



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

MUDATE YA!

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

**CADILLO TORRES, MARJORIE JUNET ALEXANDRA
(0000-0001-98734384)**

**PERDOMO VARGAS, VALERIA ALEJANDRA
(0000-0003-0029-980X)**

**Lima-Perú
2022**

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| CAPITULO I: IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD..... | 9 |
| 1.1. Selección del problema o necesidad a resolver | 9 |
| 1.2. Validación del problema..... | 10 |
| 1.2.1. Técnicas de investigación e instrumentos para la validación | 10 |
| 1.3. Descripción del cliente..... | 10 |
| CAPITULO II: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO | 11 |
| 2.1. Visión..... | 11 |
| 2.2. Misión | 11 |
| 2.3. Valores | 11 |
| 2.4. Objetivos SMART | 12 |
| 2.4.1. Objetivos generales | 12 |
| 2.4.2. Objetivos específicos | 12 |
| 2.5. Matriz FODA / FODA cruzado..... | 14 |
| 2.6. Análisis del Macroentorno | 16 |
| 2.6.1. Político, Gubernamental y Legal | 16 |
| 2.6.2. Económico..... | 17 |
| 2.6.3. Socioeconómico | 19 |
| 2.6.4. Tecnológico | 20 |
| 2.6.5. Medioambiental..... | 20 |
| 2.7. Segmentación del mercado | 21 |
| 2.7.1. Segmento del mercado, zona geográfica, edades, NSE, perfil del consumidor (APEIM, INEI)..... | 21 |
| 2.7.2. Estudio de la oferta | 22 |
| 2.7.3. Estudio de la demanda..... | 23 |
| CAPITULO III: DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR..... | 35 |
| 3.1. Aplicación de la metodología Design Thinking | 35 |
| 3.1.1. Definición del problema y generación de ideas | 35 |
| 3.1.2. Mapa de empatía | 39 |
| 3.1.3. Matriz Insight | 40 |
| 3.1.4. Técnicas de investigación..... | 40 |
| 3.2. Características del producto o servicio innovador validado..... | 43 |

| | |
|---|-----------|
| CAPITULO IV: ELABORACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO | 51 |
| 4.1. Definición de la propuesta de valor | 51 |
| 4.2. Elaboración del modelo de negocio | 52 |
| 4.3. Descripción del prototipo de lanzamiento..... | 53 |
| CAPITULO V: VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO | 60 |
| 5.1. Aplicación de la metodología Lean Startup | 60 |
| 5.2. Descripción del modelo de negocio validado | 61 |
| CAPITULO VI: ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD..... | 62 |
| 6.1. Determinación de proyecciones..... | 62 |
| 6.2. Determinación de las necesidades de inversión..... | 70 |
| 6.3. Evaluación económica y financiera | 73 |
| CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 74 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| • TABLA 1 Desarrollo del FODA | 14 |
| • TABLA 2 Desarrollo del FODA CRUZADO | 15 |
| • TABLA 3 Tipo de cambio promedio ponderado | 19 |
| • TABLA 4 Número de personas en los distritos de lima metropolitana y callao distribuidas por rango de edades | 23 |
| • TABLA 5 Cantidad porcentual del nivel socioeconómico según las zonas | 24 |
| • TABLA 6 Definición de problema | 36 |
| • TABLA 7 Información para determinar el tipo de vehículo para la mudanza..... | 44 |
| • TABLA 8 Información de los tipos de servicios | 45 |
| • TABLA 9 Ejemplo de distribución de ayudantes por tipo de mudanza | 46 |
| • TABLA 10 Tarifas..... | 47 |
| • TABLA 11 Estructura de costos de cada servicio..... | 48 |
| • TABLA 12 Lienzo de la propuesta de valor..... | 60 |
| • TABLA 13 Estructura de inversiones | 62 |
| • TABLA 14 Planilla | 63 |
| • TABLA 15 Tarifas por servicio | 64 |
| • TABLA 16 Cantidad de ventas mensual – Año 01 | 65 |
| • TABLA 17 Proyección de ventas..... | 66 |
| • TABLA 18 Estado de resultados – Año 01 | 67 |
| • TABLA 19 Estado de resultados al año 05..... | 68 |
| • TABLA 20 Estado de situación financiera..... | 69 |
| • TABLA 21 Distribución de fuentes de financiamiento..... | 70 |
| • TABLA 22 Financiamiento bancario | 70 |
| • TABLA 23 Amortizaciones..... | 71 |
| • TABLA 24 Flujo de caja proyectado | 72 |
| • TABLA 25 Cálculo de VAN y TIR | 73 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| • FIGURA 1 Brainstorming - lluvia de ideas | 37 |
| • FIGURA 2 Matriz de posicionamiento..... | 38 |
| • FIGURA 3 Mapa de empatía | 39 |
| • FIGURA 4 Matriz Insight..... | 40 |
| • FIGURA 5 Propuesta de valor del negocio | 51 |
| • FIGURA 6 Modelo de negocio..... | 52 |
| • FIGURA 7 Registro de datos..... | 53 |
| • FIGURA 8 Tamaño de mudanza | 53 |
| • FIGURA 9 Tipo de servicio..... | 54 |
| • FIGURA 10 Estado del servicio..... | 54 |
| • FIGURA 11 Ingreso de datos personales..... | 55 |
| • FIGURA 12 Bienvenida al usuario | 56 |
| • FIGURA 13 Motivos para mudarse con MUDATE YA | 56 |
| • FIGURA 14 Detalle de mudanza (Origen-Destino) | 57 |
| • FIGURA 15 Detalle de mudanza (Objetos a trasladar) | 57 |
| • FIGURA 16 Cotización | 58 |
| • FIGURA 17 Contacto | 58 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Proyecto de Innovación Empresarial consiste en diseñar una página Web que terceriza servicios de Mudanza, los cuales cubran la demanda de los distritos de Ciudad Lima Metropolitana y Callao dentro de los niveles socioeconómicos B+ y C+.

Nos percatamos que en nuestra ciudad y en todo el país el servicio de mudanza tiene un esquema de contratación tradicional que consiste en la búsqueda del servicio por recomendación de boca a boca, búsqueda de avisos en las calles o periódicos y en algunos casos en los portales de las páginas web de las empresas de mudanza ya constituidas; el problema aquí es para el cliente o usuario puesto que le toma mucho tiempo en hallar un servicio de mudanza que se ajuste a su requerimiento, puede tomar entre 4 días, 8 días incluso hasta 2 semanas en conseguir un buen postor que garantice un servicio de mudanza, esto genera malestar en el cliente actual; el cliente moderno hoy en día necesita tomar decisiones más rápidas y para eso llegamos nosotros con nuestra página Web.

Múdate Ya! Es una página web que le permite al usuario cotizar el servicio de mudanza que necesita, este ingresa los datos para cotizar como: direcciones, cantidad de muebles o bienes, cajas, bultos, etc. a trasladar, entre otros detalles más y luego de llenar la información, recibe una tarifa; ni bien reciba el precio estimado de su servicio de mudanza un agente ejecutivo lo llamará para corroborar los datos de la mudanza y programar su servicio; de esta manera optimiza su tiempo de búsqueda a diferencia de una mudanza tradicional. No solo cubrimos la demanda de los clientes, sino que le genera demanda a aquellas empresas que necesitan de más servicios para seguir existiendo, nuestra propuesta consiste en trabajar con socios proveedores, dueños de empresas de mudanza que cuentan con la experiencia, pero que no aplican la comercialización online, o también personas naturales que cuenten con la experiencia de servicios de mudanza y tengan su documentación en regla.

El modelo de negocio es rentable debido a que se acomoda a la era digital que son las compras por internet y además que no invertimos en inmuebles como transporte o unidades, sino que nos asociamos a empresas de mudanza, reduciendo costos y generando mayor rentabilidad en las ventas.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día vivimos en un mundo globalizado, con acceso rápido a la información mediante el internet, lo que hace que las personas aceleren su proceso de compra. El comportamiento de compra del consumidor se adapta cada vez más a la era digital; sin embargo, no todos los negocios se han adaptado rápidamente a la misma, lo que abre una oportunidad de negocio a un nuevo emprendimiento. Antes de iniciar la breve explicación del negocio en sí; se ha tenido en consideración que en el mercado de la ciudad de lima metropolitana y callao no existe una plataforma virtual o página web que brinde servicios de mudanza de manera rápida, fácil y segura como es conseguir un servicio de taxi hoy en día.

El primer punto para analizar es que se conoce que la actividad de mudarse no es nada sencillo, toma tiempo, no es fácil, da flojera y puede generar angustia e incluso estrés.

El segundo punto es que se conoce de empresas informales que realizan el servicio de mudanza y brindan una tarifa menor sin cubrir con las expectativas del consumidor final, por otro lado, hay empresas que ofrecen servicio de embalaje y traslado, pero no completan un servicio de mudanza completo que se encargue además de lo antes mencionado, a la desinstalación e instalación de muebles, a ubicar los bienes donde corresponden, etc.

De acuerdo a lo antes descrito, se detectó la oportunidad de emprender un negocio que consiste en tercerizar servicios de mudanza mediante una página web, para el éxito del mismo, se quiere proponer distintos tipos de mudanza (opciones), por ejemplo, para aquellos clientes que quieren solo transporte, sólo transporte más ayudantes o transporte más ayudantes más servicio de embalaje. Aparte debemos conseguir socios, aquellos dueños de empresas de transporte (unidades) para mudanza, que cuenten con la experiencia en el rubro. Nosotros generamos la demanda de servicio de mudanza y nuestros socios lo ejecutan, comisionando un 30% del valor del servicio realizado. Para

la confirmación del servicio, Múdate Ya! contará con un agente teleoperador para consensuar las especificaciones del servicio, después de cerrar el contrato de servicio se pasará a ofertar a la red de socios, uno de ellos ejecuta el servicio y con ello se dará por concretado el servicio de mudanza.

Se considera a este emprendimiento atractivo, porque se pronostica un aumento en la demanda de los servicios de mudanza a consecuencia de la expansión de los niveles socioeconómicos B y C, el crecimiento en el sector inmobiliario, el crecimiento del tránsito vehicular, el cual genera moverse de un domicilio a otro, entre otros factores. Por las razones ya mencionadas, se propone lanzar al mercado una página web de servicios de mudanza que a diferencia de un servicio de mudanza tradicional no solamente se caracterice por la calidad de servicio, por la seguridad en el cuidado de las pertenencias de los clientes, sino optimizar y ahorrar el tiempo del cliente actual o cliente moderno.

CAPITULO I

Identificación del problema u oportunidad

1.1 Selección del problema o necesidad a resolver

Las personas que requieren un servicio de mudanza dentro de la ciudad de lima metropolitana callao tienen problemas con la pérdida de tiempo para encontrar un servicio de calidad, confiable, rápido y a un precio acorde al mercado; por lo que generalmente recurren a empresas informales para que puedan realizar el servicio; sin embargo, no tendrán la garantía de que sus pertenencias llegarán en buen estado o si el servicio integral será acorde a lo requerido.

- Era digital una buena oportunidad:

Como bien se conoce, los hábitos y comportamientos del consumidor han ido cambiando durante el tiempo, se ve ahora que el consumo de las compras online tienen un alto crecimiento, como bien lo comenta Douglas da Silva (2020), lo que hace que las empresas en general se adapten a esta nueva era en base a las nuevas tendencias, ofreciendo sus productos o servicios en canales digitales; además el mercado peruano ha incrementado su consumo en canales digitales, según Emilio Alarcón (2021), lo que abre una oportunidad de negocio al emprendimiento.

- Existe mercado, pero no una buena oferta:

De acuerdo con los últimos datos acerca de la población Limeña, se conoce que se está alcanzando ya los 4 millones (INEI – 2021), lo que hace a Lima una ciudad concurrida, por ende, mayor número de mudanzas. Por otro lado, la creciente inmobiliaria representa una cifra aun atractiva pese al año de pandemia, según Diego Abarca, gerente comercial de la Inmobiliaria Paz Centenario (optima -2021). Dado lo mencionado anteriormente los servicios de mudanza sigue siendo un mercado atractivo y en crecimiento; sin embargo, lo mencionado en el punto de era digital es muy cierto, empresas existentes del rubro de transporte para servicios de mudanza aun no migran al nuevo comportamiento o hábitos del consumidor moderno, haciéndose difícil

conseguir un buen servicio de mudanza de manera rápida y segura que es lo que el consumidor demanda, por otro lado, existen empresas informales que cumple con una atención rápida pero no son seguras o son poco confiables y es así que persiste la insatisfacción en el consumidor final al hallar un buen servicio de mudanza integral.

1.2 Validación del problema

1.2.1 Técnicas de investigación e instrumentos para la validación

Se aplicó una Investigación Exploratoria, puesto que esta metodología ayudará a comprender el problema “Pérdida de tiempo para encontrar un servicio de mudanza de calidad, confiable, rápido y a un precio acorde al mercado”. Para ello, se implementaron las entrevistas a profundidad como primer recurso para recopilar información. Como resultado, se llegó a concluir que el 100% de las personas entrevistadas estarían de acuerdo con contar con una página web para la búsqueda y selección de servicios de mudanza, ya que, además de ser rápido y accesible, de cierta manera era más confiable a comparación de otros métodos de búsqueda tradicionales, que muchas veces, no resultan ser lo esperado y terminan pagando de más.

Con esta primera técnica, validamos nuestra hipótesis y solución al problema planteado.

1.3 Descripción del cliente

Para determinar el grupo o segmento objetivo planteado en la idea de negocio, se recopilaron datos de investigaciones ya realizadas, tomando como principal fuente a INEI, otras fuentes y artículos. El perfil de clientes al cual estará dirigido el negocio, son personas hombres y mujeres entre las edades de 25 a 55 años que viven en la ciudad de Lima – Metropolitana y Callao, aquellos que necesitan una respuesta rápida y tengan un comportamiento o hábito de compra online muy apegado a la era digital.

CAPITULO II

Planeamiento estratégico

2.1 Visión

En Múdate Ya! Queremos ser la plataforma web de Servicios de Mudanza más confiable del país, ayudar a mudar a más de diez mil familias y lograr la satisfacción de nuestros clientes mediante la calidad y excelencia de nuestros servicios.

2.2 Misión

Somos Múdate Ya! una plataforma Web de Servicios de Mudanza, nuestra misión es ayudar a la gente a mudarse sin estresarse y en el menor tiempo posible; te unimos con empresas de mudanza con más de 10 años de experiencia en el rubro de transporte y carga, dispuestos a brindar el mejor servicio.

En Múdate Ya! Creemos que solicitar un servicio de mudanza debe ser tan fácil y rápido como es solicitar un servicio de taxi, es por ellos que ponemos a disposición más de 15 empresas de mudanza totalmente calificadas, con unidades de transporte en óptimas condiciones y totalmente operativas; cumpliendo con los protocolos de bioseguridad.

2.3 Valores

- Confianza

Es importante para nuestra empresa generar un lazo de confianza con nuestros clientes, ya que queremos que sientan la seguridad de contratar un servicio de mudanza y vivir una experiencia con nosotros.

- Responsabilidad

Llevamos el compromiso de velar constantemente por nuestros usuarios y que obtengan un servicio de calidad, por ello, llevaremos con responsabilidad cada eslabón de este.

- Innovación

Para mantener la atención de nuestro público, se requiere estar alerta a los cambios constantes de las tendencias del mercado, ser innovadores y creativos nos diferenciará de la competencia.

- Honradez

Es parte de nuestra esencia demostrar honradez y practicarla día a día en nuestra empresa, ya que queremos ser transparentes y honestos ante todo nuestros clientes.

2.4 Objetivos SMART

2.4.1 Objetivos Generales

Diseñar una página web de Servicios de Mudanza con una interface amigable que sea rápida y confiable para los clientes, y de acceso fácil; la cual cubra la demanda de Lima Metropolitana y Callao.

2.4.2 Objetivos Específicos

- Demostrar la viabilidad del negocio

Investigar los insight del consumidor o cliente y de los socios estratégicos.

Desarrollar estrategias para la ejecución del negocio.

Con el trabajo de los fundadores de Múdate ya!

Calcular los estados financieros y el análisis del costo del negocio

Alcanzarlo en el desarrollo de la presente tesis.

- Conseguir 100 socios estratégicos (empresas de mudanza) para el 1er año

Aumentar la lista de socios estratégicos o partners calificados

Obtener 10 socios nuevos por mes durante el 1er año

Con trabajo en equipo del departamento de marketing

Aumentar las ventas de servicios gracias al soporte de los socios estratégicos

Alcanzarlo en el 4to trimestre del año

- Implementar un CRM para la captación de leads u oportunidades de negocio

Incrementar leads calificados progresivamente

Obtener unos 500 leads calificados

Con acciones de marketing

Incrementar las ventas de servicios gracias a los leads calificados

Alcanzarlo en el 1er trimestre

2.5 Matriz Foda / Foda cruzado

Tabla 1

Desarrollo del FODA

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Primera plataforma que concentra la oferta de proveedores de mudanza. 2. Fácil manejo y practico. 3. Socios estratégicos capacitados para brindar servicio idóneo. 4. Paquetes diversificados. 5. Disposición con el usuario ante cualquier necesidad. 6. Amplio catálogo de proveedores. 7. Intermediario directo entre el cliente y el proveedor. 8. Plataforma disponible las 24 horas durante los 7 días de la semana. 9. Alto poder de atracción del servicio. 10. Cero contactos físicos hasta el momento que se da el servicio. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Coyuntura actual se presta para que las personas usen la plataforma y dejen la búsqueda tradicional. 2. Mercado escogido con muchas necesidades por satisfacer. 3. En el Perú existen escasos servicios iguales o parecidos 4. Desarrollo del sector en el que se mueve la empresa. 5. Posibilidad de incrementar más tipos de servicios afines al servicio de mudanza. 6. Existen más posibilidades de adquirir propiedades, lo que implica la necesidad de solicitar servicios de mudanza. 7. Clientes contentos que propaguen la página web al haber logrado una buena experiencia de contratación del servicio de mudanza. 8. Al ser lima metropolitana y callao las ciudades más concurridas y con mayor población en el país, incita a que el habitante se mude por cercanía a su centro de labor y/o de preferencia, generando más oportunidades de venta. 9. La amplia demanda de vivienda propia en las personas entre 25 y 35 años, lo que implica moverse a su nuevo hogar. 10. Alto número de personas naturales con unidades vehiculares para mudanza que pueden ser evaluados para que pertenezcan a nuestra red de socios estratégicos de mudanza. |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de confianza por ser nuevos en el mercado. 2. Ausencia de publicidad en medios audiovisuales (tv-radio). 3. Poca experiencia en el sector. 4. Poca inversión o disponibilidad de recursos financieros. 5. No conseguir la cantidad necesaria de socios estratégicos para nuestra red de proveedores 6. Que los socios conseguidos no cumplan con los estándares de calidad pactados 7. Dependier de un experto en temas de ti (tecnologías de la información) 8. Falta de conocimiento en desarrollo de página web 9. Falta de experiencia en negociación con los socios estratégicos o proveedores | <ol style="list-style-type: none"> 1. Problemas económicos en el país 2. Plagio del servicio 3. Falta de inversión en el sector. 4. Incremento de contagios por rebrote de virus. 5. Cierre de empresas de mudanza. 6. Reducción del margen de negocio por incremento en el precio del combustible. 7. Reformas políticas en el país que genere desestabilizad en el país. 8. Robos y accidentes. 9. Cambios en la SUNAT que incremente el pago de impuestos o cualquier otro cambio en las normas legales. 10. Competencia del sector informal. |

Elaboración propia

Tabla 2

Desarrollo del FODA cruzado

| | | |
|---|---|---|
| <p style="text-align: center;">Factores Internos</p> <p style="text-align: center;">Factores Externos</p> | <p>F1 Primera página web que concentra la oferta de proveedores de mudanza. F2 Fácil manejo y práctico. F3 Socios estratégicos capacitados para brindar servicio idóneo. F4 Paquetes diversificados. F5 Disposición con el usuario ante cualquier necesidad. F6 Amplio catálogo de proveedores. F7 Intermediario directo entre el cliente y el proveedor. F8 Plataforma disponible las 24 horas durante los 7 días de la semana. F9 Alto poder de atracción del servicio. F10 Cero contactos físicos hasta el momento que se da el servicio.</p> | <p>D1 Falta de confianza por ser nuevos en el mercado. D2 Ausencia de publicidad en medios audiovisuales (tv-radio). D3 Poca experiencia en el sector. D4 Poca inversión o disponibilidad de recursos financieros. D5 No conseguir la cantidad necesaria de socios estratégicos para nuestra red de proveedores D6 Que los socios conseguidos no cumplan con los estándares de calidad pactados D7 Dependier de un experto en temas de TI (tecnologías de la información) D8 Falta de conocimiento en desarrollo de página web D9 Falta de experiencia en negociación con los socios estratégicos o proveedores</p> |
| <p>O1 La coyuntura actual se presta para que las personas usen la pág. Web y dejen la búsqueda tradicional. O2 Mercado escogido con muchas necesidades por satisfacer. O3 En el Perú existen escasos servicios iguales o parecidos O4 Desarrollo del sector en el que se mueve la empresa. O5 Posibilidad de incrementar más tipos de servicios afines al servicio de mudanza. O6 Existen más posibilidades de adquirir propiedades, lo que implica la necesidad de solicitar servicios de mudanza. O7 Clientes contentos que propaguen la página web al haber logrado una buena experiencia del servicio de mudanza. O8 Al ser lima metropolitana y callao las ciudades más concurridas y con mayor población en el país, incita a que el habitante se mude por cercanía a su centro de labor y/o de preferencia, generando más oportunidades de venta. O9 La amplia demanda de vivienda propia en las personas entre 25 y 35 años, lo que implica moverse a su nuevo hogar. O10 Alto número de personas naturales con unidades vehiculares para mudanza que pueden ser evaluados para que pertenezcan a nuestra red de socios estratégicos de mudanza.</p> | <p>FO: Al centrarnos en lima metropolitana y callao, podremos utilizar como parte de la cotización, un cálculo por tramo, de tal manera que se pueda manejar de manera más completa la tabla de precios al negociar con los proveedores.</p> <p>FO: Realizar convivencias (virtual/presencial) con los clientes a fin de generar un engagement y recibir feedback para que, de ser factible, se implementen las nuevas sugerencias y practicar la mejora continua.</p> <p>FO: Aprovecharemos la coyuntura que dejó el covid-19, el incremento de las compras virtuales para vender nuestra idea que es ofrecer diversos tipos de servicios de mudanza (diversidad de paquetes), los cuales se pueden adaptar a la necesidad de cada cliente.</p> | <p>DO: Para potenciar la propagación de nuestros servicios, se invertirá inicialmente en publicidad en medios masivos, de esta manera, se llegará a más público.</p> <p>DO: Contratar a un experto en negociaciones a fin de conseguir socios estratégicos que cumplan con los estándares de calidad propuestos y cubrir la demanda.</p> <p>DO: Implementar extensiones del servicio a fin de sobresalir entre la escasa competencia y ser pioneros en ser un servicio diferenciado.</p> |
| <p>A1 Problemas económicos en el país A2 Plagio del servicio A3 Falta de inversión en el sector. A4 Incremento de contagios por rebrote de virus. A5 Cierre de empresas de mudanza. A6 Reducción del margen de negocio por incremento en el precio del combustible. A7 Reformas políticas en el país que genere desestabilización en el país. A8 Incremento de robos y accidentes. A9 Cambios en la SUNAT que incremente el pago de impuestos o cualquier otro cambio en las normas legales. A10 Competencia del sector informal.</p> | <p>FA: A fin de evitar el incremento de la propagación del virus, se les pedirá de manera estricta a los operativos de mudanza, que se realicen pruebas de antígeno y/o rápidas para asegurarnos que toda la experiencia sea segura.</p> <p>FA: Reafirmar constantemente el compromiso que se tiene con los clientes para ofrecer un servicio de calidad, seguro y una experiencia agradable en todo momento.</p> <p>FA: Se contratará a personal capacitado para el manejo y control de nuestras redes, asimismo, el monitoreo de la competencia a fin de mantenernos como líderes en el mercado.</p> | <p>DA: Se conseguirá financiamiento bancario a fin de cumplir con las metas en publicidad.</p> <p>DA: Buscar la mayor cantidad de empresas de mudanza dentro de lima metropolitana y callao para proponerle nuestro negocio, el cual consiste en que si se afilia con nosotros tendrá más trabajo para seguir existiendo como empresa de mudanza.</p> <p>DA: A causa del sector informal, dueños de unidades para mudanza; les presentaremos la propuesta, los capacitaremos para que cumpla con nuestras políticas de servicio ofrecida a los clientes, y agrandaremos nuestra red de socios estratégicos (proveedores de mudanza).</p> <p>DA: En caso los socios no cumplan con los estándares de calidad establecidos y ocurra algún accidente y/o robo, como parte de nuestra estrategia, es que se creará una cláusula en el que indique que los transportistas se harán responsables de dichos acontecimientos.</p> |

2.6 Análisis del Macroentorno

2.6.1 Político, Gubernamental y legal

El Perú atraviesa una inestabilidad política, desde las penúltimas elecciones Presidenciales (2016). Tomando en cuenta la renuncia del presidente electo Pedro Pablo Kuczynski y el cambio de poder en el 2018. Además, de la elección del actual presidente del país, Pedro Castillo Terrones, se ha visto afectado de cara a las inversiones extranjeras, por la incertidumbre y variaciones en la industria.

Según el diario Gestión, el país está atravesando por una triple crisis; sanitaria, económica y política. La llegada del COVID 19 trajo como consecuencia la caída en la economía, por no prever la inversión en equipos médicos, campañas de prevención y el paro en las actividades económicas de la población. Así como también, por la decisión de entregar bonos a favor de las familias peruanas sin la mejor planificación. A inicios del mes de noviembre del 2020, el expresidente Martin Vizcarra resaltó los trabajos y esfuerzos realizados por el ejecutivo a fin de contener la pandemia. Como resultado de las medidas tomadas para frenar la red de contagios en el territorio, se obtuvo un descenso en la curva de contagios, hospitalizaciones y fallecimientos por el COVID 19; también indicó que en el mes de marzo y abril la inversión pública planificada cayó en 25% y 59% respectivamente a causa de la crisis sanitaria. Al cierre del mes de octubre las cifras dieron positivo con un 6.6% debido a la reactivación económica y al esfuerzo de la población.

Actualmente, se cuenta con leyes y permisos más flexibles con respecto a la ejecución de los servicios de mudanza. Para la difusión de dichas decisiones tanto ejecutivo como legislativo, los entes encargados son el Congreso de la República y las Municipalidades. A través de su página Web y publicaciones en el diario el peruano, en 2017 se derogaron artículos de la Ley N° 28518, Ley sobre modalidades formativas laborales, entre ellas, que ya no sería necesario contar con un certificado de mudanza emitido por la Policía Nacional del Perú para transportar los bienes a la hora de realizar mudanza.

2.6.2 Económico

La inestabilidad en la economía peruana ha llevado el cambio de giro de muchos negocios, cierres e incluso quiebra de varias compañías prestadoras de productos y servicios, las mismas que en su camino han dejado a más de 3 millones de personas sin empleo a nivel nacional. Sumado a esto la gran cantidad de trabajadores informales que han frenado sus actividades por las restricciones sanitarias.

Según el INEI, el PBI estaba incrementando en precios constantes desde el año 2007. Posteriormente, al cierre del año 2019 creció en un 2.2%, y para enero de 2020 se pronosticó que el aumento alcance el 3.2%. Actualmente y en medio de la crisis sanitaria por el COVID-19, el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), publica los drásticos cambios sufridos, que han dejado a un PBI concentrado en 30.2%. Esta reducción se debe a las medidas preventivas tomadas por la crisis sanitaria a inicios de año, la cual adoptó el aislamiento social en todo el territorio, incluyendo el cierre de muchos negocios a excepción de aquellos relacionados con la alimentación, salud y servicios básicos como luz y agua.

Además, como medida para frenar la propagación del COVID 19, el Ministerio de Transporte y Comunicaciones suspendió indefinidamente los viajes nacionales e internacionales, causando un gran impacto en la economía del país. Es así que, según datos de la INEI, el sector transporte tuvo una reducción como ingreso económico a razón del año anterior del 55%.

Según datos recopilados de la superintendencia de banca, seguros y AFP, la tasa de interés anual en soles promedio para medianas empresas en los bancos del Perú es del 4.34%, a préstamos a mayores a un año. Para el caso de empresas pequeñas es de 9.86%, y a microempresas 17.57%. La diferencia de estas tasas, claramente son delimitadas en función al tipo de negocio, trayectoria y estabilidad en el mercado, a fin de minimizar el riesgo para con su responsabilidad de pagos. Con lo

dicho, se concluye que las pequeñas y microempresas, tendrán en su mayoría una mayor tasa, por el riesgo que implica obtener un pronto retorno de la inversión. Esta tasa varía dependiendo el tiempo de préstamo y entidad bancaria.

Según datos de la SBS, el precio del dólar ha sido muy cambiante últimamente. En las últimas publicaciones a inicios de noviembre, el costo de compra del dólar norteamericano alcanzó los 3.61 soles y la venta en 3.62 soles. Cabe resaltar que anualmente se calcula el promedio como valor máximo de compra y venta del dólar y este llegaba a S/ 3.34, lo que sin duda estará muy por debajo al resultado que se calcule para el 2020.

Tabla 3*Tipo de cambio promedio ponderado*

| TIPO DE CAMBIO PROMEDIO PONDERADO | | |
|--|---------------|--------------|
| MONEDA | COMPRA | VENTA |
| Dólar de N.A. | 3.795 | 3.801 |
| Dólar Canadiense | 2.92 | 2.93 |
| Libra Esterlina | 3.930 | 5.127 |
| Yen Japonés | 0.034 | 0.035 |
| Peso Mexicano | 0.187 | 0.187 |
| Franco Suizo | 3.48 | 4.371 |
| Euro | 3.846 | 4.163 |

Fuente: SBS

2.6.3 Socioeconómicos

A lo largo del presente año y, a partir de la pandemia que aún se vive en el Perú, el INEI es una de las instituciones que mantiene actualizada la información de los cambios que vienen dándose en el ámbito laboral, de los diferentes estratos sociales y empresariales. Si se toma el informe del segundo trimestre del año 2020, en este se confirma que la población activa en el mercado laboral disminuyó en un 36.6 % comparado con los resultados del año anterior. Asimismo, se toma conocimiento por esta misma institución que, en Lima, debido al estado de emergencia, 1.4 millones de personas perdieron su empleo, aumentando la informalidad en un 70%. El desempleo en la zona urbana del país llegó al 12.4% de la comunidad activa actual. A consecuencia de la situación actual, la masa salarial en los hogares también disminuyó en 56.3%.

2.6.4 Tecnológicos

En el Perú, a lo largo de los años, ha ido evolucionando e incrementando el uso de la tecnología, mas ahora, que las personas están más conectadas, por ende, el comportamiento de los consumidores se rige en los diferentes tipos de canales y el intercambio de información a través de estos. Además, se ha convertido en una fuente de ventajas y provecho económico al haber más información, rapidez y precisión en todo momento.

Hoy en día todas las empresas cuentan con página web, red social, WhatsApp o algún medio tecnológico mediante el cual puedan tener contacto con los clientes, más aun sabiendo que el consumidor actual vive muy pegado al internet. Según un artículo del diario El Peruano, hay una tendencia de consumo tecnológico y para el 2021 se presentarían más propuestas de “tecnologías amigables”. En adición a esto, gracias a la tecnología 5G, se está dando una mayor rapidez a los móviles y el consumo de contenido en estos se acelerará y aumentará.

Finalmente, tomando en cuenta la coyuntura actual y sabiendo que estamos viviendo una nueva normalidad, según datos recopilados del diario Gestión, la demanda de servicios digitales ha crecido más del 300% durante la cuarentena. Incluyendo los servicios de streaming, cursos virtuales, e-commerce, compras de software entre otros.

2.6.5 Medioambiental

Aprovechar y gestionar de manera adecuada los recursos de nuestro país es uno de los tantos objetivos que tiene el Ministerio del Ambiente del Perú. Toda empresa de alguna u otra manera causa un impacto ambiental, por lo que es importante regirse a las leyes ambientales determinadas por el estado a fin de dar cumplimiento a la responsabilidad social y ambiental que se le exige a toda empresa legalmente constituida.

(...) Artículo 74.- De la responsabilidad general

Todo titular de operaciones es responsable por las emisiones, efluentes, descargas y demás impactos negativos que se generen sobre el ambiente, la salud y los recursos naturales, como consecuencia de sus actividades. Esta responsabilidad incluye los riesgos y daños ambientales que se generen por acción u omisión. (...)

Actualmente, las empresas se enfocan en que sus procesos sean responsablemente social y ambiental, más aún ahora que los consumidores están concientizados e interesados en productos y/o servicios que sean amigables con el medio ambiente o que cuenten con programas sociales. Múdate Ya!, al ser una plataforma digital existe una reducción de costos, a comparación de otras empresas, los procesos laborales y la digitalización de los espacios también ofrecen muchos beneficios como trabajos con modelos más eficientes y ágiles que permiten la optimización de recursos e insumos, reduciendo el impacto negativo al planeta.

2.7 Segmentación del Mercado

2.7.1. Segmento del mercado, zona geográfica, edades, NSE, perfil del consumidor (APEIM, INEI)

Segmentación Geográfica:

- Ciudad de Lima Metropolitana y Callao.

Segmentación Demográfica:

- Nacionalidad: Peruanos y/o extranjeros.
- Género: Hombres y mujeres (18 a 55 años).
- Nivel de ingresos: B y C

Segmentación Psicográfica:

- Estilo de vida: Personas que necesiten moverse de domicilio ocasional y/o constantemente, que no cuenten con vivienda propia.
- Intereses: Inclínación por la tecnología, tener acceso rápido a la información.

Segmentación Conductual:

- Personas cansadas del método tradicional de búsqueda de servicios de mudanzas.
- Personas que cuentan con poco tiempo para realizar este tipo de búsquedas.
- Personas que busquen resultados de manera rápida.
- Personas que tengan un comportamiento o hábito de compra online.
- Personas que les angustie, estrese o le dé flojera la actividad de mudarse.

2.7.2. Estudio de la oferta

Movify: Empresa ubicada en Surquillo, Lima con 5 años de actividades ofrece sus servicios de transporte logístico mediante su página web. Ellos tienen sus propias unidades y cotizan desde la página web y además un personal te contacta por el whatsapp para asesorarte acerca de la cotización que te entrega en el whatsapp.

Yegoh: Empresa ubicada en Miraflores – Lima con 6 años de actividades, ponen a disposición servicios de mudanza mediante su página web, ellos no tienen unidades sino tiene alianza con empresas de mudanza a quienes les entrega los servicios a realizar.

MuberZ: Empresa ubicada en San Miguel, Lima, con 3 años de actividades, no solo se dedican a ofrecer servicios de mudanza, también realizan servicios de Courier, cuenta con página web y con el aplicativo móvil, que es el medio por donde se realiza el contacto usuario-empresa.

2.7.3. Estudio de la demanda

Según los últimos datos de INEI la población ocupada de Lima Metropolitana y Callao alcanza 4 millones 666 mil personas en el trimestre mayo-junio-julio de 2021; sin embargo, dentro del rango de edades de la segmentación escogida (25 a 55 años), arroja un dato de 4,165,105 personas. Esta última cifra vendría a ser la población total.

Tabla 4

Número de personas en los distritos de Lima Metropolitana y Callao distribuidas por rango de edades

| ZONA | DISTRITO | RANGO DE EDADES | | | | | | | POBLACION TOTAL |
|--------------|----------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|-----------------|
| | | 25-29 | 30-34 | 35-39 | 40-44 | 45-49 | 50-54 | 55 | |
| ZONA 1 | VENTANILLA | 27166 | 25566 | 23920 | 21490 | 17762 | 14744 | 2441 | 133089 |
| | PUEBTE PIEDRA | 31499 | 28902 | 25859 | 22357 | 18565 | 15203 | 2650 | 145035 |
| | COMAS | 43320 | 40321 | 40355 | 39007 | 34037 | 27847 | 4867 | 229754 |
| | CARABAYLLO | 28742 | 28043 | 26618 | 24416 | 19981 | 16024 | 2665 | 146489 |
| ZONA 2 | INDEPENDENCIA | 18238 | 16030 | 15484 | 14792 | 14425 | 12472 | 2070 | 93511 |
| | LOS OLIVOS | 30852 | 27607 | 25769 | 22902 | 19653 | 17999 | 3283 | 148065 |
| | SAN MARTIN DE PORRES | 58499 | 51455 | 48579 | 45835 | 41602 | 38460 | 6876 | 291306 |
| ZONA 3 | SAN JUAN DE LURIGANCHO | 100824 | 95179 | 84778 | 71894 | 57937 | 50037 | 9040 | 469689 |
| ZONA 4 | CERCADO DE LIMA | 21731 | 19811 | 19406 | 18564 | 17764 | 16810 | 3153 | 117239 |
| | RIMAC | 14421 | 13315 | 12489 | 11774 | 10802 | 10138 | 1907 | 74846 |
| | BREÑA | 6829 | 6277 | 6345 | 6101 | 5438 | 5182 | 954 | 37126 |
| | LA VICTORIA | 15139 | 13897 | 12599 | 11683 | 10550 | 9808 | 1786 | 75462 |
| ZONA 5 | ATE | 58042 | 53703 | 47343 | 41400 | 34746 | 29127 | 4955 | 269316 |
| | CHACLACAYO | 3174 | 3173 | 3256 | 3256 | 2842 | 2457 | 440 | 18598 |
| | LURIGANCHO | 21507 | 20386 | 18826 | 16974 | 14173 | 11494 | 2102 | 105462 |
| | SANTA ANITA | 19639 | 17867 | 16153 | 14358 | 11277 | 9198 | 1565 | 90057 |
| | SAN LUIS | 4631 | 4152 | 3895 | 3821 | 3625 | 3250 | 512 | 23886 |
| | EL AGUSTINO | 18325 | 16962 | 15410 | 13854 | 11834 | 10768 | 1853 | 89006 |
| ZONA 6 | JESUS MARÍA | 5790 | 5803 | 6083 | 5695 | 5080 | 4655 | 941 | 34047 |
| | LINCE | 4590 | 4309 | 4197 | 3849 | 3563 | 3241 | 622 | 24371 |
| | PUEBLO LIBRE | 6506 | 6152 | 6320 | 6157 | 5447 | 5312 | 1079 | 36973 |
| | MAGDALENA DEL MAR | 4607 | 4763 | 5060 | 4848 | 4155 | 3638 | 726 | 27797 |
| | SAN MIGUEL | 12592 | 11939 | 12391 | 11515 | 10068 | 9583 | 1799 | 69887 |
| ZONA 7 | MIRAFLORES | 7427 | 8423 | 9303 | 8511 | 7032 | 6027 | 1217 | 47940 |
| | SAN ISIDRO | 3835 | 4014 | 4493 | 4636 | 4429 | 4239 | 877 | 26523 |
| | SAN BORJA | 8305 | 8200 | 8462 | 8616 | 8115 | 7348 | 1377 | 50423 |
| | SANTIAGO DE SURCO | 25201 | 22696 | 24435 | 25493 | 23970 | 21501 | 4137 | 147433 |
| | LA MOLINA | 10376 | 9140 | 9699 | 10475 | 10357 | 9253 | 1617 | 60917 |
| ZONA 8 | SURQUILLO | 7651 | 7578 | 7730 | 7177 | 6140 | 5326 | 937 | 42539 |
| | BARRANCO | 2712 | 2770 | 2839 | 2632 | 2264 | 2098 | 382 | 15697 |
| | CHORRILLOS | 26985 | 25253 | 25072 | 23707 | 20540 | 17739 | 3155 | 142451 |
| | SAN JUAN DE MIRAFLORES | 32058 | 29723 | 27662 | 25328 | 22137 | 20202 | 3671 | 160781 |
| ZONA 9 | VILLA EL SALVADOR | 34341 | 32423 | 30619 | 29659 | 25714 | 19704 | 3299 | 175759 |
| | VILLA MARÍA DEL TRIUNFO | 35026 | 32454 | 31556 | 30184 | 25635 | 20628 | 3483 | 178966 |
| | LURIN | 8418 | 7759 | 6901 | 6264 | 5255 | 4372 | 700 | 39669 |
| | PACHACAMAC | 10207 | 9974 | 8821 | 7950 | 6386 | 4784 | 736 | 48858 |
| ZONA 10 | CALLAO | 37529 | 36281 | 35657 | 32509 | 27352 | 23922 | 4373 | 197623 |
| | BELLAVISTA | 5487 | 4898 | 5108 | 5185 | 5408 | 5059 | 924 | 32069 |
| | LA PERLA | 4483 | 4137 | 4429 | 4518 | 4224 | 3809 | 752 | 26352 |
| | LA PUNTA | 251 | 235 | 263 | 223 | 215 | 264 | 51 | 1502 |
| | CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO | 3386 | 3102 | 3151 | 3152 | 2895 | 2480 | 426 | 18592 |
| TOTAL | | 820341 | 764672 | 727335 | 672761 | 583394 | 506202 | 90400 | 4165105 |

Fuente: INEI

Por lo tanto, la cifra de nuestra población segmentada es 4,165,105 personas, a la cual le aplicaremos la fórmula de poblaciones infinitas ya que son más de 100 mil personas o elementos y hallaremos el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2}$$

Donde:

$Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ ya que el nivel de confianza es de 95% y se considera una población normal

$p =$ proporción esperada, para este caso 50% ó 0.5 $\rightarrow p = 0.5$

$q = 1 - p \rightarrow q = 1 - 0.5 \rightarrow q = 0.5$

$e^2 = 0.05^2$ ya que aplicaremos un margen de error del 5%

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} = 384.16$$

Con el tamaño de muestra aplicaremos la técnica de encuestas a 384 personas.

Por otro lado, se realiza la distribución de distritos por zona y por nivel socioeconómico, tal como se muestra a continuación:

Tabla 5

Cantidad porcentual del nivel socioeconómico según las zonas

| Distrito | Nivel socioeconómico | | | | |
|-----------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Alto | Medio alto | Medio | Medio Bajo | Bajo |
| ZONA 1 | 1.2% | 11.3% | 29.5% | 39.0% | 19.0% |
| ZONA 2 | 0.6% | 14.5% | 42.8% | 31.2% | 11.0% |
| ZONA 3 | 1.4% | 7.1% | 34.4% | 35.0% | 22.1% |
| ZONA 4 | 2.6% | 20.8% | 40.5% | 28.3% | 7.8% |
| ZONA 5 | 1.8% | 8.8% | 29.6% | 37.2% | 22.7% |
| ZONA 6 | 19.3% | 39.3% | 31.1% | 9.6% | 0.7% |
| ZONA 7 | 28.3% | 41.6% | 21.1% | 6.5% | 2.5% |
| ZONA 8 | 5.0% | 27.6% | 32.2% | 26.4% | 8.8% |
| ZONA 9 | 0.0% | 5.7% | 30.3% | 44.1% | 19.9% |
| ZONA 10 | 1.3% | 17.5% | 38.9% | 29.5% | 12.8% |
| PROMEDIO | 6.2% | 19.4% | 33.0% | 28.7% | 12.7% |

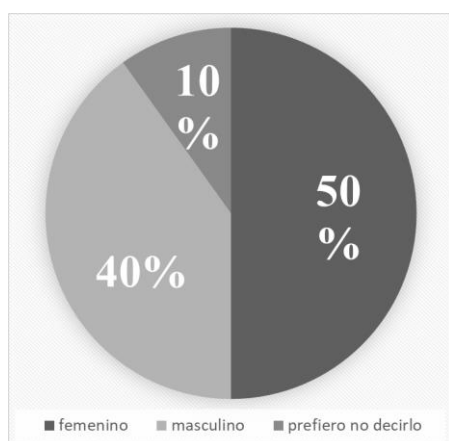
Fuente: INEI

Encuesta – Servicio de Mudanza

1. ¿A que género perteneces?

- a. Femenino
- b. Masculino
- c. Prefiero no decirlo

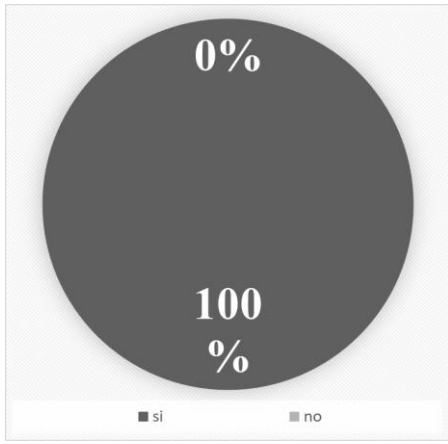
| | |
|---------------------|-----|
| Femenino | 192 |
| Masculino | 154 |
| Prefiero no decirlo | 38 |



2. ¿Vives dentro de la Ciudad de Lima Metropolitana o Callao?

- a. Si
- b. No

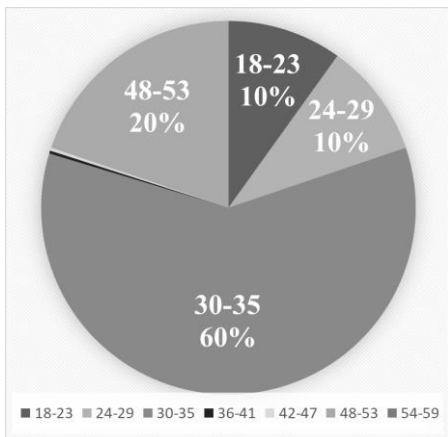
| | |
|----|-----|
| Si | 384 |
| No | 0 |



3. ¿Dentro de que rango de edad te encuentras actualmente?

- a. 18-23
- b. 24-29
- c. 30-35
- d. 36-41
- e. 42-47
- f. 48-53
- g. 54-59

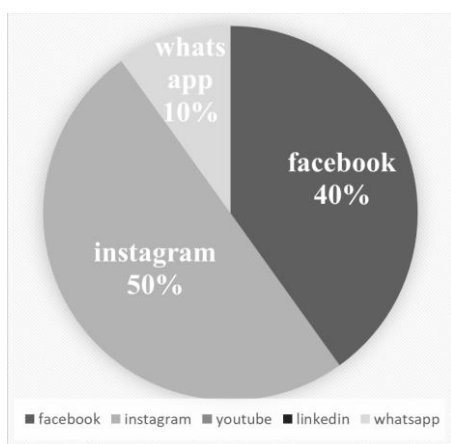
| | |
|-------|-----|
| 18-23 | 38 |
| 24-29 | 38 |
| 30-35 | 230 |
| 36-41 | 1 |
| 42-47 | 1 |
| 48-53 | 76 |
| 54-59 | 0 |



4. ¿Cuál es el medio de red social que utilizas con mayor frecuencia (escoge 1 opción)?

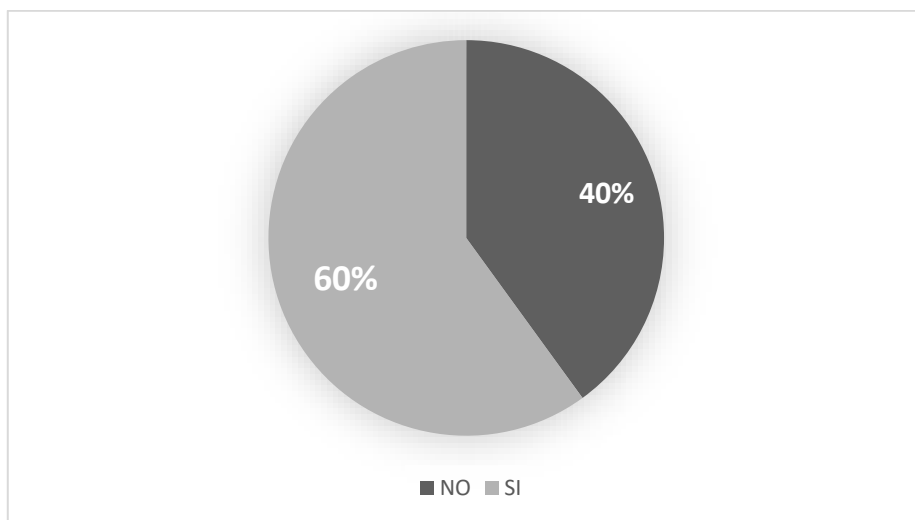
- a. Facebook
- b. Instagram
- c. You Tube
- d. Linkedin
- e. Whatsapp

| | |
|-----------|-----|
| Facebook | 154 |
| Instagram | 192 |
| Youtube | 0 |
| Linkedin | 0 |
| Whatsapp | 38 |



5. ¿Alguna vez ha recurrido a un servicio de mudanza?

| | | | |
|----|-----|----|----|
| Si | 230 | a. | Si |
| No | 154 | b. | No |



6. Coméntanos a que distrito te mudaste la última vez

| Distrito | Nro de Personas |
|------------------------|-----------------|
| Ate | 23 |
| Callao | 27 |
| Cercado De Lima | 28 |
| Comas | 25 |
| La Victoria | 20 |
| Los Olivos | 35 |
| San Juan De Lurigancho | 31 |
| San Martin De Porres | 37 |
| Santa Anita | 21 |
| Santiago De Surco | 23 |

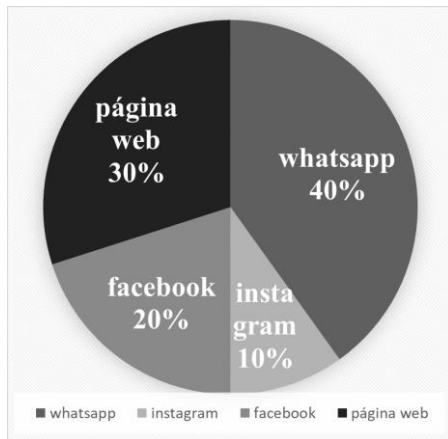
+



7. ¿Porque medio virtual contratarías un servicio de mudanza?

- a. Whatsapp
- b. Instagram
- c. Facebook
- d. Página Web
- e. Otro: mencionar

| | |
|------------|-----|
| Whatsapp | 154 |
| Instagram | 38 |
| Facebook | 77 |
| Página web | 115 |



8. ¿Con que frecuencia solicitas un servicio de mudanza?

- a. Cada 3 meses
- b. Cada 6 meses
- c. 1 vez al año
- d. 1 vez cada 2 años
- e. Otras: Indicar

| | |
|-------------------|-----|
| Cada 3 meses | 0 |
| Cada 6 meses | 0 |
| 1 vez al año | 269 |
| 1 vez cada 2 años | 115 |



9. ¿Cuál ha sido el método de búsqueda que usaste para contratar un servicio de mudanza?

- a. Referencia por contactos (boca a boca)
- b. Búsqueda por internet
- c. Avisos en las calles

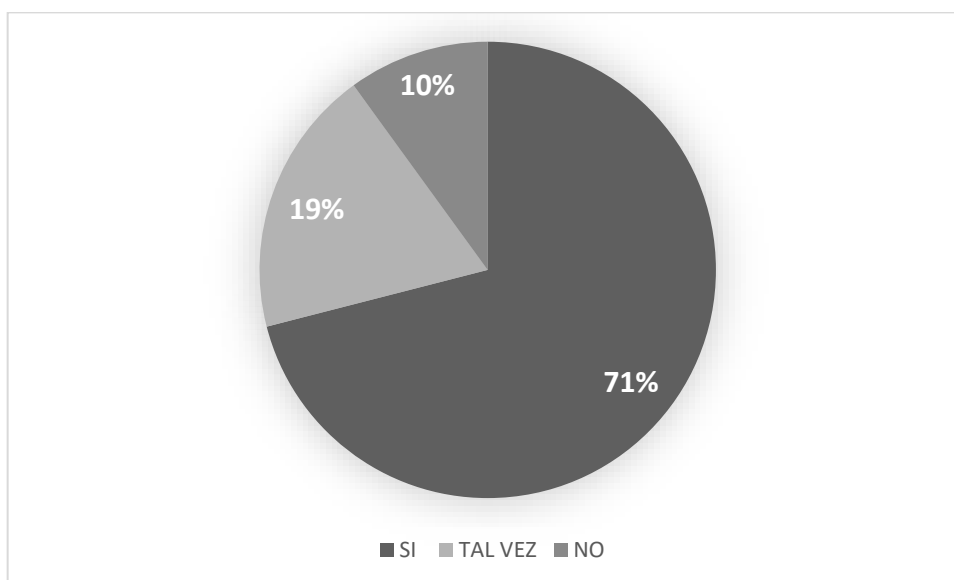
d. Avisos en el periódico

| | |
|---|-----|
| Referencia por contactos (boca a boca) | 230 |
| Búsqueda por internet | 115 |
| Avisos en las calles | 1 |
| Avisos en el periódico | 38 |



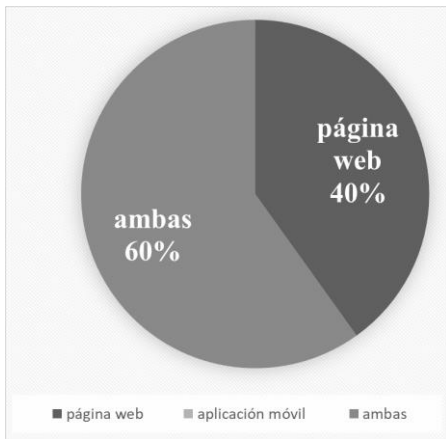
10. ¿Cree usted que una página Web, la cual ofrezca diferentes tipos de servicios de mudanza le facilitaría la búsqueda y elección del mismo?
- Si
 - Tal vez
 - No

| | |
|---------|-----|
| Si | 273 |
| Tal vez | 73 |
| No | 38 |



11. ¿Cuál de las siguientes opciones preferiría tomar usted para contratar un nuevo servicio de mudanza?
- Página web o búsqueda por internet
 - Aplicación móvil (descargar app en el celular)
 - Ambas

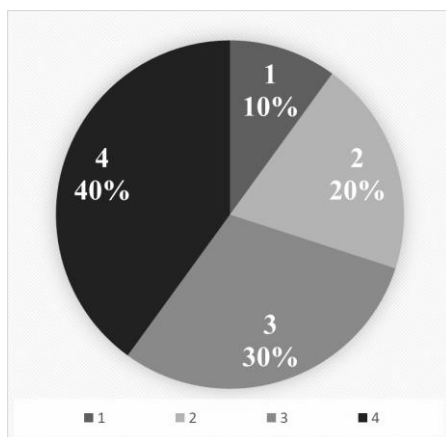
| | |
|--|-----|
| Página web (búsqueda por internet) | 154 |
| Aplicación móvil (descargar app en el celular) | 0 |
| Ambas | 230 |



12. ¿Cuántos postores evaluarías antes de contratar un servicio de mudanza?

- 1 proveedor
- 2 proveedores
- 3 proveedores
- 4 proveedores

| | |
|---|-----|
| 1 | 38 |
| 2 | 193 |
| 3 | 115 |
| 4 | 38 |

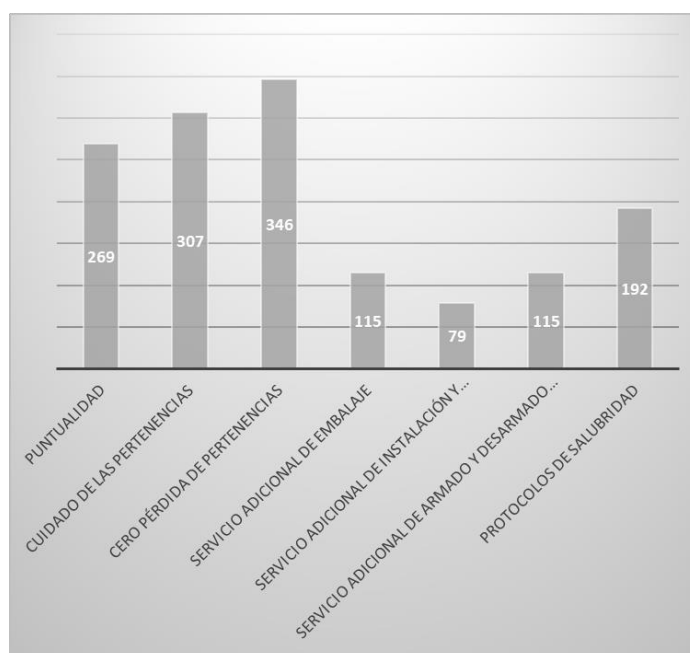


13. ¿Cuáles son los requisitos que según usted son indispensables para brindar un servicio de mudanza? (seleccione hasta 4 opciones)

- Puntualidad
- Cuidado de las pertenencias
- Cero pérdidas de pertenencias

- d. Servicios adicionales como embalaje
- e. Servicios adicionales como desinstalación y/o instalación
- f. Servicios adicionales como armados y/o desarmados
- g. Protocolos de Salubridad
- h. Otros: mencione

| | |
|---|-----|
| Puntualidad | 269 |
| Cuidado de las pertenencias | 307 |
| Cero pérdidas de pertenencias | 346 |
| Servicio adicional como embalaje | 115 |
| Servicio adicional como instalación y desinstalación | 79 |
| Servicio adicional como armado y desarmado de muebles | 115 |
| Protocolos de salubridad | 192 |



Luego de realizar las encuestas, dimensionamos los resultados al tamaño de la población segmentada a fin de conocer nuestro mercado objetivo.

MERCADO POTENCIAL

| Variable de Segmentación | Características | Datos | Fuente de Información | Resultados |
|--------------------------|-----------------------------|---------|-----------------------|---------------|
| Geográfica | Lima metropolitana y callao | | INEI | |
| Edades | 25 - 55 años | 4165105 | INEI | |
| NS | B - C | 52.46% | Porcentaje | 2185014 |
| Donde compra | Internet | 30.00% | Encuesta | 655504 |

MERCADO DISPONIBLE

Se tiene como resultado de la siguiente pregunta:
¿Alguna vez ha recurrido a un servicio de mudanza?

| Respuestas | % | Cantidad |
|------------|---------------|---------------|
| NO | 40.0% | 262201 |
| SI | 60.0% | 393303 |
| TOTAL | 100.0% | 655504 |

| | |
|---------------------------|---------------|
| Mercado Potencial | 655504 |
| Mercado Disponible | 393303 |

MERCADO EFECTIVO

Se tiene como resultado de la siguiente pregunta:
¿Cree usted que una página Web, la cual ofrezca diferentes tipos de servicios de mudanza le facilitaría la búsqueda y elección del mismo?

| Respuestas | % | Cantidad |
|------------|-------------|---------------|
| Sí | 71% | 279245 |
| Tal vez | 19% | 74728 |
| No | 10% | 39330 |
| Total | 100% | 393303 |

| | |
|---------------------------|---------------|
| Mercado Disponible | 393303 |
| Mercado Efectivo | 279245 |

| Proyección de mercado | N° de Personas | Segmentación/ Encuesta |
|-------------------------|----------------|------------------------|
| Mercado Potencial | 655504 | |
| Mercado Disponible | 393303 | 60% |
| Mercado Efectivo | 279245 | 71% |
| Mercado Objetivo | 1396 | 0.5% |

CAPITULO III

Diseño del producto o servicio innovador

3.1 Aplicación de la metodología Design Thinking

En cuanto a la aplicación de la metodología Design Thinking, se han elaborado diferentes métodos que nos ayudarán a entender mejor al consumidor y a desarrollar de manera acertada la propuesta de negocio.

3.1.1 Definición del problema y generación de ideas

En primer lugar, se define el problema, de quién es este problema, a qué se debe y cuáles son las consecuencias. Para ello, se muestra a continuación el detalle de cada uno de los puntos mencionados para una mejor comprensión:

Tabla 6

Definición de problema

QUIÉN o QUIÉNES

(el perfil de la persona)

FAMILIAS Y PERSONAS que utilizan servicios de mudanza tradicionales.

El PROBLEMA PRINCIPAL o CENTRAL

PIERDEN continuamente el tiempo en encontrar disponibilidad de un servicio de mudanza seguro a un precio justo

PORQUÉ

(causa)

PORQUÉ hay empresas en su mayoría informales que hacen el servicio y luego te no cumplen, no hay seguridad por las pertenencias y si consiguen el servicio en una empresa formal los precios son más altos o no hay disponibilidad inmediata.

CONSECUENCIAS

(efectos)

Se pierde la confianza en encontrar servicio de mudanza rápido, no se encuentra satisfacción en los servicios contratados, pagan más por un servicio que vale menos.

Elaboración propia

Luego de haber definido los puntos principales, se continúa con la lluvia de ideas como parte de las propuestas de solución al problema:

Figura 1

Brainstorming – Lluvia de ideas

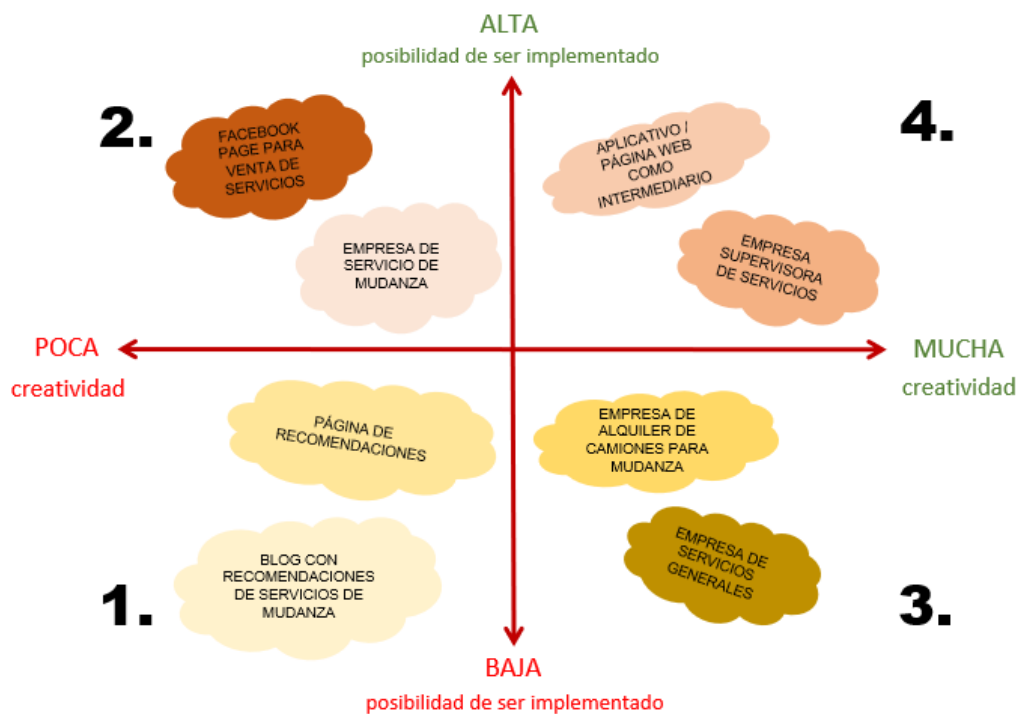


Elaboración propia

Una vez realizado el brainstorm, se elabora la Matriz de posicionamiento, esto permitirá la distribución de las ideas según qué tan creativo o qué tan posible es implementar dicha idea, esto se distribuye en 4 cuadrantes, tal como se muestra a continuación:

Figura 2

Matriz de posicionamiento



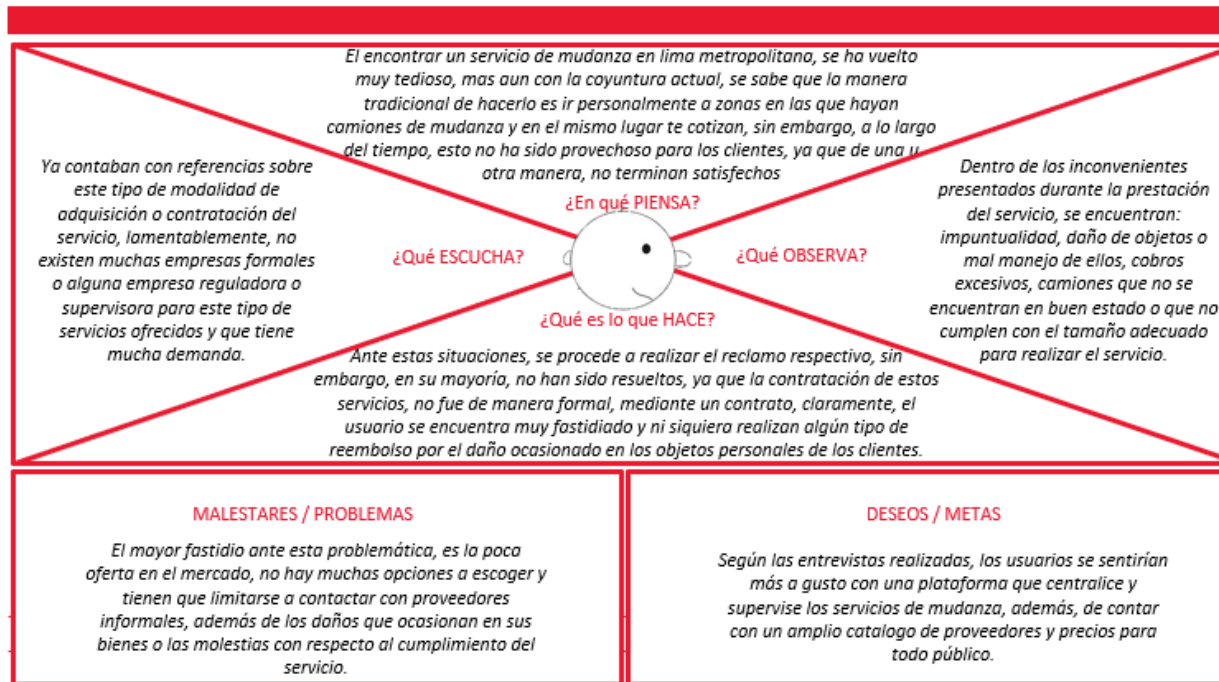
Elaboración propia

3.1.2 Mapa de empatía

Para conocer más a profundidad las características psicográficas del cliente potencial, se elaboró un Mapa de empatía en el que se desarrollará el Qué Piensa, Qué Observa, Qué Hace, Qué Escucha, Cuáles son sus malestares y/o problemas y Cuáles son los deseos y/o metas.

Figura 3

Mapa de empatía



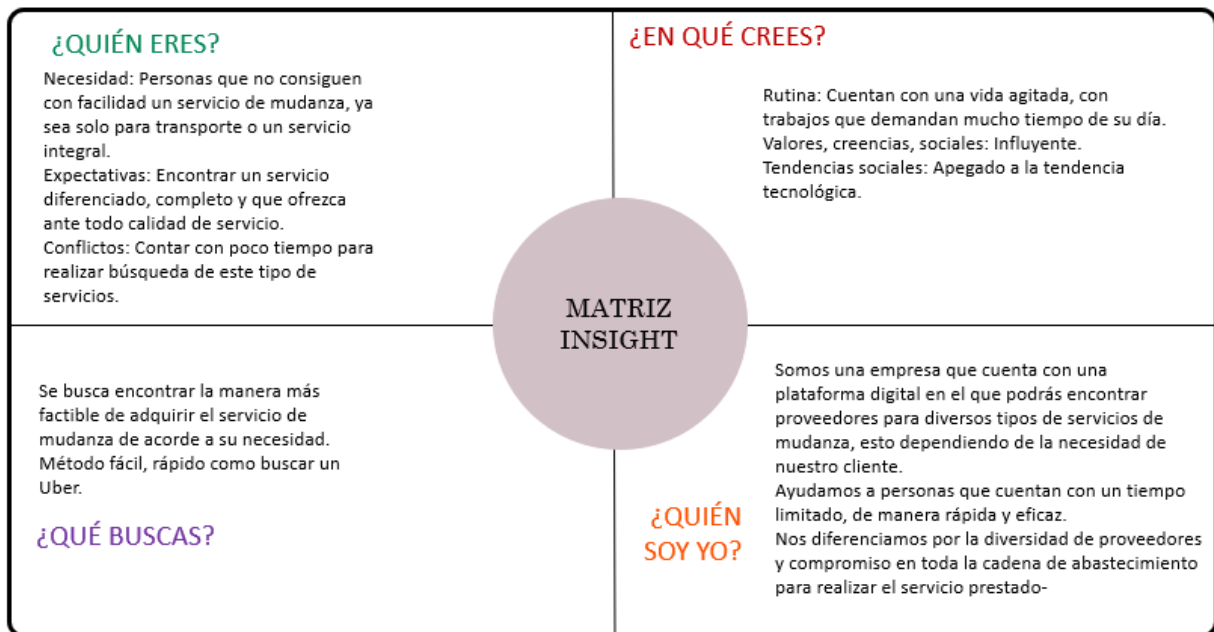
Elaboración propia

3.1.3 Matriz Insight

También se desarrolló la Matriz Insight a fin de enfocar un segmento de clientes y tener una mejor definición de estos al momento de implementar la propuesta de solución.

Figura 4

Matriz Insight



Elaboración propia

3.1.4 Técnicas de investigación

El método de investigación que se ha utilizado son las entrevistas, para ello, se implementaron tres etapas: Preparar, Ejecutar y Analizar.

Preparar:

Se desea conocer:

- Las experiencias propias que tuvieron las personas al adquirir uno o varios servicios de mudanza.
- Los problemas más frecuentes con los servicios de mudanza.
- De qué manera obtienen los servicios de mudanza.

- Cuáles son los criterios de evaluación para la elección de este servicio.

Cada entrevista tiene un tiempo de duración de 10 minutos.

Registro: Escritura de la entrevista.

Problemas:

Formulamos las siguientes hipótesis sobre los problemas que presentaron los potenciales clientes con los servicios de mudanza

- Incumplimiento del servicio.
- Impuntualidad.
- Mal manejo de los bienes de los propietarios.

Método:

Tenemos al público objetivo, que ya hayan contratado algún servicio de mudanza. Las entrevistas serán vía telefónica y los que participen podrán ser parte de los primeros usuarios que puedan usar como demo la aplicación web que se quiere proponer como método de solución.

Ejecutar:

Se elaboró el guion con las preguntas propuestas para darlas durante las entrevistas.

“Bienvenida:

Buenas tardes, muchas gracias por ser participante de esta investigación, por favor, confirmar si puedes oírme bien...Bien, en esta oportunidad queremos conocer sobre tus experiencias con los servicios de mudanza, qué problemas se han presentado, cuáles han sido tus métodos de búsqueda y cuáles son tus criterios de evaluación para elegir el servicio, por favor, requerimos que seas lo más honesto posible, que estés relajado(a) y que tomemos esta entrevista como una charla amena, esto durará aproximadamente 10 minutos para no quitarte mucho tiempo.

Empecemos, cuéntanos alguna experiencia que hayas tenido con algún servicio de mudanza...”

Cuestionario propuesto:

1. Alguna vez ha recurrido a un servicio de mudanza
2. Cuál fue el método de búsqueda de este servicio

3. Cuántos postores fueron evaluados para la elección
4. Cuáles son los requisitos que según usted son indispensables para brindar un servicio de mudanza
5. El postor seleccionado cumplió con los requisitos
6. Del 1 al 10 qué tan satisfecho quedó con el servicio adquirido
7. Cree usted que una aplicación web en la que se ofrezcan diferentes servicios de mudanza le facilitaría la búsqueda y selección
8. Cuánto está dispuesto a pagar, según el tipo de mudanza a realizar (explayar)

Fin de la entrevista

Analizar:

Según las entrevistas dadas, se puede llegar a la conclusión que:

- Los usuarios han tenido malas experiencias con los servicios de mudanza, validamos las 3 hipótesis planteadas en la etapa de preparación.
- La manera en que obtienen los servicios de mudanza es por referencias, periódico, salen a buscar a los proveedores del servicio o por internet.
- Los criterios de selección que poseen son que tengan cuidado con los bienes, el personal esté calificado, que ayuden en empacar, tener un camión adecuado para brindar el servicio, que seas aseados.

Finalmente, los usuarios demostraron estar de acuerdo con contar con una página web para la búsqueda y selección de servicios de mudanza, ya que facilitaría el proceso de búsqueda, ahorrarían tiempo y tendrían muchas más referencias de los diferentes postores del mercado.

3.2 Características del producto o servicio innovador validado

Plataforma virtual o página web de servicios de mudanza, el usuario ingresa a la página e ingresa los detalles de la mudanza que necesita y el sistema de la página web le arroja un precio estimado según los detalles que ingresó, en ese momento que el usuario deja su teléfono, nombre, entre otros datos, un agente teleoperador lo llamará para discutir sobre su servicio y acordar el servicio con el precio exacto en la fecha requerida.

La Página Web para contratar servicios de mudanza, tiene una interfaz amigable donde el cliente puede ingresar y solicitar su servicio.

La página web le solicitará cierta información para poder determinar el valor del servicio; como, por ejemplo:

- Nombre.
- Teléfono y correo.
- Dirección de inicio o recojo y la indicación de qué piso es; primer nivel, 2do o 3ro con escaleras o ascensor.
- Dirección de llegada y la indicación de qué piso es; primer nivel, 2do o 3ro con escaleras o ascensor.
- Fecha del servicio.
- Cantidad de habitaciones (nos sirve para determinar la magnitud de la mudanza).
- Cantidad de bienes o muebles pesados (el cliente puede seleccionar los ítems que va a mudar como cama y el tamaño de la misma, refrigeradora, lavadora, etc.)
- Tendrá la opción de escoger el tipo de mudanza: solo transporte sin ayudantes, mudanza simple que incluye ayudantes o mudanza completa que incluye ayudantes y además embalaje de los bienes grandes.

- Finalmente se cotizará automáticamente dándole al cliente un precio referencial.
- Y el formulario llenado por el cliente llegará a nuestra base para que el ejecutivo de mudanza se contacte con el cliente y corrobore la información brindada en la página web, dándole el precio final al cliente y cerrando un contrato de mudanza.
- De acuerdo con la composición familiar o cantidad de cuartos podemos determinar qué tipo de vehículo necesita el cliente, ejemplo:

Tabla 7

Información para determinar el tipo de vehículo para la mudanza

| Tipo de Hogar | Vehículo |
|---|------------------------------|
| Estoy mudando menos de 5 cosas | Camioneta Taxi Carga |
| Me mudo desde un cuarto | Camión pequeño (1.5 ton max) |
| Mi hogar es pequeño tiene solo una habitación | Camión mediano (3 ton max) |
| Mi hogar tiene de 02 a 03 habitaciones | Camión grande (7 ton max) |

Elaboración propia

- Tipos de Servicios que se ofrece:

Tabla 8

Información de los tipos de servicios

| Tipo de servicio | Incluye |
|-------------------------|--|
| Solo transporte | Solo el vehículo para trasladar los bienes. |
| Mudanza Simple | Incluye el transporte y ayudantes. La cantidad de ayudantes depende del tipo de servicio. Puede ir 1 hasta 8 |
| Mudanza Completa | Incluye transporte, ayudantes y embalaje. El embalaje solo se hace con film. En caso el cliente quiera cajas o que empaquemos tiene un precio adicional. |

Elaboración propia

- Dimensiones que tienen los camiones:
 - o Taxi carga: ½ tonelada, para carga de 2-3 artículos máx
 - o Pequeño: 1.5toneladas o de 10-12m³
 - o Mediano: 3 toneladas o de 20m³
 - o Grande: 5 toneladas o de 30m³
 - o Extra grande: 7 toneladas o 60m³
- Múdate YA! elige la cantidad de ayudantes que asisten al servicio (solicitar más ayudantes de lo que se ofrece, implica costos adicionales), ejemplo:

- Taxi carga: 1 ayudante
- Pequeño: 2 ayudantes
- Mediano: 2 a 3 ayudantes
- Grande: 3 a 4 ayudantes

Tabla 9

Ejemplo de distribución de ayudantes por tipo de mudanza

| Cargamento/estibador | Bienes o muebles | Cajas / bultos | Ayudantes |
|-----------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------|
| Taxicarga | 2 | 5 | 1 |
| Pequeño | 5 | 8 | 2 |
| Mediano | 7 | 10 | 3 |
| Grande | 10 | 15 | 4 |

Elaboración propia

Tarifas:

Tabla 10

Tarifas

| TARIFA TAXI CARGA | | | |
|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Distancia | (5km - 10km) | (11km -20km) | (21km-40km) |
| | precio final | precio final | precio final |
| Solo Transporte | S/ 140 | S/ 202 | S/ 278 |
| Mudanza Simple | S/ 217 | S/ 279 | S/ 356 |
| Mudanza Completa | S/ 309 | S/ 371 | S/ 448 |
| TARIFA CAMION PEQUEÑO | | | |
| Distancia | (5km - 10km) | (11km -20km) | (21km-40km) |
| | precio final | precio final | precio final |
| Solo Transporte | S/ 229 | S/ 352 | S/ 490 |
| Mudanza Simple | S/ 384 | S/ 506 | S/ 644 |
| Mudanza Completa | S/ 614 | S/ 736 | S/ 874 |
| TARIFA CAMION MEDIANO | | | |
| Distancia | (5km - 10km) | (11km -20km) | (21km-40km) |
| | precio final | precio final | precio final |
| Solo Transporte | S/ 383 | S/ 536 | S/ 705 |
| Mudanza Simple | S/ 537 | S/ 767 | S/ 936 |
| Mudanza Completa | S/ 859 | S/ 1,089 | S/ 1,258 |
| TARIFA CAMION GRANDE | | | |
| Distancia | (5km - 10km) | (11km -20km) | (21km-40km) |
| | precio final | precio final | precio final |
| Solo Transporte | S/ 536 | S/ 720 | S/ 843 |
| Mudanza Simple | S/ 813 | S/ 1,028 | S/ 1,151 |
| Mudanza Completa | S/ 1,273 | S/ 1,488 | S/ 1,611 |

Elaboración propia

Tabla 11

Estructura de costos de cada servicio

5 - 10 km

| SOLO TRANSPORTE TAXI CARGA | | | MUDANZA SIMPLE TAXI CARGA | | | MUDANZA COMPLETA TAXI CARGA | | |
|----------------------------|----|-----|---------------------------|----|-----|-----------------------------|----|-----|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 42 | UNIDAD MOVIL | S/ | 42 | UNIDAD MOVIL | S/ | 42 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (2) | S/ | 100 | PERSONAL (2) | S/ | 100 |
| COSTO | S/ | 91 | COSTO | S/ | 142 | EMBALAJE (2 BIENES) | S/ | 60 |
| MARGEN 30% | S/ | 27 | MARGEN 30% | S/ | 42 | COSTO | S/ | 202 |
| VALOR VENTA | S/ | 118 | VALOR VENTA | S/ | 184 | MARGEN 30% | S/ | 60 |
| IGV 18% | S/ | 21 | IGV 18% | S/ | 33 | VALOR VENTA | S/ | 262 |
| PRECIO | S/ | 140 | PRECIO | S/ | 217 | IGV 18% | S/ | 47 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 309 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION PEQUEÑO | | | MUDANZA SIMPLE CAMION PEQUEÑO | | | MUDANZA COMPLETA CAMION PEQUEÑO | | |
|--------------------------------|----|-----|-------------------------------|----|-----|---------------------------------|----|-----|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 100 | UNIDAD MOVIL | S/ | 100 | UNIDAD MOVIL | S/ | 100 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (3) | S/ | 150 | PERSONAL (3) | S/ | 150 |
| COSTO | S/ | 150 | COSTO | S/ | 250 | EMBALAJE (5 BIENES) | S/ | 150 |
| MARGEN 30% | S/ | 45 | MARGEN 30% | S/ | 75 | COSTO | S/ | 400 |
| VALOR VENTA | S/ | 194 | VALOR VENTA | S/ | 325 | MARGEN 30% | S/ | 120 |
| IGV 18% | S/ | 35 | IGV 18% | S/ | 59 | VALOR VENTA | S/ | 520 |
| PRECIO | S/ | 229 | PRECIO | S/ | 384 | IGV 18% | S/ | 94 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 614 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION MEDIANO | | | MUDANZA SIMPLE CAMION MEDIANO | | | MUDANZA COMPLETA CAMION MEDIANO | | |
|--------------------------------|----|-----|-------------------------------|----|-----|---------------------------------|----|-----|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 200 | UNIDAD MOVIL | S/ | 150 | UNIDAD MOVIL | S/ | 150 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (4) | S/ | 200 | PERSONAL (4) | S/ | 200 |
| COSTO | S/ | 250 | COSTO | S/ | 350 | EMBALAJE (7 BIENES) | S/ | 210 |
| MARGEN 30% | S/ | 75 | MARGEN 30% | S/ | 105 | COSTO | S/ | 560 |
| VALOR VENTA | S/ | 324 | VALOR VENTA | S/ | 455 | MARGEN 30% | S/ | 168 |
| IGV 18% | S/ | 58 | IGV 18% | S/ | 82 | VALOR VENTA | S/ | 728 |
| PRECIO | S/ | 383 | PRECIO | S/ | 537 | IGV 18% | S/ | 131 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 859 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION GRANDE | | | MUDANZA SIMPLE CAMION GRANDE | | | MUDANZA COMPLETA CAMION GRANDE | | |
|-------------------------------|----|-----|------------------------------|----|-----|--------------------------------|----|-------|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 300 | UNIDAD MOVIL | S/ | 280 | UNIDAD MOVIL | S/ | 280 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (5) | S/ | 250 | PERSONAL (5) | S/ | 250 |
| COSTO | S/ | 350 | COSTO | S/ | 530 | EMBALAJE (10 BIENES) | S/ | 300 |
| MARGEN 30% | S/ | 105 | MARGEN 30% | S/ | 159 | COSTO | S/ | 830 |
| VALOR VENTA | S/ | 454 | VALOR VENTA | S/ | 689 | MARGEN 30% | S/ | 249 |
| IGV 18% | S/ | 82 | IGV 18% | S/ | 124 | VALOR VENTA | S/ | 1,079 |
| PRECIO | S/ | 536 | PRECIO | S/ | 813 | IGV 18% | S/ | 194 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 1,273 |

11 - 20 km

| SOLO TRANSPORTE TAXI CARGA | | | MUDANZA SIMPLE TAXI CARGA | | | MUDANZA COMPLETA TAXI CARGA | | |
|----------------------------|----|-----|---------------------------|----|-----|-----------------------------|----|-----|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 82 | UNIDAD MOVIL | S/ | 82 | UNIDAD MOVIL | S/ | 82 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (2) | S/ | 100 | PERSONAL (2) | S/ | 100 |
| COSTO | S/ | 132 | COSTO | S/ | 182 | EMBALAJE (2 BIENES) | S/ | 60 |
| MARGEN 30% | S/ | 39 | MARGEN 30% | S/ | 55 | COSTO | S/ | 242 |
| VALOR VENTA | S/ | 171 | VALOR VENTA | S/ | 237 | MARGEN 30% | S/ | 73 |
| IGV 18% | S/ | 31 | IGV 18% | S/ | 43 | VALOR VENTA | S/ | 315 |
| PRECIO | S/ | 202 | PRECIO | S/ | 279 | IGV 18% | S/ | 57 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 371 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION PEQUEÑO | | | MUDANZA SIMPLE CAMION PEQUEÑO | | | MUDANZA COMPLETA CAMION PEQUEÑO | | |
|--------------------------------|----|-----|-------------------------------|----|-----|---------------------------------|----|-----|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 180 | UNIDAD MOVIL | S/ | 180 | UNIDAD MOVIL | S/ | 180 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (3) | S/ | 150 | PERSONAL (3) | S/ | 150 |
| COSTO | S/ | 230 | COSTO | S/ | 330 | EMBALAJE (5 BIENES) | S/ | 150 |
| MARGEN 30% | S/ | 69 | MARGEN 30% | S/ | 99 | COSTO | S/ | 480 |
| VALOR VENTA | S/ | 298 | VALOR VENTA | S/ | 429 | MARGEN 30% | S/ | 144 |
| IGV 18% | S/ | 54 | IGV 18% | S/ | 77 | VALOR VENTA | S/ | 624 |
| PRECIO | S/ | 352 | PRECIO | S/ | 506 | IGV 18% | S/ | 112 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 736 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION MEDIANO | | | MUDANZA SIMPLE CAMION MEDIANO | | | MUDANZA COMPLETA CAMION MEDIANO | | |
|--------------------------------|----|-----|-------------------------------|----|-----|---------------------------------|----|-------|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 300 | UNIDAD MOVIL | S/ | 300 | UNIDAD MOVIL | S/ | 300 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (4) | S/ | 200 | PERSONAL (4) | S/ | 200 |
| COSTO | S/ | 350 | COSTO | S/ | 500 | EMBALAJE (7 BIENES) | S/ | 210 |
| MARGEN 30% | S/ | 105 | MARGEN 30% | S/ | 150 | COSTO | S/ | 710 |
| VALOR VENTA | S/ | 454 | VALOR VENTA | S/ | 650 | MARGEN 30% | S/ | 213 |
| IGV 18% | S/ | 82 | IGV 18% | S/ | 117 | VALOR VENTA | S/ | 923 |
| PRECIO | S/ | 536 | PRECIO | S/ | 767 | IGV 18% | S/ | 166 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 1,089 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION GRANDE | | | MUDANZA SIMPLE CAMION GRANDE | | | MUDANZA COMPLETA CAMION GRANDE | | |
|-------------------------------|----|-----|------------------------------|----|-------|--------------------------------|----|-------|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 420 | UNIDAD MOVIL | S/ | 420 | UNIDAD MOVIL | S/ | 420 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (5) | S/ | 250 | PERSONAL (5) | S/ | 250 |
| COSTO | S/ | 470 | COSTO | S/ | 670 | EMBALAJE (10 BIENES) | S/ | 300 |
| MARGEN 30% | S/ | 141 | MARGEN 30% | S/ | 201 | COSTO | S/ | 970 |
| VALOR VENTA | S/ | 610 | VALOR VENTA | S/ | 871 | MARGEN 30% | S/ | 291 |
| IGV 18% | S/ | 110 | IGV 18% | S/ | 157 | VALOR VENTA | S/ | 1,261 |
| PRECIO | S/ | 720 | PRECIO | S/ | 1,028 | IGV 18% | S/ | 227 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 1,488 |

21 - 40 km

| SOLO TRANSPORTE TAXI CARGA | | | MUDANZA SIMPLE TAXI CARGA | | | MUDANZA COMPLETA TAXI CARGA | | |
|----------------------------|----|-----|---------------------------|----|-----|-----------------------------|----|-----|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 132 | UNIDAD MOVIL | S/ | 132 | UNIDAD MOVIL | S/ | 132 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (2) | S/ | 100 | PERSONAL (2) | S/ | 100 |
| COSTO | S/ | 182 | COSTO | S/ | 232 | EMBALAJE (2 BIENES) | S/ | 60 |
| MARGEN 30% | S/ | 54 | MARGEN 30% | S/ | 70 | COSTO | S/ | 292 |
| VALOR VENTA | S/ | 236 | VALOR VENTA | S/ | 302 | MARGEN 30% | S/ | 88 |
| IGV 18% | S/ | 42 | IGV 18% | S/ | 54 | VALOR VENTA | S/ | 380 |
| PRECIO | S/ | 278 | PRECIO | S/ | 356 | IGV 18% | S/ | 68 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 448 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION PEQUEÑO | | | MUDANZA SIMPLE CAMION PEQUEÑO | | | MUDANZA COMPLETA CAMION PEQUEÑO | | |
|--------------------------------|----|-----|-------------------------------|----|-----|---------------------------------|----|-----|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 270 | UNIDAD MOVIL | S/ | 270 | UNIDAD MOVIL | S/ | 270 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (3) | S/ | 150 | PERSONAL (3) | S/ | 150 |
| COSTO | S/ | 320 | COSTO | S/ | 420 | EMBALAJE (5 BIENES) | S/ | 150 |
| MARGEN 30% | S/ | 96 | MARGEN 30% | S/ | 126 | COSTO | S/ | 570 |
| VALOR VENTA | S/ | 415 | VALOR VENTA | S/ | 546 | MARGEN 30% | S/ | 171 |
| IGV 18% | S/ | 75 | IGV 18% | S/ | 98 | VALOR VENTA | S/ | 741 |
| PRECIO | S/ | 490 | PRECIO | S/ | 644 | IGV 18% | S/ | 133 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 874 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION MEDIANO | | | MUDANZA SIMPLE CAMION MEDIANO | | | MUDANZA COMPLETA CAMION MEDIANO | | |
|--------------------------------|----|-----|-------------------------------|----|-----|---------------------------------|----|-------|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 410 | UNIDAD MOVIL | S/ | 410 | UNIDAD MOVIL | S/ | 410 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (4) | S/ | 200 | PERSONAL (4) | S/ | 200 |
| COSTO | S/ | 460 | COSTO | S/ | 610 | EMBALAJE (7 BIENES) | S/ | 210 |
| MARGEN 30% | S/ | 138 | MARGEN 30% | S/ | 183 | COSTO | S/ | 820 |
| VALOR VENTA | S/ | 597 | VALOR VENTA | S/ | 793 | MARGEN 30% | S/ | 246 |
| IGV 18% | S/ | 108 | IGV 18% | S/ | 143 | VALOR VENTA | S/ | 1,066 |
| PRECIO | S/ | 705 | PRECIO | S/ | 936 | IGV 18% | S/ | 192 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 1,258 |

| SOLO TRANSPORTE CAMION GRANDE | | | MUDANZA SIMPLE CAMION GRANDE | | | MUDANZA COMPLETA CAMION GRANDE | | |
|-------------------------------|----|-----|------------------------------|----|-------|--------------------------------|----|-------|
| UNIDAD MOVIL | S/ | 500 | UNIDAD MOVIL | S/ | 500 | UNIDAD MOVIL | S/ | 500 |
| PERSONAL | S/ | 50 | PERSONAL (5) | S/ | 250 | PERSONAL (5) | S/ | 250 |
| COSTO | S/ | 550 | COSTO | S/ | 750 | EMBALAJE (10 BIENES) | S/ | 300 |
| MARGEN 30% | S/ | 165 | MARGEN 30% | S/ | 225 | COSTO | S/ | 1,050 |
| VALOR VENTA | S/ | 714 | VALOR VENTA | S/ | 975 | MARGEN 30% | S/ | 315 |
| IGV 18% | S/ | 129 | IGV 18% | S/ | 176 | VALOR VENTA | S/ | 1,365 |
| PRECIO | S/ | 843 | PRECIO | S/ | 1,151 | IGV 18% | S/ | 246 |
| | | | | | | PRECIO | S/ | 1,611 |

Elaboración propia

El rango de descuento que se puede dar por cada tipo de mudanza

- a. Taxi carga: S/.10.00
- b. Pequeño: Entre S/.10.00 y S/.20.00
- c. Mediano: Entre S/.30.00 y S/.50.00
- d. Grande: Entre S/.40.00 y S/.60.00

Alguna de nuestras Políticas y cláusulas de contrato por servicio de mudanza:

- En el caso de que se dañe algo:

Corroborar que las cosas hayan estado embaladas correctamente por personal de la empresa.

Si es así nos hacemos responsables por reposición o arreglo del daño cara al cliente. Cara al transportista se verifica el motivo por el cual se dañó el bien y el transportista debe tomar la responsabilidad.

No contamos con seguro para mudanzas, sin embargo, podemos dar garantía de reponer o arreglar algo que se dañe en una mudanza siempre y cuando se realice el embalaje con nosotros.

El tiempo promedio que se demora en realizar una mudanza varían de acuerdo a las distancias y tamaño de cada servicio, puede durar desde 1 hora hasta todo un día.

Requisitos para ser socio de: MÚDATE YA!

- Tener RUC: Puede ser persona natural con negocio o persona jurídica.
- La empresa debe estar constituida y debe pertenecer al rubro de transporte y mudanza.
- Contar con mínimo 1 año de experiencia operando y con un monto facturado mínimo de S/ 8,000.00.
- El personal de su empresa no debe contar con antecedentes penales y/o judiciales.
- Contar con personal capacitado para el traslado de bienes.

CAPITULO IV

Elaboración del modelo de negocio

4.1 Definición de la propuesta de valor del negocio.

Figura 5

Propuesta de valor del negocio

Caso:

Familias y personas que utilizan servicios de mudanza tradicionales, pierden continuamente el tiempo en encontrar disponibilidad de un servicio de mudanza seguro a un precio justo.

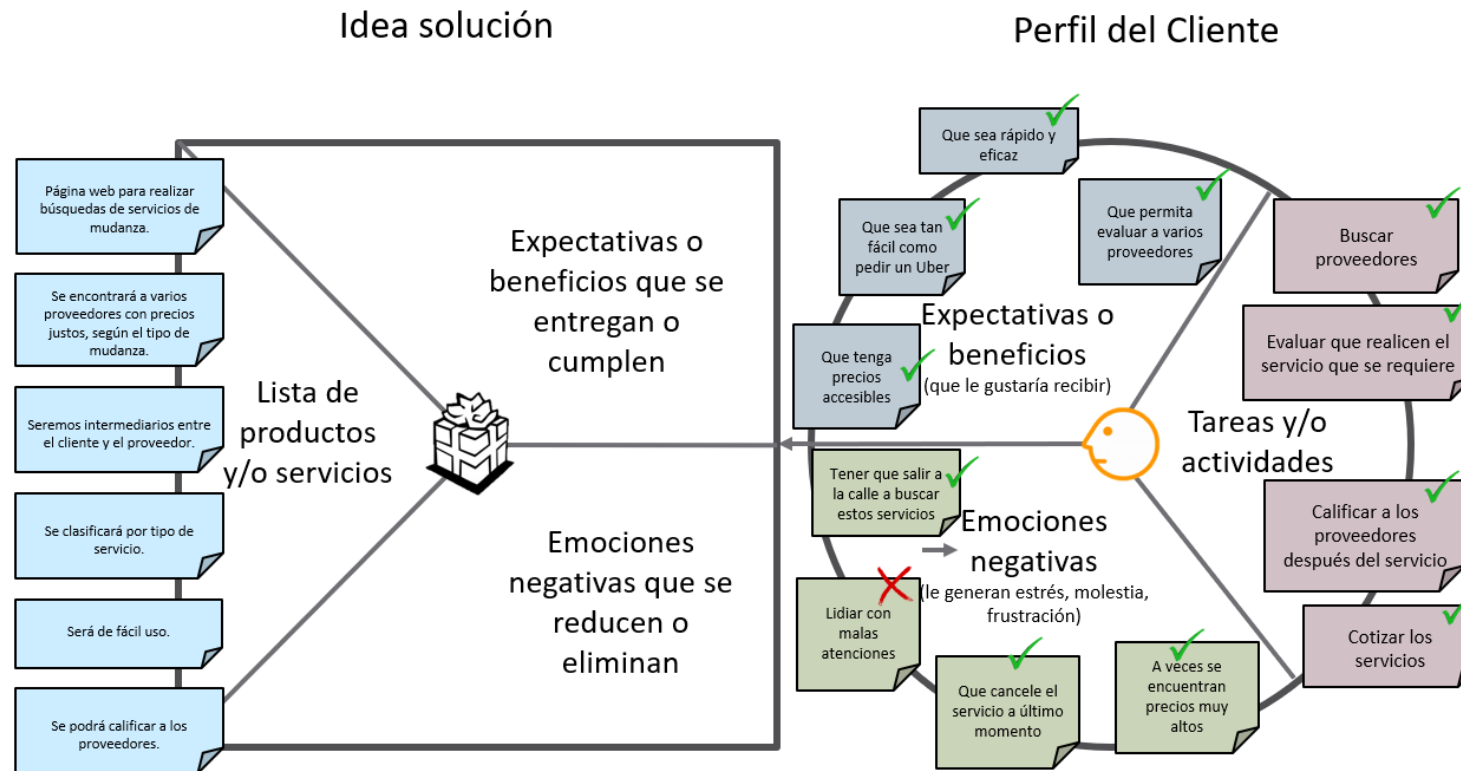


Elaboración propia

4.2 Elaboración del modelo de negocio.

Figura 6

Modelo de negocio



Elaboración propia

4.3 Descripción del prototipo de lanzamiento.

Prototipo

Figura 7

Registro de datos



Elaboración propia

Figura 8

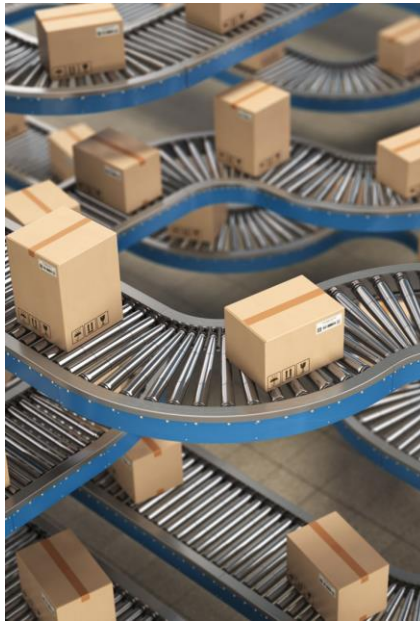
Tamaño de mudanza



Elaboración propia

Figura 9

Tipo de servicio



Tipo de Servicio

- Solo Transporte
- Mudanza simple
- Mudanza Completa

Elaboración propia

Figura 10

Estado del servicio

Estado del servicio


Listo para contratar

Viendo opciones

Elaboración propia

Figura 11

Ingreso de datos personales



The image shows three stacked, rounded rectangular input fields with a light brown background. Each field contains an icon on the left and a text label on the right. The top field has an envelope icon and the text 'Correo electrónico'. The middle field has a telephone handset icon and the text 'Teléfono'. The bottom field has a question mark icon and the text 'Nombre'. To the right of these fields is a solid black vertical bar.

Elaboración propia

Figura 12

Bienvenida al usuario

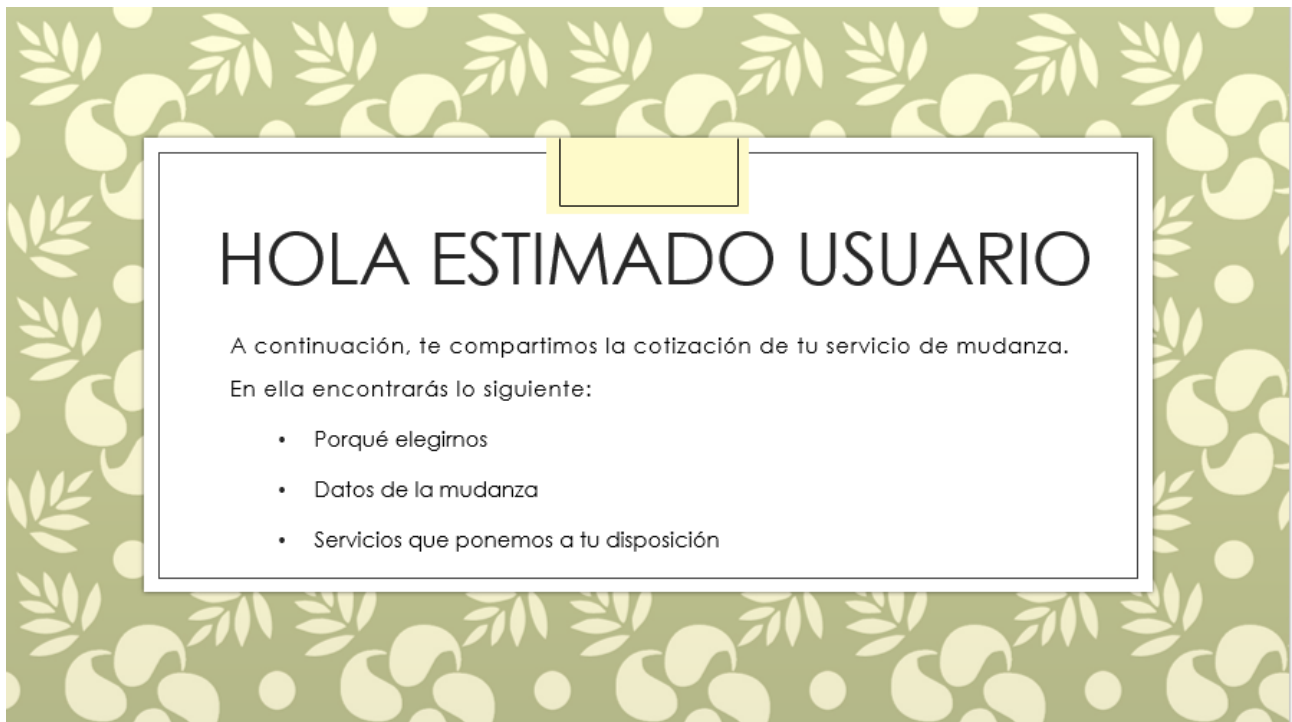


Figura 13

Motivos para mudarse con MUDATE YA



Figura 14

Detalle de mudanza (Origen – Destino)

Hacia dónde mudaremos tu hogar

| | | |
|-----------------------------|------------------------|--|
| Dirección de Origen | Av. Parinacochas 446 | |
| Piso origen | 2 | |
| Forma de bajada | Escalera | |
| Distrito | La Victoria | |
| Dirección de destino | Jr. Almirante Grau 186 | |
| Piso de destino | 4 | |
| Forma de subida | Escalera | |
| Distrito | Santiago de Surco | |

Figura 15

Detalle de mudanza (Objetos a trasladar)

¿Qué llevaremos, algún adicional?

| Bienes a trasladar | |
|--|--|
| ▪ (2) cama de 2 plazas | ▪ (1) repostero |
| ▪ (3) cómoda simple | ▪ (2) caja con menaje, electrodomésticos o adornos |
| ▪ (2) ropero 3 puertas | ▪ (1) lavadora |
| ▪ (2) veladores | ▪ (1) centro de entretenimiento |
| ▪ (10) cajas, bolsas o maletas con ropa, juguete o adornos | ▪ (1) mesa comedor |
| ▪ (1) refrigeradora de 1 puerta | ▪ (6) sillas |
| ▪ (1) cocina | |

| | |
|------------------------------|--|
| Servicios adicionales | Observaciones |
| | *Los servicios de mudanza simple y mudanza completa no incluyen: entrega de cajas, desarmados y armados, desinstalaciones e instalaciones, embalajes de cajas, menajes, ropa, adornos u otros. Consultar precios por cualquier adicional que requiera* |

Figura 16

Cotización

Tenemos este servicio para ti

| Mudanza Simple | Mudanza Completa |
|--|---|
| S/ 630 | S/950 |
| <ul style="list-style-type: none">• Transporte de bienes del hogar• Camión a medida del servicio• Equipo de carga y descarga | <ul style="list-style-type: none">• Transporte de bienes del hogar• Camión a medida del servicio• Equipo de carga y descarga<ul style="list-style-type: none">• Embalaje de mobiliario a trasladar• Especial para objetos frágiles (vitrinas, mesas de vidrio, tv, etc.) |

Figura 17

Contacto

CONTACTO

Por favor, ante cualquier duda que pueda surgir, no dude en contactarnos:

- contacto@mudateya.com
- +51 929585567
- www.mudateya.com

El servicio que proponemos es una página web, para cotizar un servicio de mudanza. En la página se puede colocar los detalles de la mudanza que va a requerir cada cliente. Tendrá opciones para escoger el tipo de mudanza que busca, ejemplo: sólo transporte, transporte y ayudantes o transporte, ayudantes y servicio de embalaje.

El valor que se agrega es la rapidez de poder obtener una tarifa y encontrar un servicio de mudanza en el mejor tiempo posible a diferencia de una búsqueda tradicional. Las funciones que se añadirán, según la malla receptora de información son: definir los conceptos de tipo de servicio, añadir la opción de definición de fecha de mudanza, aperturar la opción para indicar cantidad de bienes, tipo de bien, número de cargadores a requerir, etc. Además, agregar video tutorial sobre el uso correcto de la página web, ordenar mejor la información de la plataforma, ver la posibilidad de realizar visitas técnicas para evaluar el tipo de mudanza y la necesidad de estas. Por último y no menos importante, agregar el número del WhatsApp para consultas.





CAPITULO V

Validación del modelo de negocio

5.1 Aplicación de la metodología Lean Startup

Tabla 12

Lienzo de la propuesta de valor

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| <p>SOCIOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proveedores del servicio de mudanza. - Aseguradoras (Localización GPS para vehículos) - Proveedores de materiales para embalaje.  | <p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación del servicio de localización de GPS vehicular. - Activaciones con los proveedores del servicio de mudanza a fin de recibir feedback y generar engagement. - Campañas para captar la atención de nuestro target. <p>RECURSOS CLAVE</p> <p>RECURSOS FÍSICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones. - Vehículos. - Puntos de atención. <p>RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agente de ventas. - Coordinador de servicios. - Jefe de ventas y marketing. - Gerente general. - Personal de sistemas. <p>RECURSOS INTELECTUALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Base de datos. <p>FINANCIERO</p> <p>Accionista/P. Bancario.</p> | <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia. - Rapidez. - Seguridad.  | <p>RELACIÓN CON EL CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajos acordes a las expectativas del usuario. - Comunicación constante con la comunidad (cliente). <p>RELACIÓN DIRECTA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campañas en fechas festivas (ofertas de paquetes). <p>RELACIÓN INDIRECTA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convenio con proveedores de mudanza que ofrezcan servicio de calidad. <p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Página web. - Redes sociales. - Módulos de información. - Correo Electrónico.  | <p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Hombres y Mujeres</p> <ul style="list-style-type: none"> - De 25 a 55 años. <p>Necesidades: Encontrar un servicio de mudanza acorde a lo que requiera.</p> <p>NSE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hogares con NSE B+ y C+. <p>Geográfico: Lima y callao.</p> <p>Psicográfico: Aprecio por los servicios de calidad, cumplidores, tendencia de ahorro.</p> <p>-Estilo de vida: Formalistas.</p> <p>-Interés: Inclinación por la tecnología, tener acceso rápido a la información</p> |
| <p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mano de Obra - Materia Prima | | <p>FUENTE DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingreso por reservación de paquetes. - Ingreso por contratos exclusivos. <p>FORMAS DE PAGO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarjetas de crédito o débito. - Pago en efectivo. - Transferencias (Yape/Plin/etc.)  | | |

5.2 Descripción del modelo de negocio validado

Una vez recopilada toda la información obtenida como parte de la investigación de mercado mediante las técnicas de investigación exploratorias, se pudo consolidar y realizar mejoras a la propuesta de negocio. En primer lugar, y como punto más importante, el diseño y funciones de nuestra página web, dado que debe ser amigable, es decir, de fácil uso y acceso para el público. Además, al tener la responsabilidad como mediadores entre el cliente y el proveedor del servicio, se debe asegurar la ejecución y cumplimiento del servicio bajo estrictos estándares de calidad, por lo que se retirará el catálogo de proveedores de la página, esto para que se pueda realizar el contacto directo con la empresa proveedora del servicio y a su vez asegurar que esta no realice negocios por fuera de la plataforma con ese mismo cliente contactado. De esta manera, se genera más confianza al momento de contratar el servicio y pactar con nuestros socios estratégicos.

En cuanto a las opciones de tamaño de mudanza, se dejará de manera más abierta el llenado, para que los usuarios puedan colocar información más detallada, por ejemplo: colocar número de electrodomésticos, dimensiones, nivel de fragilidad, entre otros. Y para el tipo de mudanza a adquirir, se dará una breve definición de cada uno para que el usuario pueda tener una mejor experiencia y no se complique al tener que seleccionar las opciones según sus necesidades.

CAPITULO VI
Análisis de la rentabilidad

6.1 Determinación de proyecciones

Tabla 13

Estructura de Inversiones

| | con IGV | | con IGV | SUNAT | | | | | |
|---|-----------------|------------------------|----------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | Cantidad | Precio Unitario | Total (Soles) | Tasa de Depreciación % | Depreciación Anual 1 | Depreciación Anual 2 | Depreciación Anual 3 | Depreciación Anual 4 | Depreciación Anual 5 |
| Inversiones Tangibles | | | S/ 16,705.00 | | | | | | |
| Maquinaria y Equipos | | | S/ 7,395.00 | | | | | | |
| Laptops | 4 | S/ 1,689.00 | S/ 6,756.00 | 25% | S/ 1,689.00 | S/ 1,689.00 | S/ 1,689.00 | S/ 1,689.00 | |
| Impresoras | 1 | S/ 639.00 | S/ 639.00 | 25% | S/ 159.75 | S/ 159.75 | S/ 159.75 | S/ 159.75 | |
| | | | | | | | | | |
| Muebles y Enseres | | | S/ 4,310.00 | | | | | | |
| Sillas Giratorias | 2 | S/ 130.00 | S/ 260.00 | 10% | S/ 26.00 | S/ 26.00 | S/ 26.00 | S/ 26.00 | S/ 26.00 |
| Escritorios | 3 | S/ 250.00 | S/ 750.00 | 10% | S/ 75.00 | S/ 75.00 | S/ 75.00 | S/ 75.00 | S/ 75.00 |
| Sillas para escritorio | 5 | S/ 80.00 | S/ 400.00 | 10% | S/ 40.00 | S/ 40.00 | S/ 40.00 | S/ 40.00 | S/ 40.00 |
| Electrodomésticos | 1 | S/ 2,500.00 | S/ 2,500.00 | 10% | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 |
| Mesas | 2 | S/ 200.00 | S/ 400.00 | 10% | S/ 40.00 | S/ 40.00 | S/ 40.00 | S/ 40.00 | S/ 40.00 |
| | | | | | | | | | |
| Infraestructura | | | S/ 5,000.00 | | | | | | |
| Divisiones con dry Wall | 1 | S/ 5,000.00 | S/ 5,000.00 | 10% | S/ 500.00 | S/ 500.00 | S/ 500.00 | S/ 500.00 | S/ 500.00 |
| | | | | | S/ 2,779.75 | S/ 2,779.75 | S/ 2,779.75 | S/ 2,779.75 | S/ 931.00 |
| | | | | | | | | | |
| | Cantidad | Precio Unitario | Total (Soles) | Tasa de Amortización % | Depreciación Anual | | | | |
| Inversiones Intangibles | | | S/ 15,520.00 | | | | | | |
| Constitución de la Empresa | 1 | S/ 1,200.00 | S/ 1,200.00 | 100% | S/ 1,200.00 | | | | |
| Licencia de Funcionamiento | 1 | S/ 100.00 | S/ 100.00 | 100% | S/ 100.00 | | | | |
| Defensa Civil (INDECI) | 1 | S/ 500.00 | S/ 500.00 | 100% | S/ 500.00 | | | | |
| Compra de CRM HubSpot | 1 | S/ 2,160.00 | S/ 2,160.00 | 100% | S/ 2,160.00 | | | | |
| Compra de Chatigo (plataforma de atención al cliente) | 1 | S/ 4,560.00 | S/ 4,560.00 | 100% | S/ 4,560.00 | | | | |
| Gastos Pre Operativos o Remodelación | 1 | S/ 5,000.00 | S/ 5,000.00 | 100% | S/ 5,000.00 | | | | |
| Desarrollo de Página Web | 1 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | 100% | S/ 2,000.00 | | | | |
| | | | | | | | | | |
| Capital de Trabajo | | | S/ 17,687.09 | | | | | | |
| Alquiler (mes de garantía) | 1 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | | | | | | |
| Alquiler (mes de adelanto) | 1 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | | | | | | |
| Publicidad | 1 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | | | | | | |
| Materiales y Suministros | 1 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | | | | | | |
| Planilla | 1 | S/ 8,887.09 | S/ 8,887.09 | | | | | | |
| tercerización personal sistemas | 1 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | | | | | | |
| tercerización contable | 1 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| TOTAL INVERSIÓN | | | S/ 49,912.09 | | | | | | |

Elaboración propia

Tabla 14*Planilla*

| | | ESSALUD | VACACIONES | CTS | GRATIFICACIONES | BONIFICACION / GRATIFICACIONES | |
|-----------------------------------|-------------|----------------|-------------------|------------|------------------------|---|-------------|
| Agente | S/ 1,025.00 | S/ 92.25 | S/ 42.71 | S/ 42.71 | S/ 85.42 | S/ 7.69 | S/ 1,295.77 |
| Coordinador de servicios | S/ 1,500.00 | S/ 135.00 | S/ 62.50 | S/ 62.50 | S/ 125.00 | S/ 11.25 | S/ 1,896.25 |
| Jefe de ventas y marketing | S/ 2,000.00 | S/ 180.00 | S/ 83.33 | S/ 83.33 | S/ 166.67 | S/ 15.00 | S/ 2,528.33 |
| Gerente general | S/ 2,500.00 | S/ 225.00 | S/ 104.17 | S/ 104.17 | S/ 208.33 | S/ 18.75 | S/ 3,160.42 |
| TOTAL | S/ 7,030.00 | | | | | | S/ 8,880.77 |

Elaboración propia

Tabla 15

Tarifas por servicio

| VEHICULO | Producto | Precio final | IGV | Valor de Venta sin IGV | Margen de Ganancia | Costo de Venta |
|-----------|----------------------------------|--------------|-----------|------------------------|--------------------|----------------|
| TAXICARGA | Solo Transporte (5 km - 10 km) | S/ 140 | S/ 21.29 | S/ 118.30 | S/ 27.30 | S/ 91.00 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | S/ 218 | S/ 33.23 | S/ 184.60 | S/ 42.60 | S/ 142.00 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | S/ 310 | S/ 47.27 | S/ 262.60 | S/ 60.60 | S/ 202.00 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | S/ 202 | S/ 30.89 | S/ 171.60 | S/ 39.60 | S/ 132.00 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | S/ 279 | S/ 42.59 | S/ 236.60 | S/ 54.60 | S/ 182.00 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | S/ 371 | S/ 56.63 | S/ 314.60 | S/ 72.60 | S/ 242.00 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | S/ 279 | S/ 42.59 | S/ 236.60 | S/ 54.60 | S/ 182.00 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | S/ 356 | S/ 54.29 | S/ 301.60 | S/ 69.60 | S/ 232.00 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | S/ 448 | S/ 68.33 | S/ 379.60 | S/ 87.60 | S/ 292.00 |
| PEQUEÑO | Solo Transporte (5 km - 10 km) | S/ 230 | S/ 35.10 | S/ 195.00 | S/ 45.00 | S/ 150.00 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | S/ 384 | S/ 58.50 | S/ 325.00 | S/ 75.00 | S/ 250.00 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | S/ 614 | S/ 93.60 | S/ 520.00 | S/ 120.00 | S/ 400.00 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | S/ 353 | S/ 53.82 | S/ 299.00 | S/ 69.00 | S/ 230.00 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | S/ 506 | S/ 77.22 | S/ 429.00 | S/ 99.00 | S/ 330.00 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | S/ 736 | S/ 112.32 | S/ 624.00 | S/ 144.00 | S/ 480.00 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | S/ 491 | S/ 74.88 | S/ 416.00 | S/ 96.00 | S/ 320.00 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | S/ 644 | S/ 98.28 | S/ 546.00 | S/ 126.00 | S/ 420.00 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | S/ 874 | S/ 133.38 | S/ 741.00 | S/ 171.00 | S/ 570.00 |
| MEDIANO | Solo Transporte (5 km - 10 km) | S/ 384 | S/ 58.50 | S/ 325.00 | S/ 75.00 | S/ 250.00 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | S/ 537 | S/ 81.90 | S/ 455.00 | S/ 105.00 | S/ 350.00 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | S/ 859 | S/ 131.04 | S/ 728.00 | S/ 168.00 | S/ 560.00 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | S/ 537 | S/ 81.90 | S/ 455.00 | S/ 105.00 | S/ 350.00 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | S/ 767 | S/ 117.00 | S/ 650.00 | S/ 150.00 | S/ 500.00 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | S/ 1,089 | S/ 166.14 | S/ 923.00 | S/ 213.00 | S/ 710.00 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | S/ 706 | S/ 107.64 | S/ 598.00 | S/ 138.00 | S/ 460.00 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | S/ 936 | S/ 142.74 | S/ 793.00 | S/ 183.00 | S/ 610.00 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | S/ 1,258 | S/ 191.88 | S/ 1,066.00 | S/ 246.00 | S/ 820.00 |
| GRANDE | Solo Transporte (5 km - 10 km) | S/ 537 | S/ 81.90 | S/ 455.00 | S/ 105.00 | S/ 350.00 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | S/ 813 | S/ 124.02 | S/ 689.00 | S/ 159.00 | S/ 530.00 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | S/ 1,273 | S/ 194.22 | S/ 1,079.00 | S/ 249.00 | S/ 830.00 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | S/ 721 | S/ 109.98 | S/ 611.00 | S/ 141.00 | S/ 470.00 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | S/ 1,028 | S/ 156.78 | S/ 871.00 | S/ 201.00 | S/ 670.00 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | S/ 1,488 | S/ 226.98 | S/ 1,261.00 | S/ 291.00 | S/ 970.00 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | S/ 844 | S/ 128.70 | S/ 715.00 | S/ 165.00 | S/ 550.00 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | S/ 1,151 | S/ 175.50 | S/ 975.00 | S/ 225.00 | S/ 750.00 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | S/ 1,611 | S/ 245.70 | S/ 1,365.00 | S/ 315.00 | S/ 1,050.00 |

Elaboración propia

Tabla 16

Cantidad de ventas mensual – Año 1

| VEHICULO | Producto | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic | Total |
|--------------|----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| TAXICARGA | Solo Transporte (5 km - 10 km) | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 12 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 7 | 5 | 7 | 4 | 3 | 2 | 47 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 15 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | 2 | 4 | 3 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 | 2 | 1 | 0 | 17 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 48 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3 | 7 | 6 | 10 | 4 | 6 | 5 | 61 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | 7 | 6 | 10 | 4 | 6 | 2 | 43 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 6 | 4 | 6 | 5 | 4 | 3 | 47 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | 2 | 4 | 5 | 4 | 8 | 4 | 5 | 5 | 8 | 6 | 5 | 2 | 58 |
| PEQUEÑO | Solo Transporte (5 km - 10 km) | 0 | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 8 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 45 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | 4 | 6 | 4 | 3 | 8 | 5 | 7 | 8 | 5 | 7 | 8 | 4 | 69 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 0 | 3 | 0 | 1 | 3 | 2 | 2 | 24 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | 3 | 6 | 4 | 6 | 5 | 3 | 7 | 8 | 5 | 6 | 5 | 4 | 62 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | 4 | 4 | 2 | 7 | 6 | 4 | 7 | 8 | 7 | 7 | 4 | 4 | 64 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 10 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | 3 | 4 | 5 | 8 | 5 | 4 | 8 | 7 | 8 | 5 | 7 | 3 | 67 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | 0 | 0 | 2 | 4 | 8 | 3 | 3 | 7 | 3 | 4 | 5 | 2 | 41 |
| MEDIANO | Solo Transporte (5 km - 10 km) | 2 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 15 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 7 | 6 | 6 | 7 | 4 | 5 | 60 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 6 | 7 | 7 | 5 | 3 | 55 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 10 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 7 | 6 | 6 | 7 | 2 | 51 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | 2 | 2 | 5 | 6 | 5 | 6 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 55 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 2 | 0 | 3 | 1 | 0 | 18 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | 2 | 2 | 5 | 6 | 7 | 8 | 6 | 6 | 7 | 7 | 5 | 2 | 63 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 6 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 1 | 53 |
| GRANDE | Solo Transporte (5 km - 10 km) | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| | Mudanza Simple (5 km - 10 km) | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 36 |
| | Mudanza Completa (5 km - 10 km) | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 41 |
| | Solo Transporte (11 km - 20 km) | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 2 | 15 |
| | Mudanza Simple (11 km - 20 km) | 4 | 3 | 3 | 3 | 6 | 3 | 5 | 6 | 5 | 2 | 5 | 4 | 49 |
| | Mudanza Completa (11 km - 20 km) | 2 | 1 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 36 |
| | Solo Transporte (21 km - 40 km) | 0 | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 14 |
| | Mudanza Simple (21 km - 40 km) | 2 | 1 | 2 | 3 | 7 | 4 | 3 | 5 | 6 | 5 | 4 | 3 | 45 |
| | Mudanza Completa (21 km - 40 km) | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 33 |
| Total | | 75 | 85 | 105 | 118 | 128 | 110 | 140 | 144 | 152 | 131 | 126 | 82 | 1396 |

Elaboración propia

Tabla 17

Proyección de ventas

| VEHICULO | Crecimiento Producto | 8% | | | | | Total |
|--------------|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | |
| TAXICARGA | Solo Transporte (5 km – 10 km) | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 70 |
| | Mudanza Simple (5 km – 10 km) | 47 | 51 | 55 | 59 | 64 | 276 |
| | Mudanza Completa (5 km – 10 km) | 15 | 16 | 17 | 19 | 20 | 88 |
| | Solo Transporte (11 km – 20 km) | 17 | 18 | 20 | 21 | 23 | 100 |
| | Mudanza Simple (11 km – 20 km) | 48 | 52 | 56 | 60 | 65 | 282 |
| | Mudanza Completa (11 km – 20 km) | 61 | 66 | 71 | 77 | 83 | 358 |
| | Solo Transporte (21 km – 40 km) | 43 | 46 | 50 | 54 | 59 | 252 |
| | Mudanza Simple (21 km – 40 km) | 47 | 51 | 55 | 59 | 64 | 276 |
| | Mudanza Completa (21 km – 40 km) | 58 | 63 | 68 | 73 | 79 | 340 |
| PEQUEÑO | Solo Transporte (5 km – 10 km) | 8 | 9 | 9 | 10 | 11 | 47 |
| | Mudanza Simple (5 km – 10 km) | 45 | 49 | 52 | 57 | 61 | 264 |
| | Mudanza Completa (5 km – 10 km) | 69 | 75 | 80 | 87 | 94 | 405 |
| | Solo Transporte (11 km – 20 km) | 24 | 26 | 28 | 30 | 33 | 141 |
| | Mudanza Simple (11 km – 20 km) | 62 | 67 | 72 | 78 | 84 | 364 |
| | Mudanza Completa (11 km – 20 km) | 64 | 69 | 75 | 81 | 87 | 375 |
| | Solo Transporte (21 km – 40 km) | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 59 |
| | Mudanza Simple (21 km – 40 km) | 67 | 72 | 78 | 84 | 91 | 393 |
| | Mudanza Completa (21 km – 40 km) | 41 | 44 | 48 | 52 | 56 | 241 |
| MEDIANO | Solo Transporte (5 km – 10 km) | 15 | 16 | 17 | 19 | 20 | 88 |
| | Mudanza Simple (5 km – 10 km) | 60 | 65 | 70 | 76 | 82 | 352 |
| | Mudanza Completa (5 km – 10 km) | 55 | 59 | 64 | 69 | 75 | 323 |
| | Solo Transporte (11 km – 20 km) | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 59 |
| | Mudanza Simple (11 km – 20 km) | 51 | 55 | 59 | 64 | 69 | 299 |
| | Mudanza Completa (11 km – 20 km) | 55 | 59 | 64 | 69 | 75 | 323 |
| | Solo Transporte (21 km – 40 km) | 18 | 19 | 21 | 23 | 24 | 106 |
| | Mudanza Simple (21 km – 40 km) | 63 | 68 | 73 | 79 | 86 | 370 |
| | Mudanza Completa (21 km – 40 km) | 53 | 57 | 62 | 67 | 72 | 311 |
| GRANDE | Solo Transporte (5 km – 10 km) | 9 | 10 | 10 | 11 | 12 | 53 |
| | Mudanza Simple (5 km – 10 km) | 36 | 39 | 42 | 45 | 49 | 211 |
| | Mudanza Completa (5 km – 10 km) | 41 | 44 | 48 | 52 | 56 | 241 |
| | Solo Transporte (11 km – 20 km) | 15 | 16 | 17 | 19 | 20 | 88 |
| | Mudanza Simple (11 km – 20 km) | 49 | 53 | 57 | 62 | 67 | 287 |
| | Mudanza Completa (11 km – 20 km) | 36 | 39 | 42 | 45 | 49 | 211 |
| | Solo Transporte (21 km – 40 km) | 14 | 15 | 16 | 18 | 19 | 82 |
| | Mudanza Simple (21 km – 40 km) | 45 | 49 | 52 | 57 | 61 | 264 |
| | Mudanza Completa (21 km – 40 km) | 33 | 36 | 38 | 42 | 45 | 194 |
| Total | | 1396 | 1508 | 1628 | 1759 | 1899 | 8190 |

Elaboración propia

Tabla 18

Estado de Resultados- Año 01

| Detalle | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Ventas | S/ 49,542.06 | S/ 50,379.63 | S/ 72,677.85 | S/ 84,727.42 | S/ 99,953.91 | S/ 83,777.88 | S/ 93,988.18 | S/ 105,332.11 | S/ 105,273.82 | S/ 93,037.10 | S/ 90,156.25 | S/ 59,960.99 | S/ 988,807.20 |
| Costo de Ventas | S/ 32,296.00 | S/ 32,842.00 | S/ 47,378.00 | S/ 55,233.00 | S/ 65,159.00 | S/ 54,614.00 | S/ 61,270.00 | S/ 68,665.00 | S/ 68,627.00 | S/ 60,650.00 | S/ 58,772.00 | S/ 39,088.00 | S/ 644,594.00 |
| Utilidad Bruta | S/ 17,246.06 | S/ 17,537.63 | S/ 25,299.85 | S/ 29,494.42 | S/ 34,794.91 | S/ 29,163.88 | S/ 32,718.18 | S/ 36,667.11 | S/ 36,646.82 | S/ 32,387.10 | S/ 31,384.25 | S/ 20,872.99 | S/ 344,213.20 |
| (-) Gasto Administrativo | | | | | | | | | | | | | S/ - |
| + Planillas | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 8,880.77 | S/ 106,569.25 |
| + Tercerización contable | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 300.00 | S/ 3,600.00 |
| + Servicio de agua | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 2,400.00 |
| + Alquiler | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 2,000.00 | S/ 24,000.00 |
| (-) Gastos Operativos | | | | | | | | | | | | | |
| + Mantenimiento Web | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 200.00 | S/ 2,400.00 |
| + Softwares | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 560.00 | S/ 6,720.00 |
| + Tercerización personal de sistema | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 18,000.00 |
| + Servicio Luz | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 350.00 | S/ 4,200.00 |
| + Servicio Internet | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 250.00 | S/ 3,000.00 |
| (-) Gastos de Ventas | | | | | | | | | | | | | |
| + Planilla de ventas | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 900.00 | S/ 10,800.00 |
| + Publicidad | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 1,500.00 | S/ 18,000.00 |
| Total gastos | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 16,640.77 | S/ 199,689.25 |
| Utilidad Operativa (EBITDA) | S/ 605.29 | S/ 896.86 | S/ 8,659.08 | S/ 12,853.65 | S/ 18,154.14 | S/ 12,523.11 | S/ 16,077.41 | S/ 20,026.34 | S/ 20,006.05 | S/ 15,746.33 | S/ 14,743.48 | S/ 4,232.22 | S/ 144,523.95 |
| (-) Depreciación y amortización | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 1,524.98 | S/ 18,299.75 |
| EBIT | -S/ 919.69 | -S/ 628.12 | S/ 7,134.10 | S/ 11,328.67 | S/ 16,629.16 | S/ 10,998.13 | S/ 14,552.43 | S/ 18,501.36 | S/ 18,481.07 | S/ 14,221.35 | S/ 13,218.50 | S/ 2,707.24 | S/ 126,224.20 |
| (-) Gastos Financieros | S/ 361.12 | S/ 353.91 | S/ 346.58 | S/ 339.11 | S/ 331.51 | S/ 323.77 | S/ 315.89 | S/ 307.86 | S/ 299.70 | S/ 291.38 | S/ 282.92 | S/ 274.30 | S/ 3,828.03 |
| Utilidad Antes Imp | -S/ 1,280.80 | -S/ 982.03 | S/ 6,787.53 | S/ 10,989.56 | S/ 16,297.65 | S/ 10,674.36 | S/ 14,236.54 | S/ 18,193.50 | S/ 18,181.37 | S/ 13,929.97 | S/ 12,935.58 | S/ 2,432.95 | S/ 122,396.17 |
| (-) Impuesto a la Renta (10%) | -S/ 128.08 | -S/ 98.20 | S/ 678.75 | S/ 1,098.96 | S/ 1,629.76 | S/ 1,067.44 | S/ 1,423.65 | S/ 1,819.35 | S/ 1,818.14 | S/ 1,393.00 | S/ 1,293.56 | S/ 243.29 | S/ 12,239.62 |
| Utilidad neta | -S/ 1,152.72 | -S/ 883.83 | S/ 6,108.77 | S/ 9,890.61 | S/ 14,667.88 | S/ 9,606.92 | S/ 12,812.89 | S/ 16,374.15 | S/ 16,363.23 | S/ 12,536.97 | S/ 11,642.02 | S/ 2,189.65 | S/ 110,156.55 |

Elaboración propia

Tabla 19
Estado de resultados al año 05

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ventas | S/ 988,807.20 | S/ 1,067,911.77 | S/ 1,153,344.71 | S/ 1,245,612.29 | S/ 1,345,261.27 |
| Costo de Ventas | S/ 644,594.00 | S/ 696,161.52 | S/ 751,854.44 | S/ 812,002.80 | S/ 876,963.02 |
| Utilidad Bruta | S/ 344,213.20 | S/ 371,750.25 | S/ 401,490.27 | S/ 433,609.49 | S/ 468,298.25 |
| (-) Gasto Administrativo | | | | | |
| + Planillas | S/ 106,569.25 | S/ 117,226.18 | S/ 128,948.79 | S/ 141,843.67 | S/ 156,028.04 |
| + Tercerización contable | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 |
| + Servicio de agua | S/ 2,400.00 | S/ 2,640.00 | S/ 2,904.00 | S/ 3,194.40 | S/ 3,513.84 |
| + Alquiler | S/ 24,000.00 | S/ 25,200.00 | S/ 26,460.00 | S/ 27,783.00 | S/ 29,172.15 |
| (-) Gastos Operativos | | | | | |
| + Mantenimiento Web | S/ 2,400.00 | S/ 2,400.00 | S/ 2,400.00 | S/ 2,400.00 | S/ 2,400.00 |
| + Softwares | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 |
| + Tercerización personal de sistema | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 |
| + Servicio Luz | S/ 4,200.00 | S/ 4,620.00 | S/ 5,082.00 | S/ 5,590.20 | S/ 6,149.22 |
| + Servicio Internet | S/ 3,000.00 | S/ 3,300.00 | S/ 3,630.00 | S/ 3,993.00 | S/ 4,392.30 |
| (-) Gastos de Ventas | | | | | |
| + Planilla de ventas | S/ 10,800.00 | S/ 11,880.00 | S/ 13,068.00 | S/ 14,374.80 | S/ 15,812.28 |
| + Publicidad | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 |
| <i>Total gastos</i> | S/ 199,689.25 | S/ 213,586.18 | S/ 228,812.79 | S/ 245,499.07 | S/ 263,787.83 |
| Utilidad Operativa (EBITDA) | S/ 144,523.95 | S/ 158,164.08 | S/ 172,677.48 | S/ 188,110.42 | S/ 204,510.42 |
| (-) Depreciación y amortización | S/ 18,299.75 | S/ 18,299.75 | S/ 18,299.75 | S/ 18,299.75 | S/ 18,299.75 |
| EBIT | S/ 126,224.20 | S/ 139,864.33 | S/ 154,377.73 | S/ 169,810.67 | S/ 186,210.67 |
| (-) Gastos Financieros | S/ 3,828.03 | S/ 2,559.61 | S/ 986.78 | | |
| Utilidad Antes Imp | S/ 122,396.17 | S/ 137,304.72 | S/ 153,390.95 | S/ 169,810.67 | S/ 186,210.67 |
| (-) Impuesto a la Renta (10%) | S/ 12,239.62 | S/ 13,730.47 | S/ 15,339.10 | S/ 16,981.07 | S/ 18,621.07 |
| Utilidad neta | S/ 110,156.55 | S/ 123,574.24 | S/ 138,051.86 | S/ 152,829.60 | S/ 167,589.61 |

Elaboración propia

Tabla 20*Estado de Situación Financiera*

| Activo | | | Pasivo | | |
|--------------------------|-----------|------------------|----------------------------------|-----------|------------------|
| Activo Corriente | | | Pasivo Corriente | | |
| + Efectivo y Eq de Efec. | S/ | 16,187.00 | - Obligaciones de Corto Plazo | S/ | 5,285.06 |
| + Existencias | S/ | 1,500.00 | | | |
| Activo No Corriente | | | Pasivo No Corriente | | |
| + Maquinaria y Equipos | S/ | 7,395.00 | - Obligaciones de Largo Plazo | S/ | 14,679.78 |
| + Muebles y Enseres | S/ | 4,310.00 | | | |
| + Infraestructura | S/ | 5,000.00 | | | |
| + Intangible | S/ | 15,520.00 | | | |
| | | | Patrimonio | | |
| | | | - Capital Social | S/ | 29,947.26 |
| TOTAL ACTIVO | S/ | 49,912.09 | TOTAL PASIVO y PATRIMONIO | S/ | 49,912.09 |

Elaboración propia

6.2 Determinación de las necesidades de inversión

Plan Financiero

Tabla 21

Distribución de fuentes de financiamiento

| Fuente | Porcentaje | Total (Soles) |
|----------------|-------------------|----------------------|
| Capital Propio | 60% | S/ 29,947.26 |
| Terceros | 40% | S/ 19,964.84 |
| | 100% | S/ 49,912.09 |

Elaboración propia

Tabla 22

Financiamiento bancario

| | |
|--------------------------------|--------------|
| Préstamo / Capital / Principal | S/ 19,964.84 |
| TEA | 24% |
| Tasa Mensual | 1.81% |
| Tasa Costo Efectiva Mensual | 2.06% |
| Seguro de Desgravamen | 0.25% |
| Plazo | 36 meses |
| Cuota | S/759.42 |

Elaboración propia

Tabla 23*Amortizaciones*

| Número de Cuota | Saldo Inicial | Amortización | Intereses | Cuota | Saldo Final |
|------------------------|----------------------|---------------------|------------------|--------------|--------------------|
| 1 | S/19,964.84 | S/398.31 | S/361.12 | S/759.42 | S/19,566.53 |
| 2 | S/19,566.53 | S/405.51 | S/353.91 | S/759.42 | S/19,161.02 |
| 3 | S/19,161.02 | S/412.85 | S/346.58 | S/759.42 | S/18,748.17 |
| 4 | S/18,748.17 | S/420.31 | S/339.11 | S/759.42 | S/18,327.85 |
| 5 | S/18,327.85 | S/427.92 | S/331.51 | S/759.42 | S/17,899.94 |
| 6 | S/17,899.94 | S/435.66 | S/323.77 | S/759.42 | S/17,464.28 |
| 7 | S/17,464.28 | S/443.54 | S/315.89 | S/759.42 | S/17,020.74 |
| 8 | S/17,020.74 | S/451.56 | S/307.86 | S/759.42 | S/16,569.18 |
| 9 | S/16,569.18 | S/459.73 | S/299.70 | S/759.42 | S/16,109.46 |
| 10 | S/16,109.46 | S/468.04 | S/291.38 | S/759.42 | S/15,641.41 |
| 11 | S/15,641.41 | S/476.51 | S/282.92 | S/759.42 | S/15,164.91 |
| 12 | S/15,164.91 | S/485.13 | S/274.30 | S/759.42 | S/14,679.78 |
| 13 | S/14,679.78 | S/493.90 | S/265.52 | S/759.42 | S/14,185.88 |
| 14 | S/14,185.88 | S/502.84 | S/256.59 | S/759.42 | S/13,683.04 |
| 15 | S/13,683.04 | S/511.93 | S/247.49 | S/759.42 | S/13,171.11 |
| 16 | S/13,171.11 | S/521.19 | S/238.23 | S/759.42 | S/12,649.92 |
| 17 | S/12,649.92 | S/530.62 | S/228.81 | S/759.42 | S/12,119.30 |
| 18 | S/12,119.30 | S/540.21 | S/219.21 | S/759.42 | S/11,579.09 |
| 19 | S/11,579.09 | S/549.99 | S/209.44 | S/759.42 | S/11,029.10 |
| 20 | S/11,029.10 | S/559.93 | S/199.49 | S/759.42 | S/10,469.17 |
| 21 | S/10,469.17 | S/570.06 | S/189.36 | S/759.42 | S/9,899.11 |
| 22 | S/9,899.11 | S/580.37 | S/179.05 | S/759.42 | S/9,318.73 |
| 23 | S/9,318.73 | S/590.87 | S/168.55 | S/759.42 | S/8,727.86 |
| 24 | S/8,727.86 | S/601.56 | S/157.87 | S/759.42 | S/8,126.31 |
| 25 | S/8,126.31 | S/612.44 | S/146.99 | S/759.42 | S/7,513.87 |
| 26 | S/7,513.87 | S/623.52 | S/135.91 | S/759.42 | S/6,890.35 |
| 27 | S/6,890.35 | S/634.79 | S/124.63 | S/759.42 | S/6,255.56 |
| 28 | S/6,255.56 | S/646.28 | S/113.15 | S/759.42 | S/5,609.28 |
| 29 | S/5,609.28 | S/657.97 | S/101.46 | S/759.42 | S/4,951.32 |
| 30 | S/4,951.32 | S/669.87 | S/89.56 | S/759.42 | S/4,281.45 |
| 31 | S/4,281.45 | S/681.98 | S/77.44 | S/759.42 | S/3,599.47 |
| 32 | S/3,599.47 | S/694.32 | S/65.11 | S/759.42 | S/2,905.15 |
| 33 | S/2,905.15 | S/706.88 | S/52.55 | S/759.42 | S/2,198.27 |
| 34 | S/2,198.27 | S/719.66 | S/39.76 | S/759.42 | S/1,478.61 |
| 35 | S/1,478.61 | S/732.68 | S/26.74 | S/759.42 | S/745.93 |
| 36 | S/745.93 | S/745.93 | S/13.49 | S/759.42 | S/0.00 |

Elaboración propia

Tabla 24

Flujo de caja proyectado

| Detalle | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-------------------------------------|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
| Ventas | | S/ 988,807.20 | S/ 1,067,911.77 | S/ 1,153,344.71 | S/ 1,245,612.29 | S/ 1,345,261.27 |
| Costo de Ventas | | S/ 644,594.00 | S/ 696,161.52 | S/ 751,854.44 | S/ 812,002.80 | S/ 876,963.02 |
| Utilidad Bruta | | S/ 344,213.20 | S/ 371,750.25 | S/ 401,490.27 | S/ 433,609.49 | 468,298.25 |
| (-) Gasto Administrativo | | | | | | |
| + Planillas | | S/ 106,569.25 | S/ 117,226.18 | S/ 128,948.79 | S/ 141,843.67 | S/ 156,028.04 |
| + Tercerización contable | | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 | S/ 3,600.00 |
| + Servicio de agua | | S/ 2,400.00 | S/ 2,640.00 | S/ 2,904.00 | S/ 3,194.40 | S/ 3,513.84 |
| + Alquiler | | S/ 24,000.00 | S/ 25,200.00 | S/ 26,460.00 | S/ 27,783.00 | S/ 29,172.15 |
| (-) Gastos Operativos | | S/ - | S/ - | S/ - | S/ - | S/ - |
| + Mantenimiento Web | | S/ 2,280.00 | S/ 2,280.00 | S/ 2,280.00 | S/ 2,280.00 | S/ 2,280.00 |
| + Softwares | | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 | S/ 6,720.00 |
| + Tercerización personal de sistema | | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 |
| + Servicio Luz | | S/ 4,200.00 | S/ 4,620.00 | S/ 5,082.00 | S/ 5,590.20 | S/ 6,149.22 |
| + Servicio Internet | | S/ 3,000.00 | S/ 3,300.00 | S/ 3,630.00 | S/ 3,993.00 | S/ 4,392.30 |
| (-) Gastos de Ventas | | | | | | |
| + Planilla de ventas | | S/ 10,800.00 | S/ 11,880.00 | S/ 13,068.00 | S/ 14,374.80 | S/ 15,812.28 |
| + Publicidad | | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 | S/ 18,000.00 |
| <i>Total gastos operativos</i> | | S/ 199,569.25 | S/ 213,466.18 | S/ 228,692.79 | S/ 245,379.07 | 263,667.83 |
| Utilidad Operativa (EBITDA) | | S/ 144,643.95 | S/ 158,284.08 | S/ 172,797.48 | S/ 188,230.42 | 204,630.42 |
| (-) Impuesto a la Renta (10%) | | S/ 14,464.39 | S/ 15,828.41 | S/ 17,279.75 | S/ 18,823.04 | 20,463.04 |
| FLUJO NETA | | S/ 130,179.55 | S/ 142,455.67 | S/ 155,517.73 | S/ 169,407.38 | 184,167.38 |
| Inversion inicial | 49,912.09 | | | | | |
| Flujo de caja económico | -49,912.09 | 130,179.55 | 142,455.67 | 155,517.73 | 169,407.38 | 184,167.38 |
| Prestamo | 19,964.84 | | | | | |
| Amortización | | S/ 5,285.06 | S/ 6,553.47 | S/ 8,126.31 | S/ - | |
| Intereses | | S/ 3,828.03 | S/ 2,559.61 | S/ 986.78 | | |
| Flujo de caja financiero | - 29,947.26 | S/ 121,066.47 | S/ 133,342.58 | S/ 146,404.65 | S/ 169,407.38 | 184,167.38 |

Elaboración propia

6.3 Evaluación económica y financiera

Tabla 25

Cálculo de VAN y TIR

| | |
|---------------------|------------------|
| INVERSIÓN | S/ 49,912 |
| Capital Accionistas | S/ 29,947 |
| Préstamo | S/ 19,965 |

| | |
|-------------|--------------|
| WACC | |
| Wd | 40% |
| We | 60% |
| Kd | 24.0% |
| Ke | 17.05% |
| t | 10% |
| WACC | 18.87% |

| | | |
|------------|--------|---|
| COK | | |
| Rf | 2.90% | https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/resultados/PD04719XD/html/2022-01-14/2022-08-11/ |
| Rm | 10.00% | https://www.rankia.pe/blog/analisis-igbv/4146998-cuanto-gana-bolsa-valores-lima |
| B | 1.09 | https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html |
| Bap | 1.74 | https://www.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-explicar-la-f%C3%B3rmula-de-beta-apalancado-felipe-mejia-m-/?OriginalSubdomain=es |
| Rpais | 1.77% | https://gestion.pe/noticias/riesgo-pais/ |
| Ke | 17.05% | |

| | |
|------|---------------|
| WACC | 18.87% |
| VANE | S/ 415,439.79 |
| TIRE | 270% |

| | |
|----------|---------------|
| COK (Ke) | 17.05% |
| VANF | S/ 436,146.88 |
| TIRF | 414% |

Elaboración propia

CAPITULO VII

Conclusiones y recomendaciones

Se concluye que:

- Múdate Ya! es una plataforma o página web que le permite al usuario escoger el tipo de mudanza que necesita como la cantidad de ayudantes, servicios adicionales como armado y/o desarmado de muebles, instalación o desinstalación de muebles, embalaje, entre otros, generando así un valor agregado al cliente usuario.
- Múdate Ya! se compromete con los servicios que realiza, otorgándole al cliente garantía y tranquilidad por sus pertenencias (creamos cláusulas de servicio o garantías de servicios).
- Con el propósito de mejorar continuamente nuestros procesos, optimizaremos los tiempos de atención de una mudanza tradicional, dándole la oportunidad al cliente usuario de poder contratar un servicio de mudanza en el mismo día que obtiene su cotización.
- Múdate Ya! nace como un emprendimiento o startup, es por ello que los socios como los integrantes del equipo recibirá capacitaciones continuas con el fin de aprender juntos y recibir un feedback de cada integrante del equipo, nuestra finalidad es llevar una comunicación horizontal.
- Gran parte del público objetivo acepta esta nueva idea de negocio, el cual es una propuesta de solución ante tantas dificultades para encontrar empresas de servicios de mudanzas serias.
- La propuesta de negocio es rentable, según los resultados obtenidos en el capítulo financiero, teniendo como Tasa interna de retorno un 115%.
- A corto plazo se podría implementar un aplicativo web a fin de que sea mucho más accesible para todo público.

Se recomienda:

- En el mercado o el sector transporte hay una brecha en informalidad, es por ello que tomaremos medidas que nos ayuden a identificar los riesgos y como contrarrestarlos.
- Se recomienda ir ampliando constantemente la cartera de socios o proveedores para poder crecer juntos en el camino, generando mayor demanda y que los socios puedan cubrirla.
- Se recomienda también hacer un análisis del feedback recibido en las reuniones con el equipo de trabajo, revisar cuidadosamente las variables que generan impacto directo al negocio, con la finalidad de hallar una solución que nos ayude a resolver el problema y a seguir generando rentabilidad al negocio.
- Con el fin de colaborar y concientizar a los clientes con el cuidado con el medio ambiente se recomienda incorporar productos ecosostenibles y el reciclaje.