



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE SUBE.PE APLICATIVO
DE TRANSPORTE PÚBLICO EN TIEMPO REAL SEGURO Y CONFIABLE,
DIRIGIDO A JOVENES ESTUDIANTES Y TRABAJADORES DEPENDIENTES
ENTRE LOS 20 Y 45 AÑOS, RESIDENTES EN LIMA SUR, NSE B., 2018”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON MENCIÓN EN
MARKETING

PRESENTADO POR:
CLAUDIA ALEJANDRA GALARZA TRUJILLO

LIMA-PERÚ
2019



ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 29/03/2019

Facultad	Ciencias Empresariales		
Carreras de CPE			
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>		
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>		
Integrantes:			
Código	Alumno	Correo electrónico	Teléfono
10038025	Claudia Alejandra Galarza Trujillo	clauship93@gmail.com	962717553

Título del trabajo de investigación:

“PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE SUBE.PE APLICATIVO DE TRANSPORTE PUBLICO EN TIEMPO REAL SEGURO Y CONFIABLE, DIRIGIDO A JOVENES ESTUDIANTES Y TRABAJADORES DEPENDIENTES ENTRE LOS 20 Y 45 AÑOS, RESIDENTES EN LIMA SUR, NSE B.,2018”

El Jurado revisor concluye que el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller es:

Aprobado (13 – 15)	<input type="checkbox"/>
Aprobado – Muy Buena (16 – 18)	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)	<input type="checkbox"/>
Desaprobado (0 – 12)	<input type="checkbox"/>

Calificándola con nota de: 15 en letras (Quince)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

-Se sugiere enfocar la publicidad en actividades utilizando plataformas digital mediante geolocalización en Lima Sur y así optimizar la difusión de la marca, es por ello que también se recomienda optimizar las vallas publicitarias, porque las tarifas sobre cargan el presupuesto de la marca.

Atentamente,

Profesor del curso
Mg. Giovanna G. Pinto Diaz

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres, a mi hermano, a Michael, a Bono, Milu, Noah, M-Grisly, Guzz, Dalilah, Anastasia, Tana, Israel, Ismael, Napoleón y sobre todo a Valentín, por toda la colaboración prestada para mi crecimiento profesional y humano.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por todos los éxitos y lecciones aprendidas en el camino.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
RESUMEN EJECUTIVO.....	8
ABSTRACT	9
CAPITULO I: PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL.....	10
1.1. Descripción de la Idea de Negocios.....	10
1.2. Misión.....	10
1.3. Visión.....	10
1.4. Valores.....	10
1.5. Análisis del Entorno.....	10
1.5.1. Macroentorno.....	10
1.5.2. Microentorno.....	12
1.6. Análisis Situacional.....	12
1.6.1. Hechos actuales.....	12
1.6.2. Referencias nacionales.....	14
1.6.3. Referencias internacionales.....	15
1.7. Matriz FODA.....	17
1.8. Matriz.....	18
1.9. Perfil Competitivo.....	19
CAPITULO II: ANÁLISIS DEL MERCADO.....	21
2.1. La oferta.....	21
2.2. La demanda.....	21
2.3. Aspectos de interés para el mercado.....	21
2.4. Clientes directos.....	22
2.4.1. Compradores.....	22
2.4.2. Usuarios finales.....	22
CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	23
3.1. El estudio de mercado	23
3.2. Resultados de la Investigación de Mercados.....	26
CAPITULO IV: PLAN DE MARKETING.....	37
4.1. Planteamiento estratégico de marketing.....	37

4.1.1. Estrategias de Marketing Mix.....	37
4.1.2. Estrategia de producto.....	37
4.1.3. Estrategia de precios.....	37
4.1.4. Estrategias de promoción.....	37
4.1.5. Estrategias de segmentación.....	38
4.1.6. Estrategias de posicionamiento de una marca.....	38
4.2. Segmentación o nicho.....	38
4.2.1. Segmentación.....	38
4.2.2. Nicho de mercado.....	39
4.3. Perfil del cliente.....	39
4.3.1. Antecedentes.....	39
4.3.2. Identificadores.....	39
4.3.3. Metas.....	39
4.3.4. Retos.....	39
4.3.5. ¿Cómo se le puede ayudar?	39
4.4. Plan de Producto.....	39
4.5. Plan de Precio.....	40
4.6. Plan de plaza.....	40
4.7. Plan de Ventas.....	40
4.7.1. Estimación de ventas.....	40
4.7.2. Fuerza de ventas.....	40
4.7.3. Estructura comercial.....	40
4.8. Plan de promoción.....	42
4.9. Personas.....	55
CAPTITULO V: PLAN DE OPERACIONES.....	58
5.1. Diseño del Servicio.....	58
5.2. Proceso del servicio.....	58
5.3. Cálculo de materiales.....	59
CAPITULO VI: PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	60
6.1. Organigrama.....	60
CAPITULO VII: PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	61
7.1. Fuentes de financiamiento para los negocios.....	61
7.2. Elaboración del cuadro de presupuesto de ingresos.....	61
7.3. Elaboración del cuadro de presupuesto de costos.....	62

7.4. Elabora Estado de Ganancias y Pérdidas.....	63
7.5. Presupuesto de caja	63
CAPITULO IX: CONCLUSIONES.....	64
CAPITULO X: RECOMENDACIONES.....	65
BIBLIOGRAFIA.....	66

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Interés en la nueva forma de transporte.....	26
Gráfico 2 Aspectos que atraen el servicio de Sube.pe	27
Gráfico 3 Distritos que podrán acceder al servicio de Sube.pe	28
Gráfico 4 Medios para recibir información del servicio Sube.pe	29
Gráfico 5 Aspectos que no atraen del servicio Sube.pe	30
Gráfico 6 Costo estimado del servicio Sube.pe.....	31
Gráfico 7 Costo estimado del servicio Sube.pe	32
Gráfico 8 Probabilidad de uso del servicio Sube.pe	33
Gráfico 9 Nivel de interés del servicio Sube.pe.....	34
Gráfico 10 Género de los encuestados.....	35
Gráfico 11 Edad de los encuestados.....	36
Gráfico 12 Revisión técnica vehicular.....	57
Gráfico 13 Proceso del servicio.....	58
Gráfico 14 Organigrama de la empresa peruana Sube.pe.....	60

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cifras de tráfico e impacto sobre la salud y seguridad.....	13
Ilustración 2 Cifras de informalidad en taxis.....	14
Ilustración 3 Matriz FODA.....	17
Ilustración 4 Encuesta	24
Ilustración 5 Nicho y Segmentación del mercado objetivo de Sube.pe.....	38

Ilustración 6 Estructura comercial de la empresa Sube.pe.....	42
---	----

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de la matriz MEFI.....	18
Tabla 2 Análisis de la matriz MEFE.....	19
Tabla 3 Matriz de Perfil Competitivo.....	20
Tabla 4 Proyección de ventas al año 2019.....	41
Tabla 5 Proyección de ventas al año 2019.....	41
Tabla 6 Ventas para los próximos cinco años de operación.....	41
Tabla 7 Requisitos para ser conductor de Sube.pe y requisitos de para los vehículos.....	56
Tabla 8 Cuadro de presupuesto de ingresos por ventas.....	61
Tabla 9 Presupuesto de costos.....	62
Tabla 10 Resumen de inversión.....	62
Tabla 11 Ingresos y egresos en los próximos cinco años.....	63
Tabla 12 Presupuesto de caja en los próximos cinco años.....	63

RESUMEN EJECUTIVO

La tendencia por el uso de aplicativos móviles comenzó hace aproximadamente en los 90's en EE. UU, no obstante, en Perú, los smartphones llegaron en el año 2000, estos permiten el uso de diferentes aplicativos móviles para hacernos más fácil la rutina de los días. Es así que Sube.pe lanza su aplicativo móvil de viajes compartidos en tiempo real.

La empresa de servicios de viajes compartidos a través de aplicativos móviles más usado en nuestra ciudad es Uber, seguido de Beat y Cabify.

Actualmente usuarios prefieren utilizar movilidades de los aplicativos por que los consideran más seguros y confiables, sin embargo, existe algún tipo de temor al usarlos por la inseguridad ciudadana.

Sube.pe, es una empresa peruana que se involucra con la nueva tendencia tecnológica, empieza siendo un star up, brindando al público usuario una alternativa segura de movilidad compartida, apoyándose con estrategias de seguridad para un mejor emprendimiento. La oficina administrativa se localizará en Miraflores.

El público objetivo de Sube-pe son adultos y jóvenes entre los 20 y 45 años, de ocupaciones como estudiantes y trabajadores dependientes, de los sectores B y C, que están dispuestos a pagar un promedio de soles más que un bus, por un medio de transporte privado que brinda principalmente seguridad y comodidad.

ABSTRACT

The trend for the use of mobile applications began approximately in the 90's in the USA. UU, however, in Peru, smartphones arrived in the year 2000, these allow the use of different mobile applications to make us easier the routine of the

The company of shared travel services through mobile applications most used in our city is Uber, followed by Beat and Cabify.

Currently, users prefer to use mobilities of applications because they consider them to be safer and more reliable, however, there is some kind of fear of using them due to citizen insecurity.

Sube.pe, is a Peruvian company that is involved with the new technological trend, starts being a star up, providing the user user with a safe alternative of shared mobility, supporting with security strategies for a better business. The administrative office will be located in Miraflores.

The target public of Sube-pe are adults and young people between the ages of 20 and 45, of occupations such as students and dependent workers, of sectors B and C, who are willing to pay an average of soles more than a bus, by a Private transportation that provides mainly security and comfort.