

**UNIVERSIDAD DE LIMA**

Escuela de Posgrado

Maestría en Dirección Estratégica de Contenidos



**ANÁLISIS DE PERFILES DE CLIENTE EN  
UN MEDIO DE PAGO ELECTRÓNICO  
VEHICULAR: IMPLICACIONES PARA LA  
GENERACIÓN DE CONTENIDOS**

Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de Maestro en Dirección  
Estratégica de Contenidos

**Angelo Baselli Gutierrez**

**Código 20062330**

**Maria Fernanda Larrea Lozano**

**Código 20080541**

**Asesores**

**Luis Eduardo Arditto Diaz**

Lima – Perú

Octubre del 2023



**ANALYSIS OF CUSTOMER PROFILES IN A  
VEHICULAR ELECTRONIC PAYMENT  
METHOD: IMPLICATIONS FOR THE  
CONTENT GENERATION**

## RESUMEN

Los medios de pago vehicular electrónicos permiten a los conductores pasar por los peajes sin la necesidad de detenerse y en la ciudad de Lima, una de las ciudades con peor congestión vehicular de la región (GESTIÓN, 2023) y soluciones como esta pueden representar un alivio. En este sentido, dentro de la concesión vial que opera en la Vía de Evitamiento y la Vía expresa Línea Amarilla en Lima, se encuentra PEX, empresa que ofrece el servicio de pago vehicular electrónico. Explicado lo anterior, esta investigación busca conocer más sobre los clientes de PEX con la finalidad de generar una comunicación más fluida con los actuales clientes, así como para prospectar nuevos. Para resolverlo, se planteó un cuestionario con preguntas relacionadas con el ámbito demográfico y de consumo de información de los actuales clientes y se encontró que la mayoría de estos tiene un nivel educativo alto, por el hecho de contar con estudios superiores desde grado técnico hasta posgrado. Asimismo, se caracterizan por consumir información en distintos canales de forma diaria y participan activamente, al menos, una hora diaria en distintas redes sociales. Esta investigación es pionera en dar a conocer características de clientes de pago vehicular electrónico, por lo que puede ser útil para empresas del rubro que buscan mejorar la comunicación directa con sus clientes, ofreciéndoles contenido personalizado y acorde con sus características.

**Palabras clave:** Peajes en Perú, Concesionarias de vías, Peaje electrónico, Fluidez vehicular, Problemas de tráfico en Lima, Perfil de clientes de PEX, Estrategias de contenido, Demografía de clientes, Consumo de información, Comunicación con clientes, Selección de contenido.

## ABSTRACT

Electronic vehicle payment methods allow drivers to go through tolls without the need to stop and in the city of Lima, one of the cities with the worst vehicle congestion in the region (GESTIÓN, 2023), solutions like this can represent relief. In this sense, within the road concession that operates on the Vía de Evitamiento and the Vía Línea Amarilla expressway in Lima, there is PEX, a company that offers the electronic vehicle payment service. With the above explained, this research seeks to learn more about PEX clients in order to generate more fluid communication with current clients, as well as to prospect new ones. To resolve it, a questionnaire was posed with questions related to the demographic and information consumption field of current clients and it was found that the majority of these have a high educational level, due to the fact that they have higher education from a technical degree to a postgraduate degree. Likewise, they are characterized by consuming information on different channels on a daily basis and actively participate, at least one hour a day, on different social networks. This research is a pioneer in revealing the characteristics of electronic vehicle payment customers, so it can be useful for companies in the sector that seek to improve direct communication with their customers, offering them personalized content in accordance with their characteristics.

**Palabras clave:** Tolls in Peru, Road concessionaires, Electronic toll, Traffic flow, Traffic problems in Lima, PEX customer profile, content strategies, customer demographics, information consumption, customer communication, content selection.

## Tesis

### INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://upc.aws.openrepository.com">upc.aws.openrepository.com</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://ddd.uab.cat">ddd.uab.cat</a> Fuente de Internet	<1%
3	<a href="http://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://documents.mx">documents.mx</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://www.yumpu.com">www.yumpu.com</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="http://diariocorreo.pe">diariocorreo.pe</a> Fuente de Internet	<1%

10	Submitted to ESCP-EAP Trabajo del estudiante	<1 %
11	Submitted to Universidad Anahuac México Sur Trabajo del estudiante	<1 %
12	repositorio.uco.edu.co Fuente de Internet	<1 %
13	www.elsur.cl Fuente de Internet	<1 %
14	moam.info Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
18	www.eumed.net Fuente de Internet	<1 %
19	www.thesoundking.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words