



**Plan de negocio para la creación de un aplicativo móvil direccionado al traslado de personas con dificultades especiales en Arequipa Metropolitana**

**Trabajo de investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magister en Administración por:**

**Paola Roxana, Chayña Zevallos**   
\_\_\_\_\_

**Mylene Karolina Makke Juarez**   
\_\_\_\_\_

**Luis Alberto Rodriguez Cornejo**   
\_\_\_\_\_

**Programa de Maestría en Administración a tiempo parcial Arequipa 18**

**Arequipa, 11 de abril del 2023**

## Tesis final

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.usil.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.esan.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Católica San Pablo</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>

Este trabajo de investigación

**Plan de negocio para la creación de un aplicativo móvil direccionado al traslado de personas con dificultades especiales en Arequipa Metropolitana**

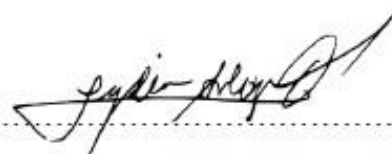
Ha sido aprobada.



.....  
Otto Regalado Pezúa (Jurado)



.....  
Freddy Alvarado Vargas (Jurado)



.....  
Lydia Arbaiza Fermi (Asesor)

Universidad Esan

2023

## DEDICATORIAS

*Agradecer a Dios, mis padres y hermana, por el apoyo incondicional que me brindan en cada momento de mi vida, por sus consejos y aliento para conseguir mis metas, sobre todo, en este proceso de formación profesional.*

Paola Roxana Chayña Zevallos

*A Dios, a mi familia, mis padres, mi pareja y mi hermana quienes han estado apoyándome día a día, con todo su amor, dedicación y paciencia a lo largo de este camino profesional, con el deseo constante de verme alcanzar las metas propuestas. Estando también al pendiente, en esta larga trayectoria, del sacrificio, aprendizaje y experiencia logrado a lo largo de estos años. Motivándome a ser mejor en todos los aspectos de la vida siempre. Este y todos mis logros obtenidos son de ustedes.*

Mylene Karolina Makke Juarez.

*A Dios, a mis padres Mayoli y Luis por acompañarme en cada paso que doy en la búsqueda de ser un mejor profesional, por sus consejos, motivación y amor necesario para lograr este objetivo; gracias por todo, mi gratitud eterna con ustedes. A mi esposa Gabriela, que con todo su amor siempre me inspira a seguir adelante pese a las dificultades que se puedan presentar, saliendo de forma exitosa, siempre como un equipo. Y a mi hermana Alejandra, que siempre está a mi lado, alegrando mi vida con las pequeñas Emilia y Catalina.*

Luis Alberto Rodríguez Cornejo

*Agradecimiento especial a la Prof. Lydia Arbaiza, Ph. D., quien nos brindó su apoyo y guía para la culminación de esta tesis.*

Los Autores

## **PAOLA ROXANA CHAYÑA ZEVALLOS**

Profesional colegiada y titulada en Enfermería, bachiller en Administración de Empresas, con más de 10 años de experiencia en el sector salud y área administrativa. Cuento con sólidos conocimientos en el manejo de programas de salud, procesos operativos y atención al cliente.

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

#### **CENTRO MÉDICO UNIVERSITARIO PEDRO P. DIAZ.**

Es una institución médica, dedicada a la prestación de servicios de salud en diferentes especialidades, cuenta con un equipo de salud altamente capacitado y calificado comprometido a brindar una mejor atención a la comunidad universitaria y población en general.

#### **Enfermera Asistencial en el Programa CRED (2014-2016)**

Brindar asistencia a los pacientes del programa CRED, realizar las gestiones necesarias para el mantenimiento de la cadena de frío de las vacunas. Planear, organizar, dirigir y controlar la atención de los servicios a mi cargo.

#### **CENTRO DE IDIOMAS THE ENGLISH WORLD**

Centro de idiomas especializado en la enseñanza del idioma inglés, en los niveles Básico, Intermedio y Avanzado, cuenta con método integral de enseñanza. Con gran experiencia en la preparación de exámenes internacional es como TKT; FCE, TOEFL. Actualmente cuenta con sedes en las ciudades Ilo, Moquegua y Tacna.

#### **Coordinadora Académica en el Centro de Idiomas The English World (2017-2021)**

Responsable de planear, programar y coordinar actividades y eventos académicos de acuerdo con las políticas de la institución.

Supervisar las funciones administrativas como la gestión de horarios y ciclos para la orientación, registro y actividades relacionadas.

Atención al cliente, brindar información académica.

Coordinación con el personal docente.

Manejo de inventario.

## **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**

**2022 - Actualidad**

Institución educativa orientada a la formación integral, humanista, científica y tecnológica de estudiantes universitarios, con responsabilidad social que contribuye al desarrollo sostenible de la sociedad.

### **Asistente Administrativo**

Cumplimiento de los indicadores de área (participación, satisfacción, etc.) establecidos para la actividad.

Coordinación de la recopilación de información y preparación de informes de impacto para las diferentes áreas.

Implementación y desarrollo de los diferentes programas, proyectos y actividades asignados.

Manejo de base de datos y gestión de documentación.

Seguimiento de las indicaciones de los superiores inmediatos.

Atención a consultas o requerimientos de información de alumnos y docentes.

Comunicación y resolución inmediata de los problemas surgidos o planteados.

## **FORMACION PROFESIONAL**

### **ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS**

**2020 -2023**

Maestría en Administración de Negocios.

### **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**

**2016 – 2020**

Bachiller en Administración de Empresas

### **INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO “THOMAS JEFFERSON**

Programa de Certificate in English Language Teaching

**2014 -2015**

### **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**

**2008 - 2013**

Licenciada en enfermería

## **MYLENE KAROLINA MAKKE JUAREZ**

Ingeniería Industrial de la Universidad Católica de Santa María, colegiada, candidata a Magister en MBA de la Universidad ESAN, profesional en Supply Chain Management. Especializado en proyectos de integración, consolidación y puesta en valor de sistemas corporativos en importantes empresas del sector privado. Proactiva, responsable, colaboradora, comunicativa, sociable, comprometida con su trabajo con facilidad para trabajar en equipo, con experiencia y manejo de personal a su cargo.

### **Experiencia Profesional**

#### **ESTILOS**

Empresa peruana conformada por la cadena de tiendas por departamento dedicada a la venta retail de textiles, calzado, menaje, decoración, juguetes, electrodomésticos y tecnología.

#### **Planner Comercial**

**2020 – Actualidad**

Desarrollar pronósticos de demanda en múltiples niveles de agregación para múltiples horizontes. Revisar las tendencias históricas de ventas, preparar datos de pronósticos, desarrollar modelos de pronósticos estadísticos y evaluar los resultados del pronóstico. Elaborar presupuestos de venta, metas y plan de ingresos de mercadería. Elaborar estrategias de pricing de la compañía y análisis de resultados. Brindar información a la organización en el desarrollo de estrategias de inventario de mercadería existente, nuevos productos y eliminación gradual de productos. Programar y calcular el ingreso de la mercadería al Centro de Distribución de acuerdo a criterios de avance.

#### **GRUPO MICHELL**

El Grupo Michell ha establecido MFH KNITS SAC, una empresa que produce prendas de tejido de punto y plano.

#### **Encargada de Outsourcing línea Tejido Plano**

**2018 – 2020**

Coordinar la salida de los productos del centro de distribución con las áreas de Comercial, Costos y Operaciones. Emitir guías para la movilización del material necesario, utilizado para el transporte y entrega de los productos a los clientes tanto internos como externos. Supervisar y controlar las tareas operativas del personal de talleres externos como personal interno de la línea Tejido Plano.

**Encargada de Logística y abastecimientos****2017 – 2020**

Recepcionar y verificar las solicitudes de compra, a través del sistema y stock de almacén. Realizar convocatoria y cotizaciones, recepcionando la propuesta de los proveedores y estableciendo un cuadro comparativo de la propuesta. Coordinar con los almacenes la reposición del stock. Coordinar el abastecimiento adecuado a clientes internos y externos para la realización del total de la producción según contratos Comerciales establecidos.

**SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION**

Es uno de los productores integrados de cobre más grandes del mundo. Produciendo cobre, molibdeno, zinc, plomo, carbón y plata.

**Practicante de Proyectos Logísticos Mineros Industriales****2016 - 2016**

Brindar soporte en seguimiento de estatus de indicadores operativos y de gestión del área. Realizar revisión de documentación contractual y no contractual a los principales talleres de la organización. Analizar información histórica de las principales operaciones involucradas en el área. Participar en presentaciones de avance con los subgerentes/ gerentes operativos. Brindar soporte en la gestión de certificaciones y facturación mensual de los servicios del área. Cotizar repuestos, suministros y servicios a los proveedores autorizados.

**Formación profesional****Universidad ESAN****2020 – actualidad**

Master Of Business Administration MBA

**Universidad Católica de Santa María****2011–2015**

Ingeniería Industrial

**Universidad Nacional de ingeniería****2020– 2020**

Diplomado Supply Chain Management

**Instituto de Educación Superior Privado IPAE****2019 – 2019**

Diplomado en Logística de Materiales y Operaciones



## **LUIS ALBERTO RODRIGUEZ CORNEJO**

Profesional colegiado y titulado en Administración de Empresas. Con más de 10 años de experiencia en el sistema bancario y financiero, desempeñándome en áreas operativas, comerciales y atención al cliente. Cuento con sólidas bases financieras y comerciales con enfoque estratégico para el logro de objetivos.

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

#### **FINANCIERA CONFIANZA**

Entidad líder en el sector micro financiero peruano que impulsa el desarrollo económico y social sostenible e inclusivo de las personas en situación de vulnerabilidad. Forma parte de la Fundación Microfinanzas BBVA, que tiene presencia en cinco países en América Latina y que impacta a más de 2.7 millones de clientes a nivel global.

##### **Asesor de servicios**

**2013 – 2014**

Brindar atención a clientes en sus operaciones financieras, venta de productos activos y pasivos, efectuar el pago de órdenes de pago, desembolso de préstamos y manejo de efectivo.

#### **SCOTIABANK PERU SAA**

Tercera entidad financiera en Perú, líderes en eficiencia y parte fundamental del segundo grupo financiero más importante del país junto con CrediScotia Financiera, Profuturo AFP, Scotia Bolsa, Scotia Fondos, Scotia Titulizadora, Scotia Contacto y Caja Cencosud.

##### **Promotor de servicios**

**2014 – 2017**

Atender los requerimientos del cliente y público usuario en forma ágil, oportuna y segura, buscando reducir los tiempos de espera y de atención en ventanilla. Registro y manejo del efectivo y/o documentos valorados que ingresan o salen de caja, garantizando el cumplimiento de las normas y procedimiento de seguridad vigentes junto con la colocación de productos activos y pasivos generando ingresos a la agencia.

##### **Asistente de Servicios**

**2017 – 2023**

Desempeño de las funciones relacionadas a la gestión de Caja Central, Cartera, Canje, Recaudación, Correspondencia, Gastos Generales, Centralizador de Información. Atención

técnica y operativa a los clientes del sistema Telebanking para resolver los requerimientos del cliente y público usuario en forma oportuna y segura.

**Jefe de Servicios**

**2023 – actualidad**

Responsable en liderar y conducir una cultura centrada en el cliente para todo su equipo a fin de profundizar las relaciones con los clientes y aprovechar las amplias relaciones del Banco, así como sus sistemas y conocimientos. Participar activamente en el modelo de Gestión Comercial, propiciando la sinergia al interior del equipo y los puestos comerciales, distribuyendo y supervisando el cumplimiento de las metas asignadas al personal de Servicios, dando eventualmente énfasis en campañas específicas propuestas.

**FORMACION PROFESIONAL**

**ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS**

**2020 – actualidad**

Maestría en Administración de Negocios.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN**

**2013 – 2015**

Maestría en Gerencia en Recursos Humanos.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**

**2008-2012**

Lic. Administración de Empresas.

**OTROS ESTUDIOS**

**UNIVERSIDAD ESAN**

**2020**

Gestión y Coaching Integrado: Yo y Mis Decisiones, de cara a esta nueva realidad.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**

**2013**

Inglés – Nivel Intermedio

## ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Objetivos .....	1
1.2.1. Objetivo general.....	1
1.2.2. Objetivos específicos .....	1
1.3. Justificación.....	2
1.4. Contribución.....	3
1.4.1. Práctica .....	3
1.4.2. Social .....	3
1.4.3. Académica .....	3
1.5. Delimitación de la tesis .....	3
1.5.1. Alcance .....	3
1.5.1.1. Geográfico .....	3
1.5.1.2. Demográfico .....	3
1.5.1.3. Temporal .....	4
1.5.2. Limitaciones .....	4
2. CAPÍTULO II. MODELO DE NEGOCIO .....	5
2.1. Modelo de negocio CANVAS .....	5
2.1.1. Propuesta de valor.....	5
2.1.1.1. Cliente 1: pasajeros .....	5
2.1.1.2. Cliente 2: conductores .....	6
2.1.2. Segmentación del mercado .....	6
2.1.2.1. Cliente 1: pasajeros .....	6
2.1.2.2. Cliente 2: conductores .....	7
2.1.3. Canales de distribución.....	8
2.1.3.1. Página web .....	8
2.1.3.2. Redes sociales.....	8
2.1.3.3. Aplicativo móvil.....	8
2.1.3.4. Conductores.....	9
2.1.3.5. Boca a boca .....	9
2.1.4. Relación con los clientes .....	9
2.1.4.1. Cliente 1 – pasajeros.....	9
2.1.4.2. Cliente 2 –conductores .....	9

2.1.5. Fuentes de ingreso .....	9
2.1.6. Recursos clave .....	10
2.1.6.1. Tecnológico .....	10
2.1.6.2. Humano .....	10
2.1.6.3. Intelectual .....	10
2.1.6.4. Base de datos .....	11
2.1.6.5. Económicos .....	11
2.1.7. Actividades clave .....	11
2.1.8. Asociaciones clave.....	12
2.1.9. Conclusiones.....	12
3. CAPÍTULO III. ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	14
3.1. Generalidades.....	14
3.1.1. Misión.....	14
3.1.2. Visión.....	14
3.1.3. Valores.....	14
3.2. Análisis externo.....	15
3.2.1. Entorno indirecto (SEPTEG).....	15
3.2.1.1. Factores socioculturales .....	15
3.2.1.2. Factores económicos .....	21
3.2.1.3. Factores políticos-legales .....	23
3.2.1.4. Factores tecnológicos .....	24
3.2.1.5. Factores ecológicos .....	26
3.2.1.6. Factores geográficos.....	26
3.2.2. Entorno directo (Fuerzas de Porter).....	27
3.2.3. Benchmarking.....	27
3.2.3.1. Uber.....	27
3.2.3.2. Cabify.....	31
3.2.3.3. Amenaza de productos sustitutos .....	34
3.2.3.4. Poder de negociación de los proveedores.....	35
3.2.3.5. Poder de negociación de los clientes .....	35
3.2.3.6. Entrada de nuevos competidores.....	36
3.2.4. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	36
3.2.5. Estrategias genéricas.....	38
3.2.6. Conclusiones.....	38

4.	CAPÍTULO IV. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	40
4.1.	Diseño de investigación .....	40
4.1.1.	Análisis cualitativo .....	40
4.1.1.1.	Objetivos .....	40
4.1.1.2.	Técnica .....	40
4.1.1.3.	Instrumento.....	41
4.1.1.4.	Público objetivo.....	41
4.1.1.5.	Metodología.....	41
4.1.2.	Periodo de evaluación.....	41
4.1.2.1.	Guía de entrevista a expertos.....	41
4.1.2.2.	Lista de personas entrevistadas .....	42
4.1.2.3.	Resultado de las entrevistas.....	43
4.1.3.	Análisis cuantitativo .....	46
4.1.3.1.	Objetivos .....	46
4.1.3.2.	Técnica .....	46
4.1.3.3.	Instrumento.....	46
4.1.3.4.	Público objetivo.....	46
4.1.3.5.	Metodología.....	46
4.1.3.6.	Diseño de muestra .....	47
4.1.3.7.	Tamaño de muestra .....	47
4.1.3.8.	Periodo de evaluación .....	47
4.1.3.9.	Resultado de las encuestas .....	48
5.	CAPÍTULO V. PLAN DE MARKETING .....	58
5.1.	Objetivos de marketing .....	58
5.1.1.	Objetivos cualitativos .....	58
5.1.2.	Objetivos cuantitativos .....	58
5.2.	Público objetivo .....	58
5.3.	Mix de marketing .....	59
5.3.1.	Estrategia de servicio .....	59
5.3.1.1.	Características del servicio:.....	59
5.3.1.2.	Logotipo de la empresa: .....	60
5.3.1.3.	Eslogan de la empresa: .....	60
5.3.2.	Estrategia de precio.....	60
5.3.3.	Estrategia de plaza .....	61

5.3.4. Estrategia de promoción .....	61
5.3.4.1. Etapas .....	61
5.3.4.2. Medios digitales .....	62
5.3.5. Estrategia de personas.....	63
5.3.6. Estrategia de procesos.....	64
5.3.7. Estrategia de presentación .....	64
5.3.8. Presupuesto de marketing .....	64
5.3.9. Conclusiones.....	65
<b>CAPÍTULO VI. PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>66</b>
6.1. Estrategia de operaciones.....	66
6.2. Objetivos .....	66
6.3. Ubicación de las instalaciones .....	66
6.3.1. Características de las instalaciones .....	67
6.4. Constitución de la empresa .....	68
6.5. Inscripción al RUC para persona jurídica .....	68
6.6. Régimen tributario .....	69
6.7. Naturaleza de la organización .....	70
6.7.1. Personería jurídica .....	70
6.7.2. Tipo de empresa.....	70
6.8. Naturaleza de la organización .....	71
6.9. Registro de marca.....	72
6.10. Aplicativo móvil .....	72
6.11. Características técnicas del aplicativo.....	72
6.12. Ecosistema digital .....	73
6.13. Mapa de experiencia del cliente.....	74
6.14. Funcionamiento del aplicativo .....	76
6.14.1. Creación de la cuenta para pasajeros en el aplicativo móvil .....	76
6.14.2. Creación de cuenta para conductores en el aplicativo móvil.....	78
6.14.3. Solicitud del servicio de taxi.....	80
6.14.4. Asignación de conductor .....	81
6.14.5. Entrega de datos del conductor al usuario y conductor .....	82
6.14.6. Recojo del usuario .....	82
6.14.7. Pago por el servicio .....	83
6.14.8. Calificación al conductor y pasajero.....	84

6.14.9. Perfil del conductor.....	84
6.15. Indicadores de satisfacción del cliente.....	85
6.16. Políticas operacionales.....	85
6.16.1. Políticas de protección de datos personales.....	85
6.16.2. Políticas de ciberseguridad.....	86
6.16.3. Políticas de registro conductores.....	86
6.16.4. Políticas de registro pasajeros.....	87
6.16.5. Políticas de pago.....	88
6.16.6. Políticas de promociones.....	88
6.16.7. Políticas de quejas y reclamos.....	88
6.17. Presupuesto.....	89
6.17.1. Gastos pre-operativos.....	89
6.17.2. Inversión en activos fijos.....	89
6.18. Conclusiones.....	91
7. CAPÍTULO VII. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	92
7.1. Objetivos del plan.....	92
7.2. Estructura de la organización.....	92
7.2.1. Organigrama.....	92
7.2.2. Puestos requeridos.....	93
7.2.3. Diseño de puestos, funciones y perfil de los colaboradores.....	94
7.3. Servicios tercerizados.....	102
7.3.1. Asesoría de contabilidad.....	102
7.3.2. Asesoría legal.....	102
7.4. Gestión de recursos humanos.....	102
7.4.1. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción.....	102
7.4.1.1. Reclutamiento.....	102
7.4.1.2. Selección.....	102
7.4.1.3. Contratación.....	103
7.4.1.4. Inducción.....	103
7.4.2. Régimen laboral.....	103
7.5. Remuneración de los colaboradores.....	104
7.6. Presupuesto.....	105
7.7. Conclusiones.....	106
8. CAPITULO VIII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	107

8.1. Operaciones del proyecto.....	107
8.1.1. Ingresos.....	107
8.2. Inversión.....	108
8.2.1. Gastos pre-operativos .....	108
8.3. Activos fijos .....	108
8.4. Depreciación .....	109
8.5. Valor de recuperación .....	110
8.6. Gastos administrativos .....	111
8.7. Costo de ventas .....	111
8.8. Estructura de capital.....	112
8.9. Estado de resultados.....	114
8.10. Flujo de caja .....	116
8.11. Análisis de sensibilidad.....	117
8.12. Análisis de escenarios .....	119
8.13. Conclusión .....	119
CAPITULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	120
CONCLUSIONES.....	120
RECOMENDACIONES .....	123
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	124
ANEXOS .....	130
Anexo 1: Encuesta-Pasajeros .....	131
Anexo 2: Entrevistas realizadas a personal de salud .....	133



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1 Segmentación de cliente 1 .....	6
Tabla 2-2 Segmentación de Clientes 2 .....	8
Tabla 3-1 Cuadro Comparativo de Taxis por aplicativo en Arequipa.....	34
Tabla 3-2 Stakeholders .....	36
Tabla 3-3 Matriz EFE (Matriz de Oportunidades y Amenazas).....	37
Tabla 4-1 Lista de personas entrevistadas .....	42
Tabla 4-2 Resumen de los resultados de las entrevistas realizadas .....	43
Tabla 4-3 ¿Cuál es su sexo? .....	48
Tabla 4-4 ¿Cuál es su edad? .....	48
Tabla 4-5 ¿Cuál es su estado civil? .....	49
Tabla 4-6 ¿Cuánto es su ingreso promedio familiar? .....	49
Tabla 4-7 ¿Cómo se moviliza Ud. regularmente? .....	50
Tabla 4-8 Cuándo Ud. utiliza taxi para moverse, ¿Qué tipo de taxi utiliza?.....	50
Tabla 4-9 ¿Usualmente a donde se traslada Ud.? .....	51
Tabla 4-10 ¿Cuándo se tiene que mover de un lugar a otro viaja acompañado? .....	51
Tabla 4-11 ¿Cuánto es su promedio de gasto en servicio de taxi durante un mes?.....	52
Tabla 4-12 ¿Con qué frecuencia Ud. solicita taxi por aplicativo (por ejemplo, Uber, InDriver)? .....	53
Tabla 4-13 ¿Si hubiera un taxi por aplicativo que brinde servicio para el traslado de personas con discapacidad, Ud. tomaría el taxi? .....	53
Tabla 4-14 ¿Qué factor es el más importante para Ud. en un servicio taxi por aplicativo para personas con discapacidad? .....	54
Tabla 4-15 ¿Considera Ud. que es importante que los vehículos cuenten con barras de ayuda para subir y bajar del vehículo? .....	55
Tabla 4-16 ¿Estaría dispuesto a pagar más por el servicio de taxi por aplicativo para personas con discapacidad? .....	55
Tabla 4-17 ¿Considera Ud. que es importante contar con medios de pago digital?.....	56
Tabla 4-18 ¿Estaría dispuesto a compartir el servicio de taxi por aplicativo con otras personas con discapacidad motora, para reducir el costo del servicio de taxi?.....	57
Tabla 5-1 Proyección anual del Presupuesto del Plan de Marketing .....	65
Tabla 6-1 Factores de evaluación para la localización .....	67
Tabla 6-2 Presupuesto Constitución de la empresa .....	68
Tabla 6-3 Tipo de Empresa .....	70
Tabla 6-4 Porcentaje de Participación de los Socios .....	71
Tabla 6-5 Características Generales de Easy Move .....	71
Tabla 6-6 Características Técnicas del aplicativo para cotización .....	73
Tabla 6-7 Indicadores de satisfacción del cliente .....	85
Tabla 6-8 Presupuesto Gastos Pre-operativos .....	89
Tabla 6-9 Presupuesto de Activos Fijos .....	90
Tabla 6-10 Depreciación de Activos Fijos .....	90
Tabla 6-11 Valor de recupero .....	90
Tabla 7-1 Puestos Requeridos .....	93
Tabla 7-2 Diseño de puesto, funciones y perfil del Gerente General.....	94
Tabla 7-3 Diseño de puestos, funciones y perfil del Encargado de Administración y Finanzas.....	95

Tabla 7-4	Diseño de puestos, funciones y perfil del Encargado de Operaciones y TI.....	97
Tabla 7-5	Diseño de puestos, funciones y perfil del Encargado de Marketing .....	99
Tabla 7-6	Diseño de puestos, funciones y perfil del Encargado de Operaciones y TI.....	100
Tabla 7-7	Colaboradores en Planilla .....	104
Tabla 7-8	Escala de Remuneraciones de los Colaboradores .....	105
Tabla 7-9	Presupuesto de Remuneración Anual de los Colaboradores.....	105
Tabla 7-10	Presupuesto de Servicios Tercerizados .....	106
Tabla 7-11	Proyección gastos de planilla.....	106
Tabla 8-1	Ingresos de “EASY MOVE”.....	107
Tabla 8-2	Presupuesto Gastos Pre-operativos .....	108
Tabla 8-3	Presupuesto de Activos Fijos .....	109
Tabla 8-4	Depreciación .....	110
Tabla 8-5	Valor de recuperación .....	110
Tabla 8-6	Gastos administrativos .....	111
Tabla 8-7	Costo de Ventas.....	111
Tabla 8-8	Estructura de capital.....	112
Tabla 8-9	Estructura de capital.....	112
Tabla 8-10	Tasa de interés banco .....	112
Tabla 8-11	Costo de deuda .....	112
Tabla 8-12	Costo de capital .....	113
Tabla 8-13	Costo de capital propio promedio .....	113
Tabla 8-14	Total egresos .....	113
Tabla 8-15	Costo de capital de trabajo .....	114
Tabla 8-16	Estados de resultados .....	115
Tabla 8-17	Flujo de caja .....	116

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2-1 Porcentaje de la población en Perú con acceso a smartphones en 2019, por edad.....	7
Figura 2-2 Modelo CANVAS .....	13
Figura 3-1 Perú: población con discapacidad por sexo, según tipo de discapacidad, 2017	15
Figura 3-2 Distribución porcentual de la población con y sin discapacidad, según grupos de edad y sexo, 2017 .....	16
Figura 3-3 Perú: población y sin discapacidad, según afiliación a algún seguro de salud, 2017 .....	17
Figura 3-4 Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Arequipa .....	17
Figura 3-5 Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Tacna.....	18
Figura 3-6 Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Moquegua .....	19
Figura 3-7 Perú: Población Estimada y Proyectada, 1995,2020,2030 y año en que se alcanzará la población máxima.....	20
Figura 3-8 Perú Población y Tasa de crecimiento 1950-2070.....	20
Figura 3-9 PERÚ: Oferta Demanda Global Trimestral .....	21
Figura 3-10 Crecimiento mundial .....	22
Figura 3-11 Inflación global en economías desarrolladas y emergentes.....	22
Figura 3-12 Cantidad de líneas móviles que acceden a internet.....	24
Figura 3-13 Usos del smartphone en la vida cotidiana 2021 .....	25
Figura 3-14 Android e iOS: un sólido duopolio .....	25
Figura 3-15 Logo de la empresa Uber .....	28
Figura 3-16 Variación de la cuota de mercado de EEUU – Servicios de transporte urbano con conductor privado .....	29
Figura 3-17 ¿Qué es Uber Assist y cómo funciona? .....	30
Figura 3-18 ¿Cómo funciona el servicio inclusivo de Uber para trabajadores y clientes discapacitados? .....	30
Figura 3-19 Cómo funciona el servicio inclusivo de Uber para trabajadores y clientes discapacitados .....	31
Figura 3-20 Logo de la empresa Cabify .....	31
Figura 3-21 Cabify Access: el servicio de transporte personal para personas con discapacidad.....	33
Figura 5-1 Logotipo de la empresa.....	60

Figura 6-1 Localización.....	67
Figura 6-2 Mapa de experiencia del cliente de Easy Move.....	75
Figura 6-3	
Línea de interacción.....	75
Figura 6-4 Descarga de aplicativo para pasajeros .....	76
Figura 6-5 Registro de pasajero en el aplicativo .....	76
Figura 6-6 Registro de pasajero en el aplicativo .....	77
Figura 6-7 Confirmación de seguridad.....	77
Figura 6-8 Descarga de aplicativo para conductores.....	78
Figura 6-9 Registro de conductores en el aplicativo .....	79
Figura 6-10 Confirmación de seguridad.....	79
Figura 6-11 Ingreso al aplicativo.....	80
Figura 6-12 Ubicación actual y lugar de destino .....	81
Figura 6-13 Ruta y precio de viaje .....	81
Figura 6-14 Asignación de conductor .....	82
Figura 6-15 Datos del conductor y pasajero.....	82
Figura 6-16 Recojo del usuario .....	83
Figura 6-17 Pago por el servicio .....	83
Figura 6-18 Calificación al conductor y pasajero.....	84
Figura 6-19 Perfil del conductor.....	84
Figura 7-1 Organigrama .....	92
Figura 8-1 Flujo de caja económico .....	117
Figura 8-2 Análisis de sensibilidad .....	117
Figura 8-3 Análisis de escenarios.....	119

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El transporte público en Arequipa es poco accesible para las personas que tienen alguna discapacidad, debido a que en ocasiones deben enfrentar una serie de dificultades al tratar de acceder a algún medio de transporte público. Para muchos el simple hecho de subir o bajar de un vehículo resulta difícil, ya que los vehículos no cuentan con barras de agarre, rampas, ni con espacios reservados para sillas de ruedas o muletas, sumado a ello algunos transportistas no saben cómo manipular correctamente una silla de ruedas.

Debido a esta demanda insatisfecha surge una oportunidad de negocio para ofrecer un medio de transporte más cómodo y accesible dirigido al traslado de personas con discapacidad motora, quienes en su mayoría se movilizan en silla de ruedas, debido a que actualmente en nuestra ciudad no existen empresas de taxi que brinden servicio de movilidad por aplicativo

El presente proyecto determina la viabilidad de la creación de un aplicativo móvil direccionado a transportar personas con discapacidad motora (temporal o permanente) conectándolos con conductores de taxi capacitados, permitiendo que los usuarios puedan desplazarse con mayor libertad, representando una opción más conveniente y accesible para los usuarios, ya que los pasajeros podrán sentirse seguros en que recibirán la ayuda necesaria para subir y bajar de los vehículos.

Este plan de negocios fue estructurado en nueve capítulos. En el primero se presenta el planteamiento del problema de personas con discapacidad motora en la ciudad de Arequipa. El segundo capítulo describe el modelo de negocio a través del modelo Canvas del autor Alexander Osterwalder. En el siguiente capítulo denominado planeamiento estratégico se realizó el análisis de factores externos y entorno directo con influencia en las operaciones del negocio, asimismo se presenta antecedentes investigativos de modelos de negocio similares a nivel internacional como Uber y Cabify, los cuales ofrecen su servicio en países

como México, Estados Unidos, Canadá, Uruguay y España. En el cuarto capítulo se describen técnicas y métodos empleados para la recolección de datos y los resultados. En el quinto capítulo denominado Plan de Marketing, se incluyó información del mercado y las estrategias utilizadas a partir de las 7Ps. En el sexto apartado se aborda el plan de operaciones, describiendo las actividades y procesos fundamentales para el desarrollo de las actividades de la empresa, poniendo énfasis en la ejecución del aplicativo. El séptimo capítulo presenta en detalle el plan relacionado a la gestión del talento humano, se realizó el análisis de puestos, las compensaciones y beneficios, así como el proceso de selección y reclutamiento. El octavo capítulo presenta la evaluación económica y financiera. Finalmente, en el noveno capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

En Arequipa, el transporte para personas con discapacidad motora es poco accesible debido a la falta de sensibilidad de los conductores y pasajeros, quienes no brindan el apoyo necesario para que las personas con discapacidad motora puedan subir o bajar de las unidades de transporte.

Asimismo, en la ciudad de Arequipa circulan taxis formales e informales, los cuales poseen características que limitan el transporte y confort para las personas que presentan discapacidad motora, brindando condiciones poco adecuadas para que puedan movilizarse y de esta forma realizar sus actividades diarias, por ejemplo, algunos taxis circulan con sus maleteras sin espacio, o no cuentan con parrillas para colocar las sillas de ruedas. Además, se puede apreciar que algunos conductores de transporte público no están dispuestos a transportarlos continuando su ruta sin detenerse.

Ante este problema surgió la idea de crear un aplicativo móvil direccionado a transportar personas con discapacidad motora interconectándolos con conductores de vehículos dispuesto a brindar este servicio de movilidad en Arequipa Metropolitana.

### **1.2. Objetivos**

#### ***1.2.1. Objetivo general***

Determinar la viabilidad para la creación de un aplicativo móvil direccionado al traslado de personas con dificultades motoras en Arequipa Metropolitana.

#### ***1.2.2. Objetivos específicos***

- Analizar la situación actual de personas con discapacidad motora en la ciudad de Arequipa.
- Realizar una investigación de mercado que permita determinar la aceptación del aplicativo por parte de los usuarios con lo cual se pueda estimar la demanda potencial asociada al proyecto.
- Proponer una versión inicial del prototipo del aplicativo.
- Proponer estrategias de marketing mix enfocadas en las necesidades del plan de negocio.

- Elaborar el plan operaciones y tecnología, que permitan asegurar la continuidad de las actividades de la empresa.
- Definir el plan de recursos humanos necesarios para la puesta en marcha del negocio.
- Evaluar la viabilidad económica y financiera de la propuesta de negocio

### **1.3. Justificación**

En el último censo realizado en el 2017, el número de personas con discapacidad en Arequipa Metropolitana fue de 151,470, quienes tendrían problemas de movilización, ya que la mayoría de las unidades de servicio público o taxis no ofrecen un servicio adecuado para poder movilizarlos (Instituto Nacional de Estadística e Informática [ INEI], 2017). Por lo tanto, el desarrollo del aplicativo móvil dirigido a este segmento es una necesidad para facilitar su traslado de forma cómoda y segura.

Por otra parte, los conductores y propietarios con unidades de transporte dispuestos a brindar este tipo de servicio no cuentan con alguna opción que les permita visibilidad suficiente y por lo tanto aumentar sus ingresos y productividad. Los dueños de este tipo de vehículos se encuentran limitados en los servicios que ellos puedan brindar debido a que no existen aplicativos móviles que les permita ofrecer sus servicios de transporte de manera diferenciada a personas que requieran las características de sus unidades para transportarse por Arequipa Metropolitana.

Estas condiciones dan origen a crear un aplicativo que conecte a conductores y pasajeros con discapacidad motora, donde el cliente califique la experiencia de viaje, tenga una diversidad de formas de pago (billeteras virtuales), y puedan ser transportados por personal capacitado dispuesto a ayudarlo, además de contar con unidades acondicionadas con barras de soporte que faciliten su acceso al vehículo.

En base al modelo de negocio Gig economy, esta propuesta de negocio representa una oportunidad para los conductores debido a que podrán gestionar su tiempo libre generando más ingresos. Este modelo de negocio es adecuado para la empresa ya que se paga a los prestadores de servicio por los servicios específicos prestados.



## **1.4. Contribución**

En caso esta tesis se implemente, se tendría una contribución práctica, social y académica que se describen a continuación:

### ***1.4.1. Práctica***

El proyecto busca contribuir con la optimización de dinero, tiempo y comodidad de las personas con discapacidad motora que busquen trasladarse de un lugar a otro de forma cómoda ya que el aplicativo representa una nueva alternativa de conseguir transporte. Esta idea de negocio a la vez permitirá a los conductores tener mayor visibilidad y así poder generar puedan un ingreso extra debido que percibirán dinero por prestar sus servicios.

### ***1.4.2. Social***

En el caso el proyecto se implemente, mejoraría la calidad de vida de los usuarios debido a que el servicio permitirá brindarle al segmento objetivo todas las facilidades para su traslado.

### ***1.4.3. Académica***

Servir de referente para la creación de otros modelos de negocio relacionados con el mercado de personas con dificultades motoras.

## **1.5. Delimitación de la tesis**

### ***1.5.1. Alcance***

#### ***1.5.1.1. Geográfico***

La escalabilidad en este modelo de negocio es crucial para el proyecto, por lo que inicialmente se evaluará la viabilidad del servicio en Arequipa Metropolitana, buscando ampliar el servicio a otros departamentos del sur del Perú como Tacna desde el segundo año y Moquegua desde el tercer año.

#### ***1.5.1.2. Demográfico***

Por el lado de la demanda el aplicativo estará dirigido a personas con alguna discapacidad motora que requieran de un servicio de transporte acondicionado para su traslado, y por el lado de la oferta está dirigido a conductores dispuestos a trasladar a las personas con discapacidad.

### ***1.5.1.3. Temporal***

La viabilidad de este plan se proyecta con un flujo financiero de 5 años, tras el levantamiento de información en el año 2022.

### ***1.5.2. Limitaciones***

La limitación de acceso es uno aspecto fundamental para la escalabilidad del proyecto debido a que no contamos con acceso a los sujetos de estudios en otras ciudades ubicadas al centro y norte del país a donde el proyecto se podría expandir.

## **CAPÍTULO II. MODELO DE NEGOCIO**

El incremento del uso de internet y nuevas tecnologías ha dado lugar a nuevos modelos de negocio, como el modelo Gig economy, el cual se refiere a una nueva forma de generación de ingresos fuera del concepto tradicional de trabajo, donde el prestador de servicios luego de realizar un servicio determinado cobra de forma independiente por realizar esta actividad. El flujo de servicios se proporciona a través de plataformas digitales, las cuales conectan a prestadores de servicios con usuarios por medio de teléfonos inteligentes, adaptando el servicio a las necesidades y situación económica de cada usuario, diferenciándose de los medios tradicionales, como es el caso de las empresas Airbnb y Uber.

Ambas empresas cuentan con una plataforma tecnológica (app) que conecta a usuarios por medio de teléfonos inteligentes, adaptando el servicio a las necesidades y situación económica de cada usuario a través de servicios diferenciados.

Para entender mejor el modelo de negocio propuesto se va a emplear el modelo Canvas del autor Alexander Osterwalder. Esta herramienta nos va a permitir identificar diferentes aspectos clave de la propuesta de negocio brindándonos una visión general y una mejor comprensión del negocio.

### **2.1. Modelo de negocio CANVAS**

#### ***2.1.1. Propuesta de valor***

La propuesta de valor está dirigida a dos tipos de clientes.

##### ***2.1.1.1. Cliente 1: pasajeros***

El servicio que se quiere ofrecer es un aplicativo móvil el cual interconecta a pasajeros con alguna discapacidad motora con conductores que brinden el servicio de taxi implementado con barras de agarre que se puede poner y retirar del vehículo en cualquier momento. El cliente pueda calificar la experiencia de viaje, tenga diversidad de formas de pago (tarjetas de débito/crédito, billeteras virtuales), con disponibilidad y facilidad de solicitar los servicios 24/7, y sobre todo ser transportados por personal capacitado y presto a ayudar en todo momento. Asimismo, los pasajeros podrán visualizar los datos del conductor y del vehículo.

### **2.1.1.2. Cliente 2: conductores**

Los conductores al afiliarse a la empresa podrán generar ingresos adicionales por ofrecer sus servicios de transporte, también ahorrarán combustible debido a que mediante el GPS del aplicativo el conductor podrá planificar su ruta y dirigirse al destino de forma más precisa con menos vueltas.

### **2.1.2. Segmentación del mercado**

El modelo de negocio propuesto segmenta a los clientes en dos, dentro del primer segmento se encuentran los pasajeros (personas con alguna discapacidad motora temporal o permanente) y en el segundo segmento se encuentran los conductores de unidades con las condiciones necesarias para brindar este tipo de transporte y quienes teniendo la necesidad de generar ingresos extra ven en este modelo de negocio una oportunidad.

#### **2.1.2.1. Cliente 1: pasajeros**

Son los usuarios que presentan alguna discapacidad física y que emplean silla de ruedas u otros elementos de soporte para su desplazamiento.

##### **2.1.2.1.1. Segmentación de cliente 1**

**Tabla 2-1**  
**Segmentación de cliente 1**

TIPO DE SEGMENTACIÓN	DESCRIPCIÓN
Geográfica	Personas de 18 a 60 años con alguna discapacidad motora, residentes en Arequipa Metropolitana, Tacna y Moquegua.
Socioeconómica	NSE A, B y C

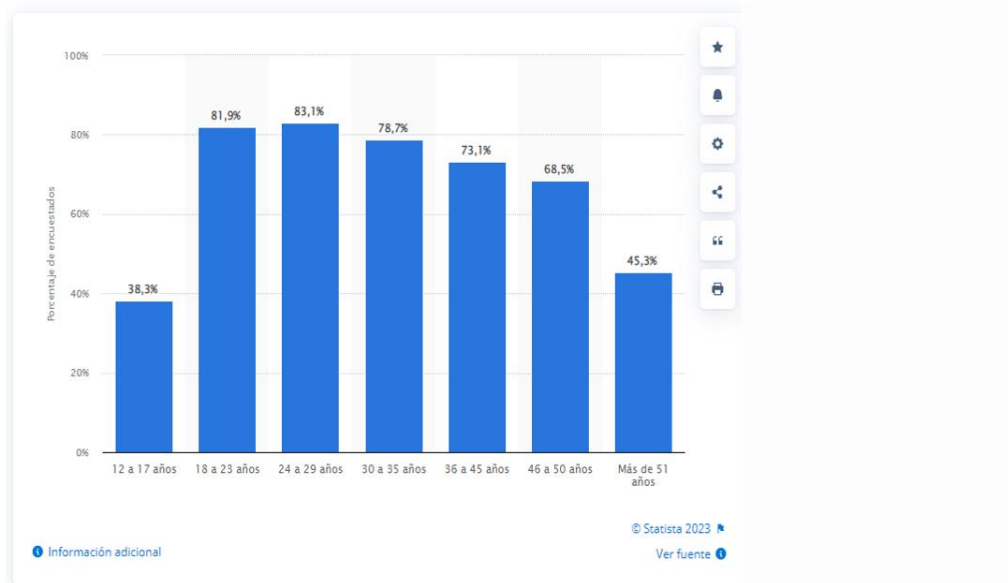
**Elaboración propia**

La segmentación de mercado seleccionado está basada en datos de obtenidos del portal de estadística Statista sobre la población con acceso a dispositivos móviles en el Perú por grupo etario (**Statista, 2019**). En esta investigación se puede apreciar que a partir de los 18 hasta los 60 años la población tiene gran acceso a dispositivo móviles inteligentes los cuales son necesarios para el uso del aplicativo. Si bien los adultos mayores representan un segmento interesante para la empresa, porque requieren una mayor asistencia, generalmente los familiares son quienes contribuyen a su cuidado y protección, por ende, son quienes solicitarán el servicio ofrecido por Easy Move.

**Figura 2-1**

**Porcentaje de la población en Perú con acceso a smartphones en 2019, por edad**

Porcentaje de la población en Perú con acceso a smartphones en 2019, por edad



**Fuente: Statista (2019)**

**2.1.2.2. Cliente 2: conductores**

Son los encargados de brindar el servicio de taxi con las condiciones necesarias para realizar este tipo de servicio, con un trato cordial y respetuoso. Buscan generar nuevos ingresos trabajando a cualquier hora del día. Deben haber asistido capacitaciones sobre recomendaciones de accesibilidad para personas con discapacidad, así como sesiones de demostración de cómo plegar y desplegar correctamente una silla de ruedas.

### **2.1.2.2.1. Segmentación de cliente 2**

**Tabla 2-2**  
**Segmentación de clientes 2**

TIPO DE SEGMENTACIÓN	CRITERIO
Geográfica	Conductores con disponibilidad para trabajar en la ciudad de Arequipa.
Demográfica	Mujeres y hombres mayores de 18 años
Socioeconómica	NSE C y D

**Elaboración propia**

### **2.1.3. Canales de distribución**

Los canales para mantener una comunicación y contacto con los clientes son los siguientes:

#### **2.1.3.1. Página web**

Es un canal amigable, mediante el cual se dará a conocer los servicios que brinda la empresa, por lo que se debe de cuidar el diseño, la forma de presentación, los colores, que permitan transmitir confianza en la empresa.

#### **2.1.3.2. Redes sociales**

Las redes sociales empleadas serán Instagram y Facebook, mediante las cuales se tendrá una interacción fluida con el público en general, ya que los clientes podrán dejar sus preguntas, comentarios, sugerencias, o quejas, a los cuales la empresa responderá en un tiempo prudente, los comentarios positivos servirán como referente para que otras personas se animen a usar el aplicativo, y los comentarios negativos se manejarán con cautela por medio del Community manager. Estas redes sociales también servirán para promocionar los servicios, ofertas y descuentos que la empresa realice.

#### **2.1.3.3. Aplicativo móvil**

Plataforma amigable, también denominada app, de descarga gratuita en teléfonos inteligentes, y por medio de la cual la empresa enviará notificaciones de promociones a los usuarios. Mediante este aplicativo los pasajeros podrán solicitar las unidades de transporte

y los conductores dirigirse al lugar solicitado. Las plataformas desde donde se podrá descargar serán: App store y Google Play.

#### **2.1.3.4. Conductores**

Son los colaboradores de vital importancia para el negocio debido a que mantendrán un contacto directo con los pasajeros, podrán responder las preguntas de los clientes sobre el servicio, por lo que su trato debe ser cordial.

#### **2.1.3.5. Boca a boca**

Este canal es uno de los más importantes para dar a conocer nuestro negocio, debido a que si el servicio es satisfactorio los clientes recomendarán el uso del aplicativo a sus amigos y familiares.

#### **2.1.4. Relación con los clientes**

Al ser un factor importante para la sostenibilidad del negocio, se buscará desarrollar permanentemente estrategias que atraigan, retengan y fidelicen a los clientes, generando relaciones estables y duraderas con la empresa. La relación con cada cliente se describe a continuación:

##### **2.1.4.1. Cliente 1 – pasajeros**

Esta relación permanente basada en la confianza y seguridad. Para ello es fundamental informar a los clientes sobre el modo de uso y las características del aplicativo a fin de que se sientan seguros al momento de usarlo.

Los pasajeros podrán informarse en las redes sociales sobre las promociones, descuentos o beneficios que brinde la empresa.

##### **2.1.4.2. Cliente 2 –conductores**

La relación que se tiene con ellos es de colaboración debido a que el uso del aplicativo traerá beneficios tanto para ellos como para la empresa.

Son quienes tendrán una relación personal con los pasajeros, por lo que el servicio que brinden debe ser seguro, rápido y cómodo, de esta forma se estimulará el uso del aplicativo.

#### **2.1.5. Fuentes de ingreso**

Las principales fuentes de ingreso para nuestro negocio provendrán de dos formas: la primera será del cobro de un porcentaje del 18% del valor de cada servicio a los conductores, por el uso del aplicativo, y la segunda forma de ingreso será por la publicidad dentro del

aplicativo, el primer año se cobrará un porcentaje de 2%, y a partir del segundo año se cobrará un porcentaje de 3%.

#### **2.1.6. Recursos clave**

Los recursos clave necesarios son los siguientes:

##### **2.1.6.1. Tecnológico**

Se trata de un aplicativo móvil y todo lo comprendido a su desarrollo y actualización en el tiempo.

Este aplicativo tendrá las siguientes características:

- Descarga gratuita.
- Compatibilidad tanto con dispositivos iOS y Android.
- Posibilidad de añadir las condiciones de reserva de la unidad cuando el cliente lo requiera.
- Brinda la ubicación de ambos clientes.
- Brinda información de del conductor como nombre, características del vehículo como la placa.
- Pasarela de pagos.
- Capacidad para enviar mensajes tanto a quien realiza el servicio como de quien lo va a tomar.
- Capacidad para calificar el servicio recibido.

##### **2.1.6.2. Humano**

Conformado por los conductores y colaboradores directos.

Los conductores son quienes brindarán el servicio a los usuarios, ellos deberán tener un trato cordial y respetuoso para conseguir un servicio satisfactorio.

Por su parte, los colaboradores directos, se encargarán de las gestiones administrativas, el aplicativo y las redes sociales, con el objetivo de posicionar la marca.

##### **2.1.6.3. Intelectual**

Está conformado por la denominación legal de la empresa.



#### **2.1.6.4. Base de datos**

Compuesto por los datos de los conductores y clientes, datos que permitirán procesar y analizar la información para establecer estrategias basadas en las preferencias de los clientes.

#### **2.1.6.5. Económicos**

Son los recursos necesarios para poder financiar las inversiones y desarrollar de las operaciones económicas del negocio.

#### **2.1.7. Actividades clave**

En este punto se describen las actividades las cuales son:

- Selección de personal, para contar con el mejor talento profesional en la empresa.
- Diseño, desarrollo y funcionamiento del interfaz de la aplicación, disponible para los sistemas operativos iOS y Android.
- Realizar un contrato con una empresa que se encargue del mantenimiento, soporte y actualización de la aplicación.
- Diseño, desarrollo y funcionamiento de la página digital y redes sociales de la empresa.
- Captación de clientes, para esto se realizará marketing digital sobre el nuevo aplicativo, con la finalidad de captar a los dos tipos de clientes y darles a conocer el servicio motivándolos para que lo utilicen.
- Gestión de un convenio con los conductores, en el cual se establezca el porcentaje de comisión por viaje que recibirán tanto la empresa como el conductor.
- Generación y mantenimiento de una base de datos actualizada, en concordancia con la ley de protección de datos personales N° 29733.
- Establecer convenios y alianzas con organizaciones interesadas en generar negocios a través del aplicativo.
- Realizar contratos con una empresa encargadas de brindar servicios legal a la empresa.
- Realizar contratos con una empresa encargadas de brindar servicios de contabilidad a la empresa.

### ***2.1.8. Asociaciones clave***








- Se realizarán asociaciones clave con clínicas privadas, aseguradoras, centros médicos, lo cual nos permitirá incrementar nuestro número de usuarios ya que se brindará un descuento a los clientes de dichas clínicas que opten por usar el aplicativo móvil.

### ***2.1.9. Conclusiones***

El proyecto centra su atención en ofrecer un medio de transporte inclusivo para personas con discapacidad por medio de un aplicativo direccionado a interconectar conductores y usuarios, donde todas las actividades son fundamentales para brindar a los clientes una experiencia de transporte cómoda y segura. Para los conductores, “Easy Move” pretender ser una nueva fuente de generación de ingresos.

Figura 2-2

Modelo CANVAS

<p><b>8. ASOCIACIONES CLAVE</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conductores con vehículos.</li> <li>• Clínicas privadas.</li> <li>• Asesor Legal.</li> <li>• Servicio de Contabilidad.</li> </ul>	<p><b>7. ACTIVIDADES CLAVE</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo del aplicativo y soporte.</li> <li>• Desarrollo de la página web.</li> <li>• Marketing y publicidad</li> <li>• Afiliación de conductores</li> <li>• Alianzas estratégicas</li> <li>• Selección del personal.</li> </ul>	<p><b>2. PROPUESTA DE VALOR</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio seguro y cómodo exclusivo para personas con discapacidad motora.</li> <li>• Unidades equipadas con barras de agarre.</li> <li>• El cliente podrá calificar la experiencia de viaje.</li> <li>• El aplicativo tendrá varias de formas de pago.</li> <li>• Los conductores brindarán un trato cordial, siempre dispuestos a ayudar.</li> <li>• Ingresos adicionales.</li> <li>• Ahorro de combustible.</li> </ul>	<p><b>4. RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cliente 1: Pasajeros</b> Relación basada en la confianza y seguridad, a través de social medial. Promociones por viajes.</li> <li>• <b>Cliente 2: Conductores</b> Relación de colaboración, el uso de la app traerá beneficios a conductores.</li> </ul>	<p><b>1. SEGMENTOS DE CLIENTES</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas de 18 a 60 años con discapacidad motora residentes en Arequipa Metropolitana, pertenecientes al NSE A, B y C. Padres de familia que buscan trasladar a sus hijos.</li> <li>• Conductores que deseen generar un ingreso extra.</li> </ul>
<p><b>9. ESTRUCTURA DE COSTOS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de la aplicación.</li> <li>• Publicidad.</li> <li>• Soporte, mantenimiento y actualización del app.</li> </ul>		<p><b>5. FUENTES DE INGRESOS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de comisión por el uso del servicio.</li> <li>• Publicidad a otras empresas por convenios.</li> </ul>		

## **CAPÍTULO III. ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

### **3.1. Generalidades**

#### **3.1.1. Misión**

Somos una empresa por aplicativo móvil orientada a conectar personas con discapacidad motora con conductores en la ciudad de Arequipa. Pretendemos reducir las dificultades que enfrentan al momento de transportarse. Estamos comprometidos con la seguridad, procurando brindar siempre el mejor servicio a nuestros clientes.

#### **3.1.2. Visión**

Ser una empresa por aplicativo, líder en conexión de conductores y personas con discapacidad motora, en Arequipa.

#### **3.1.3. Valores**

Los valores de la empresa serán los pilares para todas las actividades de la organización, debido a que su cumplimiento ayudará a que los colaboradores actúen con integridad y profesionalismo, también nos servirán para diferenciarnos de la competencia. Los valores de la empresa son:

- **Empatía:** comprometidos y preocupados por mejorar el bienestar de los usuarios y colaboradores.
- **Honestidad:** pensamos y actuamos en base a la verdad en todas las circunstancias, demostrando siempre integridad.
- **Respeto y tolerancia:** todas las personas son tratadas con respeto, no discriminamos a nadie, el lenguaje y los gestos inapropiados no van a bordo.
- **Seguridad:** evitamos cualquier acto que represente una amenaza para los clientes y colaboradores.

## 3.2. Análisis externo

### 3.2.1. Entorno indirecto (SEPTEG)

El análisis del entorno es importante para el crecimiento y sostenibilidad en el tiempo de la empresa. Según Arbaiza (2012) la herramienta estratégica SEPTEG contribuirá en la comprensión de factores sociales, económicos, político-legales, tecnológicos y geográficos del entorno indirecto en el que se desarrollará el negocio y sobre los cuales la empresa carece de control, pero que tienen influencia sobre las acciones estratégicas que la empresa desea implementar. Estos factores son:

#### 3.2.1.1. Factores socioculturales

De acuerdo a los resultados del último censo ejecutado en el país el 22 de octubre del 2017, XII Censo Nacional de Población, el número de personas que declararon tener alguna discapacidad fue de 3,209,261 personas, de las cuales la dificultad de visión es la más predominante, representando el 48,3% de la población con discapacidad (1 millón 550 mil, 196 habitantes), en un segundo lugar se encuentra la discapacidad para moverse o caminar/usar brazos y piernas equivalente al 15.1%, afectando a 485 mil 211 personas, en tercer lugar se tiene las dificultades de audición, que afecta al 7,6% (243 mil 486 personas), y en un menor porcentaje se tiene otras limitaciones.

Figura 3-1

### Perú: población con discapacidad por sexo, según tipo de discapacidad, 2017

PERÚ: POBLACIÓN CON DISCAPACIDAD POR SEXO, SEGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD, 2017  
(Absoluto y porcentaje)

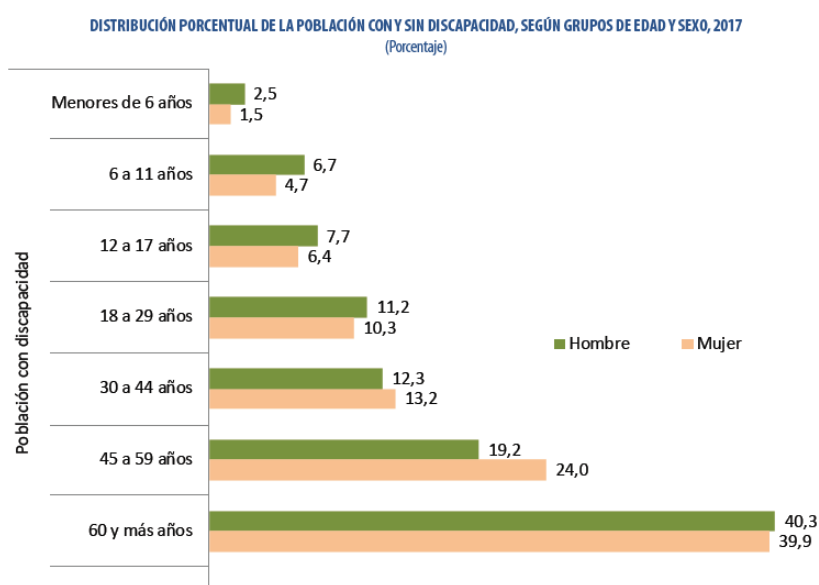
Tipo de discapacidad	Población con discapacidad		Sexo			
	Absoluto	%	Hombre		Mujer	
			Absoluto	%	Absoluto	%
<b>Total</b>	<b>3 209 261</b>	<b>100,0</b>	<b>1 388 957</b>	<b>100,0</b>	<b>1 820 304</b>	<b>100,0</b>
<b>Con 1 discapacidad</b>	<b>2 618 026</b>	<b>81,6</b>	<b>1 128 561</b>	<b>81,3</b>	<b>1 489 465</b>	<b>81,8</b>
Dificultad para ver	1 550 196	48,3	608 124	43,8	942 072	51,8
Dificultad para oír	243 486	7,6	135 780	9,8	107 706	5,9
Dificultad para hablar o comunicarse	98 979	3,1	58 531	4,2	40 448	2,2
Dificultad para moverse o caminar	485 211	15,1	208 990	15,0	276 221	15,2
Dificultad para entender o aprender	135 210	4,2	62 362	4,5	72 848	4,0
Dificultad para relacionarse con los demás	104 943	3,3	54 773	3,9	50 170	2,8
<b>Con 2 o más discapacidades</b>	<b>591 235</b>	<b>18,4</b>	<b>260 396</b>	<b>18,7</b>	<b>330 838</b>	<b>18,2</b>

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)

En referencia a la distribución de personas con discapacidad de acuerdo a grupo etario y sexo, en la figura 10 se puede observar que la edad donde se presenta mayor incidencia de discapacidad es a partir de los 60 años, abarcando un 40.3% del sexo masculino y un 39.9% del sexo femenino, en segundo lugar, se encuentra el grupo etario entre las edades de 45 a 59 años representado por el 24% del sexo femenino y 19,2% del sexo masculino.

**Figura 3-2**  
**Distribución porcentual de la población con y sin discapacidad, según grupos de edad y sexo, 2017**



**Fuente: Instituto Nacional De Estadística e Informática (2017)**

Según la información recolectados del Censo Nacional de Población realizado el 2017, en referencia al acceso a un seguro de salud, del total de personas que manifestaron tener alguna discapacidad, el 77,3% se encuentra afiliado a algún seguro. El Seguro Integral de Salud (SIS) posee la mayor cobertura, abarcando al 44,4% de personas con discapacidad. EsSalud, tiene una cobertura del 28% y otros tipos de seguros como el seguro privado tienen una cobertura del 2.1%.

**Figura 3-3**

**Perú: población y sin discapacidad, según afiliación a algún seguro de salud, 2017**

**PERÚ: POBLACIÓN CON Y SIN DISCAPACIDAD, SEGÚN AFILIACIÓN A ALGÚN SEGURO DE SALUD, 2017**  
(Absoluto y porcentaje)

Afiliación a seguro de salud	Población total	Población con discapacidad		Población sin discapacidad	
		Absoluto	%	Absoluto	%
<b>Total</b>	<b>31 237 385</b>	<b>3 209 261</b>	<b>100,0</b>	<b>28 028 124</b>	<b>100,0</b>
<b>Afiliado a algún seguro</b>	<b>23 571 894</b>	<b>2 479 236</b>	<b>77,3</b>	<b>21 092 658</b>	<b>75,3</b>
Seguro Integral de Salud (SIS)	13 931 410	1 424 107	44,4	12 507 303	44,6
EsSalud	8 003 070	897 386	28,0	7 105 685	25,4
Seguro de fuerzas armadas o policiales	494 162	52 663	1,6	441 499	1,6
Seguro privado de salud	868 528	68 246	2,1	800 281	2,9
Otro seguro 1/	274 723	36 834	1,1	237 889	0,8
<b>Ninguno</b>	<b>7 665 491</b>	<b>730 025</b>	<b>22,7</b>	<b>6 935 466</b>	<b>24,7</b>

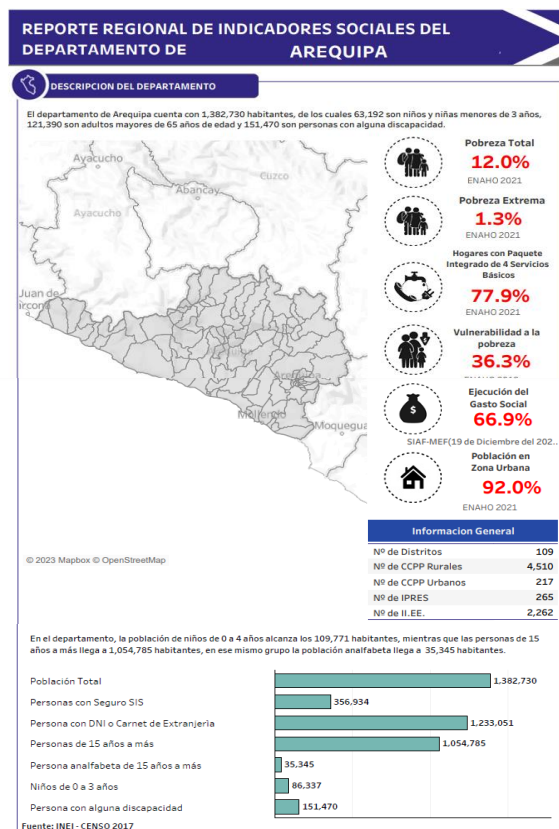
1/ Incluye: Seguro Universitario, Entidad Prestadora de Salud, Seguro Escolar Privado, etc.  
Fuente: INEI - Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas.

**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)**

La población censada en el departamento de Arequipa fue de 1 millón 382 mil 730 personas, de los cuales 151,470 presentan alguna discapacidad (INEI, 2017).

**Figura 3-4**

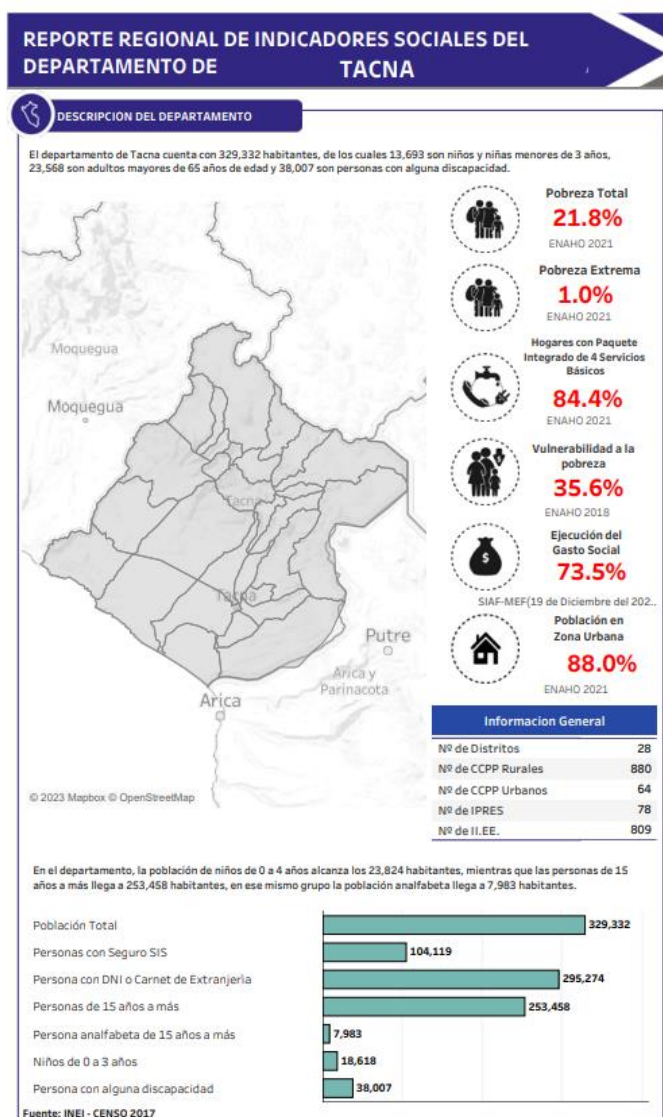
**Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Arequipa**



**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)**

La población censada en el departamento de Tacna fue de 329,332 personas, de los cuales 38,007 presentan alguna discapacidad (INEI, 2017).

**Figura 3-5**  
**Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Tacna**

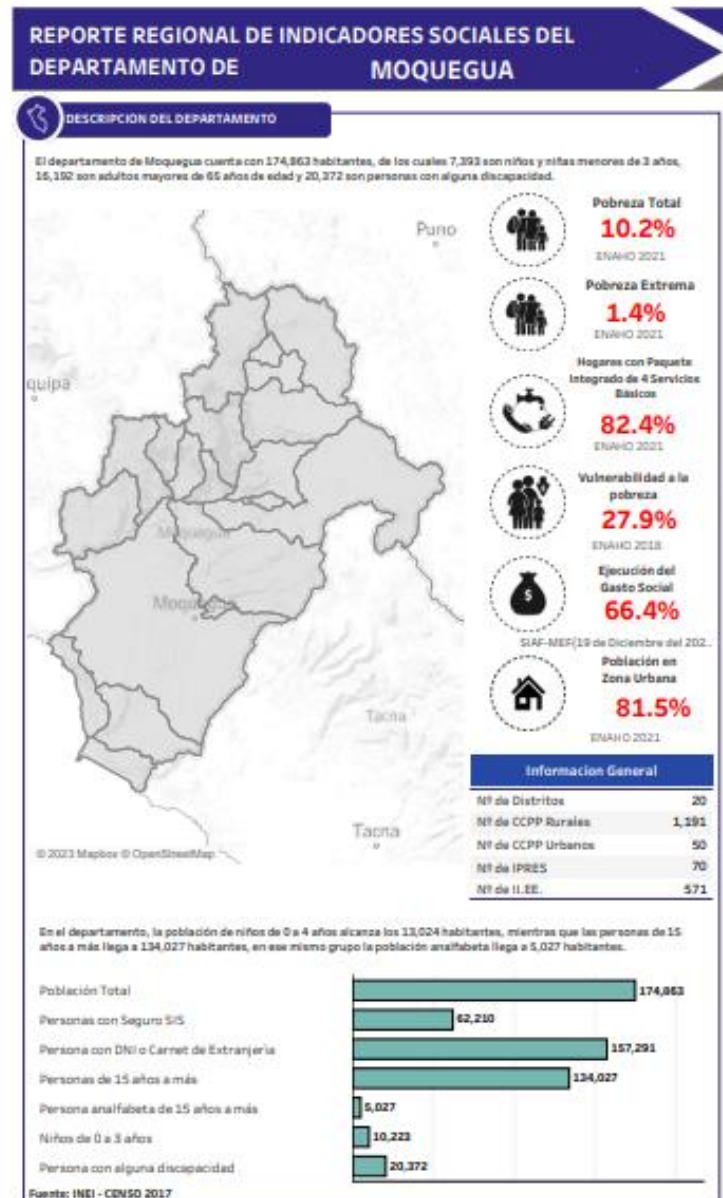


**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)**



La población censada en el departamento de Moquegua fue de 20,372 personas, de los cuales 20,372 presentan alguna discapacidad (INEI, 2017).

**Figura 3-6**  
**Reporte regional de indicadores sociales del departamento de Moquegua**



**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)**

**Figura 3-7**

**Perú: Población estimada y proyectada, 1995,2020,2030 y año en que se alcanzará la población máxima**

PERÚ: POBLACIÓN ESTIMADA Y PROYECTADA, 1995, 2020, 2030 Y AÑO EN QUE SE ALCANZARÁ LA POBLACIÓN MÁXIMA

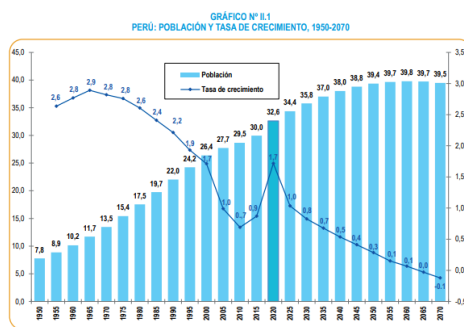
Departamento	Población			Población máxima	
	1995	2020	2030	Año	Población
Total	24 242 600	32 625 948	35 792 079	2061	39 793 386
Amazonas	375 202	426 806	428 576	2026	430 305
Áncash	1 036 065	1 180 638	1 216 561	2030	1 216 561
Apurímac	416 711	430 736	414 184	2020	430 736
Arequipa	1 006 567	1 497 438	1 755 684	2030	1 755 684
Ayacucho	550 262	668 213	661 885	2021	670 579
Cajamarca	1 368 052	1 453 711	1 417 012	2021	1 455 245
Prov. Const. del Callao	704 064	1 129 854	1 319 706	2030	1 319 706
Cusco	1 127 101	1 357 075	1 439 741	2030	1 439 741
Huancavelica	425 733	365 317	290 010	2004	471 337
Huánuco	719 741	760 267	715 363	2006	787 626
Ica	620 601	975 182	1 189 708	2030	1 189 708
Junín	1 159 999	1 361 467	1 388 418	2030	1 388 418
La Libertad	1 386 270	2 016 771	2 277 363	2030	2 277 363
Lambayeque	1 013 016	1 310 785	1 419 648	2030	1 419 648
Lima	7 001 163	10 628 470	12 214 119	2030	12 214 119
Loreto	789 261	1 027 559	1 087 623	2030	1 087 623
Madre de Dios	77 878	173 811	234 432	2030	234 432
Moquegua	139 967	192 740	211 157	2030	211 157
Pasco	255 024	271 904	252 048	2006	286 112
Piura	1 505 035	2 047 954	2 277 711	2030	2 277 711
Puno	1 174 525	1 237 997	1 148 667	2005	1 303 201
San Martín	618 293	899 648	1 003 377	2030	1 003 377
Tacna	241 795	370 974	430 642	2030	430 642
Tumbes	170 804	251 521	286 684	2030	286 684
Ucayali	359 471	589 110	711 760	2030	711 760

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Estimaciones y Proyecciones de la Población por Departamento, 1995-2030-Boletín de Análisis Demográfico N° 39.

**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)**

**Figura 3-8**

**Perú Población y Tasa de crecimiento 1950-2070**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática- Perú: Estimaciones y Proyecciones de la Población Nacional, 1950-2070.

**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017)**

### 3.2.1.2. Factores económicos

En los tres primeros meses del 2022, el Producto Interior Bruto (PIB) creció un 3,8% debido principalmente al buen desempeño del consumo de los hogares, que aumentó un 4,8%, y al crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios un 4,0%. Tomando esto como una oportunidad, la economía peruana ha logrado un crecimiento económico por cinco trimestres consecutivos. La economía continúa recuperándose, alcanzando niveles de crecimiento previos a la pandemia, respaldada por una mayor actividad operativa y un mayor acceso de la población a los programas de vacunación contra el COVID-19 (INEI, 2022).

**Figura 3-9**

#### Perú: Oferta demanda global trimestral

**PERÚ: Oferta y Demanda Global Trimestral**  
(Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo periodo del año anterior)  
Año Base 2007=100

Oferta y Demanda Global	2021/2020					2022/2021
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.
<b>Producto Bruto Interno</b>	<b>4,5</b>	<b>41,8</b>	<b>11,4</b>	<b>3,2</b>	<b>13,3</b>	<b>3,8</b>
Extractivas	0,5	20,2	5,7	-1,0	6,0	1,3
Transformación	23,5	91,9	12,0	-1,3	23,2	1,1
Servicios	-0,5	35,0	12,1	6,1	11,7	5,4
<b>Importaciones</b>	<b>9,2</b>	<b>57,6</b>	<b>31,4</b>	<b>12,0</b>	<b>25,1</b>	<b>0,8</b>
<b>Oferta y Demanda Global</b>	<b>5,5</b>	<b>45,1</b>	<b>15,4</b>	<b>5,0</b>	<b>15,8</b>	<b>3,2</b>
<b>Demanda Interna</b>	<b>6,5</b>	<b>43,4</b>	<b>15,2</b>	<b>3,9</b>	<b>15,5</b>	<b>2,9</b>
Consumo Final Privado	3,2	30,7	11,9	4,0	11,7	4,8
Consumo de Gobierno	7,6	15,8	10,1	-4,8	6,0	2,5
Formación Bruta de Capital	15,7	138,0	29,1	10,2	34,9	-1,9
Formación Bruta de Capital Fijo	33,2	160,5	25,0	-3,7	34,1	-2,2
Público	20,1	221,9	30,6	-25,5	28,9	-15,4
Privado	37,2	145,4	23,8	2,8	35,5	1,4
<b>Exportaciones</b>	<b>1,6</b>	<b>52,1</b>	<b>15,9</b>	<b>9,5</b>	<b>17,1</b>	<b>4,0</b>

Nota: La estimación al I trimestre de 2022 ha sido elaborada con información disponible al 15-05-2022.  
Para mayor detalle de las actividades extractivas, transformación y servicios revisar el Anexo N° 15.  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

**Fuente: Banco Central de Reserva Del Perú (2022)**

El trimestre del 2022 estuvo marcado por el incremento en los precios de importación, especialmente del petróleo, alimentos e insumos industriales, debido a los enfrentamientos entre Rusia y Ucrania, así como a las medidas estrictas de confinamiento en China que han provocado dificultades en la cadena de suministros, lo que ocasionaría un menor crecimiento económico mundial y una tendencia al alza en inflación (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2022).

**Figura 3-10**

**Crecimiento mundial**

**CRECIMIENTO MUNDIAL**  
(Variaciones porcentuales anuales)

	PPP*	2021**	2022		2023	
			RI Mar.	RI Jun.	RI Mar.	RI Jun.
<b>Economías desarrolladas</b>	<b>42,2</b>	<b>5,2</b>	<b>3,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>
<i>De las cuales</i>						
1. Estados Unidos	15,9	5,7	3,2	2,3	2,4	2,0
2. Eurozona	12,0	5,3	3,7	2,7	1,9	1,8
3. Japón	3,9	1,6	2,8	2,0	1,7	1,7
4. Reino Unido	2,3	7,4	4,4	3,7	1,0	1,0
5. Canadá	1,4	4,6	4,0	3,9	2,8	2,8
6. Otros	6,8	5,0	3,1	2,8	2,6	2,4
<b>Economías en desarrollo</b>	<b>57,5</b>	<b>6,7</b>	<b>4,1</b>	<b>3,3</b>	<b>4,0</b>	<b>4,0</b>
<i>De las cuales</i>						
1. China	18,7	8,1	5,0	3,8	5,2	5,2
2. India	7,0	8,9	8,0	7,6	6,3	6,2
3. Rusia	3,1	4,7	-5,0	-10,0	-0,3	-0,9
4. América Latina y el Caribe	7,3	6,0	1,9	2,0	2,3	2,1
Argentina	0,7	10,3	2,3	2,5	1,8	1,8
Brasil	2,4	4,6	0,5	0,8	2,0	1,4
Chile	0,4	11,7	2,5	2,0	1,5	1,0
Colombia	0,6	10,6	4,0	4,8	3,1	3,1
México	1,9	4,8	2,5	2,0	2,0	1,9
Perú	0,3	13,3	3,4	3,1	3,2	3,2
5. Otros	17,9	5,3	4,6	4,7	4,3	4,4
<b>Economía Mundial</b>	<b>100,0</b>	<b>6,0</b>	<b>3,8</b>	<b>3,0</b>	<b>3,2</b>	<b>3,0</b>

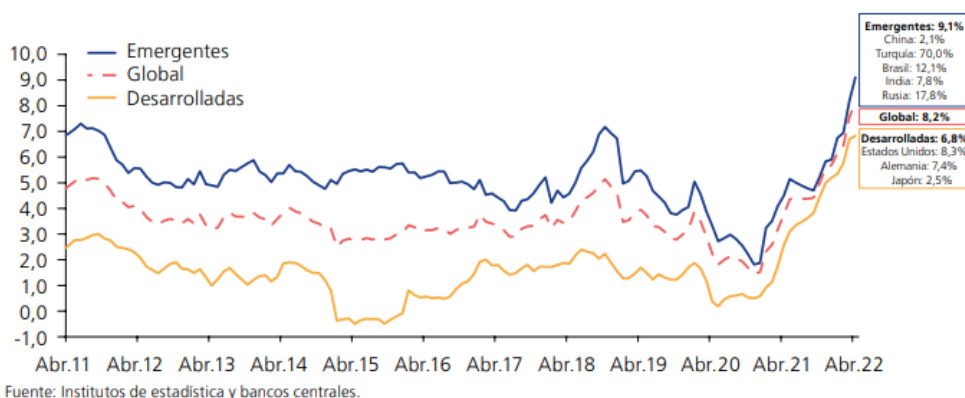
\* Base 2021.  
\*\* Preliminar.  
Fuente: FMI, Consensus Forecast, BCRP.

**Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (2022)**

**Figura 3-11**

**Inflación global en economías desarrolladas y emergentes**

(Var. % 12 meses)



Fuente: Institutos de estadística y bancos centrales.

**Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (2022)**

Los precios de referencia de la mayoría de los carburantes subieron levemente a inicios del 2023 con respecto al cierre de diciembre, según el organismo de control de inversiones en energía y minería (OSINERMIN). Así, el precio del galón de gasohol de 90 octanos

subió de S/8.59 a S/9, de igual forma, la gasolina de 95 pasó de S/8.93 a S/9.38. Siendo los más utilizados por la población en el Perú (OSINERMING, 2023).

Así también, el Ministerio de Energía y Minas anunció que, en enero del 2023, se dará inicio al proceso de adecuación para la venta de gasolina de dos tipos (regular y premium), con el objetivo de promover el uso de combustibles cada vez más limpios y eficientes de acuerdo con las políticas nacionales e internacionales. Asimismo, se mencionó que con este proceso se llevará a cabo de forma gradual y los precios no se verán afectados (Ministerio de Energía y Minas, 2022).

“Otro aspecto que es muy importante a destacar es el incremento en S/. 95.00 de la Remuneración Mínima Vital de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, pasando de S/. 930.00 a S/. 1,025.00, el cual entró en vigor el 1 de mayo del 2022 mediante el Decreto Supremo N°003-2022-TR” (El Peruano, 2022).

### **3.2.1.3. Factores políticos-legales**

El 24 de diciembre de 2012, el Gobierno del Perú promulgó la Ley N° 29973, Ley General de la Persona con Discapacidad, cuyo objeto es crear un marco legal para promover, proteger y hacer efectivos los derechos de las personas con discapacidad en igualdad de condiciones y promover su desarrollo e integrarse plena y efectivamente a la vida política, económica, social, cultural y tecnológica (El Peruano, 2012).

En el Perú, a través de distintas iniciativas se busca que las empresas tecnológicas que brindan el servicio de taxi por aplicativo estén reguladas, se han presentado diferentes proyectos de ley, sin embargo, hasta el momento se carece de una normativa para tal fin en nuestro ordenamiento jurídico (El Peruano, 2018).

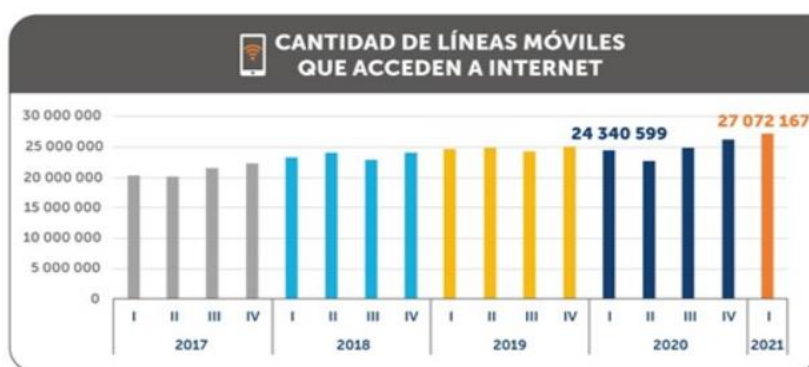
Por otro lado, actualmente en el Perú se está viviendo un ambiente de incertidumbre desde el cierre del congreso dispuesto por el entonces presidente del Perú Pedro Castillo, el 07 de diciembre del 2022, ocasionó que este se destituido por el congreso de la República, asumiendo la presidencia del país Dina Boluarte, quien se desempeñaba como vicepresidenta hasta ese entonces. Tras esta destitución, se han desencadenado una serie de movilizaciones sociales y protestas, bloqueo de carreteras, aeropuertos, paralización de actividades comerciales ocasionando pérdidas económicas al país de alrededor de \$ 50 o \$60 millones diarios, durante los días de las manifestaciones (Barría, 2022).

### 3.2.1.4. Factores tecnológicos

La pandemia por Covid-19 generó que el uso de internet en smartphones se incremente de 70% a 300% (Caillaux, 2020) y según el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones [OSIPTEL] (2021): “Al cierre del primer trimestre de este año, el tráfico de datos móviles aumentó en 79% respecto al mismo periodo del 2020”. En ese sentido, 27’072,167 líneas móviles accedieron a internet, mostrando un incremento del 11% en comparación al mismo periodo del 2020 (OSIPTEL, 2021).

**Figura 3-12**

**Cantidad de líneas móviles que acceden a internet**



**Fuente: OPSITEL (2021)**

La empresa Ipsos realizó una encuesta en noviembre del 2021 denominada “El smartphonero hábitos, usos y tendencias”, la cual estuvo dirigida a usuarios de teléfonos móviles que se encontraban entre los 12 a 70 años, de los NSE ABCDE de las principales ciudades de nuestro país, en esta encuesta se determinó que en el Perú urbano existen 16.4 millones de usuarios de Smartphones entre los 12 a 70 años pertenecientes a los NSE ABCDE, los cuales representan al 83% de la población urbana en el Perú. En esta encuesta también se determinó que dentro de las marcas aplicativos que se suelen usar en taxis se encuentran: Uber, Beat, InDriver.

**Figura 3-13**

**Usos del smartphone en la vida cotidiana 2021**

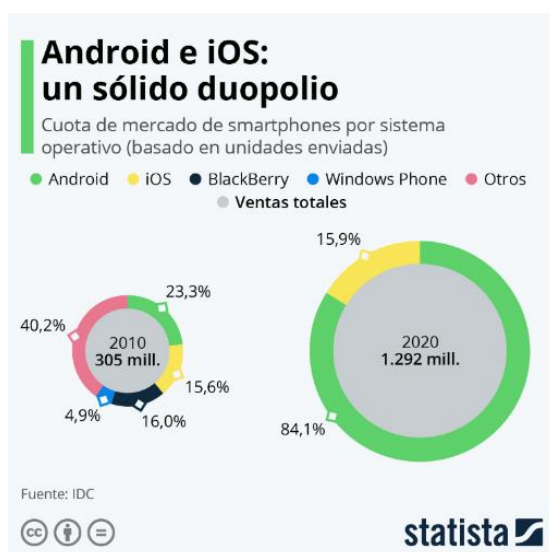


**Fuente: IPSOS (2021)**

Actualmente, los sistemas operativos que lideran el mercado de teléfonos móviles son Android e iOS, de Google y Apple respectivamente, según la consultora de tecnología International Data Corporation (IDC), el 84% de los nuevos dispositivos móviles lanzados el 2020 tuvieron un sistema operativo versión Android, mientras que el sistema operativo iOS de Apple abarcó un 16% (Gestión, 2021).

**Figura 3-14**

**Android e iOS: un sólido duopolio**



**Fuente: STATISTA (2020)**

Las nuevas tecnologías están acorde a las nuevas tendencias del mercado, ofreciendo así nuevas e interesantes oportunidades para las personas con discapacidad, facilitando su día a día. Como es el caso de “TUR4all”, el cual es un buscador que tiene como finalidad ayudar a la planificación de un viaje para personas con dificultad física, auditiva, cognitiva y visual, ya que les da la posibilidad de encontrar hoteles, así como encontrar restaurante con carta en braille, entre otras facilidades. También se puede resaltar como al aplicativo “Disabled park”, que permite localizar los aparcamientos reservados para ellos, presentando un mapa de la ciudad en donde se señala esta información, así como también es el caso de “Accessibility Plus”, app que le da mediante la geolocalización a los usuarios los puntos de interés para personas con movilidad reducida ayudando a reportar incidencias como rutas que contengan barreras para ellos.

#### **3.2.1.5. Factores ecológicos**

El alto tráfico vehicular, la contaminación sonora y las emisiones de CO<sub>2</sub> al medio ambiente, son algunos de los principales problemas que afectan la ciudad y la salud de sus ciudadanos. Debido al incremento de las unidades vehiculares que circulan las calles, el 70% de la contaminación proviene del parque automotor (La República, 2019).

De acuerdo con un informe de la Agencia Europea de Medio Ambiente: “Un carro de gasolina emite alrededor de 143 gramos de dióxido de carbono por kilómetro”.

En la actualidad cada vez más organizaciones se sienten comprometidas a contribuir con la reducción de la huella de carbono, algunas empresas de taxis por aplicativo como Uber,

Cabify, Easy Taxi ya han empezado algunas acciones, por ejemplo, la empresa Uber está comprometida en ser una plataforma de emisiones cero en el mundo para el 2040, así mismo Cabify asegura que compensa el 100% de las emisiones de carbono que emiten sus unidades son compensadas con la conservación de árboles nativos que realiza la empresa. La empresa Easy Taxi realiza campañas para que las empresas afiliadas conozcan su índice de contaminación, de tal forma que puedan plantar árboles y compensar de esta forma los daños causados al medio ambiente.

#### **3.2.1.6. Factores geográficos**

Arequipa es una de las principales ciudades del país. Su clima, durante las estaciones de invierno, otoño y primavera es templado y seco, pero durante el verano presenta precipitaciones fluviales y debido a estas condiciones las pistas se deterioran con grietas y



huecos poniendo en riesgo la integridad de los conductores y transeúntes. (El Comercio, 2020).

Con el objetivo de ofrecer mejores condiciones de transitabilidad a la población las diversas municipalidades de la ciudad ejecutan diversos trabajos de mejoramiento de las pistas.

### **3.2.2. Entorno directo (*Fuerzas de Porter*)**

Para las empresas es muy importante analizar su competitividad en el mercado a lo largo de su existencia, ya sea al crear un nuevo proyecto, en la puesta en marcha o cuando quiere entrar en un nuevo mercado. En el caso de nuestra empresa este análisis lo realizaremos a través de las denominadas las 5 Fuerzas de Porter descritas por Michel Porter en su libro Estrategia competitiva, para ello se realizó un Benchmarking de las empresas más representativas de este modelo de negocio.

### **3.2.3. Benchmarking**

Actualmente en el mundo existen diversas empresas tecnológicas de movilidad dirigidas al transporte de personas con discapacidad, las cuales hacen uso de aplicativos para poder ofrecer sus servicios, dentro ellos tenemos a Uber, Cabify, entre otros, a continuación, se presenta algunos ejemplos de este modelo de negocios en el mundo.

#### **3.2.3.1. Uber**

Uber es una plataforma de tecnología fundada el 2009 en Estados Unidos, que mediante un aplicativo móvil permite conectar a conductores con pasajeros, y de esta forma permite brindar un servicio de transporte privado. Cuando un conductor acepta el pedido de un pasajero, el aplicativo mediante el GPS muestra la ubicación tanto del conductor como del pasajero, y permite calcular tanto el tiempo de llegada como de viaje, además de notificar cuando el conductor está por llegar.

**Figura 3-15**  
**Logo de la empresa Uber**



**Fuente: Uber Technologies, Inc. (2023)**

Esta plataforma genera sus ingresos mediante el cobro de una comisión del 25% del valor del viaje a los conductores, por el uso del software, el 75% restante es abonado a la cuenta del conductor. (Chavero, 2018) Estos porcentajes pueden variar de acuerdo al país o ciudad. Uber mediante su aplicativo se encarga de cobrar a los pasajeros (la tarifa se basa en el sistema de algoritmos de la app, que dependen de las horas pico y disponibilidad de conductores) (Benoit y otros, 2019) y de pagar a los conductores.

Una vez concluido el viaje, el aplicativo solicitará al pasajero que califique el servicio recibido por el conductor haciendo uso de una valoración de 1 a 5 estrellas. Por otra parte, a los conductores también se les solicita que califiquen a los pasajeros. Este sistema permite que una comunidad basada en el respeto y la confianza.

Actualmente Uber está presente en más de 10,000 mil ciudades Uber Technologies, Inc., (2023), facilitando millones de viajes diariamente, la empresa fue valorada el 2018 en USD76,000 millones (Forbes Staff, 2019).

Uber ingresó al Perú el 2014 sin presentar muchos inconvenientes, debido a la falta de regulación para este tipo de servicio. Indecopi considera a Uber como una empresa tecnológica y no como una de transporte, motivo por el cual no existe competencia desleal con los otros servicios de transporte, lo que es más considera que este modelo de negocio colaborativo está a favor de los usuarios (Cauvi, 2022).

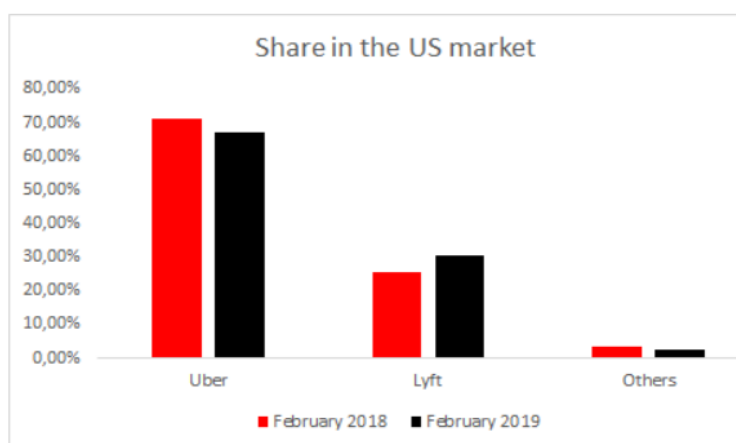
El CEO de Uber en el Perú Spencer Friedman, indica que la empresa tendría un rol importante en la recuperación económica del País, debido a que continúa representando una nueva forma para generar ingresos a los conductores y una forma de ahorro para los pasajeros (De Pierola, 2021).

Uber es una empresa que no cotiza en la bolsa, ni realiza publicaciones de sus estados financieros, por lo que no se cuenta con información precisa de sus ingresos y utilidades.

Actualmente, en el mercado se tiene la presencia de varias empresas tecnológicas de movilidad, que ofrecen este modelo de negocio, por ejemplo, en Singapur se encuentra Grap, en Estados Unidos Lyft. En la figura 2-2, se observa la participación de mercado de Uber y sus competidores en EE.UU. Siendo Uber una de las empresas más resalta en brindar este tipo de servicio, sin embargo, en febrero del 2019 perdió una participación de mercado del 5%.

**Figura 3-16**

**Variación de la cuota de mercado de EEUU – servicios de transporte urbano con conductor privado**



**Fuente: XTB Online Trading (2019)**

Uber Assist, es un nuevo servicio de transporte que Uber ofrece, esta categoría de servicio está dirigida al transporte de personas con discapacidad motora, auditiva o visuales, pacientes en rehabilitación, embarazadas y personas que requieren de alguna ayuda adicional. Para poder brindar este servicio los conductores deben haber recibido una capacitación y contar con un certificado emitida por una institución sobre cómo brindar ayuda a los pasajeros a subir a los vehículos, así mismo los conductores deberán estar comprometidos en brindar apoyo al momento del arribo y descenso de la unidad. Uber cobra a los conductores una tarifa que varía entre el 20% y el 30%.

Los vehículos en esta categoría de servicio se diferencian por tener el espacio suficiente en la maletera para acomodar, sillas de ruedas, andadores, muletas, y otros elementos de

soporte. Sin embargo, los vehículos no cuentan con rampas ni otras facilidades de acceso al vehículo, tampoco existe un requisito específico de vehículo.

**Figura 3-17**

**¿Qué es Uber Assist y cómo funciona?**



**Fuente: Ridester (2022)**

Al ser un nuevo modelo de servicio actualmente solo se ofrece en alrededor de 40 ciudades del mundo como, por ejemplo: Ciudad de México, San Francisco, Los Ángeles, California, Boston, Nueva York, Toronto, Montevideo, etc. Los pasajeros pueden estar seguros de que obtendrán la ayuda adicional que necesitan para ingresar y bajar del vehículo. Debido al soporte adicional Uber Assist cuesta un poco más, que un viaje en que UberX (servicio de vehículos estándar de Uber), para el mismo viaje (Helling, 2022).

**Figura 3-18**

**¿Cómo funciona el servicio inclusivo de Uber para trabajadores y clientes discapacitados?**



**Fuente: INFOBAE (2017)**

Otra categoría de servicio que ofrece Uber es Uber WAV (Wheelchair Accessible Vehicles), una opción que incluye vehículos accesibles para sillas de ruedas, ya que cuentan con ascensores y rampas para que los pasajeros puedan subir y descender.

**Figura 3-19**

**Cómo funciona el servicio inclusivo de Uber para trabajadores y clientes discapacitados**



**Fuente: INFOBAE (2017)**

**3.2.3.2. Cabify**

Cabify, empresa española tecnológica de movilidad fundada en 2011, con presencia en diversos países (Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú y Uruguay). Siendo Perú el primer país de Latinoamérica donde inició sus operaciones el 17 de octubre del 2012, actualmente ofrece su servicio en las ciudades de Lima, Piura y Trujillo.

**Figura 3-20**

**Logo de la empresa Cabify**



**Fuente: Cabify España S.L.U (2023)**

Esta plataforma permite conectar a usuarios con conductores de vehículos por medio de un aplicativo móvil que se descarga en el celular, se realiza una solicitud para que un conductor pase a buscar al usuario y lo lleve a su destino. Cuando se solicita un servicio, el aplicativo brinda un precio estimado. Cabify cobra una comisión del 24% de valor de cada viaje a los conductores (Cabify España S.L.U, 2023).

Esta empresa ofrece diversas categorías de servicios según el modelo de auto como, por ejemplo:

- Cabify Lite: es un servicio de transporte económico, los conductores utilizan ropa informal.
- Cabify Executive: servicio de taxi Premium, los vehículos son más lujos y de color negro con lunas polarizadas, con no más de 4 años de antigüedad, los conductores visten de manera formal.
- Cabify Group: servicio de transporte con capacidad para siete pasajeros, el vehículo empleado es Van Hounday H1.

Los pasajeros con sillas de ruedas pueden usar cualquiera de las categorías de Cabify, siempre y cuando la silla de ruedas sea plegable para que se pueda colocar en la maletera. Los conductores estarán dispuestos a brindar su ayuda, asegurándose de que el viaje sea cómodo. Para solicitar el servicio el usuario deberá indicar mediante el chat que tiene una silla de ruedas para que el conductor esté preparado para brindar el apoyo necesario.

Otra interesante propuesta de servicio que brinda Cabify, es Access Taxi servicio exclusivo para personas con discapacidad, adultos mayores. En esta categoría los vehículos están adaptados para usuarios con sillas de ruedas (Cabify España S.L.U, 2023).

Los vehículos cuentan con rampas para las sillas de ruedas, tubos de apoyo, además permite que los usuarios puedan viajar con perros guías. Los conductores son capacitados para poder brindar este servicio y puedan ayudar a los pasajeros de la mejor manera. Por el momento este servicio solo se brinda en Madrid y Ciudad de México.

**Figura 3-21**

**Cabify Access: el servicio de transporte personal para personas con discapacidad**



**Fuente: Xataka (2015)**

Como se puede ver, Uber y Cabify son dos casos exitosos de este modelo de negocio, ambas empresas aprovecharon las plataformas digitales para generar diferenciación en su mercado objetivo.

- **InDriver:** es una empresa de tecnología y transporte, que fue fundada en 2013 en Yakutsk (Rusia), esta plataforma mediante su aplicativo permite que los pasajeros puedan escoger cuanto desean pagar en cada viaje, llegando a un acuerdo con los conductores, sin la necesidad de intermediarios, de esta forma el pasajero puede optar por el precio que más le conviene y a el conductor puede aceptar el viaje si le resulta rentable. (Forbes, 2022). Esta empresa, brinda los servicios de entregas, viajes interurbanos, fletes, los tres servicios operan bajo la misma filosofía de InDriver.

**Tabla 3-1****Cuadro comparativo de taxis por aplicativo en Arequipa**

<b>Categorías</b>	<b>Uber</b>	<b>InDriver</b>
Servicio	Taxi por aplicativo móvil	Taxi por aplicativo móvil
Uso de GPS	Si	Si
Precios de carrera	Medio	Medio
Opciones de pago	Efectivo, tarjeta, Apple Pay	Efectivo, Yape
Porcentaje de comisión por viaje	25%	10%
Identificación del chofer	si	si
Identificación del vehículo	si	si
Servicios	uberX UberVan UberX VIP	Viaje en taxi Flete Ciudad a ciudad Entregas
Medios de Comunicación	Redes sociales Página web Anuncios publicitarios	Redes sociales Página web Anuncios publicitarios

**Fuente: Elaboración propia****3.2.3.3. Amenaza de productos sustitutos**

Como servicio sustituto de transporte se consideran tres tipos de servicio entre ellos tenemos:

- **Transporte público:** conformado por el Sistema Integrado de Transporte (SIT) de Arequipa, el cual está compuesto por la red de buses que poseen rutas alimentadoras establecidas. Estos vehículos de transporte público no ofrecen las condiciones para el traslado de personas con discapacidad,



debido a que en muchas ocasiones superan su aforo, no paran en los paraderos establecidos, y no hay espacio suficiente para las sillas de ruedas.

- **Transporte privado:** conformado por taxis, este tipo de transporte resulta molesto debido a que en muchas ocasiones se tiene que salir a la calle a esperar una unidad y cotizar el monto del transporte, además que puede resultar inseguro por el riesgo de ser asaltados, por otro lado, cuando se llama a la central de una empresa privada de taxi los costos por el servicio son elevados.

Empresas constituidas de transporte adaptado para personas con discapacidad, que actualmente brindan sus servicios en la ciudad de Lima.

- **Transporte particular:** personas que posean un auto propio en la familia, además que también implica que otra persona tenga que movilizar al pasajero tanto a la unidad como al lugar de destino.

#### ***3.2.3.4. Poder de negociación de los proveedores***

El poder de negociación de los proveedores es bajo, debido a que el Perú existe una amplia variedad de profesionales independientes y empresas dedicadas al desarrollo de aplicaciones móviles y productos de tecnología.

Por otro lado, para la conectividad del aplicativo, los proveedores son: Google Play, App Store, y los servidores en la nube que servirán de hosting para el aplicativo, y para acceder a ellos se debe realizar el pago de un precio determinado a las empresas proveedoras, el cual no es un monto alto.

#### ***3.2.3.5. Poder de negociación de los clientes***

Como ya se mencionó anteriormente nuestro negocio atenderá dos tipos de clientes:

- **Cliente 1: pasajeros**

La capacidad de negociación de los pasajeros es medio alto, por su poder de decisión, el cliente puede de elegir o no usar el servicio de nuestra empresa.

- **Cliente 2: conductores**

Su poder de negociación también es medio alto porque pueden elegir entre afiliarse o no a la empresa para brindar sus servicios con sus vehículos durante su tiempo libre.

### 3.2.3.6. *Entrada de nuevos competidores*

El ingreso al mercado de empresas innovadoras conocidas como startups representa un nivel de amenaza alto (El Comercio, 2021). Debido a que actualmente en el país no existen normas regulatorias para empresas tecnológicas que ofrezcan servicio taxis por aplicativo, por lo que, empresas internacionales que dispongan de mayor poder adquisitivo puedan ingresar a nuestro país y desarrollar un servicio con características similares a nuestro servicio.

**Tabla 3-2**  
**Stakeholders**

Stakeholders	Prioridad	¿Qué esperan los Stakeholders?	¿Qué espera la empresa?	Aliado / Conflictivo	Oportunidad / Amenaza
Pasajeros	Alta	Servicio que brinde comodidad y seguridad	Clientes fieles, que utilicen el servicio regularmente	Aliado	Oportunidad
Conductores	Alta	Generar ingresos extra Comisiones razonables	Compromiso con la empresa y que brinde un trato cordial y amable a los clientes	Aliado	Oportunidad
Competencia	Media	Incrementar su participación de mercado	Diferenciarse en el servicio brindado	Conflictivo	Amenaza
Proveedores	Media	Realizar alianzas estratégicas Firma de contratos a largo plazo	Profesionales calificados Conocimientos específicos Tecnología novedosa	Aliado	Oportunidad
Gobierno	Alta	Regulación de taxis por aplicativo	Respeto por los derechos	Aliado	Oportunidad

**Fuente: Elaboración propi**

### 3.2.4. *Matriz de evaluación de factores externos (EFE)*

Esta herramienta permite identificar y analizar las principales oportunidades y amenazas externas que se presentan en el sector donde se va a desarrollar el proyecto y que están afectando o podrían afectar a nuestra empresa. Este análisis logra plantear estrategias para

tener un ingreso satisfactorio al mercado aprovechando las oportunidades y minimizando las amenazas.

La tabla 2-3 se presenta la matriz EFE del plan de negocio propuesto. A cada uno de los factores se le ha otorgado un peso relativo el cual puede puntuar desde 0.0 siendo el menos importante hasta 1.0 como muy importante, resultando la suma de todos factores, 1. La calificación se basa en una escala de 4 valores donde 4 es la más fuerte, 3 una fuerza menor, 2 una debilidad menor y 1 una debilidad mayor.

**Tabla 3-3**  
**Matriz EFE (Matriz de oportunidades y amenazas)**

<b>Matriz EFE</b>			
<b>Factor Crítico de éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puntaje Ponderado</b>
<b>Oportunidades</b>			
Necesidad de un servicio cómodo, rápido, cordial y seguro por parte del público objetivo.	0.15	4	0.6
Incremento del uso de internet en dispositivos móviles tras la Pandemia por Covid-19.	0.07	3	0.21
Incremento en el uso de aplicativos móviles.	0.07	3	0.21
Economía está en proceso de crecimiento.	0.07	3	0.21
Búsqueda del gobierno para lograr la inclusión de personas discapacitadas a través de la promulgación de leyes.	0.06	3	0.18
Arequipa es el cuarto departamento a nivel nacional con el mayor porcentaje de población.	0.05	3	0.15
El transporte público carece de la infraestructura y condiciones necesarias para el traslado de personas con discapacidad.	0.15	4	0.6
		<b>Total</b>	<b>2.16</b>
<b>Amenazas</b>			
Fácil ingreso de nuevos competidores debido a la falta de regulación.	0.06	3	0.18
Deterioro de las pistas debido a las intensas lluvias en época de verano, lo cual puede poner en riesgo la integridad de los clientes.	0.03	2	0.06
Creación de leyes o normas que regulen la circulación de taxis por aplicativos.	0.15	4	0.6
Facilidad de penetración en el mercado de sustitutos que brinden el mismo modelo de negocio.	0.08	3	0.24
Nuevas estrategias de competidores actuales para brindar un servicio similar.	0.06	3	0.18
		<b>Total</b>	<b>1.26</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.42</b>

Elaboración propia

Según al análisis realizado de la matriz EFE, el puntaje ponderado total obtenido de la matriz es de 3.42, 2.16 corresponde a las oportunidades identificadas y el 1.26 restante, a las amenazas. Como el puntaje de las ventajas es mayor que el de los riesgos, se infiere que el ambiente externo brinda condiciones propicias para la empresa.

### **3.2.5. Estrategias genéricas**

Después de desarrollar la matriz EFE, se determinó que “EASY MOVE” inicialmente debe desarrollar una estrategia enfocada en la diferenciación, exclusividad e innovación del servicio, con la finalidad de mantener una posición competitiva frente a nuevos competidores, la cual consiste en:

- Realizar innovación y desarrollo de forma periódica en el uso de tecnologías alternas con el objetivo de evitar fallas en el servicio.
- Desarrollar y difundir manuales y tutoriales de uso del aplicativo que sean interactivos y amigables, esto debió a que, si bien hubo un crecimiento en el uso de aplicativos móviles, todavía hay una parte de la población para quienes el uso de aplicativos resulta algo nuevo.
- Generar convenios y alianzas con organizaciones dedicadas a la creación de softwares, y así contar con las actualizaciones constantes del servidor.
- Elaborar un plan de marketing por medio de redes sociales, para posicionarnos en la mente del consumidor como un servicio exclusivo, cómodo y seguro, con el objetivo de generar recomendaciones boca a boca sobre el servicio.
- Concientizar a los conductores sobre cómo generar una buena experiencia de viaje al usuario, esto será fundamental para la empresa, por lo que se realizarán encuestas para conocer el nivel de satisfacción sobre el servicio ofrecido a los usuarios.

### **3.2.6. Conclusiones**

De acuerdo con lo presentado anteriormente en el análisis externo, se puede evidenciar que las condiciones del mercado son propicias para implementar la propuesta de negocio. Por un lado, la pandemia aceleró el uso de aplicativos móviles en smartphones (teléfonos

inteligentes), siendo Uber e InDriver las aplicaciones más utilizadas para el servicio de taxi por aplicativo, sin embargo, estas empresas no ofrecen un servicio para personas con discapacidad en Perú, existiendo de esta forma un mercado con necesidades insatisfechas, donde nuestra empresa tendría escasa competencia directa y muchas oportunidades de crecimiento. Por otro lado, la falta de normas que regulen el servicio de taxi por aplicativo podría representar una amenaza para el negocio, por lo que, el inicio de las actividades del negocio se debe dar en un plazo no mayor a un año enfocada en la estrategia de diferenciación.

## CAPÍTULO IV. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

A través de la selección de técnicas y métodos, desarrollamos el proyecto de investigación, mediante un plan estructurado con la finalidad de poder llegar al objetivo.

### 4.1. Diseño de investigación

La presente investigación de mercado es de tipo descriptivo porque permite conocer el tamaño del mercado y su composición. Esta investigación ha sido dividida en cuatro fases, detalladas a continuación:

**Primera fase:** Búsqueda de información usando fuentes secundarias como libros, internet, publicaciones, tesis, datos de estadísticas, censos relacionados con el tema de investigación, etc.

**Segunda fase:** Desarrollo del Análisis Cualitativo, para lo cual se debe preparar el cuestionario de preguntas a realizar durante las entrevistas.

**Tercera fase:** Desarrollo del Análisis Cuantitativo, que consiste en recolectar datos numéricos provenientes de las encuestas aplicadas a nuestro público objetivo, con la finalidad de conocer mejor a nuestros clientes.

**Cuarta fase:** Esta etapa consiste en realizar un análisis exhaustivo de los resultados obtenidos para consolidar la información y sacar conclusiones.

Se recopilará información de datos de fuentes primarias como entrevistas y encuestas.

#### 4.1.1. Análisis cualitativo

##### 4.1.1.1. Objetivos

- Reconocer la situación actual de personas con discapacidad en relación a su accesibilidad a los medios de transporte.
- Identificar el nivel de conocimiento en el uso de aplicativos por parte de los clientes.
- Conocer el nivel de aceptación de nuestro aplicativo.

##### 4.1.1.2. Técnica

Entrevistas a profundidad

#### **4.1.1.3. Instrumento**

Cuestionario de preguntas.

#### **4.1.1.4. Público objetivo**

La entrevista estuvo dirigida a los dos tipos de público objetivo:

- Ciudadanos de 18 a 60 años que presenten algún tipo de discapacidad física, que viven en la Ciudad de Arequipa NSE A, B Y C.
- Conductores de taxis mayores de 18 años de edad con disponibilidad que puedan trabajar en la ciudad de Arequipa NSE C y D.

#### **4.1.1.5. Metodología**

Se realizarán siete entrevistas a profundidad a personal de salud con trato directo con personas con discapacidad motora. Las entrevistas se basarán en una guía 8 de preguntas abiertas a fin de que los entrevistados se puedan expresar libremente. Se estima que el tiempo de duración para cada entrevista no sea mayor a 20 minutos.

#### **4.1.2. Periodo de evaluación**

El levantamiento de información se llevó a cabo en el periodo de treinta días.

##### **4.1.2.1. Guía de entrevista a expertos**

1. ¿Cuál es su nombre, edad y cargo?
2. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con alguna discapacidad motora al subir a unidades de transporte?
3. ¿De qué factores dependería de que una persona con discapacidad motora se sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?
4. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?
5. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?
6. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?
7. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?

8. Las personas que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?

#### 4.1.2.2. *Lista de personas entrevistadas*

La tabla 4-1 muestra la relación de las personas que fueron seleccionadas para la entrevista por la relación directa con el área de salud.

**Tabla 4-1**  
**Lista de personas entrevistadas**

<b>Lista de personas entrevistadas</b>	
Eduardo Cayllahua	Responsable del Centro de Emergencia del Gobierno Regional de Salud
Pía Lazo	Enfermera asistencial Hospital Regional Honorio Delgado
Milagros Arenaza	Enfermera Asistencia Minera Cerro Verde
Cinthia Ramos	Enfermera Asistencial Clínica Paz Holandesa
Patria Romero	Enfermera Asistencial Hospital Docente UNSA
Lizabeth Salas	Obstetra Centro Médico Pedro P. Díaz
Elva Quispe	Obstetra Centro Médico Pedro P. Díaz

**Fuente: Elaboración propia**



4.1.2.3. *Resultado de las entrevistas*

**Tabla 4-2**  
**Resumen de los resultados de las entrevistas realizadas**

<b>Entrevistados</b>	<b>Eduardo</b>	<b>Pia Lazo</b>	<b>Milagros Arenaza</b>	<b>Cinthia Ramos</b>	<b>Patricia Romero</b>	<b>Lisbeth Salas</b>	<b>Elva Quispe</b>
<b>1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?</b>	Falta de acondicionamiento	Falta de apoyo Poca o ninguna adecuación de las unidades	Falta de barras de apoyo	Falta de dispositivos de apoyo	Dificultad para subir al vehículo Dificultad para mantener el equilibrio	Falta de acondicionamiento	Que no dependa de uno mismo
<b>2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?</b>	Edad Contar con personas que los guíen y apoyen	Dispositivos adecuados para su movilización.	Dispositivos que brinden seguridad. Espacio adecuado	Edad Dispositivos adecuados para su movilización.	Edad Estado de salud	Edad Estado de salud	Acondicionamiento de las unidades

<b>3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?</b>	Ambulancias son empleadas en casos de emergencia	No son suficientes	No son suficientes	No son suficientes Equipamiento insuficiente	No son suficientes	No son suficientes	No son suficientes
<b>4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?</b>	No ofrecen las condiciones	No ofrecen las condiciones	No ofrecen las condiciones	No ofrecen las condiciones	No ofrecen las condiciones	No ofrecen las condiciones	No ofrecen las condiciones
<b>5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?</b>	Cómodos, equipados con dispositivos que ayuden a subir y descender	Conductores capacitados Contar con dispositivos de apoyo	Puntos de apoyo Mecanismos de ayuda	Cómodos, equipados con dispositivos que ayuden a subir y descender	Cómodos	Unidades con espacio para las sillas de ruedas	Amplios Manijas incorporadas
<b>6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad</b>	Dificultad para trasladarse y para encontrar transporte	Fuera de la institución dificultad para conseguir	Falta de seguridad y dificultad para	Dificultad en el transporte	Dificultad en el transporte	Dificultad en el transporte	Dificultad en el transporte

<b>cuando están fuera de su institución?</b>		medios de transporte	encontrar taxis				
<b>7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?</b>	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre

**Elaboración propia**

#### **4.1.3. Análisis cuantitativo**

El Análisis Cuantitativo permite medir estadísticamente los resultados obtenidos de la encuesta realizada a nuestro público objetivo.

##### **4.1.3.1. Objetivos**

- Conocer los gustos y preferencias en el uso de transporte de las personas con discapacidad.
- Evaluar el nivel de satisfacción de las personas con discapacidad al utilizar medios de transporte urbano.
- Evaluar el nivel de conocimiento de nuestro público objetivo en el uso de aplicaciones móviles.
- Evaluar el nivel de conocimiento de algún otro servicio de taxi por aplicativo especializado en el transporte de personas con discapacidad.
- Establecer el nivel de aceptación en el uso del aplicativo.
- Identificar los medios de pago y promoción más preferidos por los usuarios.
- Determinar la frecuencia del uso del aplicativo para solicitar un taxi.

##### **4.1.3.2. Técnica**

Encuesta

##### **4.1.3.3. Instrumento**

Hoja de encuesta

##### **4.1.3.4. Público objetivo**

Personas entre las edades de 18 a 60 años que presenten algún tipo de discapacidad física, que viven en la Ciudad de Arequipa NSE A, B Y C.

##### **4.1.3.5. Metodología**

Considerando que actualmente estamos enfrentando la Pandemia por Covid-19, se optó por realizar las encuestas haciendo uso de medios digitales como Google Forms mediante un enlace el cual se compartió vía correo electrónico, y WhatsApp.

El cuestionario contiene una lista de preguntas cerradas y fue elaborado por los tesisistas y será revisado por la asesora de tesis previa aplicación.

#### **4.1.3.6. Diseño de muestra**

Al ser esta una investigación de tipo descriptivo se usó un muestreo de tipo no probabilístico por conveniencia.

#### **4.1.3.7. Tamaño de muestra**

La cantidad de personas con discapacidad en la ciudad de Arequipa asciende a 151,470 (INEI, 2017), en base al tipo de discapacidad se determinó que el 15.1% equivale a personas con discapacidad motora que representan 22,871, buscando un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, los cuales se ajustan a los resultados que se esperan obtener. La probabilidad de éxito y fracaso (p) de 0.50, ya que no se cuenta con información previa. El tamaño es de 384 encuestados.

La fórmula aplicada para poblaciones finitas fue la siguiente:

$$N = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Total de la Población

Z= Nivel de confianza (95%)

p= Probabilidad de éxito (0.5)

q= Probabilidad en fracaso (0.5)

e= Error muestral (0.05)

#### **4.1.3.8. Periodo de evaluación**

Las encuestas se llevarán a cabo en un periodo de treinta días del 15 de noviembre al 15 de diciembre.

#### 4.1.3.9. Resultado de las encuestas

**Tabla 4-3**  
**¿Cuál es su sexo?**

	F	%
Masculino	180	46,9
Femenino	204	53,1
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-3 se puede apreciar el sexo de los encuestados, el 53,1% de los son de sexo femenino, mientras que el 46,9 % de los encuestados son de sexo masculino.

**Tabla 4-4**  
**¿Cuál es su edad?**

	F	%
Entre 18 – 28 años	49	12,8
Entre 29 – 39 años	127	33,1
Entre 40 – 50 años	100	26,0
Más de 51 años	108	28,1
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-4 se puede apreciar la edad de los encuestados, el 28,1% de los tienen más de 51 años, el 26,0 % tienen entre 40 y 50 años de edad, el 22,1% de los tienen entre 29 y 39 años, finalmente el 18,8% de los encuestados tienen entre 18 a 28 años.

**Tabla 4-5**  
**¿Cuál es su estado civil?**

	F	%
Soltero (a)	151	39,3
Casado (a)	166	43,2
Otro	67	17,4
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Elaboración propia**

En la tabla 4-5 se puede apreciar el estado civil de los encuestados, el 43.2% son casados, mientras que el 39.3% son solteros, finalmente el 17.4% de los encuestados tienen otra condición.

**Tabla 4-6**  
**¿Cuánto es su ingreso promedio familiar?**

	F	%
Menor a S/. 1900	40	10,4
Entre S/. 2000 y S/. 2900	131	34,1
Entre a S/. 3000 y S/. 3400	111	28,9
Más de S/ 3500	102	26,6
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Elaboración propia**

En la tabla 4-6 se puede apreciar el ingreso promedio familiar de los encuestados, el 34.1% posee un ingreso familiar entre S/. 2000 y S/. 2900 soles, mientras el 28.9% tienen un ingreso entre a S/. 3000 y S/. 3400 soles, seguidamente el 26.6% tienen un ingreso más

de S/ 3500 soles, finalmente el 10.4% de los encuestados tienen un ingreso menor a S/1900 soles.

**Tabla 4-7**  
**¿Cómo se moviliza Ud. regularmente?**

	F	%
Transporte público	74	19,3
Movilidad propia	74	19,3
Taxi	230	59,9
Otro	6	1,6
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-7 se puede apreciar el tipo de movilidad que usan regularmente los encuestados, el 59.9% se movilizan en taxi, mientras el 19.3% utilizan movilidad propia y transporte público respectivamente, finalmente el 1.6% de los encuestados eligen otro medio de movilización.

**Tabla 4-8**  
**Cuándo Ud. utiliza taxi para moverse, ¿Qué tipo de taxi utiliza?**

	F	%
Taxi de la calle	112	29,2
Taxi de confianza	52	13,5
Taxi por aplicativo	186	48,4
Taxi de empresa	34	8,9
Total	384	100,0

**Elaboración propia**



En la tabla 4-8 se puede apreciar el tipo de taxi que utilizan los encuestados, el 48.4% prefieren usar taxi por aplicativo, mientras que el 29.2% utilizan taxi de la calle, el 13.5% utilizan un taxi de confianza, finalmente el 8.9% utilizan taxi de empresa.

**Tabla 4-9**  
**¿Usualmente a donde se traslada Ud.?**

	F	%
Trabajo	180	46,9
Centro Médico	138	35,9
Estudios	14	3,6
Actividades de Ocio (actividades de tiempo libre)	42	10,9
Otro	10	2,6
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-9 se puede apreciar el lugar a donde se trasladan los encuestados, el 46.9% se trasladan comúnmente a su trabajo, mientras que, el 35.9% acuden a un centro médico, el 10.9% se traslada por actividades de ocio, finalmente el 12.5% se trasladan a otros lugares.

**Tabla 4-10**  
**¿Cuándo se tiene que movilizar de un lugar a otro viaja acompañado?**

	F	%
Siempre	72	18,8
Casi siempre	72	18,8
Algunas veces	118	30,7

Casi nunca	94	24,5
Nunca	28	7,3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Elaboración propia**

En la tabla 4-10 se puede apreciar en qué medida los encuestados viajan acompañados, el 30.7% de los encuestados siempre viaja acompañado, en tanto que, el 18.8% casi siempre viaja acompañado, seguido por el 18.1% que algunas veces viajan acompañados, el 24,5 % casi nunca viajan acompañados finalmente el 7.3% de los encuestados nunca viajan acompañados.

**Tabla 4-11**

**¿Cuánto es su promedio de gasto en servicio de taxi durante un mes?**

	F	%
De S/. 0 a S/.49	12	3,1
De S/. 50 a S/.99	34	8,9
De S/. 100 a S/.140	118	30,7
De S/. 150 a S/. 190	99	25,8
Más de 200	121	31,5
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Elaboración propia**

En la siguiente tabla 4-11 se puede apreciar el promedio del gasto en servicio de taxi durante un mes, el 31.5% gastan en promedio durante un mes más de S/200 soles, el 30.7% gastan en promedio de S/. 100 a S/.140, en tanto que el 25.8% gastan entre S/150 a S/. 190 soles, el 8.9% gastan de S/50 a S/.99 soles, finalmente el 3.1% de los encuestados gastan entre S/0 a S/.49 en promedio durante un mes.

**Tabla 4-12****¿Con que frecuencia Ud. solicita taxi por aplicativo (por ejemplo, Uber, InDriver)?**

	F	%
Siempre	151	39,3
Casi siempre	81	21,1
Algunas veces	126	32,8
Casi nunca	20	5,2
Nunca	6	1,6
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Elaboración propia**

En la tabla 4-12 se puede apreciar la frecuencia del uso de aplicativos de transporte similares a Uber e InDriver, el 39.3% de los encuestados siempre usan este aplicativo, mientras que el 32.8% de los encuestados algunas veces usan aplicativos, el 21.1% de los encuestados casi siempre usan aplicativos, en tanto que, el 5.2% de los encuestados casi nunca usan este aplicativo, finalmente el 1.6% de los encuestados nunca usan aplicativo, sin embargo estas empresas no brindan el servicio diferenciado que ofrece “Easy Move”.

**Tabla 4-13****¿Si hubiera un taxi por aplicativo que brinde servicio para el traslado de personas con discapacidad, Ud. tomaría el taxi?**

	F	%
Siempre	268	69,8
Casi siempre	60	15,6
Algunas veces	51	13,3
Casi nunca	5	1,3
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Elaboración propia**

En la tabla 4-13 se puede apreciar la opinión respecto a: ¿Si hubiera un taxi por aplicativo que brinde servicio para el traslado de personas con discapacidad, Ud. tomaría el taxi?, el 69.8% de los encuestados siempre optarían por el servicio, el 15.6% de los encuestados indicaron que casi siempre optarían por el servicio, sin embargo el 13.3% de los encuestados algunas veces elegirían el servicio de taxi, mientras que, el 1.3% de los encuestados casi nunca elegirían el servicio, finalmente el 1.3% de los encuestados nunca elegiría el servicio.

**Tabla 4-14**  
**¿Qué factor es el más importante para Ud. en un servicio taxi por aplicativo para personas con discapacidad?**

	F	%
<b>Comodidad y cordialidad</b>	<b>147</b>	<b>38,3</b>
<b>Seguridad</b>	<b>97</b>	<b>25,3</b>
<b>Precio</b>	<b>84</b>	<b>21,9</b>
<b>Higiene</b>	<b>24</b>	<b>6,3</b>
<b>Servicio Rápido</b>	<b>32</b>	<b>8,3</b>
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,0</b>

**Elaboración propia**

En la tabla 4-14 se puede apreciar el factor más importante para en un servicio de taxi por aplicativo para personas con discapacidad es el 38.3% la comodidad y la cordialidad, en tanto que, el 25.3% de los encuestados indican que la seguridad trasciende para ellos, el 21.9% de los encuestados se elegirían como factor importante el precio, el 8.3% de los encuestados indican como factor importante el servicio rápido, finalmente 6.3% de los encuestados enfatizan la higiene.

**Tabla 4-15**

**¿Considera Ud. que es importante que los vehículos cuenten con barras de ayuda para subir y bajar del vehículo?**

	F	%
Siempre	287	74,7
Casi siempre	65	16,9
Algunas veces	32	8,3
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-15 se puede apreciar la opinión respecto a la pregunta: ¿Considera Ud. que es importante que los vehículos cuenten con barras de ayuda para subir y bajar del vehículo? El 74,7% respondió que siempre consideran importante que los vehículos cuenten con barras de ayuda. El 16,9% respondió que casi siempre es importante, y el 8,3% dijo que a veces es importante. En general, la mayoría de los encuestados considera importante que los vehículos cuenten con barras de ayuda para subir y bajar del vehículo. Estas barras pueden ser especialmente útiles para personas con discapacidad motora, personas mayores o personas que necesitan ayuda para moverse con seguridad en el vehículo.

**Tabla 4-16**

**¿Estaría dispuesto a pagar más por el servicio de taxi por aplicativo para personas con discapacidad?**

	F	%
Siempre	230	59,9
Casi siempre	62	16,1
Algunas veces	43	11,2
Casi nunca	4	1,0

Nunca	45	11,7
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-16 se puede apreciar la opinión respecto a: ¿Estaría dispuesto a pagar más por el servicio de taxi por aplicativo para personas con discapacidad? El 59,9% respondió que siempre estaría dispuesto a pagar más por el servicio de taxi por aplicación para personas con discapacidad. El 16,1% respondió que casi siempre estaría dispuesto a hacerlo, y el 11,2% dijo que estaría dispuesto a hacerlo algunas veces. Solo el 1,0% de los encuestados respondió que casi nunca estaría dispuesto a pagar más, mientras que el 11,7% dijo que nunca estaría dispuesto a hacerlo.

**Tabla 4-17**

**¿Considera Ud. que es importante contar con medios de pago digital?**

	F	%
Siempre	216	56,3
Casi siempre	47	12,2
Algunas veces	94	24,5
Casi nunca	15	3,9
Nunca	12	3,1
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-17 se puede apreciar la opinión respecto a la pregunta: ¿Considera Ud. que es importante contar con medios de pago digital? El 56.3% de los encuestados indican que siempre es importante contar con los medios de pago digitales, el 24.5% argumentan que algunas veces podría ser importante estos medios de pago, sin embargo, el 12.2% de los encuestados indican que casi siempre es importante, el 3.9% de los encuestados indicaron

que casi nunca es importante contar con los medios de pagos digitales, finalmente el 3.1% de los encuestados indican que nunca es importante contar con medios de pagos digitales.

**Tabla 4-18**

**¿Estaría dispuesto a compartir el servicio de taxi por aplicativo con otras personas con discapacidad motora, para reducir el costo del servicio de taxi?**

	F	%
Siempre	206	53,6
Casi siempre	28	7,3
Algunas veces	59	15,4
Casi nunca	32	8,3
Nunca	59	15,4
Total	384	100,0

**Elaboración propia**

En la tabla 4-18 se puede apreciar la opinión respecto a la pregunta: ¿Estaría dispuesto a compartir el servicio de taxi por aplicativo con otras personas con discapacidad motora, para reducir el costo del servicio de taxi?

El 53,6% de las personas encuestadas están dispuestas a compartir siempre el servicio de taxi por aplicación con otras personas en la misma situación. En segundo lugar, el 15,4% de los encuestados respondió que a veces estaría dispuesto a compartir el servicio de taxi para reducir el costo del servicio. El mismo porcentaje del 15,4% de las personas encuestadas respondió que nunca estaría dispuesta a compartir el servicio de taxi. Por otro lado, el 8,3% de los encuestados respondió que casi nunca compartiría el servicio de taxi, mientras que el 7,3% dijo que casi siempre estaría dispuesto a hacerlo.

En general, la mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a compartir el servicio de taxi por aplicación con otras personas con discapacidad motora para reducir el costo del servicio.

## **CAPÍTULO V. PLAN DE MARKETING**

Se presentarán los objetivos del plan de mercadotecnia de la empresa, también se desarrollará el Marketing Mix a partir de las 7Ps de mercadotecnia estableciendo estrategias, y finalmente se elaborará el presupuesto de Marketing el cual será incluido en el capítulo de Evaluación Financiera y Económica.

### **5.1. Objetivos de marketing**

Los objetivos del plan de marketing se clasifican en cualitativo y cuantitativo, los cuales se describen a continuación.

#### **5.1.1. *Objetivos cualitativos***

- Dar a conocer el nombre de la empresa “EASY MOVE”, como un servicio de taxi por aplicativo inclusivo para personas con discapacidad.
- Ser el primer taxi por aplicativo para personas con discapacidad física en la ciudad de Arequipa Metropolitana.
- Tener un alto grado de reconocimiento y recordación de la marca en el público objetivo.

#### **5.1.2. *Objetivos cuantitativos***

- Lograr una penetración de mercado inicial de 7%.
- Lograr una participación de mercado del 11% al 2028, incrementando la participación en 1% de forma anual.
- Generar una fidelidad mayor al 80% de los usuarios del servicio.

### **5.2. Público objetivo**

El público objetivo establecido para el presente plan de negocio está conformado por dos grupos, el primer grupo son personas que pertenecen al NSE A, B y C, entre las edades de 18 a 60 años, que presenten algún tipo de discapacidad física y que vivan en la Ciudad de Arequipa, y el segundo grupo está conformado por familiares y cuidadores de personas con discapacidad quienes se encargan del traslado y acompañamiento en la realización de actividades diarias de dichos usuarios.



### 5.3. Mix de marketing

#### 5.3.1. Estrategia de servicio

“EASY MOVE”, es una empresa tecnológica que brinda servicio de taxi por aplicativo dirigido a personas con alguna discapacidad física, que hagan uso de una silla de ruedas o algún otro elemento de sujeción para su desplazamiento, con cobertura en la ciudad de Arequipa Metropolitana.

La empresa busca comunicar seguridad a sus usuarios, de tal forma que estos puedan confiar en el servicio que brindan los conductores y la empresa.

##### 5.3.1.1. Características del servicio:

Las características que permitirán brindar un servicio diferenciado serán las siguientes:

- **Seguridad:** el aplicativo permitirá que los pasajeros reciban los datos del conductor que realizará el servicio estos datos incluyen su nombre, número de celular, datos del vehículo, y por medio de un mapa integrado vía GPS el usuario podrá visualizar dónde se encuentra el vehículo y el tiempo en el que llegará al lugar donde fue solicitado, además al finalizar el viaje podrá calificar al conductor. Esta información permitirá que el usuario se sienta seguro.
- **Comodidad e inclusividad:** las unidades contarán con un dispositivo que les permita sujetarse para poder subir y bajar del vehículo.
- **Confiabilidad:** el servicio se brindará de manera oportuna, estará disponible las 24 horas del día, el tiempo de espera de recojo al usuario será máximo de 40 minutos.
- **Amabilidad y cordialidad:** Los conductores deberán tener un perfil orientado al servicio y estarán dispuestos a ayudar en todo momento en el traslado de los usuarios.
- **Aplicativo intuitivo y funcional:** el aplicativo podrá ser descargado por los usuarios desde sus dispositivos móviles de forma gratuita y estará disponible para los sistemas Android y iOS, el interfaz será simple y fácil de usar.

### 5.3.1.2. *Logotipo de la empresa:*

El logotipo de la empresa presenta a un taxi y un conductor, el cual brindará el servicio con mucha hospitalidad, además de ser un servicio inclusivo para las personas con discapacidad física.

**Figura 5-1**  
**Logotipo de la empresa**



**Elaboración propia**

Para el logotipo de la empresa se seleccionó los siguientes colores:

- Negro: visto como un color que muestra profesionalismo y exclusividad.

### 5.3.1.3. *Eslogan de la empresa:*

- “Te ayudamos a llegar a tu destino”.

### 5.3.2. *Estrategia de precio*

Inicialmente se aplicará una estrategia de precios de lanzamiento ofreciendo precios bajos durante un periodo de tiempo con la finalidad de ingresar al mercado y atraer a una gran cantidad de clientes.

Como se señaló en el Capítulo II, la empresa tiene dos principales fuentes de ingresos, la primera fuente proviene del cobro de un porcentaje inicial del 18% de comisión a los conductores por cada servicio de transporte realizado a través del aplicativo. La segunda fuente de ingresos proviene de la publicidad dentro del aplicativo, cada una de estas fuentes tendrá una tarifa respectiva, de acuerdo con el estudio de mercado realizado en base a la oferta y demanda.

El precio por el servicio de transporte estará basado principalmente por el intervalo de kilómetros recorridos de un punto a otro, la congestión vehicular entre estos dos puntos también será un factor clave para la fijación de precios.

La empresa no busca liderar en costos, sino la diferenciación del servicio en el mercado, por lo que las tarifas tendrán un precio superior que oscila en el 10% al precio estándar, esto permitirá que la empresa pueda generar un mayor margen de ganancia y así mismo las comisiones para los conductores serán más altas.

En referencia al precio por publicidad visible dentro del aplicativo, este tendrá una tarifa promedio al mercado.

### **5.3.3. Estrategia de plaza**

El servicio de taxi por aplicativo para personas con discapacidad se brindará al principio solo en la ciudad de Arequipa, asimismo, se manejarán diversas vías de comunicación para dar a conocer el negocio y brindar la información que requieran los clientes, estos canales serán: Página web, Redes Sociales y el mismo aplicativo. A través de estos canales, los usuarios podrán informarse del servicio desde cualquier lugar con conexión a internet.

### **5.3.4. Estrategia de promoción**

Esta estrategia estará compuesta por 3 etapas, la primera es la de Pre-lanzamiento, la segunda etapa es de Lanzamiento y la tercera es de Post-lanzamiento. En la estrategia se utilizarán diversos medios digitales como Facebook, Instagram y TikTok, a través de las cuales se dará a conocer la propuesta de valor de la empresa.

#### **5.3.4.1. Etapas**

- **Etapas de pre-lanzamiento:** en esta etapa se pretende dar a conocer la marca y los beneficios del servicio, promociones y descuentos para lo cual se creará una página web, anuncios para las redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok), activaciones en clínicas privadas, paraderos de taxis, supermercados donde se repartirá Merchandising para recordar la marca.

En esta etapa se difundirá un mensaje de diferenciación que consiste en la libertad de transportarse sin preocupaciones que ofrece este tipo de servicio de taxi por aplicativo, debido a que se contará con un elemento de sujeción que les permitirá subir a las unidades con mayor comodidad, así como contar con conductores con disposición de servicio.

- **Etapa de lanzamiento:** para que los usuarios se animen a tomar el servicio, se ofrecerán bonos de descuento en sus 2 primeros viajes, y para poder captar a conductores se cobrará inicialmente solo el 15% de comisión por el uso del aplicativo, esta información se dará a conocer mediante las redes sociales de la empresa.
- **Etapa de post-lanzamiento:** se realizarán encuestas para conocer el nivel de satisfacción de los usuarios, se contará con un programa de referidos donde se ofrecerán descuentos a usuarios que refieran a nuevos clientes (red), por cada 5 clientes que recomiende el usuario podrá acceder a un descuento del 15%. Asimismo, se implementará un sistema de recompensas de acumulación de viajes, el cual permitirá que los usuarios puedan canjear viajes con un 50% de descuento por la acumulación de 15 viajes realizados. Se realizarán convenios y alianzas con organizaciones para incentivar el uso de la aplicación.

#### 5.3.4.2. *Medios digitales*

El uso de medios digitales tiene como objetivo aprovechar las ventajas que ofrece internet para atraer al máximo número de clientes. Los anuncios en estos medios digitales incluyen formatos de texto, imagen, audio y video, los cuales tienen gran alcance. La empresa hará uso específicamente de las siguientes plataformas:

- **Facebook:** esta plataforma es ideal para publicar contenidos con más texto y sirve para que los usuarios pueden acceder de manera más fácil a la información que brinde la empresa. Mediante las campañas de Facebook Adds se busca dirigir la publicidad al mercado objetivo, determinando el alcance y la frecuencia de las campañas.
- **Instagram:** es una red social de gran eficacia, por su capacidad para generar una gran cantidad de interacciones con los clientes (engagement), mediante los anuncios en Instagram publicando stories, reels, etc.
- **TikTok:** es una de las redes sociales que está logrando tener gran popularidad en todo el mundo. Los videos que se generen en esta plataforma tienen la posibilidad de volverse virales y con ellos atraer a muchas personas, tiene un algoritmo diseñado para llegar a personas que realmente son el público objetivo de la empresa.

- **Página web:** es un medio digital de gran importancia para las empresas, debido a que a través de su diseño los clientes pueden conocer más acerca de la empresa. Se realizará la compra de palabras clave, para mejorar el motor de búsqueda y tener la prioridad en el buscador, además de contar con el redireccionamiento entre páginas web que juega un rol fundamental para generar mayor tráfico y con ello lograr un mayor número de alcances y vistas.

Para atraer a empresas que anuncien su marca en el aplicativo, se realizarán las siguientes acciones.

- Se identificará a posibles empresas interesadas en anunciar en el aplicativo.
- Se comenzará por contactar empresas relacionadas con el público objetivo y sector.
- Se contactará con dichas empresas, para presentarles la oferta de publicidad enfatizando en los beneficios de anunciarse en el aplicativo de llegar a un público específico.
- Se proporcionará estadísticas y resultados para que las empresas vean el impacto de su inversión.
- Se ofrecerán paquetes y promociones por realizar anuncios recurrentes en el aplicativo.

### ***5.3.5. Estrategia de personas***

El talento humano es fundamental para el modelo de negocio, por lo que la selección del personal es de suma importancia, todo el personal deberá tener un perfil orientado al servicio y estar capacitado a fin de brindar la mejor atención y asistencia a los usuarios.

Como se mencionó anteriormente, la empresa se basa en el modelo de negocio Gig economy, en este caso los conductores se deberán afiliar a la empresa para poder brindar el servicio, ellos serán seleccionados bajo los estándares de la empresa y estarán debidamente registrados en la base de datos. Los conductores no forman parte del personal directo de la empresa, pero debido a la gran importancia de su relación con los usuarios deberán recibir una capacitación enfocada en el tipo de servicio y atención que se debe brindar siendo un factor clave que nos permita diferenciarnos de la competencia. En tal sentido, como parte de la estrategia se dispondrá de un plan de capacitación tanto de colaboradores y conductores con la finalidad de contar con personal alineado a los valores y cultura organizacional de la

empresa, la cual está orientada al servicio. Así mismo, se contará con un plan de incentivos y ajuste de tarifas con la finalidad de atraer y fidelizar a los conductores, para disminuir el tiempo de espera de los clientes.

#### **5.3.6. Estrategia de procesos**

La estrategia de procesos se basa en la disponibilidad de taxis y el tiempo de respuesta para brindar el servicio de movilidad a los usuarios a través del aplicativo móvil por medio de una solicitud la cual debe ser atendida en un tiempo máximo a 40 minutos. En base a este modelo de negocio se han definido 3 procesos, los cuales se enfocan en:

- Desarrollo del aplicativo móvil, mantenimiento, actualización y soporte de este.
- Registro de los conductores y usuarios.
- Seguridad y almacenamiento de la base de datos de los usuarios.
- Proceso de aprovisionamiento del servicio de taxi, el cual se detallará en el Plan de Operaciones.
- Soporte a conductores y usuarios.

Estos procesos tienen como finalidad brindar una respuesta rápida a los usuarios a fin de fidelizarlos y continúen usando el servicio generando de esta forma una demanda constante.

#### **5.3.7. Estrategia de presentación**

La empresa ofrecerá un servicio de taxi por aplicativo a personas con discapacidad, el cual será fácil de usar, seguro, cómodo e inclusivo, debido a que todos los vehículos estarán acondicionados con un dispositivo el cual les permitirá sujetarse para poder subir y bajar.

El taxi podrá diferenciarse por el logotipo y los colores de la empresa. Los conductores serán los encargados de brindar el servicio de taxi, su trato será amable y cordial, siempre estarán dispuestos a ayudar desde la toma del servicio hasta llegar al destino.

#### **5.3.8. Presupuesto de marketing**

En la tabla 5-1 se muestra el presupuesto dirigido al plan de Marketing, tomando en cuenta un horizonte de tiempo de cinco años.

**Tabla 5-1**  
**Proyección anual del presupuesto del plan de marketing**

<b>Medios</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Página web</b>	5,386	5,924	6,635	7,564	8,774
<b>Redes sociales</b>	16,157	17,772	19,905	22,692	26323
<b>Exterior</b>	6,995	7,695	8,618	9,824	11396
<b>Otros gastos de marketing</b>	44,936	44,287	42,033	38,655	33,817
<b>Total</b>	<b>73,474</b>	<b>75,678</b>	<b>77,191</b>	<b>78,735</b>	<b>80,310</b>

**Elaboración propia**

### **5.3.9. Conclusiones**

El plan de comercialización fue elaborado en base a las 7Ps del Marketing Mix, se enfoca principalmente en presentar un servicio de taxi por aplicativo diferenciado, enfocado en interconectar a personas con alguna discapacidad física con conductores, el servicio se brindará inicialmente en la ciudad de Arequipa Metropolitana.

Los ingresos de la empresa provienen de dos fuentes principales, comisiones y publicidad, por lo que los precios se determinarán en base al análisis cuantitativo de oferta y demanda.

La propuesta de valor de la empresa será dar a conocer a los clientes a través de medios digitales.

En la estrategia de personas, la empresa buscará contar con personal y conductores capacitados para brindar una buena atención a los clientes, los cuales serán seleccionados bajo estrictos estándares y registrados en la base de datos de la empresa. Asimismo, también se contará con un plan de incentivos para atraer y fidelizar a los clientes.

Todas estas estrategias pretenden dar a conocer la marca y fijar el nombre de la empresa en la mente del consumidor como un servicio seguro, cómodo e inclusivo.

## **CAPÍTULO VI. PLAN DE OPERACIONES**

En el plan operativo se describirán las actividades y procesos requeridos para la puesta en marcha del negocio que garanticen la continuidad funcional del mismo y así poder llegar a los clientes de la mejor forma.

### **6.1. Estrategia de operaciones**

La empresa busca proporcionar un servicio óptimo que sirva para diferenciarnos de la competencia. Para ello, se ofrecerá un servicio por aplicativo que tenga un interfaz amigable y fácil de usar, donde los usuarios puedan interactuar con la aplicación de forma más intuitiva y rápida, de esta forma se sentirán capaces de haber cumplido su objetivo luego de utilizar el aplicativo, esto permitirá que los usuarios vuelvan a usar el aplicativo y lo recomienden a sus amigos y familiares.

### **6.2. Objetivos**

- Constituir la empresa e inscribirla en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp.
- Determinar el tipo de empresa.
- Registrar la marca ante el INDECOPI.
- Determinar las especificaciones técnicas del aplicativo móvil.
- Diseñar y supervisar el proceso de creación del aplicativo móvil.
- Describir el modo de funcionamiento del aplicativo móvil.
- Establecer políticas de procesos para brindar un servicio de calidad a los clientes.
- Determinar los costos operativos.

### **6.3. Ubicación de las instalaciones**

La implementación de un local físico es conveniente para la empresa porque ayudará a generar más seguridad en los clientes además de aportar mayor visibilidad a la marca, y al ser una empresa nueva, se requiere de un espacio de trabajo donde los colaboradores trabajen en equipo, adecuadamente y sin retrasos.

La ubicación física de la oficina se tomó en base al método de Ranking de Factores Ponderados, en el cual se mostrarán los factores a considerar y las diferentes alternativas que serán analizadas. En este ranking se debe considerar el criterio de puntuación donde 1 es muy malo y 10 muy bueno.



**Tabla 6-1**  
**Factores de evaluación para la localización**

Factores de evaluación para la localización

N°	Factores	Ponderado (%)	Alternativas		
			Cayma	Cercado	Paucarpata
1	Costo de Alquiler	30%	6	6	8
2	Costo de permisos Municipales	25%	7	7	4
3	Seguridad	25%	8	8	5
4	Proximidad a proveedores	15%	8	7	4
5	Accesibilidad	5%	6	5	7
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>7.05</b>	<b>6.85</b>	<b>5.6</b>

**Elaboración propia**

De acuerdo al análisis realizado de la evaluación de factores, se determina que la opción más idónea para ubicar la oficina es en el distrito de Cayma, en la Av. Ejército s/n, Cayma.

**Figura 6-1**  
**Localización**



**Fuente: Google Maps**

### 6.3.1. Características de las instalaciones

- Oficina privada con una capacidad de instalación de 35 o 45 m2.
- Oficina equipada con escritorio, sillas ergonómicas y estantes.

- Servicio de agua, luz e internet.
- Seguridad.
- Contrato mínimo de 1 año.

#### 6.4. Constitución de la empresa

Constituir una empresa es un procedimiento muy importante para iniciar las actividades de formalización y de esta forma poder acceder a los beneficios que ofrecen tanto el estado como el sistema financiero. Se debe seguir los cinco pasos para la constitución de la empresa, según la SUNARP (2021).

**Tabla 6-2**  
**Presupuesto constitución de la empresa**

<b>Presupuesto constitución de la empresa</b>	
Actividad	Costo
Búsqueda de nombre	6.00
Reserva de nombre	24.00
Elaboración de la Minuta	250.00
Elaboración de la Escritura Pública	250.00
Tasa de Inscripción	220.00
Registro de Marca	534.99
<b>Total</b>	<b>1,284.99</b>

#### Elaboración propia

Realizar la constitución de la empresa “EASY MOVE”, tendrá un costo de S/1,284.99

#### 6.5. Inscripción al RUC para persona jurídica

Para continuar con el proceso de constitución de la empresa y para fines tributarios, es necesario registrar la empresa en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) que está a cargo de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), con la finalidad de poder desarrollar las actividades económicas de la empresa de manera formal.

El RUC es un número compuesto por 11 dígitos, el cual contiene los datos de identificación de cada contribuyente (personas físicas o jurídicas), como nombre, razón social, actividad económica principal y secundarias, representante legal y domicilio fiscal. El RUC debe ser usado en todos los trámites ante la SUNAT.

Debido a que Easy Move adoptará la forma de persona jurídica, el número RUC iniciará con el número 20, los números posteriores serán asignados por el sistema de la SUNAT.

Según la Plataforma digital única del estado (2022), los requisitos para inscribir una empresa al RUC son los siguientes:

- DNI original y vigente del representante legal.
- Partida registral certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara. Recibo de servicio (Luz o agua), no mayor a dos meses de antigüedad.

## **6.6. Régimen tributario**

“Según la Plataforma digital única del Estado Peruano (2022), el régimen tributario es aquel que determina la forma como se deben pagar los impuestos. Actualmente existen 4 tipos de regímenes tributarios los cuales son: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG). Las características de cada uno de ellos se muestran a continuación”.

Según SUNAT (2018), se debe establecer el régimen tributario al que se acogerá la empresa para el pago de los impuestos, por lo que se deberá seleccionar el tipo de MYPE (Microempresa o Pequeña Empresa) que más se adapte a nuestro tipo y tamaño de negocio. En el caso de “Easy Move”, seleccionaremos ser Pequeña Empresa por los siguiente Motivos:

- Contamos con un número de colaboradores entre 1 y 100.
- La empresa es una persona jurídica con ingresos netos que no superen los 1700 UIT.

- El cálculo de pago del Impuesto a la Reta este depende del monto de los ingresos obtenidos:
  - Ingresos  $\leq$  300 UIT o S/. 1,485,000. se debe pagar el 1% de los ingresos netos mensuales
  - Ingresos  $>$  300 UIT o S/. 1,485,000.00 se debe pagar el 1.5% de los ingresos netos mensuales.

## 6.7. Naturaleza de la organización

### 6.7.1. Personería jurídica

La apertura de la empresa será bajo la forma de Persona Jurídica.

### 6.7.2. Tipo de empresa

El Tipo de Empresa seleccionado será el de Sociedad Anónima Cerrada, porque la empresa tendrá 3 accionistas y su Razón Social será EASY MOVE S.A.C.

Una Sociedad Anónima Cerrada cual presenta las siguientes características.

**Tabla 6-3**  
**Tipo de empresa**

<b>Tipo</b>	<b>Nº de Accionistas</b>	<b>Organización</b>	<b>Capital de la Sociedad</b>
<b>Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)</b>	Min: 2 <hr/> Máx.: 20	Junta General de Accionistas, Gerencia y Directorio (opcional)	Capital definido por aportes de cada socio  Se debe registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones

**Fuente: Adaptado del Estado Peruano**

## 6.8. Naturaleza de la organización

La empresa estará conformada por 3 socios, uno de ellos será el representante legal. Durante los cinco primeros años de actividad, la empresa no contará con un directorio asumiendo dichas facultades el Gerente General.

El siguiente gráfico presenta el porcentaje de participación de cada uno de los socios.

**Tabla 6-4**  
**Porcentaje de participación de los socios**

<b>Socios</b>	<b>Participación</b>
Paola Roxana, Chayña Zevallos	33.33%
Mylene Karolina, Makke Juárez	33.33%
Luis Alberto, Rodríguez Cornejo	33.33%
	100%

### Elaboración propia

Para el ejercicio de sus operaciones EASY MOVE tendrá las siguientes características:

**Tabla 6-5**  
**Características generales de Easy Move**

<b>Tipo</b>	<b>Sociedad Anónima Cerrada</b>
Denominación	EASY MOVE S.A.C.
Nº de accionistas	3
Régimen Empresarial	REMYPE
Órganos	Junta general de accionistas, gerencia y directorio (opcional)
Capital de la sociedad	Aportes en moneda nacional
Duración de la sociedad	Indeterminado

### Elaboración propia

## **6.9. Registro de marca**

El registro de marca de la empresa se realizará en el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), este registro es fundamental para tener seguridad jurídica y de esta forma evitar que otros puedan hacer uso de la marca. Esta institución confiere un registro de diez años, el cual puede ser renovado. Según la información proporcionada por INDECOPI, se debe realizar los siguientes pasos.

- Elección de la Marca que se desea proteger.
- Identificación de la categoría del producto o servicio a comercializar.
- Búsqueda de marcas similares.
- Presentación de la solicitud.
- Pago de la tasa correspondiente de S/534.99.

## **6.10. Aplicativo móvil**

El aplicativo móvil es la base de las operaciones para la empresa, dado a que sin este no existiría el negocio. El proceso de creación del aplicativo, así como su diseño, arquitectura y actualizaciones será tercerizado, y su correcto funcionamiento será motorizado por el jefe de Operaciones y TI de la empresa, en el caso se requieran de ajustes estos serán solicitados al proveedor.

El aplicativo estará disponible para los sistemas IOS y Android, contará con dos interfaces una orientada a los usuarios y otra a los conductores. La versión dirigida a los usuarios mostrará los conductores que se encuentre disponibles, mientras que la versión orientada a los conductores mostrará la solicitud del servicio y las estadísticas sobre las carreras realizadas. El aplicativo brindará información en tiempo real y se actualizará constantemente.

## **6.11. Características técnicas del aplicativo**

Para el desarrollo del aplicativo se deberá tener en cuenta características que permitan que este se pueda adaptar a las necesidades del negocio con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos. Estas características se detallan a continuación.

**Tabla 6-6**  
**Características técnicas del aplicativo para cotización**

<b>Características técnicas del aplicativo para cotización</b>	
Nombre del aplicativo	Easy Move
Tipo de aplicativo	Empresarial
Descripción del Servicio	Servicio de taxi por aplicativo para interconectar a personas con discapacidad motora con conductores para su traslado.
Versión	1
Sistema Operativo	iOS y Android
Tipo de diseño	Personalizado
Interfaz	Sencillo e intuitivo
Idioma	Español
Forma de registro	Mediante redes sociales, correo electrónico
Datos	Almacenamiento de datos en la nube
Costo de descarga	Gratuito
Pasarela de pagos	Si
Envío de notificaciones en la app	Si
Horario de atención	24/7

**Elaboración propia**

### **6.12. Ecosistema digital**

Para poder desarrollar el aplicativo se necesitará de un entorno de desarrollo interactivo (IDE), debido a que este sistema cuenta con varias herramientas de programación las cuales servirán para escribir, desarrollar y probar la aplicación de forma más rápida.

Tanto el sistema operativo Android como iOS, requieren de un IDE. En caso de Android, Google recomienda utilizar la herramienta de programación Android Estudio para hacer uso del SKD (Software Development Kit o Herramienta de Desarrollo) y en el caso de iOS, el IDE necesario para programar es Xcode, ambos programas ofrecen emuladores de prueba que permiten ver los proyectos.

Las realizaciones de las pruebas se llevarán a cabo en base al IDE de cada sistema operativo, en el caso de Android la herramienta monkeyrunner y en el caso de iOS, se empleará la herramienta sandbox. Estas pruebas son necesarias para evaluar el desempeño y la correcta conexión del aplicativo con los servidores.

Para la distribución del aplicativo, es necesario contar con un certificado digital que avale el desarrollo del aplicativo, para lo cual se deberá contar una firma digital. En el caso que la distribución sea realizada por un tercero como Marketplace o App Store, se tiene que acreditar el derecho a publicar el aplicativo y considerarse responsable del mismo.

La aplicación estará alojada en la nube, en la plataforma del proveedor Amazon Web Services (AWS). Esta plataforma permitirá procesar, ejecutar y almacenar datos entre dos sistemas sin la necesidad de que el administrador y desarrollador estén juntos. Para acceder a este tipo de servicio se debe pagar una suscripción mensual, resultando menos costoso ya que se paga solo por el tiempo que se usa.

Existe una interrelación entre los componentes en la nube y los componentes locales. Una parte del procesamiento se realiza en el servidor remoto y la otra parte en el hardware local a través de los interfaces de programación de aplicaciones (API), que son puntos de conexión que permiten que dos programas de software se puedan comunicar entre sí.

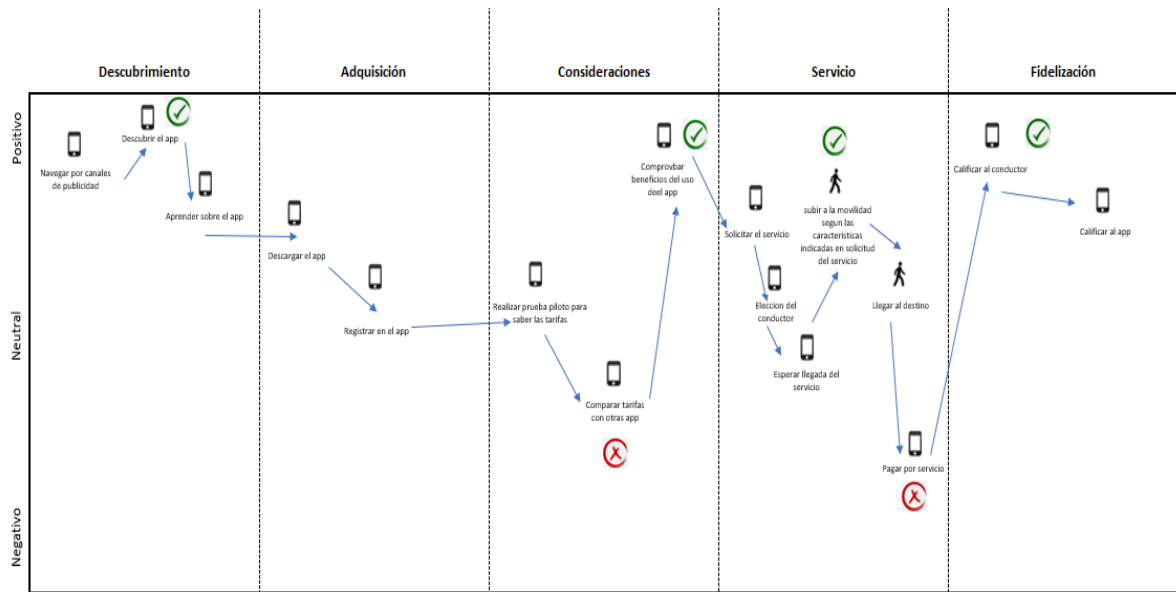
Todo este proceso desde la creación hasta la implementación del aplicativo será realizado por la empresa encargada de proveer el servicio de desarrollo del aplicativo bajo la supervisión del jefe de Operaciones y TI de la empresa.

### **6.13. Mapa de experiencia del cliente**

Para comprender la experiencia del cliente se realizó una representación gráfica de los puntos interacción de los clientes con la empresa, en donde se identificó a ambos clientes, ya sea a el cliente que toma el servicio como al conductor y sus etapas de relación, así como sus motivaciones, dudas y puntos de contacto.



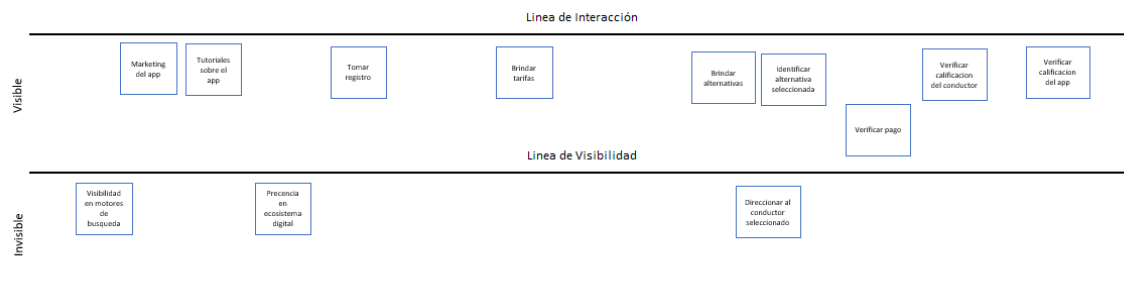
**Figura 6-2**  
**Mapa de experiencia del cliente de Easy Move**



**Elaboración propia**

El cliente tiene un primer contacto con la publicidad del negocio a través de cualquier canal publicitario redes sociales, luego viene al aplicativo móvil, luego se le acompaña en todo el proceso parte física si llama el usuario cuanto tarde en llegar el taxi, experiencia de ayuda, traslado, salida del vehículo.

**Figura 6-3**  
**Línea de interacción**



**Elaboración propia**

## 6.14. Funcionamiento del aplicativo

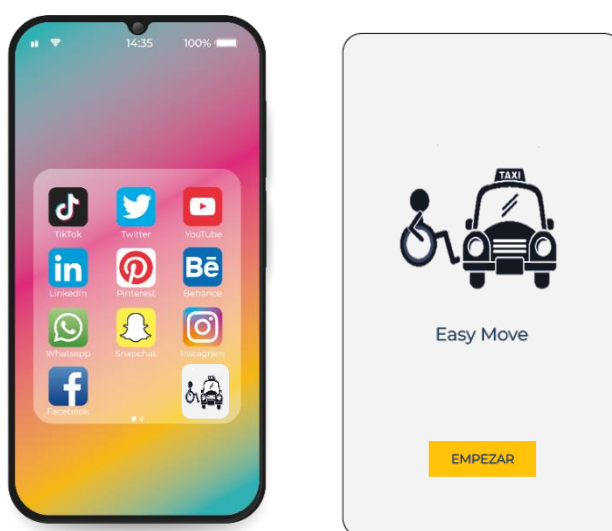
### 6.14.1. Creación de la cuenta para pasajeros en el aplicativo móvil

Los usuarios para poder hacer uso del servicio deberán registrarse en el aplicativo de la siguiente forma:

- Realizar la descarga del aplicativo desde su celular, esta descarga es completamente gratuita.

**Figura 6-4**

#### Descarga de aplicativo para pasajeros



**Elaboración propia**

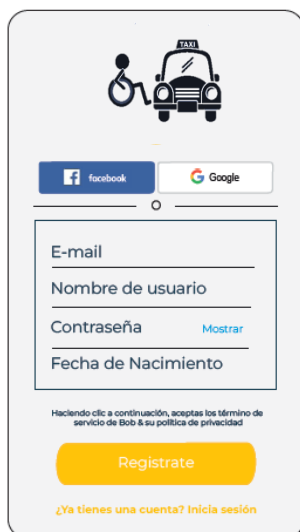
- Ingresar los datos solicitados: Nombre y apellido, DNI, número de celular, e-mail crear una contraseña para poder ingresar a la cuenta o también podrán loguear haciendo uso de una cuenta Facebook, o Gmail.

**Figura 6-5**

#### Registro de pasajero en el aplicativo

**Elaboración propia**

**Figura 6-6**  
**Registro de pasajero en el aplicativo**



**Elaboración propia**

- Posterior al ingreso de estos datos y de haber leído y aceptado los términos y condiciones de la aplicación, se enviará un mensaje de texto con un código de seguridad de 4 dígitos al número de celular registrado para confirmación.

**Figura 6-7**  
**Confirmación de seguridad**



**Elaboración propia**

En cumplimiento a la Ley N° 29733 (Ley de Protección de Datos Personales), la empresa empleará los datos personales de los clientes solo para enviar información de promociones y descuentos previa autorización de estos, velando siempre por salvaguardar la base de datos de los clientes.

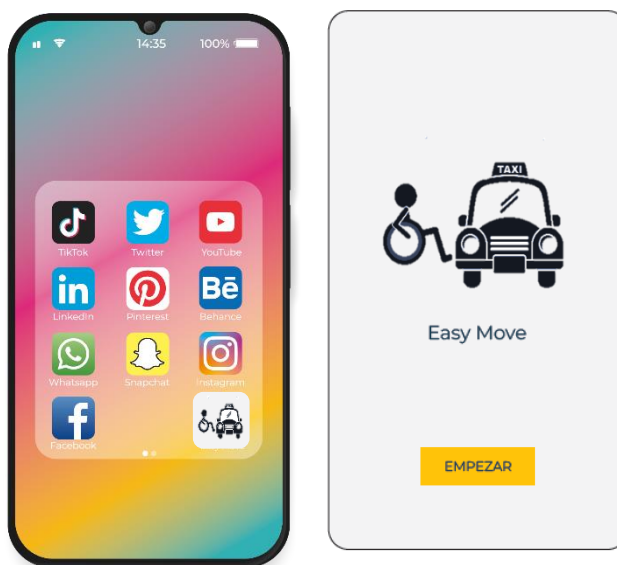
#### **6.14.2. Creación de cuenta para conductores en el aplicativo móvil**

Para poder brindar el servicio, los conductores previamente deberán enviar una solicitud para afiliarse a la empresa adjuntando su certificado de antecedentes penales y judiciales. Si el conductor cumple con los requisitos, la empresa le enviará un correo de aceptación de afiliación y podrá registrarse en el aplicativo siguiendo los siguientes pasos:

- Realizar la descarga del aplicativo desde su celular, esta descarga es completamente gratuita.

**Figura 6-8**

#### **Descarga de aplicativo para conductores**



#### **Elaboración propia**

- Ingresar los datos solicitados: Nombre y apellido, DNI, número de celular, dirección de correo electrónico y crear una contraseña para poder ingresar a la cuenta o también podrán loguear haciendo uso de una cuenta Facebook, o Gmail.

**Figura 6-9**

**Registro de conductores en el aplicativo**



**Elaboración propia**

- Posterior al ingreso de estos datos y de haber leído y aceptado los términos y condiciones de la aplicación, se enviará un mensaje de texto con un código de seguridad de 4 dígitos al número de celular registrado para confirmación.

**Figura 6-10**

**Confirmación de seguridad**



**Elaboración propia**

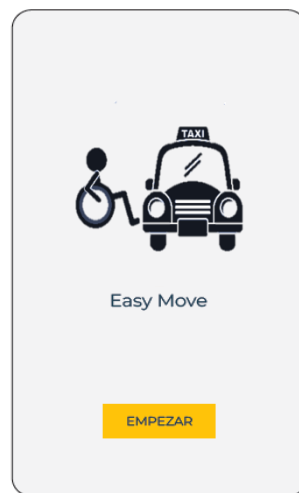
En cumplimiento a la Ley N° 29733 (Ley de Protección de Datos Personales), la empresa empleará los datos personales de los conductores solo para enviar información de promociones y descuentos previa autorización de estos, velando siempre por salvaguardar la base de datos de los clientes.

### **6.14.3. Solicitud del servicio de taxi**

- Para solicitar una unidad el usuario deberá ingresar al aplicativo.

**Figura 6-11**

#### **Ingreso al aplicativo**

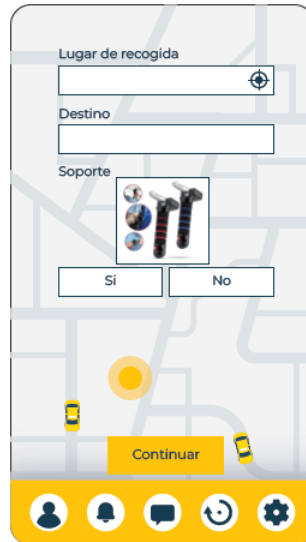


**Elaboración propia**

- En la pantalla podrá visualizar un casillero ¿A dónde? tendrá que ingresar su ubicación actual y el destino a donde se desea dirigir, gracias a que el aplicativo cuenta con un sistema de GPS, el aplicativo establecerá la ubicación del punto de recojo para que el conductor pase por el usuario. En el caso que el usuario se encuentre en otro lugar, podrá modificar la nueva ubicación.

Adicional a ello se tiene la opción de solicitar los soportes de ayuda para subir y bajar del vehículo.

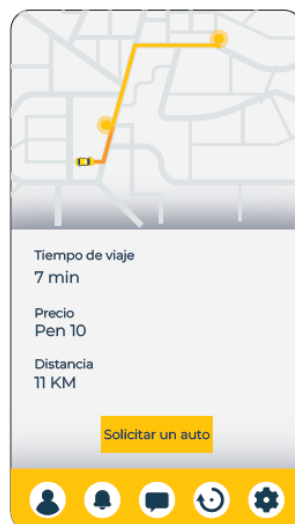
**Figura 6-12**  
**Ubicación actual y lugar de destino**



**Elaboración propia**

- Posteriormente podrá visualizar la ruta y el precio del viaje, luego deberá presionar el ícono para solicitar un auto.

**Figura 6-13**  
**Ruta y precio de viaje**



**Elaboración propia**

#### ***6.14.4. Asignación de conductor***

Los conductores que se encuentran cerca a la ubicación del usuario podrán visualizar la solicitud y deciden aceptarla o declinarla, se asignará al primer conductor que acepte la solicitud.

**Figura 6-14**

**Asignación de conductor**



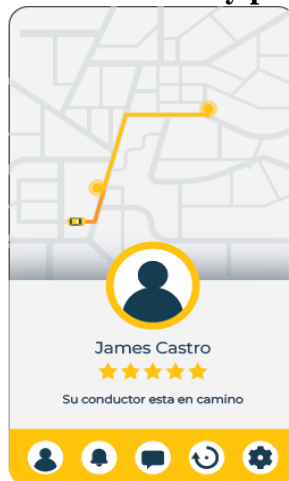
**Elaboración propia**

**6.14.5. Entrega de datos del conductor al usuario y conductor**

Luego de que el conductor haya aceptado la solicitud, se mostrará en la pantalla los datos del conductor al pasajero y viceversa de esta forma ambos podrán verificar sus nombres.

**Figura 6-15**

**Datos del conductor y pasajero**



**Elaboración propia**

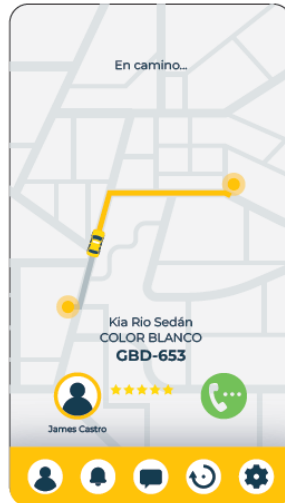
**6.14.6. Recojo del usuario**

El conductor inmediatamente se dirigirá al destino y en la pantalla del aplicativo el pasajero podrá visualizar el tiempo que tardará el conductor en llegar. Cuando el conductor



haya llegado al destino, se avisará a pasajero. El conductor podrá llamar al pasajero para una mejor coordinación. Posteriormente el conductor llevará al pasajero al punto de destino.

**Figura 6-16**  
**Recojo del usuario**

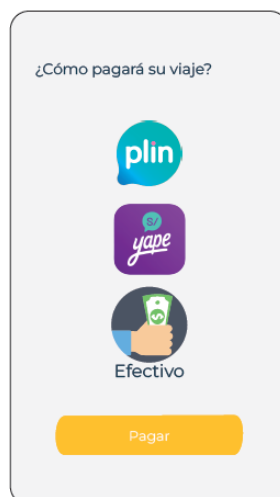


**Elaboración propia**

#### ***6.14.7. Pago por el servicio***

El aplicativo brindará la opción de pagar por yape o en efectivo, al finalizar el servicio el cliente deberá pagar escogiendo la forma que les sea más conveniente.

**Figura 6-17**  
**Pago por el servicio**

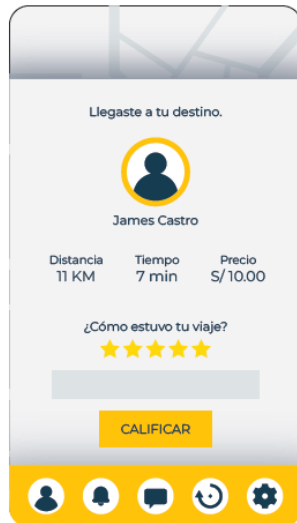


**Elaboración propia**

### 6.14.8. Calificación al conductor y pasajero

Al finalizar cada viaje, los pasajeros podrán valorar el servicio recibido con una puntuación entre 1 a 5 estrellas.

**Figura 6-18**  
**Calificación al conductor y pasajero**



**Elaboración propia**

### 6.14.9. Perfil del conductor

El aplicativo brindará información sobre las ganancias, últimos viajes y configuración del conductor.

**Figura 6-19**  
**Perfil del conductor**



**Elaboración propia**

## 6.15. Indicadores de satisfacción del cliente

Para medir la satisfacción de los clientes se realizarán encuestas basadas en indicadores de satisfacción sobre cuán positiva es su experiencia en el uso del servicio en cada paso. La información obtenida será muy valiosa porque nos permitirá identificar posibles fallas o cambios que se puedan llevar a cabo para mejorar el servicio y fidelizar a los clientes.

**Tabla 6-7**  
**Indicadores de satisfacción del cliente**

Indicador	Descripción	Escala de Satisfacción	Fórmula de medición	Métrica
<b>Satisfacción en el proceso de registro en la app</b>	% de clientes satisfechos en el registro en la app	Del 1 al 5, donde 1 tiene el menor valor y 5 el mayor valor de satisfacción	(# de clientes con puntajes de 4 y 5/ # total de encuestados) X 100%	Mayor a 90%
<b>Satisfacción en el proceso de solicitud del servicio de taxi en la app</b>	% de clientes satisfechos en la solicitud del servicio de taxi en la app	Del 1 al 5, donde 1 tiene el menor valor y 5 el mayor valor de satisfacción	(# de clientes con puntajes de 4 y 5/ # total de encuestados) X 100%	Mayor a 90%
<b>Satisfacción con asignación de conductor en la app</b>	% de clientes satisfechos con la asignación de conductor en la app	Del 1 al 5, donde 1 tiene el menor valor y 5 el mayor valor de satisfacción	(# de clientes con puntajes de 4 y 5/ # total de encuestados) X 100%	Mayor a 90%
<b>Satisfacción con el proceso de pago en la app</b>	% de clientes satisfechos con el proceso de pago en la app	Del 1 al 5, donde 1 tiene el menor valor y 5 el mayor valor de satisfacción	(# de clientes con puntajes de 4 y 5/ # total de encuestados) X 100%	Mayor a 90%

**Elaboración propia**

## 6.16. Políticas operacionales

### 6.16.1. Políticas de protección de datos personales

- EASY MOVE, en cumplimiento con la Ley N° 29733 - Ley de Protección de Datos personales, ha adoptado las medidas necesarias para garantizar la seguridad y confidencialidad de la información personal de cada usuario.
- Los datos personales que libremente los clientes proporcionen serán incorporados en la base de datos de la empresa.

- El usuario otorgará su consentimiento para el tratamiento de sus datos e información personal con la finalidad de atender consultas, reclamos, brindarles información o publicidad. Autorizando a EASY MOVE a que mantenga sus datos personales en su base de datos, siempre y cuando estos sean usados para la finalidad anteriormente mencionada.

#### ***6.16.2. Políticas de ciberseguridad***

Con la transformación digital y el desarrollo nuevas tendencias, la ciberseguridad es un aspecto muy importante para Easy Move quien busca proteger la información almacenada en los sistemas de información con la finalidad de reducir las posibilidades de ser víctimas de delitos cibernéticos con efectos negativos para la empresa, debido a que se tendría que interrumpir la continuidad de las operaciones, perdiendo de esta forma la confianza de los clientes.

Para ello Easy Move adopta las siguientes medidas:

- Se realizarán copias de seguridad continuas de la base de datos e información importante para la empresa.
- Instalación de antivirus para proteger a la empresa de softwares maliciosos.
- Implementación de Firewall para controlar y restringir el acceso a la red.
- Elaboración de directrices de seguridad para los colaboradores, ya que cumplen un rol crucial para garantizar las estrategias de ciberseguridad.

#### ***6.16.3. Políticas de registro conductores***

- En el registro al aplicativo los conductores se comprometen a proporcionar información veraz, completa y actualizada, la cual tendrá carácter de Declaración Jurada, pudiendo la empresa realizar los controles que considere oportunos para verificar la autenticidad de estos.
- Los conductores aceptan que, para su registro, se requieren los siguientes documentos:
  - Licencia de conducir vigente.
  - Certificado de antecedentes penales.
  - Certificado de antecedentes judiciales.

- Recibo de agua o luz.
- Fotografía tamaño carnet para su foto de perfil en el aplicativo.
- Conductores sin registro de infracciones.
- Conductores experimentados.
- El registro y la clave del usuario son personales, por ningún motivo se puede transferir a terceras personas, siendo el conductor el único responsable.
- Los conductores expresan y brindan su consentimiento para que sus datos de registro puedan ser facilitados a las autoridades administrativas y judiciales, ya sea por solicitud expresa o como consecuencia de investigaciones realizadas por la empresa.
- La empresa podrá suspender y/o cancelar la cuenta de un usuario en cualquier momento y sin expresión de causa alguna, a lo que el conductor manifiesta su aceptación.
- No se puede registrar desde un mismo número telefónico más de un usuario.

#### ***6.16.4. Políticas de registro pasajeros***

- En el registro al aplicativo los pasajeros se comprometen a proporcionar información veraz, completa y actualizada, de datos que se requieran pudiendo la empresa realizar los controles que considere oportunos para verificar la autenticidad de los mismo.
- El usuario acepta ser mayor de edad, en ese sentido los datos que ingrese al momento de registro serán tomados como una Declaración Jurada.
- Al momento de la descarga y uso del aplicativo el usuario manifiesta y reconoce lo siguiente:
  - Hacerse totalmente responsable de toda la información brindada al momento del registro.
  - Tiene la capacidad y derecho a cumplir con los términos y condiciones de la empresa.
  - Tiene la capacidad de pagar por el servicio prestado.

- El registro y la clave del usuario son personales, por ningún motivo se puede transferir a terceras personas, siendo el usuario el único responsable.
- No se puede registrar desde un mismo número telefónico más de un usuario.

#### ***6.16.5. Políticas de pago***

- Los usuarios podrán pagar de dos formas:
  - En efectivo, pagando directamente a los conductores.
  - A través de aplicativos como Yape y Plin.
- Las tarifas cobradas no son reembolsables.

#### ***6.16.6. Políticas de promociones***

- Las promociones, descuentos y las condiciones de uso serán publicadas en las redes sociales de la empresa.
- Cada promoción y/o descuento deben ser utilizados de acuerdo con las políticas establecidas para cada situación.
- La empresa podrá limitar el uso de las promociones y descuentos cuando los clientes realicen uso ilícito o inadecuado de los mismos.
- Solo se pueden utilizar en el plazo establecido.

#### ***6.16.7. Políticas de quejas y reclamos***

En el caso de tener alguna queja o reclamo por parte de un usuario sobre el servicio, el usuario podrá solicitar el Libro de Reclamaciones virtual a la empresa, según lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, el cual se encontrará en la página web de la empresa.

Para la gestión de la queja o reclamo se emitirá un número de reclamo y un reporte de la Hoja de Reclamación, la cual se enviará de forma automática al correo el usuario, dejando de esta forma una constancia de la fecha y hora de la presentación de la queja o reclamo.

Una vez recibida la queja o reclamo, el jefe de Operaciones y TI, será el encargado de evaluar el caso, e informarle al cliente la respuesta o posible solución vía correo electrónico en un plazo no mayor a 30 días calendario. Sin embargo, antes de enviar el correo electrónico con la respuesta al usuario este debe contar con la aprobación del Gerente General.

Posteriormente el encargado deberá elaborar un plan de mejorar, el cual será presentado a la gerencia, con la finalidad de ser evaluado y aprobado para su implementación, a fin de que la incidencia no vuelva a suceder.

## **6.17. Presupuesto**

### **6.17.1. Gastos pre-operativos**

Para iniciar las operaciones de la empresa, se necesitará realizar ciertos gastos pre-operativos, los cuales se presentan en la tabla 6-8.

**Tabla 6-8**  
**Presupuesto gastos pre-operativos**

Descripción	Costo (S/.)
Constitución de la empresa	1,284.99
Aplicativo móvil	10,000.00
Página web	4,000.00
Garantía alquiler de local	800.00
<b>Total</b>	<b>16,084.99</b>

**Elaboración propia**

El mayor gasto pre-operativo en el que incurrirá la empresa será en el desarrollo del Aplicativo Móvil.

### **6.17.2. Inversión en activos fijos**

Además de los gastos pre-operativos también se necesitará realizar una inversión en activos fijos los cuales son muy importantes para las actividades y estarán sujetos a depreciación. Estos se detallan en la tabla 6-9.

**Tabla 6-9**  
**Presupuesto de activos fijos**

Activo	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Escritorio	5	399.00	1,995.00
Silla de escritorio	5	125.00	625.00
Estante	2	129.00	258.00
Computadora All in one Lenovo	5	1,199.00	5,995.00
Impresora Epson	1	699.00	699.00
Teléfono	1	109.00	109.00
Celular Xiaomi Redmi 10C (Android)	1	599.00	599.00
Celular Iphone 11 de 128 GB (iOS)	1	1,999.00	1,999.00
Mesa y sillas	1	379.00	379.00
Menaje de oficina	1	600.00	600.00
<b>Total (S/.)</b>			<b>13,258.00</b>

**Elaboración propia**

**Tabla 6-10**  
**Depreciación de activos fijos**

	Inversión	1	2	3	4	5
<b>10%</b>	3,857.00	385.70	385.70	385.70	385.70	385.70
<b>25%</b>	9,401.00	2,350.25	2,350.25	2,350.25	2,350.25	
<b>Total</b>		2,735.95	2,735.95	2,735.95	2,735.95	385.70

**Elaboración propia**

**Tabla 6-11**  
**Valor de recuperero**

	% con respecto al precio de compra	Precio de venta	Valor en libros	Utilidad
Equipo de computo	20%	1,880.20	0.00	1,880.20
Equipo de oficina	40%	1,542.80	1,928.50	-385.70
Ingreso antes de impuestos				1,494.50
SUNAT impuesto a la renta				-440.88
Recuperación de capital de trabajo operativo				14,282.38
Ingreso real de recuperero				15,336.00

**Elaboración propia**



## **6.18. Conclusiones**

Luego de haber analizado las operaciones de la empresa “Easy Move”, y con la finalidad de garantizar una adecuada prestación de servicios, desde un primer momento se ha considerado la formalización de la empresa para poder desarrollar las operaciones sin inconvenientes y bajo un respaldo legal. Así mismo, dentro de las actividades más importantes para iniciar las operaciones se debe enfatizar en el desarrollo del aplicativo y la página web, los cuales deberán tener un interfaz intuitivo y amigable para los usuarios.

Finalmente se considera el presupuesto de gastos preoperativos y de inversión de activos fijos.

## CAPÍTULO VII. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Se presentará en detalle el plan de gestión de recursos humanos necesario para poder dar inicio y poner en marcha sus labores. También se definirá el régimen laboral y la estructura organizacional de la empresa. Asimismo, se describirán los perfiles de los colaboradores y sus funciones. Posteriormente se realizará un análisis sobre el plan de reclutamiento y selección de los colaboradores.

### 7.1. Objetivos del plan

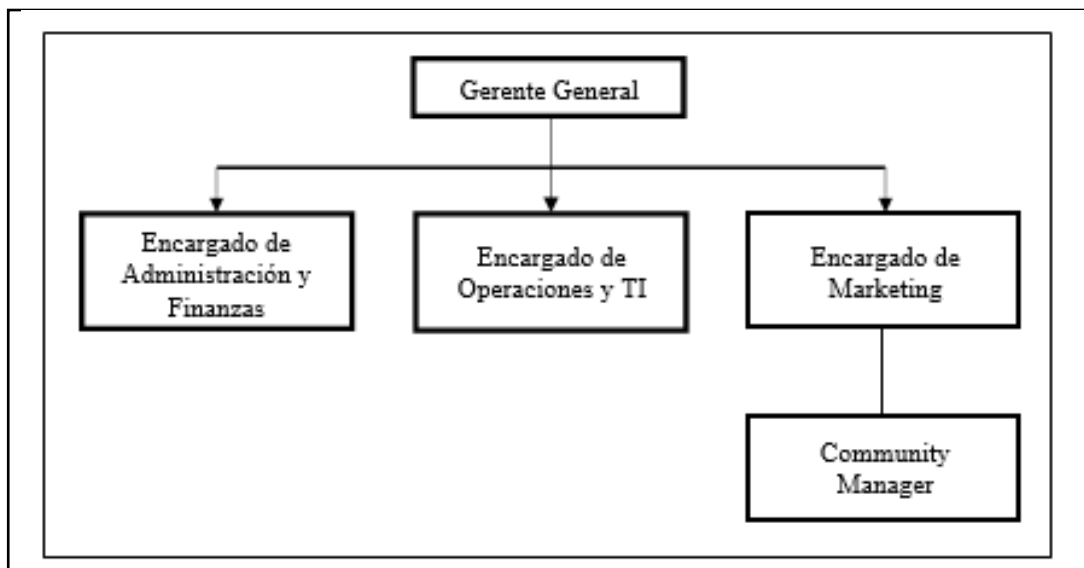
- Diseñar el organigrama de la empresa.
- Establecer los perfiles para cada puesto con sus funciones y responsabilidades.
- Identificar el Régimen Laboral al que se acogerá la empresa.
- Determinar el costo de planilla del área de recursos humanos.

### 7.2. Estructura de la organización

#### 7.2.1. Organigrama

La empresa se encuentra organizada según el organigrama que se presenta a continuación:

**Figura 7-1**  
**Organigrama**



Elaboración propia

### 7.2.2. Puestos requeridos

Los colaboradores son uno de los elementos más importantes de la empresa, debido a que gracias a ellos se puede lograr los objetivos de la empresa. En EASY MOVE se han establecido los siguientes puestos:

**Tabla 7-1**  
**Puestos requeridos**

Puesto	Nº de colaboradores
Gerente General	1
Encargado de administración y finanzas	1
Encargado de operaciones y TI	1
Encargado de marketing	1
Community manager	1
<b>Total</b>	<b>5</b>

**Elaboración propia**

### 7.2.3. *Diseño de puestos, funciones y perfil de los colaboradores*

**Tabla 7-2**

**Diseño de puesto, funciones y perfil del gerente general**

Puesto	Gerente general
Funciones	<p>Planificar y organizar la adecuada conducción de la empresa.</p> <p>Definir las metas y objetivos de la empresa a corto mediano y largo plazo.</p> <p>Dirigir y tomar decisiones en la empresa.</p> <p>Evaluar los resultados obtenidos con la finalidad de lograr los objetivos propuestos.</p> <p>Búsqueda de soluciones ante posibles problemas.</p> <p>Representar a la empresa ante las organizaciones y sociedad en general.</p>
Perfil	<p>Titulado en administración de empresas, marketing o ingeniería industrial.</p> <p>Maestría en administración o finanzas.</p>
Experiencia	<p>Experiencia específica mínima de 4 años en puestos ejecutivos.</p> <p>Experiencia laboral mínima de 6 años en empresas de servicios.</p> <p>Deseable experiencia en Start Ups de movilidad: Uber, InDriver, Rappi, Glovo, etc.</p>
Conocimientos	<p>Manejo de MS office a nivel avanzado.</p> <p>Dominio del idioma inglés a nivel avanzado.</p> <p>Conocimientos en gestión financiera y marketing.</p>
Competencias	<p>Capacidad de liderazgo</p> <p>Habilidades comunicativas</p>

	Capacidad de planificar
	Capacidad de negociar
	Pensamiento crítico
	Capacidad de trabajo en equipo
Beneficios	Ingreso directo a planilla desde el primer día
	Vacaciones pagadas
	Gratificaciones
Horario de Trabajo	Lunes a viernes de: 8:30 am - 5:30 pm (40 semanales), con una hora de refrigerio.
Remuneración Bruta S/.	S/3,700.00

Elaboración propia

Tabla 7-3

**Diseño de puestos, funciones y perfil del encargado de administración y finanzas**

Puesto	Encargado de Administración y Finanzas
Funciones	<p>Controlar que las actividades planificadas se lleven a cabo, detectando las diferencias entre lo planificado y ejecutado.</p> <p>Preparar y dar seguimiento al presupuesto establecido en los objetivos propuestos.</p> <p>Analizar y tomar decisiones juntamente con el gerente general sobre las inversiones a realizar.</p> <p>Desarrollar el proceso de selección de los colaboradores</p> <p>Búsqueda de soluciones ante posibles problemas.</p> <p>Preparar estados financieros y reportes para ser presentados a la gerencia.</p>

<b>Perfil</b>	Titulado en administración de empresas, contabilidad o finanzas.  Especialización en finanzas o contabilidad.
<b>Experiencia</b>	Experiencia mínima de 4 años en finanzas o contabilidad.  Experiencia mínima de 2 años en empresas de servicios.
<b>Conocimientos</b>	Manejo de MS office a nivel avanzado.  Conocimientos en gestión financiera y contabilidad
<b>Competencias</b>	Capacidad de liderazgo  Pensamiento crítico  Capacidad de trabajo en equipo  Habilidad para la resolución de conflictos  Capacidad de análisis financiero y económico  Comunicación efectiva
<b>Beneficios</b>	Ingreso directo a planilla desde el primer día  Vacaciones pagadas  Gratificaciones
<b>Horario de Trabajo</b>	Lunes a viernes de: 8:30 am - 5:30 pm (40 horas semanales), con una hora de refrigerio.
<b>Remuneración Bruta S/.</b>	S/2,800.00

Elaboración propia

Tabla 7-4

Diseño de puestos, funciones y perfil del encargado de operaciones y TI

Puesto	Encargado de operaciones y TI
Funciones	<p>Elaborar y ejecutar el plan estratégico de TI.</p> <p>Administrar la plataforma tecnológica (aplicativo).</p> <p>Proponer e implementar innovaciones tecnológicas.</p> <p>Implementar y monitorear los protocolos de seguridad de la información de la empresa.</p> <p>Búsqueda de soluciones ante posibles problemas.</p> <p>Garantizar la seguridad de los datos almacenados de los usuarios e información de la empresa.</p> <p>Establecer un sistema de respaldo para salvaguardar y asegurar la conservación de información de la empresa.</p> <p>Monitorear el correcto funcionamiento del aplicativo y servicios de TI.</p> <p>Velar por la mejoras y actualización periódica de las funcionalidades del aplicativo.</p> <p>Registrar la base de datos de los conductores y brindar las capacitaciones a través de la plataforma mediante video tutoriales.</p>
Perfil	<p>Titulado en ingeniería de sistemas o ciencias de la computación.</p> <p>Maestría en gestión de proyectos de innovación.</p>
Experiencia	<p>Experiencia en posiciones similares mínima de 3 años.</p>
Conocimientos	<p>Conocimientos en sistemas informáticos.</p>

---

	Conocimientos en lenguajes de programación.
	Conocimientos en gestión de base de datos.
	Conocimientos en seguridad informática.
	Conocimientos en sistemas operativos.
	Capacidad de liderazgo.
	Dominio del idioma inglés a nivel avanzado.
Competencias	Iniciativa y proactividad
	Pensamiento crítico
	Habilidad creativa
	Habilidad para analizar, sintetizar e interpretar información
	Capacidad de trabajo en equipo
	Comunicación efectiva
Beneficios	Ingreso directo a planilla desde el primer día.
	Vacaciones pagadas
	Gratificaciones
Horario de Trabajo	Lunes a viernes de: 8:30 am - 5:30 pm (40 horas semanales), con una hora de refrigerio.
Remuneración Bruta S/.	S/2,800.00

---

**Elaboración propia**



**Tabla 7-5****Diseño de puestos, funciones y perfil del encargado de marketing**

Puesto	Encargado de marketing
Funciones	<p>Realizar estudios de mercado.</p> <p>Analizar y delimitar el público objetivo al cual se le va a ofrecer el servicio.</p> <p>Diseñar las estrategias de marketing y publicidad que contribuyan a crear e impulsar el alcance de la marca.</p> <p>Analizar los resultados obtenidos de las estrategias y campañas de marketing.</p> <p>Gestionar todo lo relacionado al uso de los canales digitales (redes sociales, posicionamiento SEO y SEM y campañas de publicidad)</p> <p>Negociación con empresas de desarrollo de aplicaciones.</p> <p>Velar por mantener presencia de la marca en los medios digitales de la empresa.</p>
Perfil	<p>Titulado en administración de empresas o marketing.</p> <p>Especialización en marketing</p>
Experiencia	<p>Experiencia como jefe o encargado de marketing, mínima de 3 años.</p>
Conocimientos	<p>Marketing digital</p> <p>Inbound marketing</p> <p>Aplicaciones web</p> <p>Herramientas de Google</p> <p>Manejo de MS office a nivel avanzado.</p> <p>Diseño gráfico</p> <p>Dominio del idioma inglés a nivel avanzado.</p>
Competencias	<p>Habilidad creativa</p> <p>Pensamiento crítico</p> <p>Capacidad de trabajo en Equipo</p>

	Capacidad analítica
	Comunicación efectiva
Beneficios	Ingreso directo a planilla
	Vacaciones pagadas
	Gratificaciones
Horario de trabajo	Lunes a viernes de: 8:30 am - 5:30 pm (40 horas semanales), con una hora de refrigerio.
Remuneración Bruta S/.	S/2,800.00

**Elaboración propia**

**Tabla 7-6**

**Diseño de puestos, funciones y perfil del encargado de operaciones y TI**

Puesto	Community manager
Funciones	<p>Crear, gestionar y administrar el contenido de las distintas redes sociales de la empresa.</p> <p>Responder las consultas, dudas, sugerencias o quejas de la comunidad online.</p> <p>Generación de tráfico web social</p> <p>Monitorear el resultado y crecimiento de la comunidad online de la empresa.</p> <p>Identificar tendencias en el mercado.</p> <p>Brindar buena atención al cliente.</p> <p>Monitorear los cambios de la competencia en los canales digitales.</p> <p>Comunicar información importante al área de marketing.</p>
Perfil	Titulado en publicidad y multimedia, marketing o carreras afines.

---

Experiencia	Experiencia en el puesto de 3 años.
Conocimientos	Manejo de programas de diseño gráfico (Adobe Illustrator y Photoshop). Manejo de redes sociales Conocimientos de marketing digital Conocimientos de fotografía Conocimientos en redacción Conocimientos en edición de video Análítica de redes sociales y herramientas de Google
Competencias	Habilidad creativa Capacidad comunicativa Capacidad analítica Empatía para entender las necesidades de los clientes.
Beneficios	Ingreso directo a planilla Vacaciones pagadas Gratificaciones
Horario de Trabajo	Lunes a viernes de: 8:30 am - 5:30 pm (40 horas semanales), con una hora de refrigerio.
Remuneración Bruta S/.	S/2,600.00

---

**Elaboración propia**

### **7.3. Servicios tercerizados**

La empresa optará por servicios tercerizados de contabilidad y asesoría legal.

#### ***7.3.1. Asesoría de contabilidad***

El servicio de contabilidad estará a cargo de un estudio contable o un contador profesional quien se encargará de registrar los documentos contables, etc. Para ello se realizará una preselección con tres candidatos, posteriormente se tomará a la persona con más experiencia en el mercado, referencias de clientes y costo.

#### ***7.3.2. Asesoría legal***

La asesoría legal servirá como respaldo ante posibles consultas u otros requerimientos donde se necesite la ayuda de un abogado que brinde a la empresa la asesoría correspondiente.

### **7.4. Gestión de recursos humanos**

#### ***7.4.1. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción***

Este proceso será llevado a cabo por los accionistas de la empresa, quienes se encargarán de convocar y evaluar a los candidatos. Posteriormente este proceso estará a cargo del área de Administración y Finanzas, en base a los perfiles diseñados para los puestos descritos anteriormente.

##### ***7.4.1.1. Reclutamiento***

Los puestos laborales disponibles serán publicados en las diferentes bolsas de trabajo de las universidades de la ciudad de Arequipa, además de portales de empleo como Bumeran, Computrabajo, Netzun, entre otras.

##### ***7.4.1.2. Selección***

Luego de haber atraído a los candidatos se procederá a la exhaustiva revisión de las hojas de vida para pre-seleccionar a los mejores candidatos en cada puesto. Se seleccionarán un promedio de tres Curriculum Vitae, los cuales serán entrevistados y evaluados en los siguientes ítems:

- Formación profesional.
- Experiencia profesional.
- Competencias profesionales.

Adicionalmente y si el puesto lo requiere, los candidatos podrán ser sometidos a pruebas prácticas, con la finalidad de conocer sus habilidades para desenvolverse en el puesto. Finalizada esta fase se seleccionará a los candidatos que obtuvieron los mejores resultados.

#### **7.4.1.3. Contratación**

A los candidatos seleccionados se les comunicará 48 después que fueron elegidos para el puesto por lo que, deberán apersonarse a la oficina para proceder a la firma del contrato correspondiente.

#### **7.4.1.4. Inducción**

Una vez finalizada la fase de contratación, se continuará con la inducción según su puesto y de esta forma se empieza a integrar con la empresa.

#### **7.4.2. Régimen laboral**

La empresa adoptará el Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) (El Peruano , 2008).

Declarándose Pequeña Empresa brindando los siguientes beneficios a los colaboradores.

- Remuneración Mínima Vital (RMV).
- Jornada de trabajo máximo de 8 horas diarias o 48 horas semanales.
- Descanso semanal no menor a 24 horas consecutivas cada semana, otorgado de preferencia el domingo.
- Descanso en días feriados.
- Remuneración por tiempo extra de trabajo.
- Vacaciones de 15 días por cada año completo de servicios.
- Indemnización por despido injustificado de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).
- Cobertura de seguridad social del 9% (ESSALUD).
- Cobertura al sistema de pensiones AFP o ONP.
- Pago de 2 gratificaciones al año por ocasión de Fiestas Patrias y Navidad, cada una equivale a medio sueldo por julio y diciembre.

- Derecho a la Compensación por Tiempo de servicio (CTS) igual a 15 días de remuneración por año de servicio con un tope de 90 días de remuneración.

## 7.5. Remuneración de los colaboradores

Los colaboradores percibirán una remuneración fija acorde al mercado en base a la experiencia, conocimientos y funciones que desempeñen dentro de la empresa. La escala de remuneraciones se presenta en la tabla 38. Dicha escala salarial puede modificarse de acuerdo con el mercado y capacidad de la empresa, teniendo en cuenta la opinión de los accionistas. Así mismo, se evaluará la opción de realizar una compensación según su desempeño relacionado al logro de los objetivos financieros de la empresa.

El pago de la planilla se realizará de forma mensual, realizando los abonos directamente a cada una de las cuentas de los colaboradores. Los beneficios se pagarán según el régimen laboral MYPE (Pequeña Empresa).

**Tabla 7-7**  
**Colaboradores en planilla**

Cargo	Remuneración Bruta (S/.)	Nº de colaboradores
Gerente General	3,700	1
Encargado de administración y finanzas	2,800	1
Encargado de operaciones y TI	2,800	1
Encargado de marketing	2,800	1
Community manager	2,600	1
<b>Total</b>	<b>14,700</b>	<b>5</b>

**Elaboración propia**

**Tabla 7-8**  
**Escala de remuneraciones de los colaboradores**

<b>Cargo</b>	<b>N° de colaboradores</b>	<b>Sueldo bruto mensual (S/.)</b>	<b>Gratificaciones (S/.)</b>	<b>CTS (S/.)</b>	<b>Seguro social (S/.)</b>	<b>Sueldo anual (S/.)</b>	<b>Planilla anual</b>
Gerente general	1	3,700	3,700	1,850	3,996	44,400	53,946
Encargado de administración y finanzas	1	2,800	2,800	1,400	3,024	33,600	40,824
Encargado de operaciones y TI	1	2,800	2,800	1,400	3,024	33,600	40,824
Encargado de marketing	1	2,800	2,800	1,400	3,024	33,600	40,824
Community manager	1	2,600	2,600	1,300	2,808	31,200	37,908
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>14,700.00</b>	<b>14,700.00</b>	<b>7,350.00</b>	<b>15,876.00</b>	<b>176,400.00</b>	<b>214,700.00</b>

**Elaboración propia**

## **7.6. Presupuesto**

La planilla está conformada por cinco personas, durante los cinco primeros años de operaciones de la empresa estos permanecerán fijos, se espera que al sexto año se puedan incrementar debido a efectos de la inflación. Este presupuesto será incluido en la evaluación económica y financiera de la empresa.

**Tabla 7-9**  
**Presupuesto de remuneración anual de los colaboradores**

<b>Cargo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente general	53,946	53,946	53,946	53,946	53,946
Encargado de administración y finanzas	40,824	40,824	40,824	40,824	40,824
Encargado de operaciones y TI	40,824	40,824	40,824	40,824	40,824
Encargado de marketing	40,824	40,824	40,824	40,824	40,824
Community manager	37,908	37,908	37,908	37,908	37,908
<b>Total</b>	<b>214,326</b>	<b>214,326</b>	<b>214,326</b>	<b>214,326</b>	<b>214,326</b>

**Tabla 7-10**  
**Presupuesto de servicios tercerizados**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesoría contable	4,200	5,040	6,048	7,258	8,709
Asesoría legal	6,000	7,200	8,640	10,368	12,442
<b>Total</b>	<b>10,200.00</b>	<b>12,240.00</b>	<b>14,688.00</b>	<b>17,625.00</b>	<b>21,150.00</b>

**Elaboración propia**

**Tabla 7-11**  
**Proyección gastos de planilla**

	Proyección gastos de planilla			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
<b>Total</b>	<b>224,526.00</b>	<b>226,566.00</b>	<b>229,014.00</b>	<b>231,951.00</b>

**Elaboración propia**

### **7.7. Conclusiones**

Se contarán con actividades tercerizadas como la asesoría legal y servicios de contabilidad, el total de colaboradores serán cinco que desarrollarán tareas administrativas. Los accionistas tendrán una participación desde el inicio operativo de la empresa, y participarán de manera activa en el proceso de selección del personal. El presupuesto elaborado formara parte también de la evaluación económica financiera.



## CAPITULO VIII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

En este capítulo se presenta la evaluación económico-financiera del plan de negocio EASY MOVE, el cual tiene como objetivo de determinar su viabilidad. Para ello, se han considerado diversos supuestos y consideraciones relevantes, tales como:

- El tiempo de evaluación será de 5 años.
- Se considerará una tasa de crecimiento poblacional del 1%. (INEI, 2020)
- Para el caso de los equipos y mobiliario se ha considerado una depreciación anual de 25% y 10% respectivamente.
- Al inicio la penetración de mercado será de 7%.
- El cobro por comisión a los conductores será del 18%.

### 8.1. Operaciones del proyecto

#### 8.1.1. Ingresos

Para determinar los ingresos, se estimó la demanda en función al número de usuarios potenciales y la penetración de mercado propuesta.

La tabla 8-1 muestra el promedio anual de gasto en servicio de taxi de las personas con discapacidad motora, según información de las encuestas. En el segundo año se consideró el mercado efectivo de Tacna y el tercer año también se consideró el mercado de efectivo de Moquegua.

**Tabla 8-1**  
**Ingresos de “EASY MOVE”**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mercado potencial					
Arequipa	22,872	23,101	23,332	23,565	23,801
Tacna	0	5,739	5,796	5,854	5,913
Moquegua	0	0	3,076	3,107	3,138
<b>Total</b>	22,872	28,840	32,204	32,526	32,851
Mercado disponible	19,533	22,322	24,120	24,361	24,605
Mercado efectivo (85.4%)	16,681	19,063	20,599	20,805	21,013
Penetración de mercado	7.0%	8.0%	9.0%	10.0%	11.0%
Usuarios finales	1,168	1,525	1,854	2,080	2,311
Gasto promedio anual en taxi	2,667,885	2,721,242	2,775,667	2,831,180	2,887,804

<b>Ingresos (Comisión 18%)</b>	480,219	489,824	499,620	509,612	519,805
<b>Ingresos por publicidad (2%)</b>	9,604	14,695	14,989	15,288	15,594
<b>Total ingresos</b>	<b>489,824</b>	<b>504,518</b>	<b>514,609</b>	<b>524,901</b>	<b>535,399</b>

**Elaboración propia**

## 8.2. Inversión

### 8.2.1. Gastos pre-operativos

Para dar inicio a las operaciones de la empresa, se necesitará realizar ciertos gastos pre-operativos, los cuales se presentan en la tabla 8-2.

**Tabla 8-2**  
**Presupuesto gastos pre-operativos**

<b>Descripción</b>	<b>Costo (S/.)</b>
Constitución de la empresa	1,284.99
Aplicativo móvil	10,000.00
Página web	4,000.00
Garantía alquiler de local	800.00
<b>Total</b>	<b>16,084.99</b>

**Elaboración propia**

El mayor gasto pre-operativo en el que incurrirá la empresa será en el desarrollo del Aplicativo Móvil, el cual asciende a S/. 10,000.00 soles.

## 8.3. Activos fijos

Las inversiones en Activos fijos principalmente están referidos a la adquisición de muebles y equipos, los cuales se detallan en la tabla 8-3:

**Tabla 8-3**  
**Presupuesto de activos fijos**

<b>Activo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Escritorio	5	399.00	1,995.00
Silla de escritorio	5	125.00	625.00
Estante	2	129.00	258.00
Computadora all in one Lenovo	5	1,199.00	5,995.00
Impresora Epson	1	699.00	699.00
Teléfono	1	109.00	109.00
Celular Xiaomi Redmi 10C (Android)	1	599.00	599.00
Celular Iphone 11 de 128 GB (iOS)	1	1,999.00	1,999.00
Mesa y sillas	1	379.00	379.00
Menaje de oficina	1	600.00	600.00
<b>Total (S/.)</b>			<b>13,258.00</b>

**Elaboración propia**

#### **8.4. Depreciación**

Los siguientes activos tienen una vida útil de 10 años, por lo tanto, una tasa de depreciación del 10%:

- Escritorio
- Silla de escritorio
- Estante
- Mesa y sillas
- Menaje de oficina

Los siguientes equipos tienen una vida útil de 4 años, por lo tanto, una tasa de depreciación del 25%:

- Computadora All in one Lenovo
- Impresora Epson
- Teléfono

- Celular Xiaomi Redmi 10C (Android)
- Celular iPhone 11 de 128 GB (iOS)

**Tabla 8-4**  
**Depreciación**

	<b>Inversión</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Valor en libros</b>
<b>10%</b>	3,857.00	385.70	385.70	385.70	385.70	385.70	1,928.50
<b>25%</b>	9,401.00	2,350.25	2,350.25	2,350.25	2,350.25		0.00
<b>Total</b>		2,735.95	2,735.95	2,735.95	2,735.95	385.70	1,928.50

**Elaboración propia**

### 8.5. Valor de recuperación

**Tabla 8-5**  
**Valor de recuperación**

	<b>% con respecto al precio de compra</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Utilidad</b>
<b>Equipo de computo</b>	20%	1,880.20	0.00	1,880.20
<b>equipo de oficina</b>	40%	1,542.80	1,928.50	-385.70
<b>ingreso antes de impuestos</b>				1,494.50
<b>SUNAT impuesto a la renta</b>				-440.88
<b>recuperación de capital de trabajo operativo</b>				14,282.38
<b>Ingreso real (valor de recuperaci,</b>				15,336.00

**Elaboración propia**

Todas las actividades que desarrolla este negocio, implican un uso de recursos que tienen que estar cuantificado en el OPEX.

Estos OPEX se desembolsarán durante el horizonte temporal de operación del negocio a continuación se muestra los montos de los componentes del OPEX:

## 8.6. Gastos administrativos

**Tabla 8-6**  
**Gastos administrativos**

<b>Año</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Alquiler de local	9,000.00	9,090.00	9,180.90	9,272.71	9,365.44
Útiles de escritorio	150.00	150.75	151.50	152.26	153.02
Servicio de agua potable	480.00	482.40	484.81	487.24	489.67
Servicio de luz	1,200.00	1,206.00	1,212.03	1,218.09	1,224.18
Servicio de Telefonía/internet	1,200.00	1,206.00	1,218.06	1,230.24	1,242.54
Celular	720.00	723.60	730.84	738.14	745.53
<b>Total</b>	<b>12,750.00</b>	<b>12,877.50</b>	<b>13,006.28</b>	<b>13,136.34</b>	<b>13,267.70</b>

**Elaboración propia**

## 8.7. Costo de ventas

**Tabla 8-7**  
**Costo de ventas**

Costo de publicación de app en Apple store	<b>373.00</b>	<b>380.46</b>	<b>388.07</b>	<b>395.83</b>	<b>403.75</b>
Costo de publicación de app en Play store	94.00	95.88	97.80	99.75	101.75
Membresía Apple	378.00	381.78	385.60	389.45	393.35
Membresía Google	378.00	381.78	385.60	389.45	393.35
Almacenamiento Amazon	600.00	606.00	612.06	618.18	624.36
Mantenimiento de la app	1,000.00	1,010.00	1,020.10	1,030.30	1,040.60
Hosting	800.00	808.00	816.08	824.24	832.48
<b>Total</b>	<b>3,623.00</b>	<b>3,669.90</b>	<b>3,717.48</b>	<b>3,765.76</b>	<b>3,814.74</b>

**Elaboración propia**

## 8.8. Estructura de capital

Para poder iniciar la actividad comercial de “EASY MOVE”, se necesitará un total de S/. 204,452.00, este monto será financiado por el capital propio de los accionistas durante el primer año de la empresa.

**Tabla 8-8**  
**Estructura de capital**

<b>Total inversión</b>	204,452
<b>Financiamiento</b>	0
<b>Aporte socios (100%)</b>	204,452

**Elaboración propia**

**Tabla 8-9**  
**Estructura de capital**

Deuda	<b>0</b>	<b>0%</b>
Patrimonio	204,452	100.00%
<b>Valor total de la inversión</b>	204,452	100.00%

**Elaboración propia**

**Tabla 8-10**  
**Tasa de interés banco**

Tasa de banco i	25.00%
Periodo n	5 años

**Elaboración propia**

**Tabla 8-11**  
**Costo de deuda**

<b>Kd=i(1-t)</b>	
i	25.00%
t	29.50%
<b>Kd</b>	<b>17.63%</b>

**Elaboración propia**

**Tabla 8-12**

**Costo de capital**

<b><math>K_e = R_f + \beta(RM - R_f) + RP_{País}</math></b>	
Rf (tasa libre de riesgo)	3.60%
Rp = (RM - Rf)	10.27%
$\beta$	1
RM (Retorno de mercado)	13.87%
Riesgo país	1.95%
<b>Ke</b>	<b>15.82%</b>

**Elaboración propia**

**Tabla 8-13**

**Costo de capital propio promedio**

<b>WACC= Costo de Capital Propio Promedio</b>	
<b>WACC</b>	$K_d*(D/V) + K_e*(P/V)$
<b>WACC</b>	<b>15.82%</b>

**Elaboración propia**

**Tabla 8-14**

**Total egresos**

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Salario personal	S/ 224,526	S/ 226,566	S/ 229,014	S/ 231,952	S/ 235,477
Gastos generales	S/ 15,306	S/ 15,459	S/ 15,614	S/ 15,770	S/ 15,927
Gastos de marketing	S/ 73,474	S/ 75,678	S/ 77,191	S/ 78,735	S/ 80,310
<b>Total</b>	<b>S/ 313,306</b>	<b>S/ 317,703</b>	<b>S/ 321,819</b>	<b>S/ 326,457</b>	<b>S/ 331,714</b>

**Elaboración propia**

**Tabla 8-15**  
**Costo de capital de trabajo**

<b>Capital de trabajo</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Total, capital de trabajo		S/26,108.79	S/26,475.23	S/26,818.25	S/27,204.71	S/27,642.84
Inversión en capital de trabajo operaciones (luego de la puesta en marcha de la plataforma)	S/26,108.79	S/366.44	S/343.01	S/386.46	S/438.13	
Inversión en capital de trabajo para el desarrollo de la plataforma	S/148,999.77					
Gasto preoperativo	S/16,084.99					
<b>Total inversión en capital de trabajo</b>	<b>S/191,193.55</b>	<b>S/366.44</b>	<b>S/343.01</b>	<b>S/386.46</b>	<b>S/438.13</b>	

**Elaboración propia**

El capital de trabajo Inicial corresponde al gasto pre operacionales necesarios para el inicio del negocio.

### **8.9. Estado de resultados**

El estado de resultados, también llamado como estado de ganancia y pérdidas, recoge los ingresos y gastos que ha tenido el negocio durante un periodo de tiempo, en este caso anual.

En dicho estado para obtener la utilidad (o pérdida neta) se debe considerar el impuesto a la renta del 29.5%, y conforme a la normativa peruana se distribuye a los empleados un 5% del resultado neto tras el impuesto a la Renta, cabe indicar que para el presente caso de negocio se considera que se tiene menos de 21 trabajadores en planilla por lo tanto no se va a distribuir utilidades.

En la tabla 8-15 se muestra el estado de resultado de los cinco periodos de evaluación y el margen antes de impuestos, así como margen neto, en ambos casos se muestra el promedio de los referidos cinco años.



**Tabla 8-16**  
**Estados de resultados**

<b>Año</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Margen</b>
Ingresos	S/ 489,824	S/ 504,518	S/ 514,609	S/ 524,901	S/ 535,399	S/ 2,569,250	
Sueldos	S/ 214,326	S/ 214,326	S/ 214,326	S/ 214,326	S/ 214,326	S/ 1,071,630	
Servicios tercerizados	S/ 10,200	S/ 12,240	S/ 14,688	S/ 17,626	S/ 21,151	S/ 75,904	
Gastos generales	S/ 15,306	S/ 15,459	S/ 15,614	S/ 15,770	S/ 15,927	S/ 78,076	
Gasto de marketing	S/ 73,474	S/ 75,678	S/ 77,191	S/ 78,735	S/ 80,310	S/ 385,388	
Gastos preoperativos	S/ 16,085					S/ 16,085	
<b>EBITDA</b>	<b>S/ 160,433</b>	<b>S/ 186,815</b>	<b>S/ 192,790</b>	<b>S/ 198,444</b>	<b>S/ 203,685</b>	<b>S/ 942,167</b>	<b>37%</b>
Depreciación	S/ 2,736	S/ 2,736	S/ 2,736	S/ 2,736	S/ 386	S/ 11,330	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		S/ 157,697	S/ 184,080	S/ 190,054	S/ 195,708	S/ 203,299	S/ 930,838
Imp a la renta	S/ 46,521	S/ 54,303	S/ 56,066	S/ 57,734	S/ 59,973	S/ 274,597	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/ 111,176</b>	<b>S/ 129,776</b>	<b>S/ 133,988</b>	<b>S/ 137,974</b>	<b>S/ 143,326</b>	<b>S/ 656,241</b>	<b>26%</b>

Elaboración propia

## 8.10. Flujo de caja

Con la información de los ingresos, costos, inversiones, capital de trabajo e impuestos podemos determinar el Flujo de caja del negocio:

**Tabla 8-17**

### Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>EBITDA</b>		S/ 160,433	S/ 186,815	S/ 192,790	S/ 198,444	S/ 203,685
<b>Impuestos</b>		S/ 46,521	S/ 54,303	S/ 56,066	S/ 57,734	S/ 59,973
<b>Flujo operativo</b>		S/ 113,912	S/ 132,512	S/ 136,724	S/ 140,710	S/ 143,712
<b>Inversión</b>	S/ 13,258					
<b>Capital de trabajo</b>	S/ 191,194	S/ 366	S/ 343	S/ 386	S/ 438	
<b>Valor de recupero</b>						S/ 1,495
<b>Flujo de caja económico</b>	-S/ 204,452	S/ 113,546	S/ 132,169	S/ 136,337	S/ 140,272	S/ 143,712
<b>TIR</b>	55.26%					
<b>VAN</b>	S/ 226,787					
<b>VP del FCL</b>	-S/ 204,452	S/ 98,037	S/ 98,530	S/ 87,756	S/ 77,956	S/ 68,959
<b>VP recuperado</b>	-S/ 204,452	-S/ 106,414	-S/ 7,884	S/ 79,872	S/ 157,828	S/ 226,787
	1	1	1	-	-	-

#### Recuperación del capital

Payback: Periodo de recuperación del capital (años)

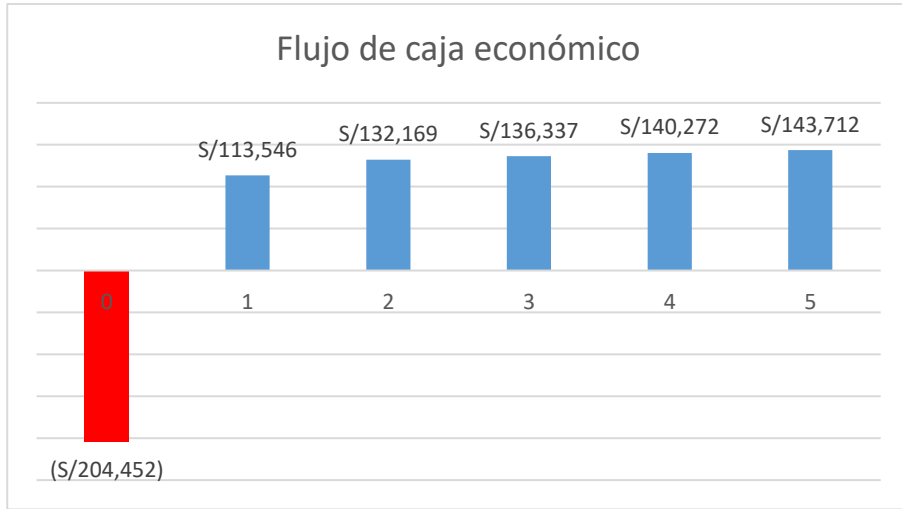
3

### Elaboración propia

<b>VAN proyecto</b>	<b>S/ 226,787</b>
<b>TIR proyecto</b>	<b>55.3%</b>

### Elaboración propia

**Figura 8-1**  
**Flujo de caja económico**



**Elaboración propia**

**8.11. Análisis de sensibilidad**

**Figura 8-2**  
**Análisis de sensibilidad**

		Comisión						
		20%	19%	18%	15%	14%	14%	13%
VAN	S/ 226,787	111%	105.6%	100.0%	85.0%	80.0%	75.0%	70.0%
Opex	100%	333,765	280,276	226,787	82,366	34,226	-	-
	105.0%	298,805	245,316	191,826	47,406	-	735	48,875
	110.0%	263,845	210,355	156,866	12,445	35,695	83,835	131,976
	115.0%	228,884	175,395	121,906	-	22,515	70,655	118,796
	120.0%	193,924	140,435	86,945	-	57,475	105,616	153,756
	125.0%	158,964	105,474	51,985	-	92,436	140,576	188,937
	130.0%	124,003	70,514	17,025	-	127,396	175,536	224,913
	140.0%	54,083	593	-	52,896	197,341	247,379	316,028

**Elaboración propia**



## 8.12. Análisis de escenarios

**Figura 8-3**  
**Análisis de escenarios**

Resumen del escenario		Valores actuales:		BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA		
Celdas cambiantes:								
Comisión ventas	100%	100%	100%	110%	80%			
Gasto promedio anual en taxi de mis clientes	100%	100%	100%	110%	80%			
Opex (sueldo, terceros, gastos generales)	100%	100%	100%	90%	110%			
Celdas de resultado:								
\$B\$10	S/	226,787	S/	226,787	S/	498,897	-S/	190,694

Elaboración propia

## 8.13. Conclusión

Se puede concluir que el proyecto es económicamente viable debido a que nuestro VANE es mayor a cero, por lo que se genera utilidad, además el TIRE es mayor ke, con lo cual se puede concluir que el proyecto es rentable.

## **CAPITULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Este capítulo presenta las conclusiones del plan de negocios relacionados con los objetivos específicos propuestos.

#### **Primer objetivo: Analizar la situación actual de personas con discapacidad motora en la ciudad de Arequipa**

A partir de la investigación realizada se pudo determinar que actualmente en la ciudad de Arequipa las personas con discapacidad motora se movilizan regularmente en taxi, movilidad propia y transporte público, sin embargo, los taxis y vehículos de transporte público no ofrece las condiciones necesarias para su traslado, lo que motiva a que se tengan que movilizar acompañados, por lo cual existe un mercado con necesidades insatisfechas, ya que para ellos es muy importante que los vehículos donde se transportan cuenten con implementos que les facilite subir y descender de las unidades.

Los lugares a los que generalmente se trasladan son su centro laboral y centro médico, movilizándose al día por lo menos 2 veces (ida y vuelta). Asimismo, el estudio de mercado muestra que el servicio de taxi por aplicativo está cobrando más notoriedad entre este grupo de personas, ellos consideran la comodidad, seguridad y precio en su proceso de decisión.

#### **Segundo objetivo: Realizar una investigación de mercado que permita determinar la aceptación del aplicativo por parte de los usuarios con lo cual se pueda estimar la demanda potencial asociada al proyecto.**

En base al estudio realizado se determinó que el aplicativo tendría gran aceptación por parte de los usuarios, y considerando datos de INEI del último censo realizado en Arequipa el 2017 se estimó que las personas con discapacidad motora ascienden a un número de 22,871 personas quienes, de las cuales 13,906 se encuentran ubicadas en el segmento AB y C, según datos APEIM quienes representan el mercado potencial, de este número de personas el 85% refirió que, si estarían interesados en utilizar el aplicativo para tomar taxi, con lo cual se estimó que del total 11,876 de personas con discapacidad motora interesadas en el servicio. El perfil de los clientes potenciales es principalmente de género femenino, mayores a 30 años, con un ingreso promedio familiar entre S/. 2000.00 a más de S/. 3500.00, quienes realizan un gasto promedio mensual en servicio de taxi de más de S/.200.00.

### **Tercer Objetivo: Proponer una versión inicial del prototipo del aplicativo.**

El prototipo del aplicativo, está basado en los sistemas operativos iOS y Android, el cual servirá para interconectar a personas con discapacidad motora con conductores de unidades adecuadas e implementadas con una barra de acceso para subir y bajar el vehículo. Este aplicativo será intuitivo y fácil de usar, será de descarga gratuita, y estará disponible las 24 horas del día.

Se diseñó todo el funcionamiento del aplicativo desde el registro de los usuarios, solicitud de auto, forma de pago, calificación del servicio y conductor, así como los ajustes para el conductor para que este pueda visualizar sus últimos viajes y ganancias.

### **Cuarto Objetivo: Elaborar el plan operaciones y tecnología, que permitan asegurar la continuidad de las actividades de la empresa.**

El Plan de Marketing pretender dar a conocer el nombre de la empresa “EASY MOVE” en la mente de los consumidores como un servicio de taxi por aplicativo para personas con discapacidad en la ciudad de Arequipa, en base a las 7Ps del mix de marketing, para lo cual se lanzarán campañas publicitarias en redes sociales. La descarga del aplicativo será de forma gratuita, la comisión que se cobrará a las conductoras será de 18% de costo de cada viaje.

### **Quinto Objetivo: Elaborar el plan operaciones y tecnología, que permitan asegurar la continuidad de las actividades de la empresa.**

En el plan de operaciones se describieron los procesos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, desde la constitución de esta hasta el diseño e implementación del aplicativo y página web. La empresa tomará la denominación de “EASY MOVE S.A.C., estará conformada por 3 accionistas, se acogerá al Régimen Empresarial REMYPE.

Uno de los aspectos más importantes y que abarca el mayor presupuesto en el plan de operaciones es el diseño e implementación del aplicativo, que estará a cargo de profesionales expertos en la materia. El aplicativo estará disponible para los sistemas operativos iOS y Android, con un interfaz intuitivo y será de descarga gratuita. En el plan de operaciones se incluyó el presupuesto de gastos preoperativos e inversión en activos fijos.

**Sexto Objetivo: Definir el plan de recursos humanos necesarios para la puesta en marcha del negocio.**

Al ser una empresa formal, incluirá a todos sus colaboradores en planilla, a los cuales se les brindará los beneficios que ofrece el régimen laboral de la micro y pequeña empresa (REMYPE). Asimismo, para la selección de personal se ha elaborado un plan de reclutamiento y selección, el cual será llevado a cabo por los accionistas al inicio de las operaciones de la empresa.

Inicialmente se contará con 5 colaboradores, que laborarán a tiempo completo. Por otro lado, algunas actividades serán tercerizadas como la asesoría legal y contable.

**Sétimo Objetivo: Evaluar la viabilidad económica y financiera de la propuesta de negocio**

De acuerdo con la evaluación realizada, el proyecto si es económicamente viable, ya que el VANE es mayor a cero, por lo que se genera utilidad, además el TIRE es mayor ke, con lo cual se puede concluir que el proyecto es rentable.



## RECOMENDACIONES

- Se recomienda continuar realizando inversiones en materia de innovación en el servicio.
- Debido a que los usuarios acuden regularmente a centros médicos se recomienda realizar alianzas estratégicas con clínicas, hospitales, aseguradoras, etc. que nos permitirá tener un mayor alcance.
- Se recomienda realizar estudios de mercado para determinar si es factible una expansión del modelo de negocio a otros departamentos del país.
- Al ser un servicio basado en tecnología, la información almacenada está en constante riesgo de ser vulnerada por lo que se recomienda incrementar medidas de ciberseguridad.
- Participar de forma activa en eventos, activaciones cercanas a centros médicos con la finalidad de dar a conocer el negocio a un mayor número de personas.
- Se recomienda tener una participación en redes sociales para captar a conductores interesados en afiliarse al servicio.
- Realizar encuestas de satisfacción para monitorear, y mejorar la calidad del servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez. (2015). *Cabify Access: el servicio de transporte personal para personas con discapacidad*. Obtenido de <https://www.xataka.com.mx/empresas-y-economia/cabify-access-el-servicio-de-transporte-personal-para-personas-con-discapacidda>
- Arbaiza. (2012). *Administración estratégica*. Obtenido de [https://issuu.com/pjuangomez/docs/arbaiza\\_1\\_administraci\\_n\\_estrat\\_gi](https://issuu.com/pjuangomez/docs/arbaiza_1_administraci_n_estrat_gi)
- Banco Central de Reserva Del Perú. (Junio de 2022). *Síntesis Reporte de Inflación*. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2022/junio/reporte-de-inflacion-junio-2022-sintesis.pdf>
- Barnes, R. L. (2018). *Modelo de Negocio ¿Heroe o Villano?*
- Barría. (22 de Diciembre de 2022). *¿Cuál ha sido el costo económico de las protestas en Perú por la salida de Pedro Castillo?* Obtenido de BBC NEWS Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-64045772>
- Bazo Reisman Ana. (21 de 04 de 2022). La otra inestabilidad en el Gobierno: casi la mitad de los viceministros tiene menos de 60 días en el cargo. *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/politica/gobierno/pedro-castillo-la-otra-inestabilidad-en-el-gobierno-casi-la-mitad-de-los-actuales-viceministros-tiene-menos-de-60-dias-en-el-cargo-analisis-ejecutivo-pcm-gabinete-ec-data-noticia/>
- Benoit, S., Thomas, B., Bolton, R., Gruber, T., & Kandampully, J. (2019). *A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities*. Journal of Business Research, ScienceDirect.
- Cabify. (2021). Obtenido de <https://cabify.com/pe>
- Cabify. (2021). Obtenido de <https://help.cabify.com/hc/es/articles/115005405845--Cabify-es-accesible-para-personas-con-discapacidad->
- Cabify España S.L.U. (2023). *Logo Cabify*. Obtenido de <https://cabify.com/pe>
- Caillaux. (13 de octubre de 2020). *ConexionEsan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/cuanto-ha-transformado-la-tecnologia-nuestras-vidas-durante-la-pandemia>

- Cauvi. (03 de Marzo de 2022). El caso Uber y el Indecopi. *El Peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/107641-el-caso-uber-y-el-indecopi>
- Chavero, I. (2018). *La implementación de modelos de negocios basados en los postulados de la Economía Colaborativa: el caso Uber en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires .
- De Pierola. (14 de 01 de 2021). Gerente de Uber: “Nuestra empresa tiene un rol importante en el crecimiento y recuperación de la economía peruana”. *Perú 21*.
- Dieckow, L. (07 de Febreo de 2017). *La economía colaborativa en turismo mediante AIRBNB: ¿un Modelo solidario de empoderamiento de consumo de la Argentina y una alternativa del emprendedurismo?*. Obtenido de Universidad Nacional de Misiones. Argentina: <https://www.eumed.net/actas/19/economia-social/10-la-economia-colaborativa-en-turismo-mediante-airbnb-un-modelo-solidario.pdf>
- El Comercio. (24 de febrero de 2020). *Arequipa: pistas están llenas de huecos y grietas en varios distritos debido a las intensas lluvias*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/peru/arequipa-pistas-estan-llenas-de-huecos-y-grietas-en-varios-distritos-debido-a-las-intensas-lluvias-nnpp-noticia/>
- El Comercio. (11 de diciembre de 2021). Obtenido de <https://elcomercio.pe/respuestas/startups-los-emprendimientos-digitales-peruanos-que-debes-seguir-en-el-2022-noticia/>
- El Peruano . (28 de junio de 2008). Ley N° 1086 Ley de Promocion de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. Obtenido de <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/01086.pdf>
- El Peruano. (24 de Diciembre de 2012). *Normas legales*. Obtenido de <https://cdn01.pucp.education/idehpucp/wp-content/uploads/2017/08/04212240/ley-29973-discapacidad-peru.pdf>
- El Peruano. (25 de setiembre de 2018). *Aproximación penal y desde la perspectiva de la responsabilidad los taxis por aplicativos*. Obtenido de <https://elperuano.pe/suplementosflipping/juridica/707/web/pagina03.html>

- El Peruano. (3 de abril de 2022). El Peruano. *Decreto Supremo que incrementa la Remuneración Mínima Vital de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada.*
- Forbes. (12 de mayo de 2022). *Cómo es inDriver: la app en la que el pasajero elige cuánto quiere pagar cada viaje.* Obtenido de <https://forbes.co/2022/05/12/negocios/como-es-indriver-la-app-en-la-que-el-pasajero-elige-cuanto-quiere-pagar-cada-viaje/>
- Forbes. (23 de Enero de 2023). Obtenido de <https://forbes.pe/economia-y-finanzas/2023-01-02/peru-registro-en-2022-la-tasa-de-inflacion-mas-alta-de-los-ultimos-26-anos/>
- Forbes Staff. (2019). *Uber apunta a una valoración de 91,500 mdd con su salida a bolsa.* Mexico: Forbes.
- Gestión. (31 de 08 de 2021). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/android-y-ios-dominan-el-mercado-de-los-smartphones-noticia/?ref=gesr>
- Gestión, A. d. (09 de Abril de 2019). *Economía Colaborativa: Uber, Airbnb, y otros modelos exitosos.* Obtenido de <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2019/04/economia-colaborativa-uber-airbnb-y-otros-modelos-exitosos.html/?ref=gesr>
- gob.pe. (08 de mayo de 2022). *Plataforma digital única del Estado Peruano.* Obtenido de <https://www.gob.pe/252-persona-natural-versus-persona-juridica>
- Guillén . (15 de Diciembre de 2021). *ESAN Los principales desafíos de la economía peruana para el 2022.* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-principales-desafios-de-la-economia-peruana-para-el-2022#:~:text=La%20incertidumbre%20pol%C3%ADtica%20y%20la,al%20de%20las%20gestiones%20anteriores.>
- Helling. (22 de Febrero de 2022). *Ridester.* Obtenido de [https://www.ridester.com/uber-assist/#author\\_box](https://www.ridester.com/uber-assist/#author_box)
- Huérffano, A., Paredes, G., & Carol, T. (2020). *Beneficios de la economía colaborativa: caso AIRBNB y su evolución en la industria hotelera en ciudad de Bogotá.* Bogotá.
- INEI. (2020). *Estado de la población peruana 2020.* Lima .
- INFOBAE. (2017). *Cómo funciona el servicio inclusivo de Uber para trabajadores y clientes discapacitados.* Obtenido de

<https://www.infobae.com/discapacidad/2017/03/20/como-funciona-el-servicio-inclusivo-de-uber-para-trabajadores-y-clientes-discapacitados/>

Inga, C. (8 de Julio de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/diario/efecto-airbnb-peru-hoteles-usmp-plataformas-colaborativas-noticia-653252-noticia/?ref=ecr>

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], I. (2017). Obtenido de <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/censos-2017-departamento-de-arequipa-cuenta-con-1-382-730-habitantes-11029/#:~:text=Arequipa%20es%20el%20cuarto%20departamento,de%20Vivienda%20y%20III%20de>

Instituto Nacional De Estadística E Informática. (2017). *Censo, Resultados Definitivos*. Lima.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Mayo de 2022). *Producto Bruto Interno Trimestral*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3123988/Comportamiento%20de%20la%20Econom%C3%ADa%20Peruana%20en%20el%20Primer%20Trimestre%20de%202022.pdf>

Joyanes Aguilar, L. (2015). *Sistemas de Información en la Empresa. El impacto de la nube, la movilidad y los medios sociales*. Mexico: Alfaomega.

La República, C. L. (21 de mayo de 2019). *Arequipa: contaminación del aire aumentó en 30%*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/1454520-arequipa-contaminacion-aire-aumento-30-fotos/>

Ministerio de Energía y Minas. (30 de diciembre de 2022). Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/minem/noticias/684276-minem-gasolina-de-tipo-regular-y-premium-se-comercializara-a-partir-de-2023>

Municipalidad Provincial de Arequipa. (9 de agosto de 2022). Obtenido de <https://www.muniarequipa.gob.pe/arequipa/historia/>

Municipalidad provincial de Arequipa. (2019). *En Arequipa transitan más de 24 mil taxis informales*. Obtenido de <https://www.muniarequipa.gob.pe/2019/03/27/internanmas-de-400-unidades-informales/>

- Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería. (2023). *Precios de Referencia*. Obtenido de <https://www.osinergmin.gob.pe/seccion/institucional/Paginas/VisorPreciosReferencia.aspx?Codigo=2022>
- OSIPTEL. (2021). *Internet móvil en Perú registró un incremento del tráfico de datos de 79% en el primer trimestre del año*. Obtenido de <https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/internet-movil-en-peru-registro-un-incremento-del-trafico-de-datos-de-79-en-el-primer-trimestre-del-ano/>
- Ridester. (2022). *¿Qué es Uber Assist y cómo funciona?* Obtenido de <https://www.ridester.com/uber-assist/>
- Ruiz, D. (15 de Enero de 2021). AIRBNB, un interesante modelo de negocios. *Gestión*.
- Smart Travel. (27 de Noviembre de 2018). *Todo sobre Airbnb: historia, modelo de negocio y futuro*. Obtenido de <https://www.smarttravel.news/airbnb-historia-modelo-negocio-futuro/>
- Uber. (Marzo de 2022). *Usa Uber en ciudades de todo el mundo*. Obtenido de <https://www.uber.com/global/es-es/cities/>
- Uber Technologies, Inc. (2023). *Logo Uber Technologies, Inc.* Obtenido de [https://www.uber.com/pe/es/s/d/kochab/?ad\\_id=621655245336&adg\\_id=140810136669&campaign\\_id=18327629229&cre=621655245336&dev=c&dev\\_m=&fi\\_id=&gclid=CjwKCAjwiOCgBhAgEiwAqv5whP0QNfYq9pg\\_ry12CKAlAhsLhsG8avTaBOoKY9i0bbaFTKuw7iC3ZBoCXi8QAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds&kw=ub](https://www.uber.com/pe/es/s/d/kochab/?ad_id=621655245336&adg_id=140810136669&campaign_id=18327629229&cre=621655245336&dev=c&dev_m=&fi_id=&gclid=CjwKCAjwiOCgBhAgEiwAqv5whP0QNfYq9pg_ry12CKAlAhsLhsG8avTaBOoKY9i0bbaFTKuw7iC3ZBoCXi8QAvD_BwE&gclsrc=aw.ds&kw=ub)
- Villa, P. (13 de Agosto de 2018). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/airbnb-data-muestra-hoteles-peru-queden-negocio-noticia-546316-noticia/>
- XTB Online Trading. (2019). *Variación de la cuota de mercado de EE. UU - Servicios de transporte urbano con conductor privado*. Obtenido de [https://lat.xtb.com/xtb-investing-cup-2023?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=pmax\\_investing\\_cup\\_2023&utm\\_content=investing\\_cup\\_2023&utm\\_term=pmax&gclid=CjwKCAj](https://lat.xtb.com/xtb-investing-cup-2023?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=pmax_investing_cup_2023&utm_content=investing_cup_2023&utm_term=pmax&gclid=CjwKCAj)

wiOCgBhAgEiwAjv5whIn4iQ-SzSexskPOHAIF-  
hz2X7wvarSv0DCsRjDtTFVT\_ANki2lsihoCVtAQAvD\_BwE

## **ANEXOS**



## Anexo 1: Encuesta-Pasajeros

1. ¿Cuál es su sexo?
  - a. Masculino
  - b. Femenino
2. ¿Cuál es su edad?
  - a. Entre 18 – 28 años
  - b. Entre 29 – 39 años
  - c. Entre 40 – 50 años
  - d. Más de 51 años
3. ¿Cuál es su estado civil?
  - a. Soltero (a)
  - b. Casado (a)
  - c. OtroIndicar...
4. ¿Cuánto es su ingreso promedio familiar?
  - a. Menor a S/. 1900
  - b. Entre S/. 2000 y S/. 2900
  - c. Entre a S/. 3000 y S/. 3400
  - d. Más de S/ 3500
5. ¿Cómo se moviliza Ud. regularmente?
  - a. Transporte público
  - b. Movilidad propia
  - c. Taxi
  - d. OtroIndicar...
6. Cuándo Ud. utiliza taxi para moverse, ¿Qué tipo de taxi utiliza?
  - a. Taxi de la calle
  - b. Taxi de confianza
  - c. Taxi por aplicativo
  - d. Taxi de empresa
7. ¿Cuándo se tiene que mover de un lugar a otro viaja acompañado?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
8. ¿Usualmente a qué lugar se traslada Ud.?
  - a. Trabajo
  - b. Centro Médico
  - c. Club
  - d. Centro Comercial (Mall Aventura, Parque Lambramani, Real Plaza, etc.)
  - e. Otro
9. ¿Cuánto es su promedio de gasto en servicio de taxi durante un mes?
  - a. De S/. 0 a S/.49
  - b. De S/. 50 a S/.99
  - c. De S/. 100 a S/.140
  - d. De S/. 150 a S/. 190
  - e. Más de 200
10. ¿Con que frecuencia Ud. solicita taxi por aplicativo (por ejemplo, Uber, inDriver)?

- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
11. ¿Si hubiera un taxi por aplicativo que brinde servicio para el traslado de personas con discapacidad, Ud. tomaría el taxi?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
12. ¿Qué factor es el más importante para Ud. en un servicio taxi por aplicativo para personas con discapacidad?
- a. Comodidad y cordialidad
  - b. Seguridad
  - c. Precio
  - d. Higiene
  - e. Servicio rápido
13. ¿Considera Ud. que es importante que los vehículos cuenten con barras de ayuda para subir y bajar del vehículo?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
14. ¿Estaría Ud. dispuesto a pagar más por el servicio de taxi por aplicativo para personas con discapacidad?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
15. ¿Considera Ud. que es importante contar con medios de pago digital?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca
16. ¿Estaría dispuesto a compartir el servicio de taxi por aplicativo con otras personas con discapacidad motora, lo cual que ayudará a ahorrar en el servicio de movilidad?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces
  - d. Casi nunca
  - e. Nunca

## Anexo 2: Entrevistas realizadas a personal de salud

### PRIMERA ENTREVISTA

Nombre: Eduardo Cayllahua

Edad: 61 años

Empresa: Gerencia Regional de Salud

**1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?**

Una de las mayores dificultades es la falta de condiciones necesarias para las personas con discapacidad, ya que se les dificulta subir a una unidad de transporte público.

**2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?**

Depende la sociedad, personas que les los guíen y apoyen a subir y bajos de las unidades de transporte, es más generalmente estas personas dependen de otras para poder movilizarse.

**3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?**

Actualmente las ambulancias son empleadas en solo en casos de emergencia, por lo que se cuenta con las necesarias solo para estos casos, mas no como un medio de transporte diario.

Por ejemplo, si una persona en silla de ruedas tiene una emergencia, al momento de transportarla se tiene que recostarla y dejar la silla de ruedas.

**4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?**

No ofrecen las condiciones necesarias muchos conductores llenan sus maleteras de cosas y no se cuenta con el espacio para poner las sillas de ruedas, muletas, etc.

**5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?**

Deben ser cómodos, estar equipados con dispositivos que los ayuden a subir y bajar con facilidad, además para que se puedan sentir más independientes.

**6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?**

Generalmente dificultades para trasladarse, encontrar transporte y subir a las unidades, muchas veces los conductores pasan de largo y no los llevan.

**7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?**

Como ya mencioné anteriormente, las personas con discapacidad se tienen que desplazar acompañadas, para recibir apoyo de familiares y amigos al momento de subir y bajar de las unidades.

## **SEGUNDA ENTREVISTA**

Nombre: Pía Lazo

Edad: 40 años

Empresa: Enfermera especialista Hospital Regional Honorio Delgado

**1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?**

La falta de apoyo y empatía por parte de los transportistas, poca o ninguna adecuación de las unidades para las personas con discapacidad, quienes en hora punta no pueden encontrar fácilmente vehículos para su traslado.

**2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora se sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?**

Las personas con discapacidad podrían sentir más independencia si los vehículos contaran con dispositivos y lugares adecuados para su traslado como en otros países, donde los buses tienen rampas y lugares reservados para ellos.

**3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?**

La verdad desconozco el número de ambulancias, pero sé que muchas no ofrecen las condiciones necesarias para el transporte de personas con discapacidad.

**4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?**

No, por lo general son vehículos pequeños y el conductor no cuenta con entrenamiento en apoyo a estas personas.

**5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?**

Con suficiente espacio y versatilidad para que la persona con discapacidad pueda movilizarse fácilmente con su dispositivo de apoyo.

**6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?**

Definitivamente la indiferencia de la sociedad además que les es difícil encontrar transporte porque los vehículos no tienen parrillas para las sillas de ruedas, además de dificultad para subir a las unidades.

**7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?**

Casi siempre se desplazan acompañadas y esto debido a que necesitan recibir apoyo o soporte.

### **TERCERA ENTREVISTA**

Nombre: Milagros Arenaza

Edad: 33 años

Empresa: Enfermera asistencial en Sociedad Minera Cerro Verde.

**1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?**

La falta de rampas, barras de apoyo, y un espacio reservado para que puedan subir con sus sillas de ruedas como se hace en otros lugares del mundo.

**2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora se sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?**

De contar con espacios adecuados, de saber que puede contar con el apoyo de los transportistas, ya que en muchos casos son indiferentes.

**3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?**

Personalmente considero que el número de ambulancias es insuficiente, además que no en algunas ocasiones tardan en llegar.

**4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?**

Los taxis no ofrecen las condiciones necesarias, son pequeños, las puertas no son fijas, alguien externo tiene que sujetarlas para que puedan subir, algunos no cuentan con parrillas, además que los taxistas no saben cómo manipular las sillas de ruedas.

**5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?**

Deberían colocar puntos de apoyo estratégico que ayuden a subir y bajar las personas con discapacidad, sin la necesidad de hacer esfuerzo.

**6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?**

En realidad, en la institución donde laboro no enfrenta muchas dificultades, pero en la calle si he visto que enfrentan dificultades como por ejemplo falta de seguridad y dificultad para encontrar taxis, veredas rotas, buzones abiertos, etc.

**7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?**

Si, casi siempre familiares o amigos, quienes les brindan su apoyo para moverse.

#### **CUARTA ENTREVISTA**

Nombre: Cinthia Ramos

Edad: 31 años

Empresa: Enfermera asistencial en Clínica Paz Holandesa

**1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?**

La mayor dificultad se presenta porque los vehículos no están acondicionados correctamente, no tienen rampas, ni lugares exclusivos para las sillas de ruedas, además de la indiferencia de la sociedad.

**2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?**

Depende las personas que los rodean como familia y amigos quienes siempre les brindan soporte.

**3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?**

Particularmente pienso que el número de ambulancias en nuestra ciudad no es suficiente.

**4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?**

No, porque son medios de transporte de uso general, así también no brindan las condiciones ni la seguridad para el traslado de estas personas. Los taxistas en ocasiones no saben cómo abrir o cerrar las sillas de ruedas

**5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?**

Deben ser seguros, cómodos que no implique esfuerzos para ellos y de fácil traslado.

**6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?**

Falta de empatía por parte de la sociedad para brindar apoyo.

**7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?**

La mayoría sí, pero están también aquellos que si realizan sus actividades con independencia.

## QUINTA ENTREVISTA

Nombre: Patricia Romero

Edad: 45 años

Empresa: Enfermera sistencial en Hospital Docente

**1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?**

Dificultad para subir las gradas de los vehículos, dificultad para mantener el equilibrio.

**2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?**

Depende de la edad y estado de salud de las personas.

**3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?**

Considero que el número de ambulancias es insuficiente.

**4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?**

No ofrecen las condiciones necesarias se ve que los vehículos no cuentan con parrillas para sillas de ruedas.

**5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?**

En cuanto a la infraestructura interna no se puede cambiar, pero externamente pueden mejorar la visualización en logotipo de marcas especiales.

**6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?**

Definitivamente la dificultad en el transporte.

**7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?**

Depende de su estado de salud y edad, pero casi siempre si acuden acompañadas.

## **SEXTA ENTREVISTA**

Nombre: Lisbeth Salas

Edad: 48 años

Empresa: Obstetra en el Centro Médico Universitario Pedro P. Diaz

**1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?**

La falta de unidades acondicionadas para que se puedan sentir cómodos y seguros durante su viaje.

**2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora se sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?**

Del estado de la edad y salud de las personas, del hecho de saber que los vehículos los van a esperar el tiempo que necesiten para subir y bajar de un vehículo y no los estén apurando porque se podrían accidentar.



**3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?**

Considero que la cantidad de ambulancias son insuficientes, en casos de emergencias en domicilios tardan en llegar.

**4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?**

Los taxis no ofrecen las condiciones necesarias, los transportistas por no hacer esfuerzos ni querer brindar apoyo adicional no los recogen o les cobran un poco mas caro por la silla de ruedas.

**5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?**

Deberían ser amplios con rampas y barras de soporte.

**6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?**

Varias dificultades, pero sobre todo conseguir transporte, el mal estado de las calles, y peor ahora que por las lluvias las pistas están deterioradas, las veredas desniveladas, etc.

**7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?**

En la mayoría de los casos si acuden acompañadas porque los familiares son los que les brindan soporte.

## **SÉTIMA ENTREVISTA**

Nombre: Elva Quispe

Edad: 51 años

Empresa: Obstetra en el Centro Médico Universitario Pedro P. Diaz

**1. ¿Cuáles considera Ud. que son las mayores dificultades que presentan las personas con discapacidad motora al subir a unidades de transporte?**

Las unidades de transporte carecen de las condiciones y características adecuadas para el transporte de personas con discapacidad por ejemplo tienen rampas para poder subir con facilidad.

**2. ¿De qué factores dependería que una persona con discapacidad motora se sienta más independiente al momento de subir y bajar de un vehículo?**

De que los vehículos sean amplios, tengan rampas, y que los transportistas sean más amigables, les brinden un buen trato.

**3. ¿Considera que el número de ambulancias existentes es suficiente para el traslado de personas con discapacidad motora?**

En realidad, desconozco si hubiera ambulancias específicas para las personas con discapacidad motora, pero creo que en el Perú todo es insuficiente, además de la indiferencia del gobierno por las personas con discapacidad.

**4. ¿Considera que los taxis ofrecen las condiciones necesarias para movilizar a las personas con discapacidad motora?**

Los taxis ni vehículos ofrecen las condiciones necesarias para las personas con discapacidad, lo que más muchas veces se encuentran en mal estado

**5. ¿Cómo considera Ud. que debería ser la infraestructura de un taxi para las personas con discapacidad motora?**

Amplios con rampas para las sillas de ruedas, y con asientos bajos, que les permita viajar más cómodos.

**6. ¿Qué dificultades enfrentan las personas con discapacidad cuando están fuera de su institución?**

Transportarse en la vía pública porque las pistas tienen huecos, los vehículos no frenan para ceder la pasada.

**7. Las personas con discapacidad que acuden a su institución, ¿Se desplazan acompañadas?**

En la mayoría de los casos sí, pero también hay quienes vienen solos.

## **ENTREVISTAS REALIZADAS A CONDUCTORES**

### **PRIMERA ENTREVISTA**

Nombre: Daniel Alvis

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Responsabilidad, honestidad y seguridad.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

25.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

En su mayoría sí.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, en InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Viajes de acuerdo con mis necesidades y preferencias.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Entre 10 y 20%.

### **SEGUNDA ENTREVISTA**

Nombre: Braulio Gutiérrez

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Rapidez y seguridad en cada viaje.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

23.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

No, debido a las características de sus vehículos.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, a InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

Indrive 10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Seguridad, ya que el aplicativo tiene datos de los viajes que realizo.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Entre 10 y 20%.

### **TERCERA ENTREVISTA**

Nombre: Carlos Alberto Quispe

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

El confort en cada viaje y la seguridad.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

57.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

No, yo transporto a pacientes del hospital de Yanahuara y veo que muchos colegas no saben movilizar a personas discapacitadas o simplemente no los llevan.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, a InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

No gasto combustible buscando pasajeros y sé a dónde voy.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si, claro.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Entre 10% y 15%.

## CUARTA ENTREVISTA

Nombre: John Guevara

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

La seguridad que ofrezco en cada viaje junto a la limpieza que le doy a mi vehículo para dar una buena imagen y mejorar mis ganancias.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

35 aproximadamente.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

No, muchos colegas no les gustan transportar a personas con silla de ruedas o alguna discapacidad, por lo que aprovecho para no rechazar esos viajes ya que se les cobra un adicional por la silla de ruedas.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, a Uber e Indrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

En InDrive 10% y Uber un único pago mensual de S/80.00 por viajes ilimitados por 30 días.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Los aplicativos facilitaron este trabajo, ya que con el Waze se llega al destino de forma rápida, lo cual ahorra tiempo para el cliente y combustible al conductor.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si, toda aplicación que me genere mayor rentabilidad y menos recorrido de kilometraje es bienvenida.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Hasta 20%, considerando que me ofrezcan servicios a un precio superior.

## QUINTA ENTREVISTA

Nombre: Yany Llerena

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Precios justos y rapidez en el servicio.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

Aproximadamente 36.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

Los que hacemos aplicativo, tenemos un mejor trato hacia las personas en general.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, en Uber e InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Viajes a precios justos y seguridad para mí como conductora.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

18%.

## **SEXTA ENTREVISTA**

Nombre: Miguel Contreras

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Limpieza de mi vehículo, buen servicio y honestidad.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

24.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

Si en su mayoría, tratamos de ser serviciales.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, a InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Viajes seguros, filtros para registrarse y precios atractivos.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Entre el 10 y 20%, dependiendo del precio por KM que pague el aplicativo.

### **SETIMA ENTREVISTA**

Nombre: Paul Zúñiga

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Rapidez en el servicio, seguridad y facilidad para hacer los pagos.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

35 en promedio.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

Si, es parte de los servicios que se realiza, ayudar a los usuarios.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, a InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Recorrer menos kilómetros en búsqueda de viajes y el saber el precio.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Entre 10% y 18%.

### **OCTAVA ENTREVISTA**

Nombre: Michael Carpio

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Facilidad en poder contactarme de acuerdo a las necesidades del cliente y seguridad.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

Un promedio de 20 viajes al mes.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

Si, es parte del trabajo.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, en InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Mejores ganancias y menos combustible gastado.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

20%.

## **NOVENA ENTREVISTA**

Nombre: Víctor Díaz

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Honestidad, limpieza y precios atractivos.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

En promedio 34 viajes.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

En su mayoría sí.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, en InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.



6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Facilidad en encontrar servicios y registro de mis ganancias.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si.

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Entre 10% y 20%.

### **DÉCIMA ENTREVISTA**

Nombre: José Zevallos

1. ¿Qué factor valoran más los usuarios del servicio que Ud. brinda?

Garantía y seguridad.

2. ¿Cuántas carreras donde traslada a personas con discapacidad realiza mensualmente?

Aproximadamente 27.

3. ¿Considera que la mayoría de los conductores están capacitados para manipular sillas de ruedas?

Si en su mayoría.

4. ¿Está afiliado a alguna empresa de taxi por aplicativo?, ¿A cuántas?

Si, a InDrive.

5. ¿Qué porcentaje la empresa de taxi por aplicativo le cobran por comisión?

10%.

6. ¿Qué ventajas considera que una empresa de taxi por aplicativo ofrece?

Saber la ruta de viaje y registro de mis servicios realizados.

7. ¿Estaría dispuesto a afiliarse a una empresa de taxi por aplicativo que brinde servicio para personas con discapacidad?

Si

8. ¿Qué porcentaje estaría dispuesto a pagar de comisión por el uso del aplicativo?

Entre 10% y 20%.