



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”**

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO ANKAAPP

PLATAFORMA PARA AYUDAR A GESTIONAR LOS ENVÍOS

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Diseño Gráfico**

GRECIA NOHEMI QUISPE COASACA

BRANDON HECTOR MORAN MERCADO

**Lima – Perú
2022**

Agradecimiento

Agradezco a mi familia y amigos por apoyarme desde un inicio cuando decidí empezar esta carrera que ha tenido muchos momentos agradables y sobre todo de mucho aprendizaje.

También agradezco a los docentes del instituto IDAT, ellos nos enseñaron muchas cosas sobre diseño y también sobre sus experiencias, gracias a sus consejos sobre diseño hicieron de nosotros mejores profesionales.

RESUMEN

El trabajo de aplicación consiste en implementar la mejora del proceso de envío para que las personas puedan gestionar sus envíos con esta solución se podrán ahorrar tiempo y dinero. La creatividad es poder crear algo nuevo o mejorar algunas ideas para poder solucionar un problema y lo aplicamos a diario con los desafíos que nos pone la vida desde resolver problemas simples hasta los más complejos, pero no todo es creatividad también debemos de tener las metas claras y sobre todo ser perseverante ante los problemas que se presenten en el camino.

Índice

INTRODUCCIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
Problema de investigación	6
Descripción de la situación problemática	6
Formulación del problema	6
Justificación	7
Objetivos de la investigación:	7
<i>Objetivo general</i>	7
<i>Objetivos específicos</i>	7
Hipótesis :	8
<i>Hipótesis principal</i>	8
<i>Hipótesis específicos</i>	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de la investigación:	8
Bases teóricas	9
<i>Entrevistas</i>	11
<i>Búsqueda de datos</i>	12
Definición de términos básicos:	13
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
Formulación del problema	14
Variables e indicadores	14
<i>Variables independientes</i>	14
<i>Variables dependientes</i>	14
<i>Indicadores de variable independiente</i>	14
<i>Indicadores de variable dependiente</i>	14
Tipos de investigación y análisis	15

CAPÍTULO IV: DISEÑO Y EJECUCIÓN DE LA SOLUCIÓN COMO DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Métodos, técnicas e instrumentos	15
<i>Interpretación de resultados</i>	15
Universo objetivo	17
Solución principal	22
Identidad de marca	22
<i>Personalidad de la marca, concepto, identidad visual</i>	22
<i>Personalidad</i>	22
<i>Concepto de la marca</i>	22
<i>Identidad visual</i>	22
Lanzamiento de solución	24
<i>Plan Offline</i>	24
<i>Plan Online</i>	24

CAPÍTULO 5

Conclusiones	25
Recomendaciones	26
Bibliografía	27
ANEXO	29
<i>Piezas gráficas</i>	30
<i>Matriz de consistencia</i>	39

Introducción

Para hablar del diseño gráfico primero debemos hablar de la creatividad.

La creatividad es poder crear algo nuevo o mejorar algunas ideas para poder solucionar un problema y lo aplicamos a diario con los desafíos que nos pone la vida desde resolver problemas simples hasta los más complejos, pero no todo es creatividad también debemos de tener las metas claras y sobre todo ser perseverante ante los problemas que se presenten en el camino.

En el diseño gráfico aplicamos mucha creatividad en cada problema que se presenta, sobre todo en los problemas de comunicación visual donde utilizamos estrategias y programas de diseño, la demanda de la carrera se incrementó debido a la pandemia ya que muchas empresas necesitaban seguir ofreciendo sus productos y comunicarlo por medios digitales, actualmente la demanda de profesionales en diseño gráfico sigue incrementando.

Gracias a nuestros conocimientos en diseño queremos implementarlo en la mejora del proceso de envío para que las personas puedan gestionar sus envíos con esta solución se podrán ahorrar tiempo y dinero.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Descripción de la situación problemática.

El contexto actual cada vez más personas realizan envíos, debido a la pandemia este servicio tuvo un gran crecimiento y demanda, esta situación generó que las empresas encargadas de dicho rubro se vean limitadas ante la gran demanda de envíos en todo el territorio nacional, pero a la vez tuvieron problemas en las demoras de atención al cliente, los tiempos de entrega y también se incrementaron los costos de los envíos, lo cual generó una molestia en los usuarios, esto hace que las personas estén buscando mejores costos y la rapidez de los envíos.

1.1.2 Formulación del Problema:

- **Formulación Principal**

¿Por qué es tan complicado enviar y recibir encomiendas en el Perú?

- **Formulación Específica**

¿Por qué los costos en las agencias de envíos varían?

¿Por qué hay demoras durante el proceso del envío?

¿Por qué no me informan sobre el estado de mis envíos?

1.2 Justificación

Como diseñadores gráficos siempre estamos pensando en resolver distintas problemáticas y darles solución de una manera creativa, también esta solución debe ser empática y que resuelva las necesidades de las personas. Por eso creemos que nuestra carrera nos ha enseñado muchas cosas sobre todo a ser más empáticos y estar abiertos a nuevas ideas.

Nuestro objetivo con este proyecto es que las personas puedan beneficiarse de la app sobre todo en la situación actual en la cual los costos de la canasta básica siguen incrementándose y afectando la economía de las personas, consideramos este tipo de soluciones son un gran aporte que ayudará a las personas para que puedan encontrar las mejores opciones en cuanto a servicios y productos.

Por eso nuestra idea es desarrollar una app en la cual el usuario pueda cotizar el costo de los envíos entre una gran variedad de agencias de envíos y pueda elegir la opción que más conveniente según el costo y el tiempo de entrega, con un plus de poder rastrear sus envíos, de manera que puedan ahorrar tiempo y dinero, sobre todo lo que más importa es la satisfacción del cliente o usuario.

1.3.1 Objetivo Principal:

Darle al usuario la posibilidad de gestionar su propio envío.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Darle al usuario una plataforma en la cual pueda comparar los costos de los envíos
- Darle al usuario una plataforma en la cual pueda escoger el tiempo en el cual llegará su envío.
- Darle al usuario una plataforma en la cual pueda hacer el rastreo de sus envíos en tiempo real.

1.3 Hipótesis

1.4.1 Principal:

Muchas agencias de envíos no brindan información detallada de sus servicios.

1.4.2 Específicos:

- Los usuarios consideran que el alza de los costos afectará su economía.
- Las demoras en las agencias de envíos hacen que los clientes pierdan tiempo.
- Los usuarios quieren saber sobre el estado de sus envíos mediante una plataforma virtual para evitar preguntar presencialmente en las agencias y ahorrarse tiempo y dinero.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

Para determinar la problemática primero tuvimos que investigar las necesidades de las personas, también sus principales problemas y encontramos varios, pero elegimos el rubro de las agencias de envíos ya que lo consideramos importante, debido a que en los últimos años ha tenido un gran crecimiento a causa del COVID-19 ya que muchas personas tenían la necesidad realizar envíos a provincia y también de recibir encomiendas, esta demanda también se debió a que muchas personas usaban el e-commerce.

El COVID-19 aceleró el crecimiento del comercio electrónico de 5 años a 6 meses. Así lo señala un informe de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico,

que en el 2020 destacó que el comercio electrónico en el país creció 50%, moviendo US\$ 6,000 millones. Si bien ha beneficiado a algunos rubros, a otros rubros se les hizo muy difícil poder digitalizarse por lo que aún nos falta mucho para seguir ese camino hacia la transformación digital.

2.2 Bases teóricas

Ecommerce

En el año 2020 se incrementaron las demandas de envíos de paquetes a causa del e-commerce, en muchos casos fueron envíos de lima hacia otras provincias y de igual manera de otras provincias hacia lima, hacían envíos de medicinas, alimentos o artículos de uso personal.

Según el director de la Asociación de Propietarios de Ómnibus Interprovinciales (Apoip) y presidente del directorio de Turismo CIVA, afirmó que “En comparación con el periodo anterior a la pandemia, hay un 30% más de pedidos de encomienda, sobre todo por las compras online”

El comercio electrónico es indispensable para la mayoría de negocios ya que ayuda a maximizar las ventas y es mediante el internet. Según Euromonitor Internacional, Perú encabeza la lista de crecimiento del e-commerce en América Latina con un 87%. Actualmente son 300.000 negocios venden en línea y según un estudio el 30% de los compradores son de provincia, consideramos que hay una gran oportunidad de atraerlos a los canales digitales, pero para llegar a esa meta faltan trabajar en temas de bancarización, accesibilidad al internet y educación. Esta oportunidad no debe ser desaprovechada, todos los sectores

deberían de estar involucrados tanto el privado como el público y no olvidar de la parte fundamental de todo impulsar el sector logístico para que todo el plan funcione.

El incremento del costo de los combustibles

Se especula que la subida de los costos de los combustibles es a causa de la guerra de Rusia y Ucrania, pero no es la causa principal, el incremento ya se daba antes de la guerra, el problema viene por la transición energética y de los escasos recursos naturales de combustibles, en el mercado peruano el 25% del GLP es importado por lo cual afecta a los usuarios.

En el año 2015 se firmó un acuerdo internacional en el cual se trataban temas relacionados al medio ambiente como el calentamiento global, los países acordaron disminuir sus niveles de CO₂ y para eso tiene que implementar tecnología como por ejemplo reemplazar la electricidad producida por fuentes renovables a electricidad producida por fuentes renovables como son las energías fotovoltaicas, eólicas, hidroeléctricas, etc, esto reducirá los niveles de CO₂ en el medio ambiente, se crearán nuevos puestos de trabajo y mejorar la economía, suena bien pero este cambio tomará tiempo y muchos recursos, posiblemente en el futuro del transporte será eléctrico.

Otro de los problemas que encontramos aparte del incremento de los costos de los combustibles se suma el incremento de los productos básicos, en un reciente informe de la ONG, el 89% de los encuestados afirma que los precios están afectando su economía personal y familiar, esto ha ocasionado que los peruanos tengan que reducir sus gastos en diferentes productos o servicios.

Digitalización de las empresas de transporte terrestre.

La digitalización para muchas empresas es considerada la gran solución a sus problemas de comunicación o de logística, pero a la vez es una gran inversión que no muchos están dispuestos a realizar. Esto trae ventajas ya que estas empresas se vuelven más competitivas y más eficientes.

El ejemplo de mercado libre ellos encontraron que había una falta de número de tracking de los productos que adquirirían por eso decidieron implementar el rastreo de su paquetería para que sus clientes tengan la tranquilidad de que su paquetería llegará a su destino.

Otro ejemplo, en los primeros meses de este año la Autoridad de transporte Urbano de Lima y Callao (ATU) propuso modernizar y diversificar el modo de pago del transporte público mediante el escaneo de un Código QR o App en el cual las personas podrán realizar el pago del pasaje virtualmente, de esa manera se reducirían los contagios por covid- 19 ya que no tendrían contacto directo con el dinero en efectivo ni con el conductor o cobrador.

Este tipo de soluciones son de gran valor para los usuarios, ya que se ahorran tiempo y pueden dedicarle más tiempo a su familia o desarrollar otras tareas y sobre todo lo que más importa es la satisfacción del cliente o usuario.

2.2.1 Entrevistas

Se realizó una entrevista a una persona emprendedora que realiza envíos constantemente.

Nos manifestó que ante la alta demanda de sus productos en distintos puntos del país ,le resultaba tedioso ir a las agencias y gestionar todo él envío porque la atención en cada una de estas le generaban una demora excesiva a pesar

que en algunas de estas agencias tenían implementados nuevas tecnologías que supuestamente ayudarían con la atención, siendo así muchas veces para ella perjudicial ,ya que recibía reclamos por parte de sus clientes que quedaban insatisfechos por el tiempo de demora, inclusive cuando ya se había dejado los paquetes a enviar en la agencia ,no había una certeza que ese día sería enviado, no había ninguna información extra tanto para ella y para su cliente, no podían acceder a la ubicación de sus envíos ,o si se le brindaba un código de rastreo no cumplía con brindar una información básica.

Se le brindó el prototipo del aplicativo Anka, donde ella pudo apreciar que inclusive ya no había necesidad de estar buscando el mejor precio de envío en diferentes agencias, sino que todo lo podía encontrar en un solo lugar, tantos precios, rastreo, variedad de agencias y lo más importante evitar la pérdida de tiempo que tenía al gestionar todos sus procesos.

La conclusión que recibimos por parte de la entrevistada fue, que como medio de solución y por el incremento que se generó por la pandemia, este aplicativo es una respuesta de solución a las necesidades que ella necesita, a pesar que no se encuentra muy familiarizada con la tecnología, el aplicativo móvil pudo motivar a poder ingresar en este mundo tecnológico, siendo así una respuesta favorable a la implementación del mismo al mercado nacional.

2.2.2 Búsqueda de datos

2.3 Definición de términos básicos

E-commerce:

El comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra e información de productos o servicios a través de Internet. Las pymes la usan mucho para la venta de sus productos y servicios durante las 24 horas del día.

App:

El término app significa viene de la abreviatura de la palabra application en inglés. Las apps son herramientas de software escritas en distintos lenguajes de programación para teléfonos inteligentes o smartphones y tablets. Se caracterizan por ser útiles y fáciles de instalar y manejar.

Digitalización:

La digitalización es el proceso de transformar los documentos en físico a digital, este proceso hizo que las personas se ahorren tiempo y dinero.

Logística:

La logística es el conjunto de los medios y métodos que permiten a una empresa que ofrece productos o servicios comercializarlo de manera que sea al menor tiempo y al menor costo.

Prototipo:

El prototipo es la representación o simulación del producto final, normalmente son presentadas en un formato digital o 3d, esto nos permite ver las características principales del producto y hacerle pruebas, aprender de los errores para llegar al prototipo final.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación será cualitativa y cuantitativa, la primera será para conocer las opiniones, motivos, experiencias, problemas relacionados al rubro que estamos investigando, la segunda se realizará mediante encuestas para saber datos que pueden ser relevantes para la investigación mediante las encuestas. Finalmente, con toda información recopilada se tomarán decisiones estratégicas para poder darle solución al problema.

3. Formulación del problema.

¿Por qué las agencias de envíos no brindan información detallada de sus servicios?

3.1 Variables e Indicadores

3.1.1 Variable independiente

Agencias de envíos

3.1.2 Variables dependientes

Información

3.1.3 Indicadores de variable independiente

- Reconocimiento
- Rapidez
- Atención al cliente
- Tecnología
- Logística

3.1.4 Indicadores de variable dependiente

- Tiempo
- Trayecto

- Seguimiento.
- Ubicación.
- Costos.

3.2 Tipos de investigación y de análisis

El tipo de investigación que realizaremos está en el rango básico ya que buscaremos recopilar información sobre el problema para darle una solución, el análisis de esta tesis será de utilidad para se siga desarrollando la teoría.

CAPÍTULO IV: Diseño y Ejecución de la solución como desarrollo de la investigación

4.1 Métodos, técnicas, instrumento

El método será la encuesta, en un proceso en el cual se necesitan recopilar datos para poder darle solución a un problema de investigación.

Para la medición de los datos se utilizará el instrumento del cuestionario. El cuestionario es un conjunto de preguntas para poder obtener información de manera organizada sobre el problema de investigación.

4.1.1 Interpretación de resultados

El 9 de mayo, se realizó una encuesta virtual integrando a 25 personas, que viven en lima, entre las edades de 25 a 35 años, el objetivo fue conocer las opiniones o dificultades respecto a sus envíos y también sobre la creación de app.

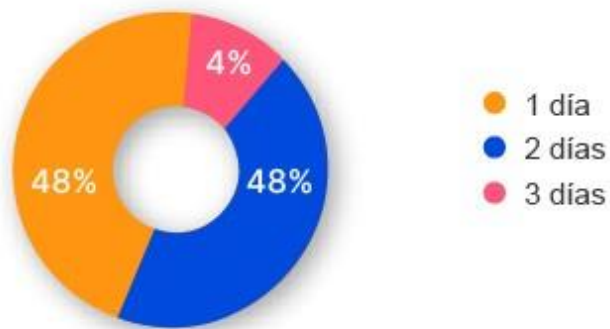
¿Con que frecuencia realiza sus envíos?



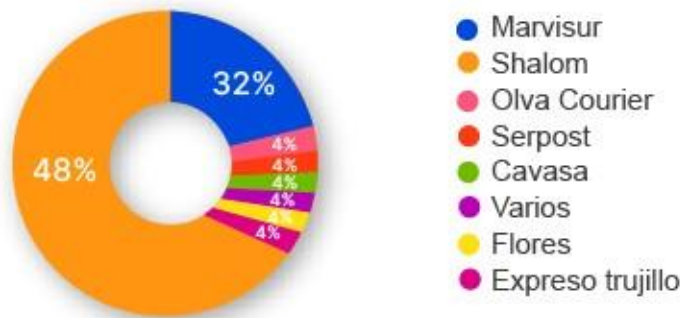
¿Esta de acuerdo con los costos de envíos?



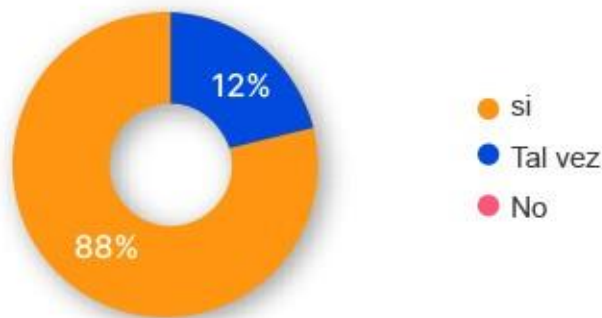
¿Cuál es el tiempo aproximado de llegada al destino final de los envíos que realiza?



Si tuviera que hacer un envío a nivel nacional, ¿Qué empresa le genera mas confianza?.



¿Le interesaría una aplicación móvil en la cual pueda cotizar y comparar los costos de los envíos?



4.2 Universo objetivo

Para entender más a nuestro universo objetivo, hemos elaborado un buyer person, que según nuestro target será el público masculino de edades entre 25 a 35 años de nivel socioeconómico B y C. Él es un emprendedor, tiene un negocio que le demanda mucho tiempo y responsabilidad por eso no le puede dedicar mucho tiempo a su familia y amigos, debido a la pandemia decide empezar a ofrecer sus productos por las redes sociales por eso usualmente suele realizar envíos, pero se da cuenta que los costos de los envíos se han incrementado, por eso está en la búsqueda de otras alternativas y está dispuesto a pagar por algún servicio que considere que tenga mejor costo. Sus motivaciones son su familia, ver crecer su negocio, sus objetivos son que su

negocio siga creciendo, tener nuevos clientes e invertir en su propio negocio. Sus preocupaciones son la inestabilidad económica, los costos de la canasta básica se están incrementando, no llegar a cumplir sus metas y contraer enfermedades. Sus necesidades son poder ahorrar para invertir en negocio y tener más tiempo para su familia y amigos

Análisis Situacional

Investigación de mercado

El rubro de transportes de carga tuvo mayor demanda durante la pandemia debido a que muchos emprendedores peruanos decidieron iniciar un nuevo emprendimiento por las redes sociales y de esa manera ofrecían sus productos, por ello era importante buscar una empresa especializada en transporte de paquetería, pero en ese momento eran muy pocas empresas de transporte que se atrevieron a abrir sus negocios, por eso algunas empresas tuvieron mayor demanda y el negocio de transporte empezó a ir bien, más aún cuando hubo una ayuda económica del gobierno que se llamó Reactiva Perú para los emprendedores que no tenían deudas tributarias con la SUNAT, se les ofreció préstamos sin intereses para que puedan impulsar sus negocios.

Benchmark

Comparabien

Haciendo la investigación encontramos una app que puede comparar los préstamos, depósitos, créditos, seguros y precios de combustibles, de esta manera los usuarios puedan decidir por la opción que más conveniente.

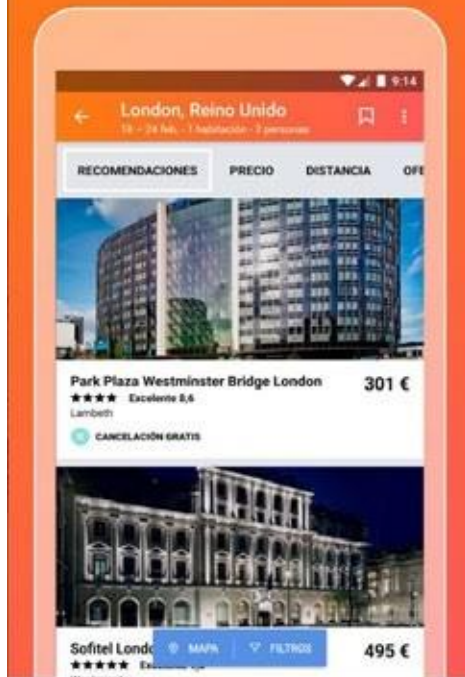
La idea es similar pero los rubros y las necesidades son distintas, por eso la idea nos pareció muy buena y lo tomamos como referencia de lo que queríamos hacer con la app.



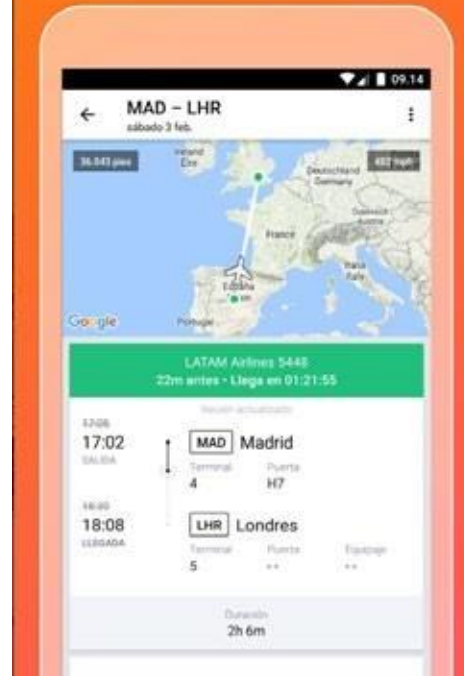
Kayak

Te ayuda a buscar y compara los costos de los vuelos, hotel o coche de alquiler. La app te ofrece los mejores costos y sobre todo que se adapten a tus necesidades, desde cambio y cancelación gratuita hasta los asientos más cómodos. Tiene una sección de alertas para saber los precios bajos, también te muestra los estados de tu vuelo, tiempos de espera y los mapas de los terminales de los aeropuertos.

Ahorra con las Ofertas exclusivas y las tarifas para móvil



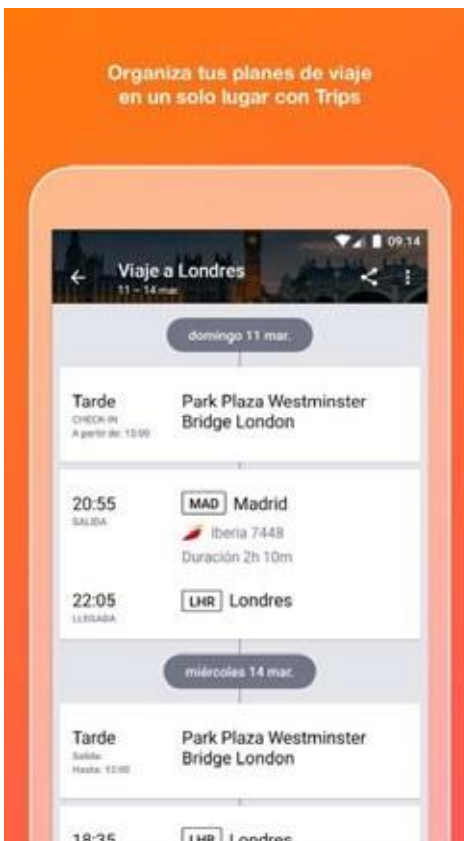
Rastrea el estado de cualquier vuelo



Encuentra las mejores ofertas de vuelos, hoteles y coches de alquiler



Organiza tus planes de viaje en un solo lugar con Trips



Análisis de la competencia

En el mercado nacional e internacional no existe competencia directa debido a que no encontramos alguna aplicación móvil que ofrezca los servicios que nuestra app ofrecería.

Competencia a nivel nacional:

SHALOM

Es una empresa peruana de transporte de carga a nivel nacional que lleva en el mercado más 20 años, tiene más de 120 agencias a nivel nacional y 30 agencias en Lima, además cuenta con una aplicación móvil gratuita donde se puede realizar los rastreos a los envíos, también cotizar el costo de los envíos y contactarte con la central de atención.

Olva Courier

Es una empresa peruana fundada en 1987, que inicialmente estaba enfocada en el correo nacional, al pasar los años se convirtió en una empresa con importantes unidades de negocio, llega a más 1800 destinos a nivel nacional. Además, cuenta con una aplicación móvil gratuita en la cual se puede dar seguimiento a los envíos a nivel nacional, también puedes cotizar el costo de los envíos y contactarte con la central de atención.

Competencia a nivel internacional:

DHL

En la aplicación de DHL Express se puede rastrear los envíos y administrar entregas, tiene la opción de localizar el punto de servicio DHL más cercano y también se puede consultar rápidamente las tarifas de envío.

Fedex

En la app de Fedex se puede seguir el estado del envío y gestionar los paquetes,

además se puede cotizar el costo del envío, buscar un punto de recogida o entrega, escanear códigos de barras y consultar recompensas.

4.3 Solución principal

Crearemos un aplicativo móvil en el cual las personas podrán cotizar y comparar los costos de los envíos de diferentes agencias en una sola app, de esta manera se ahorran tiempo y dinero.

4.4 Identidad de la marca

4.4.1 Personalidad de la marca, concepto, identidad visual

4.4.1.1 Personalidad

Sexo: Hombre

Edad: 30

Nivel socio económico: B-C

Distrito: Centro de lima

Ocupación: Emprende dor

Personalidad: Amigable, Honesta, Confiable.

Intereses: Economía, Negocios, Música, Amigos.

Tono de comunicación: cercano /Informativo

4.4.1.2 Concepto de la marca:

Todo parte de un solo lugar

4.4.1.3 Identidad visual:

Misión:

Ser la primera alternativa de las personas que quieran cotizar los costos de los envíos de diferentes agencias de envíos, de esta manera puedan escoger el precio o beneficio que más les convenga.

Visión:

Estar en el primer lugar de búsquedas para las personas que quieran cotizar su envío a nivel nacional.

FODA**Fortaleza**

- Tenemos conocimientos en diseño web y app.
- Gran número de potenciales usuarios.
- Posibilidad de financiamiento del proyecto.
- La app no tendría competencia directa en el mercado.
- Manejo de herramientas digitales

Oportunidad

- Aceptación de los usuarios para la creación de la aplicación móvil.
- Crecimiento del comercio electrónico en Perú.
- Ser la primera app donde puedan cotizar en diferentes agencias de envíos nacionales.

Debilidades

- Demorará en conseguir una base de clientes para construir la oferta.
- Falta de experiencia en el sector.
- Costos elevados del desarrollo de la app.
- Falta de conocimientos sobre programación de las aplicaciones móviles.

Amenazas

- Aparición de nuevos competidores con una mayor capacidad financiera.
- Hackers cibernéticos.
- Saturación del mercado.
- Aumento de los costes en plataformas digitales.
- Crisis económicas.

4.5 Lanzamiento de Solución

Duración: 1 mes aproximadamente

Se realizará una campaña de lanzamiento, donde se pueda dar a conocer el aplicativo móvil, dando a conocer sus beneficios, atributos, incentivando así la descarga del aplicativo móvil, usando el concepto “todo parte de un solo lugar” y “Las mejores agencias de envío en un solo lugar”

Los post y publicidades serán lanzadas vía offline y online.

Las primeras semanas se incluirán afiches y paneles publicitarios donde se pueda incentivar a descargar el aplicativo Anka, mostrando la facilidad de uso y resaltando sus beneficios, enseñando así la innovación del ingreso de un aplicativo que te permita gestionar paquetería en diversas agencias de envío depaquetería.

4.5.1 Plan Offline

Tenemos como finalidad incentivar y promover contenidos de origen tradicional, que nos permita llegar a posibles usuarios, mediante vallas publicitarias, afiches, gigantografías, etc.

Usando como estrategia promociones, beneficios, mostrando la versatilidad del aplicativo móvil y practicidad del mismo.

4.5.2 Plan Online

Tenemos como finalidad, captar a nuevos clientes potenciales mediante post informativos por distintas redes sociales, usando frases que generen expectativas y motiven a familiarizarse con el aplicativo móvil, creando episodios del uso del propio aplicativo, mostrar testimonios de personas que indiquen cómo fue su experiencia al usar el aplicativo. Las piezas graficas están en el Anexo 2

CAPÍTULO V

5.1 Conclusiones

El proyecto del aplicativo móvil Anka, hizo comprender la necesidad de los peruanos al momento de poder gestionar sus envíos, muchos de ellos son emprendedores que no estaban familiarizados incluso con los medios digitales, pero, aun así, al momento de mostrarle una propuesta que facilite su manejo de tiempo y genere una simplicidad en sus envíos no dudaron en integrarse al cambio, siendo así partícipes de este gran cambio que se generara y facilitara la vida a muchas personas.

Al haber podido ingresar en este medio de uso masivo nos dimos cuenta, del gran desafío al que estábamos integrándonos, donde se pudo usar todas las herramientas de comunicación con la que contábamos y así poder transmitir el mensaje que teníamos definido, no ha sido una tarea fácil poder lograr este objetivo, tomó mucho tiempo poder entender cada faceta y llegar a una estrategia.

Se llegó a la conclusión que nuestras ideas parten de un solo punto y al momento de plasmarlas en diferentes piezas gráficas y gestionar campañas publicitarias, hacen que se genere un cambio y por medio del aplicativo llamado Anka se pudo mostrar un camino más dinámico y fuera de lo tradicional, enfocándonos en mostrar una innovación y dando a conocer nuestra propuesta de valor, posicionándonos en la mente del consumidor.

Para concluir, todo el proceso de gestión de la marca Anka y todo lo que llevo a su desarrollo con el objetivo de solucionar el principal problema de las agencias de envío demuestra que podemos generar un cambio significativo en la sociedad y así mejorarla para hacerla mejor cada día.

5.2 Recomendación

Dentro de este proyecto que es la mejora del servicio de transporte de paquetería pequeña y mediana, mostramos que es un servicio indispensable para la sociedad actual y moderna ,por esta razón a los futuros desarrolladores de este proyecto exhortamos que puedan generar más información respecto al tema

,ampliar y analizar cada punto que conlleve la mejoría del proyecto ,generando así una ampliación de este proyecto, no solo limitándose nacionalmente sino en un futuro a una expansión internacional, por eso motivamos que puedan seguir con este proyecto que tiene muchos puntos de crecimiento, y así dando prioridad a solucionar las necesidades de los usuarios.

5.3 Bibliografía

Cooperación. (2022, mayo 9). Inflación verde: la disputa por los recursos naturales-CooperAcción.<https://cooperacion.org.pe/inflacion-verde-la-disputa-por-los-recursos-naturales/>

Cuadros, F. (2022, mayo 29). *Retorno a la presencialidad ralentizaría el e-commerce*. LaRepública.pe.<https://larepublica.pe/economia/2022/05/29/ecommerce-retorno-a-la-presencialidad-ralentizaria-el-comercio-electronico-compras-por-internet-congreso-ccl-confiep/>

El Derecho, L. P. • P. P. (2022, enero 26). *ATU propone pago del pasaje concódigo QR en el transporte público [Resolución 017-2022-ATU/DIR]*. LP.

<https://lpderecho.pe/atu-propone-pago-pasaje-codigo-qr-transporte-publico-resolucion-017-2022-atu-dir/>

Energiminas. (s/f). *Opinión*. Energiminas. Recuperado el 11 de julio de 2022, de <https://energiminas.com/opinion-el-peru-en-su-transicion-energetica/>

Gestión. (2021, noviembre 26). *Digitalización: ¿Por qué se ha convertido en una necesidad para las empresas?* Gestión.

<https://gestion.pe/publireportaje/digitalizacion-por-que-se-ha-convertido-en-una-necesidad-para-las-empresas-noticia/?ref=gesr>

GrupoRPP. (2022a, mayo 26). *El impacto de la pandemia en la cadena de frío y la necesidad de digitalizarse: Florent Philippot conversa sobre sus retos como director comercial de ZGROUP*. RPP. <https://rpp.pe/campanas/publireportaje/el-impacto-de-la-pandemia-en-la-cadena-de-frio-y-la-necesidad-de-digitalizarse-florent-philippot-conversa-sobre-sus-retos-como-director-comercial-de-zgroup-noticia-1407735>

GrupoRPP. (2022, mayo 27). *Precios de combustibles son hasta 66% más altos que a inicios del año.* RPP. <https://rpp.pe/economia/economia/precio-combustible-son-hasta-66-mas-altos-que-a-inicios-del-ano-noticia-1408018?ref=rpp>

Infomercado, P. (2021, mayo 18). *Demanda de encomiendas supera el 30% de pedidos respecto al 2020.* Infomercado. <https://infomercado.pe/demanda-de-encomiendas-supera-el-30-de-pedidos-respecto-al-2020/>

OjoPublico. (2021, octubre 19). *El lento avance del Perú para renovar su matriz energética.* OjoPublico. <https://ojo-publico.com/3106/el-lento-avance-del-peru-para-renovar-su-matriz-energetica>

¿Qué entendemos por transición energética? (s/f). Enelgreenpower.com.

Recuperado el 11 de julio de 2022, de <https://www.enelgreenpower.com/es/learning-hub/transicion-energetica>

Calvo, L. (2022, junio 22). *¿Qué es una app, para qué se utiliza y qué tipos existen?* Garage; GoDaddy. <https://es.godaddy.com/blog/que-es-una-app-y-para-que-se-utiliza/>

Definición de logística — Definicion.de. (s/f). Definición de <https://definicion.de/logistica/>

Explicación de la transformación digital frente a la digitalización. (s/f).

Dropbox.com. Recuperado el 11 de julio de 2022, de <https://experience.dropbox.com/es-la/resources/what-is-digitization>

Qué es e-commerce o comercio electrónico. (s/f). Com.pe. Recuperado el 11 de julio de 2022, de <https://www.visa.com.pe/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html>

¿Qué es un Prototipo? - Paso a Paso para el diseño de nuevos productos.(2020, septiembre 23). Prototipo 0; Prototipo 0 estudio de diseño S.L.
<https://prototip0.com/disenio-de-prototipos/>

ANEXO 1: PIEZAS GRÁFICAS

Anka

Las mejores tarifas
para tus envíos
en un solo lugar.

SHALOM
SPECIALIST IN LOCAL DELIVERY

EXPRESO ARVISUR
Toda carga a nivel nacional

OLVA COURIER

DESCARGA LA APP

DISPONIBLE EN
Google Play

Descárgalo en el
App Store



Disfruta de tu día sin preocupaciones.

Anka te avisa sobre el estado
de tu paquetería.



DESCARGA LA APP





Encuentra la mejor tarifa en un solo lugar.

Anka te ayuda a cotizar en diferentes
agencias de envíos y al mejor precio.

-15%

-10%

-5%



DESCARGA LA APP





Conoce el tiempo de envío

no más retrasos

No hay tiempo perdido con Anka



 **DESCARGA LA APP**

DISPONIBLE EN
 **Google Play**

Descárgalo en el
 **App Store**



Las mejores agencias de envíos en un solo lugar.



Más rápido	Más económico	
	EXPRESO	Desde s/10
Entrega en 1 día		
		Desde s/15
Entrega en 2 días		
	COLUMBIA	Desde s/15
Entrega en 2 días		



 **DESCARGA LA APP**







Las mejores agencias de envíos
en una solo app.

Cotiza, Compara y Ahorra.



Digita las medidas de tus paquetes
y olvidate de los contratiempos.





Coloca el peso de tus paquetes
y cotiza los costos de envíos.

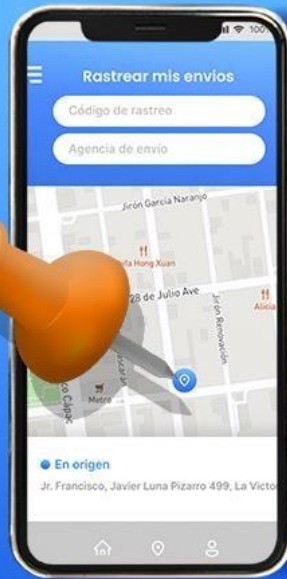


Selecciona la agencia que mas
te convenga.
Ahorrar tiempo y dinero.





No encuentras tus paquetes,
tranquilo, puedes
rastrear tus envíos.



ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	INDICADORES DE VARIABLES	INSTRUMENTOS
PRINCIPAL	PRINCIPAL	PRINCIPAL	INDEPENDIENTE		
¿Por qué es tan complicado enviar y recibir encomiendas en el Perú?	Darle al usuario la posibilidad de gestionar su propio envío.	Muchas agencias de envíos no brindan información detallada de sus servicios.	Agencias de envíos	VARIABLE INDEPENDIENTE: - Reconocimiento - Rapidez - Atención al cliente - Tecnología - Logística	INVESTIGACIÓN: - Encuestas - Entrevistas - Redes de Información
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS			
¿Por qué los costos en las agencias de envíos varían?	Darle al usuario una plataforma en la cual puedan comparar los costos de los envíos.	Los usuarios consideran que el alza de los costos afectara su economía.	Información	VARIABLE DEPENDIENTES: - Tiempo - Trayecto - Seguimiento. - Ubicación. - Costos.	Desarrollo: - Programas de Diseño - Programas de Prototipos
¿Por qué hay demoras durante el proceso del envío?	Darle al usuario una plataforma en la cual pueda escoger el tiempo en el cual llegara su envío.	Las demoras en las agencias de envíos hace que los usuarios pierdan tiempo.			
¿Por que no me informan sobre el estado de mis envíos?	Darle al usuario una plataforma en la cual pueda hacer el rastreo de sus envíos en tiempo real.	Los usuarios quieren saber sobre el estado de sus envíos mediante una plataforma virtual para evitar preguntar presencialmente en la agencias y ahorrarse tiempo y dinero.			

