

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA “TOULOUSE LAUTREC”



**IMPLEMENTACIÓN DEL FONDO ZEN-CILLO PARA AYUDAR EN EL
AHORRO ECONÓMICO POR EL ALZA DE PASAJE EN USUARIOS DE
TRANSPORTE PÚBLICO DE LIMA METROPOLITANA**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Publicitario

AUTOR:

CARLO LEONARDO BERNAL LEÓN

(0000-0003-0297-061X)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:

SUMIKO BRIGGITH CHAVEZ SHIRAHAMA

(0000-0001-9739-6627)

Asesor:

Leny Percca Trejo

(0000-0002-8363-8354)

Lima-Perú

2022

NOMBRE DEL TRABAJO

IMPLEM~1.PDF

RECUENTO DE PALABRAS

8308 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

37 Pages

FECHA DE ENTREGA

Jul 13, 2024 9:56 PM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

43894 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

9.8MB

FECHA DEL INFORME

Jul 13, 2024 9:57 PM GMT-5**● 24% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 23% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 13% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 9 palabras)

Resumen

Este estudio sugiere múltiples soluciones. Es decir, la mitigación del problema de los altos precios en el área metropolitana de Lima, que es consecuencia de los altos precios de los hidrocarburos a nivel global. Hoy en día, el transporte público se ve obligado a subir los precios a expensas de los costes de transporte.

Los ciudadanos se ven afectados porque su presupuesto diario de transporte está restringido y no pueden ahorrar como lo harían normalmente antes de la pandemia de coronavirus de 2020. Por tal motivo, se presenta el Fondo ZEN-CILLO para apoyar el ahorro financiero de los usuarios de transporte entre 18 y 30 años del área metropolitana de Lima con niveles socioeconómicos B al C, y para apoyar el ahorro financiero de los servicios proporcionados por el servicio actuando como una billetera digital para su uso exclusivo, tiene beneficios económicos y también ayuda a los consumidores finales a organizar su presupuesto diario de transporte para que puedan cumplir sus objetivos de ahorro a pesar de la crisis económica actual.

Para lograr estos objetivos, se utilizó la metodología de pensamiento de Toulouse, que prevé un proceso circular iterativo en el que se recopila información bruta y se pone a disposición para su posterior análisis. Además, utilizamos mapas de problemas y partes interesadas para identificar y desglosar estos temas para una mejor comprensión. Finalmente, se realizaron entrevistas, encuestas y talleres generacionales para obtener información confiable sobre los insights de los usuarios.

Como resultado, se lograron todas las metas generadas, creando una oportunidad para quitar este "ajuste económico" a los usuarios e incluso brindándoles una herramienta a largo plazo para enseñarles a organizarse económicamente

Palabras clave: transporte, fondo económico, ahorro, hidrocarburos, billetera digital.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de Investigación	
1. Contextualización del Problema	5
2. Justificación	7
3. Reto de innovación	9
4. Sustento Teórico	11
4.1. Estudios previos	11
4.2. Marco teórico	16
4.2.1 Ahorro Económico	16
4.2.1.1 Conceptualización del ahorro Económico	16
4.2.1.2 Teorías explicativas del ahorro económico	16
4.2.2. El transporte	17
4.2.3. Público	18
4.2.3.1. Conceptualización del público	18
4.2.4. Fondo de ahorro económico	19
4.2.4.1. Definición de fondo de ahorro económico	19
4.2.4.2 La Importancia de implementar un fondo de ahorro económico en medios de transporte	19
5. Beneficiarios	20
5.1. Directos	20
5.2. Indirectos	20
5.3. Arquetipo del cliente	20
5.4. Cantidad de beneficiarios	23
6. Propuesta de Valor	23
6.1. Propuesta de valor	23
6.2. Segmento de clientes	24
6.3. Canales	24
6.4. Relación con los clientes	25
6.5. Actividades clave	25
6.6. Recursos clave	25

6.7. Aliados clave	26
6.8. Fuentes de ingresos	27
6.9. Presupuestos	28
7. Resultados	29
8. Conclusiones	30
9. Bibliografía	32
10. Anexos	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Presupuesto del proyecto*

28

1. Contextualización del Problema

Tras la reactivación de la economía en 2021 a consecuencia de la pandemia de COVID-19, el sector de hidrocarburos en el mundo se vio afectado económicamente, pues se enfrentó ante una demanda tan grande contra una oferta que no podía cubrir sus necesidades. Por el lado de la oferta, según el noticiero France 24 (2020):

Las naciones de la OPEP acordaron un recorte récord en la producción de petróleo, La decisión tomada por los países de la alianza contempla, en favor de la estabilización del mercado en medio de la pandemia por Covid-19, la implementación de un recorte productivo de 9,7 millones de barriles diarios desde el primero de mayo. (párr. 1).

Sin embargo, por el lado de la demanda, la reactivación de la economía generó un aumento en la movilidad en general, específicamente en Lima y Callao, donde el servicio de movilidad aumentó un 45% entre enero y abril del presente año, comenta un artículo publicado en el portal Ecommerce News. Según el artículo, donde se entrevistó a Fausto Lignan, jefe de operaciones urbanas de Beat Perú, escrito por Payares del portal de noticias Ecommerce news (2022): “Según la empresa, otros factores que han contribuido al primer cuatrimestre del año han sido el levantamiento del toque de queda en la capital.” (párr. 4). En el transcurso de los últimos meses el mercado de combustibles se ha visto afectado a nivel global por el incremento de precios del petróleo, el cual ha llegado a subir a más de 100 dólares el precio del barril.

En estos últimos años, el sector de hidrocarburos se ha visto afectado por conflictos sociales en el Perú. Debido a esto, muchos países de Latinoamérica han presenciado el incremento del precio de la gasolina, siendo Perú aquel país del continente en pagar la gasolina más cara. El sector de hidrocarburos y gas natural tiene más

influencia en la economía nacional ya que genera insumos esenciales para los procesos productivos de varios sectores. El noticiero RPP noticias (2022) anunció los datos recopilados por la INEI que indican que “la producción de hidrocarburos creció en 14,19 %, debido a la mayor explotación de gas natural en 36,66 %, petróleo en 17,75 % y líquidos de gas natural en 0,88 %.” (párr. 9), estos resultados muestran que su aporte a la economía nacional está incrementando. Otro aporte del sector, son los recursos que recauda el estado, como los impuestos, regalías, el canon y sobrecanon que le permiten financiar sus actividades beneficiando a la población. La evolución de la producción de petróleo y gas natural ha sido distinta. Por un lado, se evidencia una marcada reducción en la producción; y por otro, la explotación del gas Camisea posibilitó un crecimiento exponencial de este producto en el país.

En julio de este año, diversos gremios de transporte realizaron paros a nivel nacional debido al incremento en los precios del combustible. Según el experto en logística David Kuoman indicó para el diario El Comercio (2022) “se registran pérdidas en el sector de transportes entre el 10% y 15%, debido a que para mantener los precios que tenían antes han dejado de percibir ganancias.” (párr. 2) Debido a esto el gremio de transporte público, específicamente de Lima metropolitana, se ha visto obligado a subir los costes del pasaje hasta en S/.30 o S/.50 para sustentar un ingreso para sus trabajadores, entre cobradores y choferes, los cuales han visto un decrecimiento en su salario de alrededor de un 50% menos que anteriores años. Este suceso afecta directa y económicamente a los usuarios de transporte público, principalmente peruanos trabajadores del día a día, creando una frustración e incertidumbre económica en ellos, misma que se refleja en encuestas, como la hecha por la plataforma Statista Research

Department, donde se preguntó por los problemas más importantes que afectan en Perú, siendo el costo de vida y los precios altos el tercer lugar con 32%.

Partiendo de las carreras de Dirección y Diseño gráfico y Dirección y Diseño Publicitario, se propone la siguiente solución: Zencillo, un fondo de respaldo para buses que no afecte el bolsillo de los beneficiados.

Se concluye que si bien el problema actualmente no está generando efectos significativos, se presume que en un futuro, y debido a las crisis general económica, será de gran importancia comprender el impacto negativo futuro que puede tener el ahorro económico a consecuencia del alza de pasajes en usuarios en el sector de hidrocarburos de Lima metropolitana.

2. Justificación

En el siguiente apartado, se presentarán las justificaciones que nos ayudarán a entender el por qué la dificultad en el ahorro económico por el alza de pasaje es un problema urgente a resolver en nuestra sociedad.

Justificación Social:

La presente investigación pretende estudiar de qué manera se puede facilitar la capacidad de ahorro a usuarios de transporte público de Lima metropolitana para que el alza de pasaje no les afecte. Es por eso que analizamos la importancia y pertinencia de esta investigación sobre la población elegida, los aportes a nivel diseño de investigación pre - experimental, como también corroborar si la propuesta soluciona el problema establecido.

Conviene saber además, como lo explicó David Mujica, asesor legal del gremio de transportistas, a través del diario Gestión (2022) que tan solo el Metropolitano, de los

Corredores Viales y el tren eléctrico han recibido un subsidio por parte del gobierno, a diferencia de las empresas de transporte interurbano, es por ello que al elevarse el precio del petróleo este impacta a la estructura de costos de las empresas, y los que terminan asumiendo esto son los mismos usuarios. Incluso, se prevé según proyecciones que el pasaje urbano tendría que subir entre un 30% o 40% para cubrir los futuros gastos.

Es por ello que se propone implementar un fondo económico de respaldo para buses, el cuál funcionará como una billetera económica, y que por medio de depósitos a plazo mensuales o semanales los usuarios ganarán intereses dentro de lo depositado. Para ello se buscará una colaboración con las empresas existentes de transporte interurbano para formar líneas interconectadas. Esto beneficiará no solo a los usuarios, sino a las empresas pues obtendrán una gran inversión para poder mejorar la calidad de sus servicios.

Justificación Práctica:

Esta investigación se realiza con el propósito de promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas, dentro del tema de Conflictos Sociales, específicamente el alza de hidrocarburos/petróleo como problema socio-económico. Como instrumento de evaluación en la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH), los ingresos de los hogares en el Perú se redujeron en más de 30% entre el 2019 y el 2020. Esta situación afectó considerablemente la capacidad de ahorro de los peruanos. Si bien el precio de los pasajes comparado al ingreso promedio de los peruanos es mínimo, un incremento gradualmente exponencial de este podría afectar drásticamente la capacidad de ahorro de los peruanos generando una crisis en el sector de transporte público.

Justificación Metodológica:

Para lograr objetivos de este problema se usó la metodología Toulouse Thinking, esta metodología contempla un proceso circular iterativo, de cuatro etapas fundamentales la primera etapa contempla la investigación, esta nos sirve para recaudar toda la información y data cruda para posteriormente ser analizada. Como parte de la investigación realizamos entrevistas y encuestas que se pretenden obtener datos reales y conocer más de cerca la opinión de los usuarios afectados. En esta etapa de obtener información se realizan formatos para definir conceptos y objetivos, uno de ellos es el Mapa del problema, este mapa nos permite identificar problemas reales y enlazarlos entre ellos identificando con qué problema podemos generar una solución más efectiva. También podemos encontrar el mapa de actores, usamos este mapa para identificar los actores, es decir, aquellas personas o agrupaciones que se encuentran de alguna manera participando nuestro problema o son afectados por este. La segunda etapa contempla idear múltiples opciones, como herramienta tenemos el árbol de ideas, este busca agrupar pensamientos y futuras soluciones, estas se enlazan y agrupan para definir cuales se enfocan en un mismo problema, y cómo se podrían implementar. La tercera etapa busca desarrollar prototipos, elegir conceptos y validar la propuesta. La última etapa consta de transferir información para poder ver mejoras significativas.

3. Reto de innovación

Dificultad en el ahorro económico por el alza de pasaje en usuarios de transporte público de Lima Metropolitana.

Pregunta general:

Según la problemática, entonces ¿De qué manera se puede ayudar en el ahorro económico por el alza de pasaje en usuarios de transporte público de Lima metropolitana?

Preguntas específicas:

P1: ¿Qué recursos se necesitará para implementar un fondo de ahorro para usuarios de transporte público?

P2: ¿Qué tipo de medios se podrá utilizar para informar sobre el nuevo fondo de respaldo económico?

P3: ¿Qué tan efectivo será implementar un fondo que ayude en el ahorro económico por el alza de pasaje en usuarios de transporte público de Lima metropolitana?

Objetivo general:

Implementar el fondo ZEN-CILLO para ayudar en el ahorro económico por el alza de pasaje en usuarios de transporte público de Lima metropolitana.

Objetivos específicos:

O1. Identificar los recursos necesarios para implementar un fondo de ahorro para usuarios de transporte público.

O2. Investigar qué tipo de medios se podrá utilizar para informar sobre el nuevo fondo de respaldo económico.

O3. Determinar que tan efectivo será implementar un fondo que ayude en el ahorro económico por el alza de pasaje en usuarios de transporte público de Lima metropolitana.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Maria C., Rosa Maria L. (2019) desarrollaron la tesis *Análisis sobre la viabilidad económica de la implantación de un nuevo título en el sistema de transporte público de la Autoritat del Transport Metropolità de Barcelona*, para obtener el título profesional de Administración y Dirección de Empresas, en la universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

El estudio tuvo como objetivo analizar la viabilidad económica de introducir un nuevo abono para transportes públicos, dirigido a los jóvenes que residen en un radio más amplio del centro de la ciudad condal de Barcelona y que consecuentemente derive en la minoración de su precio ya que este resulta ser un gasto relevante para los susodichos.

Las conclusiones principales extraída del estudio son, en primera, la relevancia de las aportaciones por parte de las administraciones consorciadas, que son claves para la viabilidad de un nuevo abono propuesto, y en segunda, la importancia de la implementación de una oferta reflejada en la reducción del precio del transporte a uno más accesible que esto posteriormente se trasladará en una mayor demanda, la cual seguirá en una tendencia creciente haciendo que los ingresos por venta de títulos de abono también incrementen, compensando así, los costes del sistema. También se concluye que es imprescindible una sólida disposición por parte de las instituciones y administraciones consorciadas responsables para alcanzar este objetivo.

La tesis presentada fue escogida ya que valida la importancia de aspectos cruciales que comparte con el proyecto como lo son la cooperación por parte de las administraciones de transporte y el estado, y la efectividad de implementar un abono de transporte.

Manuel Enrique Torres Céspedes (2017) realizó la tesis *El transporte público urbano de autobuses en la ciudad de Santiago de Chile: una propuesta de bases de licitación pública*, para obtener el título profesional de Administración de Empresas, en la Universidad de Lleida, Chile.

El objetivo principal es mostrar la elaboración de unas bases de licitación pública de autobuses que, al mismo tiempo que resuelvan los defectos, sirvan de apoyo para el diseño de próximas convocatorias y permitan una satisfactoria prestación del servicio de transporte en la ciudad de Santiago.

La hipótesis central es que: la ciudad de Santiago tiene un sistema ineficiente y anticuado de transporte público urbano de autobuses que se podría mejorar a partir de unas adecuadas bases de licitación pública que permitan el desarrollo de un modelo funcional con altas posibilidades de aplicabilidad, como los que operan en los países más avanzados de Europa.

Como resultado de la investigación realizada, se dispuso aportar soluciones de mejora, como: Medidas para mejorar las actuales bases de licitación del transporte público urbano de autobuses para la ciudad de Santiago, soluciones que justifiquen el acortamiento de plazos de los contratos entre el Ministerio de Transportes y las empresas adjudicatarias de la licitación, mejoras en el método de coordinación del transporte que faciliten la toma de decisiones por parte de la autoridad ministerial, y que la autoridad ministerial solicite un tipo determinado de autobuses con la adecuada tecnología para realizar los trayectos propuestos.

El estudio concluye proponiendo un nuevo marco de bases de licitación, con la vocación de ser eventualmente tomado en consideración por el Ministerio de Transportes en la próxima convocatoria, a la que podrán presentarse empresas tanto

nacionales como extranjeras. De otro lado, partiendo de la base de que algunos de los problemas actuales del Transantiago proceden tanto de la descoordinación de los responsables ministeriales como de sus condiciones de trabajo y falta de experiencia, se propone la creación de un Comité de Expertos, integrado por profesionales cualificados, con el cometido de asesorar técnica y profesionalmente a las autoridades del Ministerio, de modo que estas puedan.

Omar N. Edwin L Mariella P. Pedro V. (2020) desarrollaron la Tesis “***Trustport: Plataforma única de pago para el transporte público en Lima y Callao***”, para obtener el grado de Magíster en Dirección de Tecnologías de Información.

Este estudio tuvo como objetivo la creación de una forma de pago distinta, para eso separa en dos partes como es el Objetivo General que explica el Análisis de la viabilidad económica del plan de negocio, que permita integrar los sistemas de pago en el transporte público de la ciudad de Lima y Callao. No obstante, tenemos también a los Objetivos específicos que abordan el Investigar el mercado para identificar los aspectos más relevantes de contar con un solo medio de pago al utilizar el transporte público y Elaborar un plan estratégico para analizar el contexto del mercado y definir las acciones que se tomarán para alcanzar los objetivo.

En conclusión, este capítulo permite comprender, con mayor detalle, los apartados de todo el contenido del plan de negocios y cómo se relacionan entre sí.

Esto se hace con la finalidad de que el lector pueda entender a cabalidad lo que se quiere desarrollar y pueda tener un mejor panorama del plan de negocios para que pueda servir como guía de lo que está investigando. Hoy en día, el contar con una plataforma integrada de transporte público eficiente se evidencia cada vez más como una necesidad

social y es un paso para el desarrollo urbano inteligente; para ello, la integración tiene que ser a nivel físico, tarifario y de planificación.

Se tomó esta tesis con la finalidad de ahondar más en el aspecto público y económico para así ver una solución a la problemática del alza de precios en los pasajes en Lima metropolitana, con la finalidad de poder alcanzar una nueva perspectiva al respecto de esta problemática.

Roberto Ricaldi (2021) desarrolló la tesis “*La exoneración del igr en el servicio de transporte público de pasajeros y la generación de beneficios a los usuarios de protransporte*”, para obtener la tesis para optar el grado académico de maestro en tributación - universidad nacional del Callao.

El objetivo general de este estudio es determinar si la exención del Impuesto General a las Ventas en el servicio de transporte público de pasajeros de Lima Metropolitana cumple con sus objetivos y genera beneficios para los usuarios de PROTRANSPORTE entre 2010 y 2019. Sin embargo, los Objetivos específicos están destinados a evaluar si los ingresos del servicio de transporte público de pasajeros de Lima Metropolitana que recibe PROTRANSPORTE son suficientes para cubrir los gastos de mantenimiento de la infraestructura, operación y retiro de flota entre 2012 y 2019.

Se obtuvieron las siguientes conclusiones: en primer lugar, en cuanto a la hipótesis general, la eliminación del IGV en el servicio de transporte público de pasajeros de Lima Metropolitana en PROTRANSPORTE, podría cumplir con sus objetivos de atraer e incentivar la inversión privada, como las empresas de los operadores de buses. Por otro lado, en relación con la hipótesis específica primera, PROTRANSPORTE puede obtener más dinero de los ingresos del servicio de transporte público de pasajeros si puede pagar los gastos de mantenimiento de la infraestructura, operación y retiro de

flota porque los ingresos por la venta de pasajes están directamente relacionados con la mayor demanda de pasajeros que utilizan el sistema.

El motivo por el cual se escogió esta tesis, fue porque el ver el aspecto de solución en el ámbito económico ayuda mucho a tener la perspectiva de solución más concreta. Siendo así una vía más factible para poder elaborar una propuesta para abolir esta problemática.

Adriana Ascanio y Brandon Tamayo (2017) desarrollaron la tesis “*Investigación de mercados para conocer la aceptación de creación de un fondo de ahorro para los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña*”, para optar el título de Tecnólogo en Gestión Comercial y Financiero - universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

El objetivo de este estudio fue identificar la disposición de ahorro que tienen los estudiantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña ya que representa un medio de solución para enfrentar las dificultades económicas que se devengan en cada semestre académico, contribuyendo así a la continuidad de sus estudios superiores.

Se determinó que los estudiantes son conscientes de la importancia que conlleva ahorrar, por lo tanto, establecen que este es un medio que favorece de manera directa en su vida personal; que les permitirá suplir cada una de las dificultades económicas que se les presente en el transcurso del semestre académico.

La tesis descrita nos presenta herramientas para hallar la disposición económica hacia el transporte público de parte un público objetivo, y su predisposición a aceptar un apoyo económico mediante la implementación de un fondo ahorrativo. La tesis comparte un contexto similar al expuesto en este proyecto y plantea una forma válida de abordar el problema.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Ahorro Económico

4.2.1.1 Conceptualización del ahorro Económico

CMF educa (2017) comenta:

Se entiende como ahorro a **la parte del ingreso que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras**, a través de algún sistema provisto por una institución autorizada por la ley para captar dinero del público, tal como una cuenta o tarjeta de ahorros (p.1)

Desde el origen de la economía siempre se dio un estado de querer proteger los bienes materiales ya conseguidos, ahorrarlos y poder utilizarlos en otros momentos o invertirlos. Muchos autores refutan que el ahorro económico y las crisis económicas se producen porque el ahorro supera la inversión en su mayoría.

CMF educa (2017) comenta:

Tal como una caminata no se puede hacer sin dar un primer paso, el ahorro no se puede conseguir con un solo monto de dinero. **La clave del ahorro es la capacidad de juntar dinero de manera regular durante un período de tiempo (p.3)**

Otros escritores aluden que, si es así, y el ahorro supera la inversión, lo lógico es suponer que la tasa de interés va a disminuir, haciendo así un aumento en la inversión. Que deja ganancias y pérdidas dependiendo de la estrategia tomada.

4.2.1.2 Teorías explicativas del ahorro económico

Hidalgo y moruno (2016)

Las disputas en torno a determinados aspectos del dinero, como su neutralidad y el carácter endógeno o exógeno de la oferta monetaria, han sido permanentes entre las distintas escuelas de pensamiento y autores, estando su origen, probablemente, en la época de desarrollo del pensamiento escolástico.(p.1)

Es un punto muy bueno para analizar, el simple hecho de mencionar que es una acción inconsciente por parte de las personas ya es un problema por el descuido que hay.

Después de leer el escrito puedo llegar a concluir que si la misma sociedad no sabe cómo manejar su economía, no tendremos un punto al cual llegar. Tener tanto dinero y a la vez no tener nada.

4.2.2. El transporte

Redalyc (2016):

El transporte es un elemento vital en la planificación y administración de un diseño integrado de gestión logística, que permite el desplazamiento de materias primas, productos terminados e incluso personas, a través de cadenas de transporte diseñadas para cumplir despachos en tiempo y forma, al menor coste posible. (p.3)

Maroto, Zoffo (2015)

La importancia de los costes del transporte a la hora de analizar aspectos relacionados con la accesibilidad económica y geográfica, los flujos interregionales de comercio, o la localización territorial y especialización productiva, es indudable en la actualidad. Muchos trabajos se han dedicado con éxito a la definición y medición de estos costes del transporte desde un punto de vista estático. (párrafo. 1)

El punto de esta citatoria es para aludir un sector importante en el coste del transporte, mientras muchos tenemos una perspectiva escasa, está citatoria nos permite ver qué tenemos que ahondar más en el tema.

4.2.3. Público

4.2.3.1. Conceptualización del público

“Vivimos tiempos revueltos. Durante treinta años los principios que nos gobernaron permanecieron blindados, pero en la última década una variopinta irrupción de pugnas sociales tomó la palabra para cuestionarlos” (Ruiz 2016, p. 05)

Si bien es cierto, la sociedad en vez de progresar se ha involucionado en su comportamiento. en vez de optar por un comportamiento adecuado, es más violento y lo tapamos en una cortina que es la tecnología”.

Camargo (2013)

La Teoría del Servicio Público desde sus orígenes en Francia en la segunda mitad del siglo XIX hasta nuestros días, ha tenido una importante influencia en Colombia y en el mundo occidental. Se analizan sus orígenes, su naturaleza, evolución y vigencia, sus tendencias y sus contradicciones actuales, su práctica en el contexto internacional de las transformaciones ideológicas, políticas y económicas de las últimas tres décadas y su aplicación actual en las telecomunicaciones. (p.2)

Esto demuestra que el estudio de la sociedad y del servicio público es algo que lleva mucho tiempo, pero es difícil predecir un punto concreto al respecto. Es tan complejo analizar a la sociedad como para definirla como tal.

4.2.4. Fondo de ahorro económico

4.2.4.1. Definición de fondo de ahorro económico

Según LES Guzmán, ZW Torres (2011):

Un fondo de ahorro es la previsión social mediante la cual una persona jurídica o natural aporta directamente de sus ingresos, una cantidad periódica, con el fin de realizar una reserva financiera (ahorro) para que puedan otorgar financiamiento a todos los trabajadores participantes que regularmente a medio año o al final del año, retiraran el monto total de ambas aportaciones más el importe de los intereses generados por los diferentes financiamientos otorgados.

4.2.4.2 La Importancia de implementar un fondo de ahorro económico en medios de transporte

Lo que se pretende al final de este proyecto es que se pueda ayudar a la sociedad con la problemática del alza de precios en los transportes. Se ha analizado con mucho detenimiento al respecto de lo favorable y factible que sería la implementación de este. No sólo en el sector económico, sino también en el social. “Ahorrarnos para poder realizar objetivos sin necesidad de pedir créditos, ahorrar ayuda en cierto modo a prevenir, pues la idea principal es precisamente esa, intentar guardar para cuando haga falta. Por tanto, conseguimos preparar fondos para nuestras necesidades futuras”.

(Guerrero, Sarabia 2017, P. 12)

5. Beneficiarios

5.1. Directos

El fondo económico de respaldo para buses está enfocado en usuarios de transporte público (en específico transportes provenientes de empresas privadas de autobuses que no dependen su inversión de alguna municipalidad en específico); de nivel socioeconómico B-C de 18 a 30 años que buscan diferentes maneras de ahorro económico dentro de su trayecto del día a día. Además, otros beneficiarios directos serían las empresas privadas de transporte público.

5.2. Indirectos

Los beneficiarios indirectos del fondo económico de respaldo para buses son los usuarios de transporte público de 31 años a 75 años, que aparte de buscar distintas formas de ahorro para que su bolsillo no se vea afectado por el alza de pasaje.

5.3. Arquetipo del cliente

Los beneficiarios son jóvenes de 18 a 40 años, en donde se encuentran estudiantes y/o trabajadores que asisten presencialmente a sus centros de estudios o trabajo desde hace más de 6 meses. Son jóvenes preocupados por su futuro económico, conscientes del contexto de crisis mundial causado por el COVID-19, pero que a la vez culpan a las autoridades locales de no poder controlar la situación, y por ello no confían en estas para resolver sus dolencias. Tienden a poner por delante sus propios problemas antes que de los demás, puesto que tratan de sobrevivir con lo que ganan y con lo que gastan, tratando por todas las maneras de ahorrar lo que puedan para tener un mínimo de

seguridad en el futuro; con todo esto no cuentan con suficiente tiempo para poder investigar sobre lo que hacen sus autoridades o si están haciendo algo para resolver el problema del alza de combustible y pasaje, ni tampoco están al tanto de sus derechos como usuarios de transporte.

Juan Soto es un joven de 27 años de edad, egresado de la carrera de ingeniería de sistemas y trabaja en una empresa retail desde hace 4 años. Vive aún con sus padres, pero está pensando en un futuro próximo independizarse. Es una persona preocupada por su futuro, pues el contexto actual lo mortifica cada vez más pues no tiene la certeza si podrá cumplir sus metas personales. Tiene además hoy en día una rutina de ida y vuelta de su casa al trabajo usando micros y combis (aunque lo realiza de mala gana pues los considera como servicios de mala calidad, pero es lo que le alcanza), y rara vez sale a pasear pues trata de ahorrar para poder cumplir su sueño de vivir solo, e incluso en ocasiones utiliza métodos como el caminar hacia el siguiente paradero (pues llega a tomar más de un solo bus en sus idas y vueltas) para ahorrar unos cuantos soles, esto lo realiza incluso con el objetivo de llegar más rápido de un punto a otro pues los buses tienden a escasear en ciertos horarios e inclusive no hay un horario fijo en cuanto pasan, por ello cree también que si tuviese un vehículo propio le sería más fácil desplazarse. Las subidas de los precios, en especial el del pasaje, le impiden que pueda ahorrar con normalidad y es casi imposible que pueda tener un fondo ante cualquier emergencia; sin embargo al llevar una vida tan ajetreada, donde los gastos innecesarios no son planeados, el hecho de organizar su propio presupuesto de transporte le resulta también tedioso y difícil de realizar. Por todos estos problemas llega a olvidar incluso de sus propios derechos al momento de viajar en un transporte público, él es consciente de ello y por eso ha tratado de buscar información acerca de ello, pero no es constante en eso.

Finalmente, le gustaría tener alguna herramienta para poder administrar con mayor facilidad el presupuesto de sus transportes, para llevar una vida más organizada y pueda cumplir sus metas a corto plazo. Además de un servicio de transporte que de verdad se preocupe por él, ofreciéndole seguridad, rapidez y calidez de trato.

Los arquetipos fueron desarrollados tomando como referencia toda la información recopilada de los lienzos de investigación, además de entrevistas, encuestas, observaciones en campo y talleres generacionales, y el Mapa de Actores, el cuál fue dividido en tres secciones:

Sección 1 - Centrales: En esta sección se encuentra el público objetivo, quienes son los usuarios de transporte de 18 a 30 años, los que directamente se ven afectados con el alza de pasaje. También podemos contar con los beneficiarios indirectos (usuarios de 31 a 75), que a pesar de no llevar una rutina diaria de transporte, también llegan a sufrir las consecuencias del problema. Además, ellos serán los beneficiarios de la solución que se plantea.

Sección 2 - Directos: En esta sección se encuentran las empresas de transporte, conductores y cobradores de buses, quienes se ven afectados por el alza del combustible (el origen del problema principal), y con los cuáles se busca colaborar para poder lograr la solución planteada.

Sección 3 - Indirectos: En esta sección se encuentran organizaciones y entidades públicas, como el ministerio de transporte o el mismo ATU, con quienes se mantendría un contacto para futuras documentaciones para lograr la solución. Sin embargo, no influyó mucho para el desarrollo previo de los arquetipos.

5.4. Cantidad de beneficiarios

El presente proyecto va enfocado a jóvenes y adultos de 18 a 30 años de Lima Metropolitana (aproximadamente 5000 jóvenes), usuarios de transporte público que tienen actualmente una rutina diaria de transporte. Fueron escogidos según la delimitación social y la investigación, con el fin de ofrecer un servicio más personalizado, observando y entendiendo sus comportamientos para presentarles un producto que le de herramientas de ahorro más intuitivas, y beneficios que se acomoden a sus realidades.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

El constante aumento en el precio del petróleo está llegando a niveles en el que está afectando la vida diaria de la población, no solo aqueja a los conductores de automóviles o buses, sino a los mismos pasajeros de transporte público pues son estos los que al final reponen las pérdidas de las empresas de transporte, afectando su bolsillo en los viajes de su rutina semanal, y a la vez haciendo que les sea más difícil ahorrar para el futuro, en un contexto tan irregular como el actual (COVID-19). Es por ello que se busca una forma en la que los usuarios puedan lograr ahorrar y organizar el presupuesto de su transporte diario para poder soportar la subida de los pasajes, además de beneficios adicionales solamente por usar el servicio. Además de poder unificar más de una línea/empresa de transporte para poder así regular los precios, posibilidades de transbordo entre buses para pagar un solo precio, una capacitación para un servicio de calidad para las mismas empresas aliadas e inclusive una manera más fácil, segura y flexible de pagar.

6.2. Segmento de clientes

Su público objetivo son usuarios de transporte público de Lima Metropolitana de 18 a 30 años (estudiantes y trabajadores) que tiene una rutina de viaje diaria. A la par, nos dirigimos a las empresas de transporte público de Lima Metropolitana y a sus trabajadores.

6.3. Canales

Los canales por los cuales se difundirá el proyecto son los siguientes: (a) Aplicativo web móviles: para informar sobre el proyecto, oportunidad de registrarse y ver movimientos, logros de ahorro y beneficios semanales o mensuales. (b) Aplicación para dispositivos móviles: lo mismo que en el aplicativo web, solo que también permitirá realizar pagos como una billetera digital, recargas digitales, ofrecer planes de ahorro personalizados e informar sobre los paraderos y líneas disponibles asociadas al servicio. (c) Recargas físicas en tiendas de conveniencia y bodegas: Para casos en donde solo se tenga dinero efectivo, se dispondrán de servicios de carga física en bodegas y tiendas de conveniencia. (d) Publicidad en RRSS: para informar sobre el proyecto, beneficios sirva de repositorio para informar métodos de ahorro (parte del concepto de la solución), mediante posts, reels e historias. (e) Mensajes de texto: para enviar promociones, comunicados sobre la presencia de las líneas de buses y confirmaciones de registro. (f) Pulsera de pago contacto: opción adicional de método de pago propuesta para el proyecto, en donde una pulsera estará conectada con el usuario en la app y servirá como una tarjeta de pago sin necesidad de usar el teléfono.

6.4. Relación con los clientes

Canales como las redes sociales, y las plataformas web y móvil son canales interactivos, en donde el usuario podrá conocer de manera directa, puntual y clara información sobre el proyecto, el cómo usarlo, a la vez que podrá dejar retroalimentación para mejorar la calidad del servicio en general (física y digitalmente). Los mensajes de textos son de tipo más unidireccional, dejándole información puntual al usuario y creando un puente entre los primeros canales para ciertas acciones.

6.5. Actividades clave

Las actividades clave son las siguientes:

1. Desarrollar web y app, además de un método personalizado para guiar al usuario a como ahorrar dependiendo de su presupuesto personal de transporte.
2. Aliarse con empresas de transporte, para formar líneas interconectadas que puedan usar el método de pago sin contacto y a la vez instruirlos a realizar un servicio de calidad para los usuarios.
3. Aliarse con bancos para alianza estratégica, para tener una guía para financiar el proyecto.
4. Plantear distintas ofertas para la primera etapa del proyecto, para formar un vínculo con los nuevos usuarios y así atraerlos a este nuevo servicio.

6.6. Recursos clave

Los recursos claves que se plantean para poder desarrollar toda una experiencia de usuario, en este caso la app, de la cual trabajaremos de la mano con: (a) Diseñador gráfico, encargado de la línea gráfica y recorrido visual de la app y web, y que la

experiencia dentro de estos sea intuitiva, eficaz y amigable. (b) Desarrollador web y móvil; se ha de contar con alguien especializado en desarrollo de aplicativos móviles para obtener los movimientos para que la navegación sea lo más amigable posible. (c) Community manager, elegido para el contenido de las redes sociales, el cuál servirá para concientizar el ahorro económico fuera de casa, y reunirá el feedback dentro de los comentarios que servirán para poder mejorar de poco a poco el servicio. (d) Sistema de recarga física en bodegas y tiendas de conveniencia, que servirán de apoyo para aquellos usuarios que tienen efectivo para recargar. Para ello se contaría con el apoyo de uno de nuestros aliados clave. (e) Economistas, que nos asesoren para el desarrollo de herramientas para el ahorro del presupuesto de los usuarios dentro de la app, y así les sea más fácil administrar su dinero.

6.7. Aliados clave

Los aliados clave con los que contará el proyecto son de gran importancia para su funcionamiento, pues se tendrá que trabajar mano a mano, en un lazo muy estrecho, pues sus funciones contribuyen a los ingresos y al cumplimiento de los objetivos del servicio. Por cada aporte de estos, se les reconocerá beneficios especiales, obteniendo un reconocimiento extra por el compromiso en el proyecto.

Los aliados clave son:

1. Empresas de transporte: Empresas con las que trabajaremos mano a mano para informarles de la nueva forma de pago, y a los cuáles ofreceremos por este aporte una serie de capacitaciones para sus trabajadores. Contarán incluso con una fuente de ingresos para poder pagarles un sueldo fijo a sus trabajadores.

2. Banco aliado (BCP): El banco que nos servirá de respaldo para parte de la inversión, y quienes nos asesorarán para gestionar el dinero de los usuarios (específicamente, Credicorp Capital SA llegaría a ser el encargado en la administración de estos). Se plantea realizar una alianza estratégica al Banco de Crédito del Perú, dado su historial de startups exitosas (caso Yape y Tyba, un gestor de fondos mutuos lanzado en 2021), y su iniciativa de Startups Partnership, en donde se construyen y recogen ideas de startups para formalizarlas. Además, serán de gran ayuda para poder ofrecer a los usuarios, en los primeros días de uso, grandes beneficios económicos.
3. Municipalidades: Las municipalidades de los distritos por donde recorren los buses de las distintas líneas de buses aliadas serán un aliado clave, pues nos facilitarán con los permisos pertinentes para la introducción de la nueva forma de pago y cualquier otro cambio que se realice.
4. Bodegueros y cadenas de tiendas por conveniencia: Es en donde estarían ubicados los puntos para recargas físicas, grandes aliados claves pues nos acercarán físicamente al usuario.

6.8. Fuentes de ingresos

Para que la propuesta sea viable del todo, se han planteado diversas fuentes para gestionar fondos y que el servicio no tenga problemas en su funcionamiento. Las fuentes de ingreso son las siguientes: (a) Ganancia por recargar semanales, mensuales y anuales; dinero que el banco y la financiera nos ayudará a gestionar y mover, invirtiéndolo en el proceso. (b) Precio de pulsera de pago sin contacto, costo extra para los usuarios que deseen un medio de pago más seguro, en donde un dispositivo en forma de pulsera de hule servirá para los pagos sin contacto de una forma más segura, sin

necesidad de sacar el teléfono. Se prevé que el costo extra sea lo más accesible posible para nuestro público objetivo. (c) Suscripción Premium (herramientas más personalizadas para ahorro, asesoría diaria para gastos, mayores beneficios económicos), pensado para los usuarios que además de querer hacer crecer su presupuesto con el beneficio de las comisiones mensuales/semanales, quieran una asesoría más introspectiva de su presupuesto que se ajuste a sus hábitos diarios. Además, por esta suscripción, se les reconocerá con más beneficios económicos como viajes gratis y descuentos.

6.9. Presupuestos

Para realizar la propuesta se ha realizado una línea de presupuesto para poder observar a profundidad la inversión que se requiere.

Tabla 1. *Presupuesto del proyecto*

Recursos	Unidad	Cantidad	Precio	Subtotal
Pulsera de pago sin contacto	und	250	10.00	2500.00
Teléfono	und	1	500.00	500.00
Laptop		1	2000.00	2000.00
Programador web		1	3000.00	3000.00
Ads		30	14.00	420.00
Diseñador Gráfico		1	1300.00	1300.00
Contador/Economista		1	500.00	500.00

Coworking	1	2	250.00	500.00
Dominio	1	1	110.00	110.00
			Total	10'830.00

7. Resultados

Se logró cumplir el reto de innovación, debido a que gracias a la implementación del fondo ZEN-CILLO se pudo resolver la problemática social del estrés económico provocado por el alza de pasajes en los buses. Gracias a ZEN-CILLO los usuarios de transporte público de Lima metropolitana pueden generar una acumulación en su bolsa de ahorros dedicado al transporte que salvaguarda sus gastos económicos en transporte, eliminando así el “ajuste monetario” en los usuarios.

Se pudo validar el proyecto gracias a la realización de un taller generativo en el que participaron usuarios de transporte público de 18 a 30 años de nivel socioeconómico B y C. En este taller los usuarios participantes pudieron expresar sus inquietudes y puntos de vista con respecto al proyecto. Uno de los resultados más destacables de este taller generativo fue la aprobación total por parte de los usuarios ante este proyecto, si bien se mantuvieron dudas, todos los usuarios estuvieron a favor de la implementación de una iniciativa como la que propone el proyecto.

Los resultados del taller generativo fueron posible gracias a la participación del público objetivo: los usuarios de transporte público invitados, y a la organización del equipo proyecto para brindar los datos e información de manera adecuada a los usuarios dentro del dicho taller

También se realizaron diversas encuestas y entrevistas a peatones usuarios de transporte público, en donde también se pudo recolectar y procesar información más detallada con respecto al proyecto, estado actual del transporte público y estado social y político de Lima metropolitana con respecto a estos temas. Toda esta información sostiene la vigencia de nuestro problema a resolver y apoya la solventación de este mediante el proyecto propuesto.

8. Conclusiones

Los estragos que dejó la crisis económica a consecuencia de la pandemia de COVID-19, sumado a las constantes crisis políticas tanto locales como mundiales, ha dejado un saldo de déficit económico, más aún en el área de hidrocarburos, y esto no fue nada más que consecuencia al enfrentarse con una demanda tan grande en los últimos años.

Esto último se refiere a que, debido al nuevo boom del regreso a la presencialidad y la movilidad, la cantidad de usuarios de transporte aumentó en un 45%, a pesar que hoy vivimos en una realidad híbrida. La cantidad de petróleo producida durante los años 2020 y 2021 fue una de las más lamentables, debido a recortes debido principalmente a la falta de mano de obra para que lo produzca.

En el Perú las consecuencias no se quedaron atrás, y los más afectados fueron principalmente las empresas de transporte, que viendo que no podían costear los nuevos precios altos del petróleo, optaron por subir los precios de los pasajes afectando terriblemente a la población usuario de estos medios de transporte, recordándoles en poco presupuesto que poseen para trasladarse, obligándolos a usar diversos métodos para poder ahorrar, muchas veces con poco impacto o incluso sin éxito en la meta.

Es por ello que, para ayudar en el ahorro económico por el alza de pasajes en usuarios de transporte público en Lima Metropolitana, se propuso implementar el Fondo ZEN-CILLO, el cuál identificamos recursos necesarios para implementarlo e investigamos qué tipo medios se podría utilizar para informar sobre el nuevo fondo de respaldo económico, determinando que tan efectivo sería implementarlo.

Lo que se pretende con este proyecto es ayudar a los usuarios con dicha problemática, favoreciendo no solo el sector económico, también el social. Lo principal es tener fondos económicos para nuestras necesidades futuras.

9. Bibliografía

- Alza de combustibles: los conductores de micro ganan 50% menos que hace un año. (2022, 2 junio). RPP. <https://rpp.pe/economia/economia/alza-de-combustibles-conductores-de-micro-ganan-50-menos-que-hace-un-ano-noticia-1409333?ref=rpp>
- Ascanio Guerrero, A. y Tamayo Sarabia, B. (2012, 10 abril). *Investigación de mercados para conocer la aceptación de creación de un fondo de ahorro para los estudiantes de la Universidad de Paula Santander Ocaña*. Universidad de Paula Santander Ocaña, Colombia.
- BBC News Mundo. (2021, 15 octubre). Por qué se ha disparado el precio del petróleo en el mundo (y qué tiene que ver la inusual estrategia de algunos productores). <https://www.bbc.com/mundo/noticias-58920072>
- BBC News Mundo. (2021, 15 octubre). Por qué se ha disparado el precio del petróleo en el mundo (y qué tiene que ver la inusual estrategia de algunos productores). <https://www.bbc.com/mundo/noticias-58920072>
- Calba Delgado, Maria; Lamoglia Ros, Rosa Maria. T-Mou-te (2020) *Análisis sobre la viabilidad económica de la implantación de un nuevo título en el sistema de transporte público de la Autoritat del Transport Metropolità de Barcelona*. Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. España.
- Camargo, S. R. M. (2013). *La Teoría del Servicio Público y las Telecomunicaciones*. Universidad Libre, Colombia. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4696237>
- CMF Educa - ¿Qué es el Ahorro? (s. f.). CMF Educa - Comisión para el Mercado Financiero. <https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27547.html>
- Ec, R. (2021, 2 diciembre). El uso de la bicicleta se incrementó de 3,7% a 6,2% durante la pandemia, según encuesta de Lima Cómo Vamos. El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/lima/lima-como-vamos-el-uso-de-la-bicicleta-se-incremento-de-37-antes-de-la-pandemia-a-62-callao-transporte-noticia/?ref=ecr>
- El comercio (2022, 27 abril), Alza del precio de combustible genera pérdidas entre el 10% y 15% en el sector transporte.
- González Cancelas, Nicoletta (2016). *Presentación: transporte y logística*. Revista Transporte y Territorio. Universidad de Buenos Aires, Argentina. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=333046307001>
- Guzmán, C. S. (2021, 19 febrero). *Trustport : plataforma única de pago para el transporte público en Lima y Callao*. Universidad Esan, Perú. <https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/2136>
- Hidalgo y Moruno (2016). *El dinero en la historia del pensamiento económico: la teoría monetaria postkeynesiana y su confrontación con la ortodoxia*. Universidad de Extremadura, España. <http://repositorio.ufpso.edu.co/xmlui/handle/123456789/982>
<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/6440>
<http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/6440>
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6366>

- <https://doi.org/10.5209/IJHE.53078>
- <https://elcomercio.pe/economia/peru/alza-del-precio-de-combustible-genera-perdidas-entre-el-10-y-15-en-el-sector-transporte-rmmn-noticia/>
- <https://repositori.upf.edu/handle/10230/46219?locale-attribute=es>
- <https://rpp.pe/economia/economia/pbi-nacional-crece-344-a-junio-impulsado-por-manufactura-y-transportes-noticia-1424880>
- <https://www.france24.com/es/20200413-opec-acuerdo-recorte-producción-petróleo>
- <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/403757/Tmetc1de1.pdf>
- Las naciones de la OPEP+ acordaron un recorte récord en la producción de petróleo. (2020, 13 abril). France 24
- Manuel Enrique Torres Céspedes (2017) *El transporte público urbano de autobuses en la ciudad de Santiago de Chile: Una propuesta de bases de licitación pública*. Universitat de Lleida. España.
- Melissa Llerena y Francisco Coello (2019). *Conflictos sociales en la industria de hidrocarburos del Perú: análisis de dos casos representativos*. Documento de Trabajo No 46, Gerencia de Políticas y Análisis Económico – Osinergmin, Perú.
- https://www.osinergmin.gob.pe/seccion/centro_documental/Institucional/Estudios_Economicos/Documentos_de_Trabajo/Osinergmin-Documento-Trabajo-46-GPAE.pdf
- Napurí, C. G. (2022, 30 mayo). Las teorías existentes sobre el servicio público | Foro Jurídico.
- <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/18267>
- Orbe, V. H. M. (2017, 21 marzo). *Estudio de factibilidad para la creación de la Caja de Ahorro y Crédito de la Cooperativa de transportes Los Lagos de la ciudad de Otavalo provincia de Imbabura*. Universidad Técnica del Norte, Ecuador.
- Payares, G. (2022, 19 mayo). Lima y el Callao: Demanda del servicio de movilidad aumentó un 45% entre enero y abril. Ecommerce News.
- <https://www.ecommercenews.pe/e-commerce-insights/2022/lima-y-el-callao-las-demandas-del-servicio-de-movilidad-aumento-un-45-entre-enero-y-abril.html>
- Roberto Ricaldi: *La exoneración del igtv en el servicio de transporte público de pasajeros y la generación de beneficios a los usuarios de protransporte. 2021*, Universidad Nacional del Callao, Perú.
- RPP (2022, 15 de agosto). PBI Nacional crece 3.44 % a junio, impulsado por manufactura y transportes.
- Ruiz (2016) *De nuevo la sociedad*. Lom Ediciones.
- https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=oNZedwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=la+sociedad&ots=ltyR0WD_xs&sig=TK4vb9Zl0p_zNmScW3kRuNIMdCk&redir_esc=y#v=onepage&q=la%20sociedad&f=false
- Statista. (2022, 20 julio). Perú: principales problemas según la opinión pública 2022. <https://es.statista.com/estadisticas/1206719/principales-problemas-opinion-publica-peru/>

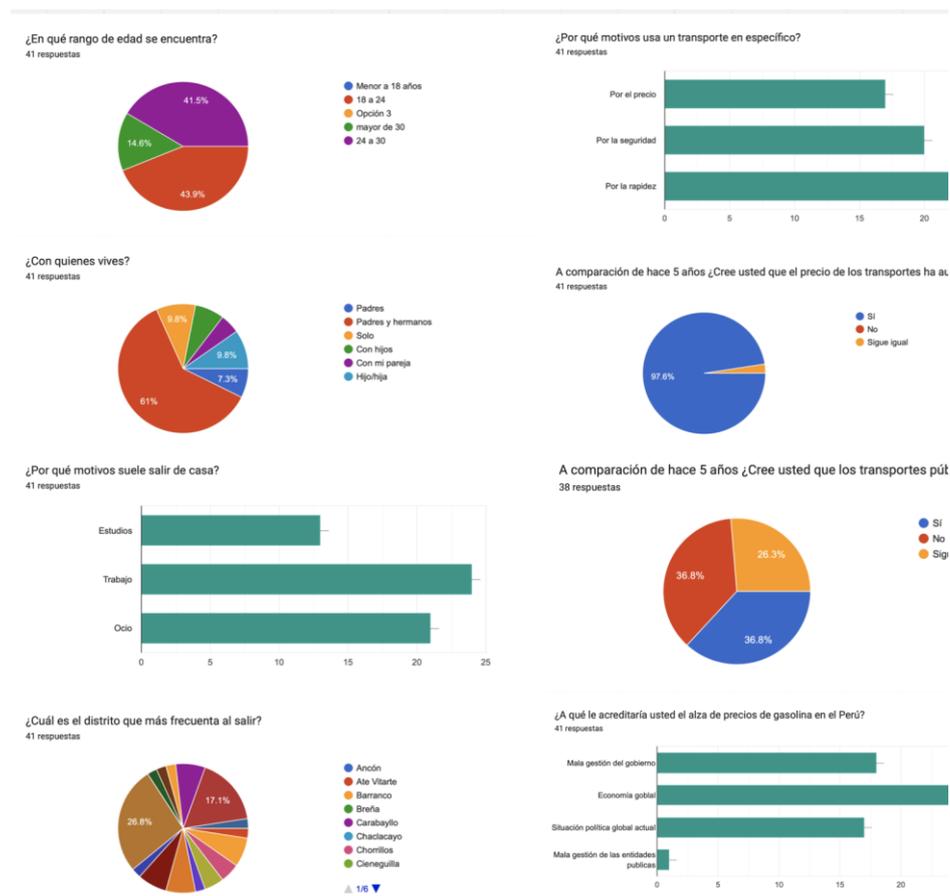
Urdiales, Z. J. J. (2022, 27 junio). *La exoneración del IGV en el servicio de transporte público de pasajeros y la generación de beneficios a los usuarios de Protransporte*. Universidad Nacional del Callao, Perú.

10. Anexos

Herramientas que hemos utilizado para que este proyecto sea posible

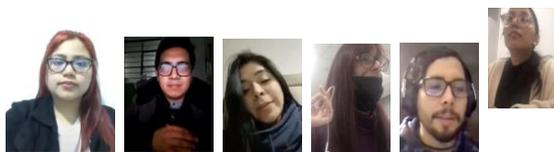
- **Encuestas**

El objetivo fue observar rasgos generales del usuario promedio.



- **Entrevistas**

El fin fue observar comportamientos del usuario directamente.



- **Taller generativo**

Evaluar la posible solución partiendo de la opinión del usuario frente al problema.



- **Trabajo de Campo**

La finalidad fue observar la calidad del servicio en un transporte público formal en Lima e informarnos sobre el estado laboral de los trabajadores y cómo funciona la empresa.

