



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA**

**PRIVADA “ZEGEL”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN MARKETING**

**PROYECTO DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL: APLICATIVO PARA**

**ADQUIRIR Y BRINDAR UN SERVICIO DE TRANSPORTE**

**MEDIANTE MOTOTAXIS “MOTODRIVE”**

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

**en Gestión Estratégica de Marketing**

**CABALLERO PASAPERA ANGIE BRIGITTE**

**(0000-0001-9904-4852)**

**VILLANUEVA DE LA CRUZ NICK ALONSO**

**(0000-0002-1665-8726)**

**Chiclayo –Perú**

**2024**

## Contenido

Índice de tablas .....	4
Dedicatoria .....	5
Resumen ejecutivo .....	6
Introducción .....	7
Capítulo I Identificación del problema u oportunidad .....	8
1.1 Selección del Problema o necesidad a resolver .....	8
1.1.1 Propuesta de posibles problemas .....	8
1.1.2 Criterios utilizados para la selección del problema o necesidad a resolver .....	9
1.1.3 Árbol de problemas .....	12
1.2 Validación del problema .....	13
1.2.1 Hipótesis cliente problema .....	13
1.2.2 Descripción de clientes para la aplicación de entrevista .....	13
1.2.3 Descripción de clientes para la aplicación de encuestas .....	14
1.2.4 Elaboración del instrumento de validación.....	14
1.2.5 Análisis y descripción de resultados.....	17
1.3 Descripción del cliente.....	27
Capítulo II Diseño del producto o servicio innovador .....	29
2.1 Aplicación de la metodología Design Thinking .....	29
2.2 Características del producto o servicio Innovador validado.....	39
Capítulo III Elaboración del modelo de negocio .....	44
3.1 Definición de la propuesta de valor del negocio .....	44
3.2 Elaboración del lienzo de modelo de negocio .....	45
3.3 Descripción del prototipo de lanzamiento .....	45
Capítulo IV Validación del Modelo de Negocio .....	51
4.1 Aplicación de la Metodología Lean Startup .....	51
4.1.1 Formulación de hipótesis .....	51
4.1.2 Identificación de los indicadores clave (KPI) .....	51
4.1.3. Definición de la técnica de experimentación e instrumentos de medición. ....	53
4.1.4. Ejecución de la técnica de experimentación. ....	53
4.1.5. Definición de lecciones aprendidas .....	54
4.1.6. Actualización de modelo de negocio .....	55
4.2. Descripción del Modelo de Negocio Validado .....	55
Capítulo V Análisis de rentabilidad .....	57
5.1 Estimación del tamaño de mercado, demanda proyectada y proyección de ingresos ..	57
5.2 Determinación de las necesidades de inversión y financiamiento.....	58

<b>5.3 Estimación de costos, Clasificación de costos en fijos y variables. Determinación del punto de equilibrio .....</b>	<b>59</b>
<b>5.4 Flujo de caja proyectado.....</b>	<b>61</b>
<b>5.5 Evaluación económica financiera: Cálculo del VAN y el TIR.....</b>	<b>62</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>64</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>66</b>
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>68</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>71</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla N°1: Criterios para la selección de la necesidad a resolver.....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla N°2: Proyección anual de ventas para MotoDrive en el 2024.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla N°3: Costos de arranque y necesidad de inversión para MotoDrive en el 2024.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla N°4: Flujo de caja proyectado para MotoDrive al 2024.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla N°5: Flujo de caja proyectado a 4 años para MotoDrive al 2024.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla N°6: Cuadro final de indicadores en el cálculo del VAN, TIR y PRI para MotoDrive al 2024.....</b>	<b>56</b>

## **Dedicatoria**

Dedicado a Dios, quien ha sido mi guía constante y mi fuente inagotable de fortaleza en este viaje académico. Su presencia ha sido mi luz en las sombras, su amor mi escudo en la adversidad y su sabiduría mi brújula en la incertidumbre. Dedicado a mis amados padres, quienes me han brindado su inquebrantable apoyo, amor y sabiduría a lo largo de mi vida. A mi querida abuela, aunque no esté físicamente con nosotros, sé que desde el cielo continúas siendo mi ángel protector y mi fuente de fortaleza. Gracias por creer en mí, por enseñarme a luchar por mis sueños y por darme el amor y la confianza necesarios para alcanzarlos. Su amor y ejemplo han sido el faro que me ha guiado a través de este viaje académico. A todos ustedes, mi gratitud eterna.

*Atentamente, Angie.*

Este proyecto va dedicado en primer lugar a Dios, por haberme permitido encontrar la pasión en mi carrera y haberme mantenido con bien. Por otro lado, va dedicado también a mi familia quienes fueron uno de los pilares clave en todo este proceso y mi vida en general, siendo de apoyo pese a las limitaciones y mi motor y fuerza para continuar adelante, además de Ely Ruiz Adanaque, quien fue la responsable que descubra mi pasión en la profesión y de quien estoy eternamente agradecido. Por último, pero no menos importante, agradecer a Fiorela Bances, por haberme acompañado en los buenos y malos momentos y haber sido el apoyo idóneo para sobrellevar las problemáticas del día a día, enseñándome como ser mejor persona, mejor humano, y mejor pareja. A todos ellos, agradecerles por estar en mi vida, y que sepan que los quiero conmigo hasta el final de ella.

*Atentamente, Nick.*

## **Resumen ejecutivo**

El presente proyecto se desarrolló a partir del modelo de negocio low-cost InDrive, desde dicho formato, MotoDrive se constituye como un formato sustituto de aplicativo de taxis, siendo este último un aplicativo para mototaxis. En primer lugar, en el Capítulo I se abordaron aspectos como la selección del problema, los criterios para validar el problema a trabajar y la descripción del cliente, estableciendo un panorama para el desarrollo del producto o servicio. Por otro lado, en el Capítulo II se desarrolló la metodología design thinking y la definición de características del producto o servicio innovador valorado, aterrizando la idea conceptualizada en el capítulo anterior. En ese mismo sentido, en el Capítulo III se definió la propuesta de valor de MotoDrive, de la mano del Business Model Canvas y la descripción del producto o servicio en el proceso de prototipo, definiendo el perfil competitivo a manejar. Además, en el Capítulo IV se aplicó la metodología Lean Startup, aterrizando los resultados del capítulo anterior previo al lanzamiento al mercado y el perfil competitivo a manejar, describiendo finalmente el modelo de negocio validado para la industria. Finalmente, el Capítulo V abordó cuestiones tales como la estimación del tamaño de mercado, demanda proyectada y nivel de ingresos estimados, identificando la necesidad de inversión y financiamiento, presupuestando costos, además de su clasificación respectiva mediante el desarrollo del punto de equilibrio, el flujo de caja y el cálculo de indicadores financieros como el VAN y el TIR; obteniendo finalmente conclusiones y recomendaciones al momento de lanzar el producto al mercado.

## Introducción

En los últimos años, la movilidad urbana ha experimentado cambios significativos impulsados por la creciente demanda de alternativas de transporte accesibles. En este contexto, el servicio de MotoDrive ha emergido como una opción popular en ciudades densamente pobladas como Chiclayo, Lambayeque, Perú, donde la inseguridad y los precios elevados están a la orden del día.

El servicio de MotoDrive se caracteriza principalmente por la accesibilidad, con atributos complementarios como la confianza y seguridad, lo que lo hace atractivo para los usuarios que buscan desplazarse de manera económica. Sin embargo, esta modalidad de transporte también plantea desafíos en términos de seguridad vial, regulación y sostenibilidad.

Además, existen aproximadamente 120 asociaciones de mototaxis en el distrito de Chiclayo de las cuales solo 23 están registradas y tienen sus documentos formales, por tal se deduce que la demanda es extensa pero el factor como la informalidad sigue liderando en este transporte público que sigue siendo la preocupación de la ciudadanía. (Romero, 2023)

Este proyecto tiene como objetivo analizar y proponer mejoras en el servicio de MotoDrive en la ciudad de Chiclayo, con un enfoque en la eficiencia y accesibilidad. Se explorarán las prácticas actuales, los desafíos, conflictos y las oportunidades para optimizar este servicio, considerando aspectos como la seguridad, el estatus económico y las políticas públicas. Se espera que los hallazgos y recomendaciones contribuyan a una movilidad más accesible y segura en la ciudad, sirvan de base para futuras investigaciones en el transporte urbano.

# Capítulo I

## Identificación del problema u oportunidad

### 1.1 Selección del Problema o necesidad a resolver

#### 1.1.1 Propuesta de posibles problemas

***Posible Problema 1: Falta de un aplicativo para tomar el servicio de mototaxis de forma accesible.***

El transporte de mototaxis son utilizados mayormente para actividades cotidianas como ir a trabajar, compras, paseos o la escuela. Por esto es que muchas personas prefieren optar por este servicio, ya que son cómodos, rápidos, económicos y sobre todo pueden desplazarse con mayor facilidad a diferentes lugares de la ciudad, pero el inconveniente es que el mayor porcentaje son informales. (Cheng, 2018)

Según Christian (2023) los servicios por aplicativos han tenido denuncias por diferentes incidentes, como los robos, acoso hasta secuestros, es por eso que las personas ya no sienten seguridad al tomar servicios de taxis en aplicativos como estos, además porque en su mayoría los conductores son hombres y les causa cierto temor.

***Posible Problema 2: Falta de un aplicativo de transporte en moto lineal eficaz y rápida.***

El diario “El Comercio” (2023) comprobó que “Didi” tendría diferentes infracciones y las normas para formar parte de él no son seguras. Durante el tiempo en que se encuentra funcionando esta aplicación se pudieron reportar varias infracciones que presentaban los conductores que daban este servicio, además que los procesos para elegir a estos no son los más óptimos.

Por otro lado, el portal web “Justicia” (2021) por esto se deben establecer y cumplir cada proceso para que los servicios de drives sean seguros y cómodos para los clientes, así como también deben cumplir las regulaciones que determina la ley.



***Posible Problema 3: Necesidad de consumir helados nutritivos hechos a base de verduras.***

El consumo per cápita de helados en el Perú es de 1.8 litros por año y viene aumentando grandemente los últimos años. Las personas en los últimos años, están adoptando por consumir alimentos que no tengan altos porcentajes de grasas o azúcar. (Dongo, 2023)

Actualmente, estos consumidores buscan alimentos ricos pero nutritivos, ya que, tienden a cuidar su aspecto físico, por otro lado, valoran las innovaciones que hay en el mercado para satisfacer la necesidad, es decir, productos que regulen su alimentación. (Sánchez, 2022)

***1.1.2 Criterios utilizados para la selección del problema o necesidad a resolver***

**Tabla 1**

*Criterios para la selección de la necesidad a resolver*

<b>Criterio</b>	<b>Mototaxi drive</b>	<b>Moto lineal drive</b>	<b>Helados de verduras</b>
<b>Interés</b>	5	4	3
<b>Factibilidad</b>	4	3	4
<b>-Vía Técnica</b>	3	3	3
<b>-Vía Econ</b>	5	2	3
<b>Impacto</b>	5	4	4
<b>Recordación de marca</b>	4	3	3

Nota. Elaboración propia

El presente proyecto, se enfocará en lo sucesivo hacia la necesidad de desarrollar un aplicativo de servicio de mototaxis accesible para satisfacer al sector C, dado que estás buscan un servicio accesible y seguro, empleando criterios de elección de la idea de negocio inspirados en la matriz de viabilidad de proyectos, con criterios de viabilidad técnica y económica, además de impacto; incluyendo las fuentes de información tanto primarias como secundarias existentes en el mercado que facilitan la asignación de la puntuación reflejada en escalas del 1 al 5.

### ***Descripción de la situación problemática relacionada***

En un ámbito internacional, Cargo (2023) indica que cada empresa que brinde el servicio de driver deben tener en cuenta 3 aspectos para colocar sus tarifas: costos variables (combustibles, lubricante, llantas, mantenimiento y servicios de estación), los costos fijos (garaje, rodamiento, impuestos, seguros, revisión técnico mecánica) y los costos de capital (recuperación de capital y rentabilidad). Por tanto, la empresa de mototaxis drive busca expandirse más allá de su mercado local o nacional para ofrecer servicios en varios países o ciudades en todo el mundo. Si está llega a tener la aceptación esperada de su público en sector c y d. Puede alcanzar estados cubriendo una necesidad y abarcando un mercado más grande del comienzo.

Además, las mototaxis son vehículos cómodos, frescos y económicos a diferencia del servicio de taxis que tienen un costo más elevado. Pero uno de los problemas más frecuentes de la ciudadanía es la imprudencia y falta de educación de los conductores de este transporte, ya que, muchos son informales y no hay una organización que regule estos protocolos y lo haga más accesible por intermedio de la tecnología, puesto que el principal medio donde adquieren servicios es vía internet. (Posos, 2020)

Por otro lado, en el ámbito nacional, Perú 21 (2018) señala que los delincuentes se aprovechan de los aplicativos de servicio de taxis para registrarse poder delinquir, ya que, estos no tienen procedimientos seguros para garantizar el bienestar de los pasajeros, además estas compañías no se hacen responsables por los incidentes que pueden pasar en los vehículos. Por eso, la seguridad de los pasajeros es una preocupación importante actualmente en el país ya que, la delincuencia está ganando en gobernar al estado, así es como la necesidad nacional de transportarse de manera segura sin que dicha empresa se aproveche de la situación y lucre más de lo debido o no les ofrezca seguridad a los pasajeros durante la toma del servicio.

Según Akhmataev (2023) la empresa de taxis “InDrive” tiene conocimiento sobre los factores inseguros que existe en su modelo de negocio, pero tratan de utilizar la tecnología para beneficiar y controlar a las personas en sus viajes. Por tanto, el servicio de MotoDrive puede estar sujeto a regulaciones de seguridad, que pueden incluir verificaciones de antecedentes de los conductores y requisitos seguros. Por ende, dicha organización puede extender a varias regiones del país sus servicios, trabajando duramente por posicionarse como seguro, confiable y económico.

Es necesario crear un proyecto de ley que se alinee con las actualizaciones tecnológicas para regular el registro virtual del transporte privado, así las autoridades puedan tener cierta conexión con estos servicios y sus protocolos sean más seguros. A partir de esto, el servicio de MotoDrive tendría un protocolo riguroso y minucioso para el registro de los choferes que deseen postular para brindarlo, podría desde un sistema de reconocimiento facial hasta su firma por daños y perjuicios durante sus viajes. (Ojeda, 2023)

En ese mismo sentido, en un ámbito local, una mujer al tomar un taxi por la aplicación Indriver fue secuestrada por el conductor, llevándola hasta su domicilio para abusar de ella, pero esta se lanza al vacío desde un quinto piso, así que aconseja a las mujeres no tomar estos servicios solas o en estado de ebriedad para salvaguardar su bienestar (Cabeza, 2023). Los ciudadanos han aumentado su desconfianza ante la inseguridad evidenciada en Chiclayo respecto a la toma de taxis, por la necesidad de adquirir un servicio de taxis de día o noche. El negocio propuesto tendría como base la confianza de los futuros clientes para tomar el servicio a un precio módico.

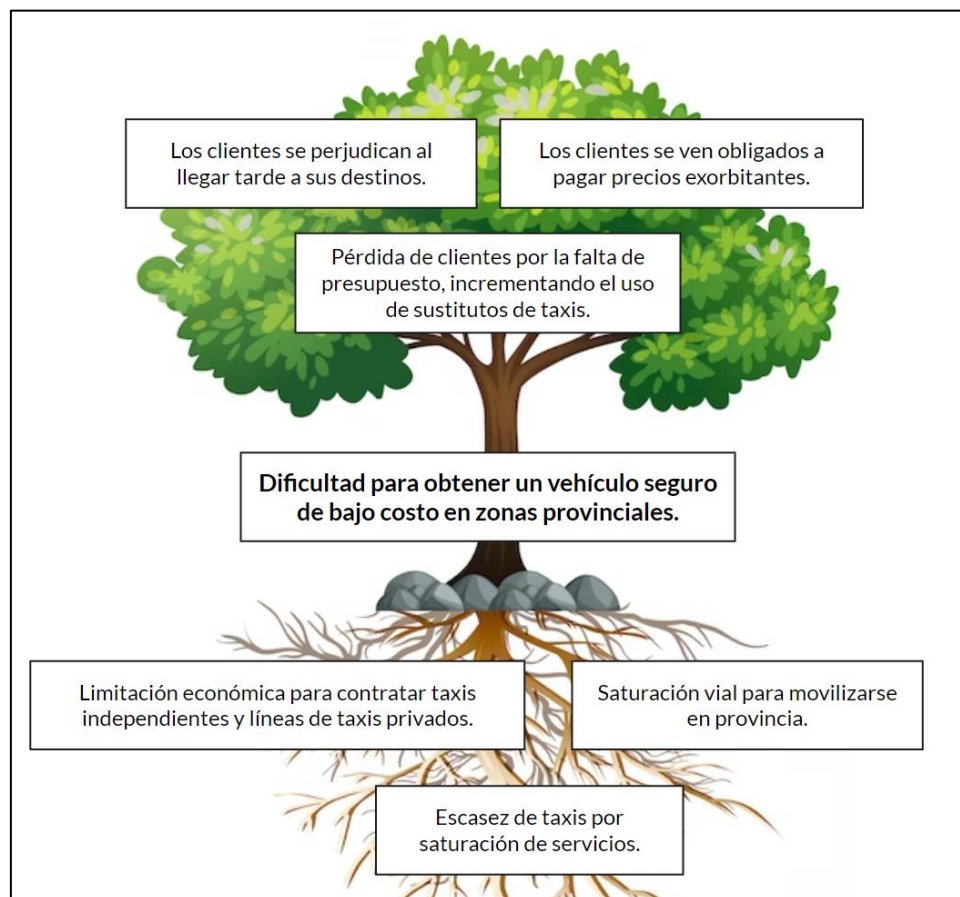
Según García (2022), señala que el alza de los pasajes en el servicio de taxi se debe al aumento del precio de combustible para a nivelar los gastos que generen las empresas. Si bien es cierto que el combustible subió de precio y por ende las tarifas de los transportistas hay empresas que se escudan en esta razón para incrementar demasiado sus precios en el servicio,

además de aprovecharse de la hora que lo tomen y la zona. Por ende, las personas que pertenecen al sector c y d evitan en tomar estos servicios, ya que, no lo pueden costear o los toman en muy pocas veces por eso se propone a MotoDrive para satisfacer la necesidad de dichas personas.

### 1.1.3 *Árbol de problemas*

**Figura 1**

*Árbol de Problemas para el servicio de MotoDrive*



Nota. Elaboración propia a partir de fuentes secundarias

## **1.2 Validación del problema**

### ***1.2.1 Hipótesis cliente problema***

Una persona entre 20 y 45 años de edad que vive en Chiclayo, Lambayeque; de nivel socio económico medio-bajo, le encanta salir a reuniones y fiestas con sus amigos, sufre por no contar con una oferta comercialmente accesible y segura de movilidad a precios bajos y negociables a altas horas de la noche. Por ende, no puede acompañar a sus amigos hasta el fin de la celebración u otros eventos, pues no encontrará movilidad disponible ni un tarifario acorde a sus presupuestos.

### ***1.2.2 Descripción de clientes para la aplicación de entrevista***

La población entrevistada será una alineada a personas entre 20 y 45 años de edad que viven en Chiclayo, Lambayeque, de nivel socio económico medio-bajo, con intereses en tener un servicio de transporte accesible, sin embargo, con un presupuesto limitado para movilizarse en taxis o conseguir vehículos privados, siendo estudiados mediante un formato de entrevista a profundidad en un muestreo por conveniencia, abordando preguntas cerradas y abiertas.

La muestra entrevistada por el lado de los conductores sería de un grupo diverso, desde jóvenes de 20 años que cursan sus estudios superiores hasta adultos de 50 años en busca de una salida laboral alternativa. Residentes de Chiclayo, Lambayeque mostrando un carácter dinámico y enérgico, además de poseer habilidades para el servicio al cliente y para la conducción en entorno urbanos. Garantizando una experiencia de viaje amena para los usuarios de la aplicación.

### ***1.2.3 Descripción de clientes para la aplicación de encuestas***

La población encuestada será alineada a personas entre 20 y 45 años de edad que viven en Chiclayo, Lambayeque, de nivel socio económico medio-bajo, con intereses en medios de transporte accesibles, manejando un presupuesto limitado para movilizarse, siendo estudiados bajo un formato de preguntas cerradas y abiertas en un muestreo probabilístico aleatorio simple.

### ***1.2.4 Elaboración del instrumento de validación***

#### ***a. Guía de entrevista a conductores***

##### ***Sobre el concepto del negocio***

1. ¿Qué piensas del concepto de un servicio de MotoDrive/mototaxis accesibles?
2. ¿Considerarías trabajar como conductor de MotoDrive? ¿Por qué sí o por qué no?
3. ¿Qué crees que diferenciaría a un servicio de MotoDrive de otros servicios de transporte?

##### ***Sobre la experiencia del conductor***

4. ¿Qué tipo de clientes sueles transportar (distancia corta/larga, frecuencia)?
5. ¿Cuál es tu opinión sobre las condiciones de trabajo actuales en la industria del transporte de mototaxis?

##### ***Sobre la tecnología y logística***

6. ¿Qué tan cómodo te sientes usando aplicaciones móviles para aceptar y gestionar servicios?
7. ¿Qué características crees que debería tener la aplicación de MotoDrive para facilitar tu trabajo?

*Sobre el mercado y los ingresos*

8. ¿Crees que hay una demanda suficiente en tu área para un servicio de MotoDrive?
9. ¿Cuáles son tus expectativas de ingresos trabajando como conductor de MotoDrive?

**b. Guía de entrevista a clientes.**

*Avalar la problemática detectada.*

1. ¿Consideras que las empresas de taxis aumentan demasiado sus tarifas de servicio?
2. ¿Qué aspectos de seguridad crees que son necesarios en un servicio de drive?
3. ¿Qué tipo de inconvenientes son más frecuentes el servicio de taxi drive?

*Avalar la solución (Producto o servicio).*

4. ¿Crees que el servicio de MotoDrive sea más económico?
5. ¿Qué aspectos positivos consideras que tendrá el servicio de MotoDrive?
6. ¿Qué prefieres un servicio de MotoDrive o Taxi Drive?

*Que tan positivo o negativo sería para la sociedad el proyecto de innovación propuesto.*

7. ¿Qué factores son esenciales para el servicio de MotoDrive?
8. ¿Te sentirías seguro en el servicio antes mencionado?
9. ¿Qué factor negativo visualizas dentro de este servicio?

**c. Cuestionario.**

*Interés*

1. En la escala del 1 al 5, donde 1 es “para nada interesado” y 5 “completamente interesado”, ¿Qué tan interesado estaría en usar un servicio de mototaxis seguro con un formato de negocio inspirados en InDrive?
2. En la escala del 1 al 5, donde 1 es “para nada interesado” y 5 “completamente interesado”, ¿Qué tan interesado estaría en que el aplicativo pueda desarrollarse en provincia para tener más alternativas de movilidad?

### ***Viabilidad técnica***

3. En la escala del 1 al 5, donde 1 es “para nada posible” y 5, “completamente posible”, ¿Qué tan posible es que se pueda conseguir información que permita sustentar un formato de negocio inspirado en InDrive?
4. En la escala del 1 al 5, donde 1 es “para nada posible” y 5, “completamente posible”, ¿Qué tan posible es que se pueda conseguir socios (moto taxistas) en zonas provinciales para el desarrollo del servicio?

### ***Viabilidad económica***

5. En la escala del 1 al 5, donde el 1 es “para nada viable” y el 5, “completamente viable”, ¿Qué tan viable sería el generar un método de ganancias a la moto taxistas, para que decidan unirse a la empresa para brindar sus servicios?
6. En la escala del 1 al 5, donde el 1 es “para nada viable” y el 5, “completamente viable”, ¿Qué tan viable sería el generar un formato de solvencia económica para subsistir en el mercado por más de 3 años?

### ***Impacto***

7. En la escala del 1 al 5, donde 1 es “sin impacto” y 5, “impacto en lo absoluto”, ¿Cree que el negocio de Mototaxi Drive genere mejores propuestas de precios en el mercado de servicios de movilización?



8. En la escala del 1 al 5, donde 1 es “sin impacto” y 5, “impacto en lo absoluto”, ¿Cree que el negocio de Mototaxi Drive constituya un antecedente para incentivar la formalidad en el sector de mototaxis?

***Criterio de confiabilidad***

9. En la escala del 1 al 5, ¿Qué tanta confianza te generaría el usar un aplicativo de mototaxis certificado y registrado legalmente, con un formato similar a InDrive?
10. En la escala del 1 al 5, ¿Qué tanto recomendarías la app para el servicio de mototaxis con un formato similar a InDrive?

***1.2.5 Análisis y descripción de resultados***

**1. Análisis y descripción de resultados de entrevista a conductores.**

***Conclusiones***

P1: El total de los entrevistados perciben a esta idea de negocio como una nueva oportunidad de mercado para formalizar el servicio y captar la atención de nuevos clientes a través del medio digital.

P2: En general, la disposición a trabajar como conductor de MotoDrive va a depender de factores como la estabilidad laboral, los ingresos potenciales que puedan generar al día y los beneficios que le ofrezca la app al usarlo como medio de captación de clientes.

P3: En su mayoría indican que se distinguiría por su accesibilidad, viabilidad en su interfaz y tarifas competitivas para diferenciar este servicio en un mercado competitivo, es decir, frente a otro aplicativo similar como son los taxis.

P4: Los conductores de mototaxis suelen transportar clientes en lugares céntricos tanto en distancias cortas como largas, lo que sugiere una demanda variada y la necesidad de flexibilidad en el servicio en cuanto a la franja horario para el posible cliente.

P5: Las opiniones sobre las condiciones de trabajo en esta industria de los mototaxis varían, ya que, hay diversos factores que impiden a los conductores realizar un buen trabajo como la informalidad y la inseguridad como principales oponentes.

P6: La mayoría de los conductores indican que es importante una interfaz viable e intuitiva de usar para familiarizarse de manera rápido con la plataforma y puedan laborar sin inconvenientes.

P7: Las características que los conductores consideran importantes en una aplicación de MotoDrive incluyen la navegación integrada, la opción de pago en línea, la disponibilidad de servicios de ayuda en carretera y la capacidad de gestionar la disponibilidad y los precios.

P8: El total de los entrevistados perciben que la demanda para este servicio es extensa puesto que las personas buscan transportarse de manera accesible y rápido sin la necesidad de ir a esperar un transporte a las calles.

P9: Las expectativas de ingresos de los conductores para este servicio varía desde los S/80 a S/100 diarios para considerarlo como una aplicación rentable para ellos, ya que, es lo que comúnmente ganan trabajando sin aplicativos móviles.

## **2. Análisis y descripción de resultados de entrevista a clientes.**

### *Conclusiones.*

P1: En su totalidad, los entrevistados señalaron que los servicios de taxis aumentan demasiado sus tarifas en el servicio brindado.

P2: Se concluye que los entrevistados consideran importante los procesos de reclutamiento que ejecuten para contratar al personal a cargo de dar el servicio, además de tener todo formalizado y los documentos en reglas de tránsito.

P3: Se deduce que los inconvenientes más frecuentes del servicio de taxi son los robos, secuestros o dopajes que hay durante el viaje, según los entrevistados.

P4: Según los entrevistados, el servicio de MotoDrive sería más económico que el servicio de taxis.

P5: Los entrevistados consideran que el servicio de MotoDrive sería más rentable para los clientes e innovador para el sector Lambayecano.

P6: Las 3 personas entrevistadas señalaron que preferirían el servicio de MotoDrive si este se llegará a ejecutar en Lambayeque-Chiclayo.

P7: Todos los entrevistados señalan que los protocolos de seguridad, la elección del personal y la innovación que ejecuten serían esenciales para el buen funcionamiento de este servicio brindándoles confianza a los clientes de tomar el servicio.

P8: En síntesis, las personas entrevistadas se sentirían seguros al tomar el servicio si se cumple con lo antes mencionado.

P9: La mayoría de los entrevistados señalan que el punto en contra del servicio sería la cantidad de personas que caben en un mototaxi.

### 3. Análisis y descripción de la encuesta

#### Interés por el servicio.

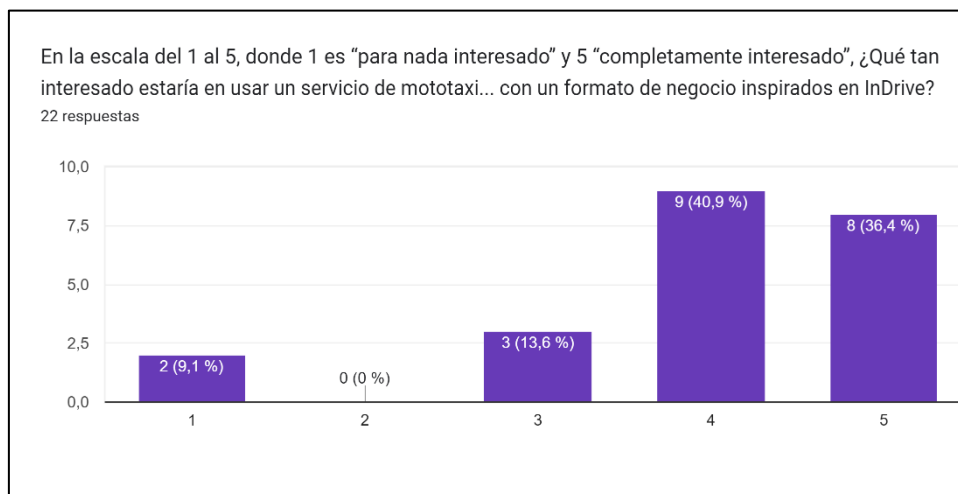
**Figura 2**  
Base de datos obtenida mediante cuestionario

	B	C	D	E	F	G	H	I
1	¿Vives en Lambayeque,	¿Tienes entre 18 y 28 años	En la escala del 1 al 5, d	En la escala del 1 al 5, d	En la escala del 1 al 5, d	En la escala del 1 al 5, d	En la escala del 1 al 5, d	En la escala del 1 al 5, d
2	Si	Si	5	5	5	5	5	5
3	Si	Si	4	5	4	4	3	3
4	No							
5	Si	Si	3	4	3	5	4	4
6	Si	Si	4	5	5	5	5	5
7	Si	Si	4	4	4	4	4	4
8	Si	Si	5	5	3	3	4	2
9	No							
10	Si	Si	1	1	3	1	1	5
11	Si	Si	5	5	5	4	5	5
12	Si	Si	4	4	4	4	4	4
13	Si	Si	5	5	2	2	4	4
14	Si	Si	3	3	3	3	3	3
15	Si	Si	4	4	4	4	4	3
16	Si	Si	4	4	2	4	4	4

Nota. Obtenida de cuestionario aplicado en Google Forms, elaboración propia

**Figura 3**

Nivel de interés en uso de un aplicativo de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú



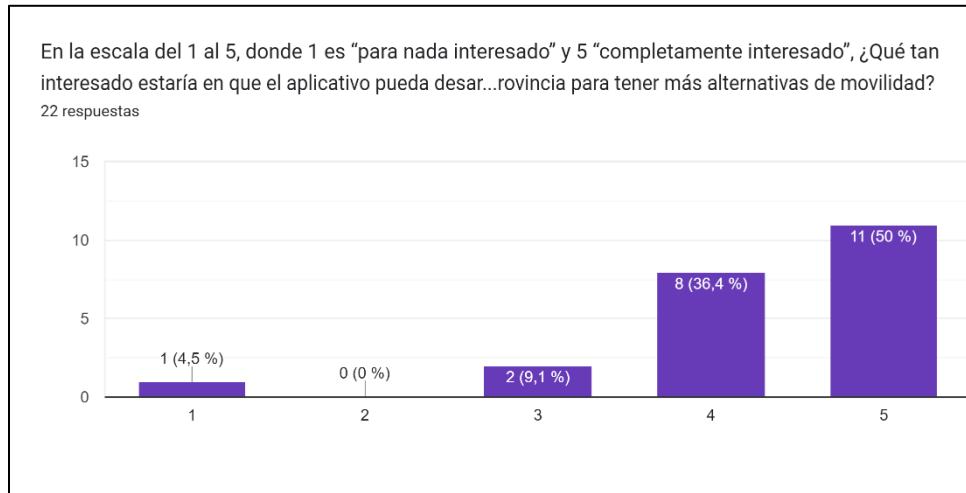
Nota. Gráfica obtenida de “Forms” de Google, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico de la pregunta 1 se obtuvo que un 77.3% de la población encuestada estaría entre bastante interesado y completamente interesado en

usar un servicio de mototaxis privadas con un formato de operaciones similar a InDrive en Chiclayo, Lambayeque, Perú.

**Figura 4**

*Nivel de interés respecto a la implementación de alternativas de movilidad en Lambayeque, Chiclayo, Perú.*



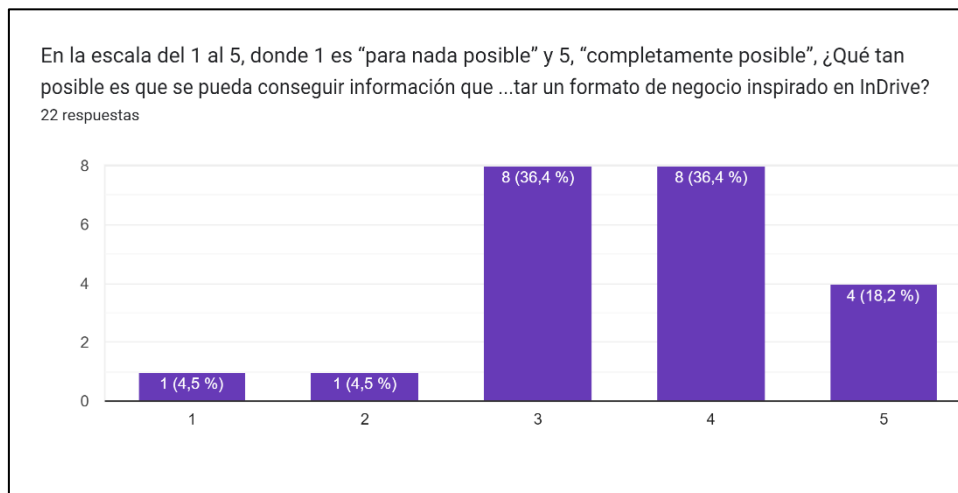
Nota. Gráfica obtenida de "Forms" de Google, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico de la pregunta 2 respecto al nivel de interés en alternativas de movilidad arroja que un promedio de 86.4% de la población encuestada está bastante interesado y completamente interesado en desarrollar nuevas alternativas de movilidad, mediante el uso de un aplicativo privado de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú.

### ***Viabilidad técnica del servicio.***

**Figura 5**

*Nivel de posibilidad de viabilidad técnica para el desarrollo del producto*

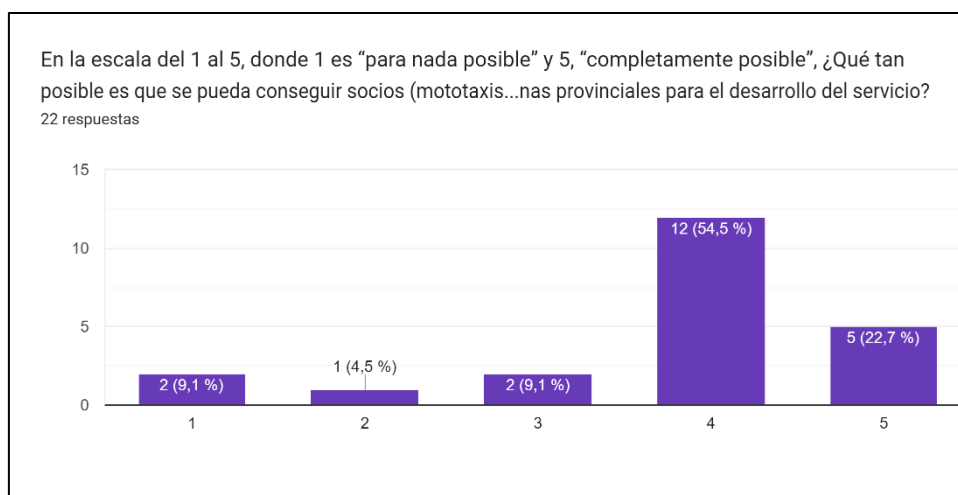


Nota. Gráfica obtenida de "Forms" de Google, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 03, la muestra encuestada (en un total de 72.8%) considera poco y bastante posible obtener información para respaldar la idea de negocio para la debida sustentación.

**Figura 6**

*Nivel de posibilidad de viabilidad técnica para el desarrollo de socios comerciales en la ejecución del servicio.*



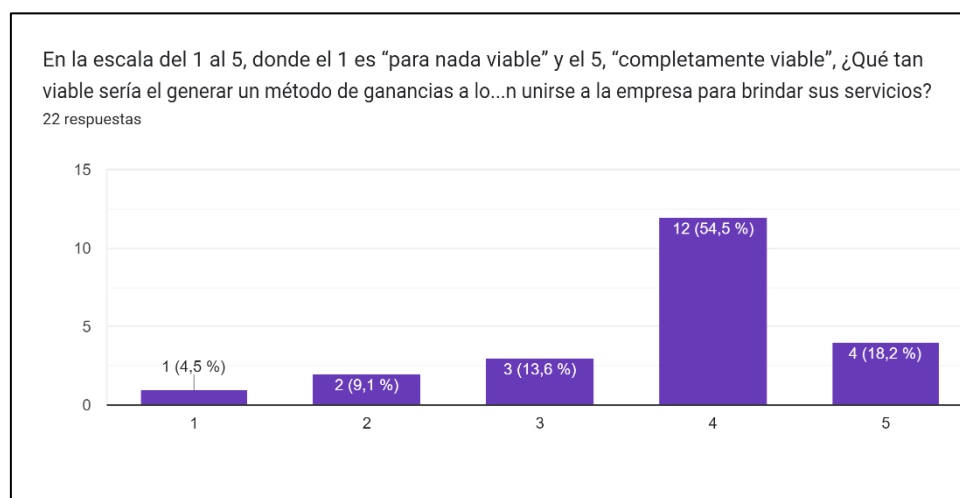
Nota. Gráfica obtenida de "Forms" de Google, recuperado de cuestionario aplicado

**Interpretación.** Como resultado del gráfico 04, un 54.5 % de la población considera probable conseguir socios comerciales para firmar, mientras que un 22.7 % asegura cumplir dicho objetivo.

### *Viabilidad económica del servicio*

#### **Figura 7**

*Grado de viabilidad de generación de un sistema de ganancias para los socios clave.*

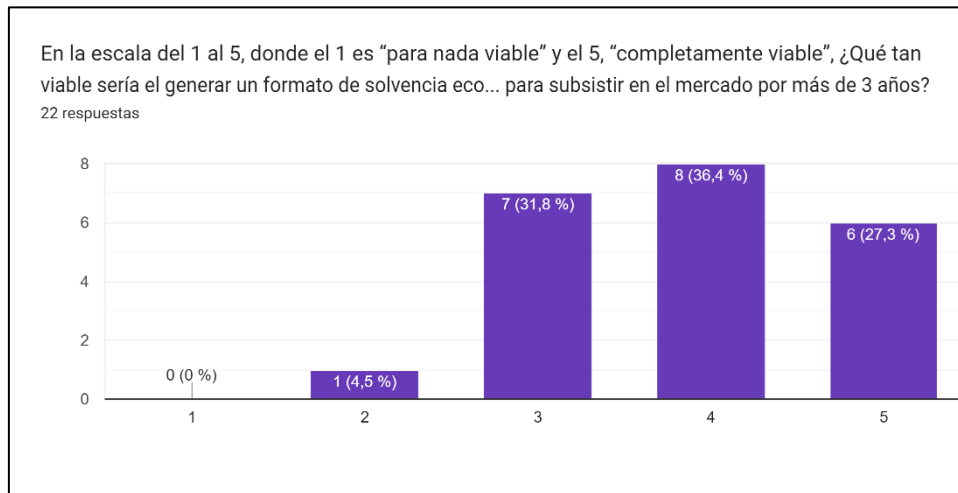


Nota. Gráfica obtenida de "Forms" de Google, recuperado de cuestionario aplicado

**Interpretación:** Como resultado del gráfico 05, un 54.5 % de la muestra encuestada considera viable desarrollar un formato de ingresos atractivo para los socios clave, para obtener una oferta importante en el sector.

## Figura 8

*Grado de viabilidad para el desarrollo de formatos de solvencia económica.*



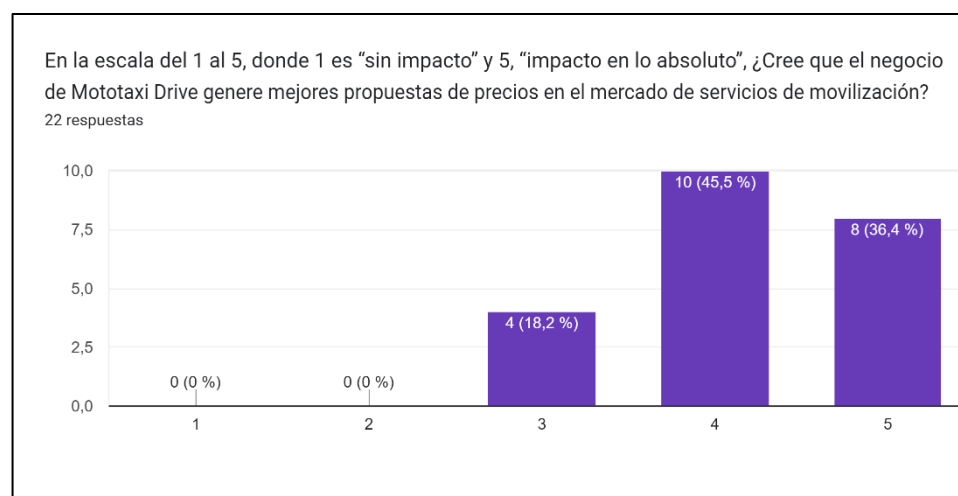
Nota. Gráfica obtenida de "Forms" de Google, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 06, un 36.4% de la muestra encuestada considera viabilidad para desarrollar formatos de solvencia económica en el mercado, para que se pueda subsistir en el mercado más de 3 años.

## *Impacto del servicio*

## Figura 9

*Nivel de impacto del servicio en cuanto a propuestas de precios para el consumidor frente a la competencia*



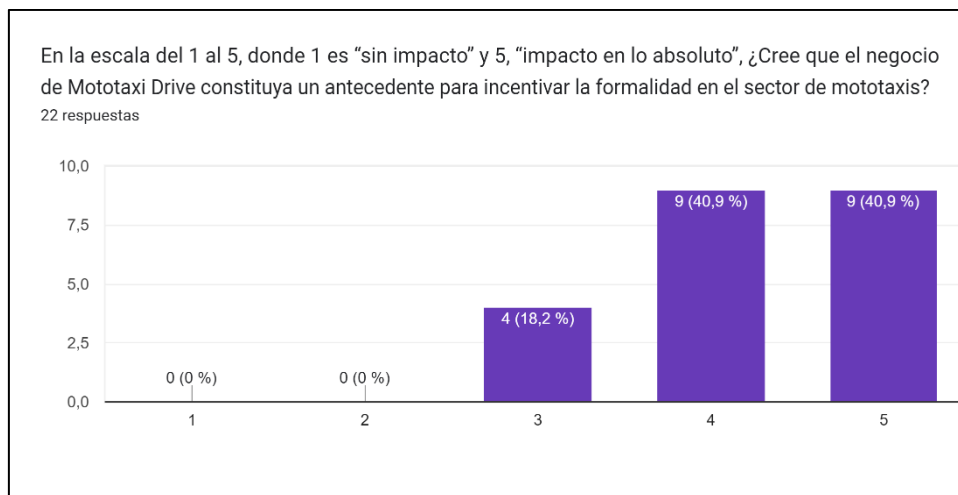
Nota. Gráfica obtenida de "Forms" de Google, recuperado de cuestionario aplicado



Interpretación: Como resultado del gráfico 07 es posible identificar que un 81.9% de la muestra encuestada considera que el nivel de impacto respecto a los precios del mercado será en beneficio para los consumidores de los mismos y el establecimiento de mayores beneficios a la clientela.

### Figura 10

*Nivel de impacto del servicio como incentivo potencializado de formalidad en el sector vehículos menores.*



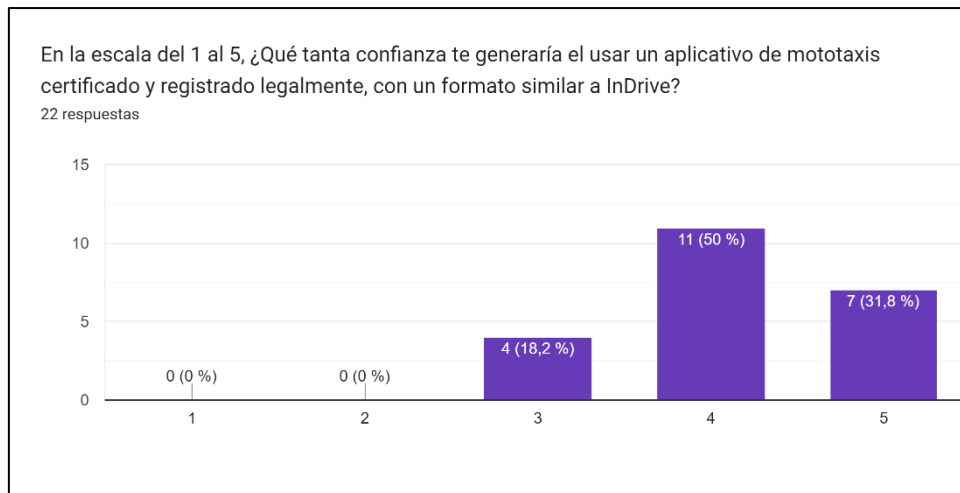
Nota. Gráfica obtenida de "Forms" de Google, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 08 es posible identificar que un 81.9% de la muestra encuestada considera que el impacto de la formalidad en el sector mototaxis tendrá desde bastante impacto a un impacto absoluto.

### *Criterio de confiabilidad*

### Figura 11

*Nivel de confiabilidad del aplicativo de mototaxis privadas.*

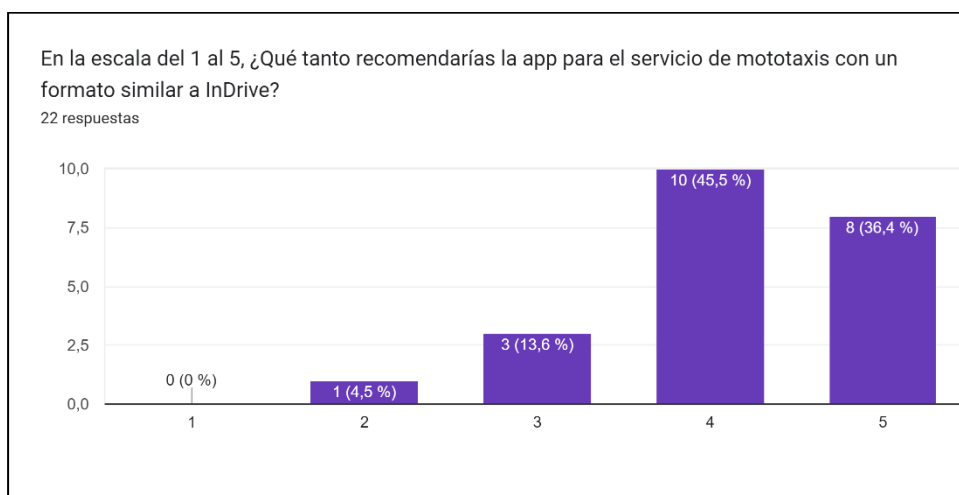


Nota. Gráfica obtenida de “Forms” de Google, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 09 es posible identificar un respaldo del 50% de la muestra encuestada respecto al nivel de confianza a generar por el uso de aplicativos privados y registrados legalmente para la ejecución de un servicio de mototaxis similar a InDrive.

## Figura 12

*Nivel de recomendación de la app de servicio de mototaxis.*



Nota. Gráfica obtenida de “Forms” de Google, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 10 se puede reconocer un respaldo en cuanto al nivel de recomendación de la app con un 81.9% de soporte según la demanda, demostrando que sería una app con un nivel de respaldo elevado de boca a boca.

### 1.3 Descripción del cliente

- **Aspectos demográficos.**
  - **Género:** Hombres y mujeres
  - **Edad:** 20-45 años
  - **Ocupación:** trabajadores independientes
  - **Nivel de instrucción:** secundaria completa
  - **Estado civil:** solteros o casados
  - **Ciudad:** Chiclayo
  - **Rango salarial:** 1,025 PEN – 1,500 PEN
  
- **Comportamiento de compra.**
  - Tiene tiempo de investigación moderado para comprar un producto o servicio.
  - Compra pocos artículos a la vez.
  - De preferencia suele utilizar un cupón de descuento al hacer una compra.
  - Se frecuencia de compra es baja-media.
  - En la toma del servicio de forma mensual podría gastar menos de S/. 100.
  - Espera ofertas para comprar algún producto o servicio.
  
- **Motivaciones.**
  - Poder sacar a su familia adelante, de forma que puedas solventar su economía.

(Quispe, M, 2021)

- Alcanzar la independencia financiera, sin embargo, cuentan con deudas en el banco, que le perjudican el objetivo.
- Poder tener un porcentaje de sus ingresos en una cuenta ahorros, de forma que sea posible garantizar su tranquilidad en el proceso.
- ***Necesidades.***
  - ***Necesidades básicas:*** tener un hogar establecido y dinero para el día a día.
  - ***Necesidades de seguridad:*** tener un lugar libre de riesgos y peligros.
  - ***Necesidades de inclusión:*** tener un trabajo y un círculo social que le permita poder desarrollarse una identidad.
  - ***Necesidades de interacción:*** poder hacerse de una identidad en el trabajo y en el ámbito social, de forma que sea reconocido, respetado y considerado con los demás.

## Capítulo II

### Diseño del producto o servicio innovador

#### 2.1 Aplicación de la metodología Design Thinking

##### A. *Empatizar*

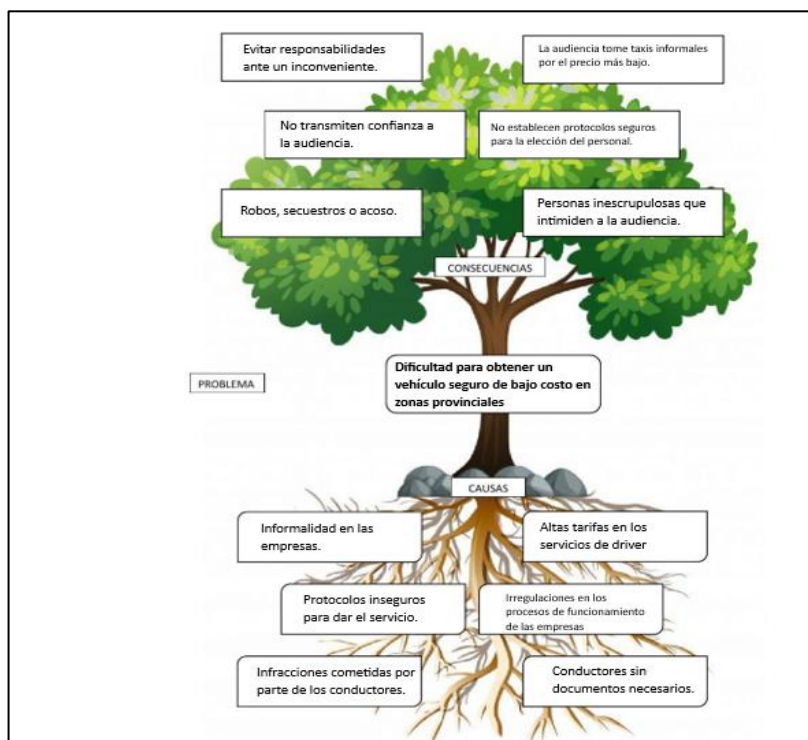
Se consideró la herramienta de la entrevista de la que obtuvo que la principal necesidad del público al que nos dirigen es la seguridad al transportarse, desean un servicio de calidad económico (con una aceptación del 100% de la muestra entrevistada), accesible (con una tasa de aceptación del 67%) y confiable. Además, buscan una forma rápida y conveniente de desplazarse de un lugar a otro, especialmente cuando se necesita llegar a un destino específico a un tiempo tolerante de llegada. Sobre todo, buscan que la empresa en donde se tome el servicio sea accesible, innovador y el personal brinde un buen servicio al cliente.

##### B. *Definir*

En base a la información recolectada de la entrevista “El Árbol de Problemas” realizado se pudo definir que los principales problemas que presentan las personas al que nos estamos enfocando son: la inseguridad, economía y la confianza, en base a ello el servicio de MotoDrive se enfocará en satisfacer estas necesidades que presentan, desarrollando un servicio que brinde seguridad cumpliendo ciertos protocolos, que sea económico según el sector C y D esté dispuesto a pagar y que sus colaboradores inspiren confianza al momento de ejecutar dicho servicio, así los clientes estarán conformes y podrían recomendarlo a sus allegados.

#### **Figura 13**

*Árbol de problemas para la aceptación del servicio de MotoDrive*



Nota. Elaboración propia, elaborado en base a la técnica de la entrevista

### C. Idear

En la etapa de ideación para el desarrollo del servicio de MotoDrive, se ha seleccionado el método SCAMPER como un formato de ideación cruzado, por el que se busca prestar atención a detalles y cuestiones meramente resolutivas para el desarrollo del aplicativo, presentando a continuación los criterios de análisis mediante el método SCAMPER.

#### ***Método SCAMPER.***

**Sustituir:** Podría sustituirse los horarios de operaciones de forma que no haya un lapso específico de trabajo sino el que esté apto para la disponibilidad de la moto taxistas.

Mientras continúa El progreso de la devolución tecnológica podría reemplazarse el personal operativo por mototaxis autónomas.

**Combinar:** podría combinarse el perfil de moto taxista que el cliente quiere a fin de adecuarlo a su estilo de vida y comportamiento para garantizar la satisfacción en el viaje del consumidor. Finalmente podría combinarse la implementación de GPS con la inteligencia artificial de forma que se optimicen los tiempos la llegada y la previsión de tráfico en cada zona.

**Adaptar:** En la medida del desarrollo de la adaptación se consideraría incorporar tarifas especiales por servicios prolongados es decir en caso hayan más de tres carreras que signifiquen un monto valioso de dinero podría renegociarse la tarifa total para generar lo que son ahorro al cliente.

**Modificar:** Incorporar una nube de datos para la geolocalización por GPS de forma que la última ubicación del cliente desde la que tomó el aplicativo queda registrado y sea cuestión de confirmar el uso de dicha dirección o no.

**Proponer:** Desarrollar una tarjeta de canje según la cantidad de servicios brindados para que a mayor servicio se le dé mayor beneficio al cliente en una cartera de diferentes opciones, ya sea por viajes interprovinciales viajes provinciales o tarifas de descuento o conductores mejor calificados.

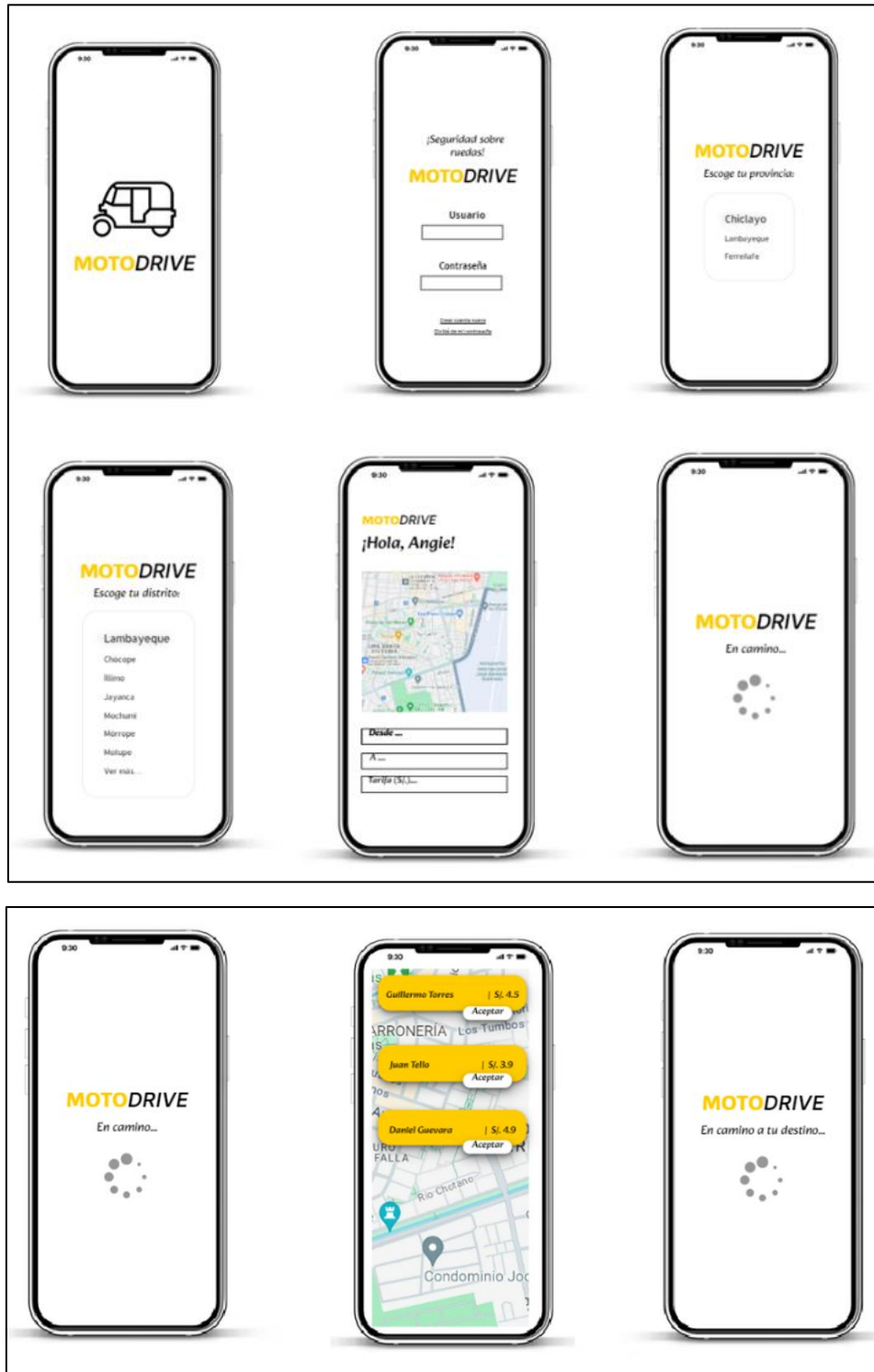
**Eliminar:** Eliminar la inscripción basada en correo electrónico o creación de nuevo usuario, en su lugar, se generaría una inscripción basada en documento de identidad para la validación total de la información.

**Reordenar:** Se reordenaría el formato de prueba de moto drive para que el cliente pueda experimentar con todos los puntos de contacto con el producto y, al final, recién realizar su inscripción al programa y su membresía.

## D. Prototipar.

**Figura 14**

*Prototipo del servicio de MotoDrive*



Nota. Elaboración propia a partir del modelador Framer



## E. Testear.

Para evaluar la aceptación del servicio de MotoDrive se extrajeron resultados de la encuesta realizada al público potencial, se obtuvieron los siguientes datos.

### Interés y aceptación por el servicio

**Figura 15**

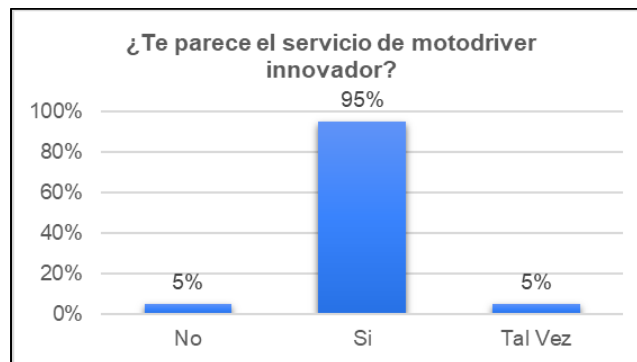
Base de datos obtenida mediante cuestionario.

CUESTIONARIO DE SERVICIO DE MOTODRIVER (Respuestas)								
A	B	C	D	E	F	G	H	
1	Marca temporal	¿Vives en Lambayeque?	Tienes entre 18 y 28 años?	¿Te parece el servicio de MotoDrive?	¿Tomarías el servicio de MotoDrive?	En la escala del 1 al 5, ¿cómo lo calificarías?	¿Consideras que sería un buen servicio?	¿Qué factores cruciales consideras para la aceptación del servicio?
2	4/12/2023 5:14:23	Si	Si	Si	Si	4	Si	Transparencia, seguridad
3	4/12/2023 10:47:32	Si	Si	Tal vez	Si	3	Si	Protocolos de selección
4	4/12/2023 11:27:56	Si	Si	Si	Si	5	Tal vez	Transparencia, seguridad
5	4/12/2023 11:38:18	Si	Si	Si	No	1	Tal vez	Protocolos de selección
6	4/12/2023 14:28:10	Si	Si	Si	Si	4	Si	Transparencia, seguridad
7	4/12/2023 21:35:29	Si	No					
8	4/12/2023 21:40:34	Si	Si	Si	Si	4	Si	Protocolos de selección
9	4/12/2023 21:40:48	Si	Si	Si	Si	4	Si	Protocolos de selección
10	4/12/2023 21:44:56	Si	Si	Tal vez	Tal vez	3	Tal vez	Transparencia, seguridad
11	4/12/2023 21:45:45	Si	Si	No	No	1	Tal vez	Protocolos de selección
12	4/12/2023 22:17:24	Si	Si	Si	Si	5	Tal vez	Protocolos de selección
13	4/12/2023 23:32:59	Si	Si	Si	Si	4	Si	Protocolos de selección
14	5/12/2023 0:50:29	Si	Si	Si	Tal vez	4	Tal vez	Elegancia, precio y forma
15	5/12/2023 0:51:03	Si	Si	Si	Tal vez	1	Tal vez	Elegancia, precio y forma
16	5/12/2023 0:53:10	Si	Si	Si	Si	5	Si	Transparencia, seguridad

**Fuente:** Obtenida de cuestionario aplicado vía Google Forms.

**Figura 16**

*Innovación del servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

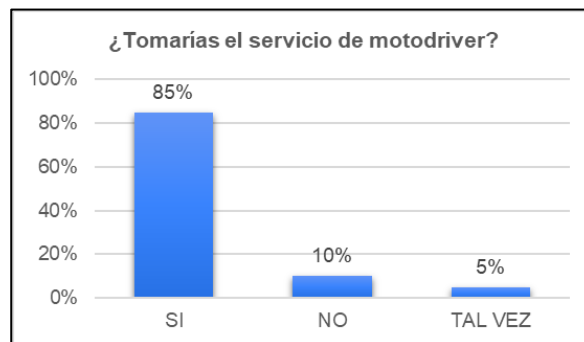


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: El 95 % de la muestra encuestada considera que el servicio propuesto si es innovador en el mercado Chiclayo, Lambayeque, ya que no hay un servicio existente con esa metodología para la audiencia.

### Figura 17

*Nivel de aceptación para tomar el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

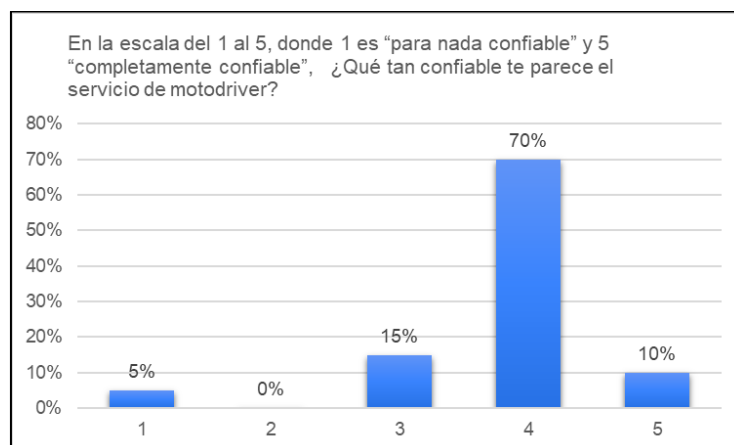


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: En el gráfico 02 se dedujo que el 85 % de la muestra encuestada si tomase el servicio en Lambayeque usando el aplicativo a disposición del público si es que lo introdujeran al mercado.

### Figura 18

*Nivel de confiabilidad respecto al servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

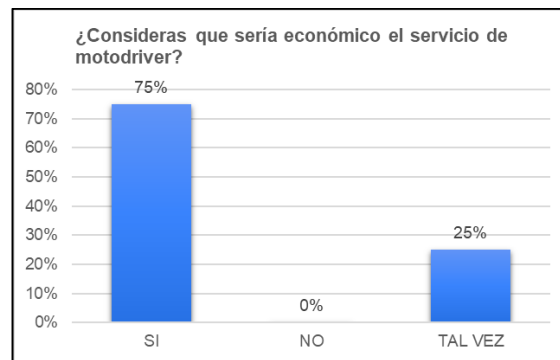


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 03 de la escala propuesta, respecto que tan confiable les parecía el servicio de MotoDrive, el 70% de la muestra encuestada si les parece confiable el sistema que se planea implementar para el funcionamiento de dicho servicio en el mercado de Chiclayo, Lambayeque.

### Figura 19

*Perspectiva económica para tomar el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

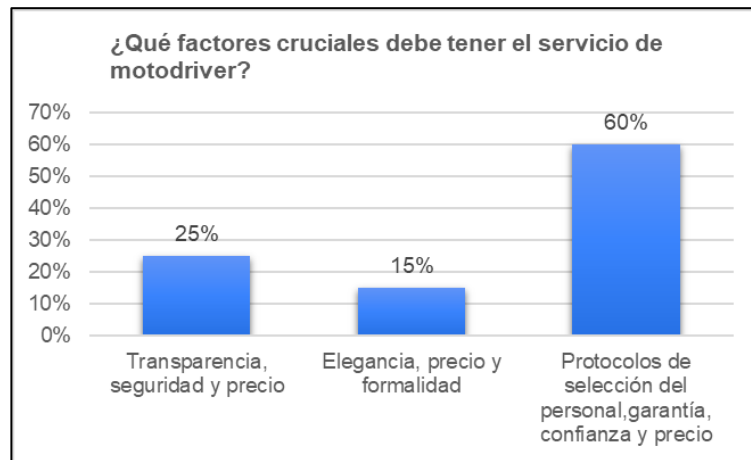


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 04 se obtuvo como resultado final que el 75% de la muestra encuestada considera que el servicio de MotoDrive sería económico para la población a la que está dirigiendo de la ciudad de Chiclayo, Lambayeque.

## Figura 20

*Factores principales que debe tener el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

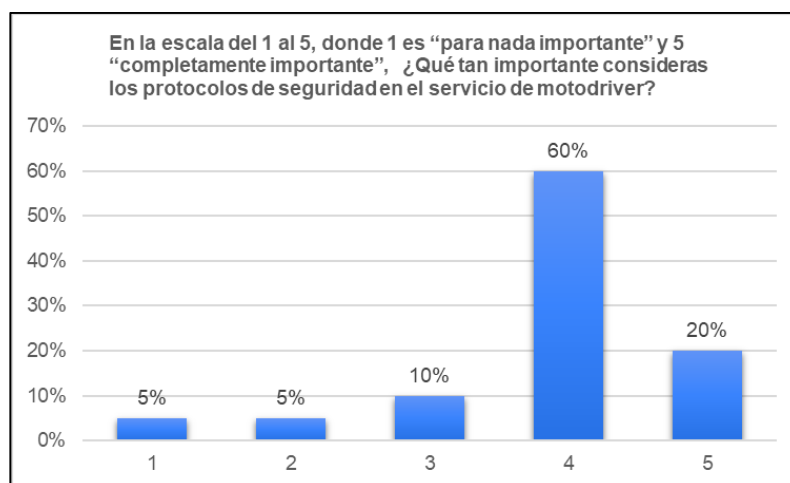


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 05 se rescata que el 60% de la muestra encuestada considera que los principales factores que debe tener el servicio de MotoDrive son los protocolos que se debe implementar en la selección del personal, garantía, confianza y el precio para que los termine de convencer de tomar dicho servicio.

## Figura 21

*Importancia de los protocolos de seguridad en el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

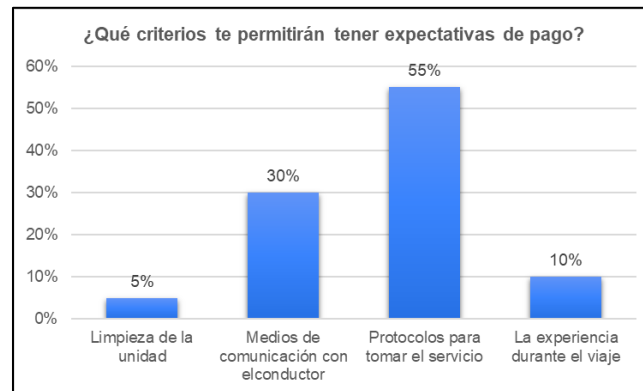


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 06 respecto a la importancia de los protocolos que deben proponer en la seguridad en el servicio de MotoDrive, se concluye que el 60% de la muestra encuestada considera que son vitales los protocolos antes mencionados para la implementación de dicho servicio, esto determinará la calificación que le pondrán la audiencia en la toma del driver.

## Figura 22

*Criterios para definir el precio en el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

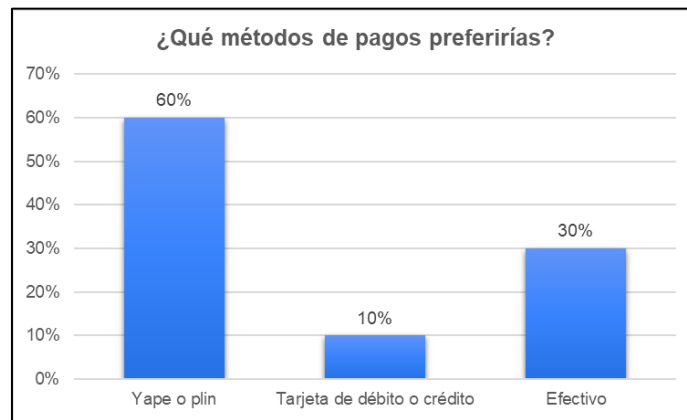


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 07, se obtuvo que el 55 % de la muestra encuestada, considera que los criterios para determinar precio-calidad son los protocolos empleados para tomar el servicio, desde que el cliente lo contacta por el aplicativo hasta que se termina el servicio tomado.

### Figura 23

*Métodos de pago para el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

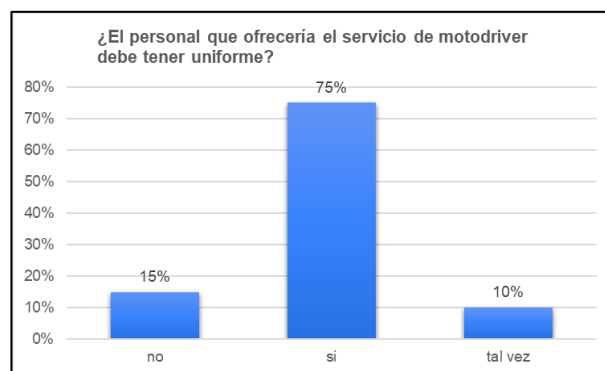


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 08 se identificó que el 60% de la muestra encuestada prefiere yape o plin como método de pago para tomar el servicio de MotoDrive, puesto que es más accesible y rápido para la audiencia.

### Figura 24

*El personal debería tener uniforme para el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*

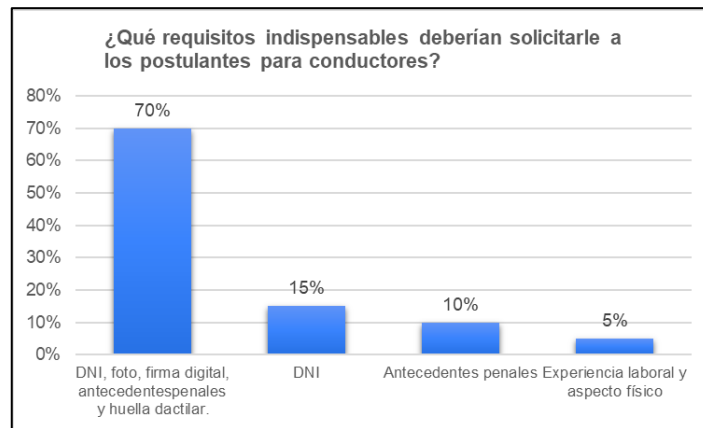


Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: Como resultado del gráfico 09 se concluye que el 75% de la muestra encuestada considera que el personal que pondrá a disposición el servicio de MotoDrive debe tener uniforme para que el servicio sea más formal.

## Figura 25

*Criterios para definir el precio en el servicio de mototaxis privadas en Chiclayo, Lambayeque, Perú*



Nota. Elaboración propia basada en Excel, recuperado de cuestionario aplicado

Interpretación: El 70% de la muestra encuestada indica que los requisitos indispensables para solicitarle a los colaboradores durante su postulación son su DNI, foto, firma digital, antecedentes penales y huella digital para garantizar la seguridad de los clientes durante la toma del servicio.

## 2.2 Características del producto o servicio Innovador validado

### a) *Características especiales y atributos*

- Los usuarios y los conductores acceden al servicio a través de una aplicación móvil. (Play Store, iStore, Huawei Store, entre otros)
- La aplicación será accesible y fácil de usar. (64 Mb para instalar aplicativo, con actualizaciones posterior en 15 Mb cada una)
- El proceso de registro será deducible para facilitar el proceso. (Loggeo y creación de cuenta a base de perfiles de Facebook, Google o correo personal)
- Perfiles detallados de los conductores sobre el mototaxi, la licencia, DNI, calificación del conductor, foto e imagen de la placa. (Con validación de título de propiedad en

SUNARP, constancia legal de vehículo tercerizado, de ser el caso; licencia de conducir vigente y legal)

- Métodos de pagos seguros dentro de la aplicación como VISA, MasterCard, Yape, entre otros.
- Proporcionar un sistema de transporte al cliente mediante la aplicación sin inconvenientes, dudas o quejas, mediante portales de transparencia y/o portales de denuncia por situaciones de acoso.
- Proceso de verificación de antecedentes penales y licencias (papeletas) para garantizar que el conductor sea el ideal para ofrecer el servicio (constancia de no multas según el SAT, incluyendo documento certijoven, de ser el caso)
- Los usuarios pueden programar los viajes en la hora que deseen.

#### ***b) Imagen de prestigio***

Profesional, confiable y segura, es decir con la eficiencia de la entrega de servicios, la puntualidad, la amabilidad del personal a cargo y las medidas que se tomen para verificar que el conductor es el adecuado, además de realizar un seguimiento en cada viaje para evaluar la experiencia del usuario.

#### ***c) Marca***

##### ***Nombre.***

“MotoDrive” (palabra resultante de la unión entre las palabras “Moto” de mototaxi, y “drive” de manejo, por ende, al generar el nombre “MotoDrive”, refiere a un servicio de manejo de mototaxis, siendo los conductores los “motodivers”.)



### ***Tipo de letra.***

1. “Moto”: ADLam Display – Sans Serif
2. “Drive”: Semibold Italic – Sans Serif cursive

### ***Logotipo.***

#### **Figura 26**

Logotipo del servicio de MotoDrive



Fuente: Elaboración propia

#### **d) Calidad y seguridad**

Se utilizará mototaxis modernas y cómodas para una experiencia amena en cada viaje del cliente, además de aportar otros valores como la música (lo podrían poner ellos mismos por medio del aplicativo). El cliente podrá pulsar una opción que lo comunique inmediatamente con el departamento policial para reportar algún conflicto que lo haga sentir en peligro, y respaldarlos en cada toma de servicio ante un inconveniente que suceda a través del aplicativo.

#### **e) Empaque y etiquetado**

- ***Empaque***

- Distribución: Play Store, iStore, Huawei Store
- Peso: 64 MB
- Peso de actualización: Desde 15 MB
- ***Etiquetado***
  - “MotoDrive. Seguridad a tres ruedas”

#### **f) Garantía**

MotoDrive presentará dentro de sus bases de datos el registro legal de sus colaboradores, de forma tal que, al prestar un servicio, de tener clientes expuestos a situaciones de acoso o situaciones de riesgo (El Comercio, 2020), estos tengan la capacidad de realizar un reporte, de forma que se reevalúe cobrarles el transporte.

Tras no recibir respuestas ante la aceptación de un servicio o la propuesta de uno en particular, el cliente podrá manejar cartera de driver con mejor rendimiento para un contacto manual dentro del aplicativo.

Al momento de adquirir el servicio, el sistema le mostrará al cliente un rendimiento en cuanto a número de accidentes, inmediatez de atención y capacidad de manejo, de forma que los motodivers se vean obligados a cuidar estándares clave a nivel vial. (Chan, Zi & Hung, V & Kallmyer, F, 2022)

#### **g) Servicio Postventa**

MotoDrive ofertaría servicios de mototaxis VIP y “rutas agendadas” previamente pagadas, de forma tal que los clientes que deseen dejar cancelada alguna ruta para una fecha en particular tendrán acceso a los mejores drivers para dicha función.

La gestión de quejas y reclamos que se encargaría postventa tendrían 7 días para realizarse, de forma que el área tenga tiempo suficiente para recopilar información sobre esa fecha y tener la tranquilidad de resolverlo oportunamente.

El área de postventa analizaría las encuestas de satisfacción de los clientes para confirmar el rendimiento del servicio en el punto de venta físico.

Además, el área de postventa se encargaría de extender información publicitaria a los clientes inscritos en las bases de datos, para que la experiencia del cliente se vea incrementada y satisfecha.

## Capítulo III

### Elaboración del modelo de negocio

#### 3.1 Definición de la propuesta de valor del negocio

Servicio de transporte eficiente, rápido y seguro, disponible las 24 horas del día con precios accesibles de acuerdo al mercado que se está enfocando y con el personal totalmente capacitado brindando comodidad a los clientes.

**Figura 27**

*Lienzo de propuesta de valor para la empresa “MotoDrive” al 2024.*



Nota. Elaboración propia, recuperado de cuestionario aplicado.

Se pudo definir la propuesta de valor mediante el lienzo para conocer los puntos más importantes del cliente potencial e identificar las necesidades que se debe satisfacer para que el servicio de Motodriver les parezca atractivo y sea aceptado en el mercado. A partir de ello, la propuesta de valor para los clientes sería ofrecer un aplicativo innovador que oferte un

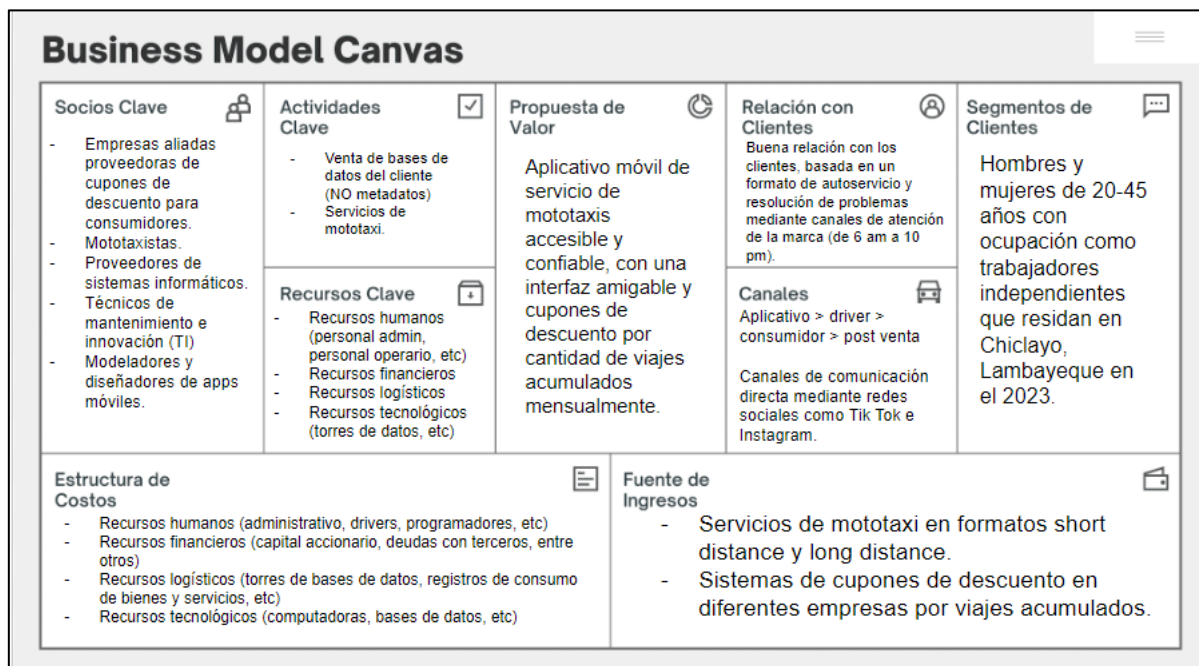
servicio de MotoDrive de manera accesible y confiable con una interfaz amigable para captar nuevos clientes interesados en obtener un medio de transporte al instante.

### 3.2 Elaboración del lienzo de modelo de negocio

La contribución del Lienzo de modelo de negocio es esencial para MotoDrive al punto que le permite identificar todas las variables de operación que garantizarán el funcionamiento del negocio, de la misma forma que se complementa a la propuesta de valor en la búsqueda de satisfacer las necesidades de sus usuarios.

**Figura 28**

Lienzo de modelo de negocio para la empresa “MotoDrive” al 2024.



Fuente: Elaboración propia, recuperado de cuestionario aplicado.

### 3.3 Descripción del prototipo de lanzamiento

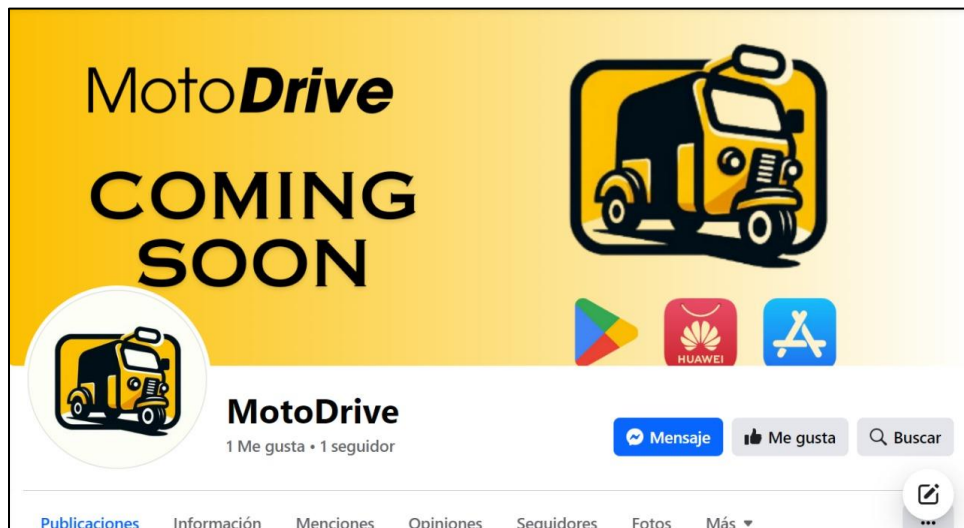
**Campaña de introducción al mercado para el Aplicativo: “MotoDrive”**

**Eslogan:** “Viaja rápido y seguro haciendo un solo click”

**Objetivo de la Campaña:** Introducir al mercado el servicio de MotoDrive como la opción más conveniente, segura y eficiente para los desplazamientos en mototaxi, destacando la accesibilidad, la velocidad y la calidad del servicio para el público C y D de Lambayeque.

### Figura 29

Presentación de “MotoDrive” adaptado a Facebook al 2024.



Nota. Elaboración propia, diseñado a partir de información interna.

## Estrategias de Marketing

### Lanzamiento Exclusivo:

- Crear expectación antes del lanzamiento con teasers en redes sociales y anuncios de intriga (ads en Facebook y Tik Tok, con cronogramas de 6 post al mes en ambas redes y 4 reels mensuales)
- Ofrecer un período de promociones exclusivas para los primeros usuarios registrados, brindándoles beneficios como tarifas promocionales o descuentos. (del 40 al 60% de descuento en la primera carrera y/o viajes acumulados, es decir, más de 1 viaje en una misma carrera)

### Prueba Gratuita:

- Ofrecer una primera carrera gratuita para nuevos usuarios.
- Implementar un programa de referidos donde tanto el referente como el referido obtengan beneficios adicionales puede ser un descuento del 10% por cada referido.

### Figura 30

*Campaña de lanzamiento y prueba gratuita para “MotoDrive” en el 2024.*



Nota. Elaboración propia, diseñado a partir de información interna.

### Campaña de Sensibilización

- Educar al público sobre los beneficios de los mototaxis, resaltando la rapidez y lo barato que sería en comparación con otros medios de transporte.
- Destacar las medidas de seguridad implementadas en MotoDrive, como la verificación de antecedentes del conductor y la accesibilidad del viaje.

### Figura 31

Campaña sensibilización para “MotoDrive” en el 2024.



Fuente: Elaboración propia, diseñado a partir de información interna.

#### Campaña en Redes Sociales:

- Utilizar plataformas como Instagram, Facebook y Tik Tok para compartir pequeños tramos de clientes felices durante el servicio o recomendaciones de los mismos destacando los atributos de MotoDrive.
- Publicar contenido interactivo, como encuestas mediante WhatsApp o en historias de las redes sociales para comprobar la satisfacción del servicio o medir la aceptación de los clientes potenciales

#### Publicidad en la Calle:



- Distribuir folletos informativos en áreas clave de la ciudad donde se encuentra nuestro público potencial.
- Participar en eventos por fechas importantes para promocionar el nuevo servicio que se brindará al mercado Lambayecano.

### **Figura 32**

Banner publicitario para “MotoDrive” en el 2024.



Fuente: Elaboración propia, diseñado a partir de información interna.

### **Programa de Fidelización:**

- Implementar un programa de lealtad que recompense a los usuarios frecuentes con viajes gratuitos o membresías VIP de forma tal que al llegar a 5, 10, 15, 20 y 30 viajes al mes, desbloqueen cupones de descuento tanto dentro de los servicios de MotoDrive, como de descuentos en productos de tiendas de consumo masivo.

**Feedback para mejoras constantes:**

- Establecer canales de comunicación directa con los usuarios para recibir feedback constante y realizar mejoras continuas en el servicio, luego de cada servicio brindado se le enviará al cliente una breve encuesta para que pueda calificar al conductor y su experiencia en el viaje.
- Responder rápidamente las críticas y sugerencias a través de la aplicación.
- Tener un servicio de soporte ante cualquier complicación que se presente en la ejecución del servicio.

## Capítulo IV

### Validación del Modelo de Negocio

#### 4.1 Aplicación de la Metodología Lean Startup

##### 4.1.1 Formulación de hipótesis

H1: El cliente acepta de manera significativa en un 90% el servicio de MotoDrive propuesto como solución para satisfacer su necesidad de encontrar un servicio de movilidad accesible, seguro y negociable.

Se acepta la hipótesis planteada dado que el cliente mostró conformidad total con la alternativa de solución brindada, en la mayoría se mostraba el problema de no encontrar una movilidad a precios bajos a altas horas de la noche, sobretodo que sea accesible y profesional, así que les pareció innovador el servicio de MotoDrive identificándolo como una solución al problema expuesto, dieron a conocer que sería el primer servicio de driver de mototaxis en la región de Lambayeque solucionando los inconvenientes al trasladarse en horario nocturno, mencionando inclusive que “confiaría en el servicio porque me permitiría acceder a rutas que un taxi no puede a un buen precio”.

##### 4.1.2 Identificación de los indicadores clave (KPI)

- **Tiempo de respuesta**

El tiempo que transcurre desde que un usuario interesado pide el servicio de MotoDrive hasta que aceptan su solicitud, así se podrá mejorar la experiencia del usuario asegurando que se cumplan los tiempos establecidos.

- **Tasa de cumplimiento de servicios**

El porcentaje de cumplimiento de servicios completados con la satisfacción del usuario entre el total de servicios realizados, se identificará la confiabilidad y la calidad en el servicio para poder monitorearlo de mejor forma.

- **Calificación del Motodriver**

La puntuación que recibirá cada conductor por el servicio brindado al cliente, de esta forma se permite evaluar al colaborador e identificar las fallas que pueda tener.

- **Tiempo de inactividad del Motodriver**

El periodo durante el cual el conductor no acepta servicios indicará si está cumpliendo con su labor de manera efectiva y una gestión adecuada del número de servicios.

- **Costo por servicio**

El costo que está dispuesto a pagar el cliente por una distancia específica, se mide el precio que debería ser el promedio durante el servicio. Además de evaluar la rentabilidad y eficiencia financiera del mismo.

- **Número de incidencias o reclamaciones**

El número de inconvenientes reportados por el cliente durante la toma del servicio nos permite determinar las áreas de mejora y calidad general, así como también medir la eficiencia y eficacia de cada colaborador.

- **Número de Seguidores en la Fan Page**

El incremento de seguidores en la página de Facebook podrá evidenciar si el servicio está obteniendo un posicionamiento y el público objetivo está reconociendo el servicio de MotoDrive así aumentando la visibilidad y alcance de la marca.

- **Costo por Adquisición (CPA) en Redes Sociales**

El costo por publicidad que se gastará por cada cliente potencial evaluará la eficiencia del gasto en campañas ADS en las redes sociales del servicio.

#### ***4.1.3. Definición de la técnica de experimentación e instrumentos de medición.***

En el presente trabajo las técnicas usadas para la recolección de datos fueron la entrevista y el cuestionario, así mismo contemplan como instrumentos correspondientes la guía de entrevista la cual estuvo compuesta de 9 preguntas abiertas con la finalidad de obtener respuestas que muestren la necesidad de los clientes, así como también su postura ante el problema expuesto inicialmente. De igual forma, se cuenta con el cuestionario como instrumento de recolección de datos cuantitativos con la finalidad de obtener porcentajes que permitan la elaboración de gráficos en donde se identificó la postura del cliente respecto a las características del servicio propuesto.

#### ***4.1.4. Ejecución de la técnica de experimentación.***

La aplicación de técnica de entrevista y la técnica de la encuesta fueron aplicadas a un segmento entre 20 – 45 años del departamento de Lambayeque, Distrito y Provincia Chiclayo, con un nivel socio económico medio bajo y con intereses en reuniones y fiestas con amistades, con el deseo de encontrar medio de transporte económico.

Por el lado de la entrevista, se tomó un muestreo por conveniencia alineado a los requisitos de entrevista anteriormente mencionados, entrevistando 3 personas, teniendo un promedio de 48 horas hábiles para transcribir la conversación realizada y ejecutar una tabla de conclusiones respecto a las posturas presentadas.

En ese mismo sentido, se realizaron 2 encuestas a lo largo del proyecto. Por un lado, un formulario de encuesta cuya finalidad fue identificar el grado de aceptación de la idea de negocio, cuya muestra encuestada fue de 25 personas, y, en segundo lugar, un formulario de encuesta cuyo fin fue identificar el grado de aceptación de MotoDrive como modelo de negocio. Para ambos cuestionarios se dio un plazo de 24 horas hábiles para depurar la información, descartando y eliminando celdas de contenido ajenas a las buscadadas mediante preguntas filtro, estructurando por consiguiente tablas dinámicas inteligentes y gráficos dinámicos inteligentes, insertándolo finalmente en el documento.

#### ***4.1.5. Definición de lecciones aprendidas***

En primer lugar, los clientes de MotoDrive valoran en sobremanera el emplear un sistema de registro dentro del aplicativo de forma simple, siendo atractivo el log-in mediante una aplicación tercera (como Facebook, Google o Outlook).

Por otro lado, el emplear formatos simples de elección tarifas y tramos de viaje les permiten el tener absoluta capacidad de decisión sobre cómo desean su experiencia dentro del app, añadiéndole la gestión de tiempos y movimientos al escoger su destino, tarifa y el conductor a brindar el servicio.

Respecto a la técnica de la entrevista y su objetivo, el aprendizaje se centró en la capacidad ser puntual en la elaboración de preguntas de forma que el entrevistado comprenda claramente la cuestión a abordar. En ese mismo sentido, se aprendió a sintetizar las respuestas de los entrevistados, de forma que se resuma la idea sin perder la esencia de la misma,

teniendo finalmente una idea respecto a la posición del entrevistado respecto a la idea de negocio presentada.

En tanto a la encuesta, el aprendizaje se centró en la capacidad de emplear las escalas de Likert como un recurso de comunicación directa y sintetizada, de forma que de manera sencilla se conozca la percepción del cliente, teniendo como resultado final bases de datos que permitan no solo cruzar la información en aras de comprender insights de consumidores, sino también el poder gestionar tablas y dashboard que grafiquen las conclusiones de la muestra encuestada.

#### ***4.1.6. Actualización de modelo de negocio***

La parte encuestada sugirió desarrollar una vía de atención al cliente adicional a la del aplicativo, de forma que, mediante un número telefónico, se puedan resolver inconvenientes cuya solución no ha sido realizada mediante el aplicativo, además de sugerir que las mototaxis de la marca porten un elemento visual en las unidades, convirtiéndose en fácilmente reconocibles.

#### **4.2. Descripción del Modelo de Negocio Validado**

El servicio el cual propone satisfacer la necesidad de obtener un medio de transporte confiable y a un precio accesible será llevado a cabo mediante la flota de un determinado número de conductores que tengan un mototaxi moderno dado por la empresa, cada colaborador deberá cumplir ciertos requisitos y exigencias para satisfacer al público lambayecano. Sobre todo, se caracterizará por la transparencia, seguridad y la accesibilidad de precios presentando un nuevo modelo de negocio.

Los clientes podrán viajar sin problemas y con la confianza en manos de profesionales con vehículos en óptimas condiciones, y se ofrecerán tarifas transparentes y competitivas permitiendo disfrutar al público objetivo de un servicio de calidad a un precio adecuado.



## Capítulo V

### Análisis de rentabilidad

#### 5.1 Estimación del tamaño de mercado, demanda proyectada y proyección de ingresos

##### *a) Mercado potencial*

De acuerdo a la Plataforma única del Estado Peruano, “gob.pe”, el mercado potencial de MotoDrive al 2023 está valuado en 33 millones 726 mil peruanos, siendo los potenciales usuarios del aplicativo; teniendo adicionalmente el registro a finales del 2022 de 1 millón de mototaxis a nivel nacional. (Boose, 2022)

##### *b) Mercado disponible*

Para la identificación del mercado disponible se censó la población lambayecana de hombres y mujeres con un valor de 1, 197, 260 habitantes (el 3.550% del mercado potencial), identificando al mercado chiclayano de hombres y mujeres, con un porcentaje de participación del 67 % de la población lambayecana, teniendo finalmente una cuota de mercado de 799, 675 habitantes (Viceministerio de Gobernanza Territorial, 2017)

##### *c) Mercado efectivo*

De acuerdo con el informe del Viceministerio de Gobernanza Territorial, “Información territorial del departamento de Lambayeque”, indica que la cantidad de hombres y mujeres entre 20 y 45 años de edad de la provincia de Chiclayo con un nivel socioeconómico C y D, corresponde a un total de 294, 584 ciudadanos. Por otro lado, pese a que no sea posible identificar la cantidad de mototaxistas en la región Lambayeque, existen un total de 120 asociaciones acaparando el sector de transporte con dicho vehículo, siendo solo 23 las formales.

#### **d) Mercado meta**

Se consideró el mercado efectivo total, con un segmento meta del 30%, valuado en 88, 375 habitantes entre hombres y mujeres de 20-45 años de la provincia de Chiclayo del nivel socioeconómico C y D en el 2024; teniendo en el caso del mercado meta de mototaxistas, un total de 5 asociaciones formales a abordar.

#### **e) Proyección de ingresos**

**Tabla N°2**

#### **Proyección anual de ventas para MotoDrive en el 2024**

CONCEPTO DE VIAJE	TOTAL MERCADO OBJETIVO	PORCENTAJE DE COMISIÓN POR SERVICIO	TARIFA MÍNIMA	INGRESO MENSUAL PROYECTADO	INGRESO ANUAL PROYECTADO
VIAJES CORTOS	61,863	10%	S/ 3.00	S/ 18,558.79	S/ 222,705.50
VIAJES A MEDIANA DISTANCIA	17,675	15%	S/ 5.00	S/ 13,256.28	S/ 159,075.36
VIAJES A LARGA DISTANCIA	8,838	20%	S/ 7.00	S/ 12,372.53	S/ 148,470.34
	<b>88,375</b>			<b>S/ 44,187.60</b>	<b>S/ 530,251.20</b>

Nota. Elaboración propia a partir de Excel

**Interpretación.** MotoDrive presenta 3 formatos de ventas en su planificación anual.

En primero lugar, los viajes cortos tendrán una tarifa del 10%, proyectando al mes un ingreso

de S/. 18, 558.79 soles (en base a la tarifa mínima de 3 soles); por otro lado, los viajes a

mediana distancia poseen una tarifa del 15%, proyectados valuados en S/. 13, 256.28.

Finalmente, los viajes a larga distancia poseen una tarifa del 20%, generando un total de S/.

12, 372.53 soles mensuales, teniendo en las 3 categorías un total de S/. 44, 187.60 soles

mensuales.

## **5.2 Determinación de las necesidades de inversión y financiamiento**

### **a. Costos de arranque y necesidad de inversión**

Se presupuestó para el desarrollo del proyecto un monto total respecto al costo fijo valuado en S/. 93, 500 soles anuales, teniendo por el lado de los costos variables valuados en S/. 4, 950.0, teniendo costos totales por S/. 98, 450.

## b. Financiamiento

El formato de financiación será el banco Scotiabank en un formato de préstamo, con una TCEA del 14% anual durante 1 año y predisposición a rebatir intereses en un periodo de tiempo sean garantizados, siendo un total de S/. 35, 000 la cantidad prestada y S/. 39, 900 devuelta al cierre del año.

## 5.3 Estimación de costos, Clasificación de costos en fijos y variables. Determinación del punto de equilibrio

### a. Costos fijos y variables

#### Tabla N°3

Costos de arranque y necesidad de inversión para MotoDrive en el 2024

COSTOS DE ARRANQUE					
	Concepto	Valor unitario	Tiempo	Valor total	
COSTOS FIJOS	Costo de contratación personal de software	S/ 1,700.00	12 meses	S/ 20,400.00	
	Costos de contratación estrategia comercial	S/ 1,300.00	12 meses	S/ 15,600.00	
	Servicios de luz e internet	S/ 300.00	12 meses	S/ 3,600.00	
	Publicidad en Play Store, iStore y Huawei Store	S/ 250.00	12 meses	S/ 3,000.00	
	Costo torre de datos	S/ 3,200.00	1 mes	S/ 3,200.00	
	Costo de contratación personal gerencial	S/ 1,200.00	12 meses	S/ 14,400.00	<b>S/93,500.00</b>
	Agente comercial y de ventas	S/ 850.00	6 meses	S/ 5,100.00	
	Merchandising de MotoDrive	S/ 6,800.00	3 meses	S/ 20,400.00	
	Sistemas de geolocalización	S/ 300.00	12 meses	S/ 3,600.00	
	Alquiler de área de trabajo	S/ 700.00	6 meses	S/ 4,200.00	
COSTOS VARIABLES	Comisión variable agente de ventas	S/ 200.00	6 meses	S/ 1,200.00	
	Capacidad de torre de datos en la nube	S/ 300.00	12 meses	S/ 3,600.00	<b>S/ 4,950.00</b>
	Bono de ingresos por nuevo miembro del equipo driver	S/ 30.00	5 meses	S/ 150.00	

COSTOS TOTALES

S/ 17,130.00

S/ 98,450.00

**Nota.** Elaboración propia a partir de Excel

**Interpretación.** Para el primer año de MotoDrive en la industria de apps móviles, requerirá un costo fijo de 93,500 PEN, teniendo además por el lado de costos variables un total de 4,950 PEN, resaltando tanto el merchandising, los desarrolladores del aplicativo y el estrategia comercial como pieza clave para el desarrollo del negocio.

### **b. Punto de equilibrio**

#### **Tabla N°4**

Punto de equilibrio por categoría de producto para MotoDrive al 2024

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>PVU</b>	<b>CVU</b>	<b>CF</b>	<b>MC</b>	<b>PE</b>
VIAJES CORTOS	S/ 0.30	S/ 0.08		S/ 0.22	425 031 viajes
VIAJES A MEDIANA DISTANCIA	S/ 0.75	S/ 0.28	S/ 93,500.00	S/ 0.47	198 960 viajes
VIAJES A LARGA DISTANCIA	S/ 1.40	S/ 0.56		S/ 0.84	111 324 viajes
<b>TOTALES</b>	<b>S/ 0.82</b>	<b>S/ 0.92</b>		<b>S/ 1.53</b>	<b>735 315 viajes</b>

Nota. Elaboración propia a partir de Excel

**Interpretación.** MotoDrive necesita realizar un total de 735 315 viajes con una tarifa promedio de S/. 0.82 en formatos de corta, mediana y larga distancia, para haber recuperado toda su inversión, considerando que, de incrementar el precio de venta en el servicio, la cantidad de viajes necesarios se verá reducido.

## 5.4 Flujo de caja proyectado

Figura 33

Flujo de caja proyectado para MotoDrive al 2024

PERIODO		2024																										
Flujo de cada proyecta	Fecha de elaboración	10/06/2024																										
MESES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL														
<b>INGRESOS</b>																												
1. Servicios de transporte																												
Viajes corta distancia	S/	18,559	S/	19,393.94	S/	20,266.66	S/	21,178.66	S/	22,131.70	S/	23,127.63	S/	24,168.37	S/	25,255.95	S/	26,392.47	S/	27,580.13	S/	28,821.24	S/	30,118.19	S/	286,994		
Viajes mediana distancia	S/	13,256	S/	13,852.81	S/	14,449.35	S/	15,045.88	S/	15,642.41	S/	16,238.94	S/	16,835.48	S/	17,432.01	S/	18,028.54	S/	18,625.07	S/	19,221.61	S/	19,818.14	S/	198,447		
Viajes larga distancia	S/	12,373	S/	12,929.29	S/	13,486.06	S/	14,042.82	S/	14,599.58	S/	15,156.35	S/	15,713.11	S/	16,269.87	S/	16,826.64	S/	17,383.40	S/	17,940.17	S/	18,496.93	S/	185,217		
2. Venta de buses de	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	500	S/	545	S/	594	S/	648	S/	706	S/	769	S/	839	S/	4,600		
3. Canje de cupones de descuento	S/	300	S/	313.50	S/	327.61	S/	342.35	S/	357.76	S/	373.85	S/	390.68	S/	408.26	S/	426.63	S/	445.83	S/	465.89	S/	486.86	S/	4,639		
4. Capital inicial	S/	35,000	S/	2,917	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	2,916.7	S/	35,000		
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>S/</b>	<b>35,000</b>	<b>S/</b>	<b>47,404</b>	<b>S/</b>	<b>49,406</b>	<b>S/</b>	<b>51,446</b>	<b>S/</b>	<b>53,526</b>	<b>S/</b>	<b>55,648</b>	<b>S/</b>	<b>58,313</b>	<b>S/</b>	<b>60,569</b>	<b>S/</b>	<b>62,877</b>	<b>S/</b>	<b>65,238</b>	<b>S/</b>	<b>67,657</b>	<b>S/</b>	<b>70,135</b>	<b>S/</b>	<b>72,675</b>	<b>S/</b>	<b>714,896</b>
<b>EGRESOS</b>																												
1. Costo de contratación personal de software (1)	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	1,700	S/	20,400
2. Costos de contratación estrategia comercial (1)	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	1,300	S/	15,600
3. Servicios de luz e internet	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	3,600
4. Publicidad en Play Store, iStore y Huawei	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	250	S/	2,750
5. Costo torre de datos	S/	3,200	S/	-	S/	3,200	S/	-	S/	3,200	S/	-	S/	3,200	S/	-	S/	3,200	S/	-	S/	3,200	S/	-	S/	3,200	S/	19,200
6. Costo de contratación personal gerencia	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	14,400
7. Agente comercial y de ventas (1 persona)	S/	850	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/	14,050
8. Merchandising de MotoDrive	S/	2,267	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	2,267	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	2,267	S/	-	S/	6,800
9. Capacidad de torre de datos en la nube	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	3,600
10. Bono de	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	450	S/	5,400
11. Amortización del	S/	35,000	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	2,917	S/	35,000
12. Interés bancario (14%)	S/	4,900	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	408	S/	4,900
13. Comisión variable asesor v.	S/	200	S/	-	S/	200	S/	-	S/	200	S/	-	S/	200	S/	-	S/	200	S/	-	S/	200	S/	-	S/	200	S/	1,200
14. Sistemas de geolocalización	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	300	S/	3,600
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>S/</b>	<b>39,900</b>	<b>S/</b>	<b>15,642</b>	<b>S/</b>	<b>10,325</b>	<b>S/</b>	<b>13,475</b>	<b>S/</b>	<b>10,325</b>	<b>S/</b>	<b>13,725</b>	<b>S/</b>	<b>12,592</b>	<b>S/</b>	<b>13,725</b>	<b>S/</b>	<b>10,325</b>	<b>S/</b>	<b>13,725</b>	<b>S/</b>	<b>10,325</b>	<b>S/</b>	<b>15,992</b>	<b>S/</b>	<b>10,325</b>	<b>S/</b>	<b>150,500</b>
<b>EXCEDENTE O</b>	<b>S/</b>	<b>31,763</b>	<b>S/</b>	<b>39,081</b>	<b>S/</b>	<b>37,971</b>	<b>S/</b>	<b>43,201</b>	<b>S/</b>	<b>41,923</b>	<b>S/</b>	<b>45,722</b>	<b>S/</b>	<b>46,844</b>	<b>S/</b>	<b>52,552</b>	<b>S/</b>	<b>51,513</b>	<b>S/</b>	<b>57,332</b>	<b>S/</b>	<b>54,143</b>	<b>S/</b>	<b>62,350</b>	<b>S/</b>	<b>62,350</b>	<b>S/</b>	<b>564,396</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>S/</b>	<b>31,763</b>	<b>S/</b>	<b>70,844</b>	<b>S/</b>	<b>108,815</b>	<b>S/</b>	<b>152,017</b>	<b>S/</b>	<b>193,940</b>	<b>S/</b>	<b>239,661</b>	<b>S/</b>	<b>286,506</b>	<b>S/</b>	<b>339,058</b>	<b>S/</b>	<b>390,571</b>	<b>S/</b>	<b>447,903</b>	<b>S/</b>	<b>502,046</b>	<b>S/</b>	<b>564,396</b>	<b>S/</b>	<b>564,396</b>	<b>S/</b>	

Nota. Elaboración propia a partir de Excel

**Interpretación.** Al cierre del primer año, MotoDrive registrará un total de ingresos valuados por S/. 714, 896, teniendo un valor de egresos aproximados en S/. 150, 500 anuales.

Como consecuencia, el excedente del flujo de caja corresponde a un valor en positivo de S/.

62,350.

## 5.5 Evaluación económica financiera: Cálculo del VAN y el TIR

**Tabla N°5**

Flujo de caja proyectado a 4 años para MotoDrive al 2024

PERIODO	Anual										
Flujo de cada proyectado	Fecha de elaboración	10/06/2024		Tasa de crecimiento		7%					
Año	2024	2025	2026	2027	TOTAL						
<b>INGRESOS</b>											
1. Servicios de transporte MotoDrive											
Viajes corta distancia	S/	286,994	S/	307,083.31	S/	328,579.14	S/	351,579.68	S/	<b>1,274,236</b>	
Viajes mediana distancia	S/	198,447	S/	212,337.77	S/	227,201.41	S/	243,105.51	S/	<b>881,091</b>	
Viajes larga distancia	S/	185,217	S/	198,181.92	S/	212,054.65	S/	226,898.48	S/	<b>822,352</b>	
2. Venta de bases de datos	S/	4,600	S/	4,922.23	S/	5,266.79	S/	5,635.46	S/	<b>20,425</b>	
3. Canje de cupones de descuento	S/	4,639	S/	4,963.95	S/	5,311.43	S/	5,683.23	S/	<b>20,598</b>	
4. Capital inicial	S/	35,000	S/	-	S/	-	S/	-	S/	<b>35,000</b>	
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	S/	<b>714,896</b>	S/	<b>727,489</b>	S/	<b>778,413</b>	S/	<b>832,902</b>	S/	<b>3,053,701.41</b>	
<b>EGRESOS</b>											
1. Costo de contratación personal de software (1)	S/	20,400	S/	21,828.00	S/	23,355.96	S/	24,990.88	S/	<b>90,574.84</b>	
2. Costos de contratación estrategia comercial (1)	S/	15,600	S/	16,692.00	S/	17,860.44	S/	19,110.67	S/	<b>69,263.11</b>	
3. Servicios de luz e internet	S/	3,600	S/	3,852.00	S/	4,121.64	S/	4,410.15	S/	<b>15,983.79</b>	
4. Publicidad en Play Store, iStore y Huawei Store	S/	2,750	S/	2,942.50	S/	3,148.48	S/	3,368.87	S/	<b>12,209.84</b>	
5. Costo torre de datos	S/	19,200	S/	20,544.00	S/	21,982.08	S/	23,520.83	S/	<b>85,246.91</b>	
6. Costo de contratación personal gerencial (1)	S/	14,400	S/	15,408.00	S/	16,486.56	S/	17,640.62	S/	<b>63,935.18</b>	
7. Agente comercial y de ventas (1 persona)	S/	14,050	S/	15,033.50	S/	16,085.85	S/	17,211.85	S/	<b>62,381.20</b>	
8. Merchandising de MotoDrive	S/	6,800	S/	7,276.00	S/	7,785.32	S/	8,330.29	S/	<b>30,191.61</b>	
9. Capacidad de torre de datos en la nube	S/	3,600	S/	3,852.00	S/	4,121.64	S/	4,410.15	S/	<b>15,983.79</b>	
10. Bono de ingresos (15 drivers)	S/	5,400	S/	5,778.00	S/	6,182.46	S/	6,615.23	S/	<b>23,975.69</b>	
11. Amortización del capital	S/	35,000	S/	-	S/	-	S/	-	S/	<b>35,000.00</b>	
12. Interés bancario (14%)	S/	4,900	S/	-	S/	-	S/	-	S/	<b>4,900.00</b>	
13. Comisión variable asesor v.	S/	1,200	S/	1,284.00	S/	1,373.88	S/	1,470.05	S/	<b>5,327.93</b>	
14. Sistemas de geolocalización	S/	3,600	S/	3,852.00	S/	4,121.64	S/	4,410.15	S/	<b>15,983.79</b>	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	S/	<b>150,500</b>	S/	<b>118,342</b>	S/	<b>126,626</b>	S/	<b>135,490</b>	S/	<b>530,957.70</b>	
<b>EXCEDENTE O DÉFICIT</b>	S/	<b>564,396</b>	S/	<b>609,147</b>	S/	<b>651,787</b>	S/	<b>697,413</b>	S/	<b>2,522,743.71</b>	
<b>SALDO ACUMULADO</b>	S/	<b>564,396</b>	S/	<b>1,173,543.62</b>	S/	<b>1,825,331.10</b>	S/	<b>2,522,743.71</b>			

Nota. Elaboración propia a partir de Excel

**Interpretación.** Al cierre de los 4 años proyectados para MotoDrive, se tendrá un excedente valuado en S/. 697, 413, teniendo una reducción total en el capital inicial, y un incremento de presupuesto para personal del departamento de estrategias comerciales y del área de ventas, además de los drivers.

### Tabla N°6

Cuadro final de indicadores en el cálculo del VAN, TIR y PRI para MotoDrive al 2024

<b>Indicadores</b>	
VAN	S/ 2,158,631.53
TIR	1620%
PRI	0.98 años

Nota. Elaboración propia a partir de Excel

**Interpretación.** El beneficio neto actualizado (VNA) al cierre del 4to año de inversión está valuado en S/. 2, 158, 631.53, monto totalmente superior a la inversión inicial por S/. 35, 000. En ese mismo sentido, la tasa de rentabilidad de inversión (TIR) arroja un 1620%, porcentaje positivo respecto a la probabilidad de éxito del negocio. Finalmente, el periodo de retorno de inversión es de 0.98 años, periodo adecuado e inmediato para la solvencia del negocio.

## **Conclusiones**

### **Conclusión 1**

Se puede concluir en el capítulo I, que los 3 problemas o necesidades propuestos inicialmente para atender para el mercado Chiclayo, Lambayeque, Perú, la seleccionada fue el servicio de MotoDrive, puesto que la movilidad nocturna es riesgosa y costosa por lo cual implica que falsos taxistas brinden dicho servicio exponiendo así a los usuarios a ser víctimas de robos, secuestros, violaciones, entre otras cosas. Así como también, el segmento al que estaría enfocado sería personas entre 20 a 45 años de edad del sector C y D, ya que, son personas que más suelen realizar actividades nocturnas y necesitarían de un servicio de movilidad seguro, rápido y económico.

### **Conclusión 2**

En síntesis, en el capítulo lo II, se identificó con mayor detalle las necesidades del público objetivo y su grado de satisfacción para el servicio de MotoDrive, se utilizó diferentes herramientas como la entrevista y el cuestionario. A partir de ello, se pudo conocer el problema, las causas y consecuencias principales de la inseguridad del transporte urbano en horario nocturno para los usuarios que suelen realizar dichos viajes, además se puede concluir que la app del servicio tendría una interfaz amigable y fácil de manejar. También se resalta que los principales atributos del servicio son la captación del personal, los protocolos de seguridad y la atención al público.

### **Conclusión 3**

En definitiva, en el capítulo III se define al servicio de MotoDrive como un transporte eficiente, seguro y económico. Se pondrá a disposición las 24 horas del día con preferencia de disponibilidad en horario nocturno, teniendo diferentes características para ser de atractivo para el público objetivo. Además, se propone lanzar una campaña en redes sociales para



presentar e introducirse al mercado Lambayecano para captar prospectos y poner en marcha dicho servicio, lanzando promociones y estrategias de marketing. Así como también, se elaborará materiales publicitarios para colocar en puntos estratégicos de la ciudad.

#### **Conclusión 4**

En conclusión, en el capítulo IV se puede afirmar que las personas en el rango de edad de 20 a 45 años consideran que el servicio de MotoDrive sí satisficiera sus necesidades y sería innovador en el mercado Lambayecano, puesto que hasta el momento no hay un servicio enfocado al sector C y D de MotoDrive que ofrezca precios accesibles en el horario nocturno. El servicio tendrá indicadores claves para evaluar su calidad y el funcionamiento interno, además se implementarán redes sociales para interactuar con el público creando vínculos y previniendo incidentes durante los servicios prestados.

#### **Conclusión 5**

En el capítulo V se concluye que el negocio es rentable y solvente, dado que se estima el retorno y la recuperación de la inversión en un plazo de un año, resultando la capacidad de ampliación del negocio a largo plazo. Adicionalmente, el valor neto actual es positivo generando beneficios a la salud financiera, además de liquidez, aumentando las ganancias por año según la perspectiva financiera que se tiene. El análisis de mercado espera captar un 30% del mercado efectivo, al cual se dirigirá el servicio de MotoDrive. La proyección de ingresos anuales para todos los tipos de viaje, con tarifas mínimas de 3, 5 y 7 soles, alcanza los S/ 530, 251. Al considerar los costos fijos y variables necesarios para operar el servicio, se estima una ganancia de 62,350 soles al cierre del año fiscal. Esta proyección de beneficios refleja un impacto positivo para la marca, consolidando su presencia y rentabilidad en el mercado.

## **Recomendaciones**

### **Recomendación 1**

Se sugiere enfocar los esfuerzos de marketing y desarrollo de producto en el servicio de MotoDrive. Esto incluye la creación de campañas de concientización sobre los peligros de la movilidad nocturna y la promoción del servicio de MotoDrive como una alternativa segura y económica. También se recomienda realizar investigaciones de mercado para entender mejor las necesidades y preferencias de los usuarios objetivo, y adaptar el servicio en consecuencia. Por último, se sugiere establecer alianzas con empresas locales para aumentar la visibilidad del servicio y aumentar su alcance.

### **Recomendación 2**

Se recomienda que fuese útil incluir algunos detalles específicos sobre las necesidades y satisfacción del público objetivo, como ejemplos de las preguntas utilizadas en las entrevistas y cuestionarios, y los resultados específicos obtenidos de estos métodos de recolección de datos. Esto podría ayudar a proporcionar una comprensión más completa de los hallazgos del estudio y respaldar aún más las conclusiones y recomendaciones propuestas. Además, sería beneficioso proporcionar información sobre cómo se planea abordar los problemas identificados y cómo se espera que estos cambios mejoren la satisfacción del cliente y la seguridad del servicio de transporte.

### **Recomendación 3**

Se propone una de las estrategias de marketing para atraer al público objetivo sea la de testear, se evaluaría en un periodo corto la reacción del público ante un nuevo servicio, así como también los comentarios y recomendaciones iniciales que surgieran entre los clientes. La campaña debe estar alineada a las nuevas tendencias que aparezcan en el mercado para poder posicionarnos de forma positiva en el mercado, así como utilizar contenido de intriga y

dinámico para iniciar la interacción con el público. Para lanzar promociones se propondrían diversas que el público votara y la que tenga más votos sería la promoción para participar a los futuros usuarios.

#### **Recomendación 4**

Para prevenir incidentes durante los servicios prestados, se recomienda implementar un sistema de seguridad riguroso, capacitación mensual para los conductores y evaluación a todos los colaboradores donde se verifique su estado de salud mental, la eficiencia y la conformidad en su puesto de trabajo. Esto puede incluir la instalación de cámaras de seguridad en los vehículos, la colocación de GPS secretos a cada uno, la realización de verificaciones de antecedentes, la capacitación en técnicas de conducción segura y atención al cliente. Así los usuarios tendrían confiabilidad en el servicio para posteriormente recomendarlo con sus allegados y utilizar el marketing boca a boca para el posicionamiento del servicio de MotoDrive.

#### **Recomendación 5**

Se aconseja evaluar en un periodo de cada 3 o 6 meses la solvencia financiera que está teniendo el servicio de MotoDrive para prevenir ineficiencias y pérdidas de ganancias, así como también emplear estrategias que permitan que el negocio crezca a medida que se va posicionando en el mercado con el fin de fidelizar a los clientes para que se pueda cumplir los objetivos financieros trazados inicialmente.

## Referencias bibliográficas

- ATV. (2023, 9 junio). ¿Cuáles son los aplicativos de taxis más peligrosos en el Perú? - ATV. ATV - Enciende la Magia. <https://www.atv.pe/noticia/cuales-son-los-aplicativos-de-taxis-mas-peligrosos-en-el-peru>
- Boose, W (2022) Los mototaxistas de Lima, Perú y la "ciudad moderna" que pretende prohibirlos. Revista latinoamericana de antropología del trabajo. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8741919.pdf>
- Cabeza, Y. (2023, 8 agosto). Mujer se lanzó del quinto piso para evitar ser violada: falso taxista la secuestró en Chiclayo. *infobae*. <https://www.infobae.com/peru/2023/08/08/chiclayo-falso-taxista-secuestro-e-intento-violar-a-mujer-pero-ella-se-lanzo-del-quinto-piso/>
- Chan, Zi & Hung, V & Kallmyer, F (2022) Inclusión social y movilidad: el sector del mototaxi en Tarapoto. University College London. [https://www.ucl.ac.uk/bartlett/development/sites/bartlett/files/tarapoto\\_mobility\\_spanish\\_.pdf](https://www.ucl.ac.uk/bartlett/development/sites/bartlett/files/tarapoto_mobility_spanish_.pdf)
- Del Estado, B. R. D. (2023, 14 junio). Comentario al artículo “El servicio privado de transporte: una propuesta de reinterpretación” *Blog Revista Derecho del Estado*. <https://blogrevistaderechoestado.uexternado.edu.co/2023/06/14/comentario-al-articulo-el-servicio-privado-de-transporte-una-propuesta-de-reinterpretacion/>
- Económika: *Auge de aplicaciones en el transporte urbano*. (s. f.). Noticias | Diario Oficial El Peruano. <https://www.elperuano.pe/noticia/230443-economika-auge-de-aplicaciones-en-el-transporte-urbano>
- El Comercio (2020) Intervienen a 17 mototaxis informales sin SOAT que ponían en peligro a pasajeros. Sucesos. El Comercio. [https://elcomercio.pe/lima/sucesos/surco-intervienen-a-17-mototaxis-informales-sin-soat-que-ponian-en-peligro-a-pasajeros-atu-transporte-noticia/#google\\_vignette](https://elcomercio.pe/lima/sucesos/surco-intervienen-a-17-mototaxis-informales-sin-soat-que-ponian-en-peligro-a-pasajeros-atu-transporte-noticia/#google_vignette)
- Infobae. (2022, 4 noviembre). Denuncian nueva modalidad de estafa a través de aplicativo de taxis. *infobae*. <https://www.infobae.com/america/peru/2022/11/04/nueva-modalidad-de-estafa-a-traves-de-aplicativo-de-taxis-en-peru/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023). Población Peruana alcanzó los 33 millones 726 mil personas en el año 2023. [gob.pe. https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/795336-poblacion-peruana-alcanzo-los-33-millones-726-mil-personas-en-el-ano-2023](https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/795336-poblacion-peruana-alcanzo-los-33-millones-726-mil-personas-en-el-ano-2023)

- Ipsos (2023) Explorando los niveles socioeconómicos en Perú: La nueva fórmula y puntos clave para su interpretación. Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-pe/explorando-los-niveles-socioeconomicos-en-peru-la-nueva-formula-y-puntos-claves-para-su>
- Ibáñez, Á. (2023, 23 julio). Incremento de las tarifas de los taxis: reacciones Y cómo sería la metodología del Gobierno. *Diario AS*. <https://colombia.as.com/actualidad/incremento-de-las-tarifas-de-los-taxis-reacciones-y-como-seria-la-metodologia-del-gobierno-n/>
- Justicia, R. (2021, 14 abril). Cómo denunciar por mal servicio o acoso a una plataforma de transporte. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/justicia/servicios/puedo-denunciar-un-mal-servicio-o-acoso-de-plataformas-de-transporte-580913>
- Lengua, C. (2023, 19 septiembre). Qué tanta seguridad hay en los aplicativos de movilidad en Perú: el caso Uber. *infobae*. <https://www.infobae.com/peru/2023/09/19/que-tanta-seguridad-hay-en-los-aplicativos-de-movilidad-en-peru-el-caso-uber/>
- Martínez, C. I. (2020, 10 marzo). Helados: ¿Cómo avanza su consumo en el Perú y quiénes compiten en este mercado? *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/helados-como-avanza-su-consumo-en-el-peru-y-quienes-compiten-en-este-mercado-noticia/>
- Rimachi, L. C., & Rimachi, L. C. (2023, 16 junio). *Arequipa: ¿Qué tan seguro es el uso de taxis por aplicativo?* El Búho. <https://elbuho.pe/2023/06/arequipa-que-tan-seguro-es-el-uso-de-taxis-por-aplicativo/>
- Marín, H. M. (2023, 16 agosto). Didi ofrece taxi en moto: estos son los peligros de un servicio ilegal. *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/lima/transporte/taxi-en-moto-todo-sobre-este-ilegal-y-peligroso-servicio-que-ha-vuelto-a-operar-en-calles-de-lima-noticia/>
- Melo, Y. (2023, 20 mayo). “Saben dónde encontrar a sus víctimas”: los falsos taxistas roban, secuestran y asesinan en carreras de la muerte. *infobae*. <https://www.infobae.com/peru/2023/05/20/saben-donde-encontrar-a-sus-victimas-los-falsos-taxistas-roban-secuestran-y-asesinan-en-carreras-de-la-muerte/>
- Mendoza, S. R. (2022, 21 noviembre). Las carreras fantasmas: Usuarios advierten nueva modalidad de robo con aplicativos de taxi. *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/pasa-en-la-calle/las-carreras-fantasma-usuarios-advierten-nueva-modalidad-de-robo-con-aplicativos-de-taxi-noticia/>
- Muro, R. (2023, 13 julio). La inseguridad merma los taxis de Logroño cada fin de semana. *El Día de la Rioja*. <https://www.eldiadelarioja.es/noticia/zeef2672e-c9bc-ab6d->

5d113eef9cc672c9/202307/la-inseguridad-merma-los-taxis-de-logrono-cada-fin-de-semana

Norte, L., & Norte, L. (2022, 12 noviembre). Gremio de Transporte alerta de incremento de robos de taxis y extorsiones en Lambayeque. *La República.pe*.

<https://larepublica.pe/sociedad/2022/11/12/gremio-de-transporte-alerta-de-incremento-de-robos-de-taxis-y-extorsiones-en-lambayeque-lrnd>

Quispe, M (2021) Tendencias demográficas del Perú: Proyecciones al 2050. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Escuela de Economía. UNSM.

<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/ddee/article/view/5382/5707>

RedacciónRPP. (s. f.). *Últimas noticias de taxis inseguros hoy viernes 15 diciembre | RPP Noticias*. RPP Noticias. <https://rpp.pe/noticias/taxis-inseguros>

Romero, C. V., & Romero, C. V. (2023, 6 octubre). Chiclayo: Norma y padrón de mototaxistas son el talón de Aquiles de municipio. *La República.pe*.

<https://larepublica.pe/sociedad/2023/10/06/chiclayo-norma-y-padron-de-mototaxistas-son-el-talon-de-aquiles-de-municipio-lrnd-134695>

Rpp, R. (2017, 13 marzo). Más de nueve mil taxis informales circulan en Chiclayo. *RPP Noticias*. <https://rpp.pe/peru/lambayeque/mas-de-nueve-mil-taxis-informales-circulan-en-chiclayo-noticia-1036341>

Sanchez-Juarez, A. (s. f.). ¿Consumir helados es saludable? *UOC (Universitat Oberta de Catalunya)*. <https://www.uoc.edu/porta/es/news/actualitat/2022/167-consumo-helados-verano.html>

TVPerú. (2019, 23 abril) *Conoce los peligros a los que nos exponen las aplicaciones de taxis*.

<https://www.tvperu.gob.pe/noticias/tecnologia/conoce-los-peligros-a-los-que-nos-exponen-las-aplicaciones-de-taxis-informe-especial>

Vega, Y., & Vega, Y. (2021, 21 julio). Chiclayo: Más de 8.000 taxis en riesgo de dejar de circular tras disposición del MTC. *La República.pe*.

<https://larepublica.pe/sociedad/2021/07/20/chiclayo-mas-de-8000-taxis-en-riesgo-de-dejar-de-circular-tras-disposicion-del-mtc-lrnd>

Viceministerio de gobernanza territorial (2017). Información territorial del departamento de Lambayeque. Presidencia del Consejo de Ministros.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1898216/Lambayeque\\_Informaci%C3%B3n%20Territorial%20Completo.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1898216/Lambayeque_Informaci%C3%B3n%20Territorial%20Completo.pdf)

## **Anexos**

### ***Anexo N° 1***

#### ***Transcripción de Entrevista 1.***

P1: ¿Consideras que las empresas de taxi drive aumentan demasiado sus tarifas de servicio?

RP1: Sí, algunas elevan mucho sus precios.

P2: ¿Qué aspectos de seguridad crees necesarios en un drive?

RP2: Bueno yo creo que lo que deberían tener son sus documentos en regla, conductores con buen historial y sistema de seguridad.

P3: ¿Qué inconvenientes suelen tener más frecuencia el servicio de taxi drive?

RP3: Los más frecuentes son los robos y los dopajes que a veces hay al tomarlo.

P4: ¿Crees que el servicio de MotoDrive sea más económico?

RP4: Sí, lo sería.

P5: ¿Qué aspectos positivos consideras que tendrá el servicio de MotoDrive?

RP5: Sería más económico e innovador para Lambayeque.

P6: ¿Qué prefieres un servicio de MotoDrive o taxi drive?

RP6: MotoDrive porque es más económico.

P7: ¿Qué factores son esenciales para el servicio de MotoDrive?

RP7: Creería que sería la innovación, los protocolos de seguridad y rigurosos para la elección de las personas además de una linda experiencia.

P8: ¿Te sentirías seguro en el servicio antes mencionado?

RP8: Sí, me sentiría segura.

P9: ¿Qué factor negativo visualizas dentro de este servicio?

RP9: Que las motos no pueden pasar por ciertas calles.

***Transcripción de entrevista 2.***

P1: ¿Consideras que las empresas de taxi drive aumentan demasiado sus tarifas de servicio?

RP1: Sí, considero que realizan ello mayormente.

P2: ¿Qué aspectos de seguridad crees necesarios en un drive?

RP2: Considero que es muy importante que haya un buen plan de reclutamiento del personal.

P3: ¿Qué inconvenientes suelen tener más frecuencia el servicio de taxi drive?

RP3: Normalmente son los robos o secuestros.

P4: ¿Crees que el servicio de MotoDrive sea más económico?

RP4: Sí, considero que sí.

P5: ¿Qué aspectos positivos consideras que tendrá el servicio de MotoDrive?

RP5: Pues el servicio de MotoDrive puede movilizarse por lugares que el taxi drive no.

P6: ¿Qué prefieres un servicio de MotoDrive o taxi drive?

RP6: Preferiría MotoDrive.

P7: ¿Qué factores son esenciales para el servicio de MotoDrive?

RP7: El sistema de seguridad que tengan.

P8: ¿Te sentirías seguro en el servicio antes mencionado?

RP8: Sí, me sentiría segura.

P9: ¿Qué factor negativo visualizas dentro de este servicio?

RP9: El servicio de MotoDrive llevarían menos pasajeros.

***Transcripción de entrevista 3.***



P1: ¿Consideras que las empresas de taxi drive aumentan demasiado sus tarifas de servicio?

RP1: Sí, algunas veces lo hacen.

P2: ¿Qué aspectos de seguridad crees necesarios en un drive?

RP2: Más que todo los documentos de los conductores, sus uniformes y un fotocheck que lo identifique.

P3: ¿Qué inconvenientes suelen tener más frecuencia el servicio de taxi drive?

RP3: El tema es que a veces pasan del tiempo de espera para llegar el auto y las tarifas que ponen.

P4: ¿Crees que el servicio de MotoDrive sea más económico?

RP4: Sí, a mi parecer.

P5: ¿Qué aspectos positivos consideras que tendrá el servicio de MotoDrive?

RP5: Sería más que todo la economía, ya que, el taxi te cobra más que una moto, además que la empresa de MotoDrive se formalice.

P6: ¿Qué prefieres un servicio de MotoDrive o taxi drive?

RP6: MotoDrive.

P7: ¿Qué factores son esenciales para el servicio de MotoDrive?

RP7: Los métodos de seguridad y la manera de llegar al cliente sea por una aplicación o página web.

P8: ¿Te sentirías seguro en el servicio antes mencionado?

RP8: Sí.

P9: ¿Qué factor negativo visualizas dentro de este servicio?

RP9: Quizá sería el tema del tiempo por los caminos largos que tome.

## *Anexo N°2*

### *Transcripción de entrevista a conductores*

#### *Sobre el Concepto del Negocio*

##### *¿Qué piensas del concepto de un servicio de MotoDrive/mototaxis accesibles?*

Conductor 1: Me parece una excelente idea. Es una opción más económica y rápida para los usuarios, especialmente en ciudades con mucho tráfico.

Conductor 2: Creo que es una solución práctica para problemas de transporte en áreas urbanas congestionadas y puede ser una buena alternativa al uso de autos.

Conductor 3: Me parece interesante y necesario, ya que hay muchas personas que necesitan un transporte eficiente y accesible para distancias cortas.

##### *¿Considerarías trabajar como conductor de MotoDrive? ¿Por qué sí o por qué no?*

Conductor 1: Sí, lo consideraría. Me gusta la idea de tener una mayor flexibilidad en mi trabajo y la posibilidad de ganar dinero extra.

Conductor 2: No estoy seguro. Dependería de las condiciones laborales y los beneficios que ofrezca la empresa.

Conductor 3: Sí, porque me permitiría aprovechar mis habilidades de conducción y conocer mejor la ciudad mientras trabajo.

##### *¿Qué crees que diferenciaría a un servicio de MotoDrive de otros servicios de transporte?*

Conductor 1: La rapidez en el tráfico y el costo más bajo serían los principales diferenciadores.

Conductor 2: La facilidad para moverse en áreas congestionadas y la capacidad de llegar a lugares donde los autos no pueden.

Conductor 3: La experiencia personalizada y la mayor flexibilidad en rutas y tiempos de viaje.

### ***Sobre la Experiencia del Conductor***

#### ***¿Qué tipo de clientes sueles transportar (distancia corta/larga, frecuencia)?***

Conductor 1: Principalmente transporte a clientes en distancias cortas y con bastante frecuencia, ya que suelen ser personas que necesitan llegar rápido a algún lugar.

Conductor 2: Mis clientes suelen ser variados, pero en su mayoría son de distancias cortas y utilizan el servicio de forma regular.

Conductor 3: Generalmente transporte a personas en trayectos cortos, como ir al trabajo o hacer diligencias diarias.

#### ***¿Cuál es tu opinión sobre las condiciones de trabajo actuales en la industria del transporte de mototaxis?***

Conductor 1: Las condiciones de trabajo podrían mejorar, especialmente en términos de seguridad y beneficios.

Conductor 2: Creo que hay mucha informalidad en el sector y sería bueno regularizar y mejorar las condiciones laborales.

Conductor 3: Las condiciones actuales son desafiantes, especialmente en lo que respecta a la seguridad y la estabilidad laboral.

### ***Sobre la Tecnología y la Logística***

***¿Qué tan cómodo te sientes usando aplicaciones móviles para aceptar y gestionar servicios?***

Conductor 1: Me siento muy cómodo. Uso aplicaciones todos los días y me parecen muy prácticas.

Conductor 2: Me siento bastante cómodo, aunque a veces las aplicaciones pueden ser complicadas o tener fallos.

Conductor 3: Estoy acostumbrado a usar aplicaciones móviles y me parece una herramienta útil para gestionar mi trabajo.

***¿Qué características crees que debería tener la aplicación de MotoDrive para facilitar tu trabajo?***

Conductor 1: Debería ser fácil de usar, tener un sistema de navegación eficiente y opciones de comunicación con el cliente.

Conductor 2: Una interfaz sencilla, opciones para reportar problemas y un buen sistema de pago.

Conductor 3: Debería incluir un sistema de seguimiento en tiempo real, alertas de tráfico y la opción de recibir feedback de los clientes.