



**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIO**

**UTILIZACIÓN DE SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO  
MEDIANTE LA CREACIÓN DE UNA APP “MOVIEXPRESS” EN  
LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2023**

**AUTORES:**

**SILENE LUDGARDA CARDAMA LÓPEZ  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**LUCIO CÉSAR PAINO GARCÍA  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN  
PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS**

**IQUITOS – PERÚ**

**2023**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, porque sin ellos no hubiera sido posible culminar mi carrera profesional, mostrando me siempre sus apoyo incondicional y alentado me en todo momento mostrando que soy capaz de lograr todos mis objetivos. A mis hijos por la tolerancia y amor puro, que todo esto es por ellos y para ellos, juntos somos un equipazo.

**Silene Ludgarda Cardama López.**

A mis padres, por haberme forjado la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ellos. Me formaron con reglas y con algunas libertades; pero, finalmente me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

**Lucio César Paino García.**

## **AGRADECIMIENTO**

A cada una de los miembros de nuestra familia, por el apoyo emocional y económico para culminar con nuestra carrera profesional; a nuestros docentes de nuestra Universidad Científica del Perú por toda la paciencia y enseñanzas inculcadas durante todo este camino para nuestra formación profesional.

Agradecemos a nuestro Dios padre, por brindarnos salud, y prosperidad cada día de nuestras vidas, para poder culminar con nuestro proyecto de negocio; sin él y sin salud nada sería posible.

**Los autores.**

## ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE  
NEGOCIOS



### ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 619-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 28 de setiembre de 2023, se autorizó la sustentación para el día martes 10 de octubre de 2023.

Siendo las 12.00 horas del día 10 de octubre se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO UTILIZACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO MEDIANTE LA CREACIÓN DE UN APP – "MOVIEXPRESS", EN LA CIUDAD DE IQUITOS AÑO 2023.

Presentado por:

**CARDAMA LOPEZ SILENE LUDGARDA**

Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

**PAINO GARCÍA LUCIO CESAR**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: Aprobada por unanimidad

A las 13:15 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.

Lic. RR.II Salvador Calderón Ferreira, Mag.  
Presidente del Jurado

Lic. Adm. Yvan Germán Yoplack Arana, Mag.  
Miembro del Jurado

Lic. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha, Mag.  
Miembro del Jurado

Contactanos:

Sede Iquitos – Perú  
065 - 261088 / 065 - 262240  
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapato – Perú  
042-564903  
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú  
www.ucp.edu.pe

## HOJA DE ANTIPLAGIO



*"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"*

### **CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP**

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

El Plan de Negocio titulado:

**"UTILIZACIÓN DE SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO MEDIANTE LA  
CREACIÓN DE UN APP "MOVIEXPRESS" EN LA CIUDAD DE  
IQUITOS, AÑO 2023"**

De los alumnos: **SILENE LUDGARDA CARDAMA LÓPEZ Y LUCIO CÉSAR PAINO GARCÍA**, de la Facultad de Negocios; pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **8% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 29 de marzo del 2023.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'C. Ramal', is written over a horizontal line.

Dr. César J. Ramal Asayag  
Presidente del Comité de Ética – UCP

CJRA/ri-a  
83-2023

## Document Information

---

Analyzed document	UCP_2023_Administración_Plandenegocio_CardamaSileneYPainoLucio_V1.pdf (D157829258)
Submitted	2023-03-27 17:35:00
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	8%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

## Sources included in the report

---

SA

Teorías de la motivación .pdf  
Document Teorías de la motivación .pdf (D129334548)

 3

## Entire Document

---

FACULTAD DE NEGOCIOS TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL UTILIZACIÓN DE SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO MEDIANTE LA CREACIÓN DE UN APP "MOVIEXPRESS" EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2023. PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA Y LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AUTORES: CARDAMA LÓPEZ SILENE LUDGARDA Y PAINO GARCÍA LUCIO CÉSAR IQUITOS - PERÚ 2023Dedicatoria a mis padres porque sin ellos no hubiera sido posible culminar mi carrera profesional, mostrando me siempre sus apoyo incondicional y alentado me en todo momento mostrando que soy capaz de lograr todos misobjetivos. A mis hijos por sus tolerancia y amor puro, que todo esto es por ellos y para ellos, juntos somos un equipazo. Silene Cardama. A mis padres por haberme forjado la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ellos. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al finalmente me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos. Lucio Paino.

Agradecimiento A cada una de los miembros de nuestra familia por el apoyo emocional y económico para culminar con nuestra carrera profesional, a nuestros docentes de nuestra Universidad Científica del Perú por toda la paciencia y enseñanzas inculcadas durante todo este camino para nuestra formación profesional.

Agradecemos a nuestro Dios padre por brindarnos salud, y prosperidad cada día de nuestras vidas, para poder culminar con nuestro proyecto de negocio, sin el y sin salud nada sería posible.

ii Acta de sustentación

iii Constancia de Antiplagio

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Acta de sustentación.....	iii
Hoja de antiplagio.....	iv
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de gráficos.....	ix
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	04
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.2 Demanda actual y tendencias.....	10
2.3 Oferta competitiva.....	15
2.4 Programa de marketing.....	17
2.4.1 El producto.....	17
2.4.2 El precio.....	18
2.4.3 La promoción.....	19
2.4.4 La cadena de distribución.....	21
III. PLAN DE OPERACIONES.....	22
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	22
3.2 El proceso de operaciones comerciales.....	22
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	23
4.1 La organización.....	23
4.2 Puestos, funciones y requisitos.....	23
4.3 Condiciones laborales.....	25
4.4 Régimen tributario.....	25
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	26
5.1 Estudio económico.....	26

5.1.1 Mercado y ventas.....	26
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	26
5.2 Estudio financiero.....	27
5.2.1 Inversiones.....	27
5.2.2 Financiamiento.....	28
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	29
CONCLUSIONES.....	31
RECOMENDACIONES.....	32
BIBLIOGRAFÍA.....	33

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1: (Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU).....	4
Tabla 2: Demanda proyectada del mercado 2022.....	6
Tabla 3: Países del mundo que utilizan el mototaxi como medio de transporte según el continente, año 2022.....	9
Tabla 4: Rutas y precios de mototaxi en Iquitos, año 2022.....	12
Tabla 5: Rutas y precios de la empresa.....	14

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Figura 1: Ubicación de la oficina	3
Figura 2: Seguridad en transporte público urbano	6
Figura 3: Traslado en lluvias	6
Figura 4: Flujograma del servicio	17
Figura 5: Estructura organizacional	18

## RESÚMEN

Utilización de servicio de transporte público mediante la creación de una App "Moviexpress" en la ciudad de Iquitos, año 2023

Silene Ludgarda Cardama López  
Lucio César Paino García

Se describe el mercado actual del transporte de pasajeros en motocarro como una alternativa de negocio rentable; toda vez, que aún hoy en día muchas personas no tienen movilidad propia para desplazarse por la ciudad para realizar sus diversas actividades; por lo que requieren solicitar servicio de taxi, con altos indicadores de calidad y capacidad de respuesta oportuna a sus requerimientos.

Para ello, se brinda a la comunidad de Iquitos su prestación de servicios, apostando por ofrecer productos de calidad y buen precio, con protocolos de seguridad en todos sus desplazamientos; garantizando la satisfacción de sus clientes.

Tanto en nuestro plan de marketing, operaciones y recursos humanos, han sido elaborados de manera sencilla enfocándonos en la simplicidad de acciones para mejorar los procesos organizacionales típicos de una pequeña empresa. Los resultados económicos y financieros señalan una rentabilidad del negocio, TIR Económica de 129% y TIR Financiero de 307%; así mismo un índice de B/C económico es de 4.37, que indica que por cada sol que se invierta, se obtendrá una ganancia de s/. 4.00 soles.

Palabras claves: mototaxi, taxi express, emprendimiento, marketing

## ABSTRACT

Use of public transportation service through the creation of an app  
"Moviexpress" in the city of Iquitos, year 2023.

Silene Ludgarda Cardama López  
Lucio César Paino García

The current market for passenger transportation by motorcycle described as a profitable business alternative; however, even today many people do not have their own mobility to move around the city to carry out their various activities; therefore, they need to request a taxi service, with high quality indicators and the ability to respond in a timely manner to their requirements.

To this end, it provides the community of Iquitos with its services, committed to offering quality products and good prices, with safety protocols in all its movements; guaranteeing customer satisfaction.

Both our marketing, operations and human resources plan have been prepared in a simple way, focusing on the simplicity of actions to improve the typical organizational processes of a small business. The economic and financial results indicate a profitability of the business, Economic IRR of 129% and Financial IRR of 307%; Likewise, an economic B/C index is 4.37, which indicates that for each sole invested, a profit of will be obtained s/. 4.00 soles.

Keywords: mototaxi, express taxi, entrepreneurship, marketing

# CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

## 1.1 Nombre del negocio

Razón social: "MOVIL EXPRES SERVICIO" SRL.

Nombre comercial: "MOVIEXPRESS"

Localización: ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú.

Sector de actividad: servicio de transporte público.

Ubicación: calle Jesús de Nazareth Mz. H Lt. 15, distrito de San Juan Bautista, provincia de Maynas, departamento de Loreto.

Tecnología: aplicativo móvil de transporte "Moviexpress"

**Figura 1**  
**Ubicación de la Oficina transporte Moviexpress**



Fuente: <https://www.google.com.pe>

## 1.2 Actividad empresarial

**Tabla 1**  
**Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU**

H	Transporte y almacenamiento		
	49	Transporte por vía terrestre y transporte por tuberías	
		492	Otras actividades de transporte por vía terrestre
			4922 Transporte urbano y suburbano de pasajeros por vía terrestre

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2022)

## 1.3. Idea del negocio

La idea del negocio está pensado en la necesidad de satisfacer al cliente. La primera necesidad es tener un vehículo limpio y sin riesgos físicos para la persona que desee seguridad en el servicio; por lo tanto, los choferes serán evaluados e identificados, estarán capacitados en trato al cliente y buen servicio; de tal manera que los usuarios sean la mejor publicidad. Otra necesidad es el recojo desde cualquier punto de Iquitos metropolitano, y teniendo la facilidad de pago.

El segmento de mercado a los cuales comprende es al público en general, con el acceso responsable de utilizar un equipo. Pudiendo ser los siguientes usuarios; personas que se dirigen al trabajo desde la casa y viceversa; alumnos menores de edad que se dirigen a sus centros educativos; amas de casa que realizan compras en el mercado; los turistas nacionales e internacionales que se desplazan por nuestra ciudad.

Se ofrece cinco unidades propias y un pool de vehículos asociados de manera temporal, garantizando la poca espera en el momento que se solicite el servicio, para ello, el propio cliente podrá visualizar al conductor más cercano a su ubicación. El personal estará identificado con el chaleco institucional y dada la alta competencia en los servicios de transporte de

mototaxi en la ciudad, la oferta consiste en dar un servicio óptimo y seguro para el cliente, también es importante la diferenciación del servicio, de tal manera que los ciudadanos vean en “Moviexpress”, una alternativa de transporte confiable, seguro y económico. Una de las ventajas del producto es, que el costo del servicio se puede pagar ya sea mediante el uso del aplicativo, a través, de la afiliación de su tarjeta de débito o crédito; también el pago en efectivo es una de las facilidades que pueda tener el cliente al momento de culminar su viaje hasta su destino final.

## **CAPITULO II: PLAN DE MARKETING**

### **2.1 Necesidades de los clientes**

Para McCarthy (1964), los seres humanos están en constancia búsqueda de cubrir con sus necesidades, estas pueden estar íntimamente relacionadas al mundo de los negocios. En los negocios, se busca la satisfacción del cliente; por ello, son varias las necesidades que se propone satisfacer al cliente con este plan de negocio, dentro ellas:

- a) Servicio de transporte de personas. Según la SUTRAN (24 enero del 2020), es el servicio público a través del cual se satisface las necesidades de desplazamiento de los usuarios de transporte, bajo condiciones de calidad, seguridad, salud y cuidado del medio ambiente, haciendo uso del Sistema Nacional del Transporte Terrestre, terminales terrestres, estaciones de ruta u otro tipo de infraestructura complementaria que se considere necesaria para la adecuada prestación del servicio.
  
- b) Se fomentara el orden. Mediante el uso de la app, se fomentara el orden entre los moto taxistas, ya que creamos un padrón con cada uno de ellos para que estén debidamente uniformados y con un chaleco que los pueda representar a cada uno de los colaboradores generando en ellos una actividad permanente de recojo, para que así de esa manera el pasajero tenga conocimiento de ello y pueda contar con nuestros servicios. Para ello la supervisión y fiscalización es responsabilidad prioritaria del Estado, garantizar la vigencia de reglas claras, eficaces, transparentes y estables en la actividad del transporte. Por tal motivo procura la existencia de una fiscalización eficiente, autónoma, tecnificada y protectora de los intereses de los usuarios (Ley N° 30936, publicada el 24 abril del 2019).

- c) Necesidad de recojo en casos de lluvia. Mediante la app facilitaremos a nuestros pasajeros la toma de nuestro servicio en casos de lluvias, ya que en situaciones como estas es poco probable que pare una moto para embarcar. Nuestros vehículos estarán debidamente implementados para un mayor traslado sin perjudicar al pasajero en casos de lluvia. MOVILIBLOG (01 abril del 2015) nos indica que las respuestas varían en función de las percepciones, de perspectivas y de nuestro entorno. Si me toca hacer fila en un parque de atracciones, la experiencia será completamente diferente si estoy sentado a la sombra o de pie bajo el sol. Si me llevan al cine, necesito saber si es para una buena película antes de decidir si invertir o no mi tiempo. Lo mismo pasa cuando viajamos en transporte público. Las personas tienen mejores experiencias de viaje cuando viajan en sistemas modernos. Pero esto no quiere decir que estén viajando cómodamente.
- d) Necesidad de transporte las 24hr. Contaremos con el servicio las 24 hrs. del día, dividiendo en grupos a nuestros choferes brindando mayor confort, rapidez y seguridad al momento de solicitar nuestros servicios a los pasajeros en cualquier horario, ya que en la mayoría de los casos es poco complicado obtener una movilidad en las altas horas de la noche en ciertas zonas de la ciudad. Para LOGISTARE (08 enero del 2021) indica que el transporte terrestre tiene muy diversas formas y usos, lo cual nos dice que debe haber tipos de vehículos. Para poder elegir el transporte adecuado, se considera que tipo de mercancía se va a transportar, las dimensiones o de la estructura de cajas.
- e) Servicio de transporte seguro. Brindaremos un servicio de transporte público brindando al pasajero seguridad ya que nuestro personal de manejo contará con un registro de datos personales para que el cliente este informado la procedencia e identificación de quien le movilice, y que por medio de la aplicación se podrá visualizar la ruta

que se realizara desde el lugar de recojo y/o hasta el lugar de llegada final del pasajero, así generaremos confianza en ellos por ende fidelizar nuestros clientes. En el marco de la Educación Vial, la Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU, 04 de setiembre de 2020) ejecutó acciones de control al transporte urbano y continuó con su campaña #AccionesQueNosCuidan con el objetivo de informar sobre la importancia de cumplir con las normas de tránsito y promover el respeto de las medidas sanitarias en el transporte urbano para prevenir el contagio y propagación del Covid-19.

- f) La segmentación de mercado, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. La segmentación como término general puede dividirse en otras grandes categorías como segmentación por ubicación, u otras categorías más precisas como segmentación por edad. Al usar este tipo de técnicas, las campañas de marketing son más efectivas debido a que impactan a las personas correctas con contenido adaptado a cada una de ellas (AB TASTY abril 10, 2018). La ATU (23 de octubre de 2020) adoptará medidas para garantizar la oferta de movilidad a los usuarios de Lima y Callao a través de la salida de una mayor cantidad de vehículos de las empresas de transporte regular.

**Figura 2:**  
**Seguridad en transporte público urbano**



Fuente: Google.com 2022

**Figura 3**  
**Traslado en lluvias**



Fuente: Google.com 2022

## 2.2 Demanda actual y tendencias

**Tabla 2**  
**Demanda proyectada del mercado 2022**

Población ciudad de Iquitos año 2022 – (habitantes)	472,516
Población mayor desde 18 hasta 55 años (52%) – (habitantes)	245,708
Disposición de usar el servicio de mototaxi (40%) – (habitantes)	98,283
Nº de veces al día que una persona utiliza el servicio de mototaxi	2
Nº de veces a la semana que una persona utiliza el servicio de mototaxi	10
Nº de veces al mes que una persona utiliza el servicio de mototaxi	40
Nº de veces al año que una persona utiliza el servicio de mototaxi	480
Consumo del servicio ciudad de Iquitos (viajes/año)	47'176,017
NSE segmento B ciudad de Iquitos	5%
NSE segmento C ciudad de Iquitos	30%
Demanda de transporte en mototaxi – (viajes/año)	16'511,606

Fuente: INEI – 2022 y Municipalidad Provincial de Maynas

Actualmente, el servicio de transporte de mototaxis se brinda aproximadamente en 35 países en el mundo, siendo Europa donde inicio esta actividad.

Hace aproximadamente 15 años, los mototaxis empezaron a rodar en Europa, siendo la ciudad de Londres la primera capital del viejo continente en disponer de este servicio, a través de la compañía “Virgin Limobikes” de Sir Richard Branson.

Sin embargo, el país donde sin duda ha triunfado este servicio es Francia; los mototaxis llegaron hace 15 años y desde entonces no han dejado de crecer tanto en número, como en usuarios y clientes. Hoy en día, más de 600 mototaxis prestan servicio en la ciudad de París. El tipo de cliente en Europa es distinto al de otras partes del mundo donde existe este servicio, sobre todo los ejecutivos, hombres y mujeres de negocios que desean optimizar sus tiempos de desplazamientos. En general, los mototaxis europeos son motos grandes y lujosas con gran capacidad de carga, los pilotos entregan a sus clientes el equipamiento necesario para que se suban a la moto: casco, chaqueta, guantes, etc.

En marzo de 2010 se puso en marcha Moto-Wings Moto-Taxi Madrid, la primera compañía de España en ofrecer el servicio con motocicletas de gran cilindrada. Está especializada en empresas (consultoras, hoteles de lujo, grupos de televisión, etc.) donde sus clientes valoran la puntualidad en sus desplazamientos y la calidad del servicio.

En nuestro país, los primeros mototaxis llegaron a la selva peruana hace 25 años provenientes de la India. Sin embargo, existen diferentes versiones que señalan que ello no es del todo cierto, ya que en realidad el mototaxi como lo conocemos ahora nació en la ciudad de Iquitos a inicios de la década de los 80, cuando un mecánico curioso decidió combinar la parte delantera de una motocicleta estándar con un soporte para llevar pasajeros y cargas. Este vehículo gozó de popularidad rápidamente y fue adaptado al transporte urbano. Aparentemente una empresa automotriz japonesa, quizás Honda, compró los derechos de este vehículo, comenzando la fabricación y distribución masiva a los pocos años.

El Mototaxi que proviene de la India llegó mucho después, y al menos en las zonas selváticas no goza de gran aprecio por las ruedas pequeñas y carrocería cerrada que son características de estos vehículos.

El Perú se convirtió así en el primer país en América Latina en incluir a las mototaxis dentro de la oferta de transporte público, debido a su adaptación a los diferentes tipos de geografía del país. Fue principalmente en ciudades como Iquitos, Pucallpa o Puerto Maldonado donde se popularizaron desde inicios de los años 80.

Hoy en día, los mototaxis se ensamblan en el Perú y es el transporte de pasajeros o de carga más usado en la mayoría de provincias de climas muy calurosos, además de haberse incorporado también a las ciudades de la costa como Trujillo, Chiclayo, Piura, Ica, Tacna y la capital

Lima (aunque solo en algunos distritos del área metropolitana). Entre las ciudades de la sierra, es el medio de transporte más utilizado en Cajamarca.

El mototaxi se incorporó al transporte público y se convirtió en una herramienta de trabajo para muchos pobladores, originándose una sobreoferta del servicio, que ha desencadenado en la disminución de la calidad del servicio, rebaja de tarifas, baja rentabilidad del negocio, falta de mantenimiento a las unidades, competencia desleal, etc. lo que conlleva al panorama actual que se manifiesta a través de un alto grado de informalidad, alto riesgo de accidentes de tránsito y contribución a empeorar las condiciones ambientales y del tránsito de las principales ciudades.

Es por ello que el plan de negocio es una empresa que brinde el servicio de transporte público en el rubro de mototaxis. Además, contará con un aplicativo para la buena relación cliente-empresa que servirá para reservar su viaje a cualquier destino dentro de la ciudad, garantizar la confiabilidad y seguridad del cliente. Para ello es necesario ver cómo está la demanda de estos servicios.

**Tabla 3**  
**Países del mundo que utilizan el mototaxi año 2022**

<b>Continente</b>	<b>País</b>	<b>Denominación</b>
África	Madagascar	Pousse Pousse
	Sudán	Autorickshaw
América	Argentina	Mototaxi
	Bolivia	Mototaxi
	Brasil	Mototaxi
	Chile	Mototaxi
	Colombia	Motocarro
	Cuba	Cocotaxi
	Ecuador	Mototaxi o Taximoto
	El Salvador	Mototaxi o Tuk Tuk
	Guatemala	Tuk Tuk

	Honduras	Mototaxi o Tuk Tuk
	México	Pochi Móvil o Bicitaxi
	Nicaragua	Mototaxi o Caponera
	Perú	Mototaxi
	Venezuela	Mototaxi
Asia	Bangladés	Baby Taxi
	Camboya	Tuk Tuk
	China	Autorickshaw
	Filipinas	Tricicleta
	India	Autorickshaw
	Indonesia	Bajaj
	Japón	Mototaxi
	Laos	Tuk Tuk
	Nepal	Autorickshaw
	Pakistán	Taxi Rickshaws
	Palestina	Tuk Tuk
	Sri Lanka	Tuk Tuk
	Tailandia	Tuk Tuk
	Vietnam	Lambretta
Europa	España	Mototaxi
	Francia	Tuk Tuk
	Inglaterra	Tuk Tuk
	Italia	Ape
	Portugal	Tuk Tuk

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Autorickshaw>. (2022)

De acuerdo al resumen de los autores, la explicación del cuadro 03 es que, en América Latina y Asia son los continentes que tienen más países que utilizan el mototaxi como medio de transporte público y/o privado haciendo un total de 14 países para cada uno.

Sin embargo, África y Europa son los continentes que tienen pocos países que utilizan el servicio de mototaxi como medio de transporte con un total de 2 y 5 países respectivamente.

El diccionario de la real academia Española define el término mototaxi como un peruanismo que significa “motocicleta de tres ruedas con techo” que se utiliza como medio de transporte popular para trechos cortos a cambio de dinero de la misma forma que un taxi.

Sin embargo, este término ha sido acuñado ya en más de 25 países, de diferentes lenguas, para significar el vehículo motocicleta (vehículo automóvil de 2 ruedas en línea), mototaxi (vehículo de 3 ruedas, carrozado, con componentes mecánicos de motocicleta) o moto tráiler (motocicleta adaptada con carroza trasera) como se lo menciona en otras partes del mundo y son destinados a la prestación del servicio de transporte público individual de pasajeros.

Durante la década de los ´80, los mototaxis eran una novedad ya que permitía desplazar sin ningún problema las cargas que tenían las personas ya sean en mercaderías, entre otras cosas; sin embargo, años más tarde lo utilizarían para el transporte de pasajeros de un lugar a otro.

En algunos países de Europa los mototaxis no los puedes tomar de la calle como es común en Latinoamérica, para acceder a este servicio existen diversas compañías que lo ofrecen mediante páginas web y tienen que estar reservados con antelación, caso contrario el costo se ve incrementado.

En el Perú, no existe una compañía o empresa que brinde el servicio de transporte de pasajeros en mototaxis, ya que la mayoría de ellos son informales y en algunos casos es el único sustento económico de una familia.

Sin embargo, existen asociaciones de mototaxistas que se encuentran en casi todo el país, con diferentes nombres, pero con intereses propios y esto a su vez es un problema para la sociedad ya que la mayoría de los integrantes son como ya se mencionó informales o son personas que depende del Mototaxis porque es el único sustento económico para sus familias.

### **2.3 La oferta competitiva**

El servicio de transporte en el rubro de mototaxis se encarga de transportar pasajeros dentro lugares urbanos e interurbanos dependiendo de la ciudad donde se encuentren.

A nivel nacional existe una gran tendencia por las personas que utilizan este servicio ya que la misma geografía del país permite a estos vehículos poder ingresar a zonas o lugares de difícil acceso. En Lima, por ejemplo, existe alrededor de 600 mil Mototaxis que circulan por todos los distritos; sin embargo, el 40% lo hace informalmente.

En la selva peruana, existen 3 ciudades donde la demanda de estos vehículos es considerable, en la ciudad de Tarapoto existe 24 mil mototaxis circulando por todos los sectores incluyendo al distrito de Morales y al distrito de la banda del Shilcayo. En la ciudad de Pucallpa hay aproximadamente 45 mil motocarros de los cuales 21 mil de ellos son informales.

Sin embargo, en Iquitos hasta el año 2012 existía alrededor de 24 mil mototaxis, para el año 2014 había aproximadamente 30 mil circulando por toda la ciudad y se estima que actualmente existen poco más de 85,000 unidades transitando.

Cabe resaltar que al mencionar que existe informalidad en los mototaxis se refiere a que muchos de ellos no cuentan con el permiso del municipio para circular dentro de la región realizando transporte de pasajeros por zonas urbanas y otros lugares, contando que existen las asociaciones de mototaxis siendo así estos los principales competidores directos para nuestro proyecto, teniendo en cuenta que nosotros contaremos con una tarifa básico, mientras que los informales podría establecer un regateo en sus tarifas.

Es por ello que, en la ciudad de Iquitos, mediante este plan de negocio, se pretende crear la primera empresa que brinde el servicio de transporte público en el rubro de mototaxis, con un servicio adicional de calidad que será la creación de nuestro aplicativo para el transporte público llamado “MOVIEXPRESS” para la garantía y seguridad de los pasajeros, teniendo en cuenta todas las formalizaciones del caso.

**Tabla 4**  
**Rutas y precios de la empresa de transporte de mototaxi año 2022**

<b>Empresa</b>	<b>Ruta</b>	<b>Precio</b>
Fast Mototaxi EIRL.	Aeropuerto – Punchana	S/ 25.00
	Aeropuerto – Iquitos	S/ 20.00
	Aeropuerto – Belén	S/ 17.00
	Aeropuerto – San Juan	S/ 10.00
	Aeropuerto – Varillal	S/ 20.00

Fuente: Los Autores.

## 2.4 Programa de marketing

### 2.4.1 El producto

#### a) Servicio

La empresa brindará a sus clientes el servicio de transporte público en mototaxi, mediante la utilización y creación de un aplicativo (app) llamada “MOVIEXPRESS” que permita a todos nuestro usuario obtener la prestación del servicio, conocer sobre nuestra misión y visión, así como también todos los datos del conductor quien será la persona encargada de movilizarlo durante su recorrido, brindando una serie de opciones e implementos que los usuarios podrán escoger según a sus necesidades.

La empresa contará con mototaxis en buen estado, conductores altamente capacitados en cuanto a la seguridad y calificados para un buen funcionamiento. Contaremos con las mejores marcas de mototaxis para mantener la calidad del servicio. Así mismo, la oficina estará implementada con los mejores equipos para garantizar el beneficio del mismo, así como también cumplir con las exigencias de los clientes.

#### b) La marca

La empresa ha diseñado un logo para diferenciarse de los negocios similares, el mismo que le permitirá identificarse con los clientes.

**Figura 3**  
**Logo empresa “MOVIL EXPRES SERVICIO” SRL, 2023**



## 2.4.2 El precio

### a) Objetivo de precio

Kotler (2000, pág. 510). Señala cinco objetivos a alcanzar a través del precio:

1. Supervivencia.
2. Maximización de los beneficios.
3. Maximización de la cuota de mercado.
4. Máximo desnatado del mercado.
5. Liderazgo en la calidad del producto.

De todas ellas al iniciar el negocio se optará por la supervivencia: cubrir todos los gastos de tal forma que no se produzcan pérdidas y en la segunda etapa teniendo en cuenta la rentabilidad de la empresa se optará por el liderazgo en la calidad del servicio.

Tabla 5  
Rutas y precios de la empresa

<b>Empresa</b>	<b>Ruta</b>	<b>Precio</b>
APP "MOVIEXPRESS"	San Juan – Punchana	S/ 15.00
	San Juan – Iquitos	S/ 10.00
	San Juan – Belén	S/ 5.00
	San Juan – Varillal	S/ 15.00
	Ruta Centro	S/ 5.00

Elaboración: los autores.

Según el cuadro N° 05, nuestras rutas serán desde donde se encuentre el cliente hasta donde sea su destino, para ello fijamos un precio cómodo en base a la competencia. Sin embargo, nuestro costo básico será de S/ 5.00 porque ofrecemos seguridad y una mejor calidad en nuestro servicio.

## **b) Acciones de precio en la cadena de distribución**

Las acciones de precio en la cadena de distribución buscan determinar y entregar el buen servicio, preservando sobre todo la seguridad en nuestros pasajeros hasta su lugar de destino.

Se brindará el servicio de transporte a todos los pasajeros en general, ya sea público o privado, usuarios internos y externos, utilizando el aplicativo para la seguridad y confiabilidad de ambas partes.

### **2.4.3 La promoción**

La promoción es uno de elementos muy importantes en el marketing ya que sirve para informar al público objetivo acerca del producto y persuadirlo para realizar su compra.

El principal atributo de nuestra creación del aplicativo, es que será nuevo en el mercado, y así generamos la innovación para el transporte público, creando confianza y seguridad en la ciudad y con los pasajeros.

Kotler (2000, pág. 621) señala que los objetivos de comercialización son:

- a) Reconocimiento.
- b) Conocimiento.
- c) Gusto.
- d) Preferencia.
- e) Convicción.
- f) Compra.

De todos ellos, se selecciona los siguientes objetivos:

- a. Conocimiento: Que el cliente conozca el buen servicio que se le va a brindar y la ubicación de la oficina central.

- b. Persuadir: Se brindará el servicio, descuentos y promociones a través del aplicativo “MOVIEXPRESS”, para una atención eficiente y eficaz al cliente.
- c. Preferencia: Para todos los clientes público y/o privado que deseen contar con el servicio de transporte de pasajeros dentro de la ciudad.

Se realizará descuentos a través del aplicativo “MOVIEXPRESS”, dependiendo de la cantidad de veces que utilice el servicio.

Esto será contabilizado según a la aceptación y selección del buen servicio por parte del pasajero al término del servicio evaluación su experiencia del 1 al 5 con el conducto, a su vez crearemos internamente una base de datos en Excel que nos permita simplificar la búsqueda de los clientes ganadores.

### **Publicidad**

- a. Volantes, que serán repartidos en puntos estratégicos de la ciudad, ya sea en mercados, plazas y otros lugares de mayor concurrencia, indicando a nuestros usuarios los pasos a seguir para la instalación de nuestro aplicativo en sus Android o iOS para vuestro conocimiento.
- b. Obsequio de polos y llaveros con la marca de “MOVIEXPRESS”
- c. Publicidad a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Tiktok teniendo en cuenta que la gran mayoría en nuestra ciudad tiene una cuenta en algunas de esas plataformas.

#### **2.4.4 La cadena de distribución**

La empresa: “MOVIL EXPRES SERVICIO” SRL. Se ubicará en Calle Jesús de Nazareth Mz H Lt. 15, distrito de San Juan Bautista, en la ciudad de Iquitos – Perú. La cadena de distribución es directa.

Se busca el posicionamiento de la empresa en nuestra ciudad ya que seremos la primera empresa en este rubro de brindar el servicio de transporte público y/o privado por medio de la APP “MOVIEXPRESS” en mototaxis.

También queremos generar un ordenamiento y diferenciación entre los mototaxis informales con nuestros mototaxis capacitados, para así evitar la congestión de estos en la ciudad.

La principal función es promocionar el negocio como un modelo a seguir para contribuir en el desarrollo económico y social, generando a su vez mayor seguridad con los pasajeros en la ciudad. Así tendremos mayores clientes y obtendremos una mayor rentabilidad.

## CAPITULO III: PLAN DE OPERACIONES

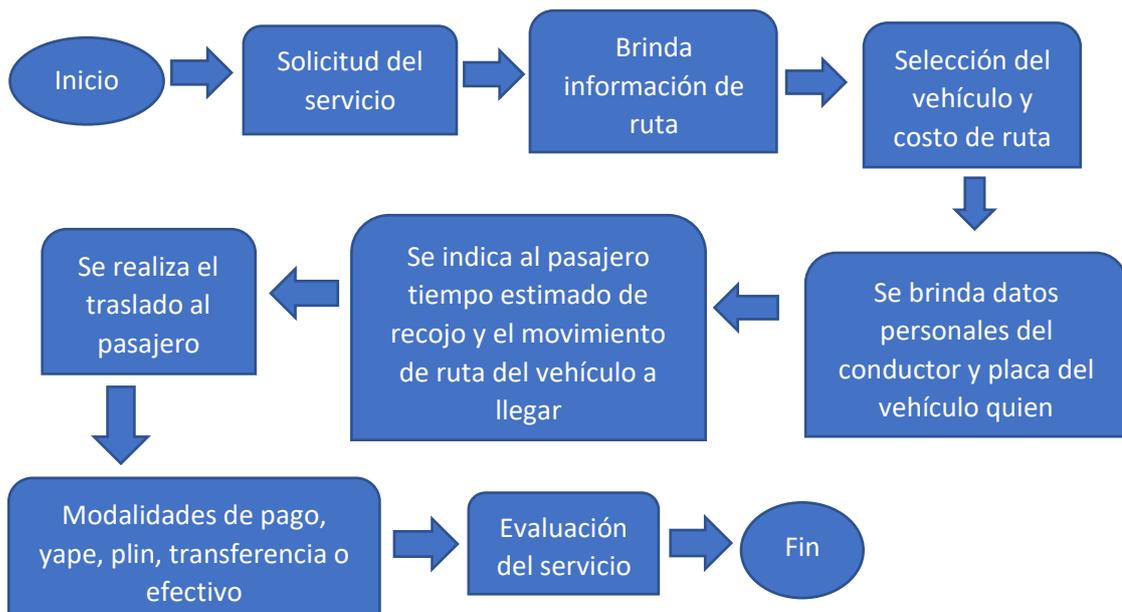
### 3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La fuente de aprovisionamiento se dará en la ciudad de Iquitos, con la cual se contratara el servicio de la empresa MINEGOCIO VR CEO & FOUNDER S.A.C. Para la adquisición e instalación del software, la cual nos ayudara en la activación del aplicativo, que será compatible para móviles IOS y Android, además de abastecer con todo el paquete que implique las actualizaciones de este.

Se hará la selección de las unidades con la ayuda de la municipalidad de Maynas, que nos brindara toda la data mototaxis empadronados, así tener a los mejores conductores y unidades aptos y capacitados todo conforme a ley, para brindar garantía, seguridad y calidad a nuestros pasajeros.

### 3.2 El proceso de operaciones comerciales

Figura 4  
Flujograma de servicio

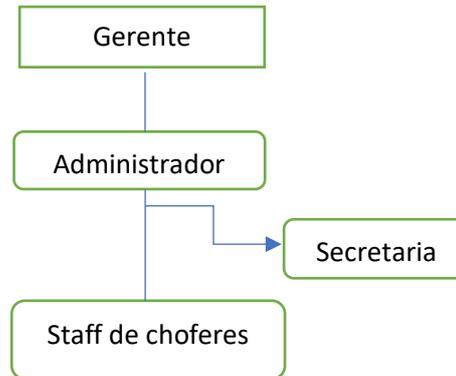


Fuente: elaboración propia

## CAPITULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 4.1. La organización

**Figura 5**  
**Estructura organizacional Móvil Express Servicio SRL**



Fuentes: elaboración propia

### 4.2. Puestos y funciones

**a) Perfil:** Gerente de Movil Express Servicio SRL.

Lic. En Administración de empresas, capacidad de liderar, proactivo, capacidad de resolver problema con el personal, y dispuesto a trabajar bajo presión.

**Funciones:**

- a) Planificar
- b) Organizar
- c) Dirigir
- d) Controlar
- e) Coordinar
- f) Analizar
- g) Calcular y conducir el trabajo de la empresa
- h) Contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

**b) Perfil:** Staff de choferes de Móvil Express Servicio SRL.

Buena presencia, responsable, edad entre 25 a 45 años, documentación en regla, contar con licencias de conducir y buena salud.

**Funciones:**

- Movilizar responsablemente a los pasajeros a su destino final
- Mostrar siempre amabilidad, seguridad y buena atención con el pasajero.

**c) Perfil:** Administrador de Móvil Express Servicio SRL.

Lic. En administración o negocios internacionales, capacidad de relaciones interpersonales, mostrando eficiencia, que tenga una mentalidad analítica, capacidad de dar soluciones antes los problemas con la empresa y dispuesto a trabajar bajo presión.

**Funciones:**

- a) Planificar
- b) Organizar
- c) Dirigir
- d) Coordinar
- e) Controlar
- f) Evaluar
- g) Trabajo en equipo
- h) Lograr metas por ciclos
- i) Office intermedio.

**d) Perfil:** Secretaria de Movil Express Servicio SRL.

Lic. En Secretariado ejecutivo. Buena presencia, excelentes capacidades de comunicación escrita y verbal, alto grado de capacidad de multitarea y de gestión de tiempo.

**Funciones:**

- a) Responder llamadas telefónicas y reprogramar cuando sea necesario.
- b) Administrar la agenda diaria, semanal, mensual.
- c) Archivar y actualizar información de empleados y clientes.
- d) Documentar gastos y entregar informes periódicamente.
- e) Buena atención al cliente.
- f) Atender reclamos.

**4.3. Condiciones laborales**

MovilExpress Servicios SRL. Ha tomado la decisión de considerar las siguientes condiciones laborales:

- a) Se determinó elaborar contratos x3 meses según a la necesidad del mercado con posible renovación a todos los trabajadores, quienes además gozaran de todos los beneficios de ley.
- b) Se ha previsto respetar el horario laboral de las 8hrs diarias, con la finalidad de dar calidad de vida a nuestros trabajadores.
- c) Se implementará toma de pruebas Covid-19 y chequeos médicos periódicamente para la prevención y salvaguardar la salud de nuestros trabajadores.

**4.4. Régimen tributario**

MovilExpress Servicio SRL, se acogerá al Régimen Especial de impuesto a la renta (RER) comprende a 2 tipos de impuesto: el impuesto general a la venta (IGV) de 18% y el impuesto a la renta (el 1.5% sobre sus ingresos netos).

## CAPITULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 5.1. Estudio Económico

#### 5.1.1. Mercado y ventas.

##### **Demanda del negocio a desarrollar**

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (servicio)	16,511,606		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (servicio)	16,511,606	16,676,722	16,843,489
Participación de mercado (decisión)	0.40%	0.50%	0.60%
Demanda del proyecto (servicio)	66,046	83,384	101,061

#### 5.1.2. Compras, costo de ventas y gastos

##### **Ventas del negocio a desarrollar**

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	66,046	83,384	101,061
Precio venta (soles x servicio)	5.00	5.00	6.00
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	4%
Precio de venta (soles x servicio)	S/.5.00	S/.5.10	S/.6.24
<b>VENTA TOTAL EMPRESA</b>	<b>S/.330,232</b>	<b>S/.425,256</b>	<b>S/.630,620</b>

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (pdt)		66,046	83,384	101,061
Inventario final (pdt)	10%	6,605	8,338	10,106
Total requerimiento (pdt)		72,651	91,722	111,167
.-Inventario inicial (pdt)		-	6,605	8,338
Compras		72,651	85,117	102,829
Costo compra		S/.2.50	S/.2.60	S/.2.80
Tendencia del costo de compra		0%	2%	3%
Costo compra efectiva		S/.1.00	S/.1.50	S/.1.50
<b>COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA</b>		<b>S/.72,651</b>	<b>S/.127,676</b>	<b>S/.154,243</b>

<b>GASTO ADMINISTRATIVO</b>	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente	1	1	1
<b>Sueldo mensual</b>	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Administrador	1	1	1
<b>Sueldo mensual</b>	S/. 1,500	S/. 2,000	S/. 2,500
Choferes	5	6	7
<b>Sueldo mensual</b>	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,200
<b>Sueldo total de mes (choferes)</b>	S/. 5,000	S/. 6,600	S/. 8,400
Secretaria	1	1	1
<b>Sueldo mensual</b>	S/. 1,000	S/. 1,250	S/. 1,300
<b>Remuneraciones del personal</b>	<b>S/. 7,500</b>	<b>S/. 9,850</b>	<b>S/. 12,200</b>
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
<b>Remuneración total mensual</b>	<b>S/. 8,150</b>	<b>S/. 10,704</b>	<b>S/. 13,257</b>
Servicios públicos	S/. 280	S/. 350	S/. 450
Útiles oficina	S/. 250	S/. 300	S/. 380
Servicio contable	S/. 350	S/. 400	S/. 450
Otros	S/. 300	S/. 400	S/. 500
<b>Total mensual</b>	<b>S/. 9,330</b>	<b>S/. 12,154</b>	<b>S/. 15,037</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.111,960</b>	<b>S/.145,844</b>	<b>S/.180,448</b>

<b>GASTO COMERCIAL</b>	Año 1	Año 2	Año 3
SOFTWARE	S/. 2,500.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Alquiler local	S/. 1,000.00	S/. 1,200.00	S/. 1,400.00
Promociones	S/. 600.00	S/. 600.00	S/. 600.00
Otros	S/. 300.00	S/. 400.00	S/. 500.00
<b>Total mensual</b>	<b>S/. 4,400.00</b>	<b>S/. 3,200.00</b>	<b>S/. 3,500.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.52,800.00</b>	<b>S/.38,400.00</b>	<b>S/.42,000.00</b>

## 5.2. Estado Financiero

### 5.2.1. Inversiones

GASTOS PRE OPERATIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año3
Estudio de mercado	S/. 2,000	S/. 500	S/. 500	S/. 500
Tramites diversos	S/. 1,500	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Total	S/. 3,500	S/. 800	S/. 800	S/. 800

Activo fijo	Valor adquisitivo	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 1,000	1	S/. 1,000	10	S/. 100
Mesas	S/. 250	3	S/. 750	5	S/. 150
Sillas	S/. 60	7	S/. 420	5	S/. 84
Estante	S/. 200	4	S/. 800	3	S/. 267
Computadoras	S/. 1,800	1	S/. 1,800	3	S/. 600
Motocarro	S/. 7,500	5	S/. 37,500	10	S/. 3,750
Total			S/. 42,270		S/. 4,951

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/. 42,270	-S/. 4,951	-S/. 4,951	-S/. 4,951	S/. 27,418
Amortización activo intangible	S/. 3,500	-S/. 700	-S/. 700	-S/. 700	S/. 1,400
Total	S/. 45,770	-S/. 5,651	-S/. 5,651	-S/. 5,651	S/. 28,818

### 5.2.2. Financiamiento

Deuda a tomar	S/. 40,000		
26.82%	Anual	2.0%	mensual
		48	meses

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	40,000	800	833	1,633
2	39,167	783	833	1,617
3	38,333	767	833	1,600
4	37,500	750	833	1,583
5	36,667	733	833	1,567
6	35,833	717	833	1,550
7	35,000	700	833	1,533
8	34,167	683	833	1,517
9	33,333	667	833	1,500
10	32,500	650	833	1,483
11	31,667	633	833	1,467
12	30,833	617	833	1,450
		8,500	10,000	

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
---	-----------------	---------	--------------	-------------

13	30,000	600	833	1,433
14	29,167	583	833	1,417
15	28,333	567	833	1,400
16	27,500	550	833	1,383
17	26,667	533	833	1,367
18	25,833	517	833	1,350
19	25,000	500	833	1,333
20	24,167	483	833	1,317
21	23,333	467	833	1,300
22	22,500	450	833	1,283
23	21,667	433	833	1,267
24	20,833	417	833	1,250
		6,100	10,000	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	20,000	400	833	1,233
26	19,167	383	833	1,217
27	18,333	367	833	1,200
28	17,500	350	833	1,183
29	16,667	333	833	1,167
30	15,833	317	833	1,150
31	15,000	300	833	1,133
32	14,167	283	833	1,117
33	13,333	267	833	1,100
34	12,500	250	833	1,083
35	11,667	233	833	1,067
36	10,833	217	833	1,050
		3,700	10,000	

### 5.2.3. Flujo de caja e Indicadores de rentabilidad

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.330,232	S/.425,256	S/.630,620
Costo ventas	-S/.66,046	-S/.125,075	-S/.151,591
Margen Bruto	S/.264,186	S/.300,181	S/.479,029
Gastos administrativos	-S/.111,960	-S/.145,844	-S/.180,448
Depreciación	-S/.5,651	-S/.5,651	-S/.5,651
Gastos comerciales	-S/.52,800	-S/.38,400	-S/.42,000
Margen operativo	S/.93,775	S/.110,286	S/.250,930
Pago tributos	(32,953)	(38,755)	(88,177)

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Ingresos por ventas</b>	S/.330,232	S/.425,256	S/.630,620
Costo ventas	-S/.66,046	-S/.125,075	-S/.151,591
<b>Margen Bruto</b>	<b>S/.264,186</b>	<b>S/.300,181</b>	<b>S/.479,029</b>
Gastos administrativos	-S/.111,960	-S/.145,844	-S/.180,448
Depreciación	-S/.5,651	-S/.5,651	-S/.5,651
Gastos comerciales	-S/.52,800	-S/.38,400	-S/.42,000
<b>Margen operativo</b>	<b>S/.93,775</b>	<b>S/.110,286</b>	<b>S/.250,930</b>
Gastos financieros	-S/.8,500	-S/.6,100	-S/.3,700
<b>Margen antes de tributos</b>	<b>S/.85,275</b>	<b>S/.104,186</b>	<b>S/.247,230</b>
Participación utilidades	-S/6,822	-S/8,335	-S/19,778
Subtotal	S/78,453	S/95,851	S/227,452
Pago impuesto a la renta	-S/.23,144	-S/.28,276	-S/.67,098
<b>Utilidad neta</b>	<b>55,309</b>	<b>67,575</b>	<b>160,353</b>

VAN Económico	S/.187,475
Tasa de descuento (CAPM)	16.05%
TIR Económica	129%
Índice B/C	4.37
VAN Financiero	185,240
Tasa de descuento (WACC)	17.02%
TIR Financiero	308%
índice B/C	12.82

## CONCLUSIONES

- a) El presente plan de negocio se ha elaborado con el propósito de constituir una empresa que se dedique al servicio de transporte de pasajeros mediante el uso del motocarro, apostando por entregar un producto de con altos estándares de calidad en el servicio y a precios bastantes competitivos, al alcance de las grandes mayorías.
- b) El plan de marketing se ha elaborado pensando en el cliente, vale decir, en el consumidor de nuestro producto, quien espera recibir un servicio de calidad, con altos estándares de seguridad en el traslado de pasajeros en sus diversos destinos dentro del área de Iquitos metropolitano.
- c) Nuestro Plan de operaciones es sencillo. Nuestros potenciales clientes tienen la posibilidad de obtener nuestro servicio a precio económico y a tiempo (en los minutos estrictamente estipulados para la llegada a su destino). Se cuenta con una fuente de aprovisionamiento de calidad, lo que garantiza el correcto servicio a nuestros clientes, contando con unidades en perfecto estado de funcionamiento.
- d) En cuanto al plan de recursos humanos, nuestros colaboradores, tendrán todos los beneficios económicos y sociales que la ley lo amerita. Contarán con un ambiente de trabajo agradable; donde el respeto y consideración a la persona serán nuestros valores fundamentales. Tendremos una estructura simple, propia de una microempresa.
- e) En el plan económico y financiero, se puede observar que el proyecto es rentable, permite soportar el endeudamiento de la empresa. Los estados financieros han sido proyectados para 4 años. El VAN, TIR y B/C del proyecto confirman la rentabilidad del negocio; 4.37 para el VAN económico, lo que implica que por cada sol invertido el retorno de la inversión es 4 veces mayor, lo que confirma la rentabilidad financiera.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda fortalecer a la pequeña y mediana empresa en la región Loreto, de tal manera que, a través, del emprendimiento pueda generar fuentes de trabajo y promover la inversión privada, siendo un ejemplo para las personas que desean, a través, de la prestación de un servicio, obtener ganancias y de esta manera ofrecer a la comunidad loreтана un servicio con altos estándares de calidad económico y seguro.
2. Establecer alianzas con los agentes y operadores turísticos de Iquitos, de tal manera que “Moviexpress”, sea una organización que ofrece a los turistas nacionales e internacionales un servicio confiable en sus desplazamientos, haciendo su experiencia en la ciudad mucho más agradable y grato de promover

## BIBLIOGRAFIA

Drucker, Peter., (1973), *Management: Tasks, Responsibilities and Practices*, Harper and Row, New York.

El Universal (2014), *Facebook como herramienta de marketing*, Blog del diario El Universal, Medellín, Colombia.

Instituto Nacional de Estadística e Informática –INEI (2008), *Censos Nacionales 2015: XII de población y VI de vivienda*. Lima, Perú.

Kotler, Phillip. y Armstrong, Gary. (2007), *Marketing: versión para Latinoamérica*. 11ª Edición, Pearson Educación, México.

Rockcontent review (2018), *El Marketing*, Revista digital sobre actualidad en marketing, México

McCarthy, E.James. (1964): *Basic marketing: a managerial approach*, 2ª ed., R.D. Irwin, Homewood.

SUTRAN. *Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre LEY Nº 27181*. Artículo 2. De las definiciones.

<https://www.sutran.gob.pe/wp-content/uploads/2020/06/Ley-N-27181-Ley-General-de-Transporte-y-Tr%C3%A1nsito-Terrestre.pdf>

SUTRAN. *Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre LEY Nº 27181*. Artículo 9. De la supervisión y fiscalización.

<https://www.sutran.gob.pe/wp-content/uploads/2020/06/Ley-N-27181-Ley-General-de-Transporte-y-Tr%C3%A1nsito-Terrestre.pdf>

MOBILIBLO *¿Cuánto vale mi comodidad?*

<https://blogs.iadb.org/transporte/es/cuanto-vale-mi-comodidad/>

LOGISTORAGE: *La importancia del servicio de transporte en la actualidad*

<https://www.logistorage.com/servicio-de-transporte-como-elegir-el-que-mejor-se-adapte-a-tus-necesidades/>

La ATU *fomenta el respeto por las normas de tránsito y las medidas sanitarias en el transporte urbano*. 04 de Setiembre, 2020.

<https://www.gob.pe/institucion/atu/noticias/299622-atu-fomenta-el-respeto-por-las-normas-de-transito-y-las-medidas-sanitarias-en-el-transporte-urbano>

AB TASTY *La Segmentación del Mercado*. 10 de abril, 2018.

<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>

LA ATU *adoptaría medidas para garantizar la oferta de movilidad a los usuarios de lima y callao*. 23 de Octubre, 2020.

<https://www.gob.pe/institucion/atu/noticias/551891-la-atu-adoptara-medidas-para-garantizar-la-oferta-de-movilidad-a-los-usuarios-de-lima-y-callao>