



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**APLICACIÓN MÓVIL DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA: GO
TRUCK!**

**Proyecto de Innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración de Negocios**

GIANCARLO HERRERA CASTRO

(PL44490399)

ANDY HERNÁN HUARACHA MONZÓN

(PL46954955)

LORENZO ANDRÉ REYES LA COTERA

(PL46674938)

Lima – Perú

(2020)

A Dios, a nuestras familias por el apoyo constante que nos han brindado y a nosotros por el esfuerzo y la perseverancia para lograr este objetivo

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra idea de negocio consiste en una aplicación móvil de transporte de carga pesada dirigido a las empresas y transportistas ubicados en Lima Metropolitana. Nuestro servicio va enfocado a las grandes y medianas empresas de los sectores de minería, industria manufacturera, construcción, comercio y reparación autos y motos, que tienen requerimientos de traslado de carga dentro de sus operaciones. Asimismo está enfocado en los transportistas que cuentan con flota de transporte con reducidos servicios de traslado y responden solo ante los eventuales requerimientos de algunas empresas.

Sabemos que existe la necesidad de llevar a cabo un proceso de licitación entre las empresas y transportistas para el contrato de un transporte. Para el lado de las empresas se ha vuelto recurrente la baja efectividad del servicio de transporte contratado con su proveedor. Por el lado de los transportistas presentan tiempos perdidos durante el día a día para captar un servicio de traslado de carga. Go truck pondrá a disposición del mercado de transporte de carga una aplicación móvil de uso fácil y eficaz convirtiendo un proceso de licitación de horas a minutos para concretar un servicio de transporte de carga.

Nuestra diferencia con la competencia a parte de las características y presentación del servicio en la aplicación es que permite gestionar la solicitud del servicio de transporte, el envío de cotizaciones de viaje, la trazabilidad del viaje, llegada a destino y pago, registros de los usuarios participantes en un tiempo real, esto beneficiará directamente a ambos con un servicio más eficiente por medio de una licitación de contrato electrónico para el servicio de transporte de carga.

La inversión necesaria para la implementación de este plan de negocio digital es S/xxxxxxxxx soles, de los cuales los tres socios aportarán el total de la inversión. Por último, los resultados económicos y financieros para desarrollar esta idea demuestran la viabilidad de este negocio, pues se ha tenido en cuenta los siguientes indicadores:

VAN: S/ 72826.00

TIR: 26.07%

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	
1.1. Idea de negocio	11
1.2. Diagnóstico de la idea del negocio	15
1.3. Justificación del plan de negocio.....	17
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO	
2.1. Análisis del Microentorno	20
2.2. Análisis del Macroentorno	30
CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	
3.1. Misión	40
3.2. Visión	41
3.3. Valores	41
3.4. Objetivos estratégicos generales	42
3.5. Matriz FODA	43
3.6. Estrategia genérica de Porter	47
3.7. Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)	49
CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO	
4.1. Oferta.....	50
4.2. Demanda	53
CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	
5.1. Mercado.....	104
5.2. Marketing Mix.....	107
5.3. Formulación estratégica ANSOFF	119
5.4. Proyección de ventas.....	120

CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO

6.1. Localización de la empresa	121
6.2. Tamaño del negocio	121
6.3. Necesidades.....	123
6.4. Costos (directos e indirectos)	124
6.5. Proceso de producción u operación (diagrama de flujo).....	127
6.6. Certificaciones necesarias	131
6.7. Impacto del medio ambiente	131

CAPÍTULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1. Constitución de la empresa	132
7.2. Obligaciones	135
7.3. Estructura organizacional.....	136
7.4. Descripción de funciones	137

CAPÍTULO VIII. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

8.1. Inversiones (estructura)	139
8.2. Ingresos y egresos	139
8.3. Flujo de caja	140
8.4. Evaluación económica y financiera (VAN y TIR).....	141

CONCLUSIONES.....	145
--------------------------	------------

RECOMENDACIONES.....	146
-----------------------------	------------

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	147
--	------------

ANEXOS.....	151
--------------------	------------

ÍNDICE DE TABLAS

• Tabla N° 1. Modelo de negocio CANVAS.....	14
• Tabla N° 2. Equipo de Trabajo	19
• Tabla N° 3. Competencia.....	22
• Tabla N° 4. Pasarelas de Pago	29
• Tabla N° 5. Conflictos socioambientales - Número de casos – Setiembre 2019.....	37
• Tabla N° 6. Matriz EFE – Factores Externos	43
• Tabla N° 7. Matriz EFI – Factores Internos.....	44
• Tabla N° 8. Matriz FODA	45
• Tabla N° 9. Matriz de contrastación MIME	46
• Tabla N° 10. Oferta de viajes empresas industriales	52
• Tabla N° 11. Oferta de viajes empresariales industriales – pequeños transportistas.....	52
• Tabla N° 12. Oferta de viajes pequeñas empresas transportes	53
• Tabla N° 13. Investigación y metodología	54
• Tabla N° 14. Técnicas.....	54
• Tabla N° 15. Factores encuestas	56
• Tabla N° 16. Factores Ficha de Investigación	56
• Tabla N° 17. Matriz de operacionalización de las variables.....	57
• Tabla N° 18. Cuadro de doble entrada.....	58
• Tabla N° 19. Plan de trabajo para superar desventajas.....	59
• Tabla N° 20. Perfil del cliente objetivo	60
• Tabla N° 21. Segmentación del mercado objetivo.....	61
• Tabla N° 22. Empresas autorizadas del transporte de carga por departamento–2007-2018.....	62
• Tabla N° 23. Datos de fuentes secundarias.....	63
• Tabla N° 24. Clientes Empresas	63
• Tabla N° 25. Clientes Transportistas	64
• Tabla N° 26. Clientes Empresas	65
• Tabla N° 27. Clientes Transportistas	66
• Tabla N° 28. Encuesta - cantidad de necesidades de transporte de carga pesada - empresas industriales.....	70
• Tabla N° 29. Pregunta 1.....	71
• Tabla N° 30. Pregunta 2	72
• Tabla N° 31. Pregunta 3.....	73
• Tabla N° 32. Pregunta 4.....	74
• Tabla N° 33. Pregunta 5.....	75

• Tabla N° 34. Pregunta 6	76
• Tabla N° 35. Pregunta 7.....	77
• Tabla N° 36. Pregunta 8.....	78
• Tabla N° 37. Pregunta 9.....	79
• Tabla N° 38. Pregunta 10.....	80
• Tabla N° 39. Pregunta 11.....	81
• Tabla N° 40. Pregunta 12	82
• Tabla N° 41. Pregunta 13.....	83
• Tabla N° 42. Pregunta 14.....	84
• Tabla N° 43. Pregunta 15	84
• Tabla N° 44. Pregunta 16.....	85
• Tabla N° 45. Encuesta - cantidad de necesidades de transporte de carga pesada – transportistas... 86	
• Tabla N° 46. Pregunta 1.....	87
• Tabla N° 47. Pregunta 2.....	88
• Tabla N° 48. Pregunta 3.....	89
• Tabla N° 49. Pregunta 4.....	90
• Tabla N° 50. Pregunta 5.....	91
• Tabla N° 51. Pregunta 6.....	92
• Tabla N° 52. Pregunta 7.....	93
• Tabla N° 53. Pregunta 8	93
• Tabla N° 54. Pregunta 9.....	94
• Tabla N° 55. Pregunta 10.....	95
• Tabla N° 56. Tabla N° 11	96
• Tabla N° 57. Tabla N° 12	97
• Tabla N° 58. Pregunta 13.....	97
• Tabla N° 59. Pregunta 14.....	98
• Tabla N° 60. Pregunta 15.....	98
• Tabla N° 61. Pregunta 16.....	99
• Tabla N° 62. Pregunta 17.....	100
• Tabla N° 63. Proyección de la demanda.....	103
• Tabla N° 64. Segmentación	106
• Tabla N° 65. Producto	107
• Tabla N° 66. Formulación estratégica ANSOFF	119
• Tabla N° 67. Proyección de ventas.....	120
• Tabla N° 68. Costos directos	124
• Tabla N° 69. Planillas.....	124
• Tabla N° 70. Equipos.....	125
• Tabla N° 71. Otros.....	125

- Tabla N° 72. Costos pre operativos 125
- Tabla N° 73. Constitución de la empresa..... 132
- Tabla N° 74. Procesos, trámites, costos..... 134
- Tabla N° 75. Condiciones y obligaciones..... 136
- Tabla N° 76. Funciones – Gerente general 137
- Tabla N° 77. Funciones – Asistente administrativo..... 137
- Tabla N° 78. Funciones – Analista de operaciones 138
- Tabla N° 79. Funciones – Analista TI 138

ÍNDICE DE GRÁFICOS

• Gráfico N° 1. Logotipo	13
• Gráfico N° 2. Mercado de Transporte	15
• Gráfico N° 3. Mercado de Transporte 2.....	16
• Gráfico N° 4. Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter	19
• Gráfico N° 5. Logotipo Uber Freight.....	25
• Gráfico N° 6. Routes	26
• Gráfico N° 7. Operador internet.....	28
• Gráfico N° 8. Clasificación vehicular de carga y/o mercancías.....	32
• Gráfico N° 9. Evolución de conexiones de acceso a internet movil	35
• Gráfico N° 10. Cobertura por tecnología de banda ancha.....	35
• Gráfico N° 11. Cobertura (2G, 3G, 4G).....	36
• Gráfico N° 12. La infraestructura es la base del desarrollo digital	36
• Gráfico N° 13. Empresas según tipos de medidas de seguridad, Setiembre 2017 – Agosto 2018... 38	
• Gráfico N° 14. Antigüedad del parque automotor, 2018	39
• Gráfico N° 15. Go Truck.....	40
• Gráfico N° 16. Estrategia de diferenciación.....	47
• Gráfico N° 17. Cadena de valor	49
• Gráfico N° 18. Empresas de Transporte Tradicionales según cantidad de flota.....	50
• Gráfico N° 19. Logos RANSA Y TRC.....	51
• Gráfico N° 20. Zonas industriales en Lima y Callao	87
• Gráfico N° 21. Mercado de transporte - estadísticas	104
• Gráfico N° 22. Venta de vehículos pesados – Camiones y tractores	105
• Gráfico N° 23. Solicitud de servicio de carga.....	109
• Gráfico N° 24. Solicitud de servicio de carga 2.....	110
• Gráfico N° 25. Licitación.....	111
• Gráfico N° 26. Trazabilidad del viaje	112
• Gráfico N° 27. Llegado a destino del viaje y pago	113
• Gráfico N° 28. Registro de transportista.....	114
• Gráfico N° 29. Registro de usuario	115
• Gráfico N° 30. Búsqueda en Google.....	117
• Gráfico N° 31. Logos de Redes sociales.....	117
• Gráfico N° 32. Logo - Anatec	118
• Gráfico N° 33. Logos – Logística 360 y Logistec.....	118

• Gráfico N° 34. Localización de la empresa	121
• Gráfico N° 35. Ambiente del negocio	122
• Gráfico N° 36. Wework - web	122
• Gráfico N° 37. Espacio de alquiler.....	123
• Gráfico N° 38. Pedido de envío de carga	126
• Gráfico N° 39. Registro de cliente	127
• Gráfico N° 40. Registro de transportista	128
• Gráfico N° 41. Constitución de empresa - SUNARP	133
• Gráfico N° 42. Pequeña y micro empresa	135
• Gráfico N° 43. Estructura organizacional	136

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto consiste en la implementación de una aplicación de transporte de carga pesada llamada Go Truck, nuestro proyecto ofrece mejores tiempos de búsqueda y negociación entre las empresas y los transportistas. Además preserva la seguridad de cada servicio por medio de tecnologías (GPS) con adecuada trazabilidad y monitoreo durante el proceso de traslado de la carga. En comparación con otras aplicaciones, estos aspectos lo determinan como un servicio diferente dentro de un mercado de transporte de carga pesada cada vez más exigente y evolutivo.

Todo ello nos permitirá captar a nuestros clientes potenciales, los cuales han sido investigados en el presente proyecto, asimismo aprovecharemos la disponibilidad de información del sector industrial, de transporte y comunicaciones que están relacionados los aspectos del modelo de negocio. La aplicación móvil será un programa diseñado para teléfonos, tablets y otros dispositivos móviles, que permitirán al usuario realizar una actividad profesional con acceso a un servicio específico con información disponible por medio de sistema operativo que puede ser Android o IOS.

La aplicación móvil de transporte de carga pesada será nuestro principal servicio a ofrecer, las características y atributos de la aplicación están basadas en ser comprensible y amigable, con buena estética en cada interfaz de interacción y por la fácil navegación de cada usuario participante en el proceso de licitación de contrato para el servicio de transporte de carga. Nuestra principal fuente de ingreso se obtendrá por medio de una comisión del 5 %, tanto a la empresa como transportista que realice de manera exitosa una licitación de contrato de transporte de carga pesada.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Idea de negocio

De acuerdo a la web Logistec (2018):

Para nadie es un misterio que la cadena logística ha experimentado fuertes cambios, a nivel mundial, en los últimos 10 años, en especial en lo que se refiere a la incorporación de tecnologías, optimización de procesos; todo con foco en hacer más eficientes los diseños operacionales.

Además, “un informe del Banco Mundial colocó al Perú en el puesto 83 a nivel global en desempeño logístico. (...) el país se encuentra en el décimo lugar a nivel regional, muy por debajo de naciones como Chile y Panamá” (Conexión ESAN, 2019).

En la actualidad, existen empresas del sector industrial que gestionan servicios de transporte y logística por medio de un sistema habitual, no obstante, se ha vuelto recurrente la baja efectividad del servicio de transporte contratado para atender una necesidad de traslado desde la fábrica o almacén hacia un lugar de destino. El incumplimiento de los contratos establecidos con el proveedor de transporte ocasiona problemas en la distribución y tienen repercusiones directas en la oportunidad de entrega (fecha acordada), Integridad del pedido (cantidad y calidad de productos solicitados), costos logísticos y servicio de entrega (post venta y trazabilidad). Adicional a ello, la captación de un transporte externo conlleva a realizar llamadas o mensajes, por lo que, típicamente la disponibilidad de un vehículo, la negociación de condiciones y la coordinación consume bastante tiempo.

Por otro lado, según la web de noticias Andina (2019),

(...) alrededor del 35% del personal que trabaja en un almacén o centro de distribución es informal; es decir, no tiene un contrato de servicio, no cuenta con las condiciones mínimas de seguridad en el trabajo, no goza de beneficios según ley, etc.

Asimismo, también agrega que “si se refiere al sector transporte, la cifra llega al 83% de informalidad. Si a ello se le suma la inmigración, que es un tema de coyuntura, posiblemente los índices sean mayores”.

Adicional a ello, existen dentro de los parques industriales transportistas formales e informales que mantienen reducidos servicios de traslado y responden solo ante los eventuales requerimientos de algunas empresas. Ante este panorama, los transportistas presentan situaciones de capacidad ociosa de carga en sus camiones, tiempos perdidos, desvelo e incremento sostenido de sus costos.

Ante esta problemática, hemos decidido desarrollar Go Truck, una aplicación móvil que conecta a transportistas con empresas del sector industrial. Nos orientamos en crear un espacio propicio donde los transportistas (oferta) y las empresas industriales (demanda) llevarán a cabo un proceso de licitación electrónica de contrato. El mencionado espacio será realizado por medio de una aplicación para dispositivos móviles con sistema operativo Android y IOS, en el que pretendemos afianzar una práctica de usuario rápida y eficaz para disminuir los tiempos de búsqueda y negociación con un transportista, convirtiéndolo de horas a minutos.

Asimismo, se preservará la seguridad del servicio por medio de tecnologías (GPS) con adecuada trazabilidad y monitoreo del transporte durante el proceso de traslado de la carga, por lo que, el cumplimiento de cada traslado beneficiará directamente a las empresas industriales con un servicio más eficiente. Por otro lado, los transportistas podrán modificar la estructura de su negocio tradicional y tendrán una alternativa segura y fácil de poder mantener circulando sus camiones con carga cada día, Asimismo, esto hará que su negocio sea más sostenible.

De igual forma, ante lo expuesto anteriormente se presentan la oportunidad de implementar nuevas tecnologías que mejorarán el rendimiento de los servicios que ofrece cada negocio en, con el objetivo de evitar sobrecostos y mejorar el grado de satisfacción en sus clientes.

Gráfico N° 1. Logotipo



Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 1. Modelo de negocio CANVAS



Fuente: Elaboración propia (2020)

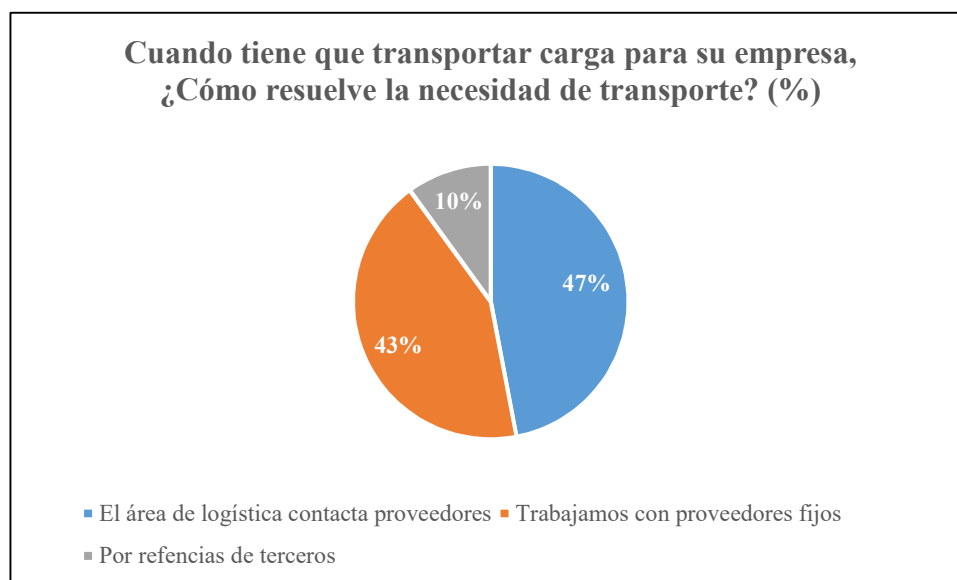
1.2 Diagnóstico de la idea de negocio

Según El Peruano (2018), “la economía peruana pasa por un crecimiento indudable; esto repercute en la industria, el comercio y en la logística. En los últimos años, la demanda de carga se incrementó significativamente porque moviliza 850 millones de toneladas anualmente”. Por otra parte:

El transporte de carga terrestre tiene una proyección de crecimiento de 12% anual, empero, puede ser mejorado si factores como la disponibilidad de unidades, comparación de precios al momento de contratar y el acceso a una comunidad de transportes online son tomados en consideración. Asimismo, se calcula que hay 150,000 unidades de carga pesada en el Perú.

Cabe precisar, que la gestión de solicitudes para el servicio de transporte de carga es generada mayormente por áreas específicas de las empresas industriales o por medio de sus proveedores fijos, sin embargo, existe un margen del 10% de solicitudes no atendido directamente, por lo que están supeditados a recurrir a algún proveedor de transporte externo, por lo tanto, se tiene la certeza de poder ser considerados como una alternativa para satisfacer esta necesidad. De acuerdo con todo lo mencionado, se tiene como referencia la siguiente estadística:

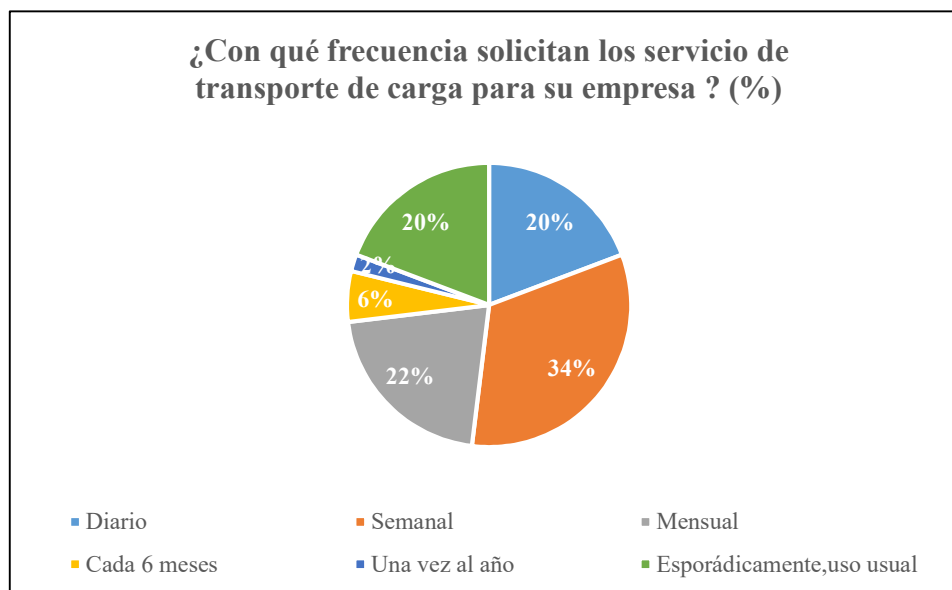
Gráfico N° 2. Mercado de Transporte



Fuente: El Peruano (2018)

Por otra parte, es de gran importancia conocer la frecuencia de solicitud del servicio de transporte de carga, este factor es positivo para nosotros, puesto que nos permite tener información directa sobre el ritmo en entrega de carga programada según calendario, además se pondrá énfasis en dar alternativas de transporte acorde al flujo de traslados demandados para que las empresas industriales logren una distribución efectiva, sin retrasos y repercusiones negativas. De acuerdo con todo lo mencionado, se tiene como referencia la siguiente estadística:

Gráfico N° 3. Mercado de Transporte 2



Fuente: Fuente: El Peruano (2018)

De acuerdo a Conexión ESAN (2018), se tiene que con las tecnologías de la información (TI):

(...) han surgido emprendimientos que buscan nuevas formas de colaboración y asociación de conglomerados que tienen a su disposición y alcance fórmulas para satisfacer necesidades de clientes con mayores y mejores demandas. Estos modelos de negocio han modificado la disponibilidad tradicional de los productos y servicios, por lo que podrían considerarse ideas disruptivas o radicales.

Otro, aspecto a tener presente, es que nuestra propuesta de negocio está orientado a generar economías colaborativas a través de un aplicación móvil, donde la empresa industrial y el transportista de carga podrán concretar un contrato de licitación para el servicio de transporte de carga de manera más práctica, sencilla y eficaz.

1.3 Justificación de la idea de negocio

En el Perú tener una empresa de transporte de carga se necesita una suma alta de capital. Muchos empresarios usan el famoso leasing vehicular para despegar este negocio, pero tendrán que pagar de forma mensual una cuota proyectada en varios años por esta prenda vehicular mientras el negocio despierta y se desarrolla, además esta situación dificulta la sostenibilidad del negocio.

Por lo contrario, las empresas industriales tienen como proveedores a empresas de transporte de carga, que en ciertas ocasiones no transportan cierto producto o material a algún cliente. En consecuencia, entran en apuros al no poder atender el requerimiento y la primera acción realizada es comunicarse con un transportista externo que esté cerca, pero en respuesta están ocupados o no están con la disponibilidad del caso. Además, existen transportista que solo prefieren transportar cantidades mínimas en algún requerimiento.

Por esta razón, nuestro negocio buscará satisfacer las necesidades de las empresas industriales y de los transportistas que necesiten concretar una licitación con alta transparencia para el traslado eventual o urgente de algún producto o material a precio prudente en el tiempo solicitado. Asimismo, la aplicación que proponemos al sector ayudará a ambos clientes dentro de un entorno técnico, digital y comercial lograr una licitación acorde a sus intereses y objetivos.

A su vez, podemos citar lo comentado por el Sr. Jorge Cornejo Zavaleta docente del curso Gestión y Seguridad en el Transporte del PEE de ESAN, en una entrevista realizada a Conexión ESAN (2018):

La seguridad, eficacia, costos y tipos de ruta definirán el tipo de vehículo de carga, así como la capacidad y otras características del mismo. Este factor es muy importante en la gestión de transportes.

Para asegurar la máxima rentabilidad en el proceso de transporte, satisfacer la demanda de los clientes y garantizar la calidad de los productos distribuidos, se necesita un vehículo de carga ideal. Este debe ser elegido pensando en las necesidades de la empresa. Seleccionar un camión de carga, por ejemplo, representa un desafío para la organización, pues es necesario considerar varios aspectos. Por su parte, señala otros factores trascendentales para la elección:

- a) Rapidez en la entrega. - Primero se considera el tipo de unidades que prestarán el servicio, sean camiones u algún otro medio de transporte a utilizar. Se debe elegir a la empresa proveedora que pueda brindar la entrega de mercadería en el plazo establecido.
- b) Costos. -Es importante considerar una o varias unidades de transporte que permitan ajustar el tema del flete. Aunque existe casi siempre un estándar de precios, es fundamental elegir la mejor opción según la inversión de la compañía.

- c) Eficiencia. - Si se selecciona una empresa proveedora de vehículos de transporte, esta debe contar con una serie de servicios ante las distintas eventualidades que pueden ocurrir en la ruta.
- d) Seguridad. - Los vehículos deben garantizar la carga y que esta no solo llegue en buenas condiciones al destino, sino que la mercadería no sea sustraída en forma parcial o completa. Debe contar con tecnología de seguridad (como localización GPS) que brinde a la compañía un control en toda la trayectoria de la carga.
- e) Precisión. - Los clientes desean que la mercadería llegue al destino final sin contratiempos. Por lo tanto, los vehículos deben ser de calidad, sin muchos años de antigüedad.
- f) Modo. - El tipo de transporte debe satisfacer los requerimientos de la carga. Puede ser un vehículo de carretera, ferroviario, marítimo o aéreo.

Por último, Cornejo resalta la importancia no solo de los vehículos, sino también del servicio al cliente: "empezando por el conductor, el personal administrativo y todos los trabajadores en general". Es en estos agentes en los que la empresa deposita su confianza. Por ello, deben estar capacitados y alineados con la visión y cultura organizacional de la compañía.

Es importante que nuestro modelo de negocio cuente con personal constantemente capacitado para estar alineado a las diversas exigencias que se presentan en el mercado, asimismo se tendrá en cuenta no sólo los aspectos del transporte, sino que debe ser de alta prioridad la parte del servicio al cliente.

Este proyecto estará compuesto por los siguientes 3 participantes que tienen una misma orientación empresarial en común, comprometidos en el desarrollo y sostenibilidad del modelo de negocio.

Tabla N° 2. Equipo de Trabajo

EQUIPO DE TRABAJO		
APELLIDOS Y NOMBRES	CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA
1. Herrera Castro , Giancarlo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Consultor SAP S4HANA para Proyectos SAP de implementación y mejora continua. ➤ Profesional en Administración de Negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia de 5 años en el rubro tecnológico en el desarrollo de aplicaciones específicamente del rubro comercial y de transporte. ➤ Actualmente trabaja en la empresa Experis Perú S.A.C, asignado al cliente Ferreyros SA. cubriendo el desarrollo de aplicaciones SAP Transportation Management para soluciones a la logística de transportes.
2. Reyes La Cotera , Lorenzo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de carga internacional. ➤ Comercio Electrónico ➤ Egresado en Administración de Negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia de 5 años en el rubro logístico, actualmente trabaja en la empresa Talma Servicios Aeroportuarios S.A, asignado al área de Facturación Carga internacional. ➤ Realiza coordinaciones y trabaja en conjunto con auxiliares de despacho, transportistas y personal administrativo.
3. Huaracha Monzón , Andy	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estados financieros ➤ Indicadores financieros ➤ Egresado en Administración de Negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia en administrar cuentas grandes provenientes de personas jurídicas, personas naturales. ➤ Actualmente trabaja en MIBANCO como Ejecutivo de cuentas pasivas, administrando la cartera de una agencia bancaria

Fuente: Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis del microentorno

Para el análisis del micro entorno, es importante poder diagnosticar la competitividad del sector al que queremos ingresar, y para esto se utilizará el análisis de las cinco fuerzas propuestas por Michael Porter:

Gráfico N° 4. Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Riquelme (2015)

- **Fuerza 1: El poder negociador de los clientes.**
- Para nuestra idea de negocio se han identificado dos tipos de clientes, ya que la idea de nuestra aplicación busca brindarle servicios tanto a las empresas que requieren servicios de transporte, y para los transportistas independientes o con pocas unidades que no suelen tener contratos o servicios a largo plazo con empresas.

- El modelo de negocio está enfocado a dos segmentos de clientes dependientes entre sí; es decir, para que uno del segmento de clientes obtenga valor, debe existir en paralelo el otro. (Debe ir p de producto)

Transportista:

Los transportistas de carga pesada trabajan con empresas industriales y otras que necesitan trasladar alguna carga. Algunos transportistas son empresas con un nivel de formalidad, estructura y organización administrativa pero su principal problema es la falta de contacto, porque habitualmente coordinan sus servicios vía telefónica según la necesidad de transporte.

Por otro lado, existen transportistas que aún están pendiente de formalizarse, y esta situación hace enormemente complicado la negociación con sus clientes que requiere constantemente que los transportistas cumplan requisitos legales y documentarios para la realización de la labor de transporte.

Esto hace que el poder de negociación con los transportistas sea *Medio* ya que pueden elegir trabajar directamente con la empresa o con nosotros, lo cual hace que la experiencia sea un factor importante en el negocio.

Empresas Industriales:

Las grandes empresas que necesitan transportar su mercadería, producto o algún material tienen normalmente su empresa aliada que le ayuda con el transporte. Sin embargo, necesitan en ocasiones transportar alguna mercancía urgente y su empresa aliada eleva el precio del flete, debido a que mover un camión por un producto no es rentable o por qué no tiene disponibilidad de camión. Asimismo, están las microempresas y medianas empresas que no necesitan trasladar grandes cantidades donde nuestro servicio sería eficaz ya que los transportistas mayormente tienen entre 1 a 8 camiones.

El poder de negociación de estos clientes es Medio ya que, si bien usualmente establecen contratos con muchos transportistas, de la misma manera hacen uso con frecuencia de proveedores adicionales de transporte de carga, y usualmente indican cuánto es el monto máximo que pagan por el servicio.



CONCLUSIÓN:

El poder de negociación de los dos tipos de clientes que hemos identificado es Medio en ambos casos, ya que existen tanto muchos transportistas como también muchas empresas.

➤ **Fuerza 2: Rivalidad entre los competidores.**

En este momento, en el rubro de aplicaciones digitales que sirvan de enlace entre los transportistas y las empresas existe la APP EFLETEX, que tiene aproximadamente dos años en Perú, se dedica al servicio de transporte para personas naturales y jurídicas mediante oferta en su app para los transportistas que decidan usarlo. Tiene como aliado al grupo AJE y otras empresas. Asimismo, otro competidor es USHIP que es conocido de manera global, sin embargo, no tiene mucho marketing en el Perú.

Tabla N° 3. Competencia

MARCAS DE LA COMPETENCIA			
N°	CARACTERÍSTICAS		
1	FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presencia de 2 años en el mercado online de gestión de transportes y fletes. ➤ Opera en países como Perú, México, Argentina y Colombia. ➤ Convenios con grandes empresas como AJE y Alicorp. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presencia de 11 años en el mercado online de envíos, transporte y fletes en línea. ➤ Opera globalmente en 19 países. ➤ Acuerdo de cooperación con DB Schenker. ➤ Cobertura Local e Internacional.
2	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deficiencias en el funcionamiento de la aplicación móvil. ➤ Quejas y reclamos por las demoras de pago. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Problemas de Instalación en dispositivos móviles ➤ No cuentan con una herramienta de seguimiento y rastreo.
3	SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Moderna aplicación móvil que optimiza, moderniza y facilita la conexión entre transportistas y diversas empresas generadoras de cargas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plataforma online que conecta a personas interesadas de transportar carga o artículos con transportistas particulares, empresas de transporte .
4	PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Según la oferta y tipo de material. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sistema de subastas.
5	COMUNICACION	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Whatsapp, Fan page. Correo electrónico. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Telefonía móvil, Redes sociales, correo electrónico
6	EVIDENCIA FISICA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Av. Arequipa 2618 - 2620, San Isidro, Lima, Perú. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 205 E Riverside Dr, Austin, TX 78704, EEUU – TEXAS

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO							
FACTORES DE EXITO	VALOR	GO TRUCK		E-FLETTEX		USHIP	
		CLASIFICACION	PUNTAJE	CLASIFICACION	PUNTAJE	CLASIFICACION	PUNTAJE
TECNOLOGIA	0.20	4	0.80	4	0.80	3	0.60
CALIDAD	0.10	2	0.20	3	0.30	3	0.30
PRECIO	0.10	3	0.30	3	0.30	4	0.40
SEGURIDAD	0.08	2	0.16	3	0.24	1	0.08
SOPORTE TECNICO	0.08	2	0.16	1	0.08	1	0.08
PUBLICIDAD	0.02	3	0.06	2	0.04	2	0.08
COBERTURA	0.15	2	0.30	3	0.45	4	0.60
TIEMPOS DE ENTREGA	0.07	2	0.14	3	0.21	3	0.21
METODO DE PAGO	0.10	3	0.30	1	0.10	1	0.10
PARTICIPACION DE MERCADO	0.10	1	0.10	2	0.20	4	0.40
TOTAL	1.00		2.52		2.72		2.85

Clasificación: (1) Debilidad grave; (2) Debilidad menor; (3) Fortaleza menor;(4) Fortaleza mayor

Fuente: Elaboración propia (2020)

CONCLUSIÓN:

El rubro de transportes está cubierto por el mercado tradicional, en el que las empresas establecen contratos a largo plazo con los transportistas, este rubro sí está con una rivalidad Alta entre las empresas de transporte. Se debe tener en cuenta que el hecho de tener empresas bastante informales, hace que la rivalidad entre las empresas de transporte sea también bastante Alta.

➤ **Fuerza 3: La amenaza de entrada de nuevos competidores.**

Esta es una posible amenaza muy relevante, ya que, al ser un mercado sin gran cobertura, en este momento, es una posibilidad latente el ingreso de un nuevo competidor. Considerando que este competidor puede tratarse de una nueva operación de negocio de empresas como Uber, Beat, o Cabify que son empresas con marcas reconocidas y amplia experiencia en el rubro digital.

Es así, que de acuerdo con APAM (2019):

Uber promociona la carga como su tercer negocio más importante después del transporte de personas y la entrega de alimentos. Representó casi el 3% de los ingresos de la empresa en el 2018, pero las reservas crecieron casi un 450% ese año, más rápido que cualquier otra división.

Gráfico N° 5. Logotipo Uber Freight



Fuente: Google Play Store (2020)

CONCLUSIÓN:

La posibilidad de entrada de nuevos competidores es alta como se ha indicado, por lo que se debe de trabajar en una estrategia de diferenciación, que permita centrarse en un nicho de mercado específico, además nos permitirá especializarnos únicamente en ese mercado. La intensidad de esta de fuerza es Alta.

➤ **Fuerza 4: El poder negociador de los proveedores.**

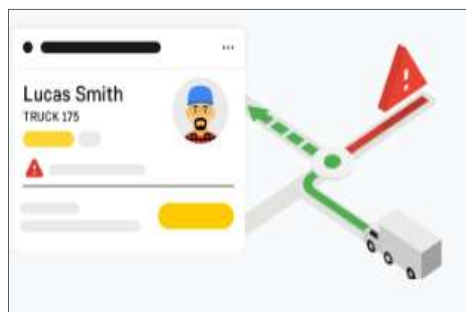
En el rubro de los negocios digitales existen ya varios proveedores debido al crecimiento de estos. Asimismo, el servicio se oferta según la demanda, estos son los poderes de los proveedores según el servicio que requerimos y la competitividad de su propio mercado:

Sistemas de Geolocalización y Mapas:

Estos sistemas ayudan a ubicar al transportista, y por ende la ubicación de la carga, así como informar el recorrido, tráfico, distancia, el sistema de cobros que tienen es por operación en la que se accede a sus servicios, por lo que es necesario para la aplicación:

Google Location Service API y Google Maps (Android) son los principales proveedores de estos servicios para nuestra empresa. Por otra parte, WAZE son las principales aplicaciones que usa los conductores para su trabajo.

Gráfico N° 6. Routes



Fuente: Google Cloud (2020)

En este mercado el poder de negociación de los proveedores es Alto, ya que se trata de básicamente de un solo proveedor para estos servicios.

Soporte y mantenimiento de Software:

Debido a que hay muchas aplicaciones en el mercado, ya es una tendencia global la existencia de muchos proveedores de mantenimiento, etc. En el sistema operativo para móviles existen IOS y ANDROID que dominan el mercado, lo que estaríamos obligados usarlos.

A su vez, podemos citar lo comentado por el Sr. Víctor Daniel De la Cruz, coordinador del programa CodiGo de Mentores, entrevista realizada por Exitosa (2019):

La gran demanda se debe a que las compañías peruanas están apuntando a la transformación digital, en tanto entre las funciones que tienen los programadores figuran el desarrollo de la intranet (red informática interna de una empresa), software, páginas web, e-commerce (comercio electrónico), aplicativo web, aplicativos móviles, entre otros.

“La demanda también ha aumentado con la aparición de las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, que está siendo implementada por varias empresas, y detrás de esa tecnología también están los diagramadores. Esto no había hace 3 o 4 años y por ello se estima que se requieren en el país más de 10,000 programadores actualmente.”

En este mercado el poder de los proveedores, tienen un poder de negociación Bajo, ya que este mercado cuenta con alternativas de servicio por parte de los proveedores.

Infraestructura para redes e internet:

Nuestra plataforma digital requiere obligatoriamente de Infraestructura de redes e Internet. Existe un mercado con algunos proveedores de estos servicios en el país: IBM, Movistar, Dell, y otros. Asimismo, la plataforma digital requiere de manera obligatoria la conexión a Internet, en nuestro país la disponibilidad de internet la proporcionan las empresas como América Móvil Perú SAC(Claro), Telefónica del Perú SAA (Movistar), Entel Perú S.A.(Entel) y VIETTEL PERU S.A.C. (Bitel).

El operador peruano WIN está brindando amplia cobertura en Lima metropolitana por medio del servicio de internet por fibra óptica para el hogar. Según el portal web de WIN (2020):

La Fibra óptica es la última tecnología para la transmisión de datos. Otros operadores hoy ofrecen Internet, Cable y Teléfono bajo tecnologías antiguas como Coaxial o ADSL. Son hilos del grosor de un cabello por donde viajan los datos a la velocidad de la luz. Es bidireccional; es decir, solo con un cable puedes enviar y recibir datos. Puedes tener muchos dispositivos conectados a la vez sin perder la calidad de tu Internet.

Gráfico N° 7. Operador internet



Fuente: WIN (2020)

En este mercado el poder de negociación de los proveedores es Medio, ya que sí existen algunos proveedores del servicio con los que es posible comparar precios, y tener precios competitivos

Pasarela de Pagos:

Nuestra aplicación requiere de un sistema de pagos que sea eficiente y seguro, por lo que se requiere hacer uso de este servicio para agilizar el pago entre las empresas que requieren el servicio de carga y los transportistas, en este mercado existen algunos proveedores de estos servicios como: Niubiz, Paypal, Qulqi, y otros.

Tabla N° 4. Pasarelas de Pago

LAS PASARELAS DE PAGO MÁS USADAS EN PERÚ	
1. CULQUI	
2. MERCADO PAGO	
3. PAYPAL	
4. PAYU	
5. PAGO EFECTIVO	
6. SAFETY PAY	
7. NIUBIZ	

Fuente: Elaboración propia (2020)

En este mercado el poder de negociación de los proveedores es Medio debido a que sí existen proveedores del servicio, aunque la empresa Niubiz de VISANET es el servicio más usado.

CONCLUSIÓN:

En los diferentes mercados en los que necesitaremos proveedores, encontramos que la mayoría de ellos tienen un poder de negociación Medio, lo que nos permitirá cambiar o evaluar a otros proveedores, ya que son mercados que tienen dinámica de competencia.

Para el caso de los servicios de la empresa Google este proveedor sí genera un nivel de dependencia, que origina un poder de negociación Alto, por lo que se debe de buscar también otras

alternativas de proveedores que ofrezcan estos servicios, ya que se dependerá exclusivamente de los servicios del negocio.

Es importante indicar que muchas otras aplicaciones en el mercado utilizan solo los servicios de Google, y que este tiene un monopolio en este mercado, y existen pocos proveedores de estos servicios en el mercado actualmente.

2.2 Análisis del macroentorno

Para el análisis de factores externos se utilizará la técnica PESTEL:

Político

Debemos partir por señalar que “el escenario político es más estable para las inversiones, y será un factor que contribuya al crecimiento económico del país y del desempeño del mercado de renta variable local”, aseguró el analista Diego Lazo para la web El Peruano (2019). También se señala:

Esto hace que se sienta un clima de estabilidad y genera también que las expectativas sobre todo en los sectores que ahora se están recuperando financieramente y que consumo tengan un desempeño positivo. (...) el cambio del presidente del país en el año pasado fue ordenado, y no ha tenido un efecto adverso como se pensaba en sus inicios.

Es así, que, de acuerdo a Mercados&Regiones (2019):

A lo largo del año 2018, en el Perú se han experimentado una serie de acontecimientos políticos, que involucran temas como vacancia presidencial, corrupción en el Poder Judicial, enfrentamientos y separaciones en los partidos políticos en el Congreso, expresidentes pidiendo asilo extranjero, elecciones para nuevos gobernadores regionales y provinciales, un referéndum sobre cambios constitucionales, entre otros.

Finalmente, el entorno político en el Perú estuvo expuesto a muchos acontecimientos, que pusieron al país en niveles de incertidumbre inesperados, podríamos señalar dentro de este contexto que la estabilidad política se ha acentuado con firmeza nuevamente por el bien y desarrollo del país.

Económico

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en una nota informativa del Ministerio de Economía y Finanzas (2019):

(...) la actividad económica creció 4,0% en 2018, por encima de lo esperado por el consenso de mercado (3,9%), acumulando de esta manera 113 meses de expansión continua al cierre de 2018. (...) la aceleración del crecimiento del PBI de 2,5% en 2017 a 4,0% en 2018, se basa en el fortalecimiento de la demanda interna, en particular, por el importante impulso fiscal (inversión pública) y la recuperación de la inversión privada, que han incidido de forma positiva en el empleo formal y consumo de las familias.

Por otro lado, según lo informado también por el Ministerio de Economía y Finanzas en su Informe de Actualización de Proyecciones Macroeconómicas 2018-2021, sostiene las siguientes proyecciones macroeconómicas (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019):

- ✓ La inversión en infraestructura se recuperará por el inicio de construcción de nuevos proyectos, la aceleración de la ejecución de los proyectos ya adjudicados y la mayor adjudicación de nuevos proyectos.
- ✓ La inversión minera tendrá un mayor dinamismo por un entorno externo favorable, ante los altos precios de los metales, y por las medidas tomadas por el Gobierno para incrementar la competitividad regulatoria.

Además:

(...) de acuerdo con el ranking de competitividad del Foro Económico Mundial 2017-2018 (WEF, por sus siglas en inglés), Perú ocupa la posición 72 de 137 países. Esta posición refleja un deterioro de nueve ubicaciones en los últimos seis años, lo que se asocia a un crecimiento cada vez menor de la productividad en el país. Por tanto, el estado se encuentra comprometido con el fortalecimiento del Consejo Nacional de Competitividad, el desarrollo de plataformas estratégicas de competitividad por sectores económicos y el fomento de estrategias efectivas para el desarrollo de las microempresas y pequeñas empresas (MYPE) con la finalidad de impulsar la competitividad y productividad.

Otro, aspecto a tener presente, según el análisis efectuado en el Informe, es que el estado está trabajando en el desarrollo de medidas transversales a todos los segmentos empresariales:

- ✓ Profundización e inclusión financiera intensificando la transformación digital, a partir de la facilitación de soluciones digitales integradas, con una regulación competitiva en la región, que busque la permeabilidad transversal y capilaridad hacia todos los segmentos poblacionales.
- ✓ Implementación de un plan que aborde los problemas de la productividad y formalización del mercado laboral en tres líneas de acción.
- ✓ Facilitación de comercio y mejora en la cadena logística.

Legales

Comenzaremos por señalar que los temas legales modifican los aspectos del entorno, por lo tanto, generan un impacto positivo o negativo en la creación y/o desarrollo de las empresas. Es así, que la Municipalidad Metropolitana de Lima, en el año 2019, decidió promulgar en el Diario Oficial El Peruano, el decreto de alcaldía N° 011- Decreto que Regula la circulación de vehículos de transporte de carga y/o mercancías en Lima Metropolitana, la cual tiene por objeto contribuir con el ordenamiento del tránsito vehicular, la reducción de los índices de congestión, las emisiones contaminantes y los accidentes de tránsito, optimizando el uso racionalizado de la infraestructura vial, de conformidad con los postulados de la Ley N° 27181 – Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre (El Peruano, 2019).

A su vez, de acuerdo al Diario Oficial, la Municipalidad Metropolitana de Lima establece que:

(...) la circulación de vehículos de Transporte de Carga y/o Mercancías en las vías no consideradas como Red Vial de carga en el artículo precedente, debe realizarse de acuerdo a las siguientes condiciones teniendo en cuenta su categoría:

- a) N1 y N2 (hasta 6.5 toneladas): Sin restricciones las 24 horas en todo el Sistema Vial Metropolitano (locales, colectoras, arteriales y expresas). No incluye la vía expresa metropolitana Paseo de la República.
- b) N2 (mayor a 6.5 toneladas): Sin restricciones en las vías arteriales. En las vías colectoras, sujeto a franja horaria (De 10:00 a 17:00 horas y de 21:00 a 06:30 horas) de lunes a sábado. Queda prohibida su circulación, las 24 horas del día en vías locales y expresas metropolitanas.
- c) N3 / O3 y O4: Sujeto a franja horaria (De 10:00 a 17:00 horas y de 21:00 a 06:30 horas) de lunes a sábado, en las vías arteriales. Queda prohibida su circulación, las 24 horas en vías locales, colectoras y expresas metropolitanas. Prohibida la circulación las 24 horas en vías locales, colectoras y expresas metropolitanas.

Gráfico N° 8. Clasificación vehicular de carga y/o mercancías

N1 (≤ 3.5 TON. PB)	N2 (≤ A 6.5 TON. PB)	N2 (≤ 12 TON. PB)	N3 (> 12 TON. PB)	O3 (> 3.50 TON. ≤ 10 TON. PB)	O4 (> 10 TON. PB)
					

Fuente: El Peruano (2019)

También podemos señalar que, de acuerdo a la página web de la Municipalidad de Lima, Munlima (2019), el alcalde Jorge Muñoz, “seguirá adelante con esta iniciativa que busca reordenar el

transporte de carga y/o mercancías en la capital y destacó que todos los involucrados coincidieran en la necesidad de regular este servicio para mejorar la fluidez vehicular en la ciudad”. Finalmente, también “acordó establecer mesas de trabajo en los siguientes días entre el equipo técnico de la comuna, los gremios empresariales y la Sociedad Nacional de Industrias”.

De acuerdo a la investigación sobre comercio electrónico de Villacorta (2018):

Pese a los avances en diversas áreas, en el ámbito fiscal el Estado está teniendo muchas dificultades para recoger y gravar el comercio electrónico en nuestro código tributario, las pérdidas de las transacciones que se realizan tanto en el comercio off – line y on – line van en aumento, ya sea por la facilidad que ello significa o la abundante evasión de impuestos que se dan por ese medio.

Uno de los obstáculos con los que se encuentra la administración tributaria es la identificación de la persona física o jurídica que se dedica al comercio electrónico, ya que es fácil utilizar seudónimos o sistemas de códigos para proteger los datos personales. Otro problema lo constituye la determinación de la jurisdicción fiscal competente, es decir, donde se ha efectuado la transacción y la residencia fiscal.

Se debe tener en cuenta que un país al no estar a la vanguardia con la tecnología, con mayor razón en estos tiempos, que el comercio y otras actividades ya dejaron de ser tradicionales, para pasar a una era digital, como en materia del comercio electrónico, para el área fiscal, ya que, si no se encuentra bien regulado, esto solo significa pérdidas en recaudación fiscal y estaría perjudicando gravemente al desarrollo económico y social del país.

A su vez, podemos citar lo comentado por Walker Villanueva, docente en Diploma Tributación Internacional y Precios de Transferencia de ESAN, en una entrevista realizada a Conexión ESAN (2019):

En el Perú, todavía no existen las reglas de tributación digital adecuadas para exigir impuestos a las compañías digitales, aunque ya se observan esfuerzos para revertir la situación. Es el caso de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat), que presentó una propuesta al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) para exigir impuesto a la renta a estos negocios

La actual Ley de Renta estipula que solo los servicios digitales, más no los bienes digitales como libros o revistas digitales, están sujetos a tributación. La norma se promulgó el 2004, mientras que la revolución digital empezó unos años después. Si bien el 2014 se aprobó una normativa para exigir IGV al consumidor digital que adquiere bienes o servicios intangibles, no existe un mecanismo de recaudación implementado.

Por otro lado, la Comisión de defensa del Consumidor del Congreso de la República aprobó “las observaciones que efectuara el Poder Ejecutivo a la ley que regula el servicio de taxi por aplicativo”, De acuerdo a una nota informativa de La República (2019). Además, se resalta que:

Ello, tomando en cuenta las observaciones en las que se precisa que las empresas tendrán la responsabilidad administrativa, civil y penal del servicio que presten. Asimismo, la norma tiene por fin crear además el Registro nacional de entidades administradoras de plataformas tecnológicas de intermediación del servicio de transporte especial - taxi (registro de todas las empresas de taxis), bajo responsabilidad del MTC.

En declaraciones a Gestión (2018), Víctor Marquina, expresidente del CNTT, explicó que “el peaje se ha convertido en uno de los factores más importantes en los ingresos del camionero”. Comenta que de “Lima a Tumbes existen 16 casetas, y a los transportistas se les cobra por eje, teniendo un peaje promedio entre S/ 30 a S/ 70”. Fuentes del sector explicaron al medio de comunicación, “que las tarifas se establecen en los contratos de concesión, y solo el OSITRAN realiza la regulación de las mismas, según el cumplimiento de los contratos”.

Por otro parte, tenemos con relación a la legislación de tratamiento de los datos personales, el Congreso General de la República, en el año 2011, decidió promulgar en el Diario Oficial El Peruano, la Ley N° 29733 –Ley de protección de datos personales, que tiene como objetivo, garantizar el derecho a la protección de datos personales, previsto en la Constitución Política del Perú, a través de su adecuado tratamiento, en un marco de respeto de los demás derechos fundamentales que en ella se reconocen (El Peruano, 2019).

De acuerdo con el Artículo 2, numeral 2 de la mencionada ley se entiende por banco de datos de administración privada a los bancos de datos personales cuya titularidad corresponde a una persona natural o jurídica, en cuanto al banco no se encuentre estrictamente vinculado al ejercicio de potestades de derecho público.

Tecnológico

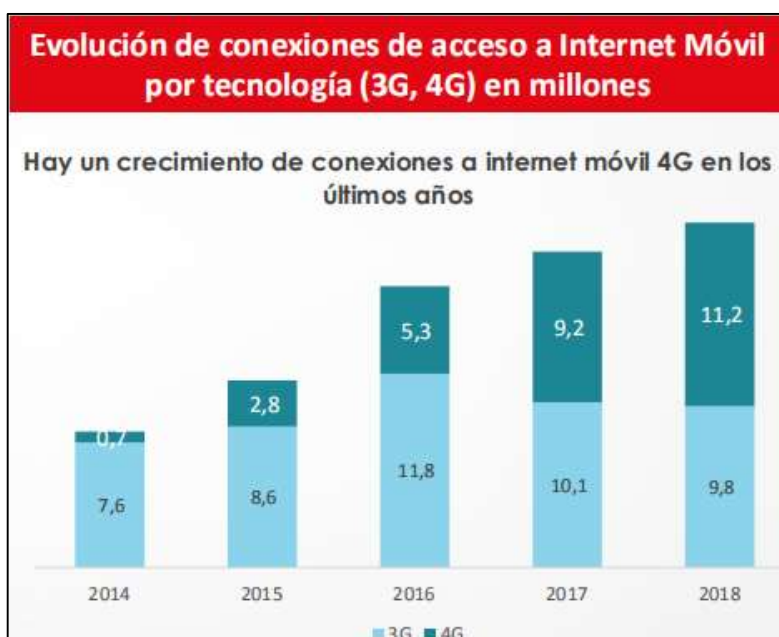
Según la noticia brindada por RPP (2019), José Aguilar, Director General de Políticas y Regulación en Comunicaciones del MTC sostiene que la tecnología 5G se compara con una cuarta revolución industrial, "un cambio de mentalidad total, no sólo significa más velocidad".

Asimismo, José Aguilar, de acuerdo con la entrevista dada en RPP también informó que:

Esta nueva tecnología proporciona una velocidad de conexión a internet 20 veces superior a la 4G, lo que permitirá por ejemplo descargar una película en menos de un segundo.

La segunda gran mejora además de la mayor velocidad, consiste en una reducción de la latencia, es decir, el tiempo de respuesta de la red desde que se da una instrucción a un dispositivo hasta que éste reacciona. Las mejoras de la red 4G han rebajado ese tiempo hasta los 30 milisegundos, pero el 5G lo llevará al entorno de 1 a 5 milisegundos, prácticamente a tiempo real.

Gráfico N° 9. Evolución de conexiones de acceso a internet móvil



Fuente: DGRAIC-MTC (2018)

Gráfico N° 10. Cobertura por tecnología de banda ancha



Fuente: DGRAIC-MTC (2018)

Gráfico N° 11. Cobertura (2G, 3G, 4G)

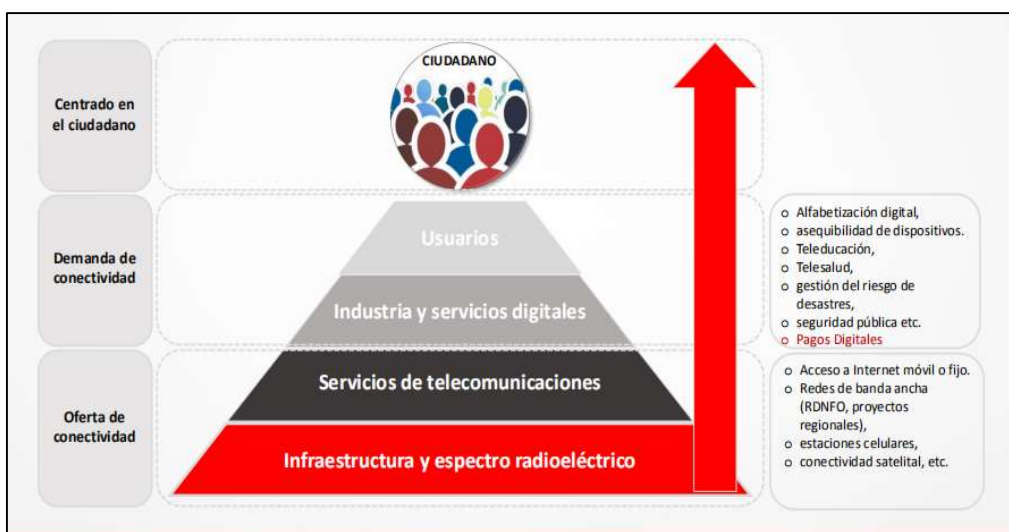


Fuente: DGRAIC-MTC (2018)

Por otro lado, se tiene que según lo informado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2018), las acciones del ministerio están orientadas a las políticas de comunicación en el Perú hacia el 2021. Cabe precisar, que el potencial de las Tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo del país son los siguientes:

- ✓ La infraestructura de telecomunicaciones es base para el desarrollo de la digitalización.
- ✓ El ciudadano está en el centro de esa transformación
- ✓ La digitalización tiene un efecto positivo para el desarrollo de la competitividad y economía del país.
- ✓ El cierre de brechas en conectividad, el desarrollo de capacidades en uso y apropiación de los servicios digitales y en particular de los pagos digitales dinamiza la economía y el desarrollo del país.

Gráfico N° 12. La infraestructura es la base del desarrollo digital



Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2018)

Sociales

Debemos partir, por señalar que, frente a los conflictos sociales, la Defensoría del Pueblo despliega sus facultades de defensa y supervisión para prevenir e intermediar a fin de evitar situaciones que puedan amenazar o violar derechos fundamentales, así como abrir el camino a procesos de diálogo que ayuden a solucionar un conflicto social (Defensoría del Pueblo, 2019).

Por otro lado, se tiene que “los 122 conflictos socioambientales activos y latentes registrados durante este mes, el 63.9% (78 casos) corresponde a conflictos relacionados a la actividad minera; le siguen los conflictos por actividades hidrocarburíferas con 15.6% (19 casos)” (Defensoría del Pueblo, 2019, p. 19). A continuación, el cuadro de distribución de conflictos socioambientales de acuerdo a cada actividad:

Tabla N° 5. Conflictos socioambientales - Número de casos – Setiembre 2019

Actividad	Conteo	%
TOTAL	122	100.0%
Minería	78	63.9%
Hidrocarburos	19	15.6%
Energía	7	5.7%
Residuos y saneamiento	7	5.7%
Otros	6	4.9%
Agroindustrial	3	2.5%
Forestales	2	1.6%

Fuente: Defensoría del Pueblo (2019)

Según lo informado también por la Defensoría del Pueblo:

Los conflictos generan costos diversos y cuando escalan a la fase de crisis esos costos pueden llegar a ser muy altos. Son asumidos, en distinta Defensoría del Pueblo -16- medida, por todos los actores involucrados (la sociedad, las empresas privadas y el Estado).

En nuestro país, un estudio realizado por el Instituto Peruano de Economía mostró que la no ejecución de proyectos mineros produjo una pérdida estimada en US\$ 67,203 millones de PBI, en un periodo de siete años. De manera más reciente, el Ministerio de Economía y Finanzas señaló que las protestas en el caso Tía María, ocurridas entre julio y agosto del 2019, habrían tenido un impacto económico equivalente a S/ 250 millones, lo que representa el 0,4% del PBI nacional mensual y 6,1% del PBI mensual de Arequipa.

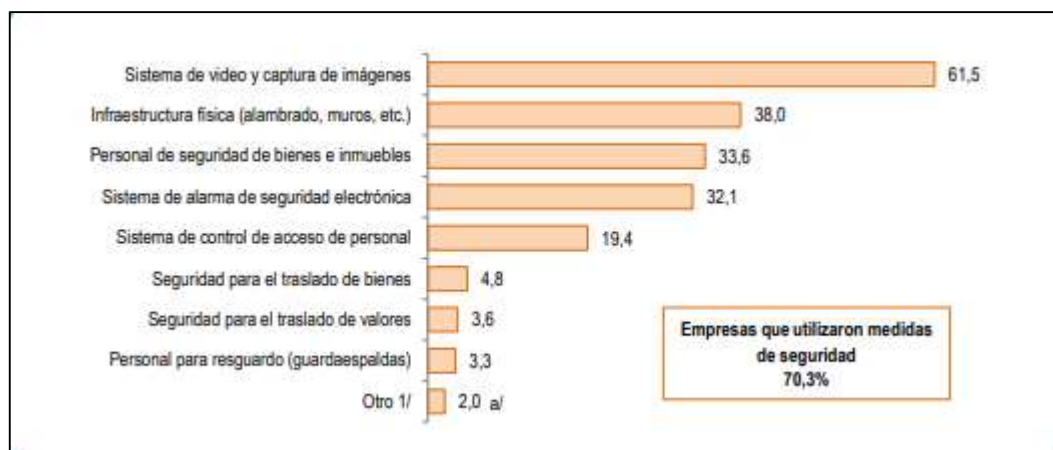
De la cifra total, se considera un impacto directo en el orden de S/ 160 millones a las actividades en los sectores agropecuario, comercio, transporte, alojamiento y restaurantes; mientras que uno indirecto

de S/ 90 millones en sectores de manufactura, servicios financieros, servicios prestados a empresas y telecomunicaciones.

Cabe precisar, que el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), órgano rector del Sistema Estadístico Nacional, ejecutó la Encuesta Nacional de Victimización a Empresas, en el área urbana de los 24 departamentos y la Provincia Constitucional del Callao (INEI, 2018).

Otro, aspecto a tener presente, según el análisis efectuado en la Encuesta, es que las actividades económicas que concentraron los mayores porcentajes de victimización fueron Comercio al por mayor y menor (48,8%), Industrias manufactureras (11,5%) y Transporte y almacenamiento (10,6%). Asimismo, se tiene que El 70,3% de empresas implementaron medidas de seguridad para protegerse de la delincuencia; de las cuales el 61,5% de empresas utilizaron sistemas de vídeo y captura de imágenes, el 38,0% mejoraron la infraestructura física (alambrado, muros) y el 33,6% contrataron personal de seguridad de bienes e inmuebles.

Gráfico N° 13. Empresas según tipos de medidas de seguridad, Setiembre 2017 – Agosto 2018



Fuente: INEI (2019)

Finalmente, es de vital importancia en nuestro negocio, considerar la prevención para evitar posibles robos, bien sea a través de información, dispositivos tecnológicos o personal de seguridad propio o externo. Determinar una combinación de estos elementos de seguridad de forma adecuada permitirá minimizar los riesgos en un mediano y largo plazo. Asimismo, implementar esta prevención impulsará la responsabilidad y confianza de nuestros servicios.

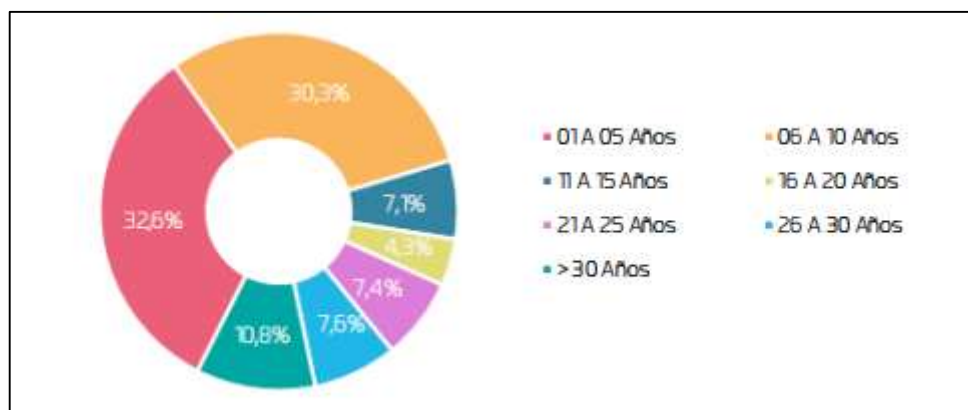
Ecológicos

Con relación al aspecto Ecológico, el gobierno fomenta un subsidio llamado “Bono Chatarreo”, “que busca renovar el parque automotor del país, que supera los 15 años en promedio, a través del retiro de unidades vehiculares muy antiguas” (RPP, 2019). De acuerdo al Ministerio del Ambiente, esto llevaría a reducir la emisión de 2,180 toneladas de partículas de óxido de nitrógeno, sustancia muy dañina para el medio ambiente y la salud.

Por otro lado, se tiene que, según El Peruano (2019), “el problema radica en que la aparición de nuevas unidades no va al mismo ritmo con el retiro de aquellas en estado de obsolescencia o que son altamente contaminantes”. El medio informa que “el parque automotor peruano es de 2.6 millones de vehículos, de los cuales el 85% son livianos y el 15% unidades pesadas”.

Asimismo, se tiene que, según lo dispuesto en el referido anuario estadístico 2018 del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, en el ámbito nacional, de los 305 795 vehículos que conforman el parque del transporte de carga por carretera al cierre del año 2018, el 32,6% de unidades registran una antigüedad entre 1 y 5 años, el 30,3% entre 6 y 10 años, el 26,3% entre 11 y 30 años y un 10,8% de más de 30 años.

Gráfico N° 14. Antigüedad del parque automotor, 2018



Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2018)

CAPÍTULO III

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Descripción de la empresa

Este proyecto será fundado como una Sociedad Anónima Cerrada (SAC) en virtud que cuenta con 3 socios, que están dispuestos a invertir en un proyecto digital que tendrá como denominación social Go Truck Perú S.A.C.

Ser este tipo de persona jurídica nos permitirá tomar decisiones de manera equitativa, de acuerdo a la aportación igualitaria que haremos en acciones. Además, como tipo de empresa empezaremos nuestras operaciones en el régimen de la mediana y pequeña empresa y al estar en este tipo de sociedad nos permite crecer progresivamente sin límites según nuestros niveles de venta, cabe señalar que se nos permitirá acceder a cargos dentro de la empresa.

Gráfico N° 15. Go Truck



Fuente: Elaboración propia (2020)

3.1 Visión

Al término del año 2025, ser la aplicación móvil líder del mercado transporte de carga a nivel de Lima Metropolitana, adaptada a las necesidades y requerimientos de las empresas industriales y los transportistas.

3.2 Misión

Ser una aplicación móvil con enfoque en la conectividad y fácil uso para brindar un servicio digitalizado de licitaciones para la eficiente contratación del servicio de transporte entre los usuarios de las empresas industriales y los transportistas.

3.3 Valores

✓ **Creatividad**

Este valor asignado es de vital importancia debido a que el desarrollo de la plataforma digital estará acorde a los constantes desafíos tecnológicos.

✓ **Puntualidad**

Este valor es muy relevante en las actividades logísticas, debido a que el cumplimiento de cada requerimiento impacta en los costos y satisfacción del cliente, además garantiza un pronto regreso a la plataforma digital.

✓ **Honestidad**

Este valor es muy importante puesto que en este basaremos la estrategia de comunicación de la empresa, cada relación interna o externa tendrá la transparencia exigida.

✓ **Liderazgo**

Este valor enfatiza a ser líderes del mercado, así como también líderes en el servicio brindado la cliente.

✓ **Empatía**

Este valor es fundamental la comprensión y cercanía de las necesidades que presentan nuestros clientes y colaboradores para determinar acciones a tomar.

3.4 Objetivos Estratégicos Generales

Objetivo General

- ✓ Ser una aplicación móvil con enfoque en la conectividad y fácil uso para brindar un servicio digitalizado de licitaciones para la eficiente contratación del servicio de transporte entre los usuarios de las empresas industriales y los transportistas.

Objetivo Específico

- ✓ Realizar una difusión eficaz de la marca, desde el comienzo de actividades, logrando un efecto temprano de al menos un 10% de nuestro mercado objetivo en el primer de operaciones, mantenido un crecimiento de 5% mensual.
- ✓ Establecer convenios con los gremios de transportistas de las Zonas Industriales para iniciar operaciones en conjunto.
- ✓ Afiliar el 5% de empresas industriales grandes y medianas en el primer año.
- ✓ Afiliar el 10% de transportistas pequeños en el primer año.
- ✓ Obtener la certificación ISO 27001 para la gestión de seguridad en software.

3.5 Matriz FODA

Tabla N° 6. Matriz EFE – Factores Externos

MATRIZ EFE - (FACTORES EXTERNOS)				
	FACTORES	PESO	CALIFICACION	VALOR PONDERADO
OPORTUNIDADES	El Perú ha logrado un desarrollo importante de la banda ancha móvil (Cobertura 2G,3G,4G).	0.15	4	0.60
	El 70,3% de empresas implementaron medidas de seguridad para protegerse de la delincuencia	0.08	3	0.24
	Escenario político en el Perú es más estable para las inversiones.	0.10	3	0.30
	Compañías peruanas están apuntando a la transformación digital.	0.12	4	0.48
	Posible alianza con asociación o gremio de transportistas que promueven el uso de herramientas tecnológicas.	0.09	3	0.27
	Sub total Oportunidades	0.54		1.89
	AMENAZAS	Desempeño del dólar golpea de forma negativa a los costos operativos del transporte de carga y la logística.	0.12	1
Leyes y normas que regulan la circulación de vehículos de transporte de carga.		0.10	1	0.10
SUNAT presentó propuesta al MEF para exigir impuesto a la renta en los negocios digitales.		0.08	1	0.08
Conflictos sociales activos y latentes generan impacto directo en la economía.		0.06	2	0.12
Ingreso de competencia transnacional tipo Uber Freight		0.10	2	0.20
Sub total Amenazas		0.46		0.62
	Total	1.00		2.51

Fuente: Elaboración propia (2020)

Calificación: (4) Mayor Oportunidad; (3) Menor Oportunidad; (2) Menor Amenaza; (1) Mayor Amenaza


Tabla N° 7. Matriz EFI – Factores Internos

MATRIZ EFI - (FACTORES INTERNOS)				
	FACTORES	PESO	CALIFICACION	VALOR PONDERADO
FORTALEZAS	Negocio online innovador	0.16	4	0.64
	Personal con destrezas y conocimientos del sector	0.28	4	1.12
	Plataforma con opción a licitaciones abiertas o cerradas.	0.06	3	0.18
	Acceso a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil.	0.06	3	0.18
	Sistema de cobro y pagos fiables.	0.04	3	0.12
	Seguridad tecnológica.	0.08	4	0.32
	Subtotal Fortalezas	0.66		2.56
DEBILIDADES	Desconfianza y recelo de los clientes.	0.10	2	0.20
	Nuevos en el mercado.	0.07	2	0.14
	Red de contactos limitado.	0.06	1	0.06
	Dependencia de las comisiones por cada licitación exitosa.	0.08	1	0.08
	Subtotal Debilidades	0.34		0.48
	Total	1.00		3.04

Fuente: Elaboración propia (2020)

Calificación: (4) Mayor Fortaleza; (3) Menor Fortaleza; (2) Menor debilidad; (1) Mayor debilidad

Tabla N° 8. Matriz FODA

 <p style="text-align: center;">Factores Internos</p> <p style="text-align: center;">Factores Externos</p>	<p style="text-align: center;">Listado de Fortalezas</p> <p>F1.- Negocio online innovador.</p> <p>F2.- Personal con destrezas y conocimientos del sector.</p> <p>F3.-Plataforma con opción a licitaciones abiertas o cerradas.</p> <p>F4.- Acceso a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil</p> <p>F5.- Sistema de cobros y pagos fiables.</p> <p>F6.- Seguridad tecnológica</p>	<p style="text-align: center;">Listado de Debilidades</p> <p>D1.- Desconfianza y recelo de los clientes.</p> <p>D2.- Nuevos en el mercado.</p> <p>D3.- Red de contactos limitado</p> <p>D4.- Dependencia de las comisiones por cada licitación exitosa.</p>
<p style="text-align: center;">Listado de Oportunidades</p> <p>O1.-Desarrollo importante de la banda ancha móvil (cobertura 2G,3G,4G).</p> <p>O2.-El 73% de empresas implementaron medidas de seguridad.</p> <p>O3.-Escenario político en el Perú es más estable para las inversiones.</p> <p>O4.-Compañías peruanas están apuntando a la transformación digital.</p> <p>O5.-Asociación y gremio de transportistas que promueven el uso de herramientas tecnológicas.</p>	<p>(F1-O4) Agregar más servicios e implementar otros modelos de negocios relacionados a la logística y transporte en la plataforma digital.</p> <p>(F2-O1) Desarrollar campañas de marketing enfocadas en el posicionamiento de la marca y apertura de otros mercados en Lima Metropolitana.</p>	<p>(D4-O4) Potenciar el motor de búsqueda de la plataforma dentro y fuera de internet con la finalidad de incrementar ingresos.</p> <p>(D1-O2) Garantizar una experiencia gratificante a través de los parámetros y medidas de seguridad tecnológica.</p>
<p style="text-align: center;">Listado de Amenazas</p> <p>A1.-Desempeño del dolar golpea de forma negativa a los costos operativos del transporte de carga y la logística.</p> <p>A2.-Leyes y normas que regulan la circulación de vehículos de transporte de carga.</p> <p>A3.-SUNAT presentó propuesta al MEF para exigir impuesto a la renta en los negocios digitales.</p> <p>A4.-Conflictos sociales activos y latentes generan un impacto directo en la economía.</p> <p>A5.-Ingreso de competidor transnacional tipo Uber Freight</p>	<p>(F2-A5) Desarrollar un programa de mejora continua de acuerdo a las calificaciones y comentarios de los usuarios licitantes para mantener una gestión eficiente.</p> <p>(F1-A1) Establecer un plan de recompensa y descuentos con proveedores de artículos y/o materiales relacionados al sector transporte para reducir el impacto de factores externos en su negocio. Ejm: Llantas, lubricantes, aceites, combustible ,etc.</p>	<p>(D1-A5) Detectar posibles vulnerabilidades en la plataforma con la finalidad de tomar acciones anticipadas que permitan a los usuarios percibir un entorno seguro y confiable.</p> <p>(D2-A2) Mantener reuniones periódicas con las áreas de soporte externo con la finalidad de reducir el impacto legal y tributario.</p>

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 9. Matriz de contrastación MIME

MATRIZ DE CONTRASTACION MIME				
FACTORES INTERNOS - FACTORES EXTERNOS				
MEFE	MEFI			
	4	3	2	1
	3	CD	CD	R
	2	CD	R	D
	1	R	D	D

MEFI: 3,04

MEFE: 2,51

CD	Crezca y desarróllese
R	Resista
D	Desinvertir

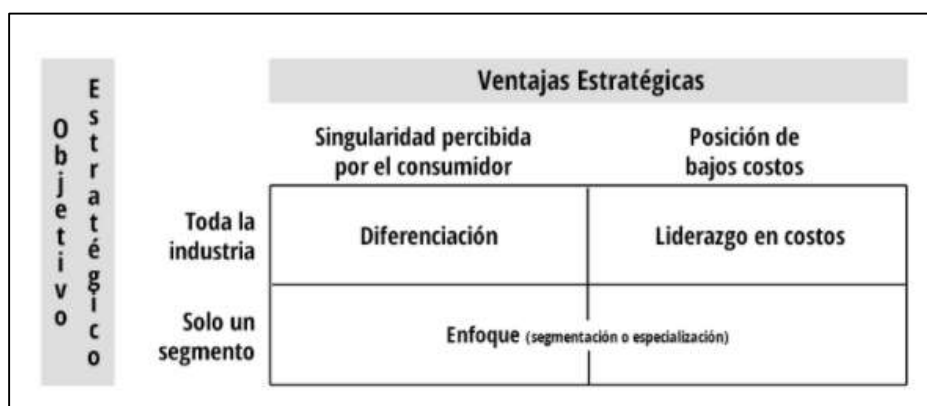
Fuente: Elaboración propia (2020)

El resultado mostrado por la matriz contrastación refleja confiabilidad al mantenerse en el cuadrante (CD) que informa crezca y desarróllese, por lo tanto, tomaremos la iniciativa de incursionar en el mercado de transporte por medio de nuestra aplicación digital adaptado a la necesidad de licitación de transporte de carga.

3.6 Estrategia genérica de Porter

Cabe resaltar que nuestro modelo de negocio se orientará en la estrategia de diferenciación y enfoque en diferenciación, con la finalidad de afrontar de manera integral los nuevos desafíos del mercado.

Gráfico N° 16. Estrategia de diferenciación



Fuente: Elaboración propia (2020)

Estrategia de diferenciación

Respecto a la estrategia de enfoque en diferenciación proponemos introducir al mercado una plataforma digital con soporte en tecnologías como cloud computing, big data y aplicación móvil. La finalidad de estas herramientas implementadas será facilitar el encuentro virtual entre las empresas y transportista que se propongan ejecutar una licitación de contrato electrónico, la navegación será fácil e intuitiva desde cualquier dispositivo móvil. Nuestra aplicación responde a las necesidades del mercado local. Las empresas industriales y transportistas no tendrán limitaciones para obtener el beneficio mutuo esperado, por lo tanto, la aplicación móvil estará diseñada para realizar convocatorias abiertas según el requerimiento y la información de la carga, y en casos especiales podrán realizar de manera cerrada convocatorias según sus exigencias.

Estrategia de enfoque en diferenciación

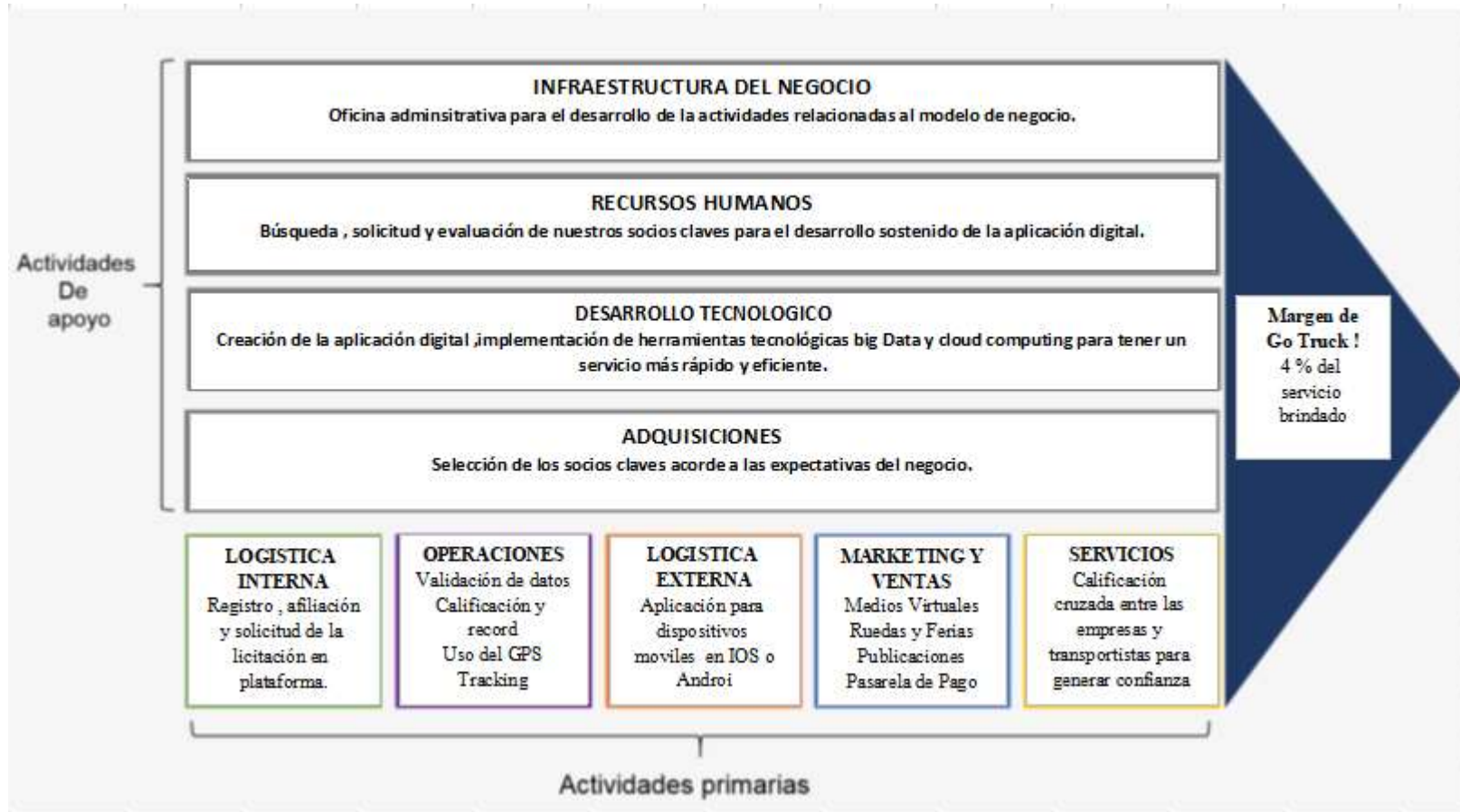
Por otro lado, en la estrategia de enfoque en diferenciación afianzaremos que la plataforma digital brinde una grata experiencia a los usuarios de las grandes y medianas empresas del rubro de Minería, Industria manufacturera, Construcción, Comercio y reparación autos y motos. Y también transportistas considerados como pequeñas empresas que están ubicados en Lima Metropolitana formando parte del nicho de mercado detectado, con el propósito de consolidar una atención cercana a los intereses particulares de cada empresa y transportista por medio de cada interfaz de interacción.

Ambos usuarios esperan una seguridad compartida, es decir por un lado la empresa ofrece el traslado de su carga, y la otra que ofrece el transporte; la primera buscará tener la seguridad de que el transportista atienda el requerimiento según el filtro y estándar técnico pactado. La empresa que dispuso del transporte para realizar el traslado tendrá la seguridad del cobro de su servicio en la forma y plazo determinado con la empresa por medio de los campos y formularios definidos en la plataforma.

Según el análisis PESTEL y las 5 fuerzas de Porter, se detectó que los requerimientos logísticos han experimentado diversos cambios por los constantes avances tecnológicos, las empresas en la actualidad están buscando soluciones digitales para ser competitivas en su rubro, por lo que el ingreso de nuestra plataforma digital para el segmento de las empresas industriales sería beneficioso.

Referente a la competencia local se halla dos aplicativos para el traslado de carga, pero ninguno presenta un enfoque definido para licitaciones de contratos de transporte, solo tienen una presentación general para el contacto y transmisión de cualquier tipo de carga. Por lo que, resulta de vital importancia considerar un entorno digital más especializado en el manejo de la intermediación, negociación y selección de empresas industriales y transportistas para el contrato de licitación de un traslado de carga.

Gráfico N° 17. Cadena de valor



Fuente: Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Oferta

El rubro de transporte de carga los separaremos en dos sectores, el sector de transporte tradicional, que es operado por las grandes empresas de transporte de carga, que son empresas que tienen flotas de más de 250 unidades de carga. Y estas empresas precisamente, según las encuestas realizadas a las empresas industriales, atienden el 50% de las necesidades de transporte de este mercado.

- **Empresas de Transporte Tradicionales según cantidad de flota:**

Gráfico N° 18. Empresas de Transporte Tradicionales según cantidad de flota

**RANKING DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE DE CARGA GENERAL NACIONAL POR
CARRETERA, SEGÚN FLOTA OPERATIVA - 2018**

ORDEN	RAZON SOCIAL	FLOTA
1	RACIONALIZACION EMPRESARIAL SA	1193
2	TRANSPORTES RODRIGO CARRANZA S.A.C.	972
3	RENTING S.A.C.	935
4	TRANSALTISA S.A.	837
5	CONSTRUCCION Y ADMINISTRACION S.A.	686
6	UNION DE CONCRETERAS S.A.	629
7	TRANSPORTES 77 S.A.	587
8	SAVAR AGENTES DE ADUANA S.A.	560
9	INDUAMERICA SERVICIOS LOGISTICOS S.A.C.	503
10	RANSA COMERCIAL S A	460
11	SERVOSA CARGO S.A.C.	450
12	ZETA GAS ANDINO S.A.	430
13	D.C.R. MINERIA Y CONSTRUCCION S.A.C.	407
14	MUR - WY S.A.C.	403
15	TRANSPORTES HAGEMSA S.A.C.	353
16	TRANSPORTES ELIO S.A.C.	353
17	TRANSPORTES ZETRAMSA S.A.C.	331
18	SERVICIOS POLUX S.A.C.	331
19	SAN MARTIN CONTRATISTAS GENERALES S.A.	329
20	TRANSPORTES Y COMERCIO SOL DEL PACIFICO E.I.R.L.	317
21	SANTIAGO RODRIGUEZ BANDA S.A.C.	308
22	AREQUIPA EXPRESO MARVISUR EIRL	304
23	ODEBRECHT PERU INGENIERIA Y CONSTRUCCION S.A.C.	302
24	CORPORACIÓN RICO S.A.C.	298
25	TOLMOS ESPINOZA GARCIA S.R.L.	297
26	INGENIEROS CIVILES Y CONTRATISTAS GENERALES S.A.	295
27	TRANSVAN S.A.C.	291
28	GRUPO TRANSPESA SAC	288
29	MOTA-ENGIL PERU S.A.	286
30	CORPORACION DE TRANSPORTES CARLEY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	286
31	GESTION DE SERVICIOS AMBIENTALES S.A.C.	283
32	TRANSPORTES M. CATALAN S.A.C.	280
33	PETRAMAS S.A.C.	279
34	SERVICIOS GENERALES VIVIANA EIRL	279
35	SERVICIOS GENERALES SATURNO S.A.	276
36	TRANSPORTES MERIDIAN S.A.C.	270
37	EMPRESA DE TRANSPORTES GUZMAN S.A.	266
38	FRANCISCO CARBAJAL BERNAL S.A.	265
39	AMECO PERU S.R.L.	262
40	TRUCKS AND MOTORS DEL PERU S.A. CERRADA	259
41	COMPAÑIA DE SEGURIDAD PROSEGUR S.A.	257
42	TRITON TRANSPORTS S.A.	253

Fuente: MTC (2018)

Muchas de estas empresas, como por ejemplo Racionalización Empresarial SA o Transportes Rodrigo Carranza son empresas con 50 años de experiencia, tienen un arraigo importante en el mercado, e inclusive habiéndose expandido por Latinoamérica. Teniendo en la actualidad a clientes muy importantes a nivel nacional, y en el caso de la primera de ellas, estos clientes son parte del mismo grupo económico al que esta empresa pertenece y que es uno de los más grandes del país como el Grupo Romero. Es importante indicar que estas empresas no solo brindan el servicio de transporte, sino también el servicio de almacenaje, gestión de aduanas, última milla y más.

Gráfico N° 19. Logo RANSA Y TRC



Fuente: Google Imágenes (2020)

Debido a su modelo de negocio, que es más orientado al servicio logístico tradicional, consideramos que son competencia indirecta para nuestra propuesta de valor.

- **Aplicaciones de Transporte de Carga:**

En el mercado actual existen dos aplicaciones digitales que están enfocadas en el sector de transporte de carga, una de ellas es una iniciativa nacional llamada Efetex, y otra de ellas es una aplicación transnacional enfocada en el rubro de transporte de carga y mudanzas llamadas Uship.

- Efetex tiene operaciones en Perú, México, Colombia, y Argentina, y es una empresa con 2 años de experiencia en el mercado, y actualmente ha firmado convenios con las empresas Aje y Alicorp.

- Uship es una transnacional con operaciones en 18 países, pero que recién ha iniciado operaciones en Perú.

ANÁLISIS DE LA OFERTA:

Según los datos obtenidos en las encuestas, se encuentra que la oferta actual del servicio de transporte, en base a la cantidad de viajes solicitados por las empresas de transporte son las siguientes:

Tabla N° 10. Oferta de viajes empresas industriales

OFERTA DE VIAJES EMPRESAS INDUSTRIALES		
Promedio de viajes mensuales	# Empresas Industriales	Cantidad de viajes mensuales
10	2560	25602
30	2938	88145
100	309	30928
225	34	7732
300	0	0
Total: 152407 viajes		

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 11. Oferta de viajes empresariales industriales – pequeños transportistas

OFERTA DE VIAJES EMPRESAS INDUSTRIALES - PEQUEÑOS TRANSPORTISTAS		
Promedio de viajes mensuales	# Empresas Industriales	Cantidad de viajes mensuales
10	256	2560
30	294	8815
100	31	3093
225	3	773
300	0	0
Total: 15241 viajes		

Fuente: Datos de investigación de mercado – Elaboración propia (2020)

Según los datos obtenidos en las encuestas, se encuentra que la oferta actual del servicio de transporte, en base a la cantidad de viajes solicitados por las empresas de transporte son las siguientes:

Tabla N° 12. Oferta de viajes pequeñas empresas transportes

OFERTA DE VIAJES PEQUEÑAS EMPRESAS TRANSPORTES		
Promedio de viajes mensuales	# Empresas Transportes	Cantidad de viajes mensuales
5	268	1340
30	155	4655
100	99	9875
225	28	6348
300	0	0
Total: 22218 viajes.		

Fuente: Datos de investigación de mercado – Elaboración propia (2020)

4.2. Demanda

Investigación y Metodología:

Para la investigación de mercado se hará uso de fuentes primarias: encuestas a empresas industriales y a transportistas; y fuentes secundarias: recopilación y análisis de información acerca del mercado de transporte de carga los principales operadores y la realidad económico-financiera de este mercado, sus proyecciones de crecimiento y diagnóstico del estado actual.

Tabla N° 13. Investigación y metodología

OBJETIVO GENERAL	Identificar las oportunidades en las empresas a nivel de Lima Metropolitana que requieren servicios de transporte de carga que no llegan a ser atendidos, y conocer qué transportistas pueden atender estas necesidades.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la demanda efectiva de empresas en Lima Metropolitana, en Zonas Industriales de diferentes distritos, que requieren servicios de transporte de carga que no llegan a ser atendidos a tiempo y que podrían solicitarlo a través de la aplicación móvil Go Truck. 2. Identificar la demanda efectiva de transportistas independientes dispuestos a atender a las empresas con requerimientos de transporte a través de la aplicación móvil Go Truck.
MÉTODOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etapa → Estudio Cuantitativo usando Fuentes Primarias 2. Etapa → Estudio Fuentes Secundarias

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 14. Técnicas

TÉCNICAS	
Estudio Cuantitativo	<p>Encuestas a Gerentes de las áreas de Transportes y Logística de diferentes empresas ubicadas en distritos de Lima Metropolitana.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificar la cantidad de necesidades de transporte al día/mes que no llegan a ser atendidas y qué problema representa para sus operaciones. ● Identificar cómo solucionan actualmente estos inconvenientes con las necesidades de transporte no atendidas. ● Identificar la demanda efectiva de las empresas que están

	<p>dispuestos a trabajar con un aplicativo móvil que les permita contactar de forma más eficiente con los transportistas y reducir el impacto de necesidades de transporte no atendidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificar cuánto estarían dispuestos a pagar por este aplicativo móvil.
<p>Estudio Cuantitativo</p>	<p>Encuestas a Transportistas independientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificar cuáles son los aspectos que los Transportistas consideran más importantes en cuanto al aporte de la tecnología en su rubro y qué oportunidades les brinda. ● Identificar qué inconvenientes encuentran los Transportistas en su trabajo actual que puede ser solucionado con tecnología y el uso de aplicaciones móviles. ● Identificar la demanda efectiva de Transportistas que se encuentra dispuesta a trabajar con aplicaciones móviles que les ayude a superar los inconvenientes y aprovechar las oportunidades del uso de aplicaciones móviles. ● Identificar cuánto estaría dispuesto a pagar el Transportista por una aplicación móvil que le solucione estos problemas.
<p>Fuentes Secundarias</p>	<p>Fichas de Investigación del mercado de Transportes y Logística en general, para conocer la perspectiva general de este mercado, sus oportunidades de crecimiento y los volúmenes de operaciones que tienen.</p> <p>Asimismo, investigar el mercado de Aplicaciones Móviles y su impacto en las operaciones comerciales en la actualidad, además de conocer sus oportunidades de crecimiento.</p>

Fuente: Elaboración propia (2020)

FACTORES ENCUESTAS:

Tabla N° 15. Factores encuestas

Variables	Dimensiones	Indicadores
Uso de tecnología en su día a día	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de APLICACIÓN DIGITAL de celular utiliza - - das. - Disposición de pago por el servicio de aplicación digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de más de 1 aplicación digital. - Aplicaciones que tienen impacto en su trabajo - Aplicaciones más utilizadas
Tecnología que puede mejorar su trabajo en el día a día	<ul style="list-style-type: none"> - Qué tipo de problemas sí se solucionan con tecnología - Qué tipo de problemas no se solucionan con tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicaciones con mayor impacto en su día a día - Problemas que no pueden ser solucionados con tecnología

Fuente: Elaboración propia (2020)

FACTORES FICHA DE INVESTIGACIÓN:

Tabla N° 16. Factores Ficha de Investigación

Variables	Dimensiones	Indicadores
Mercado de transportes de carga pesada	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado de transportes atendido - Mercado de transportes por zonas 	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de empresas de carga con pocas unidades.
Transportistas de carga pesada pequeños	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de transportistas de carga pesada con operaciones pequeñas 	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de unidades que tienen en promedio cada empresa de transporte pequeña

Fuente: Elaboración propia (2020)

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES:

Tabla N° 17. Matriz de operacionalización de las variables

Operacionalización de la variable: “Uso de tecnología en el día a día de un transportista”		
Definición conceptual: Tipo de uso de aplicaciones digitales en su día a día y el impacto que tiene sobre sus labores diarias en el día a día de un transportista.		
Instrumento: Encuesta		
Dimensiones	Indicadores	Preguntas del Instrumento
Uso de tecnología en su día a día	Tipos de Aplicaciones utilizadas.	Qué tipos de tecnologías, como aplicaciones digitales, le ayudan en su día a día en su trabajo diario.
	Aplicaciones tienen impacto en su trabajo	Qué opina de aplicaciones digitales como Uber, y si considera que este modelo puede ser aplicado al rubro de transportes de carga media y pesada.
	Aplicaciones más utilizadas	Qué tipo de problemas, encuentra en su día en su día que considera que sí puede ser solucionado por tecnología.
Disposición de pago por viajes que realiza por servicio de la aplicación digital	Qué precios podría pagar por servicio de la aplicación	En caso de no tener una aplicación como la antes indicada, usted trabajaría con ella
Operacionalización de la variable: “Tecnología que puede mejorar su trabajo en el día a día”		
Definición conceptual: Impacto de la tecnología en las labores diarias de un transportista de carga pesada.		
Instrumento: Encuesta		

Dimensiones	Indicadores	Preguntas del Instrumento
Qué tipos de problemas pueden ser solucionados con tecnología	Aplicaciones con mayor impacto en los problemas usuales del rubro de transportes	Qué tipo de problemas, encuentra en su día en su día que considera que sí puede ser solucionado por tecnología
Qué tipo de problemas no pueden ser solucionados con tecnología	Qué problemas no pueden ser solucionados a través de tecnología	Qué tipo de problemas, encuentra en su día en su día que considera que no puede ser solucionado por tecnología

Fuente: Elaboración propia (2020)

CUADRO DE DOBLE ENTRADA: VENTAJAS Y DESVENTAJAS:

Tabla N° 18. Cuadro de doble entrada

Doble entrada	Ventajas	Desventajas
Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> - Se puede obtener información clasificable y que puede ser cuantificable. - Se puede obtener información sobre los hábitos de los transportistas y su percepción acerca de la idea de la aplicación digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Debido a la cantidad de encuestados que se necesitan, puede ser muy costosa de implementar. - Se puede obtener información de un solo grupo de encuestas, lo que también tiene sesgo.
Internet	<ul style="list-style-type: none"> - Se obtiene información de forma inmediata. - Se puede tener muchísima información del sector industrial y de transportes. - Se obtiene información de situaciones reales sucedidas en otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> - La información es muy diversa y no siempre se corresponde con el escenario local.

Fuente: Elaboración propia (2020)

PLAN DE TRABAJO PARA SUPERAR DESVENTAJAS:

Tabla N° 19. Plan de trabajo para superar desventajas

	Desventajas	Plan de trabajo
Encuestas	<ul style="list-style-type: none"> - Debido a la cantidad de encuestados que se necesitan, puede ser muy costosa de implementar. - Se puede obtener información de un solo grupo de encuestas, lo que también tiene sesgo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se debe de tercerizar el trabajo de campo de las encuestas encargándose a una empresa especializada y con capacidad operativa para realizar la encuesta. - Se debe de establecer el plan de trabajo haciendo las encuestas en zonas diferenciadas donde se ubican a los transportistas.
Internet	<ul style="list-style-type: none"> - La información es muy diversa y no siempre se corresponde con el escenario local. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se trabajará la información para trabajar sinopsis y análisis que se utilizará con discreción para el mercado local.

Fuente: Elaboración propia (2020)

FORMULAR HIPÓTESIS

Nuestra Hipótesis es que sí existen necesidades de transporte de carga que no llegan a ser atendidas de forma oportuna en las empresas industriales, y que estas oportunidades se pierden debido a que las empresas industriales no tienen herramientas eficientes para ponerse en contacto con un proveedor de transporte en el momento, estas oportunidades pueden ser aprovechadas por empresas independientes de transporte de carga que tienen inconvenientes para acceder al mercado de grandes y medianas empresas debido a que estas empresas consideran que estos transportistas no son confiables, no tienen forma de hacerles trazabilidad, y por qué no tienen herramientas de comunicación y gestión ágiles y eficientes.

En caso las empresas industriales pudiesen hacer uso de una aplicación móvil que les permita contactar a transportistas y atender sus necesidades de transporte de forma segura y ágil sí harían uso de esta aplicación.

De la misma manera, si los transportistas pudiesen hacer uso de una aplicación móvil que les permita contactar con sus clientes rápidamente, obtener mayores oportunidades de negocio, y optimizar sus tiempos de carga ociosa sí harían uso de esta aplicación.

PERFIL DEL CLIENTE OBJETIVO:

Tabla N° 20. Perfil del cliente objetivo

	EMPRESAS	TRANSPORTISTAS
RESUMEN	<p>Se definen como clientes “EMPRESAS” a aquellas personas jurídicas que cumplan las siguientes características:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicadas en Lima Metropolitana. 2. Consideradas como grandes y medianas empresas. 3. De los sectores: <ol style="list-style-type: none"> a. Minería b. Industria manufacturera c. Construcción d. Comercio y reparación autos y motos. 4. Que tienen requerimientos de transporte dentro de sus operaciones. 	<p>Se definen como clientes “TRANSPORTISTAS” a aquellas personas jurídicas que cumplan con las siguientes características:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicadas en Lima Metropolitana 2. Cuentan con flota de transporte.
VARIABLES GEOGRÁFICAS	Ubicadas en Lima Metropolitana.	Ubicadas en Lima Metropolitana.
VARIABLES POR SEGMENTO DE ACTIVIDAD	<ol style="list-style-type: none"> a. Minería b. Industria manufacturera c. Construcción d. Comercio y reparación autos y motos. 	<ol style="list-style-type: none"> a. Transporte de carga.
VARIABLE POR VOLUMEN DE NEGOCIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grandes y Medianas empresas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pequeñas empresas

Fuente: Elaboración propia (2020)

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO:

Tabla N° 21. Segmentación del mercado objetivo

Actividad económica	Total		Segmento empresarial							
			Microempresa		Pequeña empresa		Gran y mediana empresa		Administración pública	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	1 106 853	100,0	1 036 176	100,0	59 326	100,0	10 307	100,0	1 044	100,0
Agricultura, ganadería, sicultura y pesca	4 728	0,4	3 626	0,3	860	1,5	241	2,3	1	0,1
Explotación de minas y canteras	3 312	0,3	2 760	0,3	323	0,5	229	2,2	-	-
Industrias manufactureras	101 000	9,2	92 369	8,9	7 108	12,0	1 517	14,7	6	0,6
Electricidad, gas y agua	2 743	0,2	2 359	0,2	296	0,5	88	0,9	-	-
Construcción	27 575	2,5	23 067	2,3	3 602	6,1	904	8,8	2	0,2
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	497 145	44,9	471 600	45,5	21 972	37,0	3 570	34,6	3	0,3
Transporte y almacenamiento	56 131	5,1	50 635	4,9	4 789	8,1	705	6,8	2	0,2
Actividades de alojamiento	5 600	0,5	5 198	0,5	353	0,6	48	0,5	1	0,1
Actividades de servicio de comidas y bebidas	69 762	6,3	67 798	6,5	1 808	3,0	155	1,5	1	0,1
Información y comunicaciones	28 902	2,6	26 880	2,6	1 686	2,8	332	3,3	4	0,4
Servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial	125 075	11,3	114 602	11,1	9 121	15,4	1 313	12,7	39	3,7
Otros servicios 1/	184 880	16,7	175 282	16,9	7 408	12,5	1 205	11,7	985	94,3

1/ Incluye financieras, seguros, inmobiliarias, administración pública, enseñanza, salud, artísticas, entretenimiento y otros servicios.

Fuente: INEI (2018)

Tabla N° 22. Empresas autorizadas del transporte de carga general por departamento – 2007-2018

EMPRESAS AUTORIZADAS DEL TRANSPORTE DE CARGA GENERAL EN EL ÁMBITO NACIONAL, SEGÚN DEPARTAMENTO: 2007 -2018												
(Número de empresas)												
DEPARTAMENTO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL	33 382	42 483	50 266	56 504	63 869	71 974	81 115	89 985	95 469	106 077	115 156	123 746
Amazonas	127	165	217	240	260	274	292	296	297	349	355	424
Ancash	91	290	383	461	584	673	730	807	844	898	911	925
Apurímac	157	289	468	556	583	622	677	794	861	943	1,284	1,421
Arequipa	2 914	3 866	4 679	5 372	5 872	6 698	7 466	8 188	8 574	9 430	9 944	10 470
Ayacucho	586	702	784	810	855	892	958	1 116	1 214	1 337	1 453	1 573
Cajamarca	600	761	932	1 099	1 271	1 589	1 774	1 947	2 122	2 348	2 764	3 160
Cusco	1 174	1 375	1 585	1 754	2 009	2 353	2 874	3 472	4 062	4 434	4 965	5,191
Huancavelica	0	0	0	0	0	12	3	9	10	18	32	45
Huánuco	269	426	548	712	842	966	1 091	1 243	1 395	1 588	1 880	2,088
Ica	1 009	1 228	1 388	1 464	1 703	1 896	2 093	2 257	2 313	2 426	2 524	2 603
Junín	2 007	2 531	2 933	3 242	3 414	3 622	3 755	3 912	3 974	4 186	4 181	4 170
La Libertad	3 268	4 018	4 539	4 936	5 373	5 871	6 099	6 296	6 244	6 869	7 106	7 505
Lambayeque	1 757	2 309	2 869	3 142	3 528	3 954	4 345	4 624	4 820	5 120	5 433	5 668
Lima	15 076	18 821	22 173	25 199	29 200	33 150	38 610	43 532	46 486	52 765	57 583	62 778

Fuente: MTC (2018)

Tabla N° 23. Datos de fuentes secundarias

DATOS DE FUENTES SECUNDARIAS	
Nro. de Empresas del rubro de Gran Empresa ubicadas en Lima Metropolitana, consideradas como Grandes y Medianas Empresas, y que son de los sectores de: Minería, Industria manufacturera, Construcción, Comercio y reparación autos y motos. (Obtenido de fuentes secundarias)	6220 empresas
Nro. de Empresas Transportistas consideradas como pequeñas empresas, que sean camiones, y que estén ubicadas en Lima Metropolitana (Obtenido de fuentes secundarias)	5022 empresas

Fuente: Elaboración propia (2020)

Clientes Empresas:

Tabla N° 24. Clientes Empresas

	MERCADO POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO
Descripción	Nro. de Empresas del rubro de Gran Empresa ubicadas en Lima Metropolitana, consideradas como Grandes y Medianas Empresas, y que son de los sectores de: Minería, Industria manufacturera, Construcción, Comercio y reparación	Empresas con necesidades de transporte no cubiertas dispuestas a usar la aplicación móvil.	Empresas con necesidades de transporte no cubiertas dispuestas a usar la aplicación móvil y a pagar el precio por el servicio de la aplicación.

	autos y motos.		
Criterio de Segmentación	Geográfica, por actividades, y por volumen de negocio.	Según resultados de la encuesta a los gerentes de las empresas industriales entrevistadas, para la pregunta, ¿de existir una aplicación móvil que solucione este inconveniente, la usaría?	Según resultados de la encuesta a los gerentes de las empresas industriales entrevistadas, para la pregunta ¿de existir una aplicación móvil que solucione este inconveniente, pagaría por ella?

Fuente: Elaboración propia (2020)

Cientes Transportistas:

Tabla N° 25. Clientes Transportistas

	MERCADO POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO
Descripción	Nro. de Empresas Transportistas con menos de 250 unidades, que sean camiones, y que estén ubicadas en Lima Metropolitana	Empresas de Transporte en Lima Metropolitana dispuestas a usar la aplicación móvil.	Empresas de Transporte en Lima Metropolitana dispuestas a usar la aplicación móvil y a pagar el precio por el servicio de la aplicación.
Criterio de Segmentación	Geográfica, por actividades, y por volumen de negocio.	Según resultados de la encuesta para la pregunta: ¿De existir una aplicación que	Según resultados de la encuesta para la pregunta: ¿Estaría dispuesto a pagar por

		soluciona estos inconvenientes la usaría?	esta aplicación móvil?
--	--	---	------------------------

Fuente: Elaboración propia (2020)

De esta manera, a través de técnicas cuantitativas de investigación, se establece la dimensión del volumen del mercado efectivo:

Cientes Empresas:

Tabla N° 26. Cientes Empresas

TIPO DE MERCADO	DESCRIPCIÓN	VOLUMEN
POTENCIAL	Empresas consideradas como Gran Empresa que están ubicadas en el distrito del Callao. (Fuentes secundarias)	En Lima Metropolitana existen 10307 empresas que son consideradas gran y mediana empresa, de este grupo el 2.2% corresponde al sector de Minería, el 14.7% corresponde a industria manufacturera, el 8,8% corresponde a Construcción, y el 34.6% corresponde al sector de Repuesto automotriz. Con lo que la cantidad de empresas potenciales es de 6022.
DISPONIBLE	¿De existir una aplicación móvil que solucionase estos inconvenientes la usaría? (Fuentes primarias)	$(6220) * 62\% = 3856$ empresas
EFFECTIVO	¿Estaría dispuesto a pagar por esta aplicación móvil? (Fuentes	$(6220) * 40\% = 2488$ empresas

	primarias)	
DEMANDA	Cantidad de necesidades de transporte demandados por el mercado actual. (Fuentes primarias)	De acuerdo a las encuestas realizadas, la cantidad de necesidades de transporte de carga demandados por las grandes y medianas empresas industriales de forma mensual es 152407 viajes, y que de estos el 10% es atendido por pequeñas empresas de transporte de carga, la demanda total de viajes para estas es de 15241 viajes.
DEMANDA INICIAL	De acuerdo a las respuestas, un 40% de empresas solicitaría sus viajes por la aplicación.	Considerando también que un 40% de las grandes y medianas empresas industriales indicaron que sí usarían y pagarían por el uso de la aplicación móvil, la demanda inicial de viajes es 6096 viajes.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Cientes Transportistas:

Tabla N° 27. Clientes Transportistas

TIPO DE MERCADO	DESCRIPCIÓN	VOLUMEN
POTENCIAL	Empresas de Transportes habilitadas para Lima Metropolitana al 2019, consideradas pequeñas empresas unidades de flota, y	En Lima Metropolitana existen 62778 empresas de transporte de carga según estadísticas del MTC, además de esto la estadística del INEI indica que

	que sean camiones de carga.	el 8% de este rubro corresponde a pequeñas empresas, con lo que el total de empresas potenciales es de 5022 empresas.
DISPONIBLE	¿De existir una aplicación móvil que soluciona estos inconvenientes la usaría? (Fuentes primarias)	$(5022) * 56\% = 2812$ empresas
EFFECTIVO	¿Estaría dispuesto a pagar por esta aplicación móvil? (Fuentes primarias)	$(5022) * 28\% = 1406$ empresas
DEMANDA	Cantidad de necesidades de transporte demandados por el mercado actual- (Fuentes primarias)	De acuerdo a la encuesta realizada, el promedio mensual de viajes mensuales que las pequeñas empresas de transporte de carga realizan para las empresas industriales consideradas como grandes y medianas es de 22218 viajes.
DEMANDA INICIAL	De acuerdo a las respuestas, un % de transportistas solicitaría sus viajes por la aplicación.	Considerando también que un 28% de las pequeñas empresas de transporte de carga indicaron que sí usarían y pagarían por el uso de la aplicación móvil, la demanda inicial de viajes es 6221 viajes.

Fuente: Elaboración propia (2020)

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Determinación de P y Q: “Lo más habitual, para resolver este problema, consiste en "colocarse" en la situación más desfavorable posible en cuanto a los valores de dicha proporción poblacional. Dicha situación no es otra que valorar $p=q=0.5$, con lo que se consigue establecer como cierta la máxima varianza en la población (es fácil demostrar que dadas las características de p y q el máximo de $p \cdot q$ se obtiene precisamente con $p=q=0.5$). Adoptando esta medida, en la construcción del intervalo, se consigue que la amplitud de éste sea mayor, menos precisa, y por tanto para una misma amplitud necesitará un mayor tamaño de la muestra que el realizado con otra p , pero resuelve el problema del desconocimiento de p y augura, al darse mayor amplitud, más "fiabilidad". (obsérvese que en casi-todas las encuestas de opinión la ficha técnica incluye el mencionado $p=q=0.5$)” (Universidad de Valencia).

Transportistas: 5022 empresas.

- Cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = (Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N) / [(N \cdot e^2) + Z^2 \cdot p \cdot q]$$

$$n = [1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 5022] / [(5022 \cdot 0.05^2) + (1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5)]$$

$$N = 5022$$

$$Z = 1.96$$

$$e = 0.05$$

$$p = 0.5 \text{ (probabilidad de ocurrencia)}$$

$$q = 0.5 \text{ (probabilidad de no ocurrencia)}$$

Con esto el número de personas a encuestar es 357 personas, esta sería la muestra representativa para nuestro caso.

A. Validación con pre-muestreo:

Se ha realizado un pre-muestreo de 50 encuestas para validar el nivel de confianza de la investigación, en este pre-muestreo se ha podido identificar lo siguiente, para un nivel de significancia de 5%

1. La desviación estándar es de 10 personas, se quiere tener una precisión de 1 persona:

2. Se calcula el tamaño de la muestra según estos resultados:

$$n = \sigma^2 / [(e^2 / Z^2) + (\sigma^2 / N)]$$

$$n = 10^2 / [1^2 / 1.96^2 + (10^2 / 5022)] = 370.39$$

Esto da como resultado 357 personas a encuestar también.

Empresas Industriales: 6220 empresas

- Cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = (Z^2 * p * q * N) / [(N * e^2) + Z^2 * p * q]$$

$$n = [1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 6220] / [(6220 * 0.05^2) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)]$$

$$N = 6220$$

$$e = 0.05$$

$$Z = 1.96$$

$$p = 0.5 \text{ (probabilidad de ocurrencia)}$$

$$q = 0.5 \text{ (probabilidad de no ocurrencia)}$$

Con esto el número de personas a encuestar es 362 personas, esta sería la muestra representativa para nuestro caso.

B. Validación con pre-muestreo:

Se ha realizado un pre-muestreo de 50 encuestas para validar el nivel de confianza de la investigación, en este pre-muestreo se ha podido identificar lo siguiente, para un nivel de significancia de 5%

3. La desviación estándar es de 10 personas, se quiere tener una precisión de 1 persona:

4. Se calcula el tamaño de la muestra según estos resultados:

$$n = \sigma^2 / [(e^2 / Z^2) + (\sigma^2 / N)]$$

$$n = 10^2 / [1^2 / 1.96^2 + (10^2 / 6220)] = 362$$

Esto da como resultado 362 personas a encuestar también.

Técnica de investigación y tabulación de resultados

ENCUESTA - CANTIDAD DE NECESIDADES DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA - EMPRESAS INDUSTRIALES

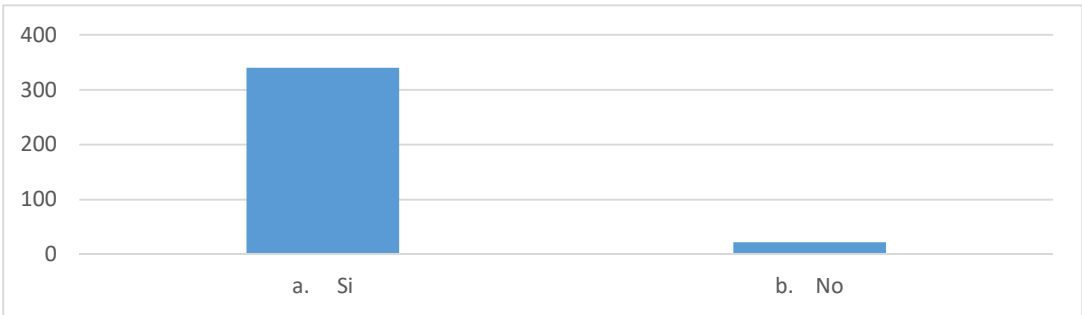
Tabla N° 28. Encuesta - cantidad de necesidades de transporte de carga pesada - empresas industriales

FICHA TÉCNICA DE ENCUESTA – EMPRESAS INDUSTRIALES	
UNIVERSO	Gerentes, Jefes, y Supervisores de las áreas de Logística y Transporte de Empresas Industriales de Lima Metropolitana, consideradas como Grandes y Medianas empresas de los siguientes sectores: Minería, Industria manufacturera, Construcción, Comercio y reparación autos y motos
TIPO DE MUESTRA	Aleatoria simple
FECHA DE REALIZACIÓN	15/09/2020 al 15/10/2020
TIEMPO DE REALIZACIÓN	30 días
LUGAR DE REALIZACIÓN	Online, a través de correo electrónico por Survey Monkey
MARGEN DE ERROR	+5%
REALIZADA POR	Lorenzo Reyes, Andy Huaracha, Giancarlo Herrera

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 29. Pregunta 1

1. ¿En su empresa, existen necesidades de transporte que sean consideradas como carga pesada?		
a. Si	340	94%
b. No	22	6%



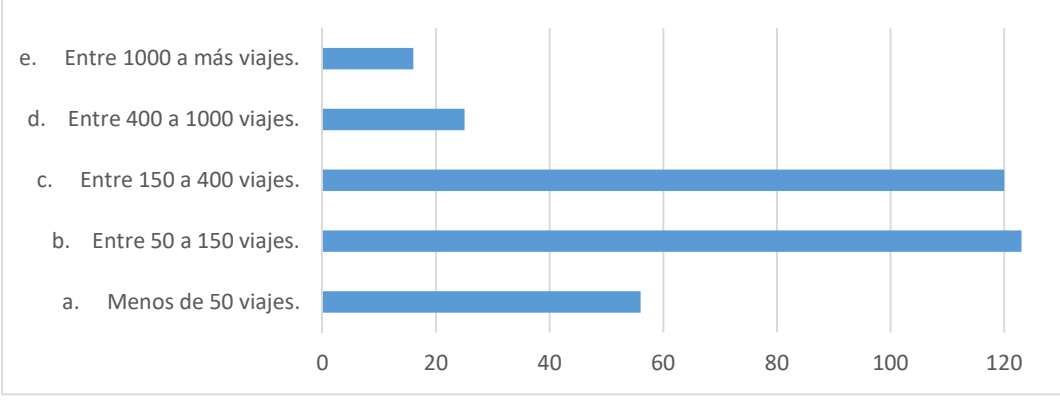
The bar chart displays the frequency of responses for the question '¿En su empresa, existen necesidades de transporte que sean consideradas como carga pesada?'. The vertical axis (y-axis) is labeled from 0 to 400 in increments of 100. The horizontal axis (x-axis) has two categories: 'a. Si' and 'b. No'. The bar for 'a. Si' is significantly higher, reaching a value of 340. The bar for 'b. No' is much shorter, reaching a value of 22.

Respuesta	Frecuencia
a. Si	340
b. No	22

Análisis: El 94% de las empresas tiene necesidades de transporte que son consideradas carga pesada.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 30. Pregunta 2

2. Habiendo respondido de forma afirmativa la primera pregunta, en su empresa ¿cuántas necesidades de transporte de carga pesada son generadas de forma mensual?, considerando a estas necesidades como viajes:														
a. Menos de 50 viajes.	56	15%												
b. Entre 50 a 150 viajes.	123	34%												
c. Entre 150 a 400 viajes.	120	33%												
d. Entre 400 a 1000 viajes.	25	7%												
e. Entre 1000 a más viajes.	16	4%												
 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Número de viajes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>e. Entre 1000 a más viajes.</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>d. Entre 400 a 1000 viajes.</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>c. Entre 150 a 400 viajes.</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>b. Entre 50 a 150 viajes.</td> <td>123</td> </tr> <tr> <td>a. Menos de 50 viajes.</td> <td>56</td> </tr> </tbody> </table>			Categoría	Número de viajes	e. Entre 1000 a más viajes.	16	d. Entre 400 a 1000 viajes.	25	c. Entre 150 a 400 viajes.	120	b. Entre 50 a 150 viajes.	123	a. Menos de 50 viajes.	56
Categoría	Número de viajes													
e. Entre 1000 a más viajes.	16													
d. Entre 400 a 1000 viajes.	25													
c. Entre 150 a 400 viajes.	120													
b. Entre 50 a 150 viajes.	123													
a. Menos de 50 viajes.	56													
<p>Análisis: El mayor volumen de carga pesada de las empresas se encuentra en un promedio de 50 a 400 viajes mensuales.</p>														

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 31. Pregunta 3

3. Estos viajes son atendidos por empresas de transporte que podrían ser consideradas, de acuerdo al número de flota, tamaño de operaciones, y cantidad de clientes, cómo:		
a. Grandes empresas	176	49%
b. Medianas empresas	110	30%
c. Pequeñas empresas	36	10%
d. Servicio propio	18	5%

Categoría	Número de Empresas
a. Grandes empresas	176
b. Medianas empresas	110
c. Pequeñas empresas	36
d. Servicio propio	18

Análisis: Las grandes y medianas empresas de transporte tienen casi un promedio del 80% del mercado de necesidades de transporte de las grandes y medianas empresas industriales. Aun así existe un 10% de mercado que no llega a ser cubierto por las grandes empresas.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 32. Pregunta 4

4. ¿Cuáles son los medios usuales que se utilizan en su empresa para asignar al proveedor de transporte??		
a. Contrato de largo plazo ya establecido	301	
b. Licitación del servicio	159	
c. Asignación directa	120	
d. Cotizaciones de empresas referidas	171	

Method	Number of Responses
a. Contrato de largo plazo ya establecido	301
b. Licitación del servicio	159
c. Asignación directa	120
d. Cotizaciones de empresas referidas	171

Análisis: Las empresas indican que el medio principal de asignación de los servicios de transporte es a través de los contratos a largo plazo que ya tienen establecidos con los proveedores de transporte. Un porcentaje importante de ella indica que también hace uso de la licitación de los servicios.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 33. Pregunta 5

5. ¿Qué herramienta de gestión utiliza más con las empresas de transporte que atienden sus necesidades de transporte?		
a. Correo electrónico	107	30%
b. Whatsapp	65	18%
c. Llamadas de telefónicas	117	32%
d. Sistemas informáticos de gestión interna	51	14%

Herramienta	Número de respuestas
d. Sistemas informáticos de gestión interna	51
c. Llamadas de telefónicas	117
b. Whatsapp	65
a. Correo electrónico	107

Análisis: Las empresas utilizan en su mayoría las llamadas telefónicas y el uso de correos electrónicos como herramientas de gestión de sus necesidades de transportes y el seguimiento respectivo a estas operaciones. Esto indica que estas empresas, en muchos casos, aún no han iniciado proceso de digitalización de sus operaciones de transporte.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 34. Pregunta 6

6. ¿Cuál de los siguientes rangos de precios con respecto a los precios que paga por servicios de transporte consideraría usted como un rango promedio? Considerando para esto transporte de carga consolidada dentro del ámbito de rutas nacionales?		
a. Entre 100USD a 300USD por viaje	66	18%
b. Entre 300USD a 600USD	197	54%
c. Entre 600USD a 900USD	68	19%
d. Entre 900USD a 1200USD	9	2%

Rango de Precios	Cantidad de Respuestas
a. Entre 100USD a 300USD por viaje	66
b. Entre 300USD a 600USD	197
c. Entre 600USD a 900USD	68
d. Entre 900USD a 1200USD	9

Análisis: Las empresas utilizan en su mayoría las llamadas telefónicas y el uso de correos electrónicos como herramientas de gestión de sus necesidades de transportes y el seguimiento respectivo a estas operaciones. Esto indica que estas empresas, en muchos casos, aún no han iniciado proceso de digitalización de sus operaciones de transporte.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 35. Pregunta 7

7. ¿En cuanto al uso de tecnología en el área de Transportes y Logística de su empresa, ¿cuál es la tecnología que usted considera más importante?		
a. Correo electrónico	229	63%
b. Sistema de gestión interno de la empresa	33	9%
c. Whatsapp	25	7%
d. Llamadas telefónicas	31	9%
e. GPS	44	12%

Tecnología	Número de respuestas
a. Correo electrónico	229
b. Sistema de gestión interno de la empresa	33
c. Whatsapp	25
d. Llamadas telefónicas	31
e. GPS	44

Análisis: Las empresas consideran al correo electrónico como la principal herramienta de gestión de su área de Transportes y Logística, por encima de sus sistemas internos y las llamadas telefónicas.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 36. Pregunta 8

8. ¿Cuáles consideraría como los inconvenientes de gestión más importantes que ocasionarían que sus necesidades de transporte no sean atendidas? (Opciones múltiples)		
a. Tráfico y horarios	201	
b. Documentación errónea	200	
c. Descoordinación administrativa y poca trazabilidad de los viajes	189	
d. Poca profesionalidad de las empresas de transporte	315	
e. Accidentes y/o inconvenientes que escapan del control de la empresa	300	

Opción	Frecuencia
e. Accidentes y/o inconvenientes que escapan del control de la empresa	300
d. Poca profesionalidad de las empresas de transporte	315
c. Descoordinación administrativa y poca trazabilidad de los viajes	189
b. Documentación errónea	200
a. Tráfico y horarios	201

Análisis: Las empresas consideran que la poca profesionalidad de los proveedores de transporte actuales, los accidentes o controles que escapan de su control son los principales inconvenientes por los cuales una necesidad de transporte pueda no llegar a ser atendida. Esto indica que existe desconfianza de los operadores de transporte con respecto al manejo de la carga.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 37. Pregunta 9

9. Cuántos de estos viajes se pueden perder al mes en su empresa de acuerdo a los inconvenientes antes comentados?		
a. Menos de 10.	149	41%
b. Entre 10 y 50	171	47%
c. Entre 50 y 150	18	5%
d. Entre 150 y 300	2	1%
e. Más de 300	0	0%

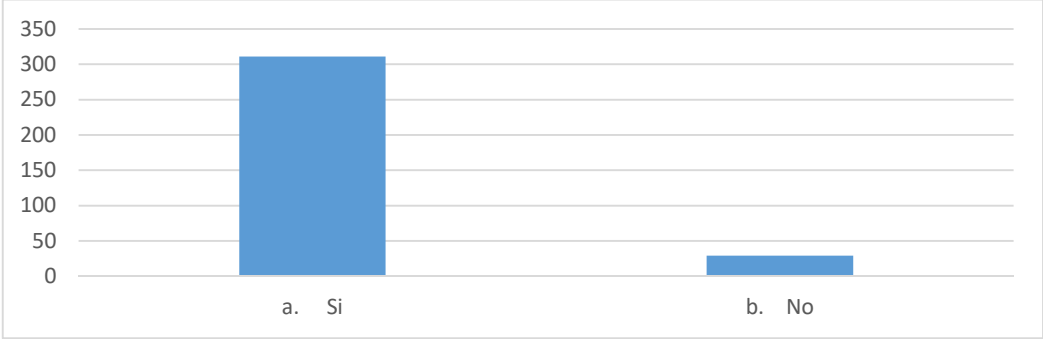
Categoría	Número de Viajes Perdidos
a. Menos de 10.	149
b. Entre 10 y 50	171
c. Entre 50 y 150	18
d. Entre 150 y 300	2
e. Más de 300	0

Análisis: Las empresas indican que mensualmente pueden tener entre 10 a 50 necesidades transporte no atendidas. Esto indica que sí existe un mercado de necesidades de transporte que no llega a ser atendido y que tiene impacto en las operaciones de las empresas.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 38. Pregunta 10

10. ¿Considera que la tecnología puede ayudar a reducir estos inconvenientes y evitar que existan necesidades de transporte no atendidas?		
a. Si	311	86%
b. No	29	8%



Análisis: Las empresas sí consideran que pueden evitar estos inconvenientes con el uso de tecnología. Lo que abre la posibilidad de las empresas para el ingreso de otras herramientas de gestión que sean enfocadas en tecnología para la solución de sus inconvenientes.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 39. Pregunta 11

11. ¿Qué aspectos considera usted más valiosos y que pueden ser mejoradas gracias al uso de tecnología con respecto a sus necesidades de transporte? (Opción múltiple)		
a. Comunicación y operaciones más fluidas	217	
b. Trazabilidad de los viajes	339	
c. Transparencia de la operación	215	
d. Garantía y seguridad en las operaciones	319	

Opción	Respuestas
d. Garantía y seguridad en las operaciones	319
c. Transparencia de la operación	215
b. Trazabilidad de los viajes	339
a. Comunicación y operaciones más fluidas	217

Análisis: Las empresas consideran como los dos aspectos más importantes poder tener trazabilidad de sus viajes y que estos tengan garantía y sean seguros, y que estos pueden ser solucionados con el uso de tecnología.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 40. Pregunta 12

12. En caso una aplicación móvil le permita obtener mejoras en estos aspectos importantes, ¿la usaría?		
a. Si	224	62%
b. No	16	4%
c. Debo evaluarlo	100	28%

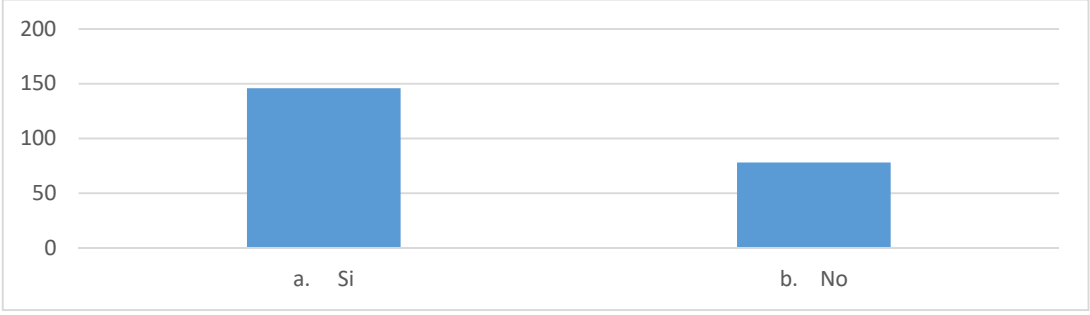
Respuesta	Cantidad
a. Si	224
b. No	16
c. Debo evaluarlo	100

Análisis: Las empresas indican que de encontrar una aplicación móvil que les solucione estos inconvenientes, el 62% de ellas sí la usarían, y un 28% considera que debe evaluar el uso de una aplicación digital, esto indica que las empresas en muchos casos toman decisiones a nivel corporativo que son proceso más evaluados y con un tiempo de decisión mayor.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 41. Pregunta 13

13. En caso una aplicación móvil le permita obtener mejoras en estos aspectos importantes, ¿pagaría por usarla?		
a. Si	146	40%
b. No	78	22%



The bar chart displays the frequency of responses for two categories: 'a. Si' and 'b. No'. The vertical axis (y-axis) represents the number of responses, ranging from 0 to 200 in increments of 50. The horizontal axis (x-axis) lists the two categories. The bar for 'a. Si' reaches a value of 146, and the bar for 'b. No' reaches a value of 78.

Categoría	Valor
a. Si	146
b. No	78

Análisis: De las empresas que indicaron que sí utilizarían esta aplicación, solo un porcentaje menor de ellas indica que pagaría por el uso de esta aplicación móvil, siendo el 40% de ellas las que indicaron que sí lo harían.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 42. Pregunta 14

14. Debido a los beneficios que podría encontrar en esta aplicación móvil, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por el uso de la aplicación de acuerdo al valor costo del viaje?		
a. Entre un 3% a 5% de acuerdo al valor del viaje	295	81%
b. Entre un 5% a 8% de acuerdo al valor del viaje	17	5%
c. Entre un 8% a 10% de acuerdo al valor del viaje	12	3%

Respuesta	Cantidad
a. Entre un 3% a 5% de acuerdo al valor del viaje	295
b. Entre un 5% a 8% de acuerdo al valor del viaje	17
c. Entre un 8% a 10% de acuerdo al valor del viaje	12

Análisis: De las empresas que indicaron que sí pagarían por el uso de la app, el porcentaje que indican que podrían por este servicio, un 81% indica que debe estar entre el 3% al 5% del valor del viaje.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 43. Pregunta 15

15. ¿Conoce actualmente una aplicación móvil que cumpla con los criterios comentados?		
a. Si	198	55%
b. No	164	45%

Respuesta	Cantidad
a. Si	198
b. No	164

Análisis: Las empresas indican que en un 55% sí conocen aplicaciones que cumplen los criterios comentados previamente.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 44. Pregunta 16

16. ¿En caso de haber respondido afirmativamente usa o usó usted dicha aplicación?		
a. Si	50	14%
b. No	148	41%

Respuesta	Cantidad
a. Si	50
b. No	148

Análisis: De este porcentaje, un grupo menor indica que uso o ha hecho uso de la aplicación, lo que indica que no todas las empresas terminaron haciendo uso de este tipo de aplicaciones.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 45. Pregunta 17

17. ¿En caso haya dejado de usar dicha aplicación, ¿cuál fue la razón por la que dejó de usarla?		
a. La aplicación no funcionaba correctamente	26	7%
b. Las tarifas eran demasiado altas	17	5%
c. Existía una alternativa en el mercado mejor	7	2%

Razón	Número de respuestas
a. La aplicación no funcionaba correctamente	26
b. Las tarifas eran demasiado altas	17
c. Existía una alternativa en el mercado mejor	7

Análisis: Las empresas que hicieron uso de aplicaciones similares indican que dejaron de hacerlo debido a que las aplicaciones no funcionaban correctamente, Por lo que es un punto a considerar en el desarrollo de aplicaciones de este tipo.

Fuente: Elaboración propia (2020)

ENCUESTA - CANTIDAD DE NECESIDADES DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA – TRANSPORTISTAS

Tabla N° 46. Encuesta - cantidad de necesidades de transporte de carga pesada – transportistas

FICHA TÉCNICA DE ENCUESTA – Transportistas	
UNIVERSO	Transportistas y Conductores de Empresas de Transporte de Carga, consideradas como Pequeñas empresas ubicados en Lima Metropolitana.
TIPO DE MUESTRA	Aleatoria simple
FECHA DE REALIZACIÓN	01.08.2020 al 01.10.2020
TIEMPO DE REALIZACIÓN	60 días
LUGAR DE REALIZACIÓN	Zonas Industriales en Lima Metropolitana: Av. Argentina – Cercado de Lima Av. Materiales – Cercado de Lima Av. Las Torres – Cajamarquilla Lurigancho Av. Nicolas Ayllón – Ate Av. Trapiche – Puente Piedra Av. Naranjal – Independencia Av. Comunidad Industrial – Chorrillos Av. Solidaridad – Villa El Salvador
MARGEN DE ERROR	+5%

REALIZADA POR	Lorenzo Reyes, Andy Huaracha, y Giancarlo Herrera.
----------------------	--

Fuente: Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 20. Zonas industriales en Lima y Callao

ZONAS INDUSTRIALES LIMA Y CALLAO



Se pueden identificar 8 grandes zonas de concentración de actividad industrial:

1. **Centro.** Conformada por el distrito del Cercado de Lima.
2. **Norte 1.** Compuesta por los distritos de Los Olivos e Independencia.
3. **Norte 2.** Conformada por los distritos de Puente Piedra, Carabaylla y Comas.
4. **Este 1.** Conformada por los distritos de El Agustino, Santa Anita, Ate y San Luis.
5. **Este 2.** Comprende los distritos de Lurigancho - Chosica y San Juan de Lurigancho.
6. **Oeste.** Provincia Constitucional del Callao, especialmente los distritos del Cercado del Callao y Ventanilla.
7. **Sur 1.** Abarca los distritos de Chorrillos, Villa El Salvador y Lurin.
8. **Sur 2.** Conformada por el distrito de Chilca.

Actualmente la ciudad de Lima cuenta con zonas de actividad industrial diferenciadas, las cuales incluyen oferta de venta y renta de terrenos y locales para este uso.

Fuente: Gestión (2016)

Tabla N° 47. Pregunta 1

1. ¿Cómo calificaría a los principales clientes que le solicitan transporte de carga según el tamaño de la empresa?		
a. Gran y Mediana empresa	39	11%
b. Pequeña empresa	167	47%
c. Micro empresa	116	33%
d. Personas individuales	34	10%

Categoría	Número de Respondentes
d. Personas individuales	34
c. Micro empresa	116
b. Pequeña empresa	167
a. Gran y Mediana empresa	39

Análisis: Para los transportistas que atienden a empresas grandes y medianas industriales este mercado representa el 11% de su mercado.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 48. Pregunta 2

2. En caso haya respondido sobre sobre empresas consideradas como grandes o medianas, ¿cuántos viajes realiza para estos clientes de forma mensual?		
a. Menos de 10.	19	5%
b. Entre 10 y 50	11	3%
c. Entre 50 y 150	7	2%
d. Entre 150 y 300	2	1%
e. Más de 300	0	0%

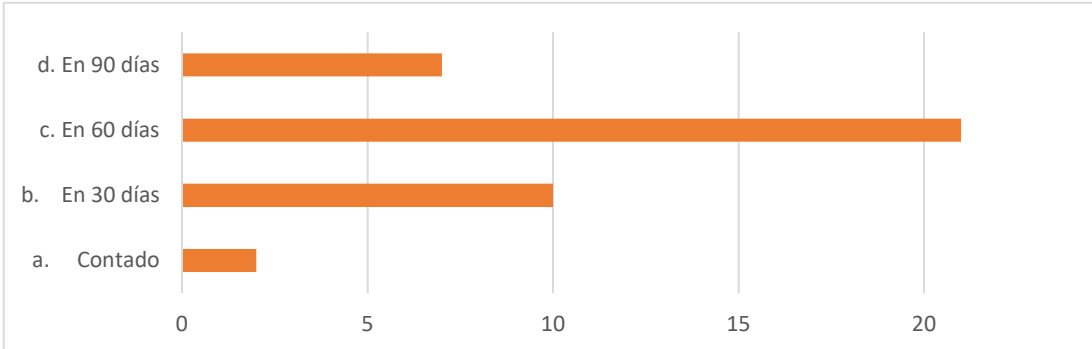
Categoría	Cantidad de Viajes
a. Menos de 10.	19
b. Entre 10 y 50	11
c. Entre 50 y 150	7
d. Entre 150 y 300	2
e. Más de 300	0

Análisis: La cantidad de viajes que son atendidas por los transportistas para las empresas industriales según la pregunta anterior son en promedio entre 10 a 50 viajes de forma mensual.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 49. Pregunta 3

3. También con respecto a las grandes y medianas empresas, ¿cuál es la frecuencia de pago que tiene con estas empresas?		
a. Contado	2	1%
b. En 30 días	10	3%
c. En 60 días	21	6%
d. En 90 días	7	2%



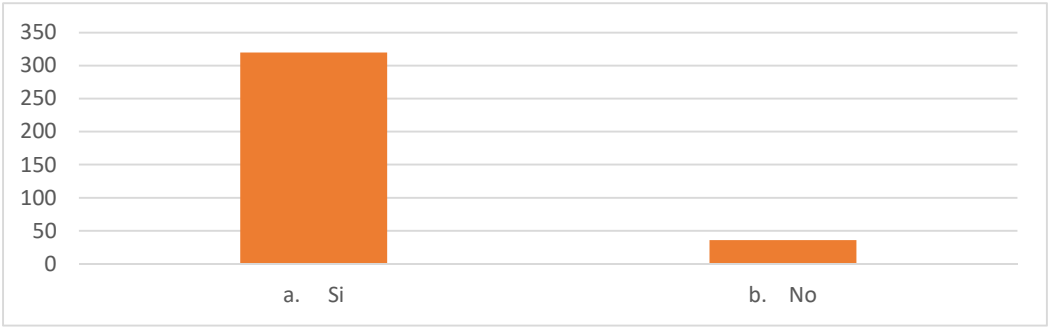
Payment Term	Frequency (Number of Respondents)
a. Contado	2
b. En 30 días	10
c. En 60 días	21
d. En 90 días	7

Análisis: La frecuencia de pago, según indican los transportistas, el pago por el servicio de transporte se realiza en un mayor porcentaje con pagos a 60 días.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 50. Pregunta 4

4. ¿Pertenece a usted un gremio de transportistas de carga??		
a. Si	320	90%
b. No	36	10%



Análisis: Un 90% de las transportistas indican que pertenecen a un gremio de transportes.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 51. Pregunta 5

5. ¿Qué tipos de tecnologías, como aplicaciones móviles, le ayudan en su día a día en su trabajo diario? (Opción múltiple)		
a. Waze	45	
b. Google Maps	124	
c. Correo electrónico	340	
d. Whatsapp	320	

Opción	Número de respuestas
a. Waze	45
b. Google Maps	124
c. Correo electrónico	340
d. Whatsapp	320

Análisis: Los transportistas indican que el correo electrónico y la mensajería instantánea por Whatsapp son las herramientas tecnológicas más útiles en su trabajo diario.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 52. Pregunta 6

6. ¿Qué tipo de problemas, encuentra en su día en su día como Transportista que considera que pueden ser solucionados con el uso de tecnología e internet?		
a. Mala comunicación y coordinación	310	
b. Problemas con documentación y permisos	270	
c. Problemas con el tiempo y el tráfico	145	
d. Tiempos de carga no operativa/ociosa	214	
e. Negocios no realizados / pérdida de clientes	189	

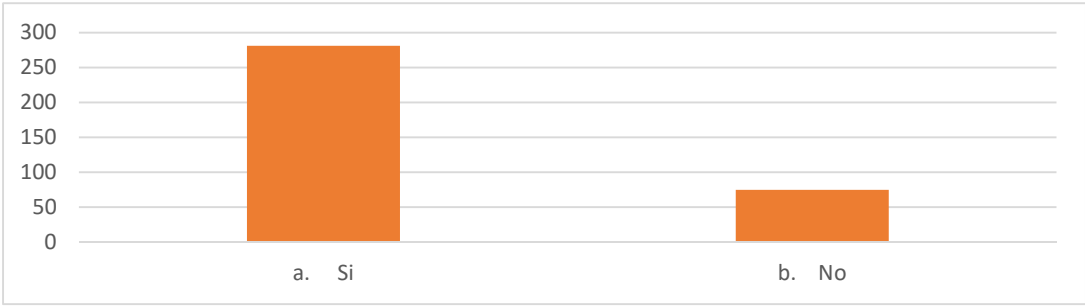
Problema	Número de Transportistas
a. Mala comunicación y coordinación	310
b. Problemas con documentación y permisos	270
c. Problemas con el tiempo y el tráfico	145
d. Tiempos de carga no operativa/ociosa	214
e. Negocios no realizados / pérdida de clientes	189

Análisis: Los transportistas indican que los problemas que pueden ser utilizados por tecnología son en su mayoría los de documentación y permisos, y el de mejorar la comunicación y la gestión.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 53. Pregunta 7

7. ¿Considera que debido a estos inconvenientes ha llegado a perder oportunidades de negocio o clientes?		
a. Si	281	79%
b. No	75	21%




Respuesta	Cantidad	Porcentaje
a. Si	281	79%
b. No	75	21%

Análisis: Los transportistas en un 79% indican que han perdido clientes debido a estos problemas

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 54. Pregunta 8

8. ¿Considera que debido a estos inconvenientes usted tiene capacidad operativa ociosa sin operar?		
a. Si	245	69%
b. No	111	31%



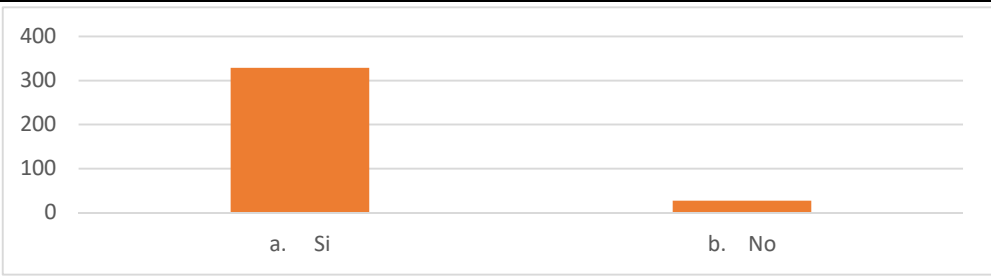
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
a. Si	245	69%
b. No	111	31%

Análisis: Los transportistas en un 69% indican que tienen capacidad ociosa operativa debido a estos problemas

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 55. Pregunta 9

9. ¿Conoce usted las aplicaciones: “Uber”, “Beat”, y “Cabify”?		
a. Si	329	92%
b. No	27	8%



The bar chart displays the frequency of responses for the question. The vertical axis (y-axis) is labeled from 0 to 400 in increments of 100. The horizontal axis (x-axis) has two categories: 'a. Si' and 'b. No'. The bar for 'a. Si' is significantly higher, reaching a value of 329. The bar for 'b. No' is much shorter, reaching a value of 27.

Respuesta	Frecuencia
a. Si	329
b. No	27

Análisis: Los transportistas indican que sí conocen las aplicaciones móviles más importantes que en la actualidad se utilizan para el transporte de pasajeros.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 56. Pregunta 10

10. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones se encuentra usted más de acuerdo con respecto a la importancia de estas aplicaciones?		
a. Han generado un cambio importante en el mercado de movilidad de pasajeros dentro de la ciudad y ahora son los líderes del mercado	242	68%
b. No tienen aún tanta importancia en el mercado de movilidad de pasajeros dentro de la ciudad	91	26%
c. No tienen ninguna importancia en el mercado de movilidad de pasajeros dentro de la ciudad	23	6%

Afirmación	Cantidad de Respuestas
a. Han generado un cambio importante en el mercado de movilidad de pasajeros dentro de la ciudad y ahora son los líderes del mercado	242
b. No tienen aún tanta importancia en el mercado de movilidad de pasajeros dentro de la ciudad	91
c. No tienen ninguna importancia en el mercado de movilidad de pasajeros dentro de la ciudad	23

Análisis: Los transportistas indican que el 68% de ellos considera que las aplicaciones de servicio de pasajeros han generado un cambio importante en el mercado de movilidad, y ahora son los líderes de mercado.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 57. Tabla N° 11

11. ¿Con cuáles de las siguientes afirmaciones se encuentra usted más de acuerdo con respecto al modelo de negocio de estas aplicaciones?	
a. Estas aplicaciones les permiten a los conductores contactar más rápido con sus clientes y ser más eficientes con su tiempo	219
b. Estas aplicaciones les permiten a los conductores generar más viajes ya que se encuentran rápidamente con oportunidades debido a la gran demanda que tienen	302
c. Estas aplicaciones les permiten a los conductores saber en qué zonas hay más tráfico y demanda de viajes, lo que les permite moverse a zonas de la ciudad con mejores oportunidades de negocio	203
d. Estas aplicaciones les brindan seguridad a los pasajeros debido a que pueden compartir sus viajes con sus conocidos, pueden calificar el profesionalismo de los conductores, y pueden hacer sus pagos a través de tarjetas electrónicas	191
e. La comisión que cobra la aplicación está de acuerdo con los beneficios que brinda a usuarios y conductores	79

Afirmación	Cantidad de respuestas
e. La comisión que cobra la aplicación está de acuerdo con los beneficios que brinda a usuarios y conductores	79
d. Estas aplicaciones les brindan seguridad a los pasajeros debido a que pueden compartir sus viajes con sus conocidos, pueden calificar el profesionalismo de...	191
c. Estas aplicaciones les permiten a los conductores saber en qué zonas hay más tráfico y demanda de viajes, lo que les permite moverse a zonas de la ciudad...	203
b. Estas aplicaciones les permiten a los conductores generar más viajes ya que se encuentran rápidamente con oportunidades debido a la gran demanda que...	302
a. Estas aplicaciones les permiten a los conductores contactar más rápido con sus clientes y ser más eficientes con su tiempo	219

Análisis: Los transportistas indican en su mayoría que estas aplicaciones móviles permiten a los conductores generar más viajes y tener más oportunidades de negocio. Además de eso indican no estar de acuerdo con la comisión que estas aplicaciones cobran.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 58. Tabla N° 12

12. En caso existir una aplicación para el rubro de Transporte de Carga que le permita solucionar los inconvenientes que tiene en su trabajo diario través del uso de tecnología e internet ¿usted la usaría?		
a. Si	199	56%
b. No	157	44%

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
a. Si	199	56%
b. No	157	44%

Análisis: Los transportistas indican en un 56% que sí harían uso de una aplicación móvil que soluciones los inconvenientes mencionados.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 59. Pregunta 13

13. ¿Estaría dispuesto a pagar por el uso de dicha aplicación?		
a. Si	99	28%
b. No	100	28%

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
a. Si	99	28%
b. No	100	28%

Análisis: De este último grupo, un porcentaje bastante menor indica que sí usaría y pagaría la aplicación, siendo un 28% de transportistas que indican que sí pagarían por esta aplicación.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 60. Pregunta 14

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el uso de esta aplicación?		
a. Entre un 3% a 5% de acuerdo al valor del viaje	85	24%
b. Entre un 5% a 8% de acuerdo al valor del viaje	7	2%
c. Entre un 8% a 10% de acuerdo al valor del viaje	7	2%

Respuesta	Cantidad
a. Entre un 3% a 5% de acuerdo al valor del viaje	85
b. Entre un 5% a 8% de acuerdo al valor del viaje	7
c. Entre un 8% a 10% de acuerdo al valor del viaje	7

Análisis: Los transportistas en su mayoría indican que pagarían entre un 3% a 5% del valor del viaje.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 61. Pregunta 15

15. ¿Conoce actualmente una aplicación móvil que cumpla con los criterios comentados?		
a. Sí	186	52%
b. No	170	48%


Respuesta	Cantidad
a. Sí	186
b. No	170

Análisis: Un 52% de los transportistas indican que sí conocen otras aplicaciones según los criterios comentados.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 62. Pregunta 16

16. ¿En caso de haber respondido afirmativamente usa o usó usted dicha aplicación?		
a. Si	75	21%
b. No	111	31%



The bar chart displays the frequency of responses for two categories: 'a. Si' and 'b. No'. The vertical axis (y-axis) represents the number of responses, ranging from 0 to 150 in increments of 50. The horizontal axis (x-axis) lists the two categories. The bar for 'a. Si' reaches a value of 75, and the bar for 'b. No' reaches a value of 111. Both bars are colored orange.

Categoría	Frecuencia
a. Si	75
b. No	111

Análisis: De este último grupo, un grupo menor indica sí haber hecho uso de esta aplicación, en el caso comparativo con las empresas industriales los transportistas son más proclives al uso de la aplicación móvil.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 63. Pregunta 17

17. ¿En caso haya dejado de usar dicha aplicación, ¿cuál fue la razón por la que dejó de usarla?		
a. La aplicación no funcionaba correctamente	12	3%
b. Las tarifas eran demasiado altas	62	17%
c. Existía una alternativa en el mercado mejor	1	0%

Razón	Número de respuestas
c. Existía una alternativa en el mercado mejor	1
b. Las tarifas eran demasiado altas	62
a. La aplicación no funcionaba correctamente	12

Análisis: Los transportistas, la gran mayoría de ellos, indican que dejaron de usar estas aplicaciones por tener tarifas demasiado altas. Lo que es importante al momento de diseñar el modelo de negocio.

Fuente: Elaboración propia (2020)

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN:

De los resultados obtenidos para la investigación de mercado, en cuanto a los resultados de las encuestas, se pueden sacar las siguientes conclusiones:

Empresas Industriales:

1. Las empresas indican tener necesidades de carga pesada, consideran que el mayor volumen mensual de viajes que tiene se encuentra entre 50 a 400 viajes mensuales.

2. El 80% de estos viajes es cubierto por transportistas considerados como grandes y medianas empresas.

3. Un 20% de empresas indica que hace uso de la licitación como medio de asignación del proveedor de transporte.

4. Las herramientas de gestión de las empresas para el seguimiento de sus viajes son el correo electrónico y las llamadas telefónicas.

5. Se identifica que las empresas consideran a la poca profesionalidad de los proveedores de transporte, y al tráfico y horarios como los mayores inconvenientes por los cuales sus necesidades de transporte no llegan a ser atendidos según su planificación.

6. Las empresas cuantifican entre 10 a 50 viajes al mes que no llegan a ser atendidos.

7. Se identifica que un 62% de empresas se encuentra abierta a hacer uso de una aplicación móvil que le permita tener trazabilidad de sus operaciones de transporte. Pero solo un 40% de estas empresas pagaría por el uso de la aplicación.

8. En cuanto al valor que pagarían, las empresas se sitúan en un 81% en un rango de 3% a 5% del valor del viaje.

9. Asimismo se identifica que algunas empresas ya han hecho uso o conocen de aplicaciones móviles con el mismo servicio, solo un 14% utilizó este servicio, y lo fueron dejando de usar debido a que consideraban que la aplicación funcionaba mal.

Transportistas:

1. Los transportistas indican que solo atienden en 11% de sus operaciones mensuales a clientes que son considerados como gran y mediana empresa.

2. En este 11% se realizan entre 10 a 50 viajes mensuales.

3. Los transportistas indican que la forma de pago usual con las grandes empresas se realiza a 60 días de luego de efectuado el servicio.

4. El 90% de los transportistas encuestados indica pertenecer a un gremio de transportes.

5. Los transportistas indican que las aplicaciones móviles que más utilizan son el correo electrónico y la mensajería instantánea por WhatsApp.

6. También se puede identificar los principales problemas que los transportistas consideran que pueden ser solucionados a través de tecnología son: mala comunicación y coordinación, problemas de documentación y permisos, y los tiempos de carga no operativa que tienen.

7. Además de esto, un 79% de transportistas indica que han perdido oportunidades de negocio debido a estos problemas, y un 60% de ellos indica que debido a estos problemas tienen carga operativa ociosa.

8. Asimismo, los transportistas indican que los modelos de negocio de aplicaciones como Uber, Beat o Cabify, son líderes de mercado debido a que otorgan beneficios tanto a los pasajeros como conductores, brindando seguridad, por ejemplo, a los primeros, y haciéndoles más eficientes a los segundos. Así mismo se identifica que se tiene una mala percepción con respecto a la comisión que las aplicaciones cobran.

9. Se identifica que un 56% de transportistas haría uso de una aplicación móvil que les permita solucionar estos inconvenientes, pero solo un 28% de ellos estaría dispuesto a pagar el uso de la aplicación. Y, de estos últimos la mayoría indica que pagaría entre un 3% a 5% del valor del viaje.

10. Un 52% de los transportistas indican que conocen otras aplicaciones similares, pero solo un 21% ha hecho uso de la aplicación, y de estos la mayoría dejó de usar la aplicación debido al que consideraban que la tarifa que se cobraba era demasiado alta.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Se ha determinado en base al estudio de mercado que la demanda inicial es de 6096 viajes mensuales, se considera abarcar de forma inicial con un 4% de la demanda, con un crecimiento mensual de 4% en los meses siguientes.

Tabla N° 64. Proyección de la demanda

Demanda total	6096
Meses	Demanda
Enero	244
Febrero	254
Marzo	267
Abril	280
Mayo	294
Junio	309
Julio	324
Agosto	340
Setiembre	357
Octubre	375
Noviembre	394
Diciembre	414

Fuente: Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

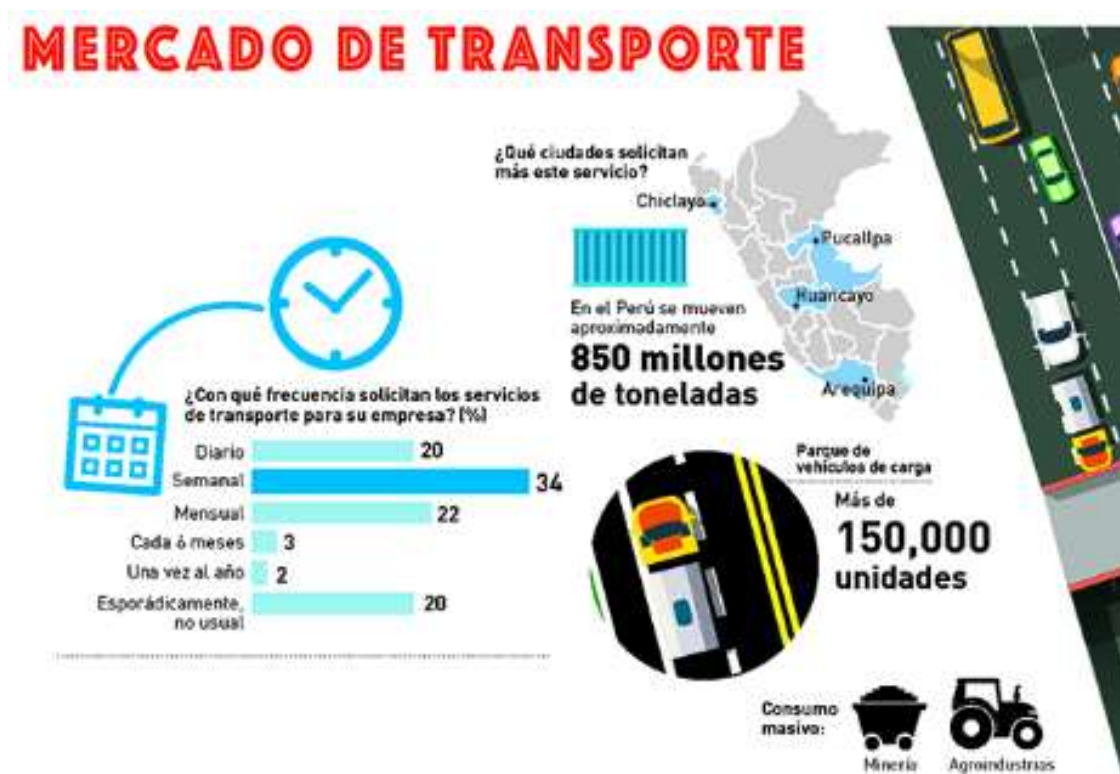
5.1 Mercado (características y segmentación)

MERCADO:

En el Perú en el mercado de transporte ya se ha alcanzado un nivel de volumen de 850 millones de toneladas y se calcula también que el inventario de unidades de transporte está en 150000 unidades.

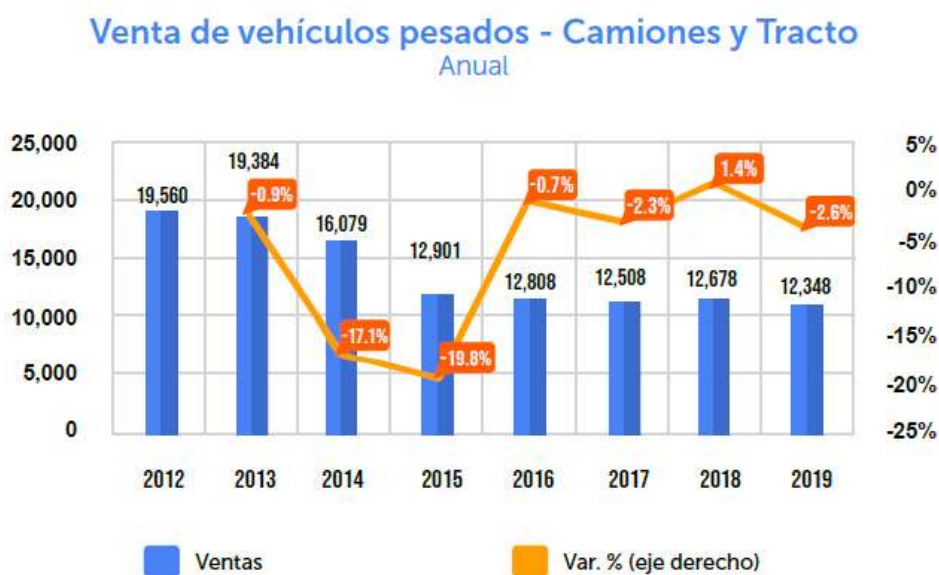
Se maneja una proyección de crecimiento del 12% anual según el MTC que se impulsa gracias al consumo masivo, la minería y la agroindustria, y según cifras de la Asociación Automotriz del Perú – APP, la venta de vehículos de carga pesada viene manteniéndose de forma estable a lo largo de los años, esto indica que se trata de un mercado consolidado, considerado inclusive como emblemático entre los sectores importantes de la economía peruana.

Gráfico N° 21. Mercado de transporte - estadísticas



Fuente: El Peruano (2018)

Gráfico N° 22. Venta de vehículos pesados – Camiones y tractores



Fuente: AAP (2019)

Aplicaciones de Transporte:

El mercado de aplicaciones digitales en el Perú crece a un ritmo de 50% al año y representó un mercado cerca de los S/ 50 millones en el 2018 según Julio Ramón de Perú APPs (gestión.pe)

Específicamente en el mercado de aplicaciones digitales móviles para el mercado actual existen aplicaciones de transporte de pasajeros que ha revolucionado el mercado de transporte en las ciudades donde estas aplicaciones fueron implementadas, por ejemplo, en el año 2014 la aplicación de viajes de pasajeros Uber ingresó al Perú revolucionando el mercado de transporte de pasajeros de tal forma que actualmente Uber es reconocida por segundo año consecutivo como la aplicación móvil más utilizada por los empresarios limeños según la XVII Encuesta Anual de Ejecutivos 2017, esto según cifras de la CCR Cámara de Comercio de Lima.

Esto significa un importante cambio en la dinámica de los usuarios de aplicaciones digitales que son cada vez más usadas, y representan cambios importantes en los modelos de negocios tradicionales.

Para el rubro de transporte de carga existen aplicaciones tales como EFLETEX, que tiene aproximadamente dos años en Perú, se dedica al servicio de transporte de carga para personas naturales y jurídicas mediante la oferta en su app para los transportistas que decidan usarlo. Tiene como

aliado al grupo AJE y otras empresas. Asimismo, otro competidor es USHIP que es conocido de manera global, sin embargo, no tiene mucho marketing en el Perú

SEGMENTACIÓN:

Tabla N° 65. Segmentación

	EMPRESAS	TRANSPORTISTAS
RESUMEN	<p>Se definen como clientes “EMPRESAS” a aquellas personas jurídicas que cumplan las siguientes características:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Ubicadas en Lima Metropolitana. 6. Consideradas como grandes y medianas empresas. 7. De los sectores: <ol style="list-style-type: none"> a. Minería b. Industria manufacturera c. Construcción d. Comercio y reparación autos y motos. 8. Que tienen requerimientos de transporte dentro de sus operaciones. 	<p>Se definen como clientes “TRANSPORTISTAS” a aquellas personas jurídicas que cumplan con las siguientes características:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Ubicadas en Lima Metropolitana 4. Cuentan con flota de transporte.
VARIABLES GEOGRÁFICAS	Ubicadas en Lima Metropolitana.	Ubicadas en Lima Metropolitana.
VARIABLES POR SEGMENTO DE ACTIVIDAD	<ol style="list-style-type: none"> e. Minería f. Industria manufacturera g. Construcción h. Comercio y 	<ol style="list-style-type: none"> b. Transporte de carga.

	reparación autos y motos.	
VARIABLE POR VOLUMEN DE NEGOCIO	2. Grandes y Medianas empresas.	2. Transporte de carga con flota de camiones consideradas pequeñas empresas.. 3. Flota de transporte de carga con unidades de camiones de carga.

Fuente: Elaboración propia (2020)

5.2 Marketing mix (producto, precio, plaza y promoción)

PRODUCTO

Se desarrollará una aplicación móvil con el fin de establecer un medio digital de contacto entre las empresas industriales, que tal como se evidencia en el estudio de mercado, tienen necesidades de transporte sin llegar a ser atendidas, y los transportistas pequeños, que tienen carga operativa y pueden atender las necesidades de las empresas rápidamente.

La aplicación móvil busca brindar una propuesta de valor tanto a las empresas, y a los transportistas:

La propuesta de valor se basa en los factores que intervienen dentro de la toma de decisiones entre las empresas y transportistas antes. El modelo de negocio está enfocado a dos segmentos de clientes dependientes entre sí; es decir, para que uno del segmento de clientes obtenga valor, debe existir en paralelo el otro.

PROPUESTAS DE VALOR PARA AMBOS CLIENTES:

Empresas según actividad:

- Negociación efectiva de acuerdo a sus intereses particulares.
- Disponibilidad según el número de transportistas requerido.
- Cumplimiento de las condiciones contractuales.
- Ahorro de tiempo en la búsqueda de un transportista.
- Proceso de licitación sin complejidad.

Transportistas

- Pago seguro con previa revisión del precio y penalizaciones.
- Aplicación amigable e intuitiva para cada oferta a realizar.
- Mayor frecuencia de viajes en cada día.
- Reducción de costos en relación al consumo del combustible.
- Trazabilidad de cada zona geográfica transitada.

Como se ha comentado previamente el mercado de aplicaciones móviles es un mercado en auge, con enormes ventajas para las empresas en cuanto a las funcionalidades que brindan con el uso de tecnología, como a nivel de presencia de marca, una aplicación estará siempre instalada en el celular de un usuario, y cada vez que la vea se acordará la empresa y sus beneficios.

Las aplicaciones tienen la facilidad de ser medios sencillos de contacto, ya que estarán siempre disponibles para los usuarios, a un botón de distancia en el celular o tableta.

Esta presencia constante genera engagement entre los usuarios (las empresas industriales) y los transportistas, ayudando al posicionamiento de la marca.

Tabla N° 66. Producto

Detalles técnicos	
INFRAESTRUCTURA	<p>Se basará en un hosting simple. Se requerirán de los siguientes dominios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Extranet. - Intranet. - Web.
BACKOFFICE	<p>Será desarrollado a medida para dos entornos: Android de Google, e IOS de Apple</p> <ul style="list-style-type: none"> - Android: Será una estructura basada en el lenguaje de programación Java para Android, uno de los más usados y seguros del mundo. - IOS: Será una estructura basada en Objective-C, que es lenguaje de programación para los entornos Apple.
FRONTEND / UI y UX	FRONTEND: Se desarrollarán para los siguientes entornos:

	<ul style="list-style-type: none"> - Android: Entorno gráfico basado en Java. - IOS: Entorno gráfico basado en Ojetive-C - WEB: Basado en entorno gráfico de HTML5 <p>UX/UI: Se trabajará con un estudio de diseño de apps para buscar crear un entorno amigable y muy fácil de usar en ambos sistemas operativos.</p>
PUBLICACIÓN	Se publicará en las tiendas Google Play y App Store.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 67. Producto

COSTOS	
Hosting y dominios:	<ul style="list-style-type: none"> - Plan PYME: S/. 200.00 al año (1 dominio) - Dominios: “.pe”: S/. 120.00 (2 dominios)
Desarrollo APP en IOS, Android, y WEB (Backend, Frontendo, UI/UX)	- S/: 60000.00
Publicación en Google Play y APP Store	<ul style="list-style-type: none"> - Gloogle Play \$ 25.00 - APP Store \$ 99.00

Fuente: Elaboración propia (2020)

Nuestro producto será una aplicación digital que permitirá contactar a los usuarios, en este caso las áreas de transporte de empresas industriales con necesidades de transporte no atendidas, con los transportistas independientes que por el volumen de su operación no logran establecer contratos con las empresas industriales. El servicio que la aplicación busca brindar es un enlace entre las empresas y transportistas para establecer negocios en un entorno digital.

Los servicios que la aplicación busca cubrir son los siguientes:

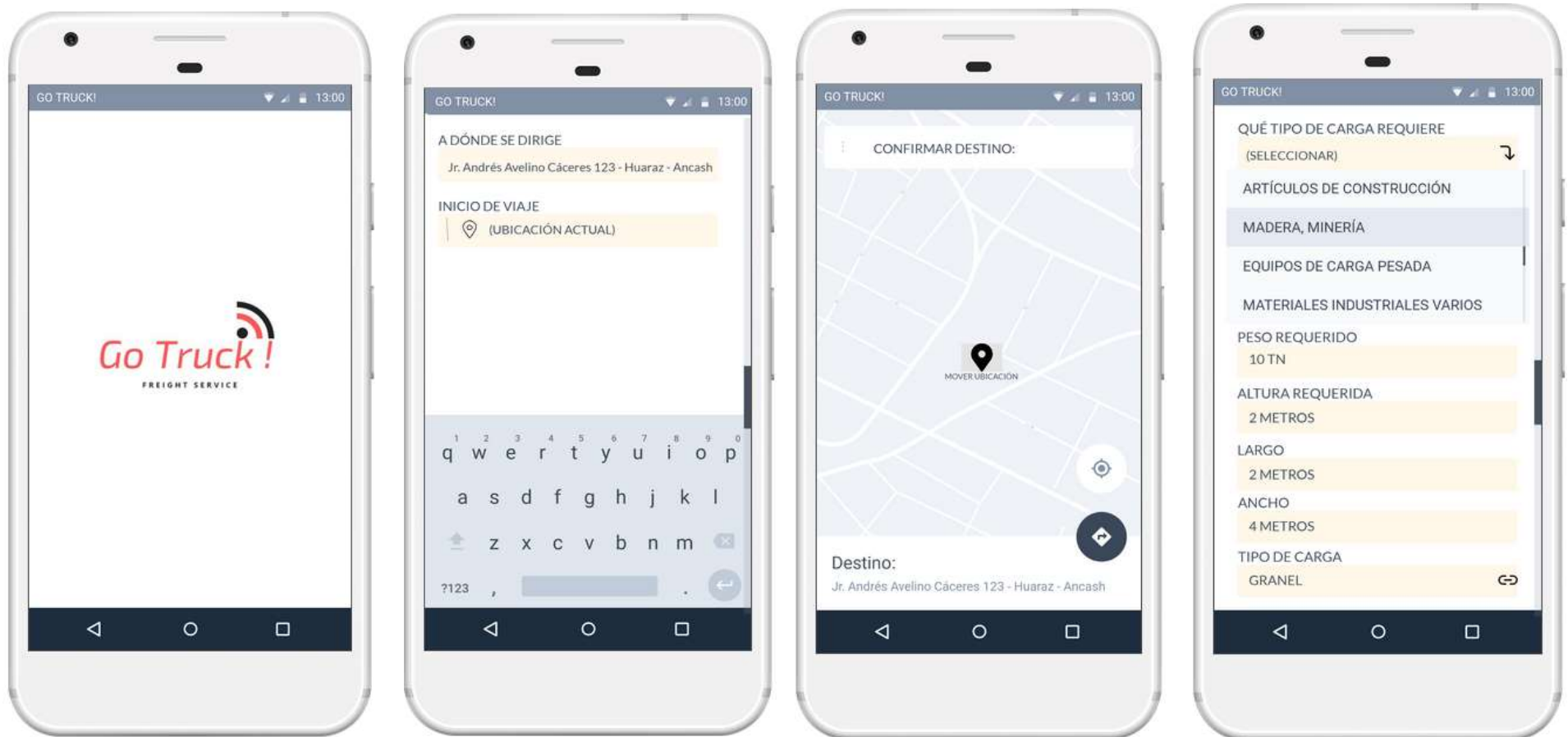
Se basa en las economías colaborativas para lograr un servicio más eficiente.

Servicio Go Truck!:

1. Carga normal: Servicio de carga de cualquier material que tenga un cuidado especial.
2. Carga especial: Servicio de carga que requiere ciertos permisos, condiciones por ser un material frágil, peligroso, costoso, etc.

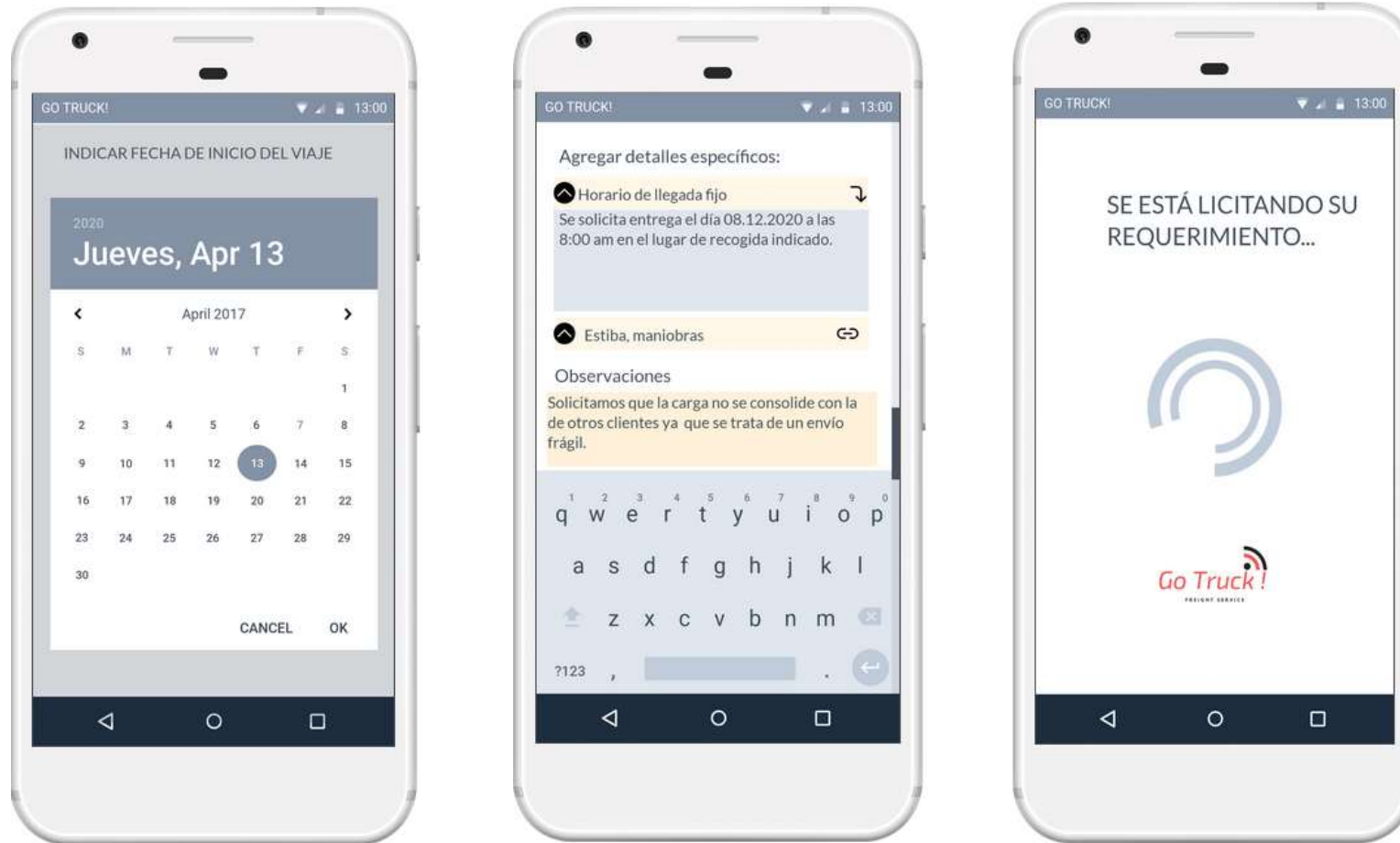
1. SOLICITUD DE SERVICIO DE CARGA:

Gráfico N° 23. Solicitud de servicio de carga



Fuente: Elaboración propia (2020)

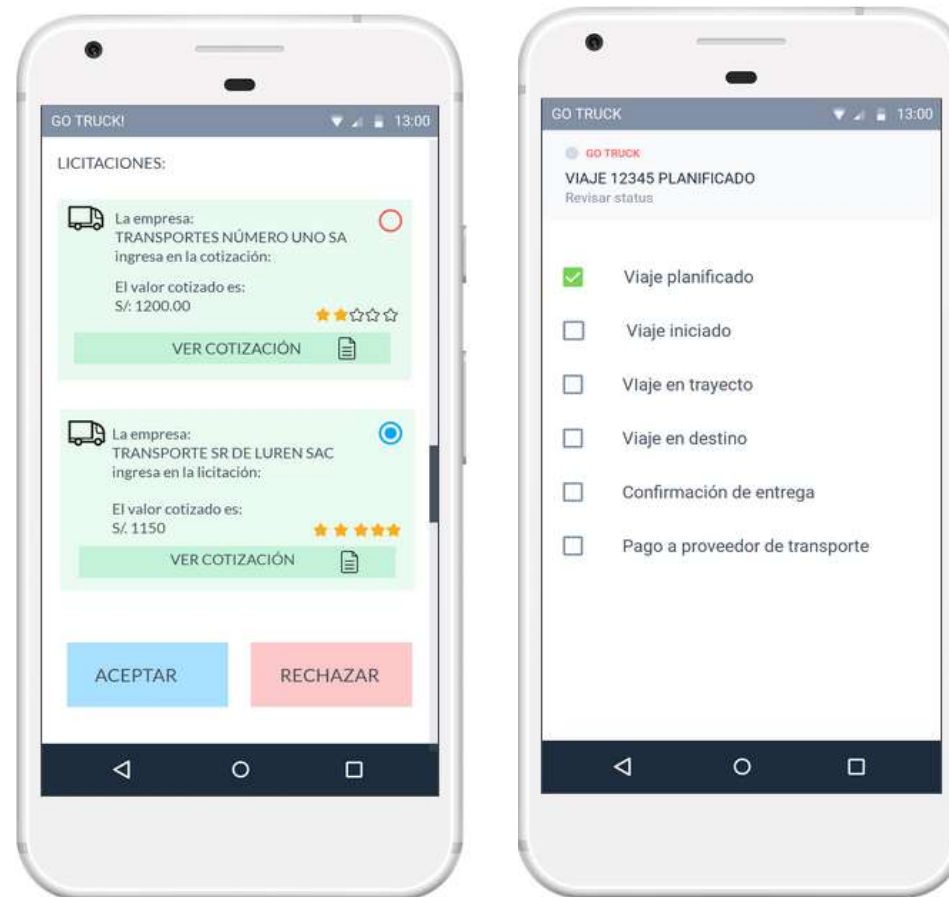
Gráfico N° 24. Solicitud de servicio de carga 2



Fuente: Elaboración propia (2020)

2. LICITACIÓN: ENVÍO DE COTIZACIONES E INICIO DE VIAJE:

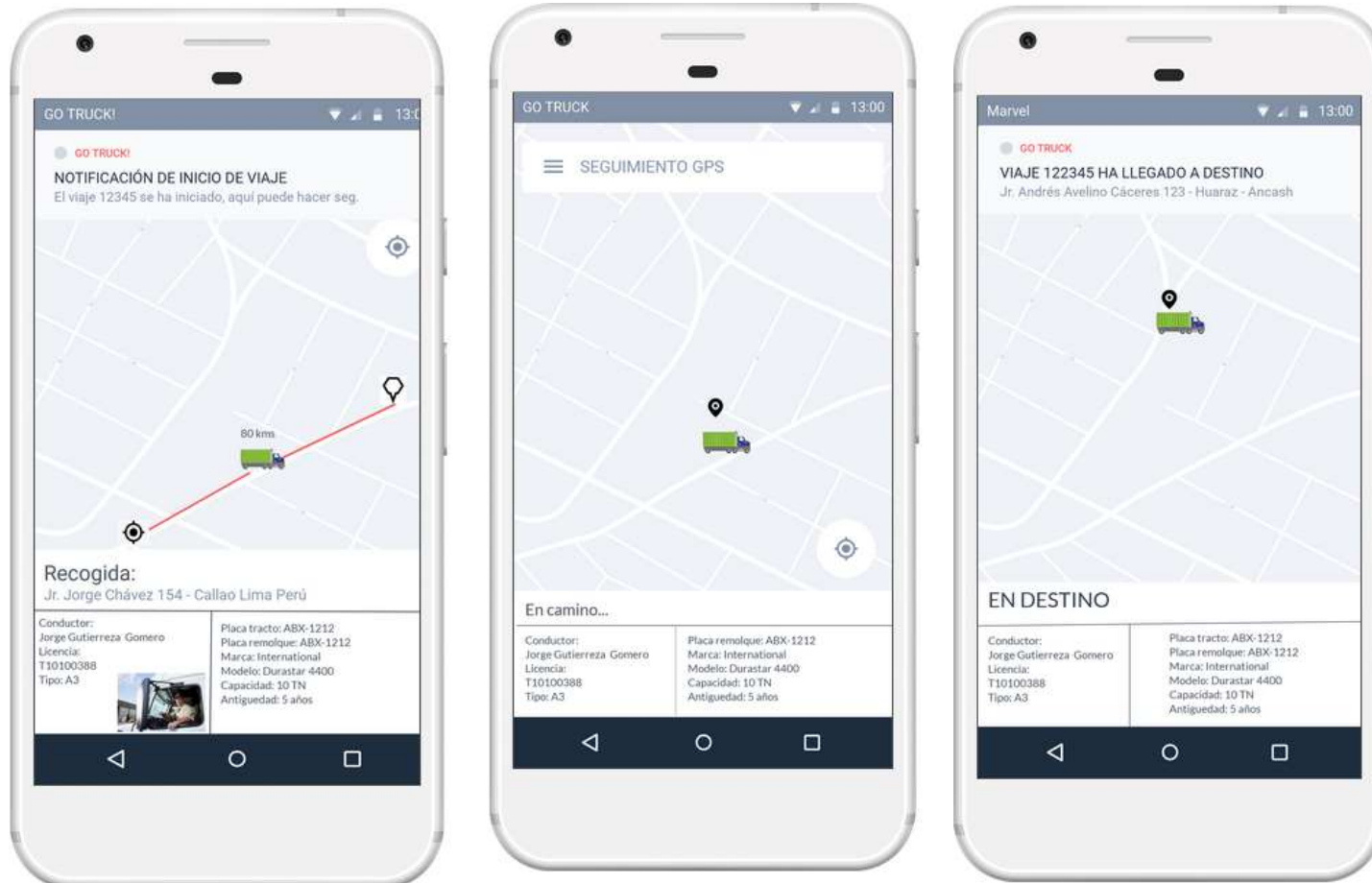
Gráfico N° 25. Licitación



Fuente: Elaboración propia (2020)

3. TRAZABILIDAD DEL VIAJE:

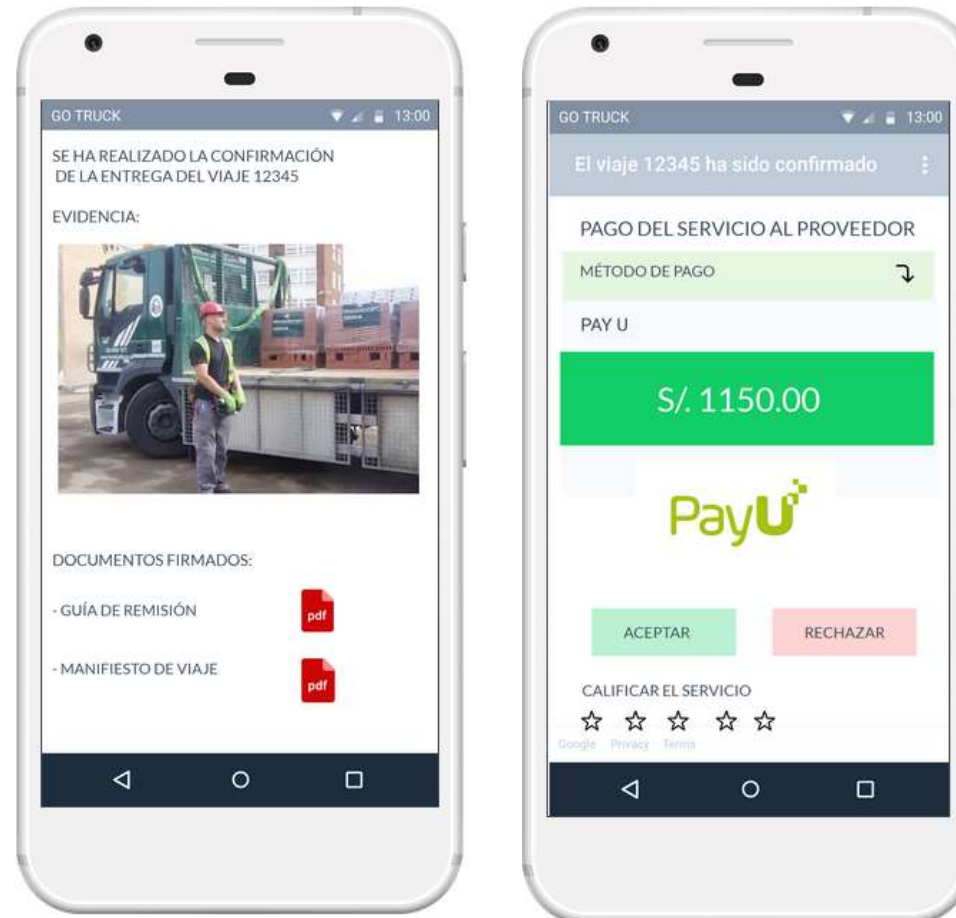
Gráfico N° 26. Trazabilidad del viaje



Fuente: Elaboración propia (2020)

4. LLEGADA A DESTINO DEL VIAJE Y PAGO:

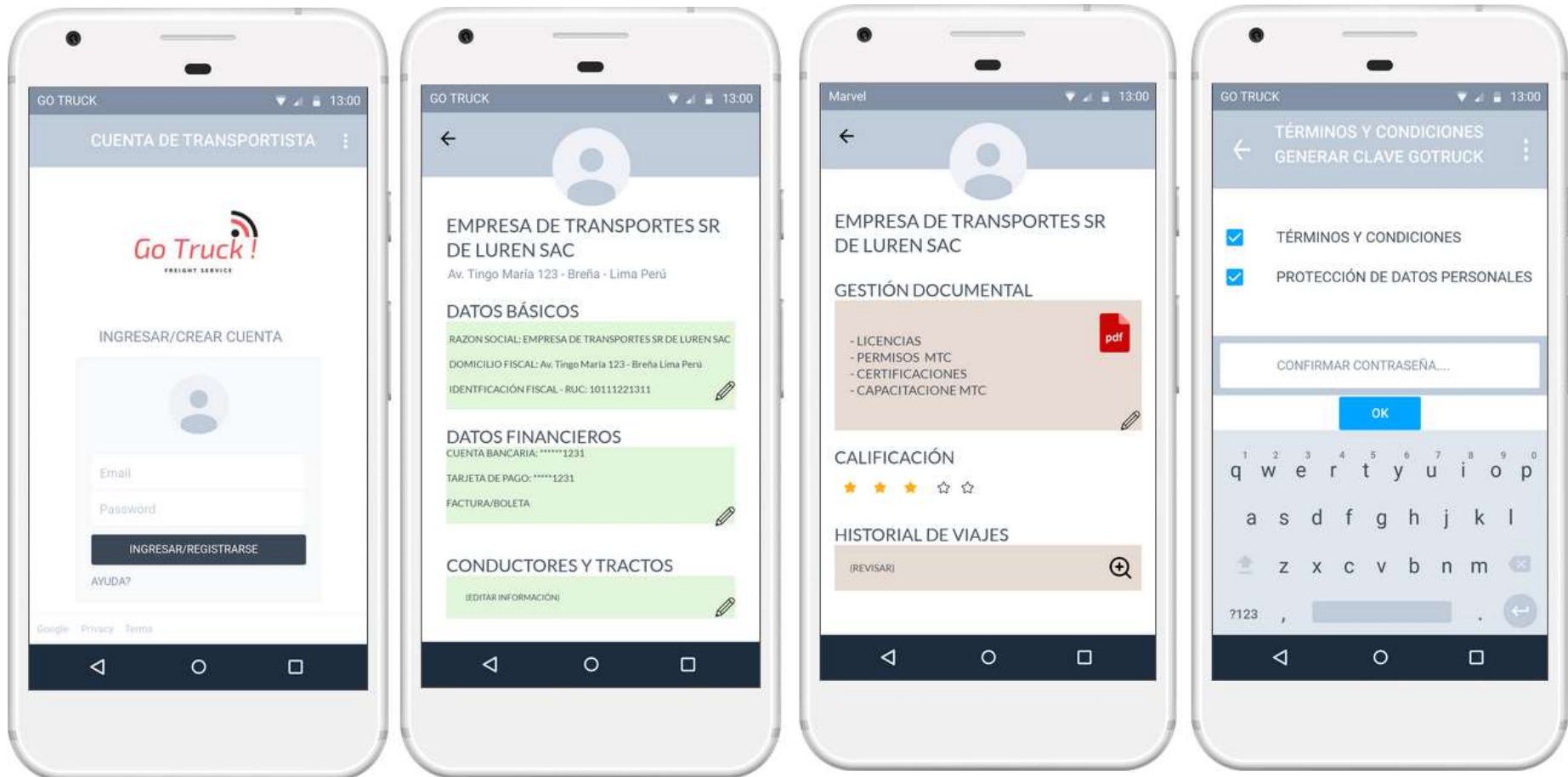
Gráfico N° 27. Llegado a destino del viaje y pago



Fuente: Elaboración propia (2020)

5. REGISTRO DE TRANSPORTISTA

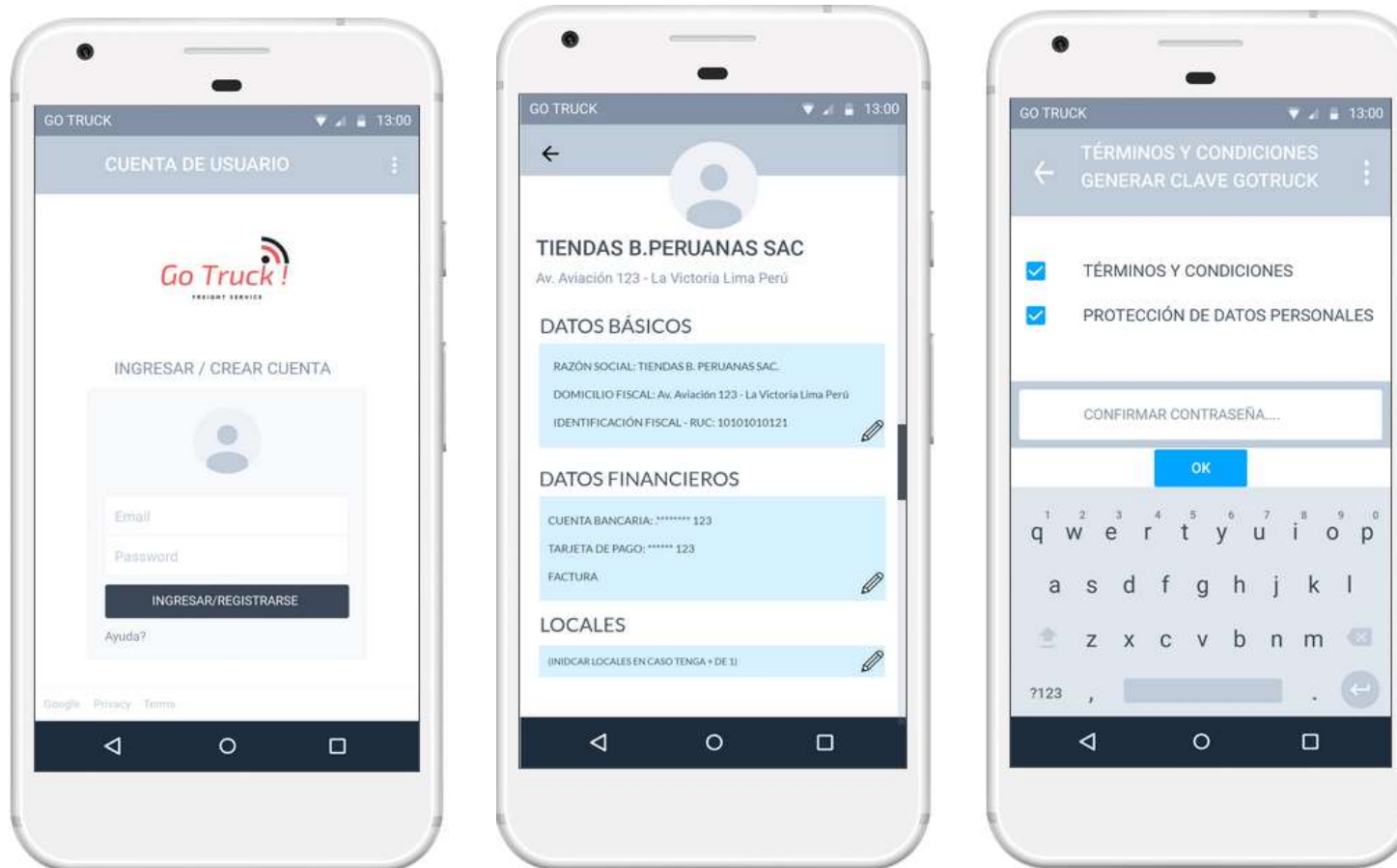
Gráfico N° 28. Registro de transportista



Fuente: Elaboración propia (2020)

6. REGISTRO DE USUARIO

Gráfico N° 29. Registro de usuario



Fuente: Elaboración propia (2020)

PRECIO

Según los datos obtenidos en el estudio de mercado para el cálculo y la estrategia de precio se ha encontrado la siguiente información:

1. Un 54% de empresas industriales indica que el precio medio del flete de servicios que pagan se encuentra en un rango de 300USD a 600USD, y que según ellos un 81% estaría dispuesto a pagar entre el 3% al 5% del valor del servicio de transporte por el uso de una aplicación de digital que les solucione sus inconvenientes.
2. Un 28% que representan a los transportistas que sí usarían la aplicación y pagarían por ella, indica que estaría dispuesto a pagar entre un 3% al 5% por el valor del servicio de transporte por una aplicación que les solucione sus inconvenientes.

Estrategia de Precio

Debido a esto la estrategia de precio se ha establecido de acuerdo los resultados obtenidos se cobrará una comisión del 4% del valor del servicio licitado a través de la aplicación.

Esto, considerando la propuesta de valor, y los mismos resultados del estudio de mercado, nos permitiría cubrir las expectativas tanto de los transportistas como de las empresas industriales que harían uso de la aplicación.

PROMOCIÓN:

La promoción contendrá una estrategia de posicionamiento de marca realizando un plan estratégico con este fin.

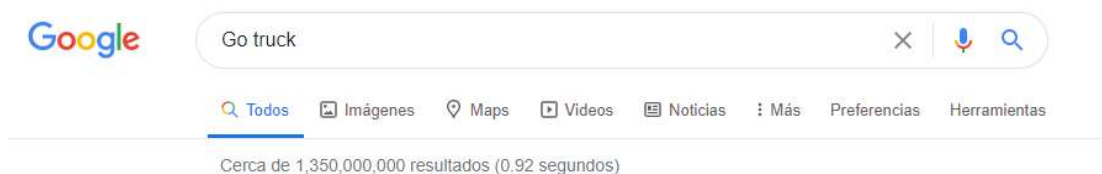
Estrategia de Promoción

1. Presencia en buscadores:

A través de la técnica SEO y SEM se buscará la visibilidad de la plataforma digital en buscadores con la intención de aparecer en los resultados de búsqueda en la primera etapa de introducción, esto para las palabras: “transporte”, “flete”, “transporte de carga”, “servicio de carga”, “transportes”, “carga”, “transportistas”, “licitación”, esto con la finalidad de obtener un tráfico de visitas próspero. La estructura de la plataforma tendrá el enfoque en la identificación y uso de palabras clave

elección de un título adecuado, planificación del contenido a través de un calendario, utilización de un blog y uso de vídeo e imágenes.

Gráfico N° 30. Búsqueda en Google



Fuente: Google (2020)

Marketing directo a través de redes sociales:

Por otro lado, se utilizará el marketing directo por medio de las redes sociales para promocionar la alternativa de licitación de contrato para el servicio de transporte de carga, a su vez será de vital importancia recurrir a la comunicación directa con las empresas de sector mediante reuniones o visitas de negocio con la finalidad de que puedan usar nuestra aplicación móvil y puedan recomendarlo posteriormente a sus colegas del sector.

Gráfico N° 31. Logos de Redes sociales



Fuente: Google (2020)

Marketing tradicional:

Asimismo, debido en cuanto al perfil de los transportistas, se realizará el envío de brouchure virtuales.

Ferias:

Participaremos en las ferias promovidas por las asociaciones y gremios de transporte de carga pesada, que están absolutamente dedicadas a exponer nuevos productos y servicios que buscan un buen desempeño y beneficio en el sector.

Gráfico N° 32. Logo - Anatec



Fuente: Google (2020)

Realizaremos una publicidad en un medio de publicidad impresa para conseguir la atención del mercado objetivo durante un tiempo específico de exposición en una revista especializada, además nuestro contenido compartido por este medio dará confiabilidad a los posibles usuarios captados para nuestra aplicación móvil.

Gráfico N° 33. Logos – Logística 360 y Logistec



Fuente: Google (2020)

5.3 Formulación estratégica ANSOFF

Tabla N° 68. Formulación estratégica ANSOFF

		PRODUCTO	
		ACTUALES NUEVOS	NUEVOS
		Servicio de transporte de carga pesada.	Servicio de mudanza a domicilio,
MERCADO	ACTUALES	<p>Penetración en el mercado:</p> <p>Fortalecer al mercado actual, así como fidelizar a los clientes y transportistas. Captar clientes y transportistas</p>	<p>Desarrollo de nuevos productos:</p> <p>Transporte con camiones pequeños, lo que atraerá a transportistas de ese sector.</p>
	NUEVOS	<p>Desarrollo de nuevos mercados:</p> <p>Retail</p> <p>Hogar</p> <p>Textil</p>	<p>Diversificación:</p> <p>Expansión geográfica a otros departamentos de Perú</p>

Fuente: Elaboración propia

5.4 PROYECCIÓN DE VENTAS

Tabla N° 69. Proyección de ventas

Mes	Cantidad	Valor de venta unitario	Valor de venta mensual	IGV	Precio de Venta mensual
Enero	244	45	10980	1976.4	12956.4
Febrero	254	45	11430	2057.4	13487.4
Marzo	267	45	12015	2162.7	14177.7
Abril	280	45	12600	2268	14868
Mayo	294	45	13230	2381.4	15611.4
Junio	309	45	13905	2502.9	16407.9
Julio	324	45	14580	2624.4	17204.4
Agosto	340	45	15300	2754	18054
Septiembre	357	45	16065	2891.7	18956.7
Octubre	375	45	16875	3037.5	19912.5
Noviembre	394	45	17730	3191.4	20921.4
Diciembre	414	45	18630	3353.4	21983.4

Fuente: Elaboración propia (2020)

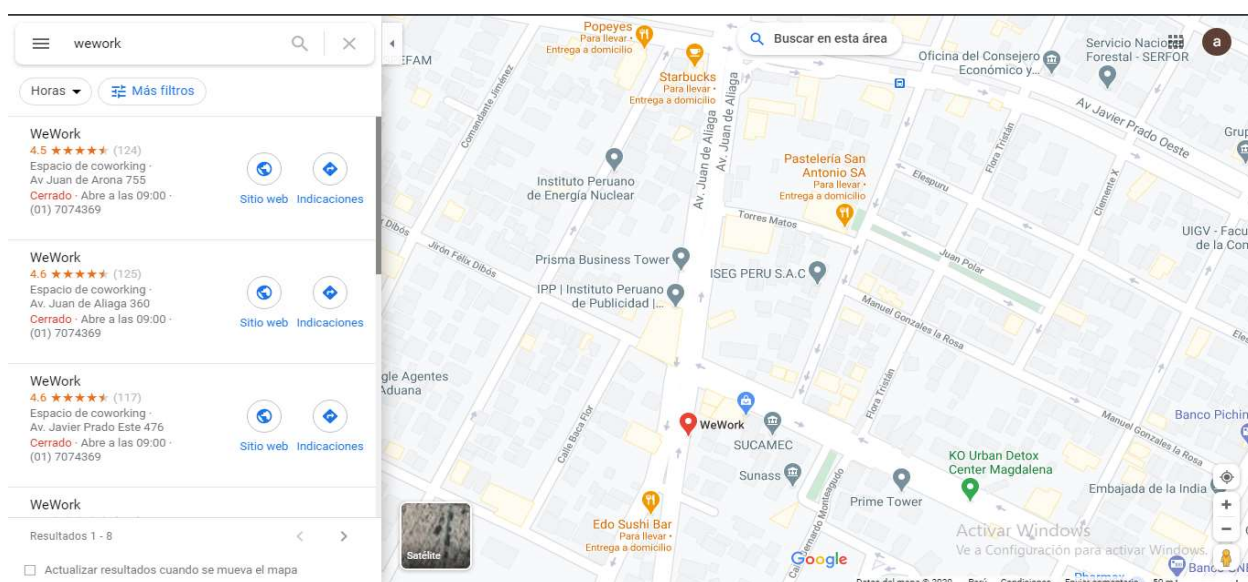
CAPÍTULO VI

PLAN TÉCNICO

6.1 Localización de la empresa (matriz de localización)

La empresa estará localizada en una oficina de administración y atención al cliente que estará ubicada en el distrito de Cercado de Lima, ya que consideramos empezar con el servicio de transporte en la zona céntrica de Lima.

Gráfico N° 34. Localización de la empresa

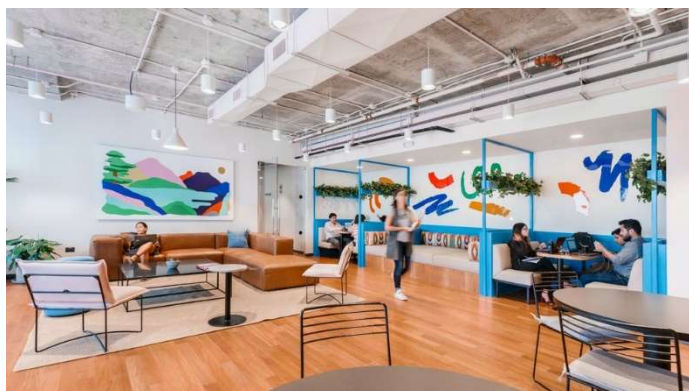


Fuente: Elaboración propia (2020)

6.2 Tamaño del negocio

Como empresa innovadora y con un performance tecnológico se decidió optar por una oficina en Newark ubicado en Av. Antonio Miro quesada 360. Magdalena del Mar, que cuenta con un grato ambiente para nuestras actividades, y con servicios que pagaríamos en una oficina tradicional.

Gráfico N° 35. Ambiente del negocio



Fuente: Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 36. Wework - web

wework Ubicaciones ▼ Espacios de trabajo Enterprise Ideas [Contáctanos](#)

Un hogar para tu negocio

Al alquilar un Escritorio dedicado, creas un hogar para tu negocio: esta opción de coworking te da acceso a los espacios compartidos, ventajas y amenidades de WeWork.



Un hogar para tu negocio

Tu Escritorio dedicado incluye tu propia silla y cajón con cerradura



Sentido de pertenencia

No es necesario cargar tus pertenencias contigo. Déjalas en tu escritorio durante el día o durante la noche hasta el día siguiente.



Aspectos básicos de oficina

Todo lo básico que necesitas está cubierto, desde salas de reunión que puedes reservar, hasta Wi-Fi de alta velocidad, servicios de impresión e incluso equipo audiovisual. [Ve a Configuración para activar Windows.](#)

Fuente: Elaboración propia (2020)

Costo de alquiler:

Nuestro enfoque de trabajo está orientado en la ejecución del teletrabajo, por lo que el uso de oficinas en WeWork está destinado a solo 3 personas que irán de forma rotativa a trabajar en oficina, únicamente con fines comerciales:

Gráfico N° 37. Espacio de alquiler



[Antonio Miroquesada 360](#)
Av. Antonio Miroquesada 360 Magdalena...

PRECIOS INICIALES PARA 3

Oficina Privada	Contáctanos
Escritorio personal	Contáctanos
Espacio Compartido	S/ . 1, 800/mo

Fuente: Elaboración propia (2020)

6.3 Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima)

Maquinarias y equipos

- En nuestro negocio implementaremos los siguientes equipos:
- 5 laptops con procesador Intel core i5 10° generacion
- 1 impresora multifuncional
- 5 smartphones
- Proyector de video

Mano de obra

Requeriremos 4 colaboradores:

- Gerente general
- Analista de operaciones
- Asistente Administrativo
- Analista TI

Materia Prima

No necesitaremos materia prima por ser un servicio intangible.

6.4 Costos (directos e indirectos)

COSTOS DIRECTOS

Tabla N° 70. Costos directos

Costo	Costo Mensual	Costo Total Anual
Mantenimiento de la App	S/. 800	S/. 9600
Procesador de Pagos Pay-Me	4.5% de las ventas	-
Api Location	S/. 700	S/. 8400

Fuente: Elaboración propia (2020)

COSTOS INDIRECTOS

Planilla

Tabla N° 71. Planilla

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo Anual
Gerente General	S/. 3000	S/. 36000
Analista de operaciones	S/. 1100	S/. 13200
Analista administrativo	S/. 1100	S/. 1320
Analista TI	S/. 1300	S/. 15600
TOTAL	S/. 7480	S/. 66120

Fuente: Elaboración propia (2020)

Equipos

Tabla N° 72. Equipos

Equipos	Cantidad	Costo Unidad	Costo Total
Laptop Lenovo core i5 E490	5	S/. 2599	S/. 12995
Proyector de video Epson Powerlite s39	1	S/. 1799	S/. 1799
Samsung Galaxy A71	1	S/. 1579	S/. 1579

Samsung Galaxy A51	4	S/. 1189	S/. 4756
Impresora Multifuncional Epson L5190	1	S/. 1250	S/. 1259
TOTAL			S/. 22388

Fuente: Elaboración propia (2020)

Otros

Tabla N° 73. Otros

Plan móvil	Cantidad	Costo Unidad	Costo Mensual	Costo Anual
Plan ilimitado/ Entel	5	S/. 65.9	S/. 329.5	S/. 3954
Alquiler de oficina			S/. 2400	S/. 28800
Asesoría contable			S. 300	S/. 3600

Fuente: Elaboración propia (2020)

Costos Pre operativos

Tabla N° 74. Costos pre operativos

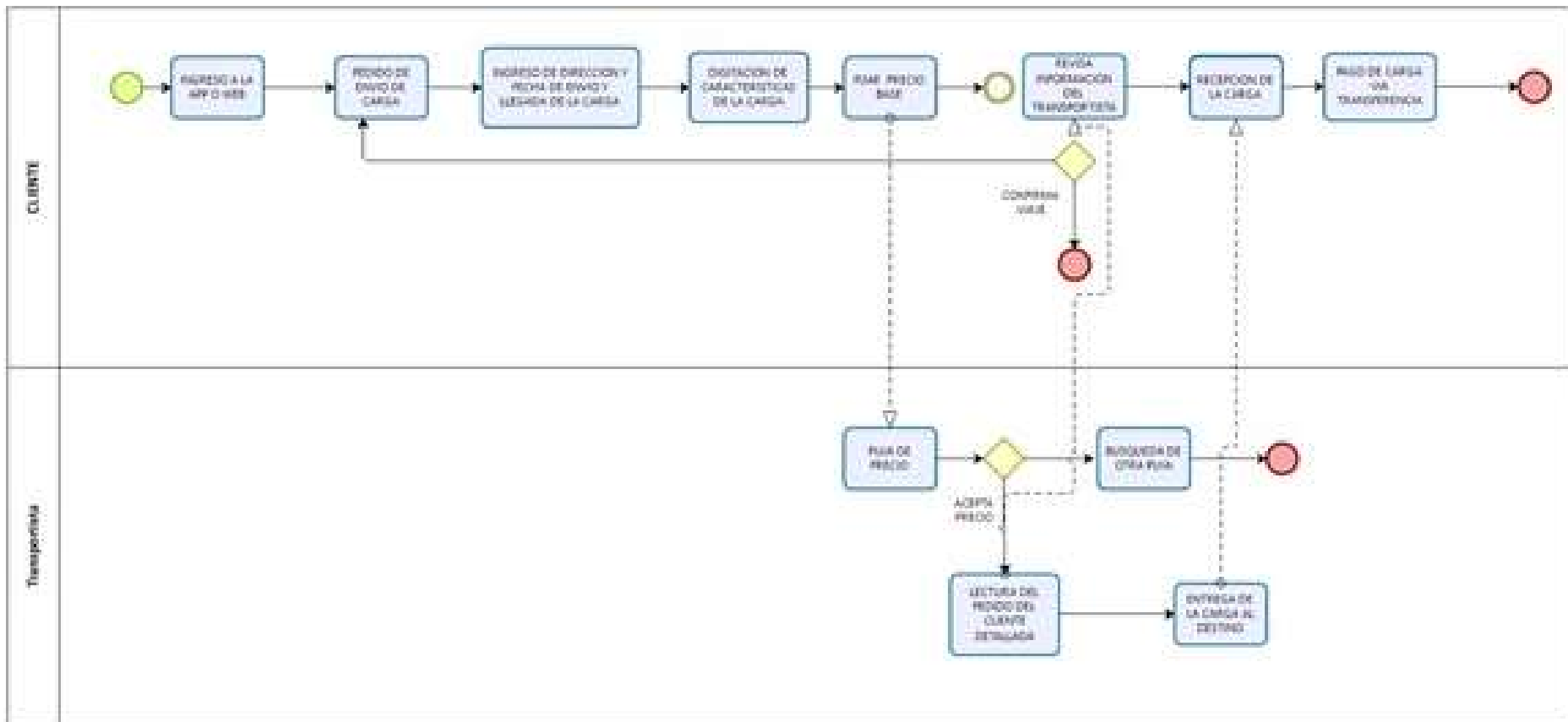
	Costo Total
5 licencias Windows 10 pro	S/. 750
Diseño y desarrollo de la app	S/. 60 000
Google Play	S/. 85
App Store	S/. 303
Office 365	S/. 218.80
Útiles de oficina	S/. 300
Hosting y Dominios	S/. 440
Total	S/. 62096

Fuente: Elaboración propia (2020)

6.5 Proceso de producción u operación (diagrama de flujo):

Pedido de envío de carga:

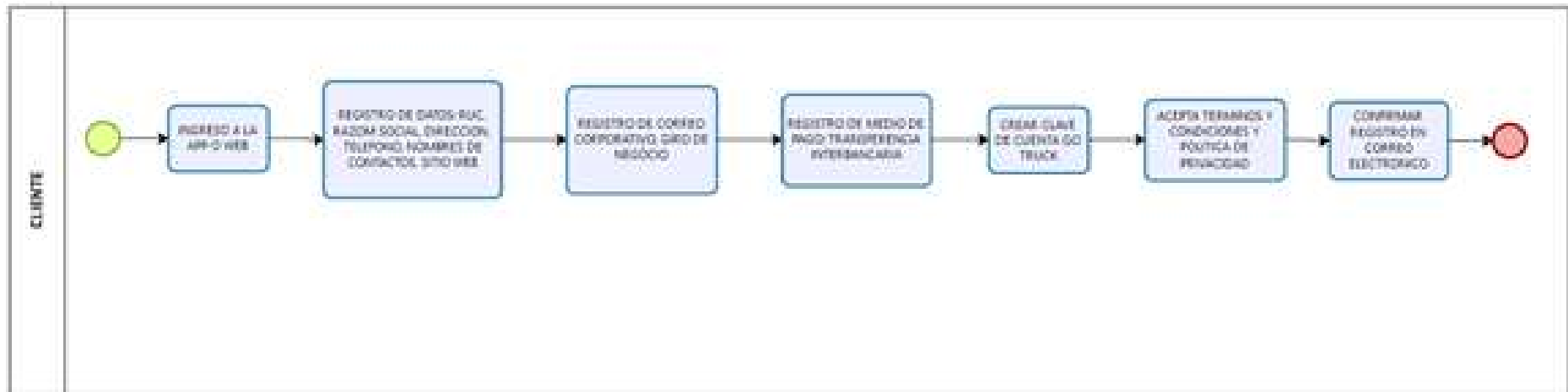
Gráfico N° 38. Pedido de envío de carga



Fuente: Elaboración propia (2020)

Registro de cliente:

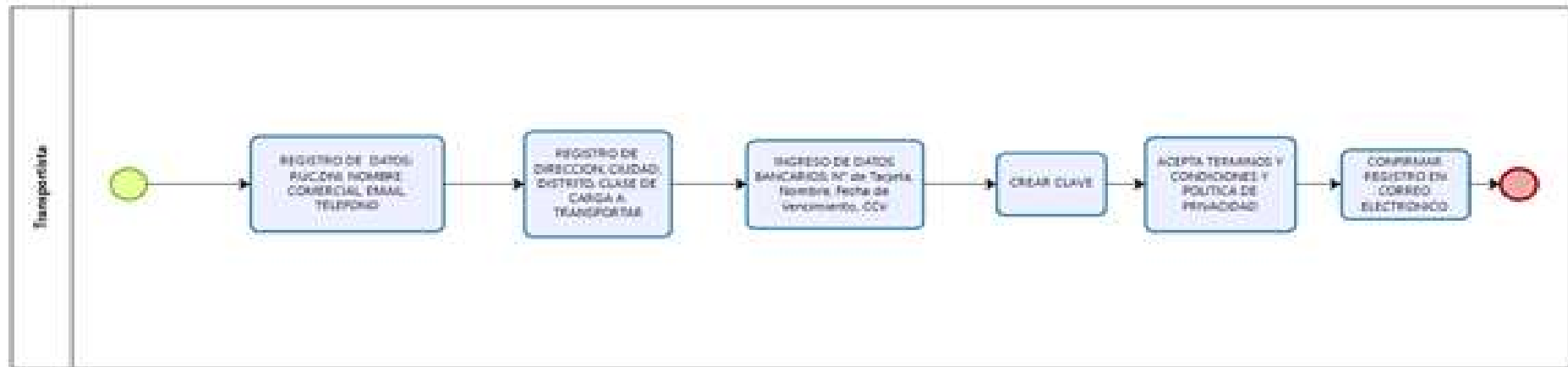
Gráfico N° 39. Registro de cliente



Fuente: Elaboración propia (2020)

Registro de transportista:

Gráfico N° 40. Registro de transportista



Fuente: Elaboración propia (2020)

Plan de calidad

Go Truck adopta un modelo de negocio de aplicación móvil adaptado a la necesidad de transporte de carga, es decir, actúa como intermediario de manera que no se hace responsable de los daños y perjuicios que se presenten en el tiempo y lugar de que el transportista traslada la carga desde origen a destino. Nuestra plataforma actúa como un lugar donde las empresas y Proveedores de transporte puedan interactuar y entrar en acuerdo, por ello Go Truck no es un proveedor de servicios de transporte o un cliente de envío de carga. Por ello al momento en que ambos participantes se registran aceptan términos y condiciones en las cuales se establece que Go Truck no tiene control sobre el precio de las ofertas, seguridad operativa o plazos de pago, entrega que se consideran al concretar una licitación de servicio para el transporte de carga. Asimismo, no tiene control o influencia sobre las acciones o decisiones tomadas por los usuarios participantes de la licitación.

Los transportistas terceros o contratados son un eslabón necesario para las empresas, deberán dar la seguridad de que colaborarán de manera eficaz con la atención del requerimiento de cada empresa, y en la medida que estén alineados se podrá disminuir los riesgos al nivel de servicio. Sin embargo, reconocemos que es necesario plantear filtros y parámetros para la afiliación del transportista.

- ✓ Registrar de forma segura al transportista a través del formulario establecido de datos generales en la plataforma.
- ✓ Adjuntar archivo de copia legible de la Tarjeta de Identificación Vehicular de cada vehículo ofertado, y de corresponder, copia del contrato de arrendamiento financiero u operativo (fideicomiso) elevado a Escritura Pública, indicando el número de placa de rodaje, el número de serie del chasis o VIN.
- ✓ Adjuntar archivo de copia legible de Certificado SOAT vigente de cada vehículo.
- ✓ Adjuntar archivo de copia legible del Certificado de Inspección Técnica Vehicular vigente.
- ✓ Adjuntar en el caso de persona jurídica, Archivo de la copia literal de partida registral en la que conste la denominación social, la prestación del servicio de transporte terrestre de mercancías como actividad principal, el nombre de los directores, administradores, socios, accionistas, asociados y representantes legales.
- ✓ Como parte de la cultura de seguridad deberán adjuntar certificado de los cursos de seguridad vial realizado por sus conductores en la categoría de transporte de carga.
- ✓ Adjuntar archivo del permiso de operación especial para transporte de materiales y/o residuos peligrosos por carretera.

Plan De Seguridad

Protección redes wifi

Es importante que nuestra empresa cuente con Redes Wifi, para ello es necesario establecer claves de acceso complejas a estas redes, así como configurarlas para que sean invisibles.

Software de seguridad

En desarrollo de las operaciones será necesario que tanto los dispositivos móviles como los ordenadores que tienen acceso a Internet deberán poseer antivirus y antispyware siempre actualizados.

Capacitación

Es indispensable informar y capacitar sobre las Normas de seguridad digital de la empresa y su importancia, para estar alertas a las posibles vulnerabilidades externas e internas.

Mantenimiento

Realizar un escaneo proactivo e inteligente de la plataforma con la finalidad de mitigar y proteger las amenazas permanentes, con acciones correctivas en tiempo real a los diferentes problemas de ciberseguridad que se presenten. Debemos estar atentos a los softwares maliciosos que se incrustan en la plataforma aprovechando debilidades o vulnerabilidades no detectadas.

Backus remoto

Será una de las herramientas más relevantes para salvaguardar nuestra información en una ubicación externa de manera segura, asimismo una copia de seguridad se transmitirá y almacenará en nuestros servidores.

Certificación ISO 27001

Este estándar internacional que establece un sistema con parámetros a seguir para gestionar la seguridad de la información de forma rigurosa. Asimismo, la información que se gestiona deberá mantenerse intacta y las modificaciones se realizarán por usuarios autorizados, a su vez podrá acceder a ellas a través de las contraseñas establecidas para cada usuario.

CONTRASEÑA

La gestión de contraseñas de los usuarios registrados será trabajada bajo la modalidad de contraseñas maestras que serán enviadas a los correos corporativos para obtener el acceso a la plataforma, asimismo se podrá recuperar las contraseñas mediante el registro de un formulario con el

nombre de usuario y contraseña anterior para la autenticación de la cuenta es un mecanismo de seguridad.

6.6 Certificaciones necesarias

No hemos identificado la necesidad de encontrar alguna certificación en nuestro rubro de negocio.

6.7 Impacto en el medio ambiente

Al ser una aplicación digital consideramos que nuestro impacto en el medio ambiente es menor.

CAPÍTULO VII

PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1 Constitución de la empresa

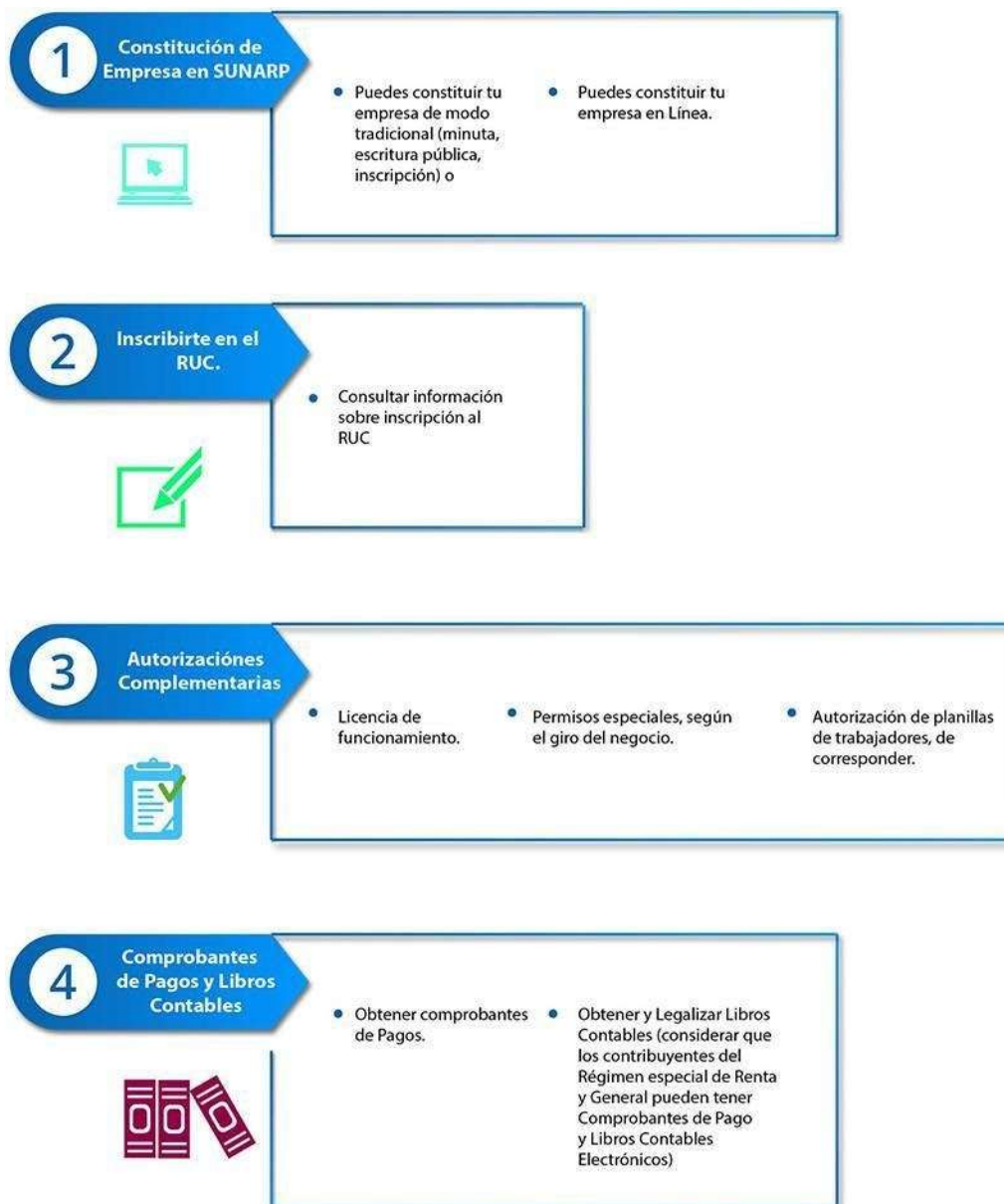
La formalización de la idea de negocio se realizará por medio del nuevo sistema de SUNARP que permite constituir una Mype en tan sola 24 horas. Este Sistema de Intermediación Digital (SID-Sunarp), podemos iniciar el procedimiento registral electrónicamente sin necesidad de llenar formularios físicos ni acudir a una oficina de la Sunarp. Y todo ello bajo altos estándares de seguridad del SID-Sunarp a través del <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html> para solicitud de constitución de Empresas. Asimismo, nuestro proceso de constitución será ágil y flexible sin la necesidad de realizar trámites en diversas instancias.

Tabla N° 75. Constitución de la empresa

Constitución de la empresa GO TRUCK SAC
1. Se debe de realizar la búsqueda y reserva del nombre en la web de la SUNARP: https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmReservaNombre.faces
2. Elaboración de la Minuta en la Notaría.
3. Abono de capital o bienes. Se abrirá una cuenta de ahorros jurídica con un capital de S/. 1000.00.
4. Elaboración de la escritura pública, que es firmado por un notario.
5. Inscripción en registros públicos, donde se lleva la escritura a REGISTROS PUBLICOS.
6. Inscripción del RUC a través del Sistema Integrado de Servicios Públicos Virtuales (SISEV).
7. Activar el RUC Ingresando a SUNAT Operaciones en Línea y ubicar la opción Inscripción al Registro Único de Contribuyentes – Personas Jurídicas.
8. Registro en Indecopi: Para poder registrar nuestra marca, primero debemos verificar si existe una marca igual o parecida, el cual lo solicitamos ante el servicio de búsqueda de antecedentes previo pago de las tasas correspondientes de S/42.50 por búsqueda fonética y S/ 54.74 por búsqueda figurativa
9. Licencia de funcionamiento de la Municipalidad de Magdalena.

Fuente: Elaboración propia (2020)

Gráfico N° 41. Constitución de empresa - SUNARP



Fuente: SUNARP (2020)

PROCESOS, TRÁMITES, COSTOS:

Tabla N° 76. Procesos, trámites, costos

TRÁMITE	OPERACIÓN	ENTIDAD	COSTO	RESPONSABLE
Reserva del nombre o denominación social	Elección del nombre para la empresa.	SUNARP	S/20.00	Accionistas
Estatutos de la empresa	Generar el acta de constitución de la empresa, en donde se detalla el tipo de empresa (SAC), el capital y otros acuerdos de los socios.	NOTARIA	S/400.00	Accionistas
Accionistas Elaboración de la escritura pública.	Manifiesta la conformidad de la minuta para ser recepcionada por la SUNARP.	NOTARIA	S/400.00	Accionistas
Trámite Número de R.U.C. (SUNAT).	RUC identificación tributaria y actividades económicas de la empresa.	SUNAT	Gratuito	Accionistas
Pago de licencia de funcionamiento	Permiso de licencia de funcionamiento	MUNICIPALIDAD DE MAGDALENA	120	Accionistas
Elección del régimen tributario.	Evaluar qué régimen es el más favorable para la empresa según los ingresos netos proyectados.	SUNAT	Gratuito	Gerente general
Pago de búsqueda de nombre en Indecopi	Registro de la marca en INDECOPI	INDECOPI	97.20	
Legalización de libros contables	Los libros y registros contables serán de acuerdo con la ley del impuesto a la renta	NOTARIA	S/ 80.00	Accionistas

Fuente: Elaboración propia (2020)

Planteamos ser una empresa con 3 socios, se redactará una minuta de constitución, pero proyectamos a ser una sociedad anónima cerrada que tendrá 3 aportantes, uno de los participantes estará a cargo de la parte operativa, administrativa y el siguiente de la representación de la empresa, cabe recalcar que los tres podrán tomar decisiones con previo acuerdo o consenso.

Se constituye una S.A.C para poder tener la confianza de los proveedores de carga así mismo poder adquirirlos permisos y autorizaciones necesarios para la gestión de la empresa. La empresa estará inscrita como microempresa y pertenecerá al régimen MYPE Tributario.

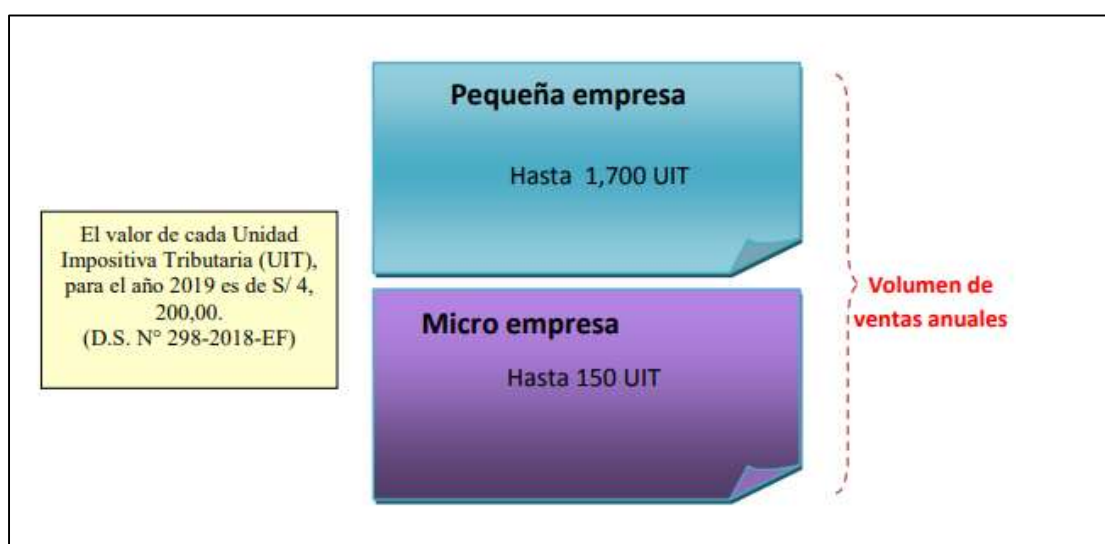
7.2 Obligaciones (tributarias y laborales)

Como El Régimen MYPE Tributario (RMT) está especialmente diseñado para las micro y pequeñas empresas. El objetivo de nuestra empresa será enfocarse para lograr un crecimiento progresivo de nuestros servicios, debido a que las condiciones y obligaciones tributarias son más sencillas y flexibles.

De conformidad con el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, la Micro y Pequeña empresa (MYPE) es definida como toda unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De la misma manera, para calificar como micro o pequeña empresa, a efecto de acogerse al Régimen Laboral Especial para la Micro y Pequeña Empresa es preciso ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Gráfico N° 42. Pequeña y micro empresa



Fuente: cdn.gob.pe (2020)

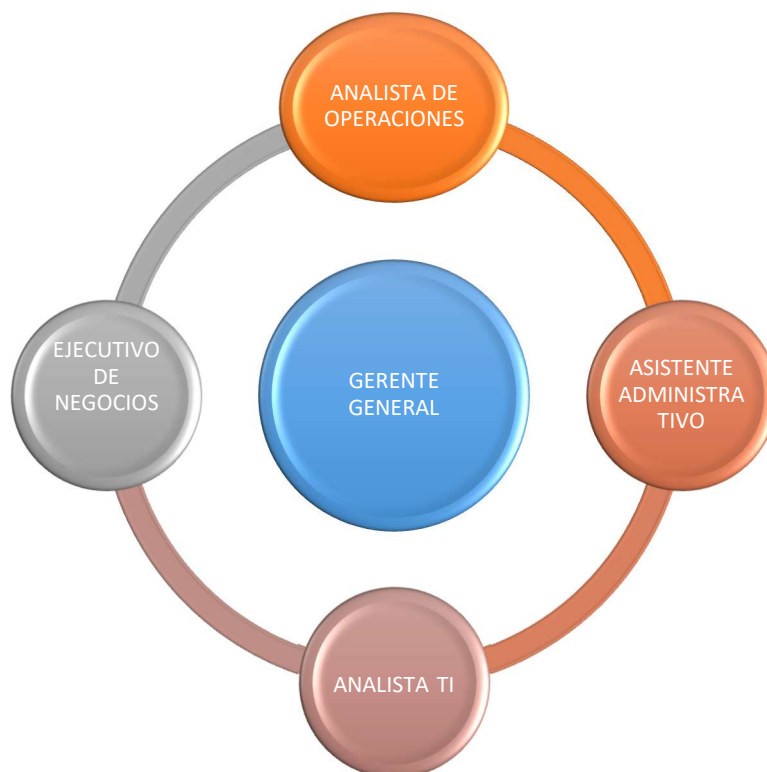
Tabla N° 77. Condiciones y obligaciones

BENEFICIO PARA EL COLABORADOR	MICROEMPRESA
Remuneración Mínima Vital	S/.930. SOLES
Vacaciones	15 días por un año de servicio
Horas Extras	SI
Descanso Semanal	SI
Gratificaciones Fiestas Patrias / Navidad	NO
Jornada Máxima (48 horas)	SI
Seguro Social de Salud	SI (cobertura de seguridad social en salud a través del SIS).
Asignación Familiar	NO
Cts.	NO
Utilidades	NO
Seguro de vida	NO
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo - SCTR	NO
Indemnización por despido arbitrario	SÍ (10 días de remuneración por años de servicios con un tope de 90 días de remuneración).

Fuente: Elaboración propia (2020)

7.3 Estructura organizacional

Gráfico N° 43. Estructura organizacional



Fuente: Elaboración Propia

7.4 Descripción de funciones

Tabla N° 78. Funciones – Gerente general

PUESTO	GERENTE GENERAL
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, supervisar las actividades de la empresa • Realizar los presupuestos para cada actividad en la empresa • Mantener la relación y el contacto con el contador. • Responsable de la planificación y ejecución del plan de comercial y la relación con los stakeholders. • Revisar y supervisar los estados y reportes financieros junto con el asistente administrativo • Facilita un mejor ambiente en el trabajo
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Profesional titulado en la carrera de Administración de Negocios. • Experiencia laboral mínima de 2 años. • Capacidad de ejecución, desarrollo de relación a todo nivel, actitud comercial, liderazgo, negociación, organización y orientación a resultados. • Experiencia en pequeñas y medianas empresas. De preferencia en empresas e-commerce

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 79. Funciones – Asistente administrativo

PUESTO	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Gestiona los reclamos y quejas de clientes o transportistas • Encargado de Planilla • Capacitar a los colaboradores • Gestiona la base de los clientes y transportistas • Asegurar la facturación y emisión de los comprobantes de pago. Establecer y mantener la relación y contacto con el proveedor • Maneja la agenda de la empresa • Gestiona los correos y atiende las visitas • Redacta, archiva y revisa todos los documentos
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Egresado de las carreras de marketing o administración • Experiencia de 1 año en el puesto

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 80. Funciones – Analista de operaciones

PUESTO	ANALISTA DE OPERACIONES
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar las transacciones y los procesos de los transportistas y generadores de carga • Establecer y mantener la relación con el proveedor de la fábrica de software. • Establecer indicadores y crear reportes para la toma de decisiones • Gestiona la base de los clientes y transportistas • Valida los pagos a clientes y transportistas • Encargado de la mejora continua de los procesos de la empresa
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Egresado de las carreras de marketing o administración • Conocimiento de Marketing y Social Media • Experiencia de 1 año en el puesto

Fuente: Elaboración propia (2020)

Tabla N° 81. Funciones – Analista TI

PUESTO	ANALISTA TI
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa los procesos en la APP • Apoya al analista de operaciones en las consultas de los usuarios. • Mantiene comunicación con la empresa encargada del mantenimiento de la App • Identifica y propone oportunidades de mejora en la APP • Diseña los documentos de uso manual o automatizada que requiera el sistema. • Programar cuando se requiera una determinada tarea.
REQUISITOS MÍNIMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Graduado de ingeniería industrial o administración • Experiencia en el desarrollo e implementación de proyectos tecnológicos • Conocimientos en Php, Sql Server,Java.

Fuente: Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO VIII
PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

Archivo Excel adjunto: "Excel Plan de Negocios 2019-II GO TRUCK"

CONCLUSIONES

1. La investigación de nuestro trabajo nos arroja que la idea de negocio que hemos planteado es una opción viable, ya que el estudio de mercado realizado da luces acerca de que se trata de una oportunidad de mercado que es posible de ser explotada.
2. La creación de una APP que permita conectar a las empresas de transporte y los transportistas, permitiría establecer negocios de forma más rápida y transparente y brindaría beneficios a ambos clientes, convirtiendo a la app en una nexa entre ellos que les permitiría solucionar un inconveniente en cuanto a las empresas que llegan a perder ventas por no poder contactar con un servicio de transporte a tiempo, y los transportistas que tienen la oportunidad de establecer negocios con mayor rotación para utilizar su carga operativa por más viajes.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar la aplicación con una importante inversión, ya que la idea de negocio depende mucho de que se trate de una aplicación amigable, sencilla, fácil de usar.
2. También se recomienda establecer mucho contacto con los transportistas para garantizar que hagan uso de la aplicación, estableciendo relaciones a largo plazo que les sean convenientes, ofreciéndoles beneficios por el uso de aplicación, como descuentos, y capacitaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andina (2009). *El 90% del software en Perú es desarrollado por micro y pequeñas empresas*. Perú: Editora Perú. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=373147>

Andina (2019). *Sector logístico en el Perú mueve alrededor de S/ 1,600 millones al año*. Perú: Editora Perú. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-sector-logistico-el-peru-mueve-alrededor-s-1600-millones-al-ano-770461.aspx>

APAM (2019). *Uber busca revolucionar negocio de transporte de carga por carretera*. Recuperado de <https://www.apam-peru.com/web/uber-busca-revolucionar-negocio-de-transporte-de-carga-por-carretera/>

Banco Mundial (2020). *El Banco Mundial en Perú*. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Conexión ESAN (2019). *¿Es posible exigir impuestos a los negocios digitales?* Perú: Universidad ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/08/16/es-posible-exigir-impuestos-a-los-negocios-digitales/>

Conexión ESAN (2018). *Cómo las TI impulsan la formalización de los negocios*. Perú: Universidad ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2018/05/21/como-las-ti-impulsan-la-formalizacion-de-los-negocios/>

Conexión ESAN (2019). *Desempeño logístico: ¿qué indicadores se pueden considerar?* Perú: Universidad ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/10/desempeno-logistico-que-indicadores-se-pueden-considerar/>

Conexión ESAN (2019). *El Perú encaminado hacia el salto tecnológico*. Perú: Universidad ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/bloggers/tecnologias-de-informacion/2017/08/el-peru-encaminado-hacia-el-salto-tecnologico/>

Conexión ESAN (2018). *Los factores que deben considerarse al elegir un vehículo de carga*. Perú: Universidad ESAN. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/08/los-factores-que-deben-considerarse-al-elegir-un-vehiculo-de-carga-1/>

Defensoría del Pueblo (2019). *Los costos del conflicto social. Una aproximación metodológica a las dimensiones económicas, sociales e institucionales del conflicto social en el Perú*. Perú: Defensoría del Pueblo.

Defensoría del Pueblo (2019). *Reporte de conflictos sociales N.º 187*. Perú: Defensoría del Pueblo.

El Comercio (2017). *¿Cuáles son las empresas más importantes del sector logístico?* Perú: Editora El Comercio. Recuperado de <https://archivo.elcomercio.pe/zona-ejecutiva/negocios/cuales-son-empresas-mas-importantes-sector-logistico-noticia-1992162>

El Peruano (2019). *Contexto político es más estable para las inversiones*. Perú: Editora Perú. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia/76959-contexto-politico-es-mas-estable-para-las-inversiones>

El Peruano (2019). *Ley N° 29733 - Ley de protección de datos personales*. Perú: Editora Perú. Recuperado de <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29733.pdf>

El Peruano (2019). *Regulan la circulación de vehículos de transporte de carga y/o mercancías en Lima Metropolitana*. Perú: Editora Perú. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/regulan-la-circulacion-de-vehiculos-de-transporte-de-carga-y-decreto-de-alcaldia-no-011-1804769-1/>

El Peruano (2019). *Renovación del parque automotor*. Perú: Editora Perú. Recuperado de <http://elperuano.pe/noticia-la-necesaria-diversificacion-productiva-57161.aspx>

El Peruano (2018). *Tecnología online*. Perú: Editora Perú. Recuperado de <https://elperuano.pe/suplementosflipping/economika/270/web/pagina03.html>

Exitosa (2019). *El mercado peruano requiere más de 10 mil programadores*. Recuperado de <https://exitosanoticias.pe/v1/el-mercado-peruano-requieremas-de-10-mil-programadoressas/>

Gestión (2018). *Gobierno revisará todos los peajes a nivel nacional*. Perú: Editora El Comercio. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/gobierno-revisara-peajes-nivel-nacional-232350-noticia/>

Gestión (2016). *Zonas industriales Lima y Callao: Esta es la oferta y sus precios de venta*. Perú: Editora El Comercio. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/zonas-industriales-lima-callao-oferta-precios-venta-120836-noticia/>

INEI (2018). *Demografía empresarial en el Perú*. Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n-02-demografia-empresarial-i-trim2018_may2018.pdf

INEI (2018). *Encuesta nacional de victimización a empresas. 2018*. Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

INEI (2017). *Sector transporte, almacenamiento, correo y mensajería creció 1,6% en agosto 2017*. Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/sector-transporte-almacenamiento-correo-y-mensajeria-crecio-16-en-agosto-2017-10042/>

La República (2019). *Comisión del Congreso aprueba ley que regula el servicio de taxis por aplicativo*. Perú: Grupo La República. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/1429364-comision-congreso-aprueba-ley-regula-servicio-taxis-aplicativo/>

Ley de Protección de Datos Personales, Ley N° 29733 (3 de julio 2011). En: *Normas Legales*, N° 445746. Diario Oficial “El Peruano”. Lima: Congreso de la República. Recuperado de <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29733.pdf>

Logistec (2018). *Logística peruana: una industria en movimiento de cara al futuro*. Recuperado de <https://www.revistalogistec.com/index.php/logistica/pymes/item/3407-logistica-peruana-una-industria-en-movimiento-de-cara-al-futuro>

Mercados&Regiones (2019). *Panorama político: ¿un 2019 más estable?* Recuperado de <https://mercadosyregiones.com/2019/03/08/panorama-politico-un-2019-mas-estable/>

Ministerio de Economía y Finanzas (2019). *Informe de actualización de proyecciones macroeconómicas 2018-2021*. Recuperado de https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/IAPM_2018_2021.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (2019). *MEF: Economía peruana crece 4,0% en 2018, una de las tasas más altas de la región*. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/notas-de-prensa-y-comunicados/5910-mef-economia-peruana-crece-4-0-en-2018-una-de-las-tasas-mas-altas-de-la-region>

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2018). *Política de comunicación en el Perú: hacia el 2021*. Perú: Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)

Munlima (2017). *Municipalidad de Lima mantiene diálogo con gremios de transporte de carga*. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/noticias/item/38873-municipalidad-de-lima-mantiene-dialogo-con-gremios-de-transporte-de-carga>

Riquelme, M. (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Santiago, Chile. Recuperado de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

RPP (2019). *Bono del chatarreo: Así aplicarías al subsidio que incentiva la renovación de vehículos*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/bono-del-chatarreo-asi-aplicarias-al-subsidio-que-incentiva-la-renovacion-de-vehiculos-noticia-1235741?ref=rpp>

RPP (2019). *MTC: A fines del 2020 Perú contaría con la tecnología 5G*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/mtc-a-fines-del-2020-peru-contaria-con-la-tecnologia-5g-noticia-1201142?ref=rpp>

SUNARP (s.f.). *Reserva de Preferencia Registral*. Recuperado de <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmReservaNombre.faces>

SUNARP (s.f.). *SID SUNARP*. Recuperado de <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>

Villacorta, N. (2018). *La tributación en el comercio electrónico (tesis de pregrado)*. Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2643/CONTABILIDAD%20-%20Norma%20Isabel%20Pinchi%20Vasquez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

WIN (2020). *¿Qué tipo de plan deseas?* Recuperado de <https://win.pe/>

ANEXOS