS .. .....	59
<b>7</b>	<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>60</b>
7.1	OBJETIVOS ORGANIZACIONALES .....	60
7.2	NATURALEZA DE LA ORGANIZACIÓN.....	60
7.2.1	ORGANIGRAMA.....	60
7.2.2	DISEÑO DE PUESTOS Y FUNCIONES .....	61

7.3	POLÍTICAS ORGANIZACIONALES .....	62
7.4	GESTIÓN HUMANA .....	62
7.4.1	RECLUTAMIENTO .....	62
7.4.2	SELECCIÓN CONTRATACIÓN E INDUCCIÓN.....	62
7.4.3	CAPACITACIÓN, DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO. 63	
7.4.4	RECONOCIMIENTO .....	64
7.4.5	SISTEMA DE REMUNERACIÓN .....	64
7.5	ESTRUCTURA DE GASTOS DE RRHH .....	66
<b>8</b>	<b>PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO .....</b>	<b>67</b>
8.1	SUPUESTOS.....	67
8.2	INVERSIÓN EN ACTIVOS (FIJOS E INTANGIBLES) Y DEPRECIACIÓN .	67
8.3	PROYECCIÓN DE VENTAS .....	69
8.4	CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO .....	70
8.5	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	70
8.6	ESTADOS FINANCIEROS .....	73
8.7	FLUJO FINANCIERO .....	74
8.8	TASA DE DESCUENTO ACCIONISTAS Y WACC .....	76
8.9	INDICADORES DE RENTABILIDAD .....	77
8.10	ANÁLISIS DE RIESGO.....	78
8.10.1	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	78
8.10.2	ANÁLISIS POR ESCENARIOS .....	78
8.10.3	ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO .....	79
8.10.4	PRINCIPALES RIESGOS DEL PROYECTO .....	80
<b>9</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>80</b>
<b>10</b>	<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>81</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Nivel de concentración de competidores existentes.....	17
TABLA 2. Nivel de concentración de clientes.....	18
TABLA 3. Nivel de concentración de proveedores .....	19
TABLA 4. Nivel de concentración de productos sustitutos .....	20
TABLA 5. Nivel de concentración de competidores potenciales .....	21
TABLA 6. Matriz FODA .....	22
TABLA 7. Acciones de marketing digital.....	42
TABLA 8. Acciones BTL y ATL.....	43
TABLA 9. Cuadro de estacionalidad de Cochera Libre App.....	45
TABLA 10. Presupuesto de marketing para 1er. Año.....	48
TABLA 11. Capacidad instalada, utilizada y tasa de utilización .....	49
TABLA 12. Especificaciones técnicas de Cochera Libre App .....	57
TABLA 13. Inversión de activos fijos .....	59
TABLA 14. Estructura de costos y gastos.....	59
TABLA 15. Estructura de gastos de RRHH por año.....	66
TABLA 16. Proyección de gastos de RRHH por año .....	66
TABLA 17. Estructura de inversión de Cochera Libre App.....	67
TABLA 18. Inversión tangible de cochera libre app.....	68
TABLA 19. Inversión intangible de cochera libre app .....	68
TABLA 20. Depreciación y amortización de activos .....	68
TABLA 21. Estudio de precios .....	69
TABLA 22. Plan de ventas (en horas) .....	69
TABLA 23. Proyección de ingresos.....	69
TABLA 24. Capital de trabajo detallado.....	70
TABLA 25. Estructura de financiamiento.....	70
TABLA 26. Condiciones del préstamo .....	71
TABLA 27. Cuadro de amortización .....	72
TABLA 28. Estado de resultados .....	73
TABLA 29. Liquidación de IGV.....	74



TABLA 30. Estado de flujo de caja económico y financiero.....	75
TABLA 31. Cálculo de costo de oportunidad .....	76
TABLA 32. Cálculo del WACC .....	76
TABLA 33. Cálculo del VAN y TIR económico.....	77
TABLA 34. Cálculo del VAN y TIR financiero .....	77
TABLA 35. Análisis de sensibilidad.....	78
TABLA 36. Análisis de escenarios .....	78
TABLA 37. Análisis de punto de equilibrio .....	79

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Pieza gráfica para anuncio de Facebook.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
FIGURA 2. Vista del fanpage .....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
FIGURA 3. Vista del anuncio publicitario.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
FIGURA 4. Vista de landing page.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
FIGURA 5. Resultados obtenidos del landing page.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
FIGURA 6. Población de Lima Metropolitana .....	26
FIGURA 7. Población de Lima Metropolitana .....	27
FIGURA 8. Logotipo de Cochera Libre App.....	30
FIGURA 9. Vehículos aceptados por Cochera Libre App .....	30
FIGURA 10. Precios de estacionamientos más caros .....	31
FIGURA 11. Uso de redes sociales en Perú.....	32
FIGURA 12. Flujograma de procesos Cochera Libre App .....	44
FIGURA 13. Ubicación de oficina.....	46
FIGURA 14. Plano de distribución de instalaciones.....	47
FIGURA 15. Organigrama de Cochera Libre App.....	51
FIGURA 16. Selección, contratación e inducción .....	54
FIGURA 17. Beneficios sociales de microempresa .....	56

## 1 INTRODUCCIÓN

El proyecto tiene como objetivo implementar un nuevo modelo de negocio en el Perú, mediante el uso de un aplicativo móvil. Para esto se tiene como propuesta implementar un negocio que esté basado en mejorar la problemática que se tiene con los estacionamientos hoy en día. Como consecuencia se crea un APP, donde las personas puedan afiliarse de manera gratuita a un sistema de cochera libre para los distintos medios de transportes que se tienen hoy en día. Además del objetivo se puede resaltar que nuestros socios podrán mejorar sus ingresos con el alquiler de las cocheras.

En consecuencia es importante considerar que Cochera Libre App, presenta un gran potencial en el mercado peruano porque contribuye a una ventaja competitiva que brinda una rentabilidad a corto plazo. De esta manera el proyecto busca mantener satisfechos a sus clientes con el servicio.

## 2 ASPECTOS GENERALES DEL NEGOCIO

### 2.1 IDEA / NOMBRE DE NEGOCIO

#### Cochera Libre App

Es una aplicación móvil que permite a las personas conseguir estacionamiento de manera práctica, fácil, económica y segura. Teniendo como aliados a personas que alquilen sus cocheras, que están ubicadas en puntos estratégicos donde los usuarios siempre van a requerir estacionarse. Además, no solo podrán estacionar autos, sino también motos, bicicletas o scooters.

### 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO A OFRECER

Los usuarios descargarán la aplicación, registrarán sus datos, los de su vehículo (placa, características, etc.) y datos de alguna tarjeta de crédito o débito. A continuación, sus datos pasarán por un proceso de validación para poder comprobar la identidad del usuario y que no incurre en alguna falta.

Una vez aprobado el perfil, se abrirá el mapa en su ubicación actual y podrán ver los estacionamientos disponibles cerca o también podrán buscar en otras partes por si desean reservar con anticipación. En el mapa podrán darle clic a alguno de los estacionamientos y les aparecerá la siguiente información: distancia a la que se encuentran, disponibilidad, características, fotos del espacio e información del dueño del estacionamiento, junto con puntuación y comentarios de otros usuarios.

Los precios de los estacionamientos se basarán en “tarifas dinámicas”, en las que los precios estarán establecidos de acuerdo a la demanda de la ubicación del usuario y el momento.

### 2.3 EQUIPO DE TRABAJO

A continuación, presentamos a los miembros del equipo de trabajo:

**Alcántara Tellería, Jessica Vanessa (34 años)**



Profesional técnico en Administración de servicios de hotelería y restaurantes en el Instituto San Ignacio de Loyola. Actualmente estudiante del décimo ciclo de Administración de Empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Con más de 10 años de experiencia en el área de ventas del sector bancario. En la actualidad, se desempeña como ejecutivo hipotecario en el banco Interbank.

**Chumpitaz Barba, Jose Pablo (32 años)**



Actualmente estudiante del décimo ciclo de la carrera de Administración y Recursos Humanos en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Con más de 7 años de experiencia en atención al cliente. Hoy en día se desempeña en empresas que organizan eventos para clientes privados y organizaciones. Considera que el trabajo que desarrolla es bastante estratégico y con gran potencial de crecimiento.

**Huayhuapuma Jara, Sadan Ronald (29 años)**



Actualmente estudiante de décimo ciclo de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Con más de 5 años de experiencia en el área de logística y operaciones. En la actualidad se desempeña como Coordinador de Logística en la empresa Fibrafil. Asimismo, sus habilidades más destacadas son puntualidad, empatía y trabajo en equipo.

**Gaona Sánchez, Ricardo Diego (30 años)**



Profesional Técnico en Comunicación Integral por el Instituto San Ignacio de Loyola. Actualmente estudiante del décimo ciclo de la carrera de Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Cuento con experiencia en marketing digital, gestión de redes sociales y creación de contenido por más de 5 años. En la actualidad, trabaja como asistente de marketing digital en el instituto Zegel IPAE.

**Remigio Alvarado, Eduardo Junior (29 años)**



Profesional Técnico en Diseño Gráfico por el Instituto SENATI. Actualmente, estudiante del décimo ciclo de la carrera de Marketing en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). En la actualidad, trabaja como coordinador en el área de diseño de productos nuevos en cerámica San Lorenzo y de manera independiente realiza trabajos de fotografía y diseño a diferentes empresas.

### 3 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

#### 3.1 ANÁLISIS EXTERNO

##### 3.1.1 ANÁLISIS PESTEL

- **Político - Legal:**

Actualmente en el Perú, según Congreso de la República del Perú. (2009) rige la ley N°29461 que establece los lineamientos que deben seguir las personas que brindan y hacen uso de los estacionamientos vehiculares. En dicha ley están contemplados los derechos y obligaciones del titular y del usuario del estacionamiento, como por ejemplo brindar las facilidades al usuario para que pueda ingresar al espacio o estacionar adecuadamente su vehículo.

Por otro lado, de acuerdo a las facultades que tienen las municipalidades distritales según la Ley Orgánica de Municipalidades, algunos distritos han emitido ordenanzas municipales que regulan el “horario, uso y tiempo de los espacios de estacionamiento público en el distrito”, por ejemplo: Ordenanza N° 448-MSI del distrito de San Isidro, Ordenanza N° 441-MDS del distrito de Surquillo, Ordenanza N° 374/MLV del distrito de La Victoria, por mencionar algunas.

- **Económico:**

Actualmente, debido a la pandemia la economía del país se vio gravemente afectada; sin embargo, según la Oficina de Comunicaciones del Ministerio de Economía y Finanzas (2021) “la economía mantendrá su dinamismo y se proyecta que crecería 4,8%”, lo que se verá reflejado en una mejora económica para los ciudadanos y para los emprendedores.

Esto puede verse reflejado en algunas de las medidas que ha tomado el gobierno, tales como se indica en Ministerio de Economía y Finanzas (2021) la Reasignación de Fondo para la Inclusión Económica en Zonas Rurales, busca mejorar la calidad de los servicios básicos para la mejora de la calidad de vida en los ciudadanos que viven en zonas rurales y Continuidad de Arranca Perú, ayuda a mejorar las zonas urbanas, la infraestructura de las vías públicas, lo cual ayudará a que haya un

incremento de mano de obra y de esta manera el estado beneficia a las personas brindándoles empleo.

- **Social**

Debido a la pandemia, las personas han cambiado muchos de sus hábitos, conductas y forma en que se transportan. Según Redacción Economía (2020) en una entrevista con Pedro White, gerente general de Mercado Libre, indica que “Las bicicletas y scooters eléctricos se han convertido en una alternativa muy demandada para distancias cortas/medianas dado que permiten la movilización evitando focos de contagio como el transporte público”.

Ante esta tendencia que viene creciendo y consolidándose, el Estado también las está promoviendo, tal es el caso que presenta Redacción El Peruano (2021) donde indica que la ATU ha aumentado la cantidad de biciparqueaderos en las estaciones del Metropolitano, y también se han implementado zonas dentro de los buses para que las personas puedan transportarse con sus bicicletas y scooters plegables de una manera más cómoda.

En Redacción Economía (2020) se indica que “Según datos de Mercado Libre, la búsqueda en línea de las bicicletas aumentaron en un 282% con respecto al 2019. Por su parte, las búsquedas de los scooters eléctricos también aumentaron en un 58%”. Este crecimiento va alineado con nuestro modelo de negocio porque al aumentar la cantidad de personas con estos nuevos vehículos, también aumentará la demanda de gente buscando un espacio adecuado donde estacionarse en medio de una ciudad donde las cocheras están adecuadas solo para carros.

- **Tecnológico**

Según el estudio “El internet de cada día: hábitos y actitudes hacia el internet 2021” realizado por Ipsos, indica que personas entre 18 años y 70 años usan el internet al menos una vez a la semana, donde los usos que le dan al internet las personas son estar conectados a la redes sociales (77%), chatear (70%), estudiar (60%), buscar información (66%) (Ipsos, 2021).



Con esta investigación realizada por Ipsos se puede concluir que un amplio sector de los peruanos cada vez está más familiarizado con la era digital que se vive en el mundo.

Según un estudio de la Universidad Continental, “los peruanos de la región centro sobrepasan a los limeños en la frecuencia de compra en redes sociales y que el 51% de los departamentos de Junín, Huancavelica y Pasco compran sus productos una vez por semana mientras que en Lima solo hace el 24%” (Trigoso, 2021). Esto indica que los emprendedores tienen que enfocarse en la publicidad en la redes para así tener más llegada a su público objetivo.

Cóndor (2019) se cita un estudio de Ipsos donde se comenta que “las personas tecnológicas al menos tienen 7 dispositivos digitales en promedio y que las personas no tecnológicas tienen al menos 2 dispositivos digitales, los gadgets que más usan o que están en tendencia para estos dos grupos son los celulares, las tablets y las computadoras de PC”.

- **Ecológico**

En la actualidad, diversos países manifiestan su preocupación por disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub> generado por el transporte público y las industrias, afectando principalmente al medioambiente. Para ello, el Perú tiene el siguiente decreto supremo N° 012-2009-MINAM con el objetivo de impulsar la disminución del medio ambiente, tener un transporte sostenible, obtener una calidad de aire adecuada, entre otras (Presidencia de la República del Perú, 2009).

Según SMIA - Sistema Metropolitano de Información Ambiental (2020), indica que en “El contexto actual por la pandemia del COVID-19 ha propiciado que más personas utilicen vehículos alternativos, como bicicletas, patines, scooters, entre otros, para desplazarse de un lugar a otro, pues esta práctica los ayuda a mantener el distanciamiento social”. Esta nueva tendencia que se está generando favorece e impulsa nuevas medidas que contribuyen a una movilidad sostenible iniciada por programas y campañas municipales.

## 3.2 ANÁLISIS INTERNO

### 3.2.1 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

- **COMPETIDORES ACTUALES:**

En el mercado peruano existen opciones para poder estacionar nuestros vehículos de transporte tales como auto, bicicleta o scooter. En el caso de automóviles, si bien existen empresas de cocheras consolidadas en el mercado, tales como “Los portales”, también se encuentran las llamadas “Playas de estacionamiento”, las cuales ofrecen una opción más económica en algunos casos, pero muchas de estas no cuentan con las condiciones adecuadas para estacionar los automóviles.

En cuanto a las bicicletas, existen estacionamientos públicos, pero en cantidades limitadas. Hay esfuerzos municipales, como el de la Municipalidad de San Isidro, la cual comunica oficialmente sus áreas de parqueo para bicicleta a la comunidad mediante su página web. Así mismo, también podemos observar que la tendencia en los últimos años es que entidades privadas como centros comerciales habiliten espacios exclusivos para estacionar bicicletas; o los nuevos proyectos inmobiliarios con estos mismos tipos de estacionamientos. Sin embargo, estos no significan una competencia alta para nuestro emprendimiento, ya que el modelo de negocio es distinto.

Tabla 1. *Nivel de concentración de competidores existentes*

NIVEL DE CONCENTRACIÓN					
	1	2	3	4	5
Competidores existentes		X			

*Fuente: Elaboración propia*

Se concluye el nivel de concentración con una puntuación de 2 ya que se considera que no existen competidores que brinden el mismo servicio de estacionamiento de la misma manera que el de Cochera Libre App. Adicionalmente, el modelo de negocio de nuestros competidores consiste en que el cliente se acerque con su vehículo y en ese momento sepa si es que tiene un estacionamiento libre. En cambio nosotros le

damos la facilidad de que antes de que llegue a su destino pueda encontrar un estacionamiento mediante nuestra aplicación.

**Estrategias:**

- Estar en constante comunicación tanto con nuestros socios (arrendadores) como con nuestros clientes, apoyándonos en los reviews que éstos dejarán en la aplicación luego de cada servicio de alquiler. Adicionalmente, tener un buzón de recomendaciones que será revisado a diario.
- Se brindarán descuentos y promociones personalizadas de acuerdo a los intereses del cliente, asimismo se creará alianzas estratégicas con establecimientos para poder incrementar el uso del aplicativo.

• **CLIENTES:**

Actualmente en el mercado peruano, no existe un modelo de negocio como el de “Cochera Libre”, el cual creemos que soluciona una problemática que se presenta a diario por la falta de espacios de estacionamiento para automóviles, bicicletas y scooters, tal como lo presenta una nota periodística de Redacción América TV (2014) dónde relata cómo el caos vehicular por falta de estacionamientos en Lima va creciendo, lo cual comprueba que este tema viene en aumento desde muchos años atrás.

Tabla 2. Nivel de concentración de los clientes

NIVEL DE CONCETRACIÓN					
	1	2	3	4	5
Cientes directos			X		
Cliente final					X

*Fuente: Elaboración propia*

Se determina un nivel de concentración 3 para los clientes directos ya que se considera que al empezar con el modelo negocio puedan estar un poco temerosos para ofrecer sus cocheras o espacios para que un tercero pueda dejar su vehículo (auto, bicicleta, moto o scooter) debido a la situación de inseguridad ciudadana que se vive actualmente en el país.

Los clientes finales tienen un nivel de concentración 5 ya que se toma en cuenta que ellos son los que tienen el grado más alto de necesidad de encontrar un estacionamiento de manera más ágil de lo que normalmente están acostumbrados ya que en caso se dirijan a realizar un trámite, encontrarse con alguien en un restaurante o a una reunión lo que ellos desean es tener un estacionamiento al instante y no estar dando vueltas.

**Estrategias:**

- Se implementará un filtro exhaustivo (antecedentes policiales, penales, base de vehículos robados, etc) para los socios y clientes.
- Generar un programa de recompensa para los socios y así atraer a nuevos socios y poder brindar mayor cobertura en los diferentes distritos.

• **PROVEEDORES:**

Cochera Libre App es una aplicación móvil y para su funcionamiento se necesita el desarrollo, creación y mantenimiento de esta. Para reducir costos, trabajaremos con un proveedor externo el desarrollo y mantenimiento de nuestra aplicación. Esta persona o empresa es pieza clave debido a que nuestra aplicación es el único punto de contacto entre el cliente, el socio y la empresa.

Tabla 3. Nivel de concentración de proveedores

NIVEL DE CONCETRACIÓN					
	1	2	3	4	5
Proveedor de mantenimiento de app					X

*Fuente: Elaboración propia*

Se establece un nivel de concentración de 5 al proveedor de mantenimiento del APP ya que este servicio es vital para este modelo de negocio ya que sin el correcto funcionamiento de la aplicación no se podría operar al 100% y puede ser que se presenten errores como cargos a los usuarios sin separar el estacionamiento, caídas de la app, actualizaciones.

En el proveedor de seguridad tiene un nivel de concentración 4 ya que es importante que el espacio esté vigilado ante cualquier emergencia que se pueda producir, enviando una notificación mediante la app.

**Estrategias:**

- Realizar una investigación de empresas que brinden los mismos servicios que nuestros proveedores y cotizar sus precios, para poder tener mapeadas las opciones como un plan de contingencia.

• **PRODUCTOS SUSTITUTOS:**

En cuanto a los servicios que pueden sustituir al de Cochera Libre, existen tales como optar la vía pública que a veces las personas la usan para estacionar su vehículo también las playas de estacionamientos informales aunque estos no cuenten con la seguridad de estar en un espacio privado y/o vigilado.

Tabla 4. *Nivel de concentración de los productos sustitutos*

NIVEL DE CONCETRACIÓN					
Sustitutos	1	2	3	4	5
				X	

*Fuente: Elaboración propia*

Se determina un nivel 4 de concentración para los sustitutos debido a que las personas utilizan bastante las vías públicas para estacionarse y así salir del apuro asimismo también utilizan frecuentemente las playas de estacionamiento informales ya que tienen un costo menor a los estacionamientos de empresa y por qué a veces están en puntos estratégicos.

**Estrategias:**

- Generar una estrategia de comunicación donde se resalten los beneficios únicos de la aplicación como la seguridad, facilidad de encontrar un lugar donde estacionarse.

- **COMPETIDORES POTENCIALES:**

Por el momento no existe este modelo de negocio en el mercado peruano. No obstante, es algo que se puede imitar fácilmente en el país debido a que la necesidad de estacionamientos para diversos vehículos está aumentando con gran velocidad. Además, la oferta actual no se da abasto con las empresas de estacionamientos formales como Los Portales, Central o los biciparqueaderos municipales, ni tampoco con los estacionamientos informales, como lo son algunas playas de estacionamiento o la vía pública.

Tabla 5. Nivel de concentración de competidores potenciales

NIVEL DE CONCETRACIÓN					
Competidores potenciales	1	2	3	4	5
		X			

*Fuente: Elaboración propia*

Se determina un nivel de concentración 2 para los competidores potenciales ya que si bien es cierto es un modelo fácil de imitar o crear por el momento aún ningún emprendedor o empresario ha tomado la iniciativa de crearlo o ponerlo en marcha.

**Estrategias:**

- Al ser un servicio que se brinda mediante una aplicación digital, es importante realizar un plan de mejora de procesos y estar constantemente actualizados en temas de tecnología e innovación que estén en tendencia para poder brindarle la mejor experiencia a los clientes antes que otras aplicaciones. Además, resulta muy importante también tener un plan de acción ante posibles nuevos competidores para saber cómo reaccionar y qué acciones tomar en caso sea necesario.

### 3.2.2 ANÁLISIS FODA

Tabla 6. *Matriz FODA*

<p><b>MATRIZ FODA</b></p>  <p><b>COCHERA LIBRE</b> Rápido, fácil y seguro</p>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1) Baja inversión para el inicio de operaciones	1) Falta de experiencia previa en el manejo del rubro
	2) Acceso a herramientas tecnológicas para trabajar virtualmente	2) Probable falta de tiempo del equipo de trabajo, debido a otros oficios que realizan
	3) Modelo de negocio innovador	3) Posibles fallas técnicas de la aplicación
	4) Abarca más tipos de vehículos que las cocheras tradicionales	4) No contar con suficiente personal de servicio al cliente para atender la demanda
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento de las nuevas herramientas tecnológicas, para generar tendencia. (F2, O3)</li> <li>• Hacer de nuestra app una de las usadas en el país, generando valor en nuestros usuarios y clientes. (F3, F4, O3, O2)</li> <li>• Ser la única aplicación móvil que con una propuesta para mejorar la problemática de los estacionamientos. (F3, O1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resaltar nuestros beneficios aprovechando el hecho de la escasez de estacionamientos en la ciudad para atraer socios y clientes. (D1, O1)</li> <li>• Ingreso al mercado con una campaña irresistible para nuestros clientes, considerando que el mercado automotor viene en alza. (D1, O2, O3)</li> <li>• Contratar personal a demanda según fechas y días especiales. (D2, D4, O2, O3)</li> <li>• Búsqueda de herramientas que hagan que el servicio sea 100% seguro para nuestros socios. (D1, O3)</li> </ul>
1) Escasez de estacionamientos en las principales ciudades del país		
2) Crecimiento en las ventas de bicicletas y scooters en el 2020 debido a la pandemia		
3) Tendencia en aumento del uso de aplicaciones móviles para adquirir servicios		
4) Aumento de desempleo, lo que genera que la población busque nuevas formas de generar ingresos		
<b>AMENAZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de nuevos clientes y socios para fidelizarlos con ofertas exclusivas (F3, A1, A3)</li> <li>• Manejar precios accesibles para el público, atención personalizada con la finalidad de prevenir posibles competencias. (F1, A1)</li> <li>• Ser la empresa pionera en el mercado peruano. (F3, F4, A3)</li> <li>• Dar tranquilidad a los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un área de soporte ante problemas de facturación para evitar que las personas se sientan estafadas y recurran a la competencia. (A1, A4, D3)</li> <li>• Planear una estrategia de comunicación donde comuniquemos la practicidad del uso de la aplicación. (D3, A2)</li> <li>• Planear estrategias de</li> </ul>
1) Estacionamientos existentes consolidados en el mercado peruano		
2) Rechazo de la población en utilizar una app para estacionar sus vehículos		

3) Ingreso al mercado de nuevos emprendedores con el mismo modelo de negocio	usuarios mediante una aplicación segura usando tecnología innovadora. (F3, A4)	contrataque ante la posible aparición de posibles competidores. (D1, A3)
4) Criminalidad y estafas por el uso de pagos mediante medios virtuales		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar estrategias de metodologías ágiles de trabajo para mejorar la eficiencia del equipo y poder estar a la par de las empresas consolidadas en el mercado. (D2, A1)</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.3 VISIÓN

Ser la plataforma líder e innovadora de estacionamientos temporales para diferentes tipos de vehículos de transporte particular a nivel nacional.

### 3.4 MISIÓN

Facilitar la búsqueda de estacionamientos mediante una plataforma digital.

- **PROPÓSITO:**

Ayudar a los peruanos a tener un estacionamiento de manera rápida, fácil y segura.

### 3.5 ESTRATEGIA GENÉRICA

Cochera Libre al ser una aplicación nueva, trabajará una estrategia de diferenciación enfocada en captar al público objetivo con una propuesta innovadora donde cambiaremos la forma de ver los estacionamientos en Lima, ya que en nuestra propuesta no solo podrán acceder personas con carros, sino también con otros medios de transporte que se han vuelto parte de la vida diaria de los ciudadanos como bicicletas, motos y scooters. Con dicha propuesta consideramos que será factible poder expandir la cobertura a nivel nacional.

Además, la principal ventaja competitiva es que podrán escoger el estacionamiento que deseen y poder saber si está disponible o no antes de llegar, evitando así perder el tiempo y pasar malos momentos en medio del tráfico de la ciudad. Por otro lado, para incentivar a los usuarios a no dejar de usar la aplicación, trabajaremos convenios con marcas para poder brindarles descuentos en restaurantes, cines, tiendas, etc.



### 3.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Mantener nuestro nivel de satisfacción por encima del 90% el cual mediremos de acuerdo a las reseñas de los usuarios durante los 3 primeros años de operaciones.
- Incrementar la cobertura de Cochera Libre App en un 40% abarcando las siguientes ciudades: Chiclayo, Ica, Arequipa, Cusco, Trujillo, Tacna, Piura y Cajamarca en un plazo de 5 años de operaciones.
- Incrementar las ganancias obtenidas durante el primer año de funcionamiento en un 20% en los próximos 3 años.

## 4 INVESTIGACIÓN / VALIDACIÓN DE MERCADO

### 4.1 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### **Propuesta de valor:**

La propuesta de valor de Cochera Libre App consiste en brindar un servicio de alquiler por horas de estacionamientos para autos, bicicletas, motos y scooters a través de una aplicación, el cual se llevará a cabo en estacionamientos propios de personas naturales inscritas en nuestra plataforma. En las cuales la modalidad de pagos por el servicio será mediante tarifas dinámicas.

#### **Mercado/target:**

El público objetivo de Cochera Libre App se ha realizado mediante basándonos en los siguientes aspectos:

- Geográfico: Lima Metropolitana y Callao.
- Demográfico: Hombres y mujeres entre 25 y 55 años que buscan nuevas formas para movilizarse más allá de solo usar carros.
- Socioeconómico: Personas que se encuentran en el NSE A, B y C.
- Psicográfico: Ciudadanos que trabajen y que tengan vehículo propio (carro, moto, bicicleta o scooter), familiarizados con el uso de aplicaciones móviles y que estén dispuestos a intentar opciones alternas de estacionamientos.

#### **Diseño de pieza gráfica:**

Para trabajar la validación de mercado a través de un anuncio en Facebook, se creó un anuncio con los colores de la marca. En primer lugar, se ubicó el logotipo en la parte superior para llamar la atención y dejar claro el nombre. En segundo lugar, se indicó claramente los tipos de vehículos que se pueden estacionar usando nuestro servicio. Finalmente, se usó una imagen de la aplicación en un celular para reforzar el mensaje de ser una aplicación móvil y en la parte inferior se pusieron los logos de las plataformas a través de las cuáles se puede descargar.

Figura 1. Pieza gráfica para anuncio de Facebook



Fuente: Elaboración propia

### Fanpage de Facebook

Para el proceso de validación de mercado, también se trabajó un fanpage en Facebook donde se pondría el anuncio publicitario. Además, se personalizó con una imagen de perfil y portada con la identidad gráfica de la marca.

Figura 2. Vista del fanpage de Cochera Libre App en Facebook desde una computadora



Fuente: Elaboración propia

## Anuncio

Además, se trabajó un anuncio publicitario que direcciona a un landing page donde se encontrará un formulario para que los clientes que estén interesados puedan dejar un lead con sus datos.

Figura 3. Vista del anuncio publicitario de Cochera Libre App en Facebook



*Fuente: Elaboración propia*

## Formulario / landing page:

Se trabajó un landing page en la plataforma Unbounce, donde se personalizó con los colores e identidad gráfica de la marca. Además, se acompañó de un formulario donde los interesados podrían dejar sus datos con la siguiente información: nombres, apellidos, edad, email, qué vehículo usas.

Figura 4. Vista del landing page con formulario desde computadora



*Fuente: Elaboración propia*

### **Formulario de entrevistas a profundidad:**

Para profundizar la investigación de mercado, se trabajó una entrevista a profundidad para poder recabar información de primera mano y de forma más directa del público objetivo, en este caso de nuestro socios (arrendatarios).

- Presentación:

Buenos días, mi nombre es \_\_\_\_\_, soy alumno (a) de la UPC. En esta ocasión vamos a conversar con ustedes sobre los vehículos que manejan y las opciones de estacionamiento disponibles en para dichos vehículos. Para nosotros es muy importante conocer su opinión y que nos pueda brindar la mayor información posible.

De antemano, agradecemos su presencia en esta entrevista y su experiencia compartida con nosotros y que será de gran ayuda para fines académicos.

- Preguntas filtro:

- ¿Cuál es su edad?
- ¿En qué distrito vive actualmente?
- ¿Maneja algún vehículo propio? (Carro / bicicleta / scooter / moto)
- ¿Cuenta con cochera?
- ¿Su casa o departamento es alquilado o propio?

▪ Guía de preguntas:

1. ¿Cuáles son las características de su cochera?
2. Cuéntanos ¿qué tan segura consideras que es tu cochera y por qué?
3. Consideras que hay muchos comercios aledaños a tu domicilio y en qué te afecta esto?
4. ¿Su cochera la usa para guardar algún vehículo propio o le da otro uso?
5. ¿Cómo te sientes con el uso que le das a tu cochera actualmente?
6. Si decidieras alquilar tu cochera ¿qué te motivaría a hacerlo?
7. ¿Qué te parecería que exista una nueva opción mediante una aplicación para alquilar estacionamientos no solamente para autos, sino también bicicletas, scooters y motos?
8. ¿Qué opinas de la posibilidad de alquilar tu cochera por turnos/tiempos determinados?
9. Si tuvieras la posibilidad de alquilar tu cochera a diferentes vehículos (carros, bicicletas, scooters y motos) ¿cuáles serían tus miedos?
10. ¿Qué filtros consideraría necesarios que pasen las personas a las que alquilarías tu cochera?
11. ¿En cuánto consideras que podrías alquilar tu cochera? ¿Por qué ese monto?
12. ¿Estaría dispuesto a alquilar su cochera a través de una aplicación móvil?
13. ¿Qué le motiva a formar parte de este proyecto?

▪ Despedida:

Muchas gracias por sus aportes y el tiempo brindado. Buenos días / tardes / noches

## 4.2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### Análisis de resultados de conversión

- Presupuesto: S/ 50.00
- Tiempo: 16 al 19 de enero de 2022
- Segmentación demográfica: Hombres y mujeres entre 25 a 55 años.
- Segmentación geográfica: La propuesta de Cochera Libre App abarca Lima Metropolitana y el Callao, por tal motivo, es así como se segmentó al público en cuanto a la ubicación geográfica.
- Intereses: Para la segmentación se seleccionaron intereses referentes al tema de estacionamientos, como: transporte, bicicletas, ciclismo, scooters, motos, tráfico de Lima, cochera, automóviles, aplicaciones móviles.
- Tamaño del público: Según Facebook, el público estimado con esta segmentación es de 4'600,000.

Luego del tiempo que el anuncio estuvo en circulación, llegamos a los siguientes resultados:

Figura 5. *Captura de pantalla de los resultados obtenidos en el landing page*



*Fuente: Unbounce*

De acuerdo a los resultados obtenidos, podemos concluir que hay interés de parte del público por nuestra propuesta, debido a que nos dejaron sus leads y obtuvimos una tasa de conversión de 15.79%. Este resultado nos reconfirma el potencial de éxito de Cochera Libre App en el mercado peruano.

## **Análisis de resultados de las entrevistas a profundidad**

- Cantidad de entrevistados: 10 personas
- Público: Personas que viven en Lima Metropolitana y Callao que cuentan con una cochera, para determinar si estarían interesados en alquilar sus estacionamientos a través de Cochera Libre App, además de conocer sus motivaciones, temores, inquietudes y posibles ideas.
- Fecha de aplicación: sábado 15 al martes 18 de enero de 2022.

A continuación, presentamos los resultados de las preguntas realizadas durante las entrevistas a profundidad:

1. El 50% de las personas entrevistadas nos indican que las cocheras que tienen en su casa pueden albergar 2 carros o más y también diferentes vehículos como bicicletas, motos, scooters, etc. Además, comentan que sus cocheras tienen puertas levadizas o corredizas.
2. La mayoría de las personas entrevistadas nos comentaron que sus cocheras no tienen techo.
3. El 100% de los entrevistados nos indicó que si consideran que sus cocheras son seguras por diversos factores como: la ubicación de donde viven, por la cámara de seguridad, vigilantes o el tipo de puerta que tiene su cochera.
4. El 80% de las personas entrevistadas nos comentan que sí hay comercios aledaños a su casa, lo que le afecta debido a la gran carga vehicular que se genera, motivo por el que la gente utiliza las pistas o veredas para estacionarse.
5. El 40% de las personas entrevistadas que tienen su propio vehículo usan su cochera para guárdalo.
6. El 30% de las personas usan su cochera para alquilarla o la usan como almacén y el otro 30% no le dan ningún uso, solo cuando reciben alguna visita que viene en auto.
7. El 70% de las personas entrevistadas se sienten satisfechas con el uso que le dan a su cochera ya que guardan sus propios vehículos o alquilan el espacio, el otro 30% de las personas sienten que no están aprovechando el espacio y tampoco saben cómo sacarle provecho a su espacio.
8. El 80% de las personas entrevistadas indicaron lo que les motiva a alquilar su cochera es poder generar un ingreso extra.



9. Todas las personas entrevistadas consideran una idea súper interesante e innovadora que exista una aplicación para alquilar estacionamientos no solamente para autos, sino también bicicletas, scooters y motos.
10. El 90% de los entrevistados indicó que les parece muy interesante la idea de alquilar las cocheras por horas, pero manifestaron tener un poco de desconfianza y temor.
11. Solo 1 persona entrevistada indico que prefiere alquilar su cochera por periodos largos como 1 mes.
12. De las 10 personas entrevistadas, 8 nos comentaron que sí alquilaran su cochera a diversos vehículos (motos, bicicletas, carros) tendrían miedo de los robos, de los antecedentes que puedan tener los dueños de los vehículos, que estos fueran robados o tuvieran alguna requisitoria. Solamente 2 personas nos contestaron que no tendrían inconvenientes y que confiarían en la seguridad que brinda la aplicación.
13. Todas las personas entrevistadas indicaron que los filtros más importantes que deberían pasar las personas a las que se les va a alquilar la cochera serían: sus antecedentes policiales y penales, denuncias de sus vehículos, foto de la persona, firma, el número de placa, SOAT vigente, donde trabajan, multas e INFOCORP.
14. El 80 % de las personas entrevistadas nos indicaron que el promedio de precio que cobrarían por hora estaría en un rango de S/4 a S/8, considerando que deber ser un precio menor al de los estacionamientos tradicionales, además de la ubicación. El 20% restante indicó que cobraría S/15, ya que el precio está de acuerdo a las características y atributos de su cochera.
15. El 100% de las personas entrevistadas afirmaron estar dispuestas a alquilar sus cocheras a través de una aplicación móvil, pero recalcaron que necesitarían que se les capacite en el uso de la plataforma.
16. El 70% de los entrevistados indicó que alquilarían su cochera para generar un ingreso extra, el 30% restante dijo que lo harían como una forma de contribuir a la solución del tráfico que se genera cerca de sus casas.

De acuerdo con los resultados obtenidos, podemos concluir:

- Que las personas entrevistadas ven de forma positiva la creación de Cochera Libre App y la califican de innovadora por incluir no solo carros sino también bicicletas, motos y scooters.

- Todos los entrevistados indicaron que sí alquilarían sus cocheras a través de la aplicación como una forma de generar ingresos extra.
- Los entrevistados están dispuestos a ser parte del proyecto, sin embargo, indicaron que sí necesitarían una asesoría sobre el uso de la aplicación.
- Todos los participantes comentaron que un punto que los preocupa es el tema de la seguridad y los datos de las personas a las que les alquilarán sus cocheras. Desean poder tenerlos plenamente identificados por si hubiera algún problema.
- De formar parte de Cochera Libre App, la mayoría de los entrevistados manifestaron que pondrían una tarifa entre S/4 a S/8, mientras que otros indicaron una tarifa alrededor de los S/15, lo que hace factible el manejo de una tarifa dinámica en la aplicación.

#### 4.3 INFORME FINAL

Luego de realizada la investigación mediante el anuncio de Facebook, el landing page y las entrevistas a profundidad, hemos podido ampliar el panorama que teníamos sobre esta idea de negocio, logrando obtener resultados que validan nuestra propuesta.

Cochera Libre App cuenta con dos públicos, los socios que alquilarían sus cocheras y las personas que buscarían estacionamiento a través del aplicación, siendo nosotros el intermedio entre ambos.

En cuanto a los socios hemos podido recibir su aprobación con ayuda de las entrevistas a profundidad y a su vez la calificaron como una propuesta innovadora. Pudimos identificar que todas las personas ven a nuestra aplicación como una forma de generar un ingreso extra, mas no como un trabajo a tiempo completo pues no quieren descuidar sus otras actividades.

Sobre las personas que buscan estacionamiento, mediante el anuncio en Facebook y los leads en el landing page, hemos podido observar su interés en la propuesta. A través de los datos que nos proporcionaron, pudimos ver que la mayoría indicó que su vehículo es un auto.

Por lo antes expuesto, podemos deducir que nuestra propuesta de negocio con Cochera Libre App es validada por ambos públicos a los que va dirigida la aplicación.

## 5 PLAN DE MARKETING

### 5.1 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE MARKETING

Para el plan de marketing se plantean 3 objetivos específicos SMART el cual ayudará a lograr los objetivos del modelo de negocio.

#### **Objetivo específico 1**

Alcanzar el registro de 50 socios afiliados en cochera libre app durante el primer año de operaciones.

#### **Objetivo específico 2**

Alcanzar 1000 descargas a través del aplicativo y que al menos el 50% de estos sean usuarios activos en el primer año.

#### **Objetivo específico 3**

Posicionar la marca en un 20% del mercado objetivo para la culminación del segundo año de operación.

### 5.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

#### 5.2.1 SEGMENTACIÓN

Cochera Libre App está dirigida para personas que residen en Lima Metropolitana y Callao, cuyo rango de edades se encuentran entre los 25 y 55 años, de los niveles socioeconómicos A/B y C; tanto los potenciales socios que cuentan con espacio amplio y seguro para el servicio de cochera, que a la vez busquen generar ingresos económicos para su hogar, así como personas que necesiten un espacio para estacionar su vehículo (carro, moto, bicicleta y scooter) de forma rápida, fácil y segura.

#### 5.2.2 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento que utilizará Cochera Libre App será por diferenciación porque estará brindando a los clientes la opción de poder estacionar no solamente su auto, también podrá

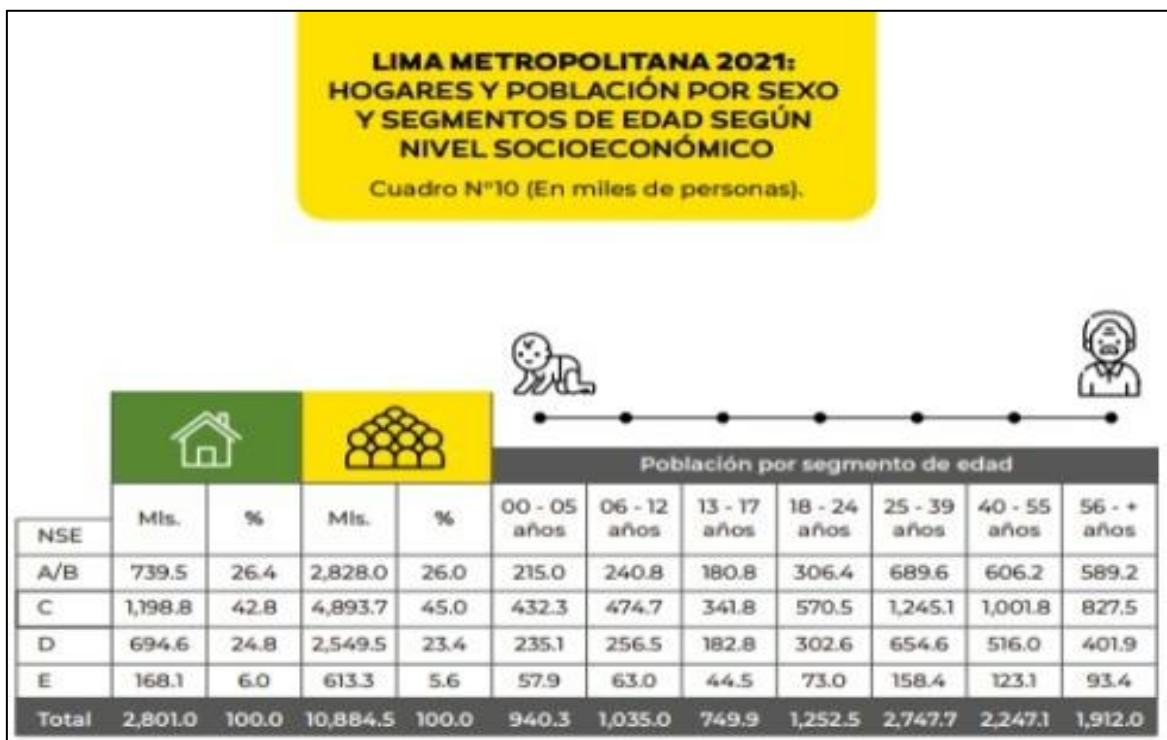
estacionar bicicletas y motos. Asimismo, podrá elegir el estacionamiento que prefiera ya que estaremos ubicados en diferentes puntos estratégicos en Lima Metropolitana y contará con una modalidad de pagos en tarifas dinámicas generando mejores ofertas según la ubicación y tiempo.

### 5.3 MERCADO OBJETIVO

#### 5.3.1 TAMAÑO DE MERCADO

Nuestro servicio se brindará en Lima Metropolitana, por lo que tomando el estudio “Perú: Población 2021 realizado por CPI (2021) podemos obtener que la población total de Lima Metropolitana y Callao es de: 10 884 500 personas.

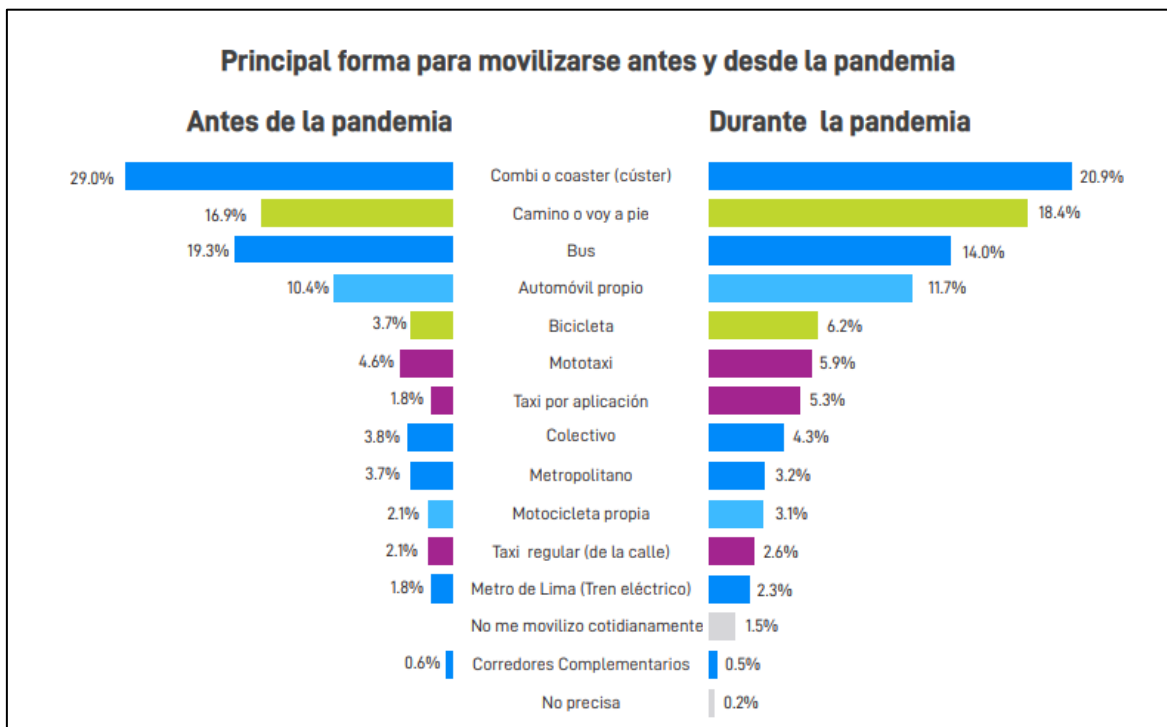
Figura 6. Población de Lima Metropolitana



Fuente: CPI

Luego, revisamos el informe de Lima Cómo Vamos (2021), de donde podemos extraer la siguiente información:

Figura 7. Población de Lima Metropolitana



Fuente: Lima cómo vamos

- 11.7% de personas que usan carros en Lima Metropolitana: 1 273 486
- De este número el 32.57% pertenece al NSE A, B y C entre 25 a 55 años, lo que representa: 414,774 personas.
- 6.2% de personas que usan bicicleta en Lima Metropolitana: 674 839
- De este número el 32.57% pertenece al NSE A, B y C entre 25 a 55 años, lo que representa: 219,795 personas.
- 3.1% de personas que usan motocicleta en Lima Metropolitana: 337 419
- De este número el 32.57% pertenece al NSE A, B y C entre 25 a 55 años, lo que representa: 109,897 personas.

Entonces, nuestro tamaño de mercado vendría a ser de 744,466 personas aproximadamente.

### 5.3.2 TAMAÑO DE MERCADO DISPONIBLE

Al mercado de 744,466 le aplicaremos la tasa de conversión de 15.79% obtenida mediante el anuncio de Facebook y el landing page.

$$744,466 * 15.79\% = 117,551$$

Podemos decir que nuestro mercado disponible es de: **117,551 personas**.

### 5.3.3 TAMAÑO DE MERCADO DISPONIBLE

Para el presente análisis tomaremos 3 distritos para el inicio de operaciones, los mismos que según Redacción RPP (2016) son los que presentan un mayor déficit de estacionamientos: San Isidro (15 mil), Miraflores (10 mil) y Surco (8 mil).

Esto genera que los conductores estacionen sus vehículos en lugares prohibidos, pues no se está atendiendo la demanda. Nuestro tamaño de mercado operativo sería de 33 mil personas aproximadamente. Teniendo en cuenta que para el primer año sean 100 las cocheras disponibles y que al día cada socio (arrendatario) atienda un total de 15 horas aproximada, y calculando 30 días (teniendo en cuenta que no atiendan algunos días a la semana) nos daría un total de 45,000 horas de atención. Por lo tanto, del total de horas de atención se considera que cada cliente utilizará el servicio por 2 horas aproximadamente, lo que nos da un mercado disponible de 22,500 personas. De esta manera, estaríamos atendiendo el 68.18% del público no atendido.

### 5.3.4 POTENCIAL DE CRECIMIENTO DEL MERCADO

Analizando el informe de Lima Como Vas (2021) sobre crecimiento de público de Lima Metropolitana, según su forma de movilizarse antes de la pandemia y en la actualidad, podemos obtener un estimado de crecimiento del mercado.

- Personas que se transportan en automóvil: creció un 1.3%
- Personas que se transportan en bicicleta: creció un 2.5%
- Personas que se transportan en motocicleta: creció 1%

Podemos deducir que el mercado de los 3 principales vehículos a los que vamos enfocados con nuestra propuesta están en constante crecimiento, lo que repercute de manera positiva en nuestro negocio.

## 5.4 DESARROLLO Y ESTRATEGIA DE MARKETING MIX

### 5.4.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Cochera Libre App usará la estrategia de diferenciación desarrollando planes de acciones que logren posicionarse en el mercado, captar la atención del cliente y destacarse sobre la competencia.

- El cliente tiene la alternativa de elegir el estacionamiento de su preferencia en los diferentes puntos estratégicos ubicados en Lima Metropolitana.
- La aplicación tiene como valor agregado poder estacionar autos, motos y bicicletas en comparación a la competencia.
- El aplicativo es fácil y amigable para que el usuario pueda navegar sin problemas y cuenta con una pasarela de pagos para cualquier tarjeta.
- Se trabajarán convenios con diferentes marcas para premiar a los usuarios incentivando el uso del aplicativo.
- La modalidad de pagos será por tarifas dinámicas generando una mejor oferta para el cliente según la ubicación del estacionamiento y hora.

### 5.4.2 DISEÑO DE PRODUCTO O SERVICIO

El diseño de la aplicación móvil Cochera Libre App será amigable, es decir, va tener un diseño simple y de fácil entendimiento tanto para los clientes y socios que la utilicen.

El logo de la aplicación está compuesto por dos palabras en español: por un lado, la palabra coloquial cochera, que hace referencia al lugar donde se guardan los vehículos. Por otro lado, la palabra libre, que indica que algo está disponible. Ambas palabras juntas hacen que el

nombre tenga un sencillo entendimiento de lo que se trata nuestra aplicación. Al respecto del color, se escogió el verde porque emula al color del semáforo que permite seguir, pasar, lo que da sensación de libertad.

Figura 8. *Logotipo de Cochera Libre App*



Fuente: Elaboración propia

Nuestro servicio se enfocará en el alquiler de estacionamiento para diferentes vehículos como autos, motos y bicicletas, esto permite que los socios puedan alquilar a más de un vehículo a la vez si su espacio lo permite.

Figura 9. *Vehículos aceptados por Cochera Libre App*



Fuente: Elaboración propia

El proceso de utilizar la aplicación se ha diseñado de forma sencilla: el cliente tendrá que descargar la aplicación mediante el App Store o Play Store, registrarse con sus datos e indicar el tipo de vehículo que usa, luego recibirá un correo de confirmación indicando que su cuenta está validada. A partir de ahí, podrá hacer uso del servicio, buscará la cochera más cercana



y podrá acercarse a dejar su vehículo, pudiendo hacer seguimiento del tiempo para finalmente realizar el pago a través de la aplicación o en efectivo.

#### 5.4.3 ESTRATEGIA DE PRECIOS

El precio de Cochera Libre App será en base a una tarifa dinámica, de manera que aplicará la estrategia de precios diferenciales, ya que este se establecerá en base al lugar, la hora y la concurrencia. Dicha tarifa dinámica tendrá un mínimo de S/10 y un tope máximo de S/ 15 soles la hora para los carros, esto en base a los precios de la competencia según el informe realizado por Mapcity que aparece en Redacción El Comercio (2015).

Figura 10. Precios de estacionamientos más caros

PLAYAS DE ESTACIONAMIENTO MÁS CARAS		
Distrito	Cadena	Precio
La Molina	Los Portales	S/.15,00
Miraflores	Los Portales	S/.15,00
San Borja	Los Portales	S/.15,00
San Isidro	Los Portales	S/.15,00
Surco	Los Portales	S/.15,00
Barranco	Los Portales	S/.12,00
Miraflores	Los Portales	S/.12,00
Surco	Central Parking	S/.10,00
La Molina	Central Parking	S/.10,00
Lima	Central Parking	S/.10,00
Miraflores	Central Parking	S/.10,00
San Isidro	Central Parking	S/.10,00
Surco	Central Parking	S/.10,00

*Fuente: El Comercio*

En cuanto a las motocicletas también se manejará una tarifa dinámica que oscila entre los S/5 y S/8 soles. Y en el caso de las bicicletas, el precio estará entre S/ 3 y S/ 5. Al tener un precio competitivo podemos ingresar al mercado con una propuesta distinta donde buscamos diferenciarnos de nuestros posibles competidores y generar un ahorro de tiempo y dinero a nuestros clientes. Con el objetivo de iniciar el posicionamiento de marca, se eligieron los

siguientes distritos: San Isidro, Surco y Miraflores. Además, a diferencia de nuestros competidores que cobran entre S/ 5 a S/ 10 por pérdida del ticket de estacionamiento, con Cochera Libre App no tendrán ese recargo pues toda la información se maneja a través de la aplicación.

#### 5.4.4 ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Nuestro servicio se brinda de manera digital a través de nuestra aplicación, por tal motivo, nuestro foco principal serán las acciones de marketing digital, junto con actividades ATL.

#### Acciones de marketing digital:

Según IPSOS (2021) las redes sociales más usadas en el Perú son: Facebook, Whatsapp, YouTube e Instagram. Por tal motivo, empezaremos con acciones en dichas redes sociales.

Figura 11. *Uso de redes sociales en Perú*



Fuente: Ipsos

A continuación, presentamos un cuadro con las acciones a realizarse:

Tabla 7. *Acciones de marketing digital*

Plataforma	Estrategia	Acción	Formatos
Facebook	Creación de contenido	Elaboración de videos e imágenes que comuniquen el uso y los beneficios de Cochera Libre App.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagen en el feed</li> <li>• Video en el feed</li> <li>• Videos in stream</li> <li>• Facebook stories</li> <li>• Anuncios en secuencia</li> </ul>
	Pauta publicitaria	Segmentar la publicidad para atraer socios (arrendatarios) y otra para atraer usuarios a través de los diferentes formatos de Facebook.	
Youtube	Creación de contenido	Elaboración de videos instructivos para que se aprenda sobre el uso de la aplicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anuncios in stream</li> <li>• Bumpers Ads</li> <li>• Anuncios superpuestos</li> </ul>
	Pauta publicitaria	Se crearán videos publicitarios segmentados con el fin de atraer socios (arrendatarios), donde se indicarán los beneficios que pueden obtener. Y por otro lado, para atraer usuarios, serán videos donde se explique lo fácil que es usar Cochera Libre App.	
Instagram	Creación de contenido	Elaboración de imágenes y videos donde no se vea contenido publicitario, sino que se manejará una estrategia de contenido basada en beneficios del uso de transportes alternativos, beneficios de Cochera Libre y experiencia de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anuncio con imagen</li> <li>• Anuncio con video</li> <li>• Instagram stories</li> <li>• Reels de Instagram</li> </ul>
	Pauta publicitaria	Al ser una red social para público más joven, la estrategia será solo orientada a los clientes, no a los socios (arrendatarios). Se trabajarán videos e imágenes que resalten los beneficios de Cochera Libre App, y anuncios personalizados de acuerdo al tipo de vehículo que manejan los usuarios.	
Facebook / Instagram	Marketing de influencers	Se trabajará con dos influencers. Por un lado Jesús Alzamora, orientado al uso de Cochera Libre App para su carro. Por otro lado, para bicileta y scooter a las Misias Pero Viajeras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anuncio con imagen</li> <li>• Anuncio con video</li> <li>• Instagram stories</li> <li>• Facebook stories</li> </ul>
Google	Pauta publicitaria	Se trabajarán estrategias de SEO y SEM, además de anuncios en páginas web	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anuncios de búsqueda</li> <li>• Anuncios en display</li> </ul>

Fuente: *Elaboración propia*

### Acciones ATL y BTL:

También se realizarán acciones de ATL para poder dar masividad en la primera etapa de funcionamiento de Cochera Libre App, donde queremos conseguir un mayor alcance. Por otro lado, también acciones BTL donde se podrá tener un contacto más directo con los socios (arrendatarios) y clientes.

Tabla 8. *Acciones BTL y ATL*

Estrategia	Acción	Formatos
Activaciones	Tener presencia en ferias con stands donde se dé a conocer la propuesta de Cochera Libre App.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stands</li></ul>
Merchandising	Compra de merchandising para entregar kits de bienvenida a los socios y también a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Llaveros</li><li>• Polos</li><li>• Gorros</li><li>• Aromatizantes de carro</li><li>• Caja decorativa</li><li>• Tarjeta de bienvenida</li><li>• Lapiceros</li></ul>
Paneles	Alquiler de paneles publicitarios	<ul style="list-style-type: none"><li>• Paneles en Avenidas principales</li></ul>

*Fuente: Elaboración propia*

#### 5.4.5 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Según Molinillo (2012) “el uso de Internet como canal de distribución propició la aparición de multitud de nuevos intermediarios comerciales” (p.84).

Siguiendo en línea con lo anterior mencionado, la estrategia de distribución del servicio de Cochera Libre App estará basada en procesos que se llevarán a cabo a través de plataformas on-line, tal como es la aplicación móvil que se desarrollará y estará disponible a través de Play Store y App Store.

El socio arrendador podrá colocar la información y disponibilidad de su estacionamiento a alquilar. Una vez la información esté completa, se encontrará listo para y visible ante los usuarios interesados en alquilar su espacio.

Con el uso de la aplicación móvil, la cual servirá de intermediaria entre el socio y los usuarios, éstos últimos podrán ver las opciones de estacionamiento para su vehículo y realizarán el alquiler por medio del app.

Por otro lado, los pagos a cochera Libre App, se realizan con la información de las tarjetas de débito o crédito que ingresen los usuarios a sus perfiles en la aplicación. Además, una vez concluido el alquiler, Cochera libre App realizará el depósito por transferencia bancaria del tiempo alquilado al socio, previo descuento del porcentaje que se les cobrará por el servicio.

## 5.5 PLAN DE VENTAS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El plan de ventas está dirigido de acuerdo a nuestros objetivos estratégicos y propuesta de valor por lo cual varía mes a mes de acuerdo a la necesidades de los clientes. A continuación se presentará los factores que se tomaron en cuenta para poder determinar la proyección:

- Para la proyección se consideran 3 distintas opciones de alquiler de estacionamiento (autos, motos y bicicletas), conforme a los resultados obtenidos del landing page realizada se determinó que un 70% de personas tienen auto, un 19% motos y 11% bicicletas.
- Acorde a la investigación realizada se determinó que a fines del primer año se contará con 50 socios estratégicos y que al día atenderán un promedio de 3 personas. Asimismo, calculando en base a 21 días durante el mes nos daría un total de 37,800 alquileres.
- La proyección realizada para el primer año será mensual ya que evaluaremos la evolución que tendrá mes a mes y nos daremos cuenta de que meses son los más altos y más a bajos después del año se está proyectando anualmente.

Tabla 9. Cuadro de estacionalidad de Cochera Libre App

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Muy alta												
Alta												
Medio												
Bajo												
Muy Bajo												

Periodo	Estacionalidad	Supuestos
Ene – Feb	Baja	Vacaciones de verano, nuestro público suele irse fuera de Lima los fines de semana. No hay clases de colegios ni universidades.
Mar – Abr	Medio	El regreso a clases de colegios y universidades, lo que no solo genera tráfico sino también la búsqueda de estacionamientos.
May – Jul	Alta	Fechas festivas: Día de la madre, día del padre y fiestas patrias.
Ago	Medio	Por el día del niño, se abarrotan los centros comerciales. Además, por la festividad de Santa Rosa de Lima.
Set	Baja	No hay fechas festivas que generen búsqueda de estacionamiento.
Oct-Nov	Medio	Por la festividad del Señor de Los Milagros, fiestas el 31 de octubre e inicio de compras navideñas.
Dic	Muy alta	Celebración de navidad, año nuevo y movimiento por compras de regalos.

*Fuente: Elaboración propia*

## 5.6 PRESUPUESTO DE MARKETING

A continuación, presentamos los objetivos específicos y las iniciativas que se desprenden de ellos para poder armar el presupuesto de marketing:

### **Objetivo específico 1**

Alcanzar el registro de 50 socios afiliados en cochera libre app durante el primer año de operaciones

**Iniciativa 1:** crear programa de fidelización para los socios.

- Actividad 1: brindar kits de bienvenida con merchandising y el reglamento de los socios.
- Actividad 2: realizar convenios con empresas para brindar promociones y descuentos corporativos.

**Iniciativa 2:** realizar campañas de publicidad.

- Actividad 1: se realizará publicidad mediante facebook, instagram y google ads.
- Actividad 2: entrega de volantes con repartidores

### **Objetivo específico 2**

Alcanzar 1000 descargas a través del aplicativo y que al menos el 50% de estos sean usuarios activos en el primer año.

**Iniciativa 1:** realizar campañas de publicidad en redes sociales.

- Actividad 1: se realizará publicidad mediante Facebook, Instagram y Google Ads.
- Actividad 2: campaña digital con influencer.

**Iniciativa 2:** realizar campañas ATL.

- Actividad 1: se realizarán activaciones en los centros comerciales.
- Actividad 2: se realizarán anuncios en paneles publicitarios.

### **Objetivo específico 3**

Posicionar la marca en un 20% del mercado objetivo para la culminación del segundo año de operación

**Iniciativa 1:** realizar campañas de referidos

- Actividad 1: conseguir descuentos especiales
- Actividad 2: participación en ferias locales

**Iniciativa 2:** realizar convenios con bancos para brindar beneficios a los usuarios de sus cuentas sueldo.

- Actividad 1: proponer descuentos especiales a los bancos
- Actividad 2: publicidad segmentada en redes sociales para comunicar este beneficio



Tabla 10. Presupuesto de marketing para 1er. año

Objetivos específicos	Deseado	Flexible	No deseado	Iniciativas	Inversión	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
Objetivo 1	50	30	10	Iniciativa 1: Crear programa de fidelización para los socios	S/ 1,140	S/ 1,140	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
				Iniciativa 2: Realizar campañas de publicidad	S/ 6,750	S/ 1,425	S/ 1,425	S/ 300	S/ 150	S/ 150	S/ 1,275	S/ 150	S/ 150	S/ 150	S/ 150	S/ 1,275	S/ 150
Objetivo 2	1000	750	300	Iniciativa 1: Realizar campañas de publicidad en redes sociales	S/ 12,400	S/ 3,000	S/ 1,800	S/ 300	S/ 300	S/ 300	S/ 500	S/ 1,800	S/ 300	S/ 300	S/ 300	S/ 3,000	S/ 500
				Iniciativa 2: Realizar campañas ATL	S/ 11,600	S/ 2,800	S/ 2,800	S/ 400	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 2,800	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
Objetivo 3	20%	15%	10%	Iniciativa 1: Realizar campañas de referidos	S/ 1,750	S/ 350	S/ 350	S/ 350	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 350	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 350	S/ 0
				Iniciativa 2: Realizar convenios con bancos para brindar beneficios a los usuarios de sus cuentas sueldo	S/ 600	S/ 150	S/ 150	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 150	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
<b>Total</b>					S/ 34,240	S/ 8,865	S/ 6,525	S/ 1,350	S/ 450	S/ 450	S/ 1,775	S/ 5,250	S/ 450	S/ 450	S/ 1,575	S/ 3,500	S/ 3,600

Fuente: Elaboración propia

## 6 PLAN DE OPERACIONES

Según Ollé (1997) “El plan de operaciones gira alrededor del ¿cómo? y ¿con qué?, ya que muy poco servirá haber identificado y definido un producto o servicio tan interesante y atractivo que los clientes potenciales estuviesen todos ellos ansiosos de poseer, utilizarlo y disfrutarlo si después no fuésemos capaces de fabricarlo, comercializarlo y prestarlo”

El plan de operaciones contará con todos los aspectos que están relacionados con los servicios que ofrece la empresa y las políticas operaciones como la estructura de las instalaciones, especificaciones técnicas, mapa de procesos y los flujogramas.

### Capacidad instalada, utilizada y tasa de utilización

Tabla 11. *Capacidad instalada, utilizada y tasa de utilización*

<b>Cochera Libre App</b>	<b>Capacidad instalada</b>	<b>Capacidad utilizada</b>
Socios (arrendatarios)	100	70
Capacidad de registro del app	10000	5000
Horas por día	15	10
Días al mes	30	30
Horas por mes	450	300
Meses del año	12	12
Horas por año	5400	3600
<b>Tasa de utilización</b>	66.67%	

*Fuente: Elaboración propia*

- Para la capacidad instalada se tomaron diferentes variables partiendo del número de socios (arrendatarios) que se tendrán obteniendo el primer año, el promedio de horas atendidas, y los días en promedio que se atenderán.
- Para la capacidad utilizada se ha considerado que comenzaremos con el 30% menos de socios (arrendatarios) de lo que terminaremos en el año y con un promedio de 10 horas de alquiler por día, en base a ello realizamos el cálculo en la tabla 11.
- Para obtener la tasa de utilización se divide la capacidad utilizada entre la capacidad instalada. En este caso sería:  $3,600/5,400= 66.67\%$
- Según el cálculo realizado a partir de la capacidad instalada y la capacidad utilizada, hemos obtenido el resultado de que estamos aprovechando en un 66.67% los recursos de la empresa.

## 6.1 POLÍTICAS OPERACIONALES

### 6.1.1 CALIDAD

#### **Políticas de calidad para los clientes**

En Cochera Libre App consideramos a los clientes como el pilar principal del éxito de este emprendimiento, por tal motivo, consideramos vital establecer políticas de calidad que cumplan con los estándares esperados. Las políticas de calidad establecidas son las siguientes:

- Al momento de ingresar al app, el cliente podrá visualizar los términos y condiciones del uso del servicio de Cochera Libre App, las cuales se encontrarán detalladas en la aplicación o en la página web que será utilizada para fines informativos.
- Para controlar los estándares de calidad del servicio, todos los clientes luego de haber hecho uso del servicio les aparecerá un mensaje en la aplicación donde se les pedirá evaluar el servicio en una puntuación de 1 a 5 estrellas. De esta manera podremos saber el grado de satisfacción que tiene el cliente al momento de recibido el servicio, lo que nos ayudará a poder tomar las medidas correctivas de ser necesario.
- En la aplicación se tendrá un apartado de preguntas frecuentes donde los socios podrán encontrar solución a los problemas o dudas más recurrentes.
- A través de la aplicación, los clientes también podrán tener acceso al libro de reclamaciones para poder poner alguna queja o reclamo de ser necesario.

#### **Políticas de calidad para los socios (arrendatarios)**

Los socios o arrendadores de los estacionamientos son pieza clave para el funcionamiento de Cochera Libre App, es por eso por lo que las políticas de calidad establecidas para ellos son sumamente importantes para el éxito de la operación. A continuación, se mencionan algunas de estas:

- Se realizará una visita presencial al estacionamiento del socio con el fin de dar una bienvenida personalizada y verificar las condiciones del lugar que indicó al momento de registrarse. Esto con el fin de poder tener mapeado el tipo de vehículos que podrían acceder a dicho espacio.

- Al momento de la integración de un nuevo socio a la comunidad de Cochera Libre App, se le entregará un kit de bienvenida con merchandising de la empresa junto con los términos y condiciones establecidos por escrito. De igual forma, se le enviarán estos términos y condiciones vía correo electrónico.
- Cochera Libre App estará en constante comunicación con los socios (arrendatarios) para la mejora continua y cuidar los estándares de calidad del servicio ofrecido. A partir de dicha comunicación, también podremos recoger las sugerencias e inquietudes de los socios para tomar decisiones al respecto.
- A través de la aplicación móvil, los socios (arrendatarios) podrán poner una calificación al cliente al final del servicio. Esto nos ayudará a conocer si hubiera algún problema con el cliente para que pueda ser sancionado y el socio se sienta seguro de poder alquilar su estacionamiento a personas que le brinden tranquilidad, pues son pieza fundamental para las operaciones de Cochera Libre App.

### **Políticas de calidad para la aplicación**

En Cochera Libre App se busca tener una aplicación amigable, rápida, de uso simple y sobre todo eficiente. Para lograrlo, se deberán realizar las siguientes acciones:

- Como es de conocimiento general, los sistemas operativos de los teléfonos móviles, tanto Android como iOS, están en constantes actualizaciones. Es por esto que para que la compatibilidad y funcionamiento de la aplicación Cochera Libre App sea óptima, se realizarán revisiones mensuales que comprueben la eficiencia de su funcionamiento y a su vez realizar los ajustes o mejoras que sean necesarias.
- Conforme vaya aumentando la cantidad de socios (arrendatarios) y clientes, se aumentará la capacidad del servidor de la aplicación para poder soportar este incremento, a fin de evitar problemas o caídas del sistema para no generar molestias a los usuarios.
- Tal como se indicó, Cochera Libre App busca ser una aplicación amigable para el usuario, por tal motivo, se estará en constante búsqueda de formas para mejorar el interfaz con el fin de brindarle la mejor experiencia al cliente de forma sencilla.

- Se realizarán reuniones semanales con los proveedores para tener un informe del funcionamiento de la aplicación, con el propósito de monitorear y poder solucionar al momento cualquier desperfecto que se pudiera presentar.

### 6.1.2 PROCESOS

A continuación, presentamos el recorrido que hará el cliente dentro de nuestra aplicación para poder hacer uso de ella.

- Bienvenida:** Una vez descargada la aplicación, al cliente le aparecerá un mensaje de bienvenida que indica: “Bienvenido a Cochera Libre App donde podrás encontrar estacionamiento rápido, fácil y barato”.
- Registro:** El cliente debe registrar sus datos por primera vez para crear una cuenta a través de la cual podrá hacer uso del servicio de la aplicación. Deberá registrar sus nombres, dni, correo electrónico y número de teléfono.
- Selección de vehículo:** En Cochera Libre App se pueden estacionar carros, motos y bicicletas. Por tal motivo, el cliente debe elegir y registrar los vehículos que usará. En caso de ser carro o moto, deberá ingresar el número de placa y número de licencia de conducir.
- Validación de datos:** Luego de ingresados los datos se deberá esperar 3 horas aproximadamente al proceso de validación de datos. Al final de este tiempo, se podrá hacer uso de la aplicación.
- Búsqueda de cochera:** Una vez que ya están todos los datos registrados y validados, el cliente ingresará a la aplicación donde aparecerá un mapa en la ubicación en que se encuentra. Si en caso va a ir a otra ubicación y desea buscar estacionamiento por allá, podrá hacerlo mediante el navegador del mapa.
- Selección de cochera:** Una vez que el cliente buscó la cochera que mejor se ajusta a sus necesidades, deberá indicar la cantidad de horas, seleccionarla y se le notificará al socio (arrendatario).
- Selección de Método de pago:** Una vez validada la información de los clientes, se deberá escoger un método de pago: Si se selecciona tarjeta de crédito o débito deberá ingresar los datos y se le retendrá provisionalmente el monto de las horas que haya indicado en el paso anterior. En el caso de pago en efectivo no se le realizará ninguna retención.

- h. **Aceptación:** El socio (arrendatario) recibirá la notificación de que una persona quiere alquilar su estacionamiento. Antes de aceptar podrá acceder a la información del cliente, y luego aceptar brindar el servicio.
- i. **Confirmación:** Una vez aceptado el servicio por parte del socio (arrendatario), al cliente le aparecerá un mensaje de confirmación para que pueda acercarse al estacionamiento y dejar ahí su vehículo.
- j. **Seguimiento del servicio:** Una vez que el cliente deja su vehículo en el estacionamiento del socio, aparecerá una pantalla con los datos del vehículo, los datos del estacionamiento y el tiempo que irá corriendo hasta que el socio regrese por su vehículo, de esta manera tendrá claro el tiempo por el que deberá pagar.
- k. **Pago:** Una vez que el cliente regresa al estacionamiento a recoger su vehículo, aparecerá un mensaje donde se detiene el tiempo transcurrido y se verá el precio a pagar. En caso de haber indicado con tarjeta de crédito o débito, se realiza el pago automáticamente del monto que se le retuvo al principio. En caso de haber seleccionado la opción de “efectivo”, el cliente deberá pagarle al socio, quien lo registrará en el sistema y le llegará la confirmación al cliente.
- l. **Término del servicio y calificación:** Una vez que el cliente ya realizó el pago, aparecerá una pantalla indicando que terminó el servicio y se le pedirá al cliente que deje una calificación que se medirá entre 1 a 5 estrellas. Además, podrá dejar algún comentario del estacionamiento o el socio que lo atendió para servir de referencia a futuros clientes.

Figura 12. *Flujograma de procesos Cochera Libre App*



*Fuente: Elaboración propia*

### 6.1.3 PLANIFICACIÓN

Se realizará un comité semanal con los miembros del equipo, donde informarán sobre los avances de sus áreas respectivas y el cumplimiento de metas al Project Manager. Esto con el fin de conocer el estado de las acciones para lograr cumplir los objetivos estratégicos, además de planificar de forma ordenada las medidas a tomar para seguir mejorando la experiencia de los socios (arrendatarios) y clientes de Cochera Libre App.

Al ser una empresa que está empezando con pocos trabajadores el trabajo en equipo es de suma importancia como apoyo entre cada una de las áreas y así cumplir con la planificación de manera eficiente enfocándose en los puntos claves de los procesos.

### 6.1.4 INVENTARIOS

La logística de inventarios para Cochera Libre App como tal no existe ya que el modelo de negocio no lo permite puesto que es una aplicación móvil y lo que hace es prestar un servicio de ser el intermediario entre el socio y el cliente para el alquiler de un estacionamiento. Sin embargo, sí se tendrá un espacio en la oficina donde se guardarán el merchandising y los kits de bienvenida que se entregarán a los socios (arrendatarios).

## 6.2 DISEÑO DE INSTALACIONES

### 6.2.1 LOCALIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES

Para realizar una mejor gestión, planificación y control de los procesos se decidió alquilar una oficina en una zona céntrica de Lima con las siguientes características:

- La oficina se encuentra ubicada en Jr. Mariscal Miller 284, segundo piso, en el distrito de Lince.
- El monto mensual del alquiler es de S/ 1400 y no incluye servicios, según A dónde vivir (2022). Se está contando con un mes de garantía y un mes adelantado.
- El edificio cuenta con 4 pisos, teniendo 2 oficinas por piso.
- Consideramos que es un punto estratégico debido a su fácil acceso y ubicación céntrica para los trabajadores, proveedores y socios (arrendatarios).
- El tamaño de la oficina es de 33 m<sup>2</sup> distribuidos para el personal administrativo de la empresa.





Figura 14. *Plano de distribución de instalaciones*



*Fuente: Elaboración propia*

### 6.3 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

En el siguiente cuadro se presentan las especificaciones técnicas de la aplicación Cochera Libre App para los sistemas operativos Android y iOS.

Tabla 12. *Especificaciones técnicas de Cochera Libre App*

	Sistema operativo	
	Android	iOs
Descarga	Play Store	App Store
Peso	61 Mb	340.8 Mb
Versión mínima	5.0 en adelante	13.7 en adelante
Costo por publicación	\$ 25	\$ 99
Actualización	Quincenal	Semanal
Idioma	Español	Español

*Fuente: Elaboración propia*

Según Pireddu (2021) el costo por la publicación de una aplicación en Android \$25 y en iOS de \$99.

### 6.4 PLANEAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN

#### 6.4.1 GESTIÓN DE COMPRAS Y STOCK

Al brindar el servicio de Cochera Libre App mediante una aplicación, la gestión de compras y stock solo se basará en la adquisición de los kits de bienvenida a los socios (arrendatarios), merchandising y folletos con las políticas de la empresa.

Durante el 1er. hasta el 5to. mes del primer año se realizará la compra del 40% de estos productos. Las compras faltantes se realizarán en los meses siguientes con el objetivo de manejar de una manera óptima y eficaz la distribución del almacén.

#### 6.4.2 GESTIÓN DE LA CALIDAD

En Cochera Libre App la importancia que se le brinda a la gestión de calidad es sumamente alta ya que sabemos que esta tendrá impacto directo hacia los clientes, socios y stakeholders. Es por eso que se han planteado los siguientes puntos:

- Tanto los socios (arrendatarios) como usuarios pasarán por un respectivo proceso de validación de seguridad, lo cual brindará tranquilidad para ambas partes en cuanto a dejar su vehículo en un lugar nuevo o de abrir las puertas de su estacionamiento a una persona no conocida previamente.
- La aplicación de cochera libre App tendrá un diseño simple y amigable que permita su fácil uso y entendimiento. Se tomarán como referencia las tendencias actuales de diseño y estructura gráfica que hagan que nuestra aplicación esté a la altura del mercado.
- Al concluir cada servicio, en la aplicación se le solicitará al cliente que califique el servicio y al socio con un sistema entre 1 a 5 estrellas, lo que podrá servir como una calificación que podrán ver otros clientes al momento de buscar dicho estacionamiento.

#### 6.4.3 GESTIÓN DE LOS PROVEEDORES

Para el inicio del proyecto se reclutará a los socios (arrendatarios) mediante publicidad en redes sociales y volanteo con la propuesta de Cochera Libre App. Los interesados se inscribirán mediante la aplicación y el área comercial se encargará de contactarlos y hacer una revisión presencial del estacionamiento para ver si cumple con los requisitos mínimos de operación.

En cuanto al desarrollo y mantenimiento de la aplicación durante el primer año de funcionamiento de Cochera Libre App, se trabajará con un proveedor externo que brindará el servicio y reportará directamente al Project Manager y Analista de Marketing Digital.

## 6.5 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS VINCULADOS AL PROCESO PRODUCTIVO

La inversión de activos fijos tangibles e intangibles para el proceso productivo de Cochera Libre App será de S/ 77 036 que se detalla a continuación:

Tabla 13. *Inversión de activos fijos*

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Laptops	5	S/. 3,000	S/. 15,000
Escritorios	5	S/. 370	S/. 1,850
Sillas para escritorio	5	S/. 199	S/. 995
Pizarra	5	S/. 100	S/. 500
Televisor	1	S/. 1,900	S/. 1,900
Útiles de oficina	12	S/. 220	S/. 2,640
Antivirus	1	S/. 1,692	S/. 1,692
Windows	5	S/. 219	S/. 1,095
Estantes	5	S/. 180	S/. 900
Impresora	1	S/. 699	S/. 699
Creación y desarrollo de aplicación	1	S/. 24,000	S/. 24,000
<b>Total Inversiones</b>			<b>S/. 51,271</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 6.6 ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y GASTOS OPERATIVOS

En esta sección se presentan los costos de producción de Cochera Libre App y los gastos operativos en que se incurren para poder iniciar las actividades comerciales de la marca.

Tabla 14. *Estructura de costos y gastos*

Concepto	Monto mensual
Mantenimiento de aplicación	S/ 900
Gasto de acceso a RENIEC	S/ 200
Servicio internet fibra óptica WIN	S/ 249
Costo de luz	S/ 250
Costo de agua	S/ 50
Sueldo del personal	S/ 11,975
Oficina	S/ 1,400
Licencia de Shutterstock	S/ 190
<b>Total</b>	<b>S/ 15,214</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según Morachimo (2018) el costo por búsqueda de datos en RENIEC es de S/ 2. Teniendo en cuenta la cantidad de personas que se registrarán y por el tipo de negocio, se considera necesario validar los datos de los clientes para tranquilidad y seguridad de los socios (arrendatarios). Por tal motivo, estamos considerando 100 búsquedas de información al mes.

## 7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS

### 7.1 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Cochera Libre App plantea los siguientes objetivos organizacionales:

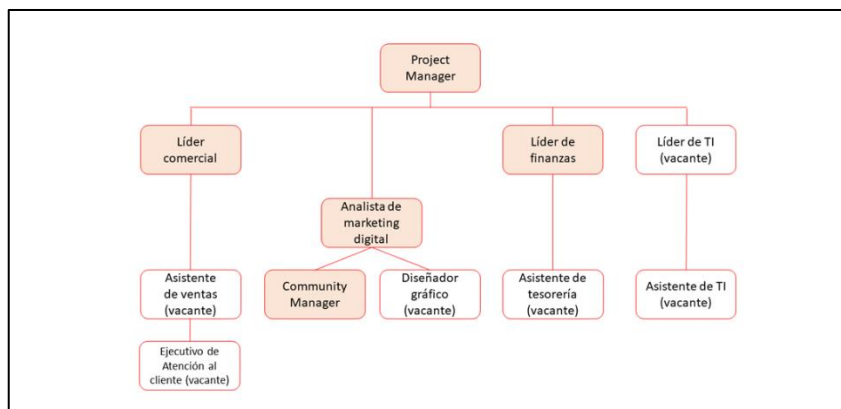
- Lograr que el 80% de nuestros colaboradores se sientan identificados con la cultura organizacional de la empresa durante el primer año de operaciones.
- Alcanzar el 100% del plan de capacitaciones elaborado para el primer año de funcionamiento de la empresa para mejorar las aptitudes de nuestros trabajadores.
- Mantener en menos de 20% el índice de rotación de los trabajadores de Cochera Libre App para el primer año de operaciones, debido a la compleja curva de aprendizaje que implica un nuevo empleado.

### 7.2 NATURALEZA DE LA ORGANIZACIÓN

#### 7.2.1 ORGANIGRAMA

En el siguiente cuadro se presentan de color rojo los puestos con los que se contará al momento de iniciar las operaciones de Cochera Libre App. Los puestos en recuadros blancos serán las posiciones para cubrir en un futuro cuando aumenten las operaciones de la empresa.

Figura 15. *Organigrama de Cochera Libre App*



*Fuente: Elaboración propia*

## 7.2.2 DISEÑO DE PUESTOS Y FUNCIONES

### **Project Manager**

- Definir las metas de corto y largo plazo de la empresa.
- Responsable del planeamiento y dirección de trabajo de todo el equipo.
- Monitoreo del cumplimiento de las acciones definidas para el logro de los objetivos planteados.
- Supervisión del desempeño de los miembros del equipo y tomar las acciones correctivas de ser el caso.
- Promover espacios de comunicación entre las áreas.
- Definir, aprobar y hacer seguimiento al presupuesto de cada área.
- Mantener y fortalecer las relaciones con los stakeholders.
- Revisar los estados financieros junto con el líder de finanzas.
- Reportar semanalmente a los socios.

### **Analista de marketing digital**

- Lidera la creación de la estrategia de marketing digital.
- Elaborar reportes del desempeño de las campañas de marketing digital.
- Creación de anuncios de los anuncios en las diferentes plataformas digitales: Facebook, Instagram, web, SEO y SEM.
- Control del presupuesto asignado.
- Llevar a cabo la optimización de procesos digitales.
- Monitorear el desempeño de las campañas con el fin de mejorar la tasa de conversión.

### **Analista comercial**

- Negociación con proveedores.
- Supervisar el cumplimiento de las metas comerciales.
- Supervisión del personal de servicio al cliente.
- Generar informes semanales de venta.
- Realizar proyecciones de ventas.
- Realizar reuniones con los socios (arrendatarios).
- Realizar estrategias de captación de nuevos socios.

### 7.3 POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

A continuación, detallamos las políticas organizacionales que regirán para Cochera Libre App:

- Los trabajadores de Cochera Libre App asistirán a trabajar con vestimenta casual en la que se sientan más cómodos.
- Para Cochera Libre App es importante el cuidado del medio ambiente, por eso nuestra propuesta promueve el uso de más opciones de transporte. En ese sentido, en las oficinas se promoverá el menor uso de papeles para evitar la contaminación ambiental, así como también medidas de reciclaje.
- Se tendrán programadas diversas capacitaciones al año de forma presencial y virtual, con el objetivo de fortalecer los conocimientos de los trabajadores en áreas de innovación, marketing y comercial. Además, consideramos importante también el crecimiento personal de los trabajadores, por tal motivo, también se tiene planeadas charlas de soft skills.

### 7.4 GESTIÓN HUMANA

#### 7.4.1 RECLUTAMIENTO

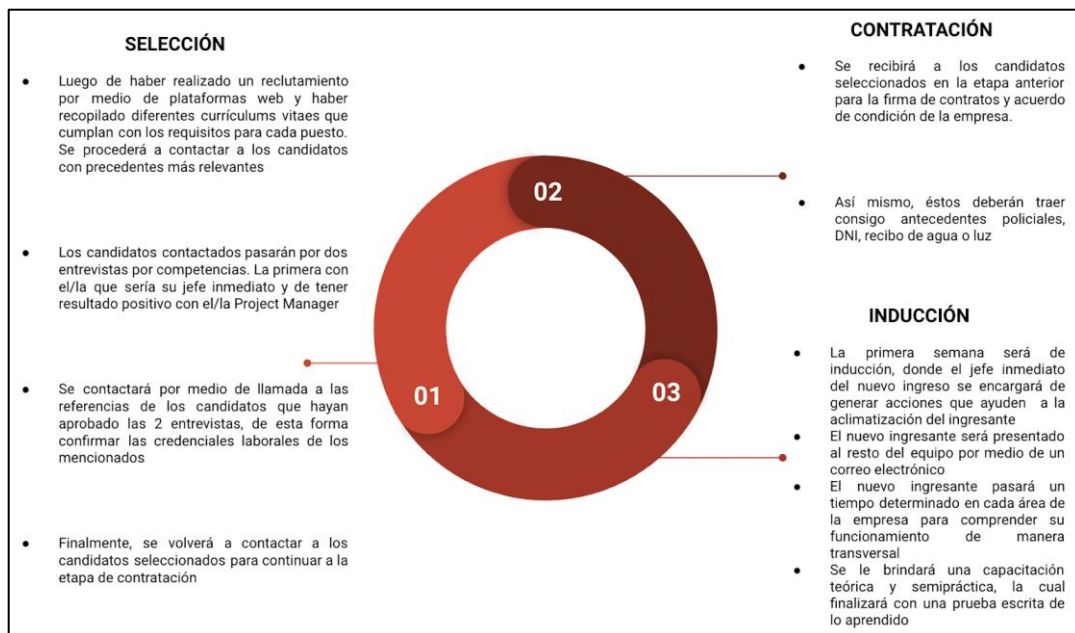
Para la primera etapa de funcionamiento de Cochera Libre App, los socios ocuparán los puestos de mayor jerarquía. El único puesto vacante sería el de Community Manager que ingresará a laborar como recomendación del analista de marketing digital.

Para una segunda etapa, donde el equipo de trabajo de la empresa empiece a crecer, se realizarán convocatorias a través de bolsas laborales de universidades e institutos, además de páginas web como Bumeran, Computrabajo, Mott, etc.

#### 7.4.2 SELECCIÓN CONTRATACIÓN E INDUCCIÓN

A continuación, se presenta el proceso de selección, contratación e inducción de los trabajadores que ingresen a laborar en Cochera Libre App.

Figura 16. Selección, contratación e inducción



Fuente: Elaboración propia

### 7.4.3 CAPACITACIÓN, DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

#### Capacitación y desarrollo

Para Siliceo (2006) “la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador”.

Cochera Libre App realizará al menos 2 capacitaciones presenciales al año para que los colaboradores estén constantemente actualizados en el tema de innovación, temas comerciales, entre otros. También contaremos como pequeñas capacitaciones online que se darán de forma trimestral en temas relacionados en áreas de soft skills, data y digital.

#### Evaluación de desempeño

En Cochera Libre App las evaluaciones de desempeño de los colaboradores se realizarán durante el primer bimestre del año, donde se verán sus avances, puntos de mejora y logros obtenidos durante el año anterior.



Esta evaluación se realizará de manera presencial y virtual, la dinámica será de la siguiente manera: el colaborador ingresará a su site personal del trabajo donde encontrará el enlace de la autoevaluación de desempeño donde visualizará una plantilla con diferentes competencias y se pondrá un puntaje en cada una de ellas. Luego, su jefe directo lo citará de manera presencial para que puedan conversar acerca de dicha evaluación y comentarle al trabajador si está de acuerdo con la autoevaluación o tal vez tiene algunos puntos de mejora.

Las competencias para evaluar serían las siguientes: determinación, autodesarrollo, foco en data, mentalidad digital, orientación al cliente y colaboración.

#### 7.4.4 RECONOCIMIENTO

El desempeño laboral que tendrán los trabajadores es muy importante para la empresa, ya que motivados podrán realizar sus funciones correctamente logrando los objetivos trazados. Para ello, se va a realizar las siguientes acciones:

- Capacitaciones constantes que puedan mejorar su eficiencia en el trabajo.
- Se contará con convenios educativos y agradable clima en el trabajo.
- Trato directo con sus jefes sin necesidad de intermediarios, de manera que puedan trabajar de manera más fluida.
- Obtendrá un vale de consumo para aquellas personas que cumplan años.
- Medio día libre para fechas importantes o trámites personales.
- Actividades de integración y confraternidad.

#### 7.4.5 SISTEMA DE REMUNERACIÓN

Cochera Libre App iniciará actividades con 4 socios y 1 trabajador, que van a laborar bajo el régimen de micro y pequeña empresa (REMYPE) de acuerdo a la cantidad de ventas anuales. A continuación, detallamos los beneficios que brindará la empresa de acuerdo a ley para este régimen:

- Descanso vacacional: Tienen derecho a 15 días calendario de descanso anual pagado por la empresa.
- Pensiones: Pueden optar por afiliarse al Sistema Nacional de Pensiones (ONP) o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).

- Salud: los trabajadores estarán afiliados al Sistema Integral de Salud (SIS), pago que será asumido por el empleador.

Figura 17. *Beneficios sociales de microempresa*

MICROEMPRESA

**Sus ventas anuales no superan las 150 UIT.**

Beneficios sociales para las trabajadoras y los trabajadores:

-  Remuneración no menor a la remuneración mínima vital.
-  Descanso semanal obligatorio de 24 horas consecutivas.
-  Vacaciones remuneradas de 15 días calendarios.
-  Feriados establecidos en el régimen laboral común.
-  Ser asegurados a un sistema de salud (SIS o EsSalud).
-  Ser afiliado al sistema pensionario de su elección (ONP o AFP).
-  En caso de despido arbitrario, tiene derecho a una indemnización equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con un tope de 90 remuneraciones diarias.

Base Legal:  
 D.S.N° 013 - 2013 - PRODUCE  
 D.S.N° 008 - 2008 - TR

*Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo*

## 7.5 ESTRUCTURA DE GASTOS DE RRHH

En el siguiente cuadro se presenta la estructura de gastos del área de recursos humanos, en base a los 5 puestos de trabajo con los que se iniciarán las operaciones de Cochera Libre App.

Tabla 15. Estructura de gastos de RRHH por año

Puesto	Sueldo bruto mensual	Gratificación	CTS	Sueldo anual	Seguro social	Seguro social anual	Costo anual
Project Manager	S/ 3,500	-	-	S/ 42,000	S/ 15	S/ 180	S/ 42,180
Analista comercial	S/ 2,200	-	-	S/ 26,400	S/ 15	S/ 180	S/ 26,580
Analista de marketing digital	S/ 2,200	-	-	S/ 26,400	S/ 15	S/ 180	S/ 26,580
Líder de finanzas	S/ 2,500	-	-	S/ 30,000	S/ 15	S/ 180	S/ 30,180
Community Manager	S/ 1,500	-	-	S/ 18,000	S/ 15	S/ 180	S/ 18,180
<b>Total</b>							S/ 143,700

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Proyección de gastos de RRHH por año

Puesto	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL	AÑO 2	AÑO 3
Project Manager	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 45,500	S/ 45,500	S/ 45,500
Analista comercial	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 28,600	S/ 28,600	S/ 28,600
Analista de marketing digital	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 2,200	S/ 28,600	S/ 28,600	S/ 28,600
Líder de finanzas	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 2,500	S/ 32,500	S/ 32,500	S/ 32,500
Community Manager	S/ -	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 18,000	S/ 18,000	S/ 18,000
<b>Beneficios sociales</b>																
SIS	S/ 60	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 75	S/ 960	S/ 960	S/ 960
<b>Total gastos</b>	S/ 10,460	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 11,975	S/ 154,160	S/ 154,160	S/ 154,160

Fuente: Elaboración propia

## 8 PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

### 8.1 SUPUESTOS

Para la elaboración del plan económico – financiero, se han considerado los siguientes supuestos:

- Las ventas se realizan al contado.
- El aporte de los socios inversionistas es en partes iguales.
- El análisis financiero está expresado en soles.
- La proyección financiera se realiza a un plazo de 5 años. Para el año 1, se realiza de forma mensual y del año 2 en adelante, se realiza de forma anual.
- La empresa otorga a sus trabajadores los beneficios laborales del régimen laboral REMYPE.
- Para la etapa preoperativa no se consideran trabajadores en el área de producción.
- Todos los activos fijos son adquiridos en el mes cero.
- El financiamiento externo obtenido en el mes cero, se pagará en un plazo máximo de 3 años.

### 8.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS (FIJOS E INTANGIBLES) Y DEPRECIACIÓN

Se requerirá una inversión total de S/71,557 para poder iniciar las operaciones de Cochera Libre App. Dicho monto se divide de la siguiente manera: inversión tangible, inversión intangible, capital de trabajo y gastos pre-operativos. A continuación, presentamos la tabla con los montos:

Tabla 17. *Estructura de inversión de Cochera Libre App*

<b>Descripción</b>	<b>SI.</b>	<b>%</b>
Inversión tangible	24,484	34%
Inversión intangible	26,787	37%
Capital de trabajo	4,400	6%
Gastos pre-operativos	15,886	22%
<b>Total</b>	<b>71,557</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

A continuación, presentamos los gastos detallados que conforman la inversión tangible:

Tabla 18. *Inversión Tangible de Cochera Libre App*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total con IGV	IGV	Total sin IGV
Laptops	5	3,000	15,000	2,288	12,712
Escritorios	5	370	1,850	282	1,568
Sillas para escritorio	5	199	995	152	843
Pizarra	5	100	500	76	424
Televisor	1	1,900	1,900	290	1,610
Útiles de oficina	12	220	2,640	403	2,237
Estantes	5	180	900	137	763
Impresora	1	699	699	107	592
<b>Total</b>			<b>24,484</b>	<b>3,735</b>	<b>20,749</b>

*Fuente: Elaboración propia*

A continuación, presentamos los gastos detallados que conforman la inversión intangible:

Tabla 19. *Inversión Intangible de Cochera Libre App*

Descripción	Precio Unitario	Total con IGV	Total sin IGV	IGV
Aplicativo	24,000	24,000	20,339	3,661
Antivirus	1,692	1,692	1,434	258
Windows	1,095	1,095	928	167
<b>Total</b>		<b>26,787</b>	<b>22,701</b>	<b>4,086</b>

*Fuente: Elaboración propia*

En el siguiente cuadro, se verifica la depreciación anualizada para los activos tangibles de la empresa y la vida útil de los mismos. Asimismo, se detalla la amortización de la aplicación y su vida útil.

Tabla 20. *Depreciación y amortización de activos*

Descripción del activo	Cantidad	Valor de compra	Total	% Depr. Anual	Vida Útil	Depreciación
Laptops	5	3,000	15,000	25%	4	3,750
Escritorios	5	370	1,850	10%	10	185
Televisor	1	1,900	1,900	10%	10	190
Útiles de oficina	12	220	2,640	10%	10	264
Aplicación	1	24,000	24,000	10%	10	2,400

*Fuente: Elaboración propia*

### 8.3 PROYECCIÓN DE VENTAS

En el siguiente cuadro se pueden observar los servicios y precios que ofrece Cochera Libre App. El servicio se cobra a través de una tarifa dinámica según la hora, distrito y afluencia, sin embargo, para efectos de la proyección se está tomando el precio promedio.

Tabla 21. *Estudio de precios*

Descripción	Precio con IGV	Precio sin IGV	IGV
Automóvil	12.50	10.59	1.91
Moto	6.00	5.08	0.92
Bicicleta	4.00	3.39	0.61

*Fuente: Elaboración propia*

En la tabla 22, se detalla la proyección de horas que se alquilarán por año de acuerdo a cada servicio (automóvil, moto, bicicleta) para los próximos 5 años.

Tabla 22. *Plan de ventas (en horas)*

Descripción	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Automóvil	522,295	529,085	535,963	542,931	549,989
Moto	45,653	46,246	46,847	47,456	48,073
Bicicleta	11,409	11,557	11,707	11,859	12,013

*Fuente: Elaboración propia*

En la siguiente tabla se presenta la proyección de los ingresos de Cochera Libre App para los próximos 5 años según cada servicio.

Tabla 23. *Proyección de ingresos*

Descripción	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Automóvil	6,528,688	6,613,563	6,699,538	6,786,638	6,874,863
Moto	273,918	277,476	281,082	284,736	288,438
Bicicleta	45,636	46,228	46,828	47,436	48,052
<b>Total</b>	<b>6,848,242</b>	<b>6,937,267</b>	<b>7,027,448</b>	<b>7,118,810</b>	<b>7,211,353</b>

*Fuente: Elaboración propia*

#### 8.4 CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

En la siguiente tabla se verá de forma detallada los gastos que conforman el capital de trabajo de Cochera Libre App.

Tabla 24. *Capital de trabajo detallado*

Descripción	Monto
Gasto de luz	S/ 250
Gasto de agua	S/ 50
Gasto de internet	S/ 249
Alquiler oficina	S/ 1,400
Constitución de la empresa	S/ 650
Registro de aplicativo en Indecopi	S/ 650
Registro de la marca	S/ 650
Licencia de funcionamiento	S/ 180
Espacio App store	S/ 396
Espacio Playstore	S/ 100
Gasto de acceso a RENIEC	S/ 200
Gastos de oficina	S/ 1,400
Licencia de Shutterstock	S/ 190
Gastos de RR:HH	S/ 75
Antivirus	S/ 1,692
Windows	S/ 1,095

*Fuente: Elaboración propia*

#### 8.5 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Cochera Libre App necesita una inversión total de S/71,557 para su funcionamiento. De dicho monto, el 60% será financiado por los accionistas y el 40% mediante un préstamo bancario.

Tabla 25. *Estructura de financiamiento*

<b>Total de inversión del proyecto</b>	100%	S/ 71,557
%Aporte Propio	60%	S/ 42,934.20
%Financiamiento *	40%	S/ 28,622.80

*Fuente: Elaboración propia*

Tal como se había indicado, el 40% será financiado a través de un préstamo bancario otorgado por el Banco de Crédito del Perú (BCP). Se está considerando la tasa más alta del mercado como un escenario pesimista, esto debido a que al ser una empresa nueva y no tener un historial crediticio, muy probablemente nos otorguen dicha tasa.

Tabla 26. *Condiciones del préstamo*

<b>Medio</b>	Banco
<b>Entidad</b>	BCP
<b>Financiamiento</b>	28,623
<b>Tasa Efectiva Anual (%)</b>	27%
<b>Tasa Efectiva Mensual (%)</b>	2.03%
<b>Seguro de desgravamen (% anual)</b>	1.5%
<b>Plazo (meses)</b>	36
<b>Monto total a financiar</b>	29,911
<b>Cuota aproximada</b>	1,179
<b>Interés total a pagar en el periodo</b>	15,118
<b>Tasa de Costo Efectiva Anual (T.C.E.A.)</b>	77.60%

*Fuente: Elaboración propia*



En el siguiente cuadro detallaremos el plan de amortización en un horizonte de 3 años.

Tabla 27. Cuadro de amortización

Concepto	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Capital	29,911	29,339	28,755	28,160	27,553	26,933	26,300	25,655	24,997	24,325	23,640	22,941
Amortización	572	584	595	607	620	632	645	658	672	685	699	713
Interés	607	596	584	572	559	547	534	521	508	494	480	466
Cuota	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179
Escudo tributario	179	176	172	169	165	161	158	154	150	146	142	137

Concepto	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Capital	22,227	21,499	20,757	19,999	19,226	18,436.8	17,632	16,811	15,973	15,118	14,246	13,356
Amortización	728	743	758	773	789	805	821	838	855	872	890	908
Interés	451	437	421	406	390	374	358	341	324	307	289	271
Cuota	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179
Escudo tributario	133	129	124	120	115	110	106	101	96	91	85	80

Concepto	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Capital	12,448	11,521	10,576	9,611	8,627	7,623	6,599	5,553	4,487	3,399	2,289	1,156
Amortización	926	945	965	984	1,004	1,024	1,045	1,066	1,088	1,110	1,133	1,156
Interés	253	234	215	195	175	155	134	113	91	69	46	23
Cuota	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179	1,179
Escudo tributario	75	69	63	58	52	46	40	33	27	20	14	7

Fuente: Elaboración propia

## 8.6 ESTADOS FINANCIEROS

En la tabla 28 podemos observar el Estado de Resultados para los próximos 3 años. Como se puede observar: el primer y segundo año se obtendrá una utilidad neta de 5.9% y para el tercer año la utilidad neta será de 6%.

Tabla 28. *Estado de resultados*

Concepto	Año 01		Año 02		Año 03	
	S/.	%	S/.	%	S/.	%
Ventas	5,803,594	100.0%	5,879,039	100.0%	5,955,464	100.0%
Costo de ventas	-5,067,699	-87.3%	-5,133,577	-87.3%	-5,200,311	-87.3%
<b>Margen comercial / Utilidad bruta</b>	<b>735,896</b>	<b>12.7%</b>	<b>745,462</b>	<b>12.7%</b>	<b>755,153</b>	<b>12.7%</b>
Gastos operativos	-247,755	-4.3%	-247,755	-4.2%	-247,755	-4.2%
<b>Margen operativo / Utilidad operativa</b>	<b>488,141</b>	<b>8.4%</b>	<b>497,707</b>	<b>8.5%</b>	<b>507,398</b>	<b>8.5%</b>
Gastos financieros	-6,467	-0.1%	-4,371	-0.1%	-1,703	0.0%
Utilidad antes de impuestos	481,673	8.3%	493,336	8.4%	505,694	8.5%
Impuesto a la renta	-142,094	-2.4%	-145,534	-2.5%	-149,180	-2.5%
<b>Utilidad neta</b>	<b>339,580</b>	<b>5.9%</b>	<b>347,802</b>	<b>5.9%</b>	<b>356,515</b>	<b>6.0%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.7 FLUJO FINANCIERO

Se muestra en la siguiente tabla la diferencia del IGV de ventas con el de compras, cuyo resultado nos indica el cálculo del escudo fiscal, monto que se ve reflejado en el flujo de caja.

Tabla 29. *Liquidación de IGV*

<b>Concepto</b>	<b>Año 00</b>	<b>AÑO 01</b>	<b>AÑO 02</b>	<b>AÑO 03</b>	<b>AÑO 04</b>	<b>AÑO 05</b>
IGV Ventas		1,044,647	1,058,227	1,071,984	1,085,920	1,100,037
IGV Compras / Crédito fiscal	7,821	5,949	5,949	5,949	5,949	5,949
<b>Saldo del mes</b>	<b>-7,821</b>	<b>1,038,698</b>	<b>1,052,278</b>	<b>1,066,034</b>	<b>1,079,971</b>	<b>1,094,088</b>

*Fuente: Elaboración propia*

En la tabla adjunta se observa el flujo de caja económico y financiero proyectado a los próximos 5 años. Como se visualiza en el cuadro, en el año 00 se requiere una inversión de S/ 41,646 que vendrá de parte de los accionistas, el monto restante de S/ 29,911 será financiado con un préstamo bancario. En los demás años, se presenta un flujo de caja positivo, lo que indica que el proyecto dejará rentabilidad a sus accionistas.

Tabla 30. Estado de flujo de caja económico y financiero

<b>INGRESOS</b>	<b>AÑO 00</b>	<b>AÑO 01</b>	<b>AÑO 02</b>	<b>AÑO 03</b>	<b>AÑO 04</b>	<b>AÑO 05</b>
Ingreso por ventas		6,848,242	6,937,267	7,027,448	7,118,810	7,211,353
<b>Total de ingresos</b>		6,848,242	6,937,267	7,027,448	7,118,810	7,211,353
<b>INVERSIÓN</b>						
Inversión tangible	-24,484					
Inversión intangible	-26,787					
Capital de trabajo	-4,400	4,400				
Gastos pre-operativos	-15,886					
<b>Total Inversión</b>	<b>-71,557</b>	4,400	-	-	-	-
<b>OPERACIÓN</b>						
Total de Costos		-5,067,699	-5,133,577	-5,200,311	-5,267,919	-5,336,401
Gastos operativos		-247,755	-247,755	-247,755	-247,755	-247,755
Impuesto Renta (29.5%)		-451,012	-457,840	-464,757	-471,764	-479,968
Crédito Fiscal	-	-1,030,877	-1,052,278	-1,066,034	-1,079,971	-1,094,088
<b>Flujo de Caja Económico (FCE)</b>	<b>- 71,557</b>	<b>55,299</b>	<b>45,817</b>	<b>48,590</b>	<b>51,400</b>	<b>53,141</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>						
Capital	29,911					
Amortización		-7,684	-9,780	-12,448	-	-
Interés		-6,467	-4,371	-1,703	-	-
Escudo tributario		1,908	1,290	502	-	-
<b>Flujo de Caja Financiero (FCF)</b>	<b>- 41,646</b>	<b>43,056</b>	<b>32,955</b>	<b>34,942</b>	<b>51,400</b>	<b>53,141</b>

Fuente: Elaboración propia

## 8.8 TASA DE DESCUENTO ACCIONISTAS Y WACC

A continuación, se presenta un cuadro donde se detalla el costo de oportunidad de cada accionista y el porcentaje de este. Dicho cálculo se utiliza para determinar el COK del proyecto.

Tabla 31. *Cálculo de costo de oportunidad*

Socios	COK	Descripción
Socio 1	5%	Plazo Fijo Caja Municipal
Socio 2	6%	Préstamo en banco
Socio 3	7%	Préstamos en banco
Socio 4	8%	Propio
Socio 5	9%	Préstamo en banco

Promedio COK socios	7%	
Factor de riesgo	6	
<b>COK</b>	<b>42.0%</b>	=====> <i>Es el Ke en el WACC</i>

*Fuente: Elaboración propia*

Luego, se muestra el cálculo del costo ponderado de capital (WACC) que nos da un resultado de 47.1%.

Tabla 32. *Cálculo del WACC*

<b>We</b>	60.00%	<b>WACC: 47.1%</b>
<b>Wd</b>	40.00%	
<b>Kd</b>	77.60%	
<b>Ke</b>	42.00%	
<b>t</b>	29.50%	

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.9 INDICADORES DE RENTABILIDAD

En la tabla 33 se puede observar que Cochera Libre App otorgará a los accionistas una rentabilidad anual promedio de 66%, lo que representa S/ 21,193.

Tabla 33. *Cálculo del VAN y TIR económico*

Flujo de Caja - Año 00	-71,557
Flujo de Caja - Año 01	55,299
Flujo de Caja - Año 02	45,817
Flujo de Caja - Año 03	48,590
Flujo de Caja - Año 04	51,400
Flujo de Caja - Año 05	53,141
<b>Tasa de descuento</b>	<b>47%</b>

<b>TIR</b>	<b>VAN</b>
66%	S/. 21,193

*Fuente: Elaboración propia*

En la tabla 34 se puede observar que Cochera Libre App otorgará a los accionistas una rentabilidad anual promedio de 93% lo que representa S/ 39,068.

Tabla 34. *Cálculo del VAN y TIR financiero*

Flujo de Caja - Año 00	-41,646
Flujo de Caja - Año 01	43,056
Flujo de Caja - Año 02	32,955
Flujo de Caja - Año 03	34,942
Flujo de Caja - Año 04	51,400
Flujo de Caja - Año 05	53,141
<b>Costo de oportunidad</b>	<b>42%</b>

<b>TIR</b>	<b>VAN</b>
93%	S/. 39,068

*Fuente: Elaboración propia*

## 8.10 ANÁLISIS DE RIESGO

### 8.10.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

A continuación, presentamos el cuadro del análisis de por escenarios, teniendo en cuenta el escenario base, optimista y pesimista para Cochera Libre App.

Tabla 35. *Análisis de sensibilidad*

Variables	Multidimensional		
	Base	Optimista	Pesimista
<b>Tasa Interna de Retorno</b>			
Económico	66%	95%	34%
Financiero	93%	140%	44%
<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>			
Económico	21,193	55,763	- 13,359
Financiero	39,068	76,584	1,571
<b>Periodo de recuperación (PRI)</b>			
Económico	1.35	0.96	2.30
Financiero	0.96	0.61	2.24
Crec. Gastos Operativos	0.00%	-2.00%	2.00%
TEA	27.28%	25.280%	29.280%
Crec. Precio	0.00%	1.00%	-2.00%
Crec. Costo	0.00%	-1.00%	1.00%

*Fuente: Elaboración propia*

### 8.10.2 ANÁLISIS POR ESCENARIOS

En la tabla 36 podemos observar el análisis realizado por cada uno de los escenarios, donde se ve que la probabilidad que el VPN sea mayor a 0 es de 100%.

Tabla 36. *Análisis de escenarios*

	FC1	FC2	FC3	FC4	FC5
	43,056	32,955	34,942	51,400	53,141

ESTADO	% afección	FC1	Prob.	FC2	Prob.	FC3	Prob.	FC4	Prob.	FC5	Prob.
Optimista	10%	47,361.94	0.25	36,250.68	0.27	38,436.08	0.27	56,540.43	0.27	58,454.60	0.4
Base		43,056.31	0.4	32,955.16	0.38	34,941.89	0.38	51,400.39	0.38	53,140.54	0.35
Pesimista	10%	38,750.68	0.35	29,659.65	0.35	31,447.70	0.35	46,260.35	0.35	47,826.49	0.25

ESTADO	FC1	FC2	FC3	FC4	FC5
Valor Esper	42,625.75	32,691.52	34,662.35	50,989.19	53,937.65

E(VPN)	-41,646	30,018.13	16,212.82	12,105.79	12,540.78	9,342.22
E(VPN)	38,574					

ESTADO	FC1	FC2	FC3	FC4	FC5
VAR	10,937,690.19	6,663,958.37	7,491,660.28	16,211,312.99	17,720,081.63
DS(VPN)	2,329.03	1,280.23	955.93	990.27	729.11
DS(VPN)	6,284.57				

Por lo tanto:

Z	VPN	Z	Prob.
VPN (igual a menor)	0.00	-6.14	0.0000%
VPN (sea mayor)			100.00%

*Fuente: Elaboración propia*

### 8.10.3 ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO

A continuación, se presenta el cálculo de costos fijos del proyecto. Luego, se realiza el cálculo del punto de equilibrio de donde resulta que Cochera Libre App tendrá que vender un total de 102,955 para alcanzar a cubrir el 100% de los costos. Dichas horas deberán estar distribuidas de la siguiente manera: automóvil (57,197 horas), motos (27,455) y bicicletas (18,303 horas).

Tabla 37. Análisis de punto de equilibrio

Costos fijos	Importe
Gasto de personal	154,160
Gastos de marketing	34,240
Servicios (Luz, agua e internet)	6,588
Gastos de proveedores	30,000
Alquiler de oficina	16,800
Gastos varios	5,967
<b>Total</b>	<b>247,755</b>

Tipo de servicio	Valor de venta unitaria	Costo de venta unitario	Margen de contribución	Participación	Ponderación	P. E. en horas	P.E. en dinero
Automóvil	12.50	9.25	3	56%	1.81	57,197	714,964
Moto	6.00	4.44	2	27%	0.42	27,455	164,728
Bicicleta	4.00	2.96	1	18%	0.18	18,303	73,212
<b>Total</b>			<b>6</b>	<b>100%</b>	<b>2.41</b>	<b>102,955</b>	<b>952,904</b>

*Fuente: Elaboración propia*



#### 8.10.4 PRINCIPALES RIESGOS DEL PROYECTO

Luego de realizado el análisis financiero, podemos determinar que los principales riesgos del proyecto serían:

- Las empresas que ya brindan el servicio de estacionamiento podrían ampliar su servicio y brindar un servicio similar con precios competitivos.
- La potencial competencia es alta debido a que muchas personas podrían ver este modelo de negocio y tratar de imitarlo. En este caso o el anterior, se podría saturar el mercado y nuestra proyección de la demanda podría verse afectada.
- Debido a la pandemia y la constante crisis política la economía del país se ha visto afectada, lo que repercute en los ingresos de los usuarios quienes podrían preferir un opción más económica, que si bien es cierto en muchos casos son informales, pero ofrecen precios más baratos.

#### 9 CONCLUSIONES

- Los resultados que se obtuvieron en el VAN y el TIR fueron positivos, por tal motivo, concluimos que el proyecto resulta rentable.
- Para poder alcanzar el punto de equilibrio, se deben alquilar 102,955 horas durante el primer año para que Cochera Libre App pueda cubrir la totalidad de sus costos.
- Recomendamos participarte de Cochera Libre App debido a que el uso de automóviles y otros medios de transporte están en constante aumento en los últimos años y los usuarios tratan de buscar una opción segura para estacionar sus medios de transporte.

## 10 REFERENCIAS

- A dónde vivir. (2022). *Alquiler Oficina en Lince*. Consultado el 09 de febrero de 2022.  
<https://www.adondevivir.com/propiedades/alquiler-oficina-en-lince-63078016.html>
- Cóndor, J. (2022, 06 de enero). *Peruanos “tecnológicos” tienen siete dispositivos digitales en promedio*. Gestión.  
<https://gestion.pe/signwall/?outputType=subscriptions&signwallHard=1>
- Congreso de la República del Perú. (2003, 27 de marzo). Ley 27972. Ley orgánica de Municipalidades. El Peruano.  
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/255705/Ley%20N%C2%BA%2027972%20.pdf.pdf>
- Congreso de la República del Perú. (2009, 28 de noviembre). Ley 29461. *Ley que regula el servicio de estacionamiento vehicular*. El Peruano.  
<https://leyes.congreso.gob.pe/documentos/leyes/29461.pdf>
- CPI. (2021) *Perú: población 2021*.  
[https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market\\_Report\\_Mayo.pdf](https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf)
- Ipsos. (2021). *El internet de cada día: hábitos y actitudes hacia el internet 2021* [Infografía].  
<https://www.ipsos.com/es-pe/el-internet-de-cada-dia-habitos-y-actitudes-hacia-el-internet-2021>
- Lima Cómo Vamos. (2021). *Informe urbano de percepción ciudadana en Lima y Callao 2021*.  
<http://www.limacomovamos.org/wp-content/uploads/2021/12/EncuestaLCV2021.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2021, 26 de mayo). *El poder ejecutivo implementará medidas para consolidar la reactivación económica, promover el empleo y enfrentar la emergencia sanitaria*. Gob.pe.  
<https://www.gob.pe/institucion/mef/noticias/495153-el-poder-ejecutivo-implementara-medidas-para-consolidar-la-reactivacion-economica-promover-el-empleo-y-enfrentar-la-emergencia-sanitaria>

- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2018). *Beneficios sociales del régimen laboral de la micro y pequeña empresa* [infografía]. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289279/Beneficios\\_sociales\\_de\\_la\\_micro\\_y\\_peque%C3%B1a\\_empresa\\_-\\_Final.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289279/Beneficios_sociales_de_la_micro_y_peque%C3%B1a_empresa_-_Final.pdf)
- Miñan, W. (2022, 17 de enero). Ingreso promedio en Lima mejora, pero aún es el más bajo en seis años. Gestión. <https://gestion.pe/economia/ingreso-promedio-en-lima-mejora-pero-aun-es-el-mas-bajo-en-seis-anos-noticia/>
- Molinillo, S. (2012). *Distribución comercial aplicada*. 1° Ed. Esic Editorial.
- Morachimo, M (2018, 26 de julio). ¿Cómo así RENIEC vende nuestros datos personales? Hiperderecho. <https://hiperderecho.org/2018/07/como-asi-reniec-vende-nuestros-datos-personales/#:~:text=Esta%20informaci%C3%B3n%20incluye%20nuestro%20n%C3%BAmero,%2F%201%2C60%20por%20consulta>
- Municipalidad de La Victoria. (2021, 27 de mayo). Ordenanza 374 / MLV. Ordenanza que regula el horario, uso y tiempo de permanencia en los espacios de estacionamiento vehicular temporal del distrito de La Victoria. El Peruano. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2315239/ORD\\_374-2021-MLV.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2315239/ORD_374-2021-MLV.pdf)
- Municipalidad de San Isidro. (2017, 11 de enero). Ordenanza 448 - MSI. Ordenanza que regula el uso y tiempo de los espacios de estacionamiento público en el distrito. El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ordenanza-que-regula-el-uso-y-tiempo-de-los-espacios-de-esta-ordenanza-no-448-msi-1477087-1/>
- Municipalidad de San Isidro. (s.f). *Parqueo para bicicletas*. <http://msi.gob.pe/portal/parqueo-para-bicicletas/>
- Municipalidad Distrital de Surquillo. (2019, 11 de noviembre). Ordenanza 441 - MDS. Ordenanza que regula el horario, uso y tiempo de los espacios de estacionamiento público en el distrito. El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ordenanza-que-regula-el-horario-uso-y-tiempo-de-los-espacio-ordenanza-no-441-mds-1828362-1/>
- Oficina de Comunicaciones del Ministerio de Economía y Finanzas. (2021, 27 de agosto). *La economía peruana registrará uno de los mayores crecimientos a nivel mundial*

entre el 2021 y 2022 y fortalecerá sus cuentas fiscales. [Nota de prensa].  
[https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7134&lang=es-ES](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=100&id=7134&lang=es-ES)

Ollé, M., et al. (1997). *El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa* (Vol. 17). Marcombo.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=07vjrQVj0AQC&oi=fnd&pg=PR11&dq=definicion+plan+de+operaciones&ots=nkoGqHmWrL&sig=8bxo4\\_y6fX9XOquM-mmgnlwVRdw#v=onepage&q=definicion%20plan%20de%20operaciones&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=07vjrQVj0AQC&oi=fnd&pg=PR11&dq=definicion+plan+de+operaciones&ots=nkoGqHmWrL&sig=8bxo4_y6fX9XOquM-mmgnlwVRdw#v=onepage&q=definicion%20plan%20de%20operaciones&f=false)

Pireddu, M. (2021, 12 de agosto). *Cómo crear una app para Android e iOS - Sencillo tutorial paso a paso*. Good Barber. <https://es.goodbarber.com/blog/como-crear-app-android-ios-tutorial/>

Presidencia de la República del Perú. (2009, 22 de mayo). Decreto Supremo 012-2009 - MINAM. *Aprueba la política nacional del ambiente*.  
[https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/ds\\_012-2009-minam.pdf](https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/ds_012-2009-minam.pdf)

Redacción América TV. (2014, 06 de agosto). El caos del estacionamiento en Lima. América TV. <https://www.americatv.com.pe/a-las-once/caos-estacionamiento-lima-noticia-9317>

Redacción Economía. (2020, 14 de setiembre). *Aumenta la demanda por bicicletas y scooters eléctricos ante la pandemia según Mercado Libre*. El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/peru/aumenta-la-demanda-por-bicicletas-y-scooters-electricos-ante-la-pandemia-segun-mercado-libre-nndc-noticia/>

Redacción El Comercio. (2015, 14 de febrero). *¿En qué zonas de Lima es más caro estacionar tu auto?* El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/personal/zonas-lima-carro-estacionar-auto-333882-noticia/?ref=ecr>

Redacción El Peruano. (2021, 02 de agosto). *Biciparquederos: ATU brinda recomendaciones para el correcto uso de estos estacionamientos*. El Peruano. <https://elperuano.pe/noticia/125909-biciparquederos-atu-brinda-recomendaciones-para-el-correcto-uso-de-estos-estacionamientos>

- Redacción Perú 21. (2021, 05 de julio). *Real Plaza pone a disposición nuevos estacionamientos de bicicletas con zonas exclusivas para ciclistas*. Perú 21. <https://peru21.pe/lima/real-plaza-pone-a-disposicion-nuevos-estacionamientos-de-bicicletas-con-zonas-exclusivas-para-ciclistas-noticia/>
- Redacción RPP. (2016, 11 de octubre). *Lima tiene un déficit de al menos 45 mil espacios para estacionar*. RPP. <https://rpp.pe/lima/actualidad/lima-tiene-un-deficit-de-al-menos-45-mil-espacios-para-estacionar-noticia-947330>
- Siliceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal* (4 ed.). Editorial Limusa. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CJhlsrSuIMUC&oi=fnd&pg=PA5&dq=capacitaci%C3%B3n+de+personal&ots=IThW9E7C8W&sig=XJc82fhqvZIEOROMAN7oc0-JZng#v=onepage&q=capacitaci%C3%B3n%20de%20personal&f=false>
- SMIA - Sistema Metropolitano de Información Ambiental. (2020, 14 de junio). *Beneficios para el ambiente de la ciudad y la prevención frente al COVID-19*. SMIA - Sistema Metropolitano de Información Ambiental. <https://smia.munlima.gob.pe/novedades/movilidad-sostenible-beneficios-para-el-ambiente-de-la-ciudad-y-la-prevencion-frente-al-covid19>
- Trigoso, M. (2021, 29 diciembre). *Consumidores de la región centro superan a limeños en frecuencia de compra en redes sociales*. Gestión. <https://gestion.pe/economia/empresas/consumidores-de-la-region-centro-superan-a-limenos-en-frecuencia-de-compra-en-redes-sociales-noticia>